

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

โครงการออกแบบปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ และกราฟฟิก

สำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนม ภายในเครื่องห่างหูนส่วนจำกัด กิมจิวพาณิชย์

(Packaging and Grapic Design for Baking Product Group of Kim Chua Trading P'Ship)



โดย
นางสาวจรนรัตน์ คงเขียว

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต

ภาควิชา ศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2547-2548

สงวน
ลิขสิทธิ์
2547-2548

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน.....59350.....
วันเดือนปี.....1.....2549.....

14564611x
.....
.....

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต

.....
คณะบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

คณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์

.....
ประธานกรรมการ

.....
กรรมการ

.....
กรรมการ

.....
กรรมการ

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....
(อ/จารย์สมชัย จันทร์รุจิพัฒน์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์ : โครงการออกแบบปรับปรุงบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิก สำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนม ภายในเครื่องหั่นส่วนจำกัด กิมจิวพาณิชย์ (Packaging and Graphic for Baking Product Group of Kim Chua Trading P'Ship)

นำเสนอโดย : นางสาวจรินทร์ คงเขียว

รหัสนักศึกษา : 43020274

ภาควิชา : ศิลปอุตสาหกรรม

คณะ : สถาปัตยกรรมศาสตร์

ปีการศึกษา : 2547-2548

บทคัดย่อ

การทำขนมในปัจจุบันมีถือได้ว่าเป็นงานอดิเรกที่น่าสนใจซึ่งได้รับความนิยมจากกลุ่มแม่บ้านทั่วไปเป็นอย่างดี มีการเติบโตอย่างรวดเร็วของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับขนมเบเกอรี่เป็นอย่างมาก นอกจากนี้ยังมีการขยายตัวของโรงเรียนสำหรับสอนทำอาหารและขนม ซึ่งแสดงให้เห็นว่ามีผู้สนใจในการทำขนมมากขึ้น

เนื่องจากการทำขนมเบเกอรี่ เช่น ขนมปัง เค้ก บราวด์นี่ ฯลฯ นั้นเป็นขนมที่ได้รับอิทธิพลจากต่างประเทศ ทำให้สินค้าในกลุ่มนี้ ส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าจากต่างประเทศ ห้างหุ้นส่วนจำกัด กิมจิวพาณิชย์ เป็นบริษัทที่ผลิตกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมภายในประเทศที่สำคัญ โดยมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันดีภายใต้ตราสินค้า อิมพีเรียล ซึ่งมีการนำเข้าวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตประเภทขนมและเนยที่มีคุณภาพจากต่างประเทศ โดยมีคู่แข่งทางการตลาดที่สำคัญเป็นกลุ่มสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ ดังนั้นทางบริษัทจึงมีความต้องการที่จะพัฒนารูปแบบและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้มีความทัดเทียมกับสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ อีกทั้งยังเป็นการสร้างความนิยมให้ผู้บริโภคหันมาใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีการผลิตสินค้าในประเทศมากขึ้น โดยมีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและเหมาะสมกับการใช้งานในปัจจุบันมากขึ้น จากที่มามีดังกล่าวจึงเกิดเป็นโครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมภายในเครื่องหั่นส่วนจำกัด กิมจิวพาณิชย์ขึ้น

ซึ่งในโครงการออกแบบนี้จะประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมโดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มใหญ่ดังนี้

1. กลุ่มวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการทำขนม
 - 1.1 แป้งสาลี (แป้งเค้ก, แป้งอเนกประสงค์, แป้งขนมปัง)
 - 1.2 เนยสด
2. กลุ่มสารเสริมคุณภาพ
 - 2.1 ผงฟูดับเบิ้ลแอกชั่น
 - 2.2 ยีสต์
 - 2.3 ครีม ออฟ ทาร์ทาร์
3. กลุ่มการปรุงแต่งและการตกแต่ง
 - 3.1 สีและวัตถุปรุงแต่งกลิ่นธรรมชาติ
 - 3.2 ชอกโกแลตฟรอสติ้ง
 - 3.3 แยมผลไม้
 - 3.4 วิปป์ครีม
 - 3.5 บัตเตอร์ครีมไอซิ่ง
 - 3.6 น้ำตาลไอซิ่ง
 - 3.7 น้ำเชื่อม
 - 3.8 ฟิลลิ่งแต่งหน้าผลไม้
 - 3.9 ท็อปปิ้งแต่งหน้า

ผลิตภัณฑ์ในโครงการมีการวางแผนช่องทางการตลาด โดยมีการตอบสนองกลุ่มเป้าหมายใหม่ นอกจากนี้ยังมีการวางแผนช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวมากขึ้น คือ ห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาเก็ต ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยความโดดเด่นและเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากคู่แข่ง เพื่อเป็นการดึงดูดใจผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีขั้นตอนในการศึกษาและออกแบบ ดังนี้

1. การค้นคว้าหาข้อมูล
2. การสรุป และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบ
3. การออกแบบและพัฒนาแบบ

ซึ่งในแต่ละขั้นตอนนั้นจะมีรายละเอียดดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีการค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ในโครงการเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยมีการค้นคว้าจากแหล่งที่มาต่างๆ เช่น หนังสือ ตำราการทำขนม โรงเรียนสอนทำขนม และทางเว็บไซต์ โดยมีข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบดังนี้

ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทผู้ผลิต ซึ่งได้แก่ นโยบายทางการตลาดต่างๆ ช่องทางการจัดจำหน่าย และความเป็นมาของบริษัทผู้ผลิต

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการทำขนม ประเภทของขนมและอุปกรณ์ในการทำ รวมถึงผลิตภัณฑ์ในท้องตลาดที่มีการจัดจำหน่ายและผู้บริโภคทั่วไปในตลาด

ข้อมูลเกี่ยวกับตราสินค้าเดิม ได้แก่ ราคา รูปแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกของผลิตภัณฑ์ที่มีการจัดจำหน่ายอยู่ในปัจจุบัน

ข้อมูลทางการตลาด ได้แก่ แนวโน้มทางการตลาด จุดแข็งจุดอ่อนของผลิตภัณฑ์ และกลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์

ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพและจิตวิทยาของกลุ่มเป้าหมายและพฤติกรรมการเลือกซื้อและการใช้งาน

ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โดยละเอียด ได้แก่ การเก็บรักษา ลักษณะทางกายภาพต่างๆ ของสินค้า การสรุป และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบ

จากการค้นคว้าข้อมูลทั้งหมด จะมีการนำมาวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อที่จะนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบ ซึ่งจากการวิเคราะห์ดังกล่าว จะเป็นแนวทางในการออกแบบทางด้านโครงสร้างและกราฟฟิกของบรรจุภัณฑ์ในโครงการ

การออกแบบและพัฒนาแบบ

การออกแบบด้านโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์จะมีการออกแบบ ซึ่งได้จากการวิเคราะห์และสรุปปัญหา ด้านการใช้งานที่เหมาะสมกับการใช้งานของกลุ่มผู้บริโภค

การออกแบบด้านกราฟฟิคนั้นได้มีการแตกแนวความคิดในการออกแบบจากการวิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลในการออกแบบ ซึ่งจะมีการออกแบบกราฟฟิกในแต่ละแนวทางที่มีความแตกต่าง และนำมาเลือกแบบโดยการพิจารณาโดยมีเงื่อนไขที่เกี่ยวข้อง เช่น ความสวยงาม ความเป็น Corporate Identity ของผลิตภัณฑ์การผลิต เป็นต้น ซึ่งแบบที่มีการพิจารณาจะถูกนำมาเป็นกราฟฟิกในบรรจุภัณฑ์ขั้นสุดท้าย

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้จะสำเร็จไม่ได้หากไม่มีคุณพ่อ คุณแม่ คุณยายและทุกคนในครอบครัว ที่เป็นกำลังใจสำคัญและส่งเสริมให้มีโอกาสทางการศึกษาที่ดีในวันนี้

ขอขอบคุณ ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม ที่มอบประสบการณ์ที่ยิ่งใหญ่ให้กับชีวิต ได้เรียนรู้บทเรียนจากการผิดหวัง ความผิดพลาด การแก้ปัญหาที่อุปสรรคต่างๆที่มากมาย ความสุข ความสนุก เพื่อเสริมสร้างภูมิด้านทานจิตใจให้เข้มแข็งและต่อสู้กับปัญหาและความกดดันจากสังคมภายนอกมากขึ้น

ขอขอบคุณอาจารย์ทุกท่านในภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม

ขอขอบคุณอาจารย์ที่ปรึกษาสมชัย จันทร์รุจิพัฒน์ อาจารย์พ่อที่แสนใจดี ผู้คอยให้คำปรึกษาในด้านความรู้ต่างๆ และความช่วยเหลือในทุกๆด้านค่ะ

ขอขอบคุณอาจารย์ในกลุ่มบรรจุภัณฑ์ที่ให้ความรู้มากมายเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิก ผศ.อรสา อาจารย์ญาตา ที่ให้ความคิดเห็นที่ดีและจุดประกายความคิด ทำให้คิดอย่างเป็นระบบที่ถูกต้อง อาจารย์เนีรวรรณ ดร. นภาพรพรณ์สำหรับรอยยิ้มและความคิดเห็นต่างๆที่แนะนำให้ค่ะ

ขอขอบคุณพี่ป้อม ผู้ประสานงานและให้ความช่วยเหลือด้านข้อมูลต่างๆของห้างหุ้นส่วนจำกัด กิมจิพาณิชย์ ขอขอบคุณพี่เบ ที่ให้คำปรึกษาในขั้นตอนแบบร่าง

ขอขอบคุณเพื่อนๆ ปี 5 ทุกคน โดยเฉพาะเพื่อนๆห้อง ข ที่น่ารักทุกคน

ขอบคุณเพื่อนกลุ่ม Package ทุกคน ที่เป็นกำลังใจให้เสมอ ขอขอบคุณ วิ กับคำแนะนำและตัวอย่างงานต่างๆ ยอด สำหรับคำพูดต่างๆที่เป็นกำลังใจให้ ยุทธ เพื่อนซี้ที่อยู่เคียงข้างเสมอ ขอขอบคุณ ซิต เพื่อนร่วมกลุ่มมากๆสำหรับความช่วยเหลือทุกอย่างตั้งแต่แบบร่างจนงาน Final และคอยให้คำปรึกษา ขอขอบคุณ ไม๋ นุ่น อี๊ว มัท ดาว เขียง โอ นุ้ย มุก บอย และก้อย ที่อยู่เคียงข้างกันตลอดเวลาที่เรียน Package ด้วยกัน

ขอบคุณเพื่อนๆบนเวทีทุกคน เข้ม วิน เต็น โอ โบ แนน

ขอบคุณ ลี ก้อย โบ จี๋หนิน เพื่อนซี้ร่วมก๊วน

ขอบคุณ เป้ พี่คราม พี่เตย น้องแป้ง สำหรับความช่วยเหลือด้านโมเดล

ขอบคุณน้อง ๆ ในรหัสทุกปี ทุกคนที่ช่วยเหลืองานตลอดมา น้องปี3 น้องก้อง น้องตะ น้องปี4 น้องแอ๊ด น้องหอย น้องปี 2น้องใจ น้องปี 1น้องเตย น้องนุ่น น้องแอม น้องส้ม ขอขอบคุณ มาร์กและแทน สำหรับฟังก์ชันการใช้งานเก่าๆ และทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือจนทำให้วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จได้

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ห้องภาควิชาศิลปอุตสาหกรรมทุกคน พี่วงศ์และพี่ผึ้งและเจ้าหน้าที่ทุกคนที่คอยให้ความช่วยเหลือ

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณ อี๊วน สำหรับความช่วยเหลือที่มากมายเหลือเกินและกำลังใจดีๆ ที่มีให้เสมอ คำปรึกษา ข้อคิดต่างๆ จนทำให้วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จได้ด้วยดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนำ

การทำขนมเบเกอรี่ เช่น ขนมปัง ขนมเค้ก คุกกี้ เป็นต้น ถือว่าเป็นการทำขนมที่ได้รับอิทธิพลมาจากต่างประเทศซึ่งมีส่วนผสมประกอบจากแป้ง เนย นม และไข่เป็นส่วนประกอบหลักในการทำขนม

ในปัจจุบันการทำขนมเบเกอรี่ในประเทศไทยนั้น เริ่มเป็นที่นิยมทำเพื่อนำมาประกอบเป็นอาชีพมากขึ้น และมีอัตราการขยายตัวค่อนข้างสูง ซึ่งสังเกตได้จากการเจริญเติบโตของธุรกิจร้านเบเกอรี่ต่างๆที่สามารถพบให้ได้ทั่วไป นอกจากนี้ยังมีการขยายตัวของธุรกิจโรงเรียนสอนทำขนมที่มีการตอบรับจากผู้คนที่ทั่วไปเป็นอย่างดีในการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับกรรมวิธีการทำขนมเบเกอรี่

เนื่องจากเป็นขนมที่ได้รับอิทธิพลจากต่างประเทศ จึงทำให้กลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขมนั้นเป็นสินค้าที่มีการนำเข้าจากต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ ห้างหุ้นส่วนกิมจิวิพาณิชย์เป็นบริษัทรายใหญ่รายหนึ่งในตลาดของกลุ่มสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนม ซึ่งเป็นบริษัทที่มีการผลิตสินค้าภายในประเทศที่มีคุณภาพทัดเทียมกับต่างประเทศ ทางบริษัทต้องการที่จะเข้ามาเป็นผู้นำในตลาดผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนม โดยคู่แข่งที่สำคัญนั้นจะเป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ จึงเล็งเห็นว่าควรมีการปรับปรุงรูปแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่และตอบสนองกับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น เพื่อเป็นการสร้างจุดขายที่แตกต่างให้กับสินค้า และแตกต่างจากคู่แข่งอื่นๆ

ปัจจุบันตลาดผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้มีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง เนื่องจากสินค้าหลายยี่ห้อที่มีการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ หลายยี่ห้อมีการพัฒนาทั้งด้านคุณภาพคุณสมบัติและค่านึงถึงประโยชน์ที่ผู้บริโภคจะได้รับมากขึ้น ดังนั้นการส่งเสริมการขายที่ดีนั้นต้องอาศัยกลยุทธ์ทางการตลาดหลากหลายวิธี โดยบรรจภัณฑ์นั้นถือว่าเป็นกลยุทธ์ทางการขายที่สำคัญ เนื่องจากที่ผู้บริโภคสามารถที่จะรับทราบข้อมูลของสินค้าที่ต้องการ นอกจากนี้ยังเป็นการส่งเสริมและสร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้าและสามารถจดจำในตัวสินค้าได้ ส่งผลให้มีการกระตุ้น และมีการตัดสินใจซื้อในที่สุด

การนำเสนอโครงการออกแบบบรรจภัณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมเบเกอรี่นั้น มีการมุ่งเน้นการทำหน้าที่ของบรรจภัณฑ์ที่ช่วยในการส่งเสริมการขายสินค้าที่มากขึ้น และทำให้เกิดการยอมรับในกลุ่มผู้บริโภค โดยมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างจุดขายและการแสดงออกถึงภาพลักษณ์ที่ชัดเจนของตราสินค้า โดยยึดการออกแบบที่สอดคล้องกับนโยบายทางบริษัท

ดังนั้นการออกแบบบรรจภัณฑ์ จึงเป็นหน้าที่ของนักออกแบบ ที่จะแสดงถึงคุณประโยชน์ของบรรจภัณฑ์ทางด้านต่างๆ รวมถึงบทบาทที่ส่งเสริมทางการตลาดของสินค้าได้อย่างเต็มที่

สารบัญ

อนุมัติผล

บทคัดย่อ

คำนำ

กิตติกรรมประกาศ

บทที่ 1 บทนำ

1.1 บทนำ	1-2
1.2 ความเป็นไปได้ของโครงการ	3
1.3 ขอบเขตของโครงการ	
1.3.1 ขอบเขตด้านคุณภาพ	4-6
1.3.2 ขอบเขตด้านปริมาณ	7-14
1.4 ปัญหา เงื่อนไขความต้องการ และแนวทางการแก้ปัญหา	15-38
1.5 แนวทางในการศึกษาวิจัย	39
1.6 ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	40

บทที่ 2 การค้นคว้าและสรุปผลข้อมูล

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทผู้ผลิต

2.1.1 ประวัติทั่วไปเกี่ยวกับห้างหุ้นส่วนจำกัด กิมจิวพาณิชย์	42-44
2.1.2 เป้าหมายของห้างหุ้นส่วนจำกัด กิมจิวพาณิชย์	45
2.1.3 นโยบายทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด กิมจิวพาณิชย์	45-46
2.1.3.1 นโยบายการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด	
2.1.3.2 นโยบายการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายและลักษณะการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ในโครงการ	
2.1.3.3 นโยบายการเจาะกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคใหม่	
2.1.4 วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทผู้ผลิตที่มีผลต่อการออกแบบ	47

2.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โครงการ

2.2.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการทำขนม	48-52
2.2.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภค	
2.2.2.1 ภาพโดยรวมของผู้บริโภคของกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนม	53-54
2.2.2.2 ลักษณะและพฤติกรรมทั่วไปของกลุ่มผู้บริโภค	55-56

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมที่มีการ จำหน่ายในปัจจุบัน	57-60
2.2.4 วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ ที่มีผลต่อการออกแบบ	61
2.3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับตราสินค้าเดิม	
2.3.1 ผลิตภัณฑ์ที่มีการจัดจำหน่ายในปัจจุบัน ราคา สถานที่ จัดจำหน่าย กลุ่มเป้าหมายและลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิม	62-63
2.3.2 เปรียบเทียบข้อแตกต่างระหว่างตราสินค้าเดิมและตราสินค้าใหม่	64
2.3 ข้อมูลรายละเอียดทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ในโครงการ	
2.4.1 ข้อมูลทั่วไปทางการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ	
2.4.1.1 ขนาดตลาด ส่วนแบ่งตลาด	65-66
2.4.1.2 แนวโน้มทางการตลาด	67-68
2.4.2 วิเคราะห์ สรุปผลข้อมูลด้านการตลาดที่มีผลต่อการออกแบบ	69-71
2.5 ข้อมูลด้านคู่แข่ง	
2.5.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับคู่แข่งในท้องตลาด	72-95
2.5.2 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในโครงการเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	96-101
2.5.4 วิเคราะห์ สรุปผลข้อมูลด้านคู่แข่งที่มีผลต่อการออกแบบ	102
2.6 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	
2.6.1 ลักษณะของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย	103-104
2.6.2 พฤติกรรมการบริโภค และการใช้งานบรรจุภัณฑ์	105-106
2.6.3 วิเคราะห์ สรุปผลข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่มีผลต่อการออกแบบ	107
2.7 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ	
2.7.1 ลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ในโครงการ	108-109
2.7.1.1 หมวดวัตถุดิบหลัก	
2.7.1.2 หมวดสารเสริมคุณภาพ	
2.7.1.3 หมวดปรุงแต่งและการตกแต่ง	
2.7.2 ปัจจัยที่ทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมคุณภาพและการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด	110
2.9 ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด	
2.9.1 ข้อมูลของวัสดุและกรรมวิธีการผลิต ระบบการพิมพ์ที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์	111-114
2.9.2 วิเคราะห์ สรุปผลการเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด	115-120
2.10 ข้อบังคับทางกฎหมายเกี่ยวกับกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์	121-130

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3 การพัฒนาการออกแบบ

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ	132-133
3.2 การพัฒนาแนวความคิดและการออกแบบ	134-148
3.3 การวิเคราะห์การออกแบบและประเมินค่าขั้นแบบร่าง	149-154
3.4 การพัฒนาแบบขั้นสุดท้าย	155-167
3.5 การวิเคราะห์การออกแบบและประเมินค่าขั้นสุดท้าย	168-172

บทที่ 4 การเสนอผลงานการออกแบบ

4.1 ภาพถ่ายย่อการนำเสนองาน และแบบแสดงรายละเอียด	174-225
4.2 ภาพถ่ายหุ่นจำลอง	226-232
4.3 ภาพถ่ายย่อแผ่นเสนองานอาร์ตเวิร์ค	234-239
4.4 ภาพการแสดงผลแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์โดยละเอียด	240-245

บทที่ 5 บทสรุป

5.1 สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะของนักศึกษา	256
5.2 สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะของอาจารย์	257

บรรณานุกรม

ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่ 2.3-1 ตารางแสดงภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์เดิมหมวดวัตถุบหลัก	62
ตารางที่ 2.3-2 ตารางแสดงภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์เดิมหมวดสารเสริมคุณภาพ	63
ตารางที่ 2.3-3 ตารางแสดงภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์เดิมหมวดการปรุงแต่ง และการตกแต่ง	63
ตารางที่ 2.3-4 ตารางแสดงการเปรียบเทียบข้อแตกต่างระหว่างตราสินค้าเดิม และตราสินค้าใหม่	64
ตารางที่ 2.5-1 ตารางแสดงข้อมูลคู่แข่งทางการตลาดจำแนกตามประเภทสินค้า	72-98
ตารางที่ 2.6-1 ตารางแสดงลักษณะทางกายภาพของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	103
ตารางที่ 2.6-2 ตารางแสดงลักษณะทางจิตวิทยาของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	104
ตารางที่ 2.6-3 ตารางแสดงพฤติกรรมกรรมการบริโภคและการใช้งานบรรจุภัณฑ์	105-106
ตารางที่ 2.7-1 ตารางแสดงลักษณะทางกายภาพผลิตภัณฑ์หมวดวัตถุบหลัก	108
ตารางที่ 2.7-2 ตารางแสดงลักษณะทางกายภาพผลิตภัณฑ์หมวดสารเสริมคุณภาพ	109
ตารางที่ 2.7-3 ตารางแสดงลักษณะทางกายภาพผลิตภัณฑ์หมวดการปรุงแต่ง และการตกแต่ง	109
ตารางที่ 2.7-4 ตารางแสดงลักษณะทางกายภาพผลิตภัณฑ์หมวดสินค้าสำเร็จรูป	109
ตารางที่ 2.8-1 ตารางวิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ประเภทของ	116
ตารางที่ 2.8-2 ตารางวิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ประเภทถาด	117
ตารางที่ 2.8-3 ตารางวิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ประเภทกล่อง	117
ตารางที่ 2.8-4 ตารางวิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ประเภทถ้วยแยม	118
ตารางที่ 2.8-5 ตารางวิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ประเภทถ้วย ชอกโกแลตพรอสติง	119
ตารางที่ 2.8-6 ตารางวิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ประเภทขวด	120
ตารางที่ 2.8-7 ตารางวิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ประเภทฝา	121
ตารางที่ 3.2-1 ตารางแสดงแนวทางในการตั้งชื่อสินค้าในโครงการ	134
ตารางที่ 3.2-2 ตารางแสดงเงื่อนไขในการพิจารณาชื่อตราสินค้า	135
ตารางที่ 3.2-3 ตารางเงื่อนไขในการพิจารณาแบบตราสินค้า	138
ตารางที่ 3.2-4 ตารางแสดงเงื่อนไขในการพิจารณาแบบกราฟฟิกขั้นตอนแบบร่าง	148

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญญรูปภาพ

รูปภาพที่ 1.3-1 ภาพแสดงขอบเขตโครงการด้านคุณภาพหมวดวัตถุดิบหลัก	5
รูปภาพที่ 1.3-2 ภาพแสดงขอบเขตโครงการด้านคุณภาพหมวดสารเสริมคุณภาพ	5
รูปภาพที่ 1.3-3 ภาพแสดงขอบเขตโครงการด้านคุณภาพหมวดการปรุงแต่งและการตกแต่ง	6
รูปภาพที่ 1.3-4 ภาพแสดงขอบเขตโครงการด้านคุณภาพหมวดสินค้าสำเร็จรูป	6
รูปภาพที่ 2.1-1 ภาพแสดงตัวอย่างสถานที่ตั้งโรงงานห้างหุ้นส่วนจำกัด กิมจิวพาณิชย์	42
รูปภาพที่ 2.1-2 ภาพแสดงตัวอย่างการทำงานของเครื่องจักรในการผลิตสินค้า	43
รูปภาพที่ 2.1-3 ภาพแสดงลักษณะการขนส่งสินค้า	43
รูปภาพที่ 2.1-4 ภาพแสดงการตรวจสอบคุณภาพสินค้า	43
รูปภาพที่ 2.1-5 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ของ ห้างหุ้นส่วนจำกัด กิมจิวพาณิชย์	44
รูปภาพที่ 2.1-6 แผนภูมิแสดงส่วนแบ่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนม	45
รูปภาพที่ 2.1-7 แผนภูมิแสดงสัดส่วนช่องทางการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนม	46
รูปภาพที่ 2.1-8 แผนภูมิแสดงสัดส่วนกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนม	46
รูปภาพที่ 2.2-1 ภาพแสดงวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการทำขนม	48
รูปภาพที่ 2.2-2 ภาพแสดงขั้นตอนการทำขนมเบเกอรี่ต่างๆ	51
รูปภาพที่ 2.2-3 ภาพแสดงขั้นตอนการเตรียมส่วนผสม	51
รูปภาพที่ 2.2-4 ภาพแสดงขั้นตอนการผสม	51
รูปภาพที่ 2.2-5 ภาพแสดงขั้นตอนการเทพิมพ์	52
รูปภาพที่ 2.2-6 ภาพแสดงขั้นตอนการอบขนม	52
รูปภาพที่ 2.2-7 ภาพแสดงขั้นตอนการตกแต่ง	52
รูปภาพที่ 2.2-8 ภาพแสดงกลุ่มผู้บริโภคทั่วไปประเภทธุรกิจโรงแรม	53
รูปภาพที่ 2.2-9 ภาพแสดงกลุ่มผู้บริโภคทั่วไปประเภทธุรกิจร้านเบเกอรี่	53
รูปภาพที่ 2.2-10 กราฟแสดงสัดส่วนกลุ่มผู้บริโภค(แม่บ้าน)ของกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนม	54
รูปภาพที่ 2.2-11 ภาพแสดงกลุ่มเป้าหมาย(กลุ่มแม่บ้านที่ทำขนมเป็นประจำ)	55
รูปภาพที่ 2.2-12 ภาพแสดงกลุ่มเป้าหมาย(กลุ่มแม่บ้านที่ทำขนมเป็นงานอดิเรก)	55
รูปภาพที่ 2.2-13 ภาพแสดงกลุ่มเป้าหมาย(กลุ่มแม่บ้านมือใหม่ หัดทำขนม)	56

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปภาพที่ 2.2-14 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์แป้งที่มีการจัดจำหน่ายในปัจจุบัน	57
รูปภาพที่ 2.2-15 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์เนยที่มีการจัดจำหน่ายในปัจจุบัน	57
รูปภาพที่ 2.2-16 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ผงฟูที่มีการจัดจำหน่ายในปัจจุบัน	57
รูปภาพที่ 2.2-17 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ยีสต์ที่มีการจัดจำหน่ายในปัจจุบัน	57
รูปภาพที่ 2.2-18 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ครีม ออฟ ทาร์ทาร์ที่มีการจัดจำหน่ายในปัจจุบัน	58
รูปภาพที่ 2.2-19 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์สีและวัตถุปรุงแต่งกลิ่นที่มีการจัดจำหน่ายในปัจจุบัน	58
รูปภาพที่ 2.2-20 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ช็อกโกแลตพธธดั่งที่มีการจัดจำหน่ายในปัจจุบัน	58
รูปภาพที่ 2.2-21 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์วิปครีมที่มีการจัดจำหน่ายในปัจจุบัน	58
รูปภาพที่ 2.2-22 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์แยมผลไม้ที่มีการจัดจำหน่ายในปัจจุบัน	59
รูปภาพที่ 2.2-23 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์น้ำเชื่อมที่มีการจัดจำหน่ายในปัจจุบัน	59
รูปภาพที่ 2.2-24 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ทอปปิ้งที่มีการจัดจำหน่ายในปัจจุบัน	59
รูปภาพที่ 2.2-25 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ฟิลลิ่งผลไม้ที่มีการจัดจำหน่ายในปัจจุบัน	60
รูปภาพที่ 2.4-1 แผนภูมิแสดงสัดส่วนของกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนม	65
รูปภาพที่ 2.4-2 กราฟแสดงส่วนแบ่งการตลาดของกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมในประเทศไทย	66
รูปภาพที่ 2.4-3 กราฟแสดงผลการสำรวจธุรกิจยอดนิยม	67
รูปภาพที่ 2.4-4 ภาพแสดงตัวอย่างโรงเรียนและสถาบันสอนทำขนมที่มีการเปิดการเรียนการสอนในปัจจุบัน	68
รูปภาพที่ 2.4-5 ภาพแสดงตัวอย่างสินค้าในท้องตลาดในรูปแบบผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป	68
รูปภาพที่ 2.4-6 ภาพแสดงกลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ (Market Mix Steategies)	71
รูปภาพที่ 2.5-1 ภาพแสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในโครงด้านผลิตภัณฑ์	96
รูปภาพที่ 2.5-2 ภาพแสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในโครงด้านราคา	97
รูปภาพที่ 2.5-3 ภาพแสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในโครงด้านสถานที่จัดจำหน่าย	97
รูปภาพที่ 2.5-4 ภาพแสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในโครงด้านการประชาสัมพันธ์	98
รูปภาพที่ 2.5-5 ภาพแสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในโครงด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	99
รูปภาพที่ 2.5-6 ภาพแสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในโครงด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์	99
รูปภาพที่ 2.5-7 ภาพแสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในโครงด้านขนาดบรรจุ	100

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปภาพที่ 2.5-7 แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในโครงด้านกราฟฟิกการใช้สี	100
รูปภาพที่ 2.5-8 แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในโครงด้านกราฟฟิกการใช้รูปภาพ	101
รูปภาพที่ 2.5-9 แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในโครงด้านกราฟฟิกภาพลักษณะสินค้า	101
รูปภาพที่ 3.2-1 ภาพแสดงแนวทางการออกแบบโลโก้ แนวทางที่ 1 มงกุฏ	136
รูปภาพที่ 3.2-2 ภาพแสดงแนวทางการออกแบบโลโก้ แนวทางที่ 2 เบเกอรี่	136
รูปภาพที่ 3.2-3 ภาพแสดงแนวทางการออกแบบโลโก้ แนวทางที่ 3 พิธีพีดัน	136
รูปภาพที่ 3.2-4 ภาพแสดงแบบร่างการออกแบบโลโก้	137
รูปภาพที่ 3.2-5 รูปภาพแสดงแบบตราสินค้าขั้นสุดท้าย	138
รูปภาพที่ 3.2-6 ภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบขั้นตอนแบบร่าง	139
รูปภาพที่ 3.2-7 ภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบลักษณะการใช้งานขั้นตอนแบบร่าง	140
รูปภาพที่ 3.2-8 ภาพแสดงการออกแบบลักษณะการใช้งานหมวดวัตถุดิบหลัก	140
รูปภาพที่ 3.2-9 ภาพแสดงการออกแบบลักษณะการใช้งานหมวดสารเสริมคุณภาพ	141
รูปภาพที่ 3.2-10 ภาพแสดงการออกแบบลักษณะการใช้งานสีและวัสดุปรุงแต่งกลิ่น	141
รูปภาพที่ 3.2-11 ภาพแสดงการออกแบบลักษณะการใช้งานเย็มผลไม้	141
รูปภาพที่ 3.2-12 ภาพแสดงการออกแบบลักษณะการใช้งานชอกโกแลตฟรอสตติ้ง	142
รูปภาพที่ 3.2-13 ภาพแสดงการออกแบบลักษณะการใช้งานบัตเตอร์ครีม	142
รูปภาพที่ 3.2-14 ภาพแสดงการออกแบบลักษณะการใช้งานวิปปิงครีม	142
รูปภาพที่ 3.2-15 ภาพแสดงสรุปการออกแบบลักษณะการใช้งาน	143
รูปภาพที่ 3.2-16 ภาพแสดงแนวทางในการออกแบบด้านโครงสร้าง	144
รูปภาพที่ 3.2-17 ภาพแสดงการออกแบบด้านโครงสร้าง แนวทางที่ 1 Sweet Bakery	144
รูปภาพที่ 3.2-18 ภาพแสดงการออกแบบด้านโครงสร้าง แนวทางที่ 2 Decoration	145
รูปภาพที่ 3.2-19 ภาพแสดงการพัฒนาแบบด้านโครงสร้าง	145
รูปภาพที่ 3.2-20 ภาพแสดงแนวความคิดในการออกด้านกราฟฟิก	146
รูปภาพที่ 3.2-21 ภาพการออกด้านกราฟฟิกแนวทางที่ 1 Charming Baker	146
รูปภาพที่ 3.2-22 ภาพการออกด้านกราฟฟิกแนวทางที่ 2 Sweet taste	147
รูปภาพที่ 3.2-23 ภาพการออกด้านกราฟฟิกแนวทางที่ 3 Art Bakery	147
รูปภาพที่ 3.2-24 ภาพการพัฒนาการออกด้านกราฟฟิก	148
รูปภาพที่ 3.3-1 ภาพแบบร่างบรรจุภัณฑ์หมวดวัตถุดิบหลัก	149
รูปภาพที่ 3.3-2 ภาพแบบร่างบรรจุภัณฑ์หมวดสารเสริมคุณภาพ	149
รูปภาพที่ 3.3-3 ภาพแบบร่างบรรจุภัณฑ์หมวดการปรุงแต่งและการตกแต่ง	150

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปภาพที่ 3.3-4 ภาพแบบร่างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมตราเบคกิ้งควีน	151
รูปภาพที่ 3.3-5 ภาพแบบร่างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมตราเบคกิ้งควีน	151
รูปภาพที่ 3.3-6 ภาพแบบร่างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมตรา เบคกิ้งควีน	152
รูปภาพที่ 3.3-7 ภาพแบบร่างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์หมวดวัตถุดิบหลัก	152
รูปภาพที่ 3.3-8 ภาพแบบร่างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์หมวดสารเสริมคุณภาพ	152
รูปภาพที่ 3.4-1 ภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบขั้นตอนสุดท้าย	155
รูปภาพที่ 3.4-2 ภาพแสดงขั้นตอนการออกแบบขั้นตอนสุดท้าย	156
รูปภาพที่ 3.4-3 ภาพแสดงการออกแบบปรับปรุงลักษณะการใช้งานในขั้นตอนสุดท้าย	157
รูปภาพที่ 3.4-3 ภาพแสดงการออกแบบลักษณะการใช้งานในขั้นตอนสุดท้าย	157
รูปภาพที่ 3.4-4 ภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบด้านกราฟฟิกขั้นตอนสุดท้าย	158
รูปภาพที่ 3.4-5 ภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบโครงสร้างแนวทางที่ 1 นางฟ้า	159
รูปภาพที่ 3.4-6 ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างแนวทางที่ 1 นางฟ้า	159
รูปภาพที่ 3.4-7 ภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบโครงสร้างแนวทางที่ 2 ประกาย	160
รูปภาพที่ 3.4-8 ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างแนวทางที่ 2 ประกาย	160
รูปภาพที่ 3.4-9 ภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบโครงสร้างแนวทางที่ 3 นิทาน	161
รูปภาพที่ 3.4-10 ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างแนวทางที่ 3 นิทาน	161
รูปภาพที่ 3.4-11 ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ขั้นตอนสุดท้าย	162
รูปภาพที่ 3.4-12 ภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบกราฟฟิกแนวทางที่ 1 นางฟ้า	164
รูปภาพที่ 3.4-13 ภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบกราฟฟิกแนวทางที่ 2 ประกาย	165
รูปภาพที่ 3.4-14 ภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบกราฟฟิกแนวทางที่ 3 นิทาน	165
รูปภาพที่ 3.4-15 ภาพแสดงการออกแบบกราฟฟิกแนวทางที่ 1 นางฟ้า	166
รูปภาพที่ 3.4-15 ภาพแสดงการออกแบบกราฟฟิกแนวทางที่ 2 ประกาย	166
รูปภาพที่ 3.4-16 ภาพแสดงการออกแบบกราฟฟิกแนวทางที่ 3 นิทาน	167
รูปภาพที่ 3.4-17 ภาพแสดงเงื่อนไขในการพิจารณาแบบกราฟฟิกขั้นตอนสุดท้าย	167
รูปภาพที่ 3.5-18 ภาพแสดงผลงานออกแบบขั้นสุดท้ายของบรรจุภัณฑ์ฟิลลิ่งผลไม้	168
รูปภาพที่ 3.5-2 ภาพแสดงผลงานออกแบบขั้นสุดท้ายของ บรรจุภัณฑ์น้ำเชื่อม	169
รูปภาพที่ 3.5-3 ภาพแสดงผลงานออกแบบขั้นสุดท้ายของ บรรจุภัณฑ์ช็อกโกแลตฟรอสติ้ง	169
รูปภาพที่ 3.5-4 ภาพแสดงผลงานออกแบบขั้นสุดท้ายของ บรรจุภัณฑ์แยมผลไม้	170
รูปภาพที่ 3.5-5 ภาพแสดงผลงานออกแบบขั้นสุดท้ายของ บรรจุภัณฑ์ батเตอร์ครีม	170
รูปภาพที่ 3.5-6 ภาพแสดงผลงานออกแบบขั้นสุดท้ายของ บรรจุภัณฑ์แป้งสำเร็จรูป	171

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปภาพที่ 3.5-7 ภาพแสดงผลงานออกแบบขั้นสุดท้ายของ บรรจุกัณฑ์แบ่งสำเร็จรูป	171
รูปภาพที่ 3.5-8 ภาพแสดงผลงานออกแบบขั้นสุดท้ายของ บรรจุกัณฑ์แบ่งสำเร็จรูป	172
รูปที่ 4.1-1 แผ่นภาพแสดงที่มาของโครงการ	174
รูปภาพที่ 4.1-2 แผ่นภาพแสดงที่มาของโครงการออกแบบ	175
รูปภาพที่ 4.1-3 แผ่นภาพแสดงวัตถุประสงค์ของโครงการ	175
รูปภาพที่ 4.1-4 แผ่นภาพแสดงขอบเขตในการออกแบบของโครงการ	176
รูปภาพที่ 4.1-5 แผ่นภาพแสดงขอบเขตในการออกแบบของโครงการ	176
รูปภาพที่ 4.1-6 แผ่นภาพแสดงข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทผู้ผลิต	177
รูปภาพที่ 4.1-7 แผ่นภาพแสดงข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทผู้ผลิต	177
รูปภาพที่ 4.1-8 แผ่นภาพแสดงกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทผู้ผลิต	178
รูปภาพที่ 4.1-9 แผ่นภาพแสดงข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการทำขนม	178
รูปภาพที่ 4.1-10 แผ่นภาพแสดงข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการทำขนม	179
รูปภาพที่ 4.1-11 แผ่นภาพแสดงข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการทำขนม	179
รูปภาพที่ 4.1-12 แผ่นภาพแสดงข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการทำขนม	180
รูปภาพที่ 4.1-13 แผ่นภาพแสดงข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการทำขนม	180
รูปภาพที่ 4.1-14 แผ่นภาพแสดงข้อมูลทางการตลาดของผลิตภัณฑ์	181
รูปภาพที่ 4.1-15 แผ่นภาพแสดงข้อมูลแนวโน้มทางการตลาดของผลิตภัณฑ์	181
รูปภาพที่ 4.1-16 แผ่นภาพแสดงการเปรียบเทียบระหว่างตราสินค้าเดิมและตราสินค้าใหม่	182
รูปภาพที่ 4.1-17 แผ่นภาพแสดงการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็งของผลิตภัณฑ์	182
รูปภาพที่ 4.1-18 แผ่นภาพแสดงการวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์	183
รูปภาพที่ 4.1-19 แผ่นภาพแสดงข้อมูลคู่แข่งหลักของผลิตภัณฑ์	183
รูปภาพที่ 4.1-20 แผ่นภาพแสดงข้อมูลคู่แข่งรองของผลิตภัณฑ์	184
รูปภาพที่ 4.1-21 แผ่นภาพแสดงลักษณะทางกายภาพของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	184
รูปภาพที่ 4.1-22 แผ่นภาพแสดงลักษณะทางจิตวิทยาของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	185
รูปภาพที่ 4.1-23 แผ่นภาพแสดงการวางตำแหน่งด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์	185
รูปภาพที่ 4.1-24 แผ่นภาพแสดงการวางตำแหน่งด้านบรรจุกัณฑ์ของผลิตภัณฑ์	186
รูปภาพที่ 4.1-25 แผ่นภาพแสดงการวางตำแหน่งด้านกราฟฟิกของผลิตภัณฑ์	186
รูปภาพที่ 4.1-26 แผ่นภาพแสดงลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	187
รูปภาพที่ 4.1-27 แผ่นภาพแสดงลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	187
รูปภาพที่ 4.1-28 แผ่นภาพแสดงข้อมูลของผลิตภัณฑ์ในโครงการ	188

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปภาพที่ 4.1-29	แผ่นภาพแสดงข้อมูลของผลิตภัณฑ์ในโครงการ	188
รูปภาพที่ 4.1-30	แผ่นภาพแสดงข้อมูลลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ในโครงการ	189
รูปภาพที่ 4.1-31	แผ่นภาพแสดงข้อมูลความต้องการของผลิตภัณฑ์ด้านการบรรจุ และการปกป้องสินค้า	189
รูปภาพที่ 4.1-32	แผ่นภาพแสดงข้อมูลความต้องการของผลิตภัณฑ์ด้าน การอำนวยความสะดวก	190
รูปภาพที่ 4.1-33	แผ่นภาพแสดงข้อมูลด้านวัสดุและกรรมวิธีการผลิต	190
รูปภาพที่ 4.1-34	แผ่นภาพแสดงแนวทางในการตั้งชื่อตราสินค้าใหม่	191
รูปภาพที่ 4.1-35	แผ่นภาพแสดงแนวทางในการตั้งชื่อตราสินค้าใหม่	191
รูปภาพที่ 4.1-36	แผ่นภาพแสดงขั้นตอนการออกแบบโลโก้ตราสินค้า	192
รูปภาพที่ 4.1-37	แผ่นภาพแสดงขั้นตอนการพัฒนาแบบโลโก้ตราสินค้า	193
รูปภาพที่ 4.1-38	แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบชั้นแบบร่าง	194
รูปภาพที่ 4.1-39	แผ่นภาพแสดงขั้นตอนแนวความคิดในการออกแบบชั้นแบบร่าง	194
รูปภาพที่ 4.1-40	แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบลักษณะการใช้งาน	195
รูปภาพที่ 4.1-41	แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบลักษณะการใช้งาน	195
รูปภาพที่ 4.1-42	แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบลักษณะการใช้งาน บรรจุภัณฑ์แข็ง	196
รูปภาพที่ 4.1-43	แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์เนย	196
รูปภาพที่ 4.1-44	แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์ สารเสริมคุณภาพ	197
รูปภาพที่ 4.1-45	แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์ วัตถุปรุงแต่งสี	197
รูปภาพที่ 4.1-46	แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์ ชอกโกแลตฟรอสต์ติ้ง	198
รูปภาพที่ 4.1-47	แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์ วิปปีงครีม	198
รูปภาพที่ 4.1-48	แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์ บัตเตอร์ครีม	199
รูปภาพที่ 4.1-49	แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์ ฟิลลิ่งผลไม้	199

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปภาพที่ 4.1-50	แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์ แยมผลไม้	200
รูปภาพที่ 4.1-51	แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์ น้ำเชื่อม	200
รูปภาพที่ 4.1-52	แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์ ห้อปิ้ง	201
รูปภาพที่ 4.1-53	แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์	201
รูปภาพที่ 4.1-54	แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	202
รูปภาพที่ 4.1-55	แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์แนวทางที่ 1	202
รูปภาพที่ 4.1-56	แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์แนวทางที่ 2	203
รูปภาพที่ 4.1-57	แผ่นภาพแสดงการพัฒนาโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ขั้นตอนแบบร่าง	203
รูปภาพที่ 4.1-58	แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบกราฟฟิคบรรจุภัณฑ์	204
รูปภาพที่ 4.1-59	แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบกราฟฟิคบรรจุภัณฑ์แนวทางที่ 1	204
รูปภาพที่ 4.1-60	แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบกราฟฟิคบรรจุภัณฑ์แนวทางที่ 2	205
รูปภาพที่ 4.1-61	แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบกราฟฟิคบรรจุภัณฑ์แนวทางที่ 3	205
รูปภาพที่ 4.1-62	แผ่นภาพแสดงการพิจารณาแบบกราฟฟิคบรรจุภัณฑ์ขั้นตอนแบบร่าง	206
รูปภาพที่ 4.1-63	แผ่นภาพแสดงพัฒนาแบบกราฟฟิคบรรจุภัณฑ์ขั้นตอนแบบร่าง	206
รูปภาพที่ 4.1-64	แผ่นภาพแสดงการจัดวางองค์ประกอบกราฟฟิคบรรจุภัณฑ์ขั้นตอนแบบร่าง	207
รูปภาพที่ 4.1-65	แผ่นภาพแสดงกราฟฟิคบรรจุภัณฑ์ขั้นตอนแบบร่าง	207
รูปภาพที่ 4.1-66	แผ่นภาพแสดงกราฟฟิคบรรจุภัณฑ์ขั้นตอนแบบร่าง	208
รูปภาพที่ 4.1-67	แผ่นภาพแสดงกราฟฟิคบรรจุภัณฑ์ขั้นตอนแบบร่าง	208
รูปภาพที่ 4.1-68	แผ่นภาพแสดงการใช้ภาพกราฟฟิคในการสื่อความหมายบนบรรจุภัณฑ์	209
รูปภาพที่ 4.1-69	แผ่นภาพแสดงภาพถ่ายหุ่นจำลองในขั้นแบบร่าง	209
รูปภาพที่ 4.1-70	แผ่นภาพแสดงการพัฒนาแนวความคิดในการออกแบบขั้นสุดท้าย	210
รูปภาพที่ 4.1-71	แผ่นภาพแสดงการพัฒนาแนวความคิดในการออกแบบขั้นสุดท้าย	210
รูปภาพที่ 4.1-72	แผ่นภาพแสดงการพัฒนาแนวความคิดในการออกแบบโครงสร้าง บรรจุภัณฑ์ขั้นสุดท้าย	211
รูปภาพที่ 4.1-73	แผ่นภาพแสดงแผ่นภาพแนวความคิดในการออกแบบ	211
รูปภาพที่ 4.1-74	แผ่นภาพแสดงแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นสุดท้าย	212
รูปภาพที่ 4.1-75	แผ่นภาพแสดงแนวทางในการออกแบบแนวทางที่ 1	212

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปภาพที่ 4..2-3 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์เนยสำหรับทำขนม	228
รูปภาพที่ 4..2-4 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์สารเสริมคุณภาพ	228
รูปภาพที่ 4..2-5 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์สารเสริมคุณภาพ	228
รูปภาพที่ 4..2-6 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์น้ำเชื่อม	229
รูปภาพที่ 4..2-7 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ฟิล์ลงผลไม้	229
รูปภาพที่ 4..2-8 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ช็อกโกแลตฟรอสติ้ง	230
รูปภาพที่ 4..2-9 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์น้ำตาลไอซิ่ง	230
รูปภาพที่ 4..2-10 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์วิปป์ครีม	231
รูปภาพที่ 4..2-11 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์แยมผลไม้	231
รูปภาพที่ 4..2-12 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์บัตเตอร์ครีมไอซิ่ง	232
รูปภาพที่ 4..2-13 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ท็อปปิ้งแต่งหน้า	232
รูปภาพที่ 4..2-14 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์หมวดแบ่งสำเร็จรูป	233



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.1 บทนำ

การทำขนมให้ได้คุณภาพที่ดีนั้น การเลือกสรรวัตถุดิบที่ดีเป็นส่วนประกอบในการทำขนม ถือว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ซึ่งบ่งบอกถึงคุณภาพของสินค้า นอกจากนี้ยังสามารถกำหนดราคาของสินค้าได้อีกด้วย ในการทำขนมแต่ละครั้งนั้นต้องใช้วัตถุดิบหรือผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมมากมาย ซึ่งปัจจุบันนี้สินค้าในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการทำขนมมีการพัฒนารูปแบบให้มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ตามลักษณะและประเภทของขนมอบที่แตกต่างกันเพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการใช้งาน ซึ่งขนมอบแต่ละชนิดจะมีขั้นตอนการทำที่แตกต่างกัน แต่ยังคงมีส่วนผสมหลักๆที่สำคัญเหมือนกัน เช่น แป้ง เนย นม น้ำตาล ไข่ เป็นต้น ซึ่งสามารถจัดหมวดหมู่ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ออกเป็น 3 หมวดใหญ่ๆ คือ

1. หมวดวัตถุดิบหลัก เช่น แป้ง นม เนย น้ำตาลและไข่ ฯลฯ
2. หมวดสารเสริมคุณภาพ เช่น ผงฟู ยีสต์ ครีม ออฟ ทาร์ทาร์ ฯลฯ
3. หมวดปรุงแต่งและการตกแต่ง เช่น สีและกลิ่นผสมอาหาร ผงโกโก้ วิปปิ้งครีม ฯลฯ
4. หมวดสินค้าสำเร็จรูป เช่น แป้งเค้กสำเร็จรูป ฯลฯ

ห้างหุ้นส่วนจำกัด กิมจิวพาณิชย์ (KIM CHUA Trading Ltd., S'Ship) เป็นบริษัทผู้ผลิตกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมซึ่งถือได้ว่าเป็นผู้ผลิตรายใหญ่รายหนึ่งในตลาด โดยมีกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมครบครันกลุ่มผลิตภัณฑ์ทั้ง 4 หมวดที่กล่าวมาข้างต้นโดยทางบริษัทมีช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งหมด 3 ช่องทางคือ ช่องทางหลัก กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร (Catering Chanel) เช่น ธุรกิจโรงแรมภัตตาคาร สายการบิน และกลุ่มธุรกิจร้านเบเกอรี่ (Bakery Shop Chanel) ซึ่งทางบริษัทนั้นเป็นผู้นำส่วนแบ่งทางการตลาด ช่องทางรอง กลุ่มธุรกิจค้าปลีก (Modern Trade&Retail Shop Chanel)

โดยในโครงการนี้จะมีขอบเขตของโครงการเฉพาะส่วนผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมในกลุ่มธุรกิจค้าปลีก (Modern Trade&Retail Shop Chanel) ซึ่งเป็นช่องทางที่บริษัทมีความต้องการที่จะขยายและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดให้มากขึ้นกว่าเดิม เนื่องจากยังเป็นช่องทางที่มีส่วนแบ่งการตลาดที่เป็นรองคู่แข่งรายอื่นๆ และเล็งเห็นช่องทางการตลาดที่สามารถขยายตัวได้ดีในอนาคต ซึ่งทางบริษัทได้มีการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งเป็นที่มาของโครงการออกแบบ ดังนี้

1. มีการออกตราสินค้าใหม่ โดยต้องการให้ตราสินค้าใหม่นั้น เพิ่มส่วนแบ่งการตลาดของสินค้าในประเทศให้เพิ่มมากขึ้น และขยายสายผลิตภัณฑ์ให้เพิ่มมากขึ้นด้วย
2. เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งต้องการเพิ่มการจัดจำหน่ายในลักษณะขายปลีกมากขึ้นและขยายสถานที่จัดจำหน่ายไปยังส่วนของซูเปอร์มาร์เก็ตและไฮเปอร์มาเก็ตมากขึ้น
3. เจาะกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายใหม่ ซึ่งทางบริษัทเล็งเห็นว่า การเจาะกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคใหม่เป็นการเพิ่มช่องทางการตลาด ซึ่งถือเป็นการเปิดช่องทางการตลาดใหม่

จากแผนกลยุทธ์ทางการตลาดดังกล่าวนี้ จึงส่งผลให้เกิดความต้องการบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิก โดยบรรจุภัณฑ์นั้นถือว่าเป็นกลยุทธ์ทางการขายที่สำคัญ เนื่องจากการส่งเสริมและสร้างเอกลักษณ์สินค้าให้สามารถจดจำในตัวสินค้าได้ ส่งผลให้มีการกระตุ้น และมีการตัดสินใจซื้อในที่สุด จึงเป็นที่มาของโครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมของห้างหุ้นส่วนจำกัด กิมจิพาณิชย์ โดยมีวัตถุประสงค์ของโครงการออกแบบ ดังนี้

1. เพื่อประโยชน์ด้านการใช้สอย

- สามารถเพิ่มความสะดวกและแก้ปัญหาในด้านการบรรจุ
- สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ให้คงคุณภาพที่ดีและสมบูรณ์
- เอื้ออำนวยความสะดวกต่อการใช้งาน การขนส่งและการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์
- ง่ายและสะดวกต่อการประชาสัมพันธ์ เช่น การโชว์สินค้า

2. เพื่อประโยชน์ด้านการสื่อความหมาย

- สามารถบ่งชี้ถึงผลิตภัณฑ์ และความเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่ง
- ง่ายต่อการจดจำของผู้บริโภค
- สามารถแสดงถึงการใช้งานที่ชัดเจน ทำให้ง่ายต่อการเลือกซื้อและใช้งานของผู้บริโภค

3. เพื่อประโยชน์ด้านการส่งเสริมการขาย และกลยุทธ์ทางการตลาด

- เพื่อเพิ่มยอดขายการจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น โดยเป็นการขยายตลาดของกลุ่มผู้บริโภคเอง
- เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

1.2 ความเป็นไปได้ของโครงการ

1. ด้านนโยบาย

เนื่องจากทางห้างหุ้นส่วนจำกัด กิมจิวพาณิชย์ มีการเล็งเห็นถึงประโยชน์ของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และสื่อส่งเสริมการขายต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของทางบริษัทที่ต้องการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด และเป็นผู้นำในกลุ่มผู้ผลิตสินค้าในประเทศ โดยเน้นการแข่งขันด้านคุณภาพของสินค้า ดังนั้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์จึง ถือเป็นกลยุทธ์ทางการที่สำคัญ

2. ด้านเศรษฐกิจ

ปัจจุบันกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำเบเกอรี่มีคู่แข่งทั้งสินค้านำเข้าจากต่างประเทศและสินค้าที่มีการผลิตในประเทศไทย ซึ่งคู่แข่งที่มีการผลิตในประเทศไทยนั้นยังมีน้อย โดยทางห้างหุ้นส่วนจำกัด กิมจิวพาณิชย์นั้นมีความสามารถผลิตที่มีมาตรฐานที่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งต่างประเทศได้ ดังนั้นจึงเป็นการดีที่มีการสนับสนุนให้บริโศคสินค้าที่มีการผลิตในประเทศไทย ให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มทางเลือกแก่ผู้บริโภคให้สามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสมอีกด้วย

3. ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพและความหลากหลายมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และยกระดับผลิตภัณฑ์ที่ผลิตภายในประเทศให้เกิดการพัฒนาในส่วนของสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน อันเป็นที่ยอมรับได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ยังเป็นการพัฒนาในการเลือกใช้วัสดุ รวมทั้งกระบวนการใช้พลังงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นการรักษาทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมไทย

4. ด้านการศึกษา

โครงการนี้เป็นโครงการเพื่อการศึกษาที่เปิดโอกาสในด้านการศึกษาค้นคว้า ข้อมูล การเลือกใช้วัสดุ เทคโนโลยีการผลิตและการฝึกฝนให้รู้จักการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด มาวิเคราะห์ สรุปผล เพื่อให้ได้ทางเลือกและแนวทางการแก้ปัญหาที่ดีที่สุดในการดำเนินการออกแบบบรรจุภัณฑ์

สรุปความเป็นไปได้ของโครงการ

จากความเป็นไปได้ทางด้านต่างๆที่กล่าวมา พบว่า โครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการศึกษาทุกด้าน ทั้งทางด้านนโยบาย ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ละด้านการศึกษา นอกจากนี้ยังได้รับความร่วมมือจากห้างหุ้นส่วนจำกัด กิมจิวพาณิชย์ ในการให้ข้อมูล และให้ความสนับสนุนโครงการ

1.3 ขอบเขตของโครงการ

1.3.1 ขอบเขตโครงการด้านคุณภาพ

1.3.1.1 ออกแบบโลโก้

ออกแบบโลโก้ โดยออกแบบให้สามารถสื่อความหมายได้ตรงตามจุดประสงค์ สามารถสื่อสารถูกกลุ่มเป้าหมาย สามารถจดจำได้ง่ายและแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของผู้ผลิตได้อย่างเหมาะสม

1.3.1.2 ออกแบบกราฟฟิกและการสื่อความหมาย

ออกแบบกราฟฟิกแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ร่วมของตราสินค้า (Brand Identity)

เพื่อแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของผู้ผลิต สร้าง Brand Power ให้อยู่ในความทรงจำของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย และเป็นที่ยึดมั่นของกลุ่มคนทั่วไป

ออกแบบกราฟฟิกให้มีเอกลักษณ์ร่วมของสินค้า (Corporate Identity)

เพื่อแสดงถึงความเป็นครอบครัวเดียวกันของผลิตภัณฑ์ พยายามสร้างให้เกิด Brand Identity ในตัวสินค้าแต่ละตัว โดยสามารถชี้ให้เห็นความแตกต่างของสินค้าแต่ละชนิดอย่างชัดเจน เพื่อไม่ให้เกิดความสับสนแก่ผู้บริโภค

แสดงข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในให้ผู้บริโภคทราบ

เช่น ชื่อสามัญของสินค้า วันที่ผลิต วันหมดอายุ วิธีการใช้ และการเก็บรักษา เป็นต้น ส่วนที่สำคัญควรจัดอยู่ในตำแหน่งที่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน

แสดงข้อมูลส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภคได้ทราบในทุกชนิดของผลิตภัณฑ์

เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับการบริโภค จึงควรแสดงให้ผู้บริโภคได้ทราบถึง ส่วนประกอบสำคัญเพื่อให้ผู้บริโภคได้สามารถเลือกซื้อได้อย่างเหมาะสม



1.3.1.3 ออกแบบบรรจุภัณฑ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อการทำขนม สามารถแบ่งผลิตภัณฑ์ออกเป็น 3 หมวดดังนี้

1. ออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์วัตถุดิบหลักในการทำขนม
2. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สารเสริมคุณภาพ
3. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เพื่อการปรุงแต่งและการตกแต่ง
4. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แป้งทำขนมสำเร็จรูป

โดยมีรายละเอียดของแต่ละผลิตภัณฑ์ดังนี้

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์วัตถุดิบในการทำขนม ประกอบด้วย

1. แป้งธรรมชาติ ขนาดบรรจุ 1000 กรัม (แป้งเค้ก / แป้งสาลีอเนกประสงค์ / แป้งขนมปัง)	
2. เนยสดและมาร์การีน ขนาดบรรจุ 250 กรัม	

รูปที่ 1.3-1 ภาพแสดงขอบเขตโครงการด้านคุณภาพหมวดวัตถุดิบหลัก

2. กลุ่มผลิตภัณฑ์สารเสริมคุณภาพ ประกอบด้วย

1. ผงฟูดับเบิ้ลแอกชั่น ขนาดบรรจุ 100 กรัม	
2. ยีสต์ ขนาดบรรจุ 100 กรัม	
3. ครีม ออฟ ทาร์ทาร์ ขนาดบรรจุ 100 กรัม	

รูปที่ 1.3-2 ภาพแสดงขอบเขตโครงการด้านคุณภาพหมวดสารเสริมคุณภาพ

3. กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อการปรุงแต่งและการตกแต่ง ประกอบด้วย

1. สีและวัตถุแต่งกลิ่นธรรมชาติ ขนาดบรรจุ 30 ลูกบาศก์เซนติเมตร	
2. ช็อกโกแลตฟรอสติ้ง บรรจุ 250 กรัม	
3. วิปป์ครีม	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. แยมผลไม้ บรรจุ กรัม

(แอปเปิ้ล/ บลูเบอร์รี่ / พีช/ องุ่น)



5. น้ำตาลไอซิ่ง ขนาดบรรจุ 300 กรัม



6. น้ำเชื่อม ขนาดบรรจุ 300 มิลลิลิตร

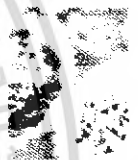


7. พิลลิ่งแต่งหน้ารสผลไม้ ขนาดบรรจุ 150 มิลลิลิตร

(แอปเปิ้ล/ บลูเบอร์รี่ / พีช/ องุ่น)



8. ท้อปปีง บรรจุ กรัม



9. บัตเตอร์ครีมไอซิ่ง ขนาดบรรจุ 150 กรัม

รูปที่ 1.3-3 ภาพแสดงขอบเขตโครงการด้านคุณภาพหมวดการปรุงแต่งและการตกแต่ง

4. หมวดสินค้าสำเร็จรูป ประกอบด้วย

แยมเค้ก / แยมขนมปัง / แยมบราวนี่ / แยมมัฟฟิน / แยมคัพเค้ก

ขนาดบรรจุ 400 กรัม



รูปที่ 1.3-4 ภาพแสดงขอบเขตโครงการด้านคุณภาพหมวดสินค้าสำเร็จรูป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ออกแบบโครงสร้างและกราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์ให้แสดงถึงเอกลักษณ์ร่วมของตราสินค้า (Brand Identity)

เพื่อเป็นการสร้างและแสดงเอกลักษณ์ของผู้ผลิต เป็นการสร้างตราสินค้าผู้บริโภคสามารถจดจำได้ง่าย และเกิดความคุ้นเคยในตราสินค้า




ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ร่วมของสินค้า(Corporate Identity)ภายในกลุ่มสินค้าเดียวกัน เพื่อให้เกิดความเข้าใจและการจดจำสินค้าร่วมกันระหว่างสินค้าภายใต้ตราสินค้าเดียวกัน และสามารถบ่งบอกถึงความแตกต่างของสินค้าแต่ละชนิดได้เพื่ออำนวยความสะดวกของผู้บริโภคขณะเลือกซื้อสินค้าและการใช้งาน




ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยคำนึงถึงความเหมาะสมของแต่ละตัวผลิตภัณฑ์ด้านต่างๆ ดังนี้




- ด้านการบรรจุ (Containment)
- ด้านการปกป้องสินค้า (Protection)
- ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)
- ด้านการประชาสัมพันธ์ (Promotion)


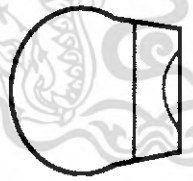
1.3.2 ขอบเขตงานด้านปริมาณ




ออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิคของผลิตภัณฑ์ในโครงการ โดยมีขอบเขตด้านปริมาณในการออกแบบดังนี้

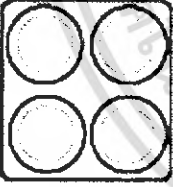
รายการผลิตภัณฑ์		ประเภทบรรจุภัณฑ์			ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	ชนิด/รูปแบบ	ชั้น	คุณภาพงาน	ลักษณะงาน	
1. แป้งสาลี	ขนาดบรรจุ 580 กรัม	Primary Package	กล่องพลาสติก 	Containment บรรจุสินค้าในขนาดที่เหมาะสมในการใช้งานโครงสร้างขนาด
				Protection ออกแบบให้ปกป้องความชื้น และฝุ่นละอองต่างๆ	
2. เนยสด	200 กรัม	Primary Package	อะลูมิเนียมฟอยล์ 	Convenience ออกแบบให้สามารถตวงแบ่งจากบรรจุภัณฑ์ได้ทันทีกราฟฟิคหลักเอกลักษณ์ร่วม
				Promotion ออกแบบให้สามารถแยกประเภทของแบ่งได้ง่าย	
2. เนยจืด	200 กรัม	Secondary Package	กระดาษ 	Containment บรรจุสินค้าในขนาดที่เหมาะสมในการใช้งานโครงสร้างขนาด
				Protection ออกแบบให้ป้องกันการกระแทกเพื่อไม่ให้เสียรูปทรง ป้องกันอากาศ	
				Convenience ออกแบบให้สามารถตวงเนยจากบรรจุภัณฑ์ได้กราฟฟิคหลักเอกลักษณ์ร่วม
				Promotion ออกแบบให้สามารถแยกประเภทของเนยได้ง่าย	
				Containment บรรจุสินค้าในขนาดที่เหมาะสมในการใช้งานโครงสร้างขนาด
				Protection ออกแบบให้ป้องกันการกระแทกเพื่อไม่ให้เสียรูปทรง ป้องกันอากาศ	
				Convenience ออกแบบให้สามารถตวงเนยจากบรรจุภัณฑ์ได้กราฟฟิคหลักเอกลักษณ์ร่วม
				Promotion ออกแบบให้สามารถแยกประเภทของเนยได้ง่าย	

รายการผลิตภัณฑ์		ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงาน ออกแบบ	ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	รหัส	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ		
3. ผงฟู	ดัมเบ็ด แอกชั่น	100 กรัม	Primary Package	ชนิด/รูปแบบ กล่องพลาสติก 	Containmentบรรจุสินค้าในขนาดที่เหมาะสมในการใช้งาน Protectionออกแบบให้ปกป้องความชื้น และฝุ่นละอองต่างๆ Convenienceออกแบบให้สามารถตวงสินค้าจากบรรจุภัณฑ์ ได้ทันที Promotionออกแบบให้มีรูปแบบและเอกลักษณ์ที่โดดเด่น	โครงสร้างมาตรฐานออกแบบ กราฟฟิก ...เอกลักษณ์ร่วม ...เอกลักษณ์หลัก
4. ยีสต์		100 กรัม	Primary Package	กล่องพลาสติก 	Containmentบรรจุสินค้าในขนาดที่เหมาะสมในการใช้งาน Protectionออกแบบให้ปกป้องความชื้น และฝุ่นละอองต่างๆ Convenienceออกแบบให้สามารถตวงสินค้าจากบรรจุภัณฑ์ ได้ทันที Promotionออกแบบให้มีรูปแบบและเอกลักษณ์ที่โดดเด่น	โครงสร้างมาตรฐานออกแบบ กราฟฟิก ...เอกลักษณ์ร่วม ...เอกลักษณ์หลัก
5. คริม ออฟทาร์		100 กรัม	Primary Package	กล่องพลาสติก 	Containmentบรรจุสินค้าในขนาดที่เหมาะสมในการใช้งาน Protectionออกแบบให้ปกป้องความชื้น และฝุ่นละอองต่างๆ Convenienceออกแบบให้สามารถตวงสินค้าจากบรรจุภัณฑ์ ได้ทันที Promotionออกแบบให้มีรูปแบบและเอกลักษณ์ที่โดดเด่น	โครงสร้างมาตรฐานออกแบบ กราฟฟิก ...เอกลักษณ์ร่วม ...เอกลักษณ์หลัก

รายการผลิตภัณฑ์		ประเภทบรรจุภัณฑ์			ปริมาณงาน
		ชนิด/รูปแบบ	ชั้น	คุณภาพงาน	
ผลิตภัณฑ์ 6. สีสและ วัตถุปรุง แต่งกลิ่น	รส 1.แอปเปิ้ล 2.พีช 3.บลูเบอร์รี่ 4.สตอว์ เบอร์รี่	ขนาดบรรจุ 100 กรัม	Primary Package 	คุณภาพงาน Containmentบรรจุสินค้าในขนาดที่เหมาะสมในการใช้งาน Protectionออกแบบให้ป้องกันสินค้าก่อนเปิด และกการ กระแทกในการขนส่ง Convenienceออกแบบให้สามารถคงสินค้าจากบรรจุภัณฑ์ Promotionออกแบบให้มีรูปแบบและเอกลักษณ์ที่โดดเด่น และมีการแบ่งแยกสีและกลิ่นได้อย่างชัดเจน	ลักษณะงานโครงสร้างขนาดกราฟฟิคหลักเอกลักษณ์ร่วม
7. ช็อกโก แลตฟรอส ตัง	1.ช็อกโก แลต 2.วนิลลา 3. สตอว์ เบอร์รี่	250 กรัม	Primary Package 	คุณภาพงาน Containmentบรรจุสินค้าในขนาดที่เหมาะสมในการใช้งาน Protectionออกแบบให้ปกป้องความชื้น และฝุ่นละอองต่างๆ และมีการป้องกันสินค้าก่อนบริโภค Convenienceออกแบบให้บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่ช่วยในการเท สินค้าได้ทันที Promotionออกแบบให้มีรูปแบบและเอกลักษณ์ที่โดดเด่น	ปริมาณงานโครงสร้างมาตรฐานออกแบบ กราฟฟิคเอกลักษณ์ร่วม
8. จีบปิ้ง ครีม		200 กรัม	Primary Package 	คุณภาพงาน Containmentบรรจุสินค้าในขนาดที่เหมาะสมในการใช้งาน Protectionออกแบบให้สามารถเก็บรักษาสินค้าได้ดีใน อุณหภูมิเย็น Convenienceออกแบบให้บรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่เป็น หัวบีบซึ่งสามารถบีบเป็นหลอดหลายได้ทันที Promotionออกแบบให้มีรูปแบบและเอกลักษณ์ที่โดดเด่น	ปริมาณงานโครงสร้างมาตรฐานออกแบบ กราฟฟิคเอกลักษณ์ร่วม

9. บัตเตอร์ครีมไอซิ่ง	1. แอมป์เม็ด 2. ฟิช 3. บลูเบอร์รี่ 4. สตอร์เบอร์รี่	200 กรัม	Primary Package	ของอะลูมิเนียมพรอยด์ 	Containmentบรรจุสินค้าในขนาดที่เหมาะสมในการใช้งาน Protection ออกแบบให้ปกป้องความชื้น และฝุ่นละอองต่างๆ Convenience ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่เป็นหัวข้อซึ่งสามารถบีบเป็นหลอดคายได้ทันที Promotion ออกแบบให้มีรูปแบบและเอกลักษณ์ที่โดดเด่น	โครงสร้างมาตรฐานออกแบบกราฟฟิกออกแบบอิสระเอกลักษณ์ร่วมโครงสร้างขนาดกราฟฟิกหลักเอกลักษณ์ร่วม
10. ไม่นม	1. แอมป์เม็ด 2. ฟิช 3. บลูเบอร์รี่ 4. สตอร์เบอร์รี่	150 กรัม	Primary Package	กระปุกแก้ว 	Containmentบรรจุสินค้าในขนาดที่เหมาะสมในการใช้งาน Protection ออกแบบให้ปกป้องความชื้น และฝุ่นละอองต่างๆ ป้องกันการเปิดก่อนใช้งาน Convenience ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่เป็นที่ปาดแยมได้ทันที Promotion ออกแบบให้มีรูปแบบและเอกลักษณ์ที่โดดเด่น และสามารถแบ่งแยกได้ง่าย	โครงสร้างมาตรฐานออกแบบกราฟฟิกออกแบบอิสระเอกลักษณ์ร่วมโครงสร้างขนาดกราฟฟิกหลักเอกลักษณ์ร่วม

ผลิตภัณฑ์	รายการผลิตภัณฑ์		ประเภทบรรจุภัณฑ์		ปริมาณงาน	
	รหัส	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ		
11. ฟิตลิงค์ แผ่นไม้	1. แอปเปิ้ล 2. พีช 3. บลูเบอร์รี่ 4. สตรอว์เบอร์รี่	150 กรัม	Primary Package	ขวดพลาสติก 	คุณภาพงาน Containmentบรรจุสินค้าในขนาดที่เหมาะสมในการใช้งาน Protectionออกแบบให้ปกป้องความชื้น และฝุ่นละอองต่างๆ ออกแบบให้สามารถเก็บรักษาสินค้าได้ดีในอุณหภูมิเย็น Convenienceออกแบบให้บรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าหน้าที่เป็น หีบห่อซึ่งสามารถบีบเป็นหลอดตายได้ทันที Promotionออกแบบให้มีรูปแบบและเอกลักษณ์ที่โดดเด่น	ลักษณะงานโครงสร้างขนาดกราฟฟิกหลักเอกลักษณ์ร่วม
12. ไอซิ่ง		200 กรัม	Primary Package	ขวดพลาสติก 	คุณภาพงาน Containmentบรรจุสินค้าในขนาดที่เหมาะสมในการใช้งาน Protectionออกแบบให้ปกป้องความชื้น และฝุ่นละอองต่างๆ แมลง มด Convenienceออกแบบให้บรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าหน้าที่เป็นหีบห่อ จำหน่ายปลีกได้ทันที Promotionออกแบบให้มีรูปแบบและเอกลักษณ์ที่โดดเด่น	ลักษณะงานโครงสร้างขนาดกราฟฟิกหลักเอกลักษณ์ร่วม
13. ห้อบั้ง	1. ซอกโก แคต 2. ผสม 3. การ์ตูน	200 กรัม	Primary Package	ขวดพลาสติก 	คุณภาพงาน Containmentบรรจุสินค้าในขนาดที่เหมาะสมในการใช้งาน Protectionออกแบบให้ปกป้องความชื้น และฝุ่นละอองต่างๆ และสามารถเก็บได้หลังจากการการใช้งาน Convenienceออกแบบให้บรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าหน้าที่เป็น อุปกรณ์ในการที่เดินลากหลายรูปแบบ Promotionออกแบบให้มีรูปแบบและเอกลักษณ์ที่โดดเด่น	ลักษณะงานโครงสร้างขนาดกราฟฟิกหลักเอกลักษณ์ร่วม


14. สินค้า แม่สังเก็จ รูป	1. เด็ก 2. ขนมหัด 3. บราวน์ 4. มัททิน	400 กรัม	Primary Package	ภาชนะดูมเนียม ฟรอยด์ 	Containmentบรรจุสินค้าในขนาดที่เหมาะสมในการใช้งาน Protectionออกแบบให้ปกป้องความชื้น และฝุ่นละอองต่างๆ ป้องกันการเปิดก่อนใช้งาน Convenienceออกแบบให้บรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่เป็น แม่พิมพ์ขนมได้ทันที Promotionออกแบบให้มีรูปแบบและเอกลักษณ์ที่โดดเด่น และสามารถแบ่งแยกได้ง่าย	โครงสร้างมาตรฐานออกแบบ กราฟฟิก ...ออกแบบอิสระ ...เอกลักษณ์ร่วม	โครงสร้างโครงสร้างขนาดกราฟฟิกหลักเอกลักษณ์ร่วม
---------------------------------	--	----------	--------------------	--	---	---	--





Scope of Design


2. หมวดผลิตภัณฑ์รูป

หมวดผลิตภัณฑ์รูป

ชนิดซองปิด

 Primary Package :
 - ถุงพลาสติก ขนาด 400 G
 1 โคนรับ x 1 ซอง (ออกแบบ)
 1 วัสดุ X 1 วัสดุอื่น

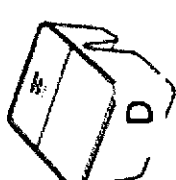
ชนิดซองเปิด

 Primary Package :
 - ถุงพลาสติก ขนาด 400 G
 1 โคนรับ x 1 ซอง (ออกแบบ)
 1 วัสดุ X 1 วัสดุอื่น


แบบเป็น

 Primary Package :
 - ถุงพลาสติก ขนาด 400 G
 1 โคนรับ x 1 ซอง (ออกแบบ)
 1 วัสดุ X 1 วัสดุอื่น


แบบพับ

 Primary Package :
 - ถุงพลาสติก ขนาด 400 G
 1 โคนรับ x 1 ซอง (ออกแบบ)
 1 วัสดุ X 1 วัสดุอื่น

3. หมวดผลิตภัณฑ์รูป

1. บรรจุภัณฑ์หลัก

แบบห่อ

 Primary Package : ภาชนะพลาสติก
 ขนาด 500 กรัม
 1 โคนรับ x 1 ซอง (ออกแบบ)
 1 วัสดุ X 3 วัสดุอื่น

แบบซอง

 Primary Package : ภาชนะพลาสติก
 ขนาด 500 กรัม
 1 โคนรับ x 1 ซอง (ออกแบบ)
 1 วัสดุ X 3 วัสดุอื่น

แบบกล่อง

 Primary Package : ภาชนะพลาสติก
 ขนาด 500 กรัม
 1 โคนรับ x 1 ซอง (ออกแบบ)
 1 วัสดุ X 3 วัสดุอื่น

2. ใยมั้ย

Primary Package : ภาชนะพลาสติก
 1 โคนรับ X 1 ซอง (ออกแบบ)
Secondary Package : ภาชนะพลาสติก
 ขนาด 250 G
 1 โคนรับ x 1 ซอง (ออกแบบ)
 1 วัสดุ X 2 วัสดุอื่น

3. ใยมั้ย

Primary Package : ภาชนะพลาสติก
 ขนาด 100 G
 1 โคนรับ x 1 ซอง (ออกแบบ)
 1 วัสดุ X 3 วัสดุอื่น

Scope of Design

4 **ตราสัญลักษณ์**
LOGO

สรุป

สรุปสาระออกสอบ
 โครงสร้างออกสอบ 14 โครงสร้าง
 โครงสร้างเนื้อหาเฉพาะ 3 โครงสร้าง
 การแก้ปัญหา 36 การแก้ปัญหา
 สรุปบางส่วนที่ออกสอบ
 ออกแบบขวด 5 ขวด
 ออกแบบกล่อง 2 กล่อง
 ออกแบบกระป๋อง 2 กระป๋อง
 ออกแบบแท็บ 1 แท็บ
 ออกแบบถุง 1 ถุง

4 **ขอบเขตการออกแบบ**

7. สลวดัดถุงแก้วน้ำธรรมดาดื่
 Primary Package : ขวดแก้วน้ำดื่ม
 1 โครงสร้าง X 1 ส่วน (ออกแบบขวด)
 ขนาด 150 ml
 1 กระดาษ X 1 เติมน้ำดื่ม

8. ขอบก้นหลอดยาสีฟัน
 Primary Package : ขวดยาสีฟัน
 1 โครงสร้าง X 1 ส่วน (ออกแบบขวด)
 ขนาด 250 g
 1 กระดาษ X 3 เติมน้ำดื่ม

9. ขวดยาสีฟัน
 Primary Package : ขวดยาสีฟัน
 1 โครงสร้าง X 1 ส่วน (ออกแบบขวด)
 ขนาด 250 g
 1 กระดาษ X 1 เติมน้ำดื่ม

10. ขวดเออร์รี่ไอซี
 Primary Package : ขวดเออร์รี่ไอซี
 1 โครงสร้าง X 1 ส่วน (ออกแบบขวด)
 ขนาด 250 ml
 1 กระดาษ X 1 เติมน้ำดื่ม

11. ขวดนม
 Primary Package : ขวดนม
 1 โครงสร้าง X 1 ส่วน (ออกแบบขวด)
 ขนาด 170 ml
 1 กระดาษ X 4 เติมน้ำดื่ม

12. โยโย่
 Primary Package : ขวดโยโย่
 1 โครงสร้าง X 1 ส่วน (ออกแบบขวด)
 ขนาด 150 g
 1 กระดาษ X 2 เติมน้ำดื่ม

13. น้ชาเย็น
 Primary Package : ขวดน้ำเย็น
 1 โครงสร้าง X 1 ส่วน (ออกแบบขวด)
 ขนาด 250 g
 1 กระดาษ X 1 เติมน้ำดื่ม

14. ก้อนยี่
 Primary Package : ขวดก้อนยี่
 1 โครงสร้าง X 1 ส่วน (ออกแบบขวด)
 ขนาด 250 g
 1 กระดาษ X 4 เติมน้ำดื่ม

15. ขวดนมแม่
 Primary Package : ขวดนมแม่
 1 โครงสร้าง X 1 ส่วน (ออกแบบขวด)
 ขนาด 250 ml
 1 กระดาษ X 4 เติมน้ำดื่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4 แนวทางในการแก้ปัญหา

แนวทางในการแก้ปัญหา

เนื่องจากสภาพสังคมในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป คือ ต้องการผลิตภัณฑ์ที่สะดวกและประหยัดเวลาในการทำงาน และมีความต้องการด้านเทคโนโลยี ความทันสมัย ดังนั้นจึงเป็นการดีหากบรรจุกฎเกณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมอบและเบเกอรี่นั้นมีส่วนช่วยตอบสนองของความ ต้องการในเรื่องของการประหยัดเวลาและความต้องการด้านเทคโนโลยี

ด้านการประหยัดเวลานั้นมีแนวทางในการแก้ปัญหา คือ บรรจุกฎเกณฑ์ควรมีส่วนช่วยลดขั้นตอนการทำขนมและเพิ่มความสะดวกให้กับผู้บริโภค ซึ่งการลดขั้นตอนในการทำงานนั้นหมายถึง จากเดิมมีขั้นตอนในการทำขนมเค้ก 10 ขั้นตอน ซึ่งเมื่อมีการใช้งานบรรจุกฎเกณฑ์ที่ออกแบบสามารถนี้แล้วจะสามารถลดขั้นตอนการทำขนมเค้กเป็น 7-8 ขั้นตอนได้ โดยให้บรรจุกฎเกณฑ์มีส่วนช่วยลดขั้นตอนและอุปกรณ์ในการใช้งานบางชิ้นให้น้อยลงจากเดิม ซึ่งถือเป็นการใช้เวลาในการทำขนมที่น้อยลงและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มประโยชน์ใช้สอยให้กับบรรจุกฎเกณฑ์มากขึ้นอีกด้วย

ด้านความทันสมัย และเทคโนโลยีนั้น มีแนวทางในการแก้ปัญหา คือ บรรจุกฎเกณฑ์ควรมีภาพลักษณ์ และมีรูปแบบที่แปลกใหม่ น่าสนใจ เพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายที่นิยมความทันสมัย

จากแนวทางดังกล่าวจึงเกิดเป็น การออกแบบบรรจุกฎเกณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมอบและเบเกอรี่ที่สามารถทำหน้าที่เป็นอุปกรณ์ในการทำขนมและมีรูปแบบใหม่ น่าสนใจ โดยการทำหน้าที่เป็นอุปกรณ์นั้นจะช่วยลดขั้นตอนการทำขนมและเพิ่มความสะดวกให้ผู้บริโภคมากขึ้น

จากที่กล่าวมาข้างต้น จึงสรุปเป็นแผนภูมิแสดงแนวคิดในการแก้ปัญหาดังกล่าวเพื่อให้ง่ายต่อการเข้าใจมากขึ้น ดังนี้



รูปที่ 1.4-1 ภาพแสดงขั้นตอนแนวความคิดในการแก้ปัญหา


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัญหา เจือนไขความต้องการ และแนวทางในการแก้ปัญหา

หมวดวัตถุตีบหลัก

1. แป้งธรรมชาติ

ปัญหา เจือนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>ด้านการบรรจุ (Containment)</p> <p>1. สามารถบรรจุสินค้าได้ 1 ขนาด คือ ขนาด 1 กิโลกรัม ซึ่งสามารถทำเค้กได้ ประมาณ 3-4 ปอนด์</p> <p>ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)</p> <p>ต้องการประหยัดเวลาในการทำ โดยลดขั้นตอน และเพิ่มความสะดวกในการใช้งาน</p> <p>ด้านการปกป้อง (Protection)</p> <p>1. เนื่องจากสินค้าเป็นแป้งมีลักษณะเป็นผง หากได้รับความชื้นจะจับตัวเป็นก้อน ทำให้เสื่อมคุณภาพ</p> <p>ด้านการประชาสัมพันธ์ (Promotion)</p> <p>1. สินค้าประเภทแป้งนั้นมีหลายชนิด ซึ่งนำไปใช้ในการทำขนมที่แตกต่างกัน ในปัจจุบันไม่มีการออกแบบที่สามารถแบ่งแยกสินค้าที่ต่างกันได้อย่างชัดเจน</p>	<p>ออกแบบให้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดเหมาะสมกับปริมาณของผลิตภัณฑ์และการต่อการบรรจุจากโรงงาน</p> <p>ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ทำหน้าที่เป็นอุปกรณ์บรรจุภัณฑ์ + ถ้วยตวง โดยมีการออกแบบให้บรรจุภัณฑ์สามารถตวงแบ่งได้ทันที ½ ถ้วยตวง เนื่องจากเป็นขนาดตวงมาตรฐานที่หน่วยเล็กที่สุด</p> <p>ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้วัสดุที่มีความแข็งแรงทั้งในด้านการขนส่งการวางเรียงซ้อนและการปิดผนึกที่มิดชิดก่อนการเปิดใช้งาน</p> <p>ออกแบบให้มีการแบ่งแยกชนิดของสินค้า โดยการใช้สี และนอกจากนี้ยังมีการใช้รูปภาพประกอบที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน</p> <div style="text-align: center;">  <p>= แป้งทำขนมเค้ก</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>= แป้งทำพาย</p> </div>

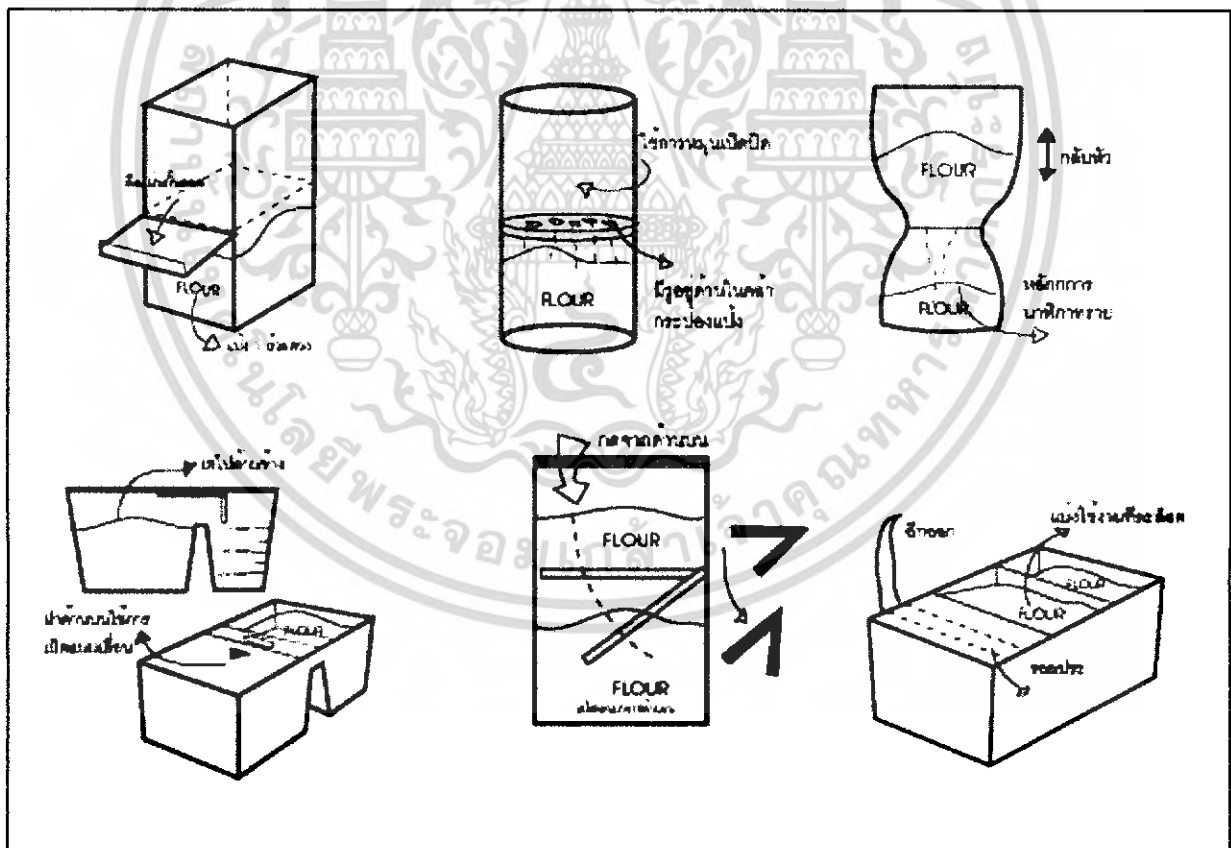
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. บรรจุภัณฑ์เดิมจะมีการให้ข้อมูลสินค้าที่ไม่ครบถ้วน

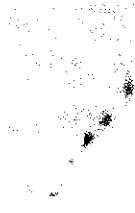

2. ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีรายละเอียดของสินค้าครบถ้วนตามที่กฎหมายกำหนด เช่น เครื่องหมายการค้าต่างๆ ส่วนประกอบสำคัญ และมีการออกแบบเครื่องหมายที่สื่อถึงการใช้งาน เช่น การเท การเปิด การตวง เป็นต้น
 -ออกแบบสินค้าให้มีจุดน่าสนใจ แตกต่างจากคู่แข่ง เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน
 -ออกแบบโดยคำนึงถึง Corporate Identity แต่ยังคงแสดงให้เห็นความแตกต่าง เพื่อให้ผู้บริโภคไม่สับสนเวลาเลือกซื้อสินค้า

แนวทางในการแก้ปัญหาด้านความสะดวก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

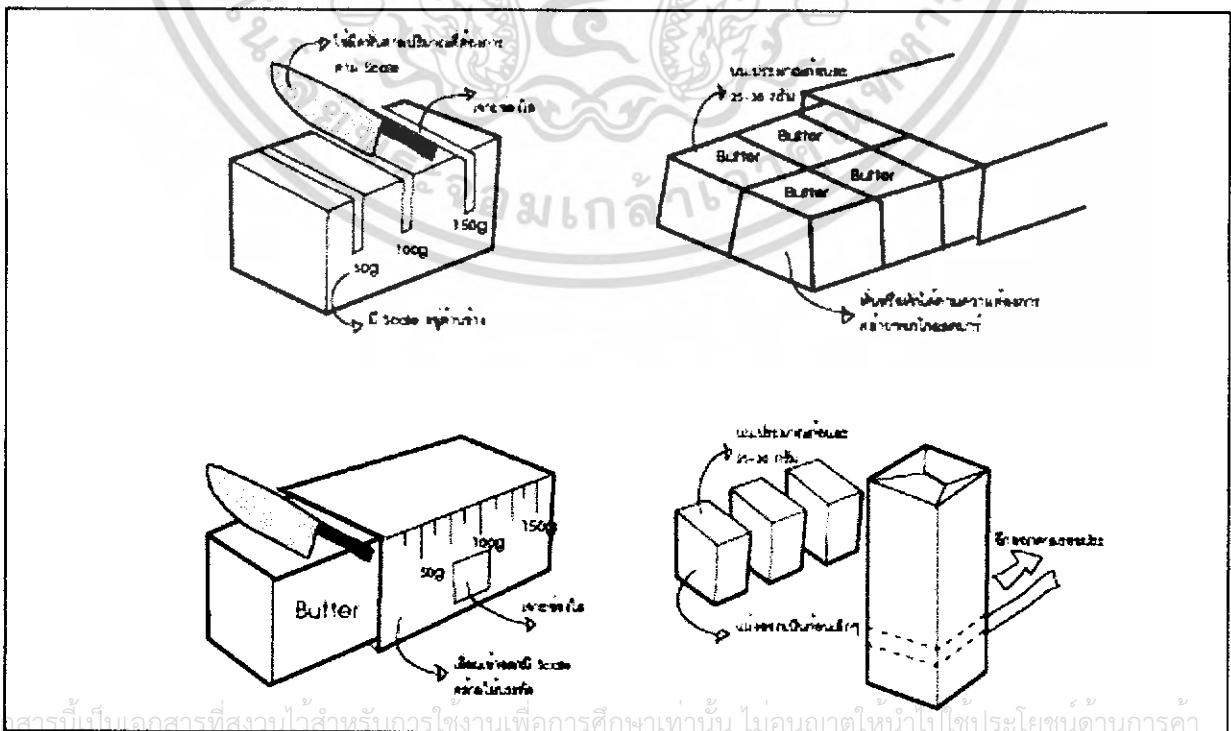
2. เนยสดและมาร์การีน

ปัญหา เจือปนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>ด้านการบรรจุ (Containment) สินค้ามีการบรรจุโดยการห่อด้วยอะลูมิเนียมฟอยล์</p>	<p>ออกแบบให้มีรูปทรงที่ง่ายต่อการห่อ เช่น ออกแบบให้เป็นก้อนสี่เหลี่ยมหรือรูปทรงเรขาคณิตเพื่อง่ายต่อการบรรจุด้วยการห่อ</p>
<p>ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience) ต้องการประหยัดเวลาในการทำ โดยลดขั้นตอน และเพิ่มความสะดวกในการใช้งาน</p>	<p>ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ทำหน้าที่เป็นอุปกรณ์บรรจุภัณฑ์ + ที่ชั่ง โดยมีการออกแบบให้บรรจุภัณฑ์สามารถชั่งน้ำหนักได้ 50 กรัม</p>
<p>ด้านการปกป้อง (Protection) 1. เนื่องจากสินค้ามีลักษณะเป็นก้อนและมีเนื้อบางต้องอาศัยความเย็นในการทรงรูปร่าง ซึ่งเมื่อเกิดการกระแทกอาจทำให้รูปทรงเสียหายได้</p>	<p>ออกแบบบรรจุภัณฑ์ชั้นนอกเพื่อช่วยในการปกป้องสินค้า และกันกระแทก โดยเลือกใช้วัสดุที่มีความแข็งแรงทั้งในด้านการขนส่งและการเรียงชั้น</p>
<p>ด้านการประชาสัมพันธ์ (Promotion) 1. บรรจุภัณฑ์เดิมนั้นไม่มีการเน้นถึงคุณภาพของเนยความหอมหวานของเนยและทำจากนมแท้ๆ</p>	<p>ออกแบบให้มีการใช้รูปภาพที่สื่อถึงคุณภาพของเนย ที่ผลิตจากนมวัวแท้</p> <p>ใช้ภาพที่เน้นถึงเนยนม</p>  <p>ใช้ภาพเหรียญรางวัล</p> 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>2. บรรจุกฎบัตรเดิมจะมีการให้ข้อมูลสินค้าที่ไม่ครบถ้วน</p> <p>3. บรรจุกฎบัตรเดิมมีการออกแบบฉลากที่คล้ายกับคู่แข่งอื่นๆ ในตลาดมากเกินไป</p> <p>4. บรรจุกฎบัตรเดิมนั้นแยกความแตกต่างระหว่างเนยสดและมาร์การีนได้ค่อนข้างน้อย</p>	<p>2. ออกแบบให้บรรจุกฎบัตรมีรายละเอียดของสินค้าครบถ้วนตามที่กฎหมายกำหนด เช่น เครื่องหมายการค้าต่างๆ ส่วนประกอบสำคัญ และมีการออกแบบเครื่องหมายที่สื่อถึงการใช้งาน เช่น การเท การเปิด การตวง เป็นต้น</p> <p>3. ออกแบบสินค้าให้มีจุดน่าสนใจ แตกต่างจากคู่แข่ง เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน</p> <p>4. ออกแบบโดยคำนึงถึง Corporate Identity แต่ยังคงแสดงให้เห็นความแตกต่าง เพื่อให้ผู้บริโภคไม่สับสนเวลาเลือกซื้อสินค้า</p> <p>-ออกแบบให้เนยสดนั้นมีการเน้นถึงเนยแท้ 100 % ที่บริเวณฉลากให้ชัดเจนกว่ามาร์การีน</p>
---	--

แนวทางในการแก้ปัญหาด้านความสะดวก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรณีเฉพาะเพื่อกรณีศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ทำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต


ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หมวดสารเสริมคุณภาพ

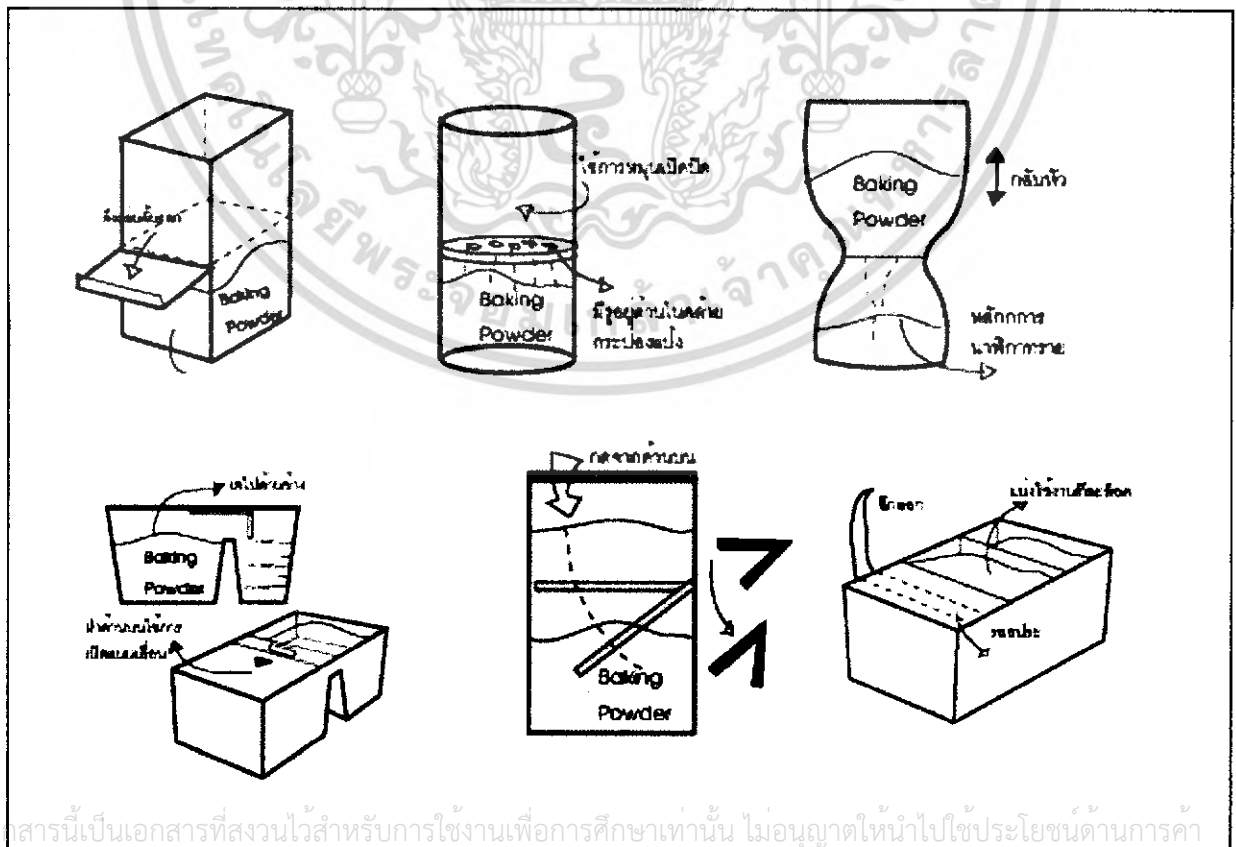
ผงฟูดับเบิลแอกชั่น / ยีสต์ / คริม ออฟ ทาร์ทาร์

ปัญหา เจือปนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>ด้านการบรรจุ (Containment) สินค้ามีขนาดบรรจุที่มากเกินไป เนื่องจากการใช้สารเสริมคุณภาพนั้นจะใช้ในปริมาณต่อครั้งที่น้อย คือ 1-2 ช้อนตวงเท่านั้น</p>	<p>ออกแบบให้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดเหมาะสมกับปริมาณของผลิตภัณฑ์ในการใช้งานและตามความต้องการของผู้บริโภค</p>
<p>ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience) ต้องการประหยัดเวลาในการทำ โดยลดขั้นตอนและเพิ่มความสะดวกในการใช้งาน</p>	<p>ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ทำหน้าที่เป็นอุปกรณ์บรรจุภัณฑ์ + ช้อนตวง โดยมีการออกแบบให้บรรจุภัณฑ์สามารถตวงสินค้าได้ทันที โดยสามารถตวงได้ 1 ช้อนชา เพื่อเพิ่มความสะดวกในการใช้งาน</p>
<p>ด้านการปกป้อง (Protection) เนื่องจากสินค้าเป็นแป้งมีลักษณะเป็นผง หากได้รับความชื้นจะจับตัวเป็นก้อน ทำให้เสื่อมคุณภาพ</p>	<p>ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้วัสดุที่มีความแข็งแรงทั้งในด้านการขนส่งการวางเรียงซ้อนและการปิดผนึกที่มิดชิดก่อนการเปิดใช้งาน</p>
<p>ด้านการประชาสัมพันธ์ (Promotion) เนื่องจากสินค้าประเภทสารเสริมนั้นจะมีชื่อเรียกที่ค่อนข้างเฉพาะ ซึ่งหากผู้ที่ไม่คุ้นเคยกับการทำขนมอาจจะไม่ทราบว่าสารเสริมคุณภาพนี้ใช้กับการทำขนมชนิดใด</p>	<p>ออกแบบให้มีการใช้รูปภาพที่สื่อถึงการใช้งานของสินค้าที่แตกต่างกัน และมีการใช้สีที่แบ่งแยกประเภทได้อย่างชัดเจน เช่น</p> <p>ใช้ภาพของขนมปังกับผลิตภัณฑ์ยีสต์</p> <div data-bbox="829 1702 1005 1926" data-label="Image"> </div> <p>= ผลิตภัณฑ์ยีสต์</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>2. บรรจุก้อนที่เดิมจะมีการให้ข้อมูลสินค้าที่ไม่ครบถ้วน</p>	 <p>= ครีม ออฟ ทาร์ทาร์ สำหรับการตีไข่</p> <p>2. ออกแบบให้บรรจุก้อนที่มีรายละเอียดของสินค้าครบถ้วนตามที่กฎหมายกำหนด เช่น เครื่องหมายการค้าต่างๆ ส่วนประกอบสำคัญ และมีการออกแบบเครื่องหมายที่สื่อถึงการใช้งาน เช่น การเท การเปิด การตวง เป็นต้น</p>
---	--

แนวทางในการแก้ปัญหาด้านความสะดวก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หมวดการปรุงแต่งและการตกแต่ง

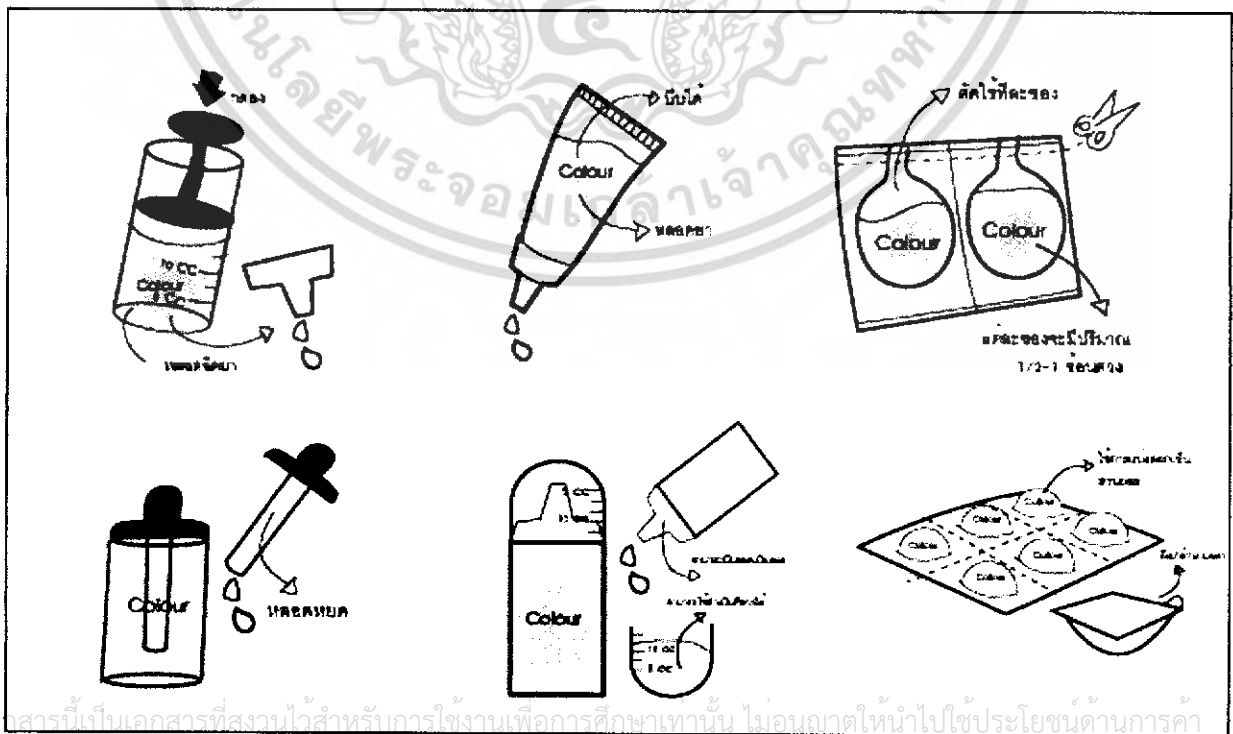
1. สีและวัตถุแต่งกลิ่นธรรมชาติ

ปัญหา เจือปนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>ด้านการบรรจุ (Containment) สินค้ามีการบรรจุทางด้านปากขวดด้านบน ซึ่งมีสินค้านั้นจะลักษณะเป็นน้ำ</p>	<p>ออกแบบให้ง่ายต่อการบรรจุสินค้าจากด้านบน - ออกแบบให้ปากขวดมีขนาดที่กว้างเพื่อง่ายต่อการบรรจุ</p>
<p>ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience) ต้องการประหยัดเวลาในการทำ โดยลดขั้นตอนและเพิ่มความสะดวกในการใช้งาน</p>	<p>ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ทำหน้าที่เป็นอุปกรณ์บรรจุภัณฑ์ + หลอดหยด/ซีลอนตวง โดยมีการออกแบบให้บรรจุภัณฑ์สามารถวัดปริมาณของสีที่ต้องการใช้ได้ทันทีทั้งในรูปแบบที่เป็นการใช้งานน้อยคือหยดหรือเป็นการใช้งานแบบซีลอนตวง</p>
<p>ด้านการปกป้อง (Protection) เนื่องจากสินค้าเป็นน้ำ จึงต้องมีการปิดผนึกที่บริเวณฝาอย่างมิดชิดเพื่อป้องกันการหกของสินค้า</p>	<p>ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้วัสดุที่มีความแข็งแรงทั้งในด้านการขนส่งการวางเรียงชั้นและการปิดผนึกที่มิดชิดก่อนการเปิดใช้งาน - ออกแบบให้ฝาลักษณะเป็นเกลียวด้านบนมีการปิดผนึกที่ตัวฝาเพื่อความมั่นใจว่าเป็นการเปิดใช้งานครั้งแรก</p>
<p>ด้านการประชาสัมพันธ์ (Promotion) สินค้าประเภทสีและวัตถุแต่งกลิ่นนั้นมีความต้องการในการใช้สีสินค้า เพื่อง่ายต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภคว่าต้องการซื้อ</p>	<p>ออกแบบให้มีส่วนที่ใสสามารถมองเห็นสีของสินค้าด้านใน โดยออกแบบให้มีการเจาะช่องบางส่วน</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>2. บรรจุภัณฑ์เดิมนั้นจะมีการออกแบบฉลากที่มีเพียงการเขียนสื่อสามัญของสินค้าเท่านั้นเช่น สีส้มอาหารสีเขียว</p>	<p>- ออกแบบฉลากปิดบรรจุภัณฑ์เพียงแค่บางส่วนเช่นบริเวณฝา</p> <p>2. ออกแบบให้มีการใช้รูปภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์เพื่ออำนวยความสะดวกและเป็นการดึงดูดใจลูกค้า</p> <p>แนวทางที่ 1 ใช้รูปภาพประกอบที่เป็นรูปผลไม้ สีส้มอาหารสีแดง สตอร์เบอร์รี่</p> <p>แนวทางที่ 2 ใช้รูปภาพประกอบของขนมที่มีการใช้สีนั้นๆ สีส้มอาหารสีเขียว</p>
---	---

แนวทางในการแก้ปัญหาด้านความสะดวก




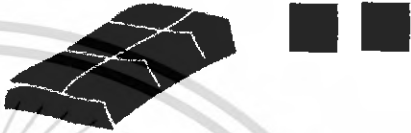

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรณีใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

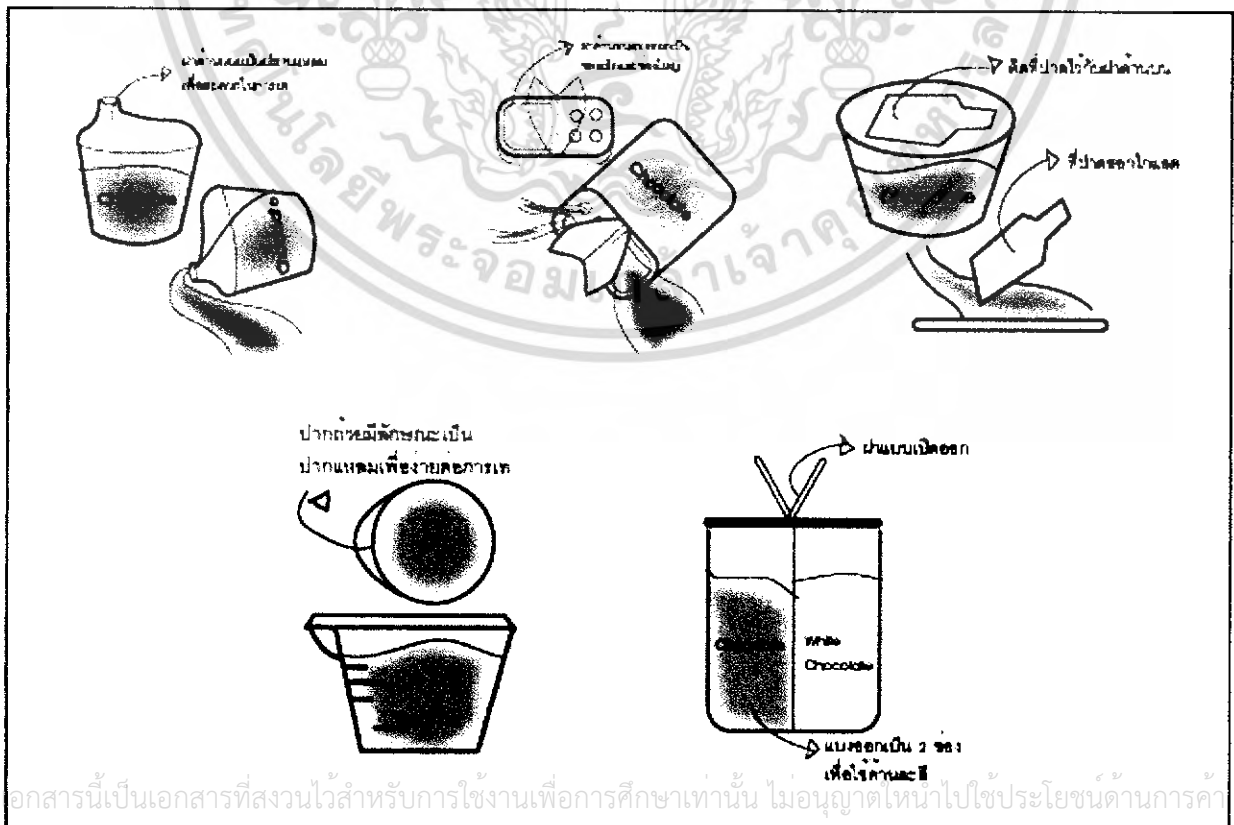
ชอกโกแลตฟรอสตติ้ง

ปัญหา เจือปนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>ด้านการบรรจุ (Containment) สินค้ามีการบรรจุทางด้านปากขวดด้านบน ซึ่งมีสินค้านั้นจะลักษณะเป็นหนืด</p>	<p>ออกแบบให้ง่ายต่อการบรรจุสินค้าจากด้านบนปากขวด</p> <p>- ออกแบบให้ปากขวดมีขนาดที่กว้างเพื่ออง่ายต่อการบรรจุ</p>
<p>ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience) ต้องการประหยัดเวลาในการทำ โดยลดขั้นตอนและเพิ่มความสะดวกในการใช้งาน</p>	<p>ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ทำหน้าที่เป็นอุปกรณ์บรรจุภัณฑ์ + อุปกรณ์ในการตัก/เท โดยมีการออกแบบให้บรรจุภัณฑ์สามารถช่วยในการตักหรือเทสินค้าได้สะดวกมากขึ้น</p>
<p>ด้านการปกป้อง (Protection) 1. เนื่องจากสินค้าเป็นของหนืด จึงต้องมีการปิดผนึกที่บริเวณฝาอย่างมิดชิดเพื่อป้องกันการหกของสินค้า</p> <p>2. เนื่องจากมีการใช้งานด้วยความร้อนคือไมโครเวฟเพื่อทำชอกโกแลตละลาย</p>	<p>1. ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้วัสดุที่มีความแข็งแรงทั้งในด้านการขนส่งการวางเรียงชั้นและการปิดผนึกที่มิดชิดก่อนการเปิดใช้งาน</p> <p>-ออกแบบให้มีการใช้ฟิล์มรัดบริเวณฝา</p> <p>2. ออกแบบโดยใช้วัสดุที่สามารถทนความร้อนและสามารถใช้งานกับไมโครเวฟได้</p>
<p>ด้านการประชาสัมพันธ์ (Promotion)</p>	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>3. บรรจุภัณฑ์เดิมมีการออกแบบฉลากและรูปทรงที่คล้ายกับคู่แข่งอื่นๆ ในตลาดมากเกินไป</p>	<p>3. ออกแบบกราฟฟิกที่น่าสนใจและแตกต่างจากคู่แข่งอื่น</p> <p>แนวทางที่ 1 มีการออกแบบโดยใช้รูปภาพประกอบ</p>  <p>แนวทางที่ 2 มีการใช้รูปภาพกราฟฟิก</p> 
<p>4. บรรจุภัณฑ์เดิมมีการแบ่งชนิดของสินค้าช็อกโกแลตได้ไม่ชัดเจน</p>	<p>4. มีการจัดระบบกราฟฟิกโดยการแบ่งฉลากโดยใช้สีและรูปภาพประกอบ</p> 

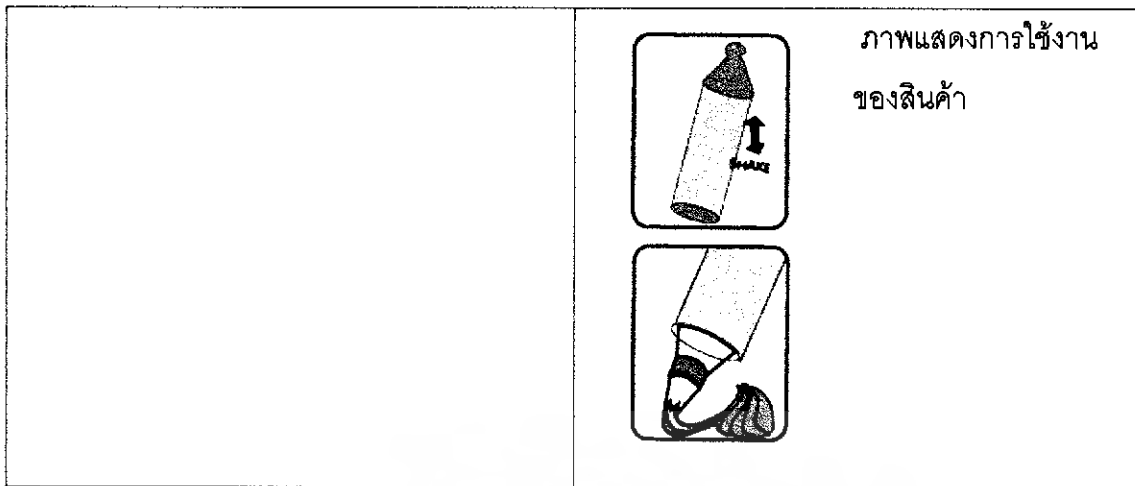
แนวทางการแก้ปัญหาด้านความสะดวก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหา เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>ด้านการบรรจุ (Containment) บรรจุภัณฑ์เดิมมีขนาดบรรจุที่มีปริมาณและสัดส่วนที่มากเกินไปทำให้มีความสูงมากและเปลืองเนื้อที่ในการขนส่ง</p>	<p>ออกแบบให้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดเหมาะสมกับปริมาณของผลิตภัณฑ์และการต่อการบรรจุจากโรงงาน</p>
<p>ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience) ต้องการประหยัดเวลาในการทำ โดยลดขั้นตอนและเพิ่มความสะดวกในการใช้งาน</p>	<p>ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ทำหน้าที่เป็นอุปกรณ์บรรจุภัณฑ์ + หัวบีบ โดยมีการออกแบบให้บรรจุภัณฑ์สามารถช่วยทำหน้าที่เป็นหัวบีบซึ่งสามารถบีบออกมาเป็นรูปทรงที่ต้องการได้ทันที</p>
<p>ด้านการปกป้อง (Protection) 1. เนื่องจากสินค้ามีลักษณะเป็นโฟม เมื่อมีการบีบสินค้าออกจากกระป๋องอาจทำให้เลอะบริเวณฝาด้านบนได้</p>	<p>1. ออกแบบให้มีฝาครอบด้านบนอีกชั้นป้องกันการเลอะของวิปิ้งครีมบริเวณหัวบีบและป้องกันแมลงหรือมดได้</p>
<p>ด้านการประชาสัมพันธ์ (Promotion) 1. บรรจุภัณฑ์เดิมมีการบอกข้อมูลบนฉลากที่ไม่ครบถ้วน</p>	<p>1. ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีรายละเอียดของสินค้าครบถ้วนตามที่กฎหมายกำหนด เช่น เครื่องหมายการค้าต่างๆ ส่วนประกอบสำคัญ และมีการออกแบบเครื่องหมายที่สื่อถึงการใช้งาน เช่น การเท การเปิด การตวง เป็นต้น</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่ไปใช้ประโยชน์ทางการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แนวทางในการการแก้ปัญหาด้านความสะอาด

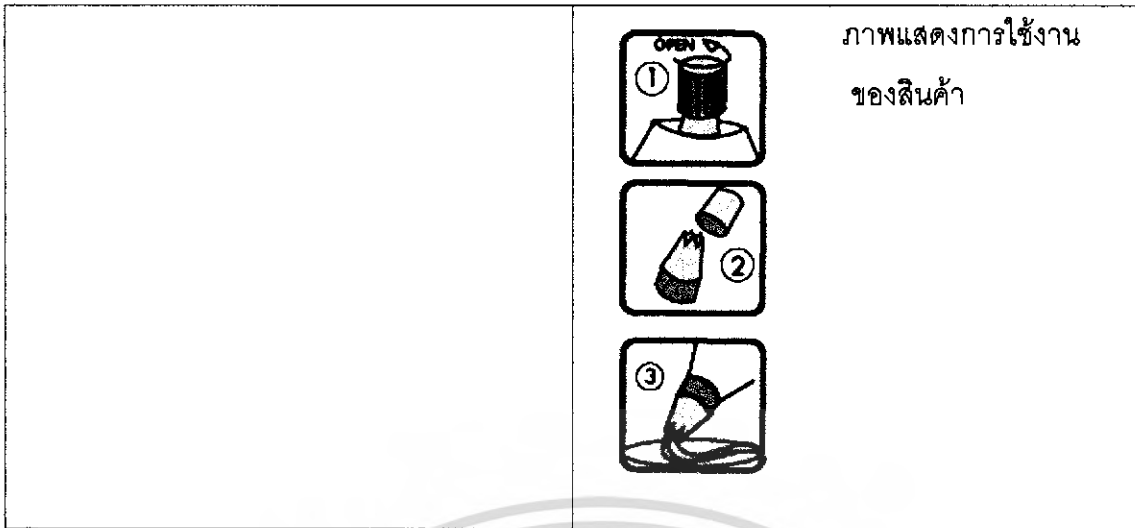


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

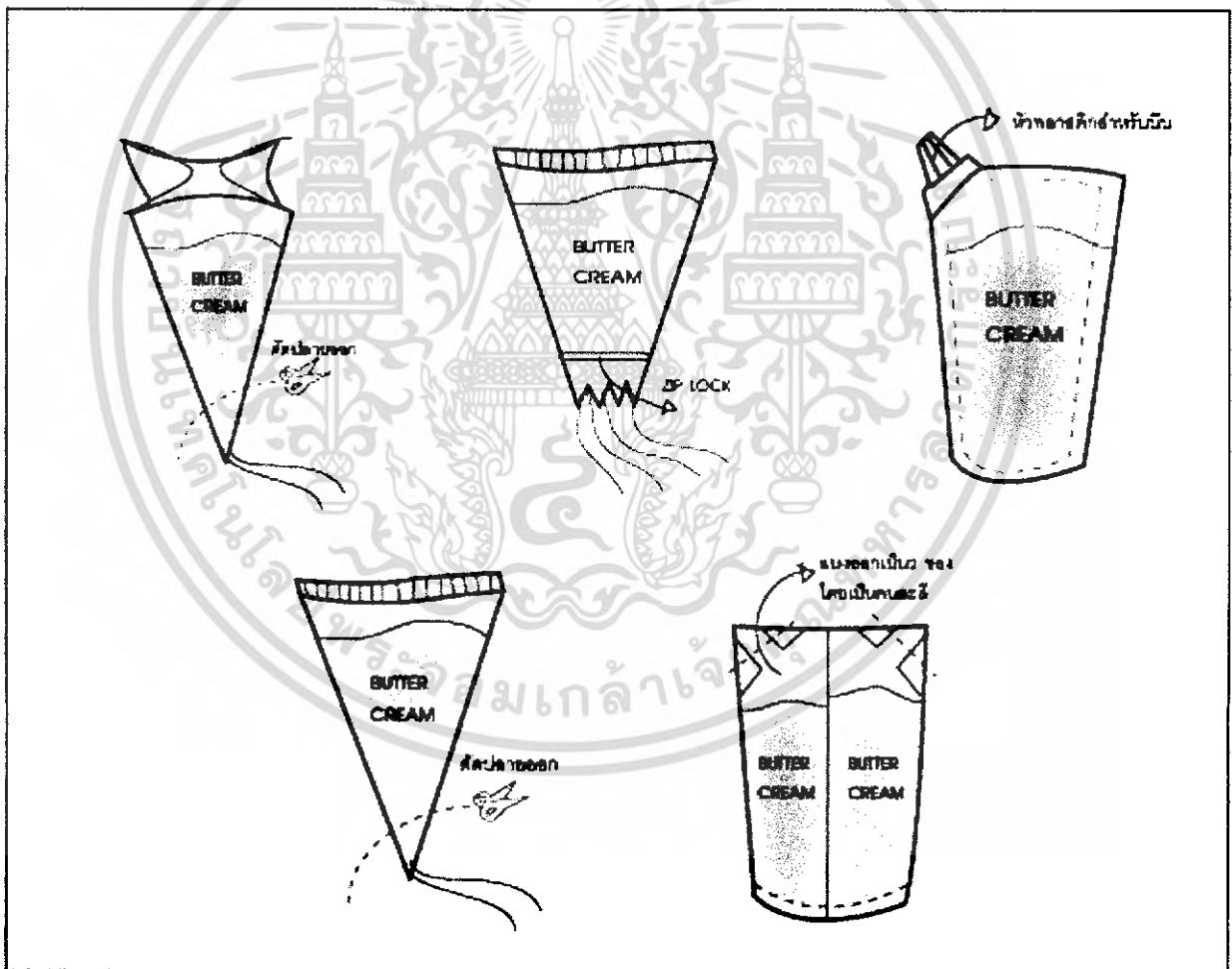
4. บัตเตอร์ครีม

ปัญหา เจือปนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>ด้านการบรรจุ (Containment) บรรจุภัณฑ์เดิมมีขนาดบรรจุที่มีปริมาณและสัดส่วนที่มากเกินไป</p>	<p>ออกแบบให้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดเหมาะสมกับปริมาณของผลิตภัณฑ์และการต่อการบรรจุจากโรงงาน</p>
<p>ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience) ต้องการประหยัดเวลาในการทำ โดยลดขั้นตอนและเพิ่มความสะดวกในการใช้งาน</p>	<p>ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ทำหน้าที่เป็นอุปกรณ์บรรจุภัณฑ์ + หัวบีบ โดยมีการออกแบบให้บรรจุภัณฑ์สามารถช่วยทำหน้าที่เป็นหัวบีบซึ่งสามารถบีบออกมาเป็นรูปทรงที่ต้องการได้ทันที</p>
<p>ด้านการปกป้อง (Protection) 1. เนื่องจากสินค้าเป็นของหนีบ จึงต้องมีการปิดผนึกที่บริเวณฝาอย่างมิดชิดเพื่อป้องกันการหกของสินค้า</p>	<p>1. ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีรายละเอียดของสินค้าครบถ้วนตามที่กฎหมายกำหนด เช่น เครื่องหมายการค้าต่างๆ ส่วนประกอบสำคัญ และมีการออกแบบเครื่องหมายที่สื่อถึงการใช้งาน เช่น การเท การเปิด การตวง เป็นต้น</p>
<p>ด้านการประชาสัมพันธ์ (Promotion) 1. บรรจุภัณฑ์เดิมมีการบอกข้อมูลบนฉลากที่ไม่ครบถ้วน</p>	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แนวทางการแก้ปัญหาด้านความสะดวก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

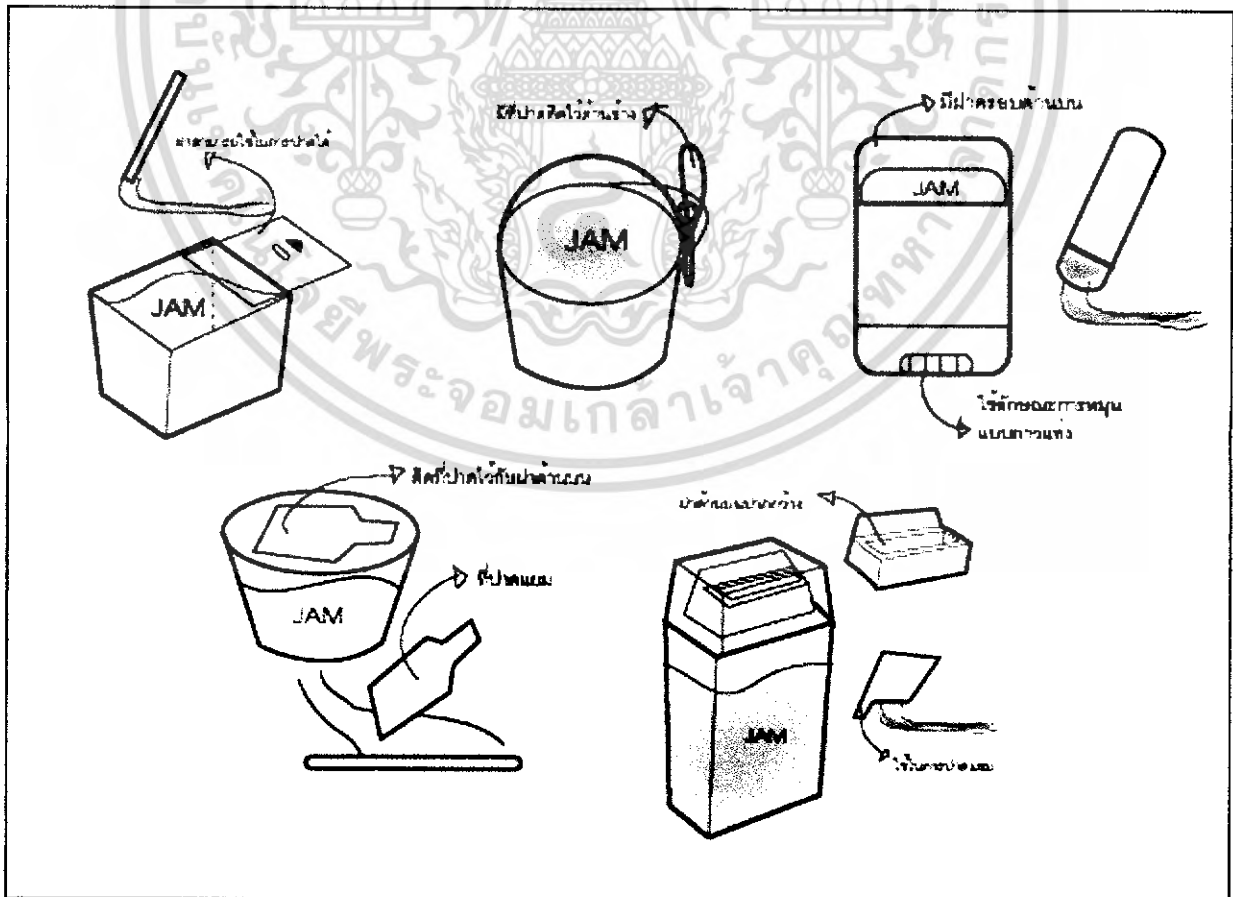
5. แยมผลไม้

ปัญหา เจือปนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>ด้านการบรรจุ (Containment) สินค้ามีการบรรจุทางด้านปากขวดด้านบน ซึ่งมีสินค้านั้นจะลักษณะเป็นหนืด</p>	<p>ออกแบบให้ง่ายต่อการบรรจุสินค้าจากด้านปากขวด</p> <ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบให้ปากขวดมีขนาดที่กว้างเพื่อง่ายต่อการบรรจุ
<p>ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience) ต้องการประหยัดเวลาในการทำ โดยลดขั้นตอน และเพิ่มความสะดวกในการใช้งาน</p>	<p>ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ทำหน้าที่เป็นอุปกรณ์บรรจุภัณฑ์ + ที่ปาด</p> <p>โดยมีการออกแบบให้บรรจุภัณฑ์สามารถช่วยปาดแยมได้ทันทีเพื่อความสะดวกในการใช้งาน</p>
<p>ด้านการปกป้อง (Protection) 1. เนื่องจากสินค้านี้มีลักษณะเป็นครีม เมื่อมีการบีบสินค้าออกจากกระป๋องอาจทำให้เลอะบริเวณฝาด้านบนได้</p>	<p>1. ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้วัสดุที่มีความแข็งแรงทั้งในด้านการขนส่งการวางเรียงชั้นและการปิดผนึกที่มิดชิดก่อนการเปิดใช้งาน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบให้มีการใช้ฟิล์มรัดบริเวณฝา
<p>ด้านการประชาสัมพันธ์ (Promotion) 1. บรรจุภัณฑ์เดิมมีการบอกข้อมูลบนฉลากที่ไม่ครบถ้วน</p>	<p>1. ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีรายละเอียดของสินค้าครบถ้วนตามที่กฎหมายกำหนด เช่น เครื่องหมายการค้าต่างๆ ส่วนประกอบสำคัญ และมีการออกแบบเครื่องหมายที่สื่อถึงการใช้งาน</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>2. สินค้าประเภทแยมผลไม้ที่มีความต้องการในการซื้อสินค้า เพื่ออำนวยความสะดวกของผู้บริโภคที่ต้องการซื้อ</p>	<p>เช่น การเท การเปิด การตวง เป็นต้น</p> <p>ออกแบบให้มีส่วนที่ใสสามารถมองเห็นสีของสินค้าด้านใน โดยออกแบบให้มีการเจาะช่องบางส่วน</p> <p>- ออกแบบฉลากปิดบรรจุภัณฑ์เพียงแค่บางส่วนเช่นบริเวณฝา</p>
---	---

แนวทางในการแก้ปัญหาด้านความสะดวก



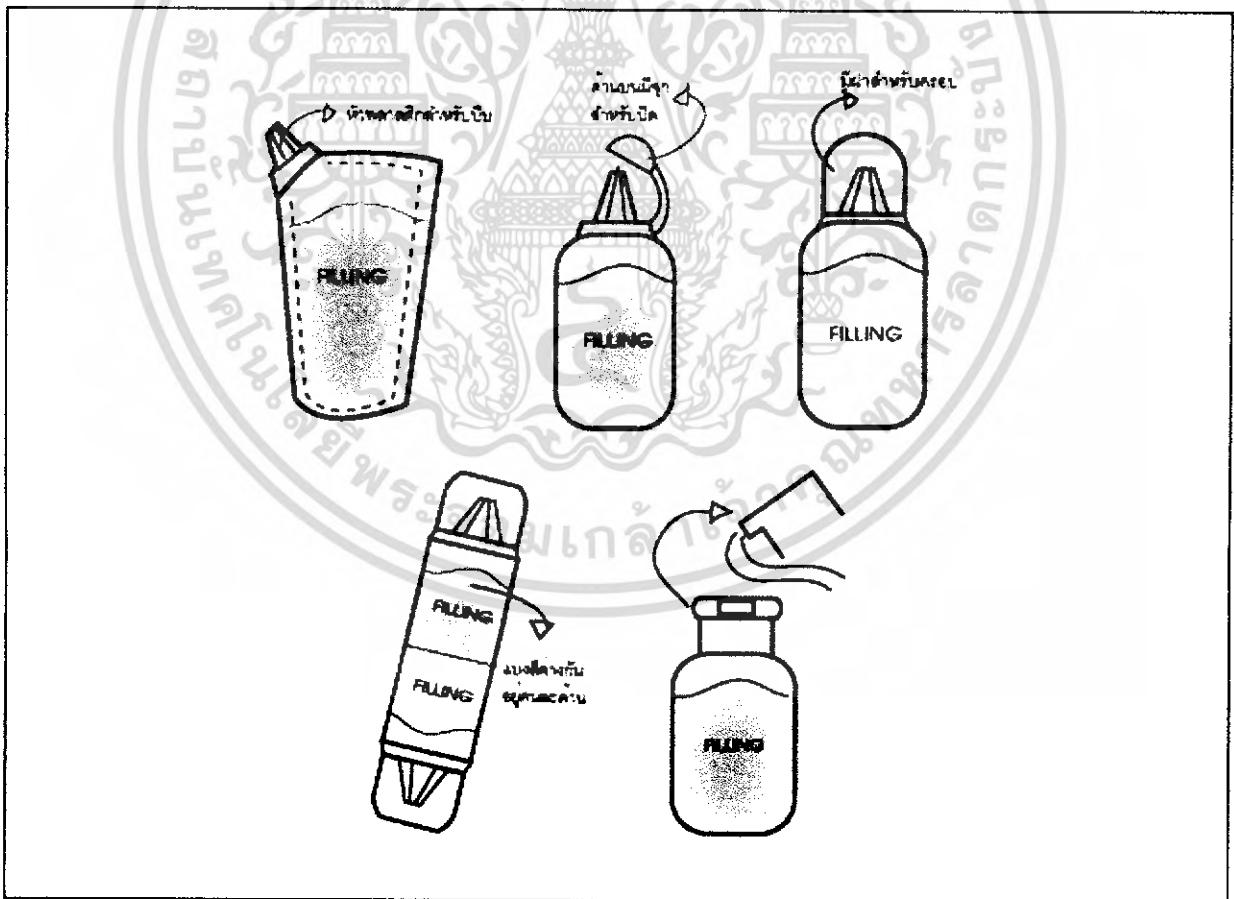
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหา เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>ด้านการบรรจุ (Containment) บรรจุภัณฑ์เดิมมีขนาดบรรจุที่มีปริมาณและสัดส่วนที่มากเกินไปทำให้มีความสูงมากและเปลืองเนื้อที่ในการขนส่ง</p>	<p>ออกแบบให้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดเหมาะสมกับปริมาณของผลิตภัณฑ์และการต่อการบรรจุจากโรงงาน</p>
<p>ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience) ต้องการประหยัดเวลาในการทำ โดยลดขั้นตอนและเพิ่มความสะดวกในการใช้งาน</p>	<p>ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ทำหน้าที่เป็นอุปกรณ์บรรจุภัณฑ์ + หัวบีบ</p> <p>โดยมีการออกแบบให้บรรจุภัณฑ์สามารถช่วยทำหน้าที่เป็นหัวบีบซึ่งสามารถบีบออกมาเป็นรูปทรงที่ต้องการได้ทันที</p>
<p>ด้านการปกป้อง (Protection) 1. เนื่องจากสินค้ามีลักษณะเป็นของหนืด เมื่อมีการบีบสินค้าออกจากกระป๋องอาจทำให้เลอะบริเวณฝาด้านบนได้</p>	<p>1. ออกแบบให้มีฝาครอบด้านบนอีกชั้นป้องกันการเลอะของฟิลลิ่งบริเวณหัวบีบและป้องกันแมลงหรือมดได้</p> <p>2. ออกแบบให้ลักษณะปลายของขวดเป็นปลายแหลมเพื่อป้องกันการบีบให้เป็นเส้นและรูปร่างต่างๆ</p>
<p>ด้านการประชาสัมพันธ์ (Promotion) 1. บรรจุภัณฑ์เดิมมีการบอกข้อมูลบนฉลากที่ไม่ครบถ้วน</p>	<p>1. ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีรายละเอียดของสินค้าครบถ้วนตามที่กฎหมายกำหนด เช่น เครื่องหมายการค้าต่างๆ ส่วนประกอบสำคัญ และมีการออกแบบเครื่องหมายที่สื่อถึงการใช้งาน</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	<p>เช่น การเท การเปิด การตวง เป็นต้น</p> <p>ภาพแสดงการใช้งาน ของสินค้า</p>
--	--

แนวทางในการแก้ปัญหาด้านความสะดวก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

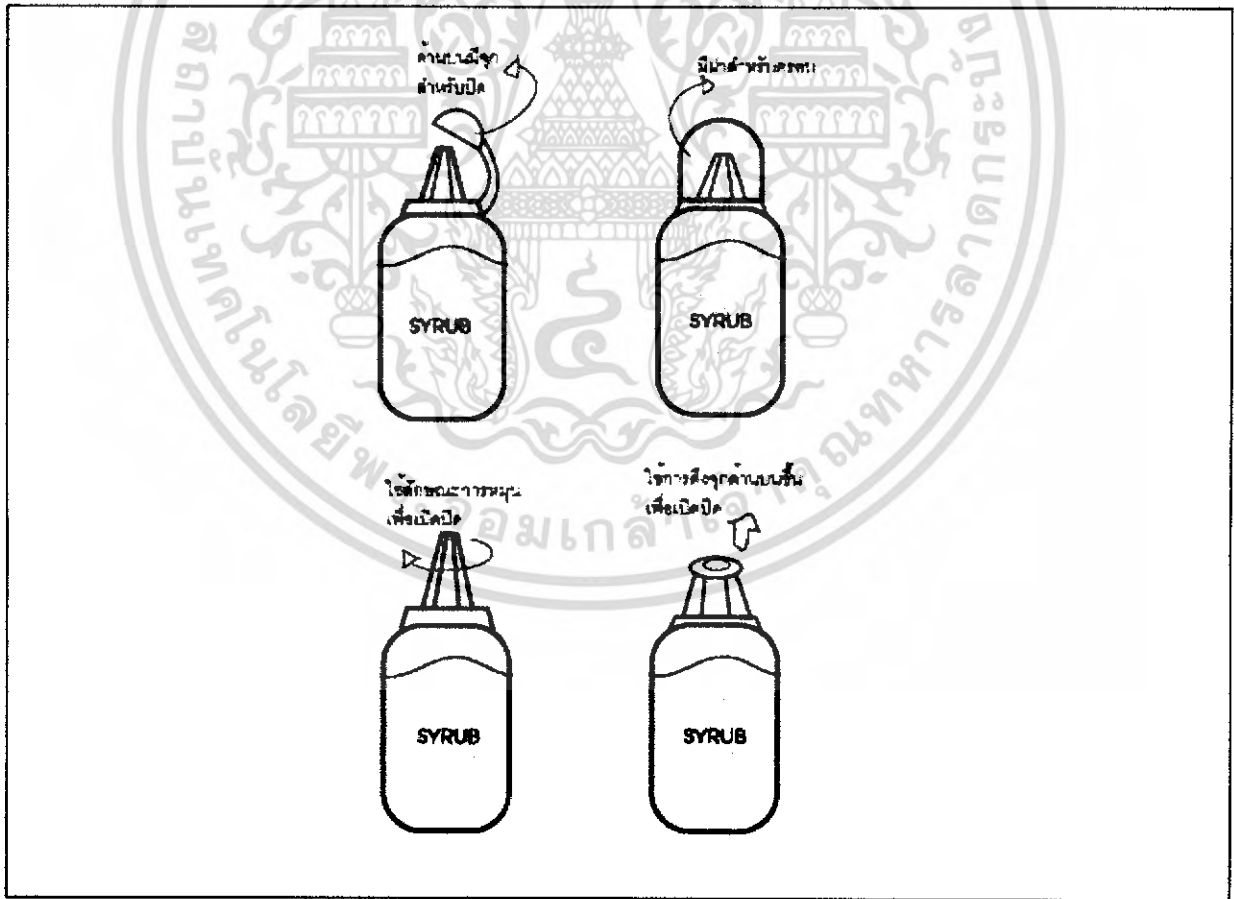
7. น้ำเชื่อม

ปัญหา เจือปนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>ด้านการบรรจุ (Containment) บรรจุภัณฑ์เดิมมีขนาดบรรจุที่มีปริมาณและสัดส่วนที่มากเกินไปทำให้มีความสูงมากและเปลืองเนื้อที่ในการขนส่ง</p>	<p>ออกแบบให้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดเหมาะสมกับปริมาณของผลิตภัณฑ์และการต่อการบรรจุจากโรงงาน</p>
<p>ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience) ต้องการประหยัดเวลาในการทำ โดยลดขั้นตอนและเพิ่มความสะดวกในการใช้งาน</p>	<p>ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ทำหน้าที่เป็นอุปกรณ์บรรจุภัณฑ์ + หัวบีบ โดยมีการออกแบบให้บรรจุภัณฑ์สามารถช่วยทำหน้าที่เป็นหัวบีบซึ่งสามารถบีบออกมาเป็นรูปทรงที่ต้องการได้ทันที</p>
<p>ด้านการปกป้อง (Protection) 1. เนื่องจากสินค้ามีลักษณะเป็นของหนืด เมื่อมีการบีบสินค้าออกจากกระป๋องอาจทำให้เลอะบริเวณฝาด้านบนได้</p>	<p>1. ออกแบบให้มีฝาครอบด้านบนอีกชั้นป้องกันการเลอะของน้ำเชื่อมบริเวณหัวบีบและป้องกันการแมลงหรือมดได้ 2. ออกแบบให้ลักษณะปลายของขวดเป็นปลายแหลมเพื่อง่ายต่อการบีบให้เป็นเส้นและรูปร่างต่างๆ</p>
<p>ด้านการประชาสัมพันธ์ (Promotion) 1. บรรจุภัณฑ์เดิมมีการบอกข้อมูลบนฉลากที่ไม่ครบถ้วน</p>	<p>1. ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีรายละเอียดของสินค้าครบถ้วนตามที่กฎหมายกำหนด เช่น เครื่องหมายการค้าต่างๆ ส่วนประกอบสำคัญ และมี</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	<p>การออกแบบเครื่องหมายที่สื่อถึงการใช้งาน เช่น การเท การเปิด การตวง เป็นต้น</p> <p>ภาพแสดงการใช้งาน ของสินค้า</p>
--	--

แนวทางในการแก้ปัญหาด้านความสะดวก



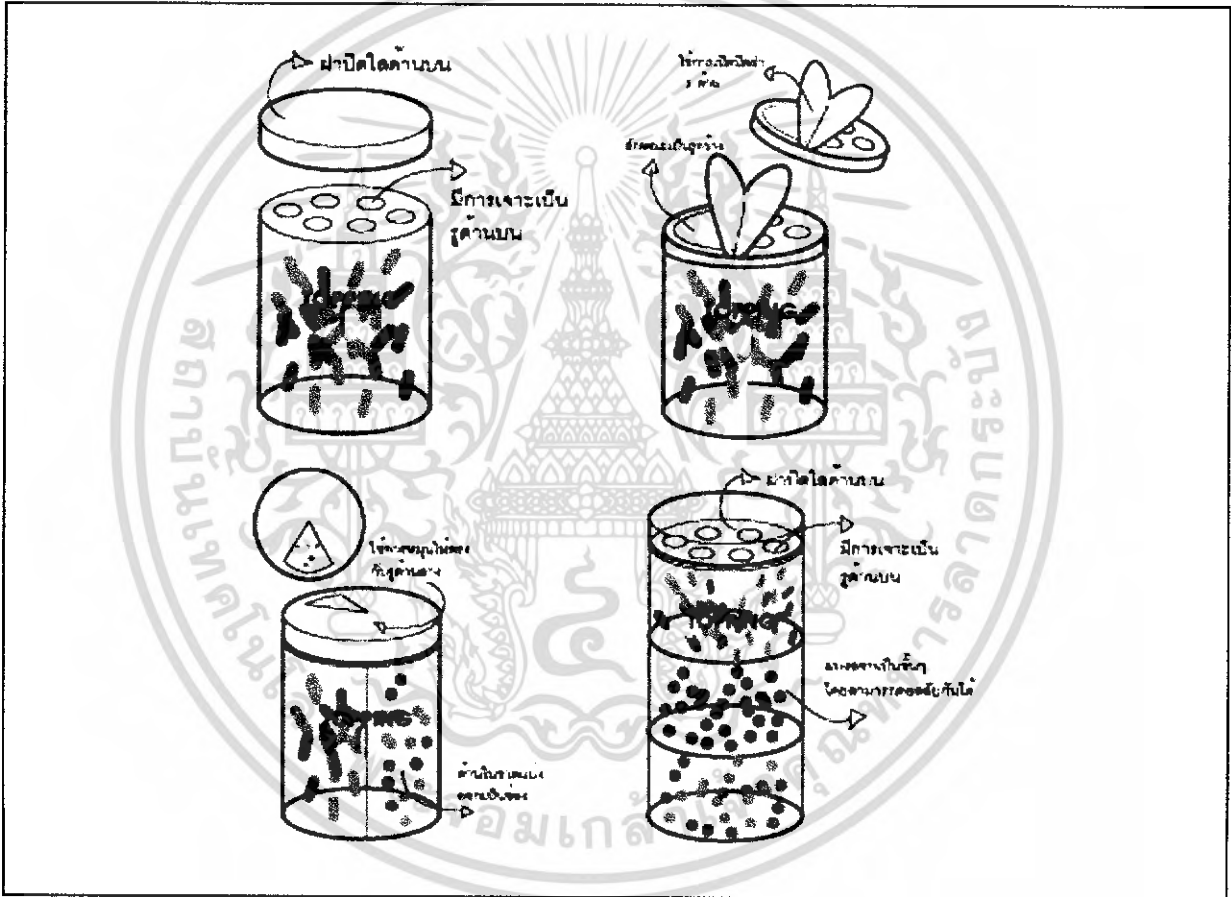
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. ท่อปิ้งเต่างหน้า

ปัญหา เจือนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>ด้านการบรรจุ (Containment) บรรจุภัณฑ์เดิมมีขนาดบรรจุที่มีปริมาณและสัดส่วนที่มากเกินไปทำให้มีความสูงมากและเปลืองเนื้อที่ในการขนส่ง</p>	<p>ออกแบบให้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดเหมาะสมกับปริมาณของผลิตภัณฑ์และการต่อการบรรจุจากโรงงาน</p>
<p>ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience) ต้องการประหยัดเวลาในการทำ โดยลดขั้นตอนและเพิ่มความสะดวกในการใช้งาน</p>	<p>ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ทำหน้าที่เป็นอุปกรณ์บรรจุภัณฑ์ + ที่ตัก/เท โดยมีการออกแบบให้บรรจุภัณฑ์สามารถช่วยในการเทเพื่อจ่ายต่อการแต่งหน้าเค้กหรือขนม</p>
<p>ด้านการปกป้อง (Protection) 1. เนื่องจากสินค้ามีลักษณะเป็นผง และมีความหวาน และอากาศมีส่วนในการเสื่อมคุณภาพของสินค้า</p>	<p>1. ออกแบบให้มีฝาครอบด้านบนอีกชั้นป้องกันการเลอะของท่อปิ้งเพื่อป้องกันอากาศเข้าและป้องกันแมลงหรือมดได้</p>
<p>ด้านการประชาสัมพันธ์ (Promotion) 1. บรรจุภัณฑ์เดิมมีการบอกข้อมูลบนฉลากที่ไม่ครบถ้วน</p>	<p>1. ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีรายละเอียดของสินค้าครบถ้วนตามที่กฎหมายกำหนด เช่น เครื่องหมายการค้าต่างๆ ส่วนประกอบสำคัญ และมีการออกแบบเครื่องหมายที่สื่อถึงการใช้งาน เช่น การเท การเปิด การตวง เป็นต้น</p>

	<p>ภาพแสดงการใช้งาน ของสินค้า</p>
--	---------------------------------------

แนวทางในการแก้ปัญหาด้านความสะดวก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5 แนวทางในการศึกษาวิจัย

ในการดำเนินโครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิก ของห้างหุ้นส่วนจำกัด กิมจิ้วพาณิชย์ มีแนวทางการศึกษาวิจัยเพื่อทำการวิเคราะห์และนำไปใช้ในการออกแบบดังนี้

- 1.ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทผู้ผลิต ห้างหุ้นส่วนจำกัด กิมจิ้วพาณิชย์ เช่น นโยบาย วัตถุประสงค์ และข้อมูลอื่นที่เกี่ยวข้องในการออกแบบ
- 2.ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่มีการจัดจำหน่ายในปัจจุบัน ทั้งในเรื่องของรูปแบบ ขนาดสัดส่วนของผลิตภัณฑ์ ประเภทและชนิดของผลิตภัณฑ์
- 3.ศึกษาถึงบรรจุภัณฑ์เดิม รายละเอียดเกี่ยวกับการบรรจุ การปกป้อง การอำนวยความสะดวก และการประชาสัมพันธ์ รวมถึงปัญหาที่เกิดจากการใช้งานของบรรจุภัณฑ์เดิม เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ปัญหา
- 4.ศึกษาข้อมูลทางการตลาดและข้อมูลคู่แข่งทางการตลาด จุดอ่อน จุดแข็งของผลิตภัณฑ์ โดยทำการเปรียบเทียบ เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ และสร้างจุดขาย
- 5.ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ทั้งในด้านพฤติกรรมและด้านจิตวิทยา
- 6.ศึกษาถึงพฤติกรรมกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์เดิม
- 7.ศึกษาถึงลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ เช่น รูปร่างลักษณะ การเก็บรักษา การใช้งาน และปัจจัยที่ทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมคุณภาพ
- 8.ศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์คู่แข่งที่มีผลต่อการออกแบบ เช่น ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ กลยุทธ์ทางการตลาดและกลุ่มเป้าหมาย
- 9.ศึกษาโครงสร้าง วัสดุและกรรมวิธีการผลิตที่นำมาใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งระบบการพิมพ์แบบต่างๆชนิดของสีที่ใช้ในการพิมพ์ลงบนบรรจุภัณฑ์
- 10.ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพระราชบัญญัติอาหารและยา ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการออกแบบ

1.6 ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. บรรจุกฎบัตรและกราฟฟิค ที่สามารถดึงดูดใจลูกค้าในการเลือกซื้อสินค้า ช่วยในด้านการส่งเสริมการขายและเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้กับกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนม อีกทั้งยังเป็นการสนับสนุนให้บริษัทผู้ผลิต คือห้างหุ้นส่วนจำกัด กิมจิ้วพาณิชย์ เป็นผู้นำทางการตลาดในส่วนของกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนม

2. ยกระดับกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมให้มีคุณภาพทัดเทียมกับสินค้านำเข้า ทั้งในด้านของคุณภาพผลิตภัณฑ์และบรรจุกฎบัตรเพื่อเป็นทางเลือกใหม่ให้กับผู้บริโภค และสร้างค่านิยมในการบริโภคสินค้าที่ผลิตภายในประเทศให้มากขึ้น

3. บรรจุกฎบัตรที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และสอดคล้องกับความต้องการของตลาด ทั้งในด้านการบรรจุเพื่อเพิ่มความสะดวกและแก้ปัญหาในด้านการบรรจุ การปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์ให้คงคุณภาพที่ดีและสมบูรณ์ เชื่อมั่นในความสะดวกต่อการใช้งาน การขนส่งและการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ง่ายและสะดวกต่อการประชาสัมพันธ์



บทที่ 2 การค้นคว้าและสรุปผลข้อมูล

ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทผู้ผลิต

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โครงการ

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับตราสินค้าเดิม

ข้อมูลรายละเอียดทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

ข้อมูลด้านคู่แข่ง

ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ

ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด

ข้อบังคับทางกฎหมายเกี่ยวกับกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทผู้ผลิต

2.1.1 ประวัติทั่วไปเกี่ยวกับห้างหุ้นส่วนจำกัด กิมจิวพาณิชย์

ห้างหุ้นส่วนจำกัด กิมจิวพาณิชย์ ผู้ผลิตสินค้าในกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนม ภายใต้ตราสินค้า “อิมพีเรียล” โดยยึดมั่นในหลักการของบริษัทคือ ความซื่อตรงทั้งต่อลูกค้าและผู้บริโภค ซึ่งคือเหตุผลที่พัฒนาผลิตภัณฑ์ต่างๆ เพื่อตอบสนองของความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด รวมถึงการนำเอาเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยมาใช้เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจได้ว่าสินค้าทุกชนิดได้มาตรฐานและมีคุณภาพ จึงเกิดเป็น สโลแกนที่ว่า “Imperial Fine Food” คือ อิมพีเรียล ผลิตภัณฑ์อาหารคุณภาพ

ห้างหุ้นส่วน กิมจิวพาณิชย์ จำกัด เริ่มก่อตั้งเมื่อ ปี 2501 โดยดำเนินธุรกิจทางด้าน การนำเข้าและเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารสำเร็จรูปจากต่างประเทศ ต่อมาได้มีการก่อสร้างโรงงานผลิตและจัดทะเบียน ภายใต้ชื่อ บริษัท ยูไนเต็ทแคร์ฟู๊ดส์ จำกัด จากจุดนี้เองบริษัทจึงได้เริ่มขยายสายการผลิตอาหารและขนมสำเร็จรูปต่างๆ อาทิ คุกกี้ แยมผลไม้ ชอกโกแลต เยลลี่สำเร็จรูป เค้ก เวเฟอร์ เป็นต้น รวมถึงผลิตภัณฑ์ประเภทนมพาสเจอร์ไรส์และโยเกิร์ต

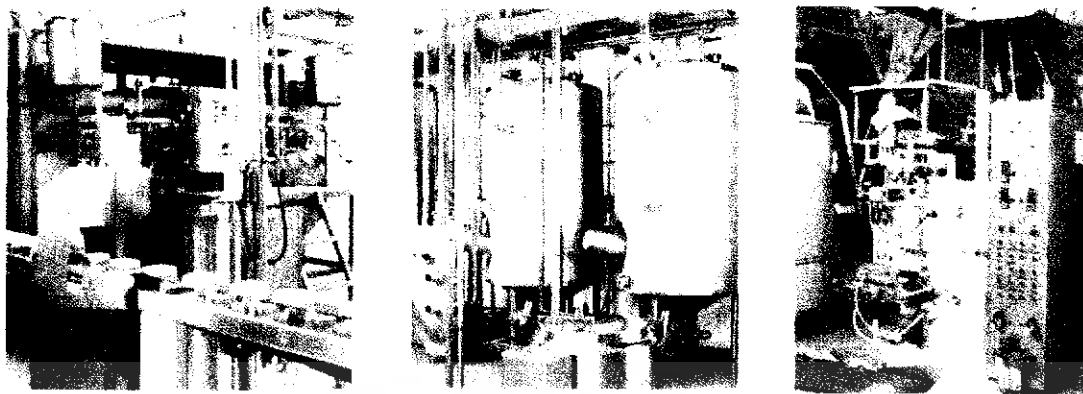
ในด้านการจัดจำหน่ายภายในประเทศในปัจจุบัน ได้แบ่งการดำเนินการกับกลุ่มลูกค้าธุรกิจ 3 กลุ่มหลักๆ คือ

1. กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร (Catering Channel) เช่น ธุรกิจโรงแรม ภัตตาคารและสายการบิน โดยส่วนใหญ่เป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ ภายใต้ตราสินค้า “อลาวลี” และ “เพรสซิเดนท์”
2. กลุ่มธุรกิจร้านเบเกอรี่ เป็นการจัดส่งวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตขนมต่างๆ แก่ร้านเบเกอรี่ต่างๆ ทั้งในกรุงเทพฯและต่างจังหวัด ภายใต้ตราสินค้า “JUNK”
3. กลุ่มธุรกิจค้าปลีก (Modern Trade& Retail Shop Channel) เช่น ร้านค้าปลีกทั่วไป รวมถึงซูเปอร์มาเก็ต ซูเปอร์เซ็นเตอร์และร้านสะดวกซื้อทั่วไป โดยมีการจัดจำหน่ายในลักษณะค้าปลีก ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มแม่บ้านทั่วไป โยเน้นสินค้าประเภทเนยและแป้งเป็นหลัก ภายใต้ตราสินค้า “อิมพีเรียล”

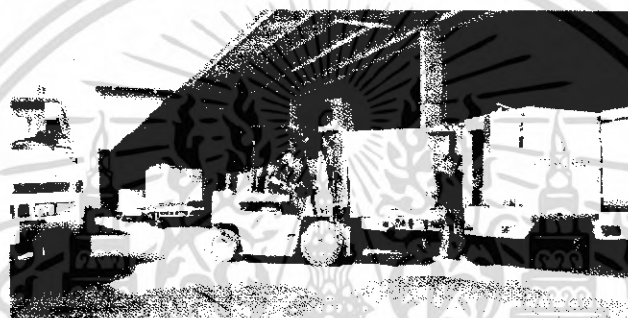


รูปที่ 2.1-1 ภาพแสดงตัวอย่างสถานที่ตั้งโรงงานของ ห้างหุ้นส่วนจำกัด กิมจิวพาณิชย์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้ 42



รูปที่ 2.1-2 ภาพแสดงตัวอย่างการทำงานของเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตสินค้า



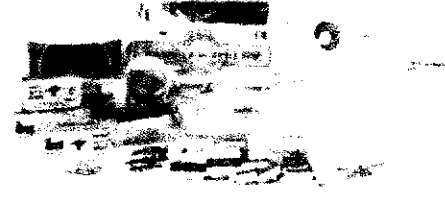
รูปที่ 2.1-3 ภาพแสดงลักษณะการขนส่งสินค้า



รูปที่ 2.1-4 ภาพแสดงการตรวจสอบคุณภาพของสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ภายใต้การผลิตของห้างหุ้นส่วนจำกัด กิมจิวพาณิชย์



ผลิตภัณฑ์แยมตรา "อิมพีเรียล"

ผลิตภัณฑ์เนย ตรา "อิมพีเรียล" และ "อลาเวอรี่"



ผลิตภัณฑ์ขนมปังอบกรอบ ตรา โรซี่ ฯลฯ

ผลิตภัณฑ์นมพลาสม่าเจอร์รี่ไรส์และโยเกิร์ต

รูปที่ 2.1-5 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ของ ห้างหุ้นส่วนจำกัด กิมจิวพาณิชย์

2.1.2 เป้าหมายของห้างหุ้นส่วนจำกัด กิมจิวพาณิชย์

ทางห้างหุ้นส่วนจำกัด กิมจิวพาณิชย์ มีเป้าหมายที่จะต้องการเป็นผู้นำทางการตลาด (Market Leader) ของตลาดกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนม โดยมีนโยบายที่จะขยายสายผลิตภัณฑ์ของสินค้าให้เป็นลักษณะสินค้าครบวงจร มีความหลากหลายสามารถครอบคลุมการทำขนมชนิดต่างๆได้

2.1.3 นโยบายทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด กิมจิวพาณิชย์

2.1.3.1 นโยบายการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด

ทางห้างหุ้นส่วนจำกัด กิมจิวพาณิชย์ มีนโยบายที่ต้องเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด ในส่วนของตลาดสินค้าในประเทศให้มากขึ้น โดยในปัจจุบันห้างหุ้นส่วนจำกัด กิมจิวพาณิชย์ได้มีการออกตราสินค้า ภายใต้ชื่อ “อิมพีเรียล” ซึ่งมีการเจาะกลุ่มเป้าหมายในกลุ่มตลาดระดับล่าง-ระดับกลาง ซึ่งมีการจัดจำหน่ายโดยเน้นในส่วน of ร้านค้าส่งและร้านขายอุปกรณ์ในการทำขนมเป็นหลัก



รูปที่ 2.1-6 แผนภูมิแสดงส่วนแบ่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนม

ทางบริษัทเล็งเห็นช่องทางการตลาดในส่วนของกลุ่มตลาดสินค้านำเข้าโดยมีการวางแผนที่จะออกตราสินค้าใหม่ เพื่อเจาะกลุ่มสินค้าในตลาดระดับบน โดยมีการขยายสายผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายมากขึ้น โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดที่มากขึ้น

2.1.3.2 นโยบายการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายและลักษณะการจัดจำหน่าย

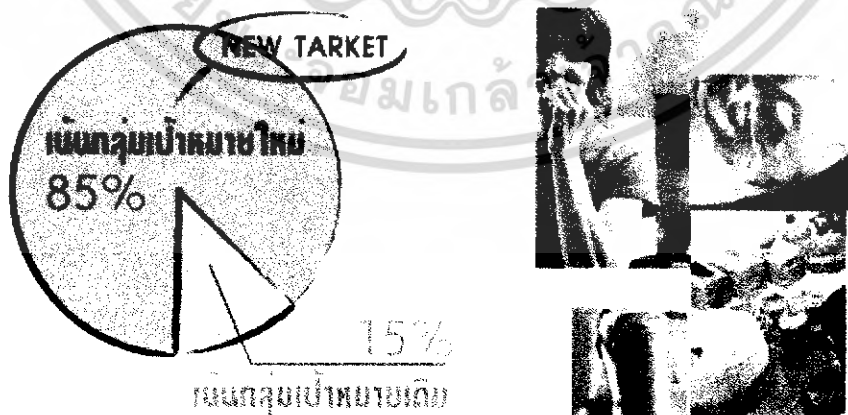
ทางห้างหุ้นส่วนจำกัด กิมจิ้วพาณิชย์ มีนโยบายเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย โดยเดิมนั้นเน้นการจัดจำหน่ายหลักในส่วนของร้านค้าส่งและร้านขายอุปกรณ์ในการทำขนม ซึ่งทางผู้ผลิตเล็งเห็นช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ คือ ช่องทางการจัดจำหน่ายในซูเปอร์มาเก็ตและไฮเปอร์มาเก็ต ซึ่งเป็นช่องทางที่สามารถตอบสนองของผู้บริโภคในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี ซึ่งมีลักษณะการจัดจำหน่ายที่ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าได้ตามต้องการ ตามความเหมาะสมและปริมาณที่ต้องการในลักษณะการค้าปลีก



รูปที่ 2.1-7 แผนภูมิแสดงสัดส่วนช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ผลิตภัณฑ์สำหรับกรทำขนม

2.1.3.3 นโยบายการเจาะกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายใหม่

ทางห้างหุ้นส่วนจำกัด กิมจิ้วพาณิชย์ ได้เล็งเห็นว่าในปัจจุบันผู้บริโภคกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น จึงเกิดความต้องการในการบริโภคที่แตกต่างกันไปตามลักษณะของกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดพฤติกรรมและจุดประสงค์ในการใช้งานที่แตกต่างกันด้วย ซึ่งการเจาะกลุ่มเป้าหมายใหม่นั้นถือเป็นโอกาสที่สำคัญในการเปิดช่องทางการตลาดใหม่ และเป็นการสร้างความแตกต่างให้กับตราสินค้าจากคู่แข่งอื่นๆ



รูปที่ 2.1-8 แผนภูมิแสดงสัดส่วนกลุ่มเป้าหมายของผู้ผลิตภัณฑ์สำหรับกรทำขนม

2.1.4 วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทผู้ผลิตที่มีผลต่อการออกแบบ

จากการศึกษาในหัวข้อ 2.1.1-2.1.4 สามารถนำมาสรุปเป็นแนวทางในการออกแบบของผลิตภัณฑ์
ในโครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อการทำขนม ได้ดังต่อไปนี้

ออกแบบโดยคำนึงถึงนโยบายของห้างหุ้นส่วนจำกัด กิมจิ้วพาณิชย์

จากนโยบายของบริษัทที่ต้องการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดโดยการออกตราสินค้าใหม่เพื่อตอบ
สนองกลุ่มผู้บริโภคใหม่นั้นส่งผลให้มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อการทำขนมเพื่อ
ตอบสนองความต้องการ ในด้านต่างๆดังนี้

- ด้านการบรรจุ ควรออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดโดยมีการศึกษาถึงพฤติกรรมและความต้องการ
ของกลุ่มเป้าหมายใหม่ เช่น มีความต้องการบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดเล็ก เหมาะสำหรับการทำขนมในปริมาณ
ที่น้อย ต้องการบริโภคภายในครอบครัวเท่านั้น โดยทำการวิเคราะห์และเลือกขนาดบรรจุที่เหมาะสมกับ
ความต้องการนั้นๆ

- ด้านการปกป้อง ควรออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยคำนึงถึงการขนส่งของสินค้า และสอดคล้องกับ
ระบบการขนส่งเดิมของบริษัท เช่น การขนส่งโดยรถยนต์ที่ติดตั้งอุปกรณ์ทำความเย็น เป็นต้น ซึ่ง
บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบควรปกป้องสินค้าภายในในระหว่างที่มีการขนส่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- ด้านความสะดวก เนื่องจากเป็นกลุ่มผู้บริโภคใหม่จึงควรศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้งานที่แตกต่าง
จากกลุ่มเป้าหมายเดิม ควรมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เช่น
ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์สามารถประหยัดเวลาในการใช้งานมากขึ้นและมีรูปแบบใหม่ทันสมัย

- ด้านประชาสัมพันธ์ ควรออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยคำนึงถึงภาพลักษณ์ของตราสินค้าใหม่ที่
ต้องการสื่อถึงผู้บริโภค และสร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มเป้าหมายใหม่เพื่อเป็นการดึงดูดใจลูกค้าในการ
เลือกซื้อ เช่น ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีภาพลักษณ์ที่ทันสมัย เพื่อตอบสนองกับกลุ่มเป้าหมายในกลุ่ม
แม่บ้านยุคใหม่มากขึ้น

2.2 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ

2.2.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการทำขนม

ส่วนประกอบที่ใช้ในการทำขนม

ส่วนประกอบหรือ INGREDIENTS ต่างๆที่ใช้ในการทำขนมอบ เช่น ขนมปัง เค้ก คุกกี้ โดนัท เป็นต้น มีด้วยกันหลายชนิดตามชนิดและคุณลักษณะที่ขนมนั้นๆต้องการ การทำขนมเพื่อให้ได้ลักษณะและรสชาติที่ต้องการนั้นขึ้นอยู่กับกรรมวิธีการทำของขนมนั้นๆด้วย



รูปที่ 2.2-1 ภาพแสดงวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการทำขนม
ในการทำขนมนั้นจะประกอบไปด้วยส่วนประกอบหลัก 8 ชนิด ดังนี้

1. แป้งสาลี



แป้งที่ใช้ในการทำขนมอบทั่วไปคือแป้งสาลี ที่ได้จากการโม่ข้าวสาลี ซึ่งจะคุณสมบัติที่แตกต่างจากแป้งอื่น โดยทั่วไปเราสามารถแบ่งประเภทของแป้งสาลีได้ดังนี้

1.1 แป้งขนมปัง มีระดับโปรตีน 12.5 – 14 % คุณภาพของแป้งดังกล่าวจะให้กลูเตนที่เหนียว มีความยืดหยุ่นดี มีคุณสมบัติในการข้มแก๊สไว้มาก เมื่ออบขนมปังแล้วจะทำให้ได้ขนมปังที่ดี ขึ้นรูปสวย

1.2 แป้งเค้ก มีระดับโปรตีน 9-11% เป็นสาลีชนิดอ่อนขนาดเล็กละเอียด

1.3 แป้งสาลีเอนกประสงค์ มีระดับโปรตีน 7-9 % เป็นแป้งที่มีโปรตีนกลาง ใช้ในการทำคุกกี้พาย หรือเค้กเนื้อหนักบางชนิด

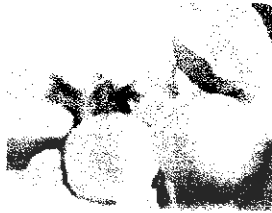
2. ไขมัน



ไขมันที่ใช้ในการทำขนม นั้น ได้แก่ เนยขาวหรือชอทเทนนิ่ง เนยสด มาร์گارีนหรือเนยเทียม เป็นต้น ซึ่งจะมีชื่อแตกต่างดังนี้ เนยขาว นั้นเป็นเนยที่มีไขมันอยู่เกือบ 100% นิยมนำมาใช้ทาพิมพ์ขนม เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มาร์การีน เป็นเนยเทียมที่มีสีเหลืองซึ่งจะมีส่วนผสมของนมผง ไขมัน เนยและเกลือโดยมีไขมันอยู่ 80% นิยมนำใส่เพื่อให้มีความฟู นุ่ม เนยสด นั้นเป็นเนยที่มีไขมัน 80% ซึ่งจะมีกลิ่นหอมกว่ามาร์การีนและมีลักษณะอ่อนกว่ามาร์การีน

3. ไข่



ไข่นิยมใช้กันมากในการทำขนมเค้ก ขนมไข่และขนมปังหวาน ไข่จะทำหน้าที่ช่วยให้ขนมขึ้นฟู นอกจากนี้ ไข่แดงยังมีสารที่เรียกว่า "อิมัลซิฟายเออร์" ซึ่งจะช่วยให้ส่วนผสมที่เป็นของเหลวอื่นๆ เข้ากันได้ดี

4. น้ำ



น้ำเป็นส่วนประกอบที่ถูกใช้มากในการทำขนมปัง เป็นตัวทำให้ส่วนผสมอื่นๆ ละลายเข้ากันได้ดี ปริมาณน้ำที่ใช้ในการทำขนมปังนั้นต้องเหมาะสม หากใช้น้อยเกินไปจะทำให้ขนมปังมีผิวแห้งหยาบ

5. น้ำตาล



น้ำตาลถือว่าเป็นส่วนประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะในการทำขนมปัง น้ำตาลช่วยให้ความหวานและสีแก่ขนม โดยน้ำตาลที่ใช้ในการทำขนมปังนั้นมีดังนี้

5.1 น้ำตาลทราย ส่วนใหญ่จะใช้ชนิดละเอียดเพื่อละลายได้ง่าย และให้ละลายส่วนผสมหมด

5.2 น้ำตาลทรายแดง จะประกอบไปด้วยส่วนที่เป็นคาราเมล แร่ธาตุและความชื้น ส่วนมากจะใช้กับขนมที่ต้องการสีและกลิ่นรสเฉพาะตัวเป็นหลักแต่จะไม่ใช้ตัวให้ความหวาน

5.3 น้ำตาลไอซิ่ง เป็นน้ำตาลทรายที่บดละเอียดมากๆ แล้วมีการเติมแป้งข้าวโพด เพื่อป้องกันการจับเป็นก้อน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. เกล็ด



เกล็ดเป็นส่วนผสมที่สำคัญ เนื่องจากมีส่วนช่วยด้านกลิ่นและรสของขนม และช่วยในด้านโครงสร้างและรูปทรงของขนมโดยเฉพาะขนมปัง นอกจากนี้เกล็ดยังช่วยเน้นรสชาติของส่วนผสมอื่นๆ ให้เด่นชัด โดยเฉพาะรสหวานและช่วยให้ขนมมีความชุ่มชื้น

7. สารเสริมคุณภาพ



สารเสริมคุณภาพที่ใช้ในการทำขนมนั้นมีหลายชนิด โดยจะยกตัวอย่างนิยมใช้ในการทำขนม

7.1 ผงฟู เป็นสารที่ผสมระหว่างผงโซดาบิกะกับเกล็ดของกรดบางอย่าง ซึ่งจะทำให้เกิดแก๊สคาร์บอนไดออกไซด์และทำให้ขนมขึ้นฟู และมีสีที่เข้มขึ้น นิยมใช้ในการทำขนมเค้ก

7.2 ยีสต์ เป็นตัวช่วยทำให้ขนมขึ้นฟู โดยเฉพาะขนมปัง เนื่องจากยีสต์เป็นสิ่งมีชีวิตขนาดเล็กที่ช่วยในการเปลี่ยนน้ำตาลในแป้งเป็นแก๊สคาร์บอนไดออกไซด์และแอลกอฮอล์ ซึ่งจะทำให้แป้งขึ้นฟู

7.3 ครีม ออฟ ทาร์ทาร์ เป็นสารที่ช่วยให้ไข่ขาวเกิดการคงตัว ซึ่งมีฤทธิ์คล้ายมะนาว ส่วนใหญ่จะใช้ในการตีไข่ขาวเพื่อให้อ่อนนุ่ม

8. นม

นมที่ใช้ในการทำขนมนั้นมีหลายชนิดเช่น นมสดหรือนมพาสเจอร์ไรส์ นมพร้อมไขมัน นมข้นหวาน ซึ่งนมเหล่านั้นจะช่วยให้ขนมมีกลิ่นและรสที่ดีขึ้นและยืดอายุการเก็บให้กับขนม

2.2.2 ขั้นตอนในการทำขนม

ในการทำขนมนั้นประกอบไปด้วยขั้นตอนการทำที่หลากหลายขั้นตอน ซึ่งขึ้นอยู่กับชนิดของขนมที่แตกต่างกัน ซึ่งขั้นตอนหลักในการทำขนมนั้นมี 5 ขั้นตอนดังนี้



รูปที่ 2.2-2 ภาพแสดงขั้นตอนการทำขนมเบเกอรี่ต่างๆ

1. ขั้นตอนการเตรียมส่วนผสมต่างๆ (Preparation)



รูปที่ 2.2-3 ภาพแสดงขั้นตอนการเตรียมส่วนผสม

เป็นขั้นตอนที่มีการเตรียมส่วนผสมต่างๆที่ใช้ในการทำขนม โดยมีการชั่ง ตวง ร่อนส่วนผสมต่างๆ

2. ขั้นตอนการผสม (Mixed)



รูปที่ 2.2-4 ภาพแสดงขั้นตอนการผสม

เป็นขั้นตอนที่นำส่วนผสมที่เตรียมหรือร่อนไว้แล้วนำมาตีผสมให้เข้ากันโดยการใช้ตะกร้อมือหรือเครื่องตีผสม

3. ขั้นตอนการเทพิมพ์ (Mold)



รูปที่ 2.2-5 ภาพแสดงขั้นตอนการเทพิมพ์

เป็นขั้นตอนที่นำส่วนผสมที่มีการตีผสมให้เข้ากันแล้วมาเทลงบนพิมพ์ที่มีการทาเนยขาวไว้เรียบร้อยแล้ว เพื่อเตรียมอบ

4. ขั้นตอนการอบ (Baking)



รูปที่ 2.2-6 ภาพแสดงขั้นตอนการอบขนม

เป็นขั้นตอนที่ทำการอบขนม โดยเข้าเตาอบและตั้งอุณหภูมิที่ขึ้นอยู่กับชนิดของขนมนั้นๆ

5. ขั้นตอนการตกแต่ง (Decoration)



รูปที่ 2.2-7 ภาพแสดงขั้นตอนการตกแต่ง

การตกแต่งขนมนั้นเป็นขั้นตอนสุดท้ายในการทำขนมซึ่ง จะนำขนมมาตกแต่งตามความต้องการเช่น ตกแต่งด้วยชอกโกแลต ท็อปปิ้งต่างๆ ฯลฯ ตามจินตนาการ

2.2.3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภค

2.2.3.1 ภาพโดยรวมของผู้บริโภคของกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนม

กลุ่มผู้บริโภคของกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขมนั้นสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ คือ

1. กลุ่มธุรกิจโรงแรม



รูปที่ 2.2-8 ภาพแสดงกลุ่มผู้บริโภคทั่วไปประเภทธุรกิจโรงแรม

ผู้บริโภคในกลุ่มนี้จะมีการซื้อผลิตภัณฑ์ในจำนวนมากเป็นลักษณะการค้าส่ง โดยมีการจัดส่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวไปยังโรงแรมต่างๆ ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด โดยผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายนั้นเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีและมีราคาแพง

2. กลุ่มธุรกิจร้านเบเกอรี่



รูปที่ 2.2-9 ภาพแสดงกลุ่มผู้บริโภคทั่วไปประเภทธุรกิจร้านเบเกอรี่

ผู้บริโภคในกลุ่มนี้จะมีการซื้อผลิตภัณฑ์ในลักษณะค้าส่ง เช่นเดียวกับกลุ่มธุรกิจโรงแรม โดยที่ผลิตภัณฑ์ที่มีการจำหน่ายนั้นจะมีคุณภาพและราคา ซึ่งจะมีทั้งราคาแพง-ถูกอยู่ที่แตกต่างกันตามความต้องการของร้านเบเกอรี่นั้นๆ

3. กลุ่มแม่บ้านทั่วไป



รูปที่ 18 ภาพแสดงกลุ่มผู้บริโภคทั่วไปประเภทกลุ่มแม่บ้านทั่วไป

ผู้บริโภคในกลุ่มนี้จะมีการซื้อผลิตภัณฑ์ในลักษณะค้าปลีก คือ ซื้อในปริมาณที่ไม่มากนัก โดยที่มีการซื้อจากร้านค้าหรือซูเปอร์มาเก็ตต่างๆ ที่มีการขายสินค้า ซึ่งจะมีการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีราคาและคุณภาพได้ตามความต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากภาพโดยรวมของผู้บริโภคจะเห็นได้ว่ามีกลุ่มผู้บริโภคทั้งหมด 3 กลุ่มใหญ่ ซึ่งในโครงการนี้จะขอกล่าวถึงกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มแม่บ้านทั่วไปเท่านั้นเนื่องจากเป็นกลุ่มผู้บริโภคดีงกล่าวเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีความต้องการทางด้านบรรจุภัณฑ์ ซึ่งจะตรงกับวัตถุประสงค์ของโครงการออกแบบนี้

กลุ่มผู้บริโภคแม่บ้านทั่วไป

กลุ่มผู้บริโภคแม่บ้านทั่วไปนั้นสามารถแบ่งกลุ่มย่อยออกเป็น 3 กลุ่ม ตามลักษณะพฤติกรรมและการใช้งานผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน ดังนี้

1. กลุ่มแม่บ้านที่ทำงานเป็นประจำ (อาชีพ)
2. กลุ่มแม่บ้านที่ทำงานเป็นงานอดิเรก
3. กลุ่มแม่บ้านมือใหม่ หัดทำงาน



รูปที่ 2.2-10 กราฟแสดงสัดส่วนกลุ่มผู้บริโภค (แม่บ้าน) ของกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนม

2.2.3.2 ลักษณะและพฤติกรรมทั่วไปของกลุ่มผู้บริโภครวม

กลุ่มผู้บริโภครวม

กลุ่มแม่บ้านที่ทำขนมเป็นประจำ (อาชีพ)



รูปที่ 2.2-11 ภาพแสดงกลุ่มผู้บริโภครวมเป้าหมาย (กลุ่มแม่บ้านที่ทำขนมเป็นประจำ)

ความชำนาญ	จุดประสงค์	ปริมาณในการทำ	อายุ	อาชีพ	ความต้องการบรรจุภัณฑ์
มาก	ขาย	มาก	35ปีขึ้นไป	แม่บ้าน	น้อย

กลุ่มผู้บริโภครวมเป้าหมายใหม่

-กลุ่มแม่บ้านที่ทำขนมเป็นงานอดิเรก



รูปที่ 2.2-12 ภาพแสดงกลุ่มผู้บริโภครวมเป้าหมายใหม่ (กลุ่มแม่บ้านที่ทำขนมเป็นงานอดิเรก)

ความชำนาญ	จุดประสงค์	ปริมาณในการทำ	อายุ	อาชีพ	ความต้องการบรรจุภัณฑ์
ปานกลาง	รับประทานและเป็นของขวัญในเทศกาลต่างๆ	ปานกลาง-น้อย	25-35 ปี	พนักงานประจำ , ทำธุรกิจส่วนตัว	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

-กลุ่มแม่บ้านมือใหม่ หัดทำขนม



รูปที่ 2.2-13 ภาพแสดงกลุ่มผู้บริโภคนเป้าหมาย (กลุ่มแม่บ้านมือใหม่ หัดทำขนม)

ความชำนาญ	จุดประสงค์	ปริมาณในการทำ	อายุ	อาชีพ	ความต้องการบรรจุภัณฑ์
น้อย	รับประทาน เอง	น้อย	20-25 ปี	พนักงาน ประจำ , นักศึกษา	มาก

ผลิตภัณฑ์ในโครงการนี้จะเน้นการเจาะกลุ่มเป้าหมายใหม่ ซึ่งเป็นกลุ่มแม่บ้านที่ทำขนมเป็นงานอดิเรกและกลุ่มแม่บ้านมือใหม่หัดทำ เนื่องจากเป็นกลุ่มแม่บ้านที่มีความต้องการทางด้านบรรจุภัณฑ์มาก และเป็นการเปิดช่องทางการตลาดใหม่ที่ต่างจากคู่แข่งอื่น

2.2.4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมที่มีการจำหน่ายในปัจจุบัน
 หมวดวัตถุดิบหลักในการทำขนม
 แป้งธรรมดา (Plain Flour)



รูปที่ 2.2-14 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์แป้งที่มีการจำหน่ายในท้องตลาดปัจจุบัน

บรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นถุงพลาสติก มีการปิดผนึกด้านบนและล่าง ซึ่งมีทั้งพลาสติกใสที่สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ด้านในและพลาสติกทึบ มีขนาดบรรจุ 1000 กรัม

3.เนย (Butter)



บรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นอลูมิเนียมฟรอยด์ มีการพับปิดผนึก มีขนาดบรรจุ 200-230 กรัม

รูปที่ 2.2-15 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์เนยที่มีการจำหน่ายในท้องตลาดปัจจุบัน

หมวดสารเสริมคุณภาพ

1. ผงฟู



รูปที่ 2.2-16 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ผงฟูที่มีการจำหน่ายในท้องตลาดปัจจุบัน

บรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นถุงพลาสติก และเป็นกระปุกพลาสติก มีการปิดผนึก มีขนาดบรรจุ

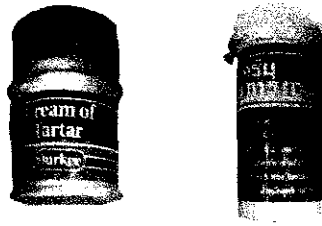
2. ยีสต์



รูปที่ 2.2-17 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ยีสต์ที่มีการจำหน่ายในท้องตลาดปัจจุบัน

บรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นถุงพลาสติก และเป็นกระปุกพลาสติก มีการปิดผนึก มีขนาดบรรจุ

3.ครีม ออฟ ทาร์ทาร์



รูปที่ 2.2-18 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ครีม ออฟ ทาร์ทาร์ที่มีการจำหน่ายในท้องตลาดปัจจุบัน
บรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นถุงพลาสติก และเป็นกระปุกพลาสติก มีการปิดผนึก มีขนาดบรรจุ
หมวดการตกแต่งและการปรุงแต่ง

1.สีและกลิ่นปรุงแต่งกลิ่น



รูปที่ 2.2-19 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์สีและวัตถุปรุงแต่งกลิ่นธรรมชาติที่มีการจำหน่ายในท้องตลาดปัจจุบัน
บรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นขวดแก้วใส สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ ด้านบน

2. ชอกโกแลตฟรอสตติ้ง



รูปที่ 2.2-20 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ชอกโกแลตฟรอสตติ้งที่มีการจำหน่ายในท้องตลาดปัจจุบัน
บรรจุภัณฑ์เป็นกระปุกพลาสติกปากกว้างด้านบนมีฝาปิดสนิท

3. วิปปิ้งครีม



รูปที่ 2.2-21 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์วิปปิ้งครีมที่มีการจำหน่ายในท้องตลาดปัจจุบัน
บรรจุภัณฑ์มีทั้งลักษณะที่เป็นกระป๋องสเปรย์และกล่องนม ซึ่งจะบรรจุผลิตภัณฑ์ตามลักษณะทาง
กายภาพที่แตกต่างกัน มีขนาดบรรจุ

4. แยมผลไม้



รูปที่ 2.2-22 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์แยมผลไม้ที่มีการจำหน่ายในท้องตลาดปัจจุบัน
บรรจุภัณฑ์มีลักษณะที่หลากหลายทั้งที่เป็นขวดแก้วใสสามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ด้านในและเป็น
กระปุกพลาสติก ด้านบนมีฝาปิด สามารถเปิด-ปิดได้ มีขนาดบรรจุ

5. น้ำตาลไอซิ่ง

บรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นถุงพลาสติก มีการปิดผนึกด้านบนและล่าง ซึ่งมีทั้งพลาสติกใสที่สามารถ
มองเห็นผลิตภัณฑ์ด้านในและพลาสติกทึบ มีขนาดบรรจุ 1000 กรัม

6. น้ำเชื่อม



รูปที่ 2.2-23 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์น้ำเชื่อมที่มีการจำหน่ายในท้องตลาดปัจจุบัน
บรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นขวดพลาสติก ด้านบนมีลักษณะเป็นฝาที่สามารถบีบได้ มีขนาดบรรจุ

7. ท็อปปิ้ง



รูปที่ 2.2-24 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ท็อปปิ้งที่มีการจำหน่ายในท้องตลาดปัจจุบัน
บรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นขวดพลาสติกใส ด้านบนมีฝาปิดสนิท ทั้งแบบฝาเกลียวและฝาปิด-เปิด
มีขนาดบรรจุ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. ฟิลลิ่งผลไม้



รูปที่ 2.2-25 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ฟิลลิ่งผลไม้ที่มีการจำหน่ายในท้องตลาดปัจจุบัน
บรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นถุงพลาสติกใส

หมวดสินค้าสำเร็จรูป



รูปที่ 2.2-26 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์แบ่งสำเร็จรูปที่มีการจำหน่ายในท้องตลาดปัจจุบัน
บรรจุภัณฑ์ด้านใน (Primary Package) จะเป็นถุงพลาสติกใสปิดผนึกด้านบนและด้านล่าง ส่วนบรรจุภัณฑ์
ด้านนอก (Secondary Package) มีลักษณะเป็นกล่องกระดาษ มีขนาดบรรจุ 400-500 กรัม

2.2.5 วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการออกแบบ

จากการศึกษาข้อมูลในหัวข้อ 2.2.1-2.2.3 สามารถนำมาสรุปผลเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบในโครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อการทำขนมได้ดังนี้

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการทำขนม

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการทำขนม ซึ่งมีการศึกษาในด้านขั้นตอนในการทำขนมและส่วนประกอบหลักและอุปกรณ์ที่ใช้ในการทำขนมนั้น จึงควรออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับลักษณะการใช้งานในขั้นตอนต่างๆ เช่น หมวตผลิตภัณฑ์สำหรับการตกแต่งนั้นควรมีลักษณะการใช้งานที่สอดคล้องกับขั้นตอนในการตกแต่งและสามารถใช้งานร่วมกับอุปกรณ์ที่ใช้ในขั้นตอนการตกแต่งได้เป็นอย่างดี เช่น อุปกรณ์หัวบีบ ถูบีบ เพื่อให้การใช้งานบรรจุภัณฑ์มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภค

จากการศึกษาถึงกลุ่มผู้บริโภคของกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับทำขนมพบว่า สามารถแบ่งกลุ่มผู้บริโภคออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่คือ กลุ่มธุรกิจโรงแรม กลุ่มร้านเบเกอรี่และกลุ่มแม่บ้านทั่วไป ซึ่งกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ในโครงการนั้นจะจงเฉพาะแม่บ้านทั่วไปเท่านั้น จากการศึกษาดังกล่าวรวมของกลุ่มเป้าหมายนั้น พบว่า ควรมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายใหม่ที่แตกต่างจากกลุ่มเป้าหมายเดิม

ด้านการบรรจุ ควรออกแบบให้มีขนาดบรรจุที่มีขนาดเล็กลง เนื่องจากมีความต้องการทำขนมในปริมาณที่น้อยและทำเพื่อบริโภคเองภายในครอบครัว จึงควรกำหนดปริมาตรที่เหมาะสม

ด้านการปกป้อง ควรออกแบบที่ปกป้องสินค้า และรักษาคุณภาพของสินค้าได้นาน

การอำนวยความสะดวก ควรออกแบบให้มีลักษณะการใช้งานที่ง่าย สะดวกและรวดเร็ว เช่น การใช้งานผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปที่สามารถใช้ได้ทันที

การประชาสัมพันธ์ ควรออกแบบให้ตอบสนองกับภาพลักษณ์ของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มแม่บ้านทันสมัย

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีการจำหน่ายในปัจจุบัน

จากการศึกษาผลิตภัณฑ์ที่มีการจำหน่ายในปัจจุบันนั้น ควรสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ซึ่งแตกต่างจากคู่แข่ง เพื่อเป็นการดึงดูดใจผู้บริโภคในการเลือกซื้อทั้งในด้านการออกแบบโครงสร้างและการออกแบบกราฟฟิก

ด้านโครงสร้าง ควรมีการออกแบบโครงสร้างใหม่ที่มีรูปทรงใหม่น่าสนใจ เนื่องจากคู่แข่งอื่นๆนิยมใช้บรรจุภัณฑ์รูปทรงมาตรฐาน

ด้านกราฟฟิก ควรมีการออกแบบการที่มีความโดดเด่นในเรื่องของการใช้สีและการใช้ภาพประกอบที่แตกต่างจากคู่แข่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับตราสินค้าเดิม

2.3.1 ตราสัญลักษณ์ (Logo)



รูปที่ 22 ภาพแสดงตราสัญลักษณ์เดิม

ใช้ชื่อตราสินค้า “อิมพีเรียล” โดยตราสินค้าเดิมนั้นจะใช้สีแดงเป็นหลัก และมีรูปมงกุฎ เป็นเอกลักษณ์ซึ่งสื่อถึงควมมีคุณภาพและมีระดับของผลิตภัณฑ์


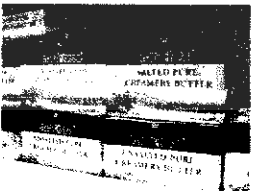
2.3.2 ภาพลักษณ์ของตราสินค้า “อิมพีเรียล”

ตราสินค้า “อิมพีเรียล” นั้นเป็นตราสินค้าที่เป็นที่รู้จักกันดีของผู้บริโภค จะเน้นผลิตภัณฑ์ทางด้านเนย เนื่องจากมีการใช้วัตถุดิบในการผลิตเนยที่มีคุณภาพดี และเป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์เนยรายแรกของประเทศ นอกจากนี้ชื่ออิมพีเรียลนั้นแสดงให้เห็นคุณภาพที่ดีและควมมีระดับแบบราชวงศ์ และสื่อให้เห็นถึงความน่ารับประทานความอร่อยของสินค้า

2.3.3 ผลิตภัณฑ์ที่มีการจัดจำหน่ายในปัจจุบัน ราคา และลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิม

ผลิตภัณฑ์ที่มีการจัดจำหน่ายในปัจจุบันภายใต้ตราสินค้า “อิมพีเรียล” นั้นสามารถแบ่งออกเป็น 4หมวดใหญ่ดังนี้


1. หมวดวัตถุดิบหลัก

ผลิตภัณฑ์	ราคา	ลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิม	ขนาดบรรจุ
1. แป้งธรรมดา (Plain Flour) 	37 บาท	มีลักษณะเป็นถุงพลาสติกใส	1000 กรัม
2 เนย (Butter) 	34 บาท	มีลักษณะเป็นฟรอยด์สีทอง	227 กรัม

ตารางที่ 2.3-1 ภาพแสดงภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์เดิมหมวดวัตถุดิบหลัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.หมวดสารเสริมคุณภาพ

ผลิตภัณฑ์	ราคา	ลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิม	ขนาดบรรจุ
1. ผงฟูดับเบิ้ลแอกชั่น 		ด้านในเป็นถุงพลาสติกใสบรรจุสินค้า ด้านนอกเป็นกระปุกพลาสติกที่มีฝาปิด เกี่ยวด้านบน	100 กรัม

ตารางที่ 2.3-2 ตารางแสดงภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์เดิมหมวดสารเสริมคุณภาพ

3.หมวดการปรุงแต่งและการตกแต่ง

ผลิตภัณฑ์	ราคา	ลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิม	ขนาดบรรจุ
1. วิปปิ้งครีม	-	เป็นกล่องกระดาษไขทรงสูงพับขึ้นรูป คล้ายกล่องนม	1000 มล.
2. แยมผลไม้	27 บาท	ขวดแก้วใสด้านบนเป็นฝาเกลียว	150 กรัม
3 น้ำตาลไอซิ่ง	14 บาท	ถุงพลาสติกใส	1000 กรัม
4 น้ำเชื่อม 	45 บาท	ขวดบีบปลายแหลมสีขาวทึบ	380 มล.

ตารางที่ 2.3-3 ตารางแสดงภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์เดิมหมวดการปรุงแต่งและการตกแต่ง

2.3.3 สถานที่จัดจำหน่าย

มีการเน้นการจัดจำหน่ายในส่วนของร้านค้าชายส่งหรือร้านขายอุปกรณ์ในการทำขนม 60%
และเน้นการจัดจำหน่ายในซูเปอร์มาเก็ตและไฮเปอร์มาเก็ต 40%

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.4 กลุ่มเป้าหมายเดิม

เน้นกลุ่มเป้าหมายแม่บ้านที่มีการทำงานเป็นประจำ (อาชีพ) ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นแม่บ้านและมีความชำนาญในการทำงาน ซึ่งกลุ่มแม่บ้านดังกล่าวจะมีจุดประสงค์ในการทำงานเพื่อขาย ในลักษณะการส่งตามร้านค้าต่างๆ ดังนั้นจะมีการซื้อผลิตภัณฑ์ในปริมาณที่มากและมีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์โดยไม่คำนึงถึงบรรจุภัณฑ์มากนัก

2.3.5 วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลเกี่ยวกับตราสินค้าและผลิตภัณฑ์เดิม

จากการศึกษา ในหัวข้อ 2.3.1-2.3.3 เกี่ยวกับตราสินค้าและผลิตภัณฑ์เดิม สามารถนำมาสรุปเป็นแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมภายใต้ตราสินค้าใหม่ โดยมีการวิเคราะห์และสรุปผลเป็นตารางเปรียบเทียบข้อแตกต่างระหว่างตราสินค้าเดิมและตราสินค้าใหม่ได้ดังนี้

ตารางเปรียบเทียบข้อแตกต่างระหว่างตราสินค้าเดิมและตราสินค้าใหม่

ข้อแตกต่าง	ตราสินค้าเดิม	ตราสินค้าใหม่
ผลิตภัณฑ์ที่ออกจำหน่าย	เน้นกลุ่มสินค้าที่เป็นวัตถุดิบเป็นหลัก เช่น เนย แป้ง	เพิ่มสินค้าในหมวดการปรุงแต่งและการตกแต่งให้มากขึ้น เพื่อให้มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์
ราคา	ราคาต่ำ- ปานกลาง	ราคาปานกลาง-สูง
สถานที่จัดจำหน่าย	เน้นการจัดจำหน่ายในร้านค้าส่งและร้านขายอุปกรณ์สำหรับการทำขนม	เน้นการจัดจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ตและไฮเปอร์มาร์เก็ต
การประชาสัมพันธ์	ไม่เน้นการประชาสัมพันธ์	เพิ่มการประชาสัมพันธ์ โดยมีการสนับสนุนในส่วนของสถาบันสอนทำขนม และประชาสัมพันธ์ ณ จุดขาย
กลุ่มเป้าหมาย	กลุ่มแม่บ้านที่ทำงานเป็นประจำ (อาชีพ)	กลุ่มแม่บ้านที่ทำงานเป็นงานอดิเรกและแม่บ้านมือใหม่ หัดทำขนม
บรรจุภัณฑ์	ไม่มีความเป็น Corporate Identity	สร้างเอกลักษณ์และความเป็น Corporate Identity ให้กับบรรจุภัณฑ์

ตารางที่ 2.3-4 ตารางแสดงการเปรียบเทียบข้อแตกต่างระหว่างตราสินค้าเดิมและตราสินค้าใหม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

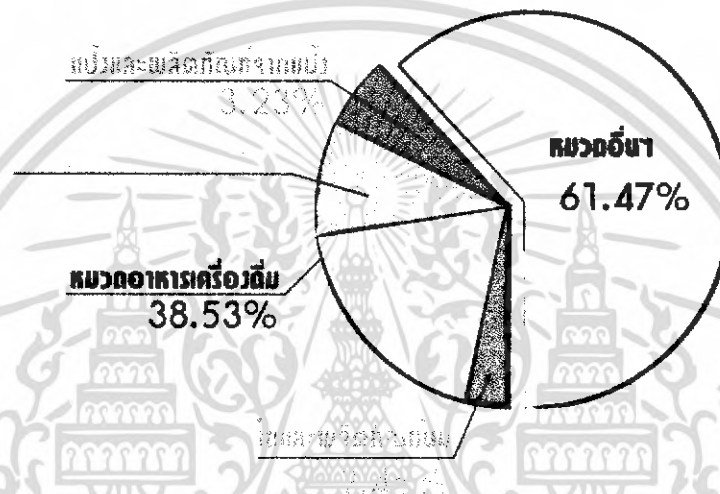
2.4 ข้อมูลรายละเอียดทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

2.4.1 ข้อมูลทั่วไปทางการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ

2.4.1.1 ขนาดตลาดและส่วนแบ่งทางการตลาด

ขนาดตลาด

กลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมนั้นมีความหลากหลายของชนิดและประเภท เช่น แป้ง นม เนย เป็นต้น โดยขนาดของตลาดนั้นจะศึกษาตลาดกลุ่มสินค้าซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือกลุ่มแป้งและผลิตภัณฑ์จากแป้ง เช่น ผลิตภัณฑ์แป้งสำหรับการทำขนม เป็นต้น และกลุ่มไข่และผลิตภัณฑ์จากนม เช่น ผลิตภัณฑ์เนย นม มาร์การีน เป็นต้น ซึ่งทั้งมีขนาดตลาดดังนี้



ที่มาข้อมูล : หนังสือโลกการค้า ปีที่ 10 ฉบับที่ 62

รูปที่ 2.4-1 แผนภูมิแสดงสัดส่วนของกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมในตลาด

จากตัวเลขด้านบนจะเห็นได้ว่า กลุ่มแป้งและผลิตภัณฑ์จากแป้งนั้นมีขนาดตลาด 3.23% และกลุ่มไข่และผลิตภัณฑ์จากนมมีขนาดตลาด 2.45% ซึ่งคิดเป็นเปอร์เซ็นต์โดยรวมทั้งหมด 15% ของผลิตภัณฑ์หมวดอาหารและเครื่องดื่ม

วิเคราะห์สภาพของตลาดกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนม

เดิมกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนม นั้น เดิมมีผู้ผลิตภายในประเทศเพียงไม่กี่ราย เช่น เบสท์ฟูดส์ อิมพิเรียล เนื่องจากการทำขนมเบเกอรี่ เช่น ขนมเค้ก ขนมปัง ยังไม่เป็นที่แพร่หลายมากนัก ส่วนใหญ่มักจะเป็นการทำขนมในลักษณะร้านค้าขายเบเกอรี่ ซึ่งมีการลงทุนด้านวัสดุ-อุปกรณ์ที่ค่อนข้างสูง จึงทำให้ ไม่นิยมทำรับประทานเองที่บ้าน แต่ในปัจจุบันการทำขนมเป็นที่นิยมมากขึ้น โดยเริ่มมีการทำขนมเองที่บ้าน และมีการเรียนจากสถาบันสอนทำขนม จึงมีผู้หันมาให้ความสนใจกับการทำขนมมากขึ้น มีทั้งผู้ที่ทำเป็นงานอดิเรกและทำขนมเพื่อขายเป็นลักษณะครัวเรือน

ปัจจุบันตลาดของกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมมีการขยายตัวมากขึ้น เริ่มมีคู่แข่งภายในประเทศมากขึ้นทั้งรายเล็กและรายใหญ่ รวมทั้งมีการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น

สถานการณ์ทางการแข่งขัน

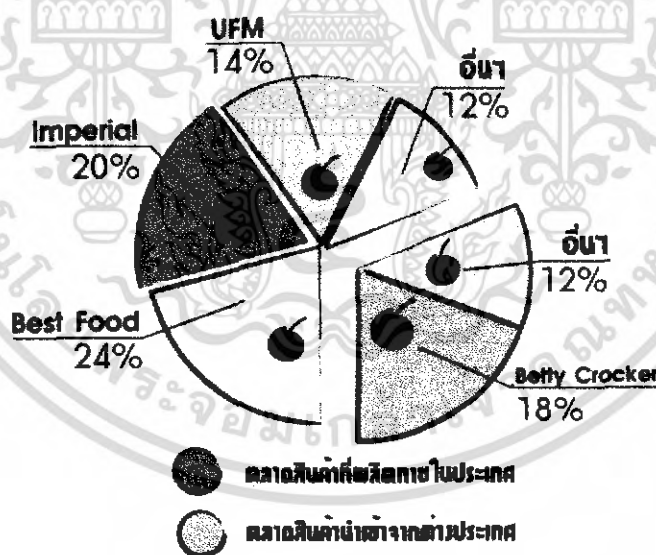
ความรุนแรงของการแข่งขัน (Intensity of Competitive)

อุตสาหกรรมกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมที่มีการแข่งขันที่ค่อนข้างรุนแรง เนื่องจากมีบริษัทผู้ผลิตรายใหญ่ ซึ่งมีการผลิตในระบบอุตสาหกรรมทั้งสิ้น และมีศักยภาพในการผลิตค่อนข้างสูง ซึ่งมีทั้งผู้ผลิตที่มีสายผลิตภัณฑ์ (Variety Product Line) ที่หลากหลาย เช่น ผลิตทั้งแป้ง เนย สารเสริมคุณภาพ และผู้ผลิตที่มีสายผลิตภัณฑ์ (One Product Line) เช่น ผลิตแป้งอย่างเดียว ผลิตเนยอย่างเดียว เป็นต้นนอกจากนี้ยังมีการแข่งขันกับคู่แข่งสำคัญที่เป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศซึ่งมีค่อนข้างเยอะ และค่อนข้างได้รับความนิยมนจากผู้บริโภคซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคระดับบน

ภัยคุกคามของสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Product)

ในปัจจุบันกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมได้มีการพัฒนาเป็นรูปแบบที่หลากหลาย ในลักษณะสำเร็จรูปมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีการนำวัตถุดิบใหม่มาใช้ เช่น มีการแป้งนำข้าวเจ้ามาแทนแป้งสาลี ซึ่งแป้งข้าวจ้าวเป็นแป้งที่สามารถผลิตภายในประเทศได้เองและมีผลิได้ในปริมาณที่มาก จึงเป็นการลดต้นทุนในการผลิตได้ดี

ส่วนแบ่งทางการตลาดตลาด



กราฟแสดงส่วนแบ่งการตลาดของกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมในประเทศไทย (จำแนกตามผู้ผลิตสินค้า)

รูปที่ 2.4-2 กราฟแสดงส่วนแบ่งการตลาดของกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมในประเทศไทย

จากกราฟแสดงส่วนแบ่งทางการตลาดของกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนม จะเห็นได้ว่า ตลาดกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ ตลาดสินค้าที่ผลิตภายในประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยตราสินค้า "อิมพีเรียล" ซึ่งเป็นตราสินค้าของห้างหุ้นส่วนจำกัด กิมจั้วพาณิชย์ นั้นมีส่วนแบ่งทางการตลาด 20% ซึ่งเป็นถืออันดับสองรองจากคู่แข่งหลัก คือ ตราสินค้า "เบสท์ ฟู้ดส์" ส่วนตลาดสินค้าที่นำเข้ามาจากต่างประเทศนั้นจะมีตราสินค้า "Betty Crocker" เป็นผู้นำทางการตลาดในส่วนนี้

ซึ่งทางห้างหุ้นส่วนจำกัด กิมจั้วพาณิชย์นั้นมีความต้องการที่จะเป็นผู้นำของตลาดกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมในส่วนของตลาดสินค้าที่ผลิตภายในประเทศ ซึ่งต้องคำนึงถึงคู่แข่งที่สำคัญทั้งในประเทศและต่างประเทศ คือ เบสท์ฟู้ดส์และ Betty Crocker

2.4.1.2 แนวโน้มทางการตลาด

1. แนวโน้มการเจริญเติบโตของธุรกิจร้านเบเกอรี่

ปัจจุบันธุรกิจร้านเบเกอรี่นั้นถือได้เป็น 1 ใน 6 ของธุรกิจยอดนิยม ซึ่งได้แก่ ธุรกิจร้านขายกาแฟสด ธุรกิจร้านไฟโตดีจิตอล ธุรกิจเบเกอรี่ ธุรกิจก๋วยเตี๋ยว ธุรกิจสปา ซึ่งเป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมและได้รับกระแสตอบรับที่ดีจากผู้บริโภค กระแสที่เด่นชัดที่สุดก็คือ ความเคลื่อนไหวในวงการเบเกอรี่ ซึ่งรวมตั้งแต่ สินค้าแบรนด์ใหม่ในกลุ่มขนมปัง การเพิ่มจำนวนสาขา การแนะนำสินค้าใหม่เข้าสู่ตลาด และการเปิดตัวในฐานะธุรกิจเอสเอ็มอีดาวรุ่ง นอกจากนี้ยังมีผู้ประกอบการรายใหม่ๆ ที่เข้าสู่สนาม ในแต่ละปีมีเป็นจำนวนมาก

กราฟแสดงผลการสำรวจธุรกิจยอดนิยมของหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ



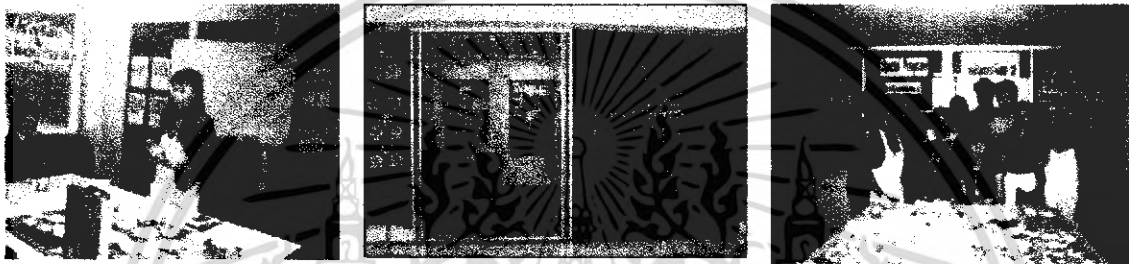
ที่มาข้อมูล : หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ (www.bangkokbiznews.com)

รูปที่ 2.4-3 กราฟแสดงผลการสำรวจธุรกิจยอดนิยม

จากกราฟแสดงผลการสำรวจธุรกิจยอดนิยมของหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ จะเห็นได้ว่าธุรกิจเบเกอรี่นั้นเป็นธุรกิจที่มีการลงทุนมากเป็นอันดับที่ 3 รองธุรกิจกาแฟสดและธุรกิจสปา

2. แนวโน้มการเจริญเติบโตของธุรกิจโรงเรียนและสถาบันสอนทำขนม

ในปี 2545-2546 ที่ผ่านมามีแนวโน้มว่า ธุรกิจโรงเรียนและสถาบันสอนทำขนม ได้เพิ่มมากขึ้นถึง 30-40% โดยมีโรงเรียนสอนอาหารทั้งในกรุงเทพฯและต่างจังหวัด ซึ่งเห็นได้ชัดในปัจจุบันนี้มีผู้สนใจในการทำอาหารและขนมเป็นจำนวนมาก โดยผู้ที่สมัครเข้าเรียนทำอาหารส่วนใหญ่มักจะเป็นกลุ่มคนในวัยทำงาน และที่คอรส์ที่ได้รับความนิยมคือ หลักสูตรการทำขนมอบความรู้ขั้นพื้นฐานของผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ทุกรูปแบบ ซึ่งเหมาะสำหรับผู้เริ่มต้นเข้าสู่วงการเบเกอรี่และหลักสูตรการทำขนมเพื่อประกอบกิจการ เพื่อสร้างความมั่นใจในการประกอบธุรกิจ สอนการทำขนมเชิงธุรกิจ รวมถึงการลงทุนด้านอุปกรณ์ในการทำขนม



รูปที่ 2.4-4 ภาพแสดงตัวอย่างโรงเรียนและสถาบันสอนทำขนมที่มีการเปิดการเรียนการสอนในปัจจุบัน
แหล่งที่มาข้อมูล : โรงเรียนสอนการผลิตอาหารและขนมมาตรฐาน (UFM Baking & Cooking School)

3. แนวโน้มอัตราการเพิ่มจำนวนของคู่แข่ง

ในปี 2546-2547 ที่ผ่านมามีจำนวนคู่แข่งในตลาดที่เพิ่มมากขึ้น โดยมีคู่แข่งใหม่เข้ามาในตลาดเป็นจำนวนมากขึ้นทั้งคู่แข่งที่เป็นสินค้าผลิตภายในประเทศและคู่แข่งที่เป็นสินค้านำเข้า นอกจากนี้ทางด้านคู่แข่งต่างๆยังมีการเน้นการประชาสัมพันธ์ เช่น การประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ ทางวิทยุ เพื่อให้สินค้าเป็นที่รู้จักและง่ายต่อการจดจำของผู้บริโภคมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีการพัฒนารูปแบบสินค้าใหม่ๆออกวางจำหน่าย เช่น ตราสินค้า "สวีตตี้" มีการออกสินค้าใหม่เป็นสินค้าแบ่งที่ทำจากแป้งข้าวเจ้า นอกจากนี้ยังมีการพัฒนารูปแบบของสินค้าให้ทันสมัยและมีลักษณะเป็นสินค้าสำเร็จรูปมากขึ้นเพื่อความสะดวกต่อการใช้งานมากขึ้น



รูปที่ 2.4-5 ภาพแสดงตัวอย่างสินค้าในท้องตลาดในรูปแบบผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.2 วิเคราะห์ข้อมูล สรุปผลข้อมูลทางการตลาดที่มีผลต่อการออกแบบ

วิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง (SWOT) ของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

SWOT ANALYSIS

จุดแข็ง (Strength)

1. โรงงานมีศักยภาพในการผลิตสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมสูง และมีความชำนาญในการผลิตสินค้าประเภทนี้เป็นอย่างดี เนื่องจากเป็นผู้ผลิตรายแรกของตลาด จึงสามารถพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้เกิดความหลากหลายได้ เช่น รูปแบบผง ของเหลว หรือของหนืด เป็นต้น
2. มีการเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ โดยเฉพาะนมและเนยซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลักของบริษัท จึงทำให้ได้รสชาติและคุณภาพที่ดี เต็มเปี่ยมไปด้วยความหอมหวานของเนยและนม
3. มีผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมที่ครอบคลุมในทุกหมวดหมู่มากกว่าคู่แข่งรายอื่นๆ ซึ่งเป็นการเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้บริโภคมากขึ้นในการเลือกซื้อ ซึ่งจะนำไปสู่การเป็นผู้นำตลาดของกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมที่ครบวงจรในอนาคต
6. มีการกระจายสินค้าที่ครอบคลุมและทั่วถึง คือ มีการกระจายสินค้าสู่ตัวแทนจำหน่ายที่เป็นซูเปอร์มาเก็ตตามห้างสรรพสินค้าทั้งในสาขากรุงเทพฯและต่างจังหวัด ซึ่งสามารถหาซื้อได้ง่าย

จุดอ่อน (Weakness)

1. ตราสินค้ามีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในส่วนของวัตถุดิบหลักในการทำขนม เช่น แป้ง เนย มาร์การีน เป็นต้น แต่ในหมวดอื่นนั้นเช่นหมวดสารเสริมและหมวดการปรุงแต่งและการตกแต่งนั้น ยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคเท่ากับตราสินค้าอื่นที่เป็นคู่แข่ง
2. ขนาดตลาดและกลุ่มเป้าหมายค่อนข้างเล็ก เนื่องจากเป็นสินค้าที่ค่อนข้างเจาะจงกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มเป้าหมายที่มีความต้องการทำขนม จึงจะมีการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์
3. ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่มีการจดจำตราสินค้าในกลุ่มผลิตภัณฑ์มากนัก จะเลือกซื้อสินค้าตามที่มีการแนะนำจากผู้อื่น หรือซื้อตามตำราในการทำขนม
4. เป็นสินค้าที่มีส่วนผสมของแป้งและไขมันเป็นหลัก ซึ่งเมื่อรับประทานในปริมาณอาจจะทำให้เกิดความอ้วน ซึ่งสวนกระแสผู้บริโภคในปัจจุบันที่สนใจเรื่องสุขภาพมากขึ้น

โอกาส (Opportunities)

1. ตลาดกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมมีแนวโน้มที่มีทิศทางที่ปรับตัวขึ้น และมีอัตราการขยายตัวถึงปีละ 30%-40% และมีผู้สนใจเรียนทำขนมกันมากขึ้นทั้งผู้ที่ต้องการเรียนเพื่อนำไปประกอบธุรกิจและผู้ที่ยังเรียนด้วยความชอบเพื่อนำไปทำรับประทานเอง

2. คู่แข่งส่วนใหญ่ในท้องตลาด มักจะเป็นคู่แข่งที่มีการผลิตสินค้าในลักษณะสายผลิตภัณฑ์ที่เจาะจง(One Product Line) เช่น มีแต่สินค้าประเภทแบ่งอย่างเดียว หรือ ผงฟูอย่างเดียว ซึ่งผลิตภัณฑ์ในโครงการนั้นมีความหลากหลายมากกว่าจึงเป็นการเพิ่มจำนวนผู้บริโภคมากขึ้น

3. คู่แข่งส่วนใหญ่ให้ความสำคัญทางด้านบรรจุภัณฑ์ที่น้อย นิยมใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมาตรฐาน เพื่อช่วยในการประหยัดต้นทุนการผลิต เนื่องจากมีราคาถูก หากผลิตภัณฑ์ในโครงการมีการให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์ก็จะเป็นการสร้างแตกต่างให้กับตราสินค้า

อุปสรรค (Threat)

1. คู่แข่งทางการตลาดที่สำคัญเป็นสินค้าที่มีการนำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งจะมีการใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีการใช้ลวดลายกราฟฟิกที่ทันสมัย และน่าสนใจ ซึ่งเป็นการดึงดูดใจผู้บริโภคให้เลือกซื้อสินค้านี้

2. ในการทำงานนั้นมีค่าใช้จ่ายทางด้านอุปกรณ์ที่มีราคาสูงและขั้นตอนในการทำที่ยุ่งยาก ต้องอาศัยการลงทุนและการเรียนรู้ ซึ่งเป็นเหตุผลให้ผู้สนใจในการทำขนมค่อนข้างน้อย จึงทำให้มีขนาดตลาดผู้บริโภคที่เล็กกว่าสินค้าอื่นๆ

วิเคราะห์ กลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ (Market Mix Strategies)

ผลิตภัณฑ์ (Product)

กลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมที่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ในลักษณะครบวงจร ซึ่งมีผลิตภัณฑ์ครอบคลุมทุกหมวดหมู่ เน้นบรรจุภัณฑ์ที่มีการออกแบบเพื่ออำนวยความสะดวกในการใช้งาน และสร้างความเพลิดเพลินในการใช้งานควบคู่กับความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการของผู้บริโภค

ราคา (Price)

มีการกำหนดราคาอยู่ในระดับปานกลางถึงระดับสูง เพื่อแข่งขันในตลาดที่เป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ เนื่องจากระดับล่างถึงปานกลางนั้นจะการแข่งขันโดยใช้ตราสินค้าเดิม

สถานที่จัดจำหน่าย (Place)

ซูเปอร์มาเก็ตและไฮเปอร์มาเก็ตชั้นนำทั่วไป

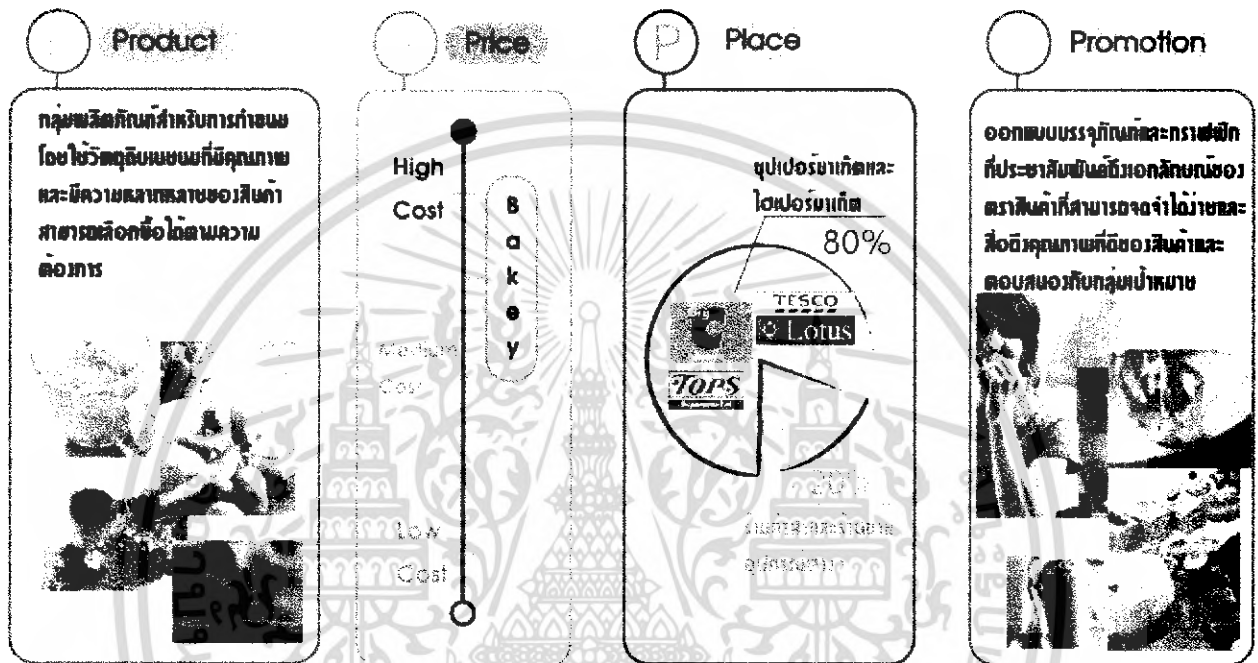
เน้นการจัดจำหน่ายในส่วนของซูเปอร์มาเก็ตและไฮเปอร์มาเก็ต (Modern Trade) ซึ่งได้แก่ ซูเปอร์มาเก็ตตามห้างสรรพสินค้าทั่วไป เช่น บิ๊กซี เทสโก้-โลตัส คาร์ฟูร์ เป็นต้น ซึ่งจะเป็นช่องทางที่ทำให้ผู้บริโภคได้สามารถเลือกซื้อตามปริมาณและราคาที่ต้องการ

ร้านขายอุปกรณ์สำหรับการทำขนม

มีการจัดจำหน่ายในช่องทางนี้ เนื่องจากเป็นสถานที่จัดจำหน่ายที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้จักกันดี ว่ามีการขายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการขนมโดยเฉพาะ และเหมาะสำหรับผู้บริโภคที่ต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ในปริมาณที่มาก ซึ่งจะมีราคาถูกกว่า

การส่งเสริมการขาย (Promotion)

เน้นการประชาสัมพันธ์ โดยใช้บรรจุกฎเกณฑ์ในการประชาสัมพันธ์ คือ การใช้โครงสร้างทางด้าน บรรจุกฎเกณฑ์ที่ทันสมัยและมีความเป็นสากลเพื่อดึงดูดใจผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้า ขณะวางบนชั้นวาง สินค้า รวมทั้งมีการใช้กราฟฟิกบนบรรจุกฎเกณฑ์ที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคและสามารถสื่อถึงเอกลักษณ์ ของตราสินค้า ให้เป็นที่จดจำได้ง่ายของผู้บริโภค



รูปที่ 2.4-6 ภาพแสดงกลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ (Market Mix Strategies)

2.5 ข้อมูลด้านคู่แข่ง

2.5.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับคู่แข่งในท้องตลาด

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ในโครงนั้นมีหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ซึ่งทำให้เกิดคู่แข่งที่แตกต่างกัน ออกไปตามประเภทและหมวดหมู่ของผลิตภัณฑ์ ดังนั้นจึงต้องมีการศึกษาข้อมูลด้านคู่แข่งโดยแบ่งเป็นประเภทของผลิตภัณฑ์ เช่น แป้ง ผงฟู วิปปิ้งครีม ตามหมวดหมู่ของผลิตภัณฑ์ เพื่อง่ายต่อการเปรียบเทียบ เพื่อหาตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ในโครงการ



ตารางที่ 2.5-1 ตารางแสดงข้อมูลคู่แข่งทางการตลาดจำแนกตามประเภทสินค้า

A หมวดวัตถุดิบหลัก

A1. แป้งธรรมชาติ


	ชื่อสินค้า	Betty Crocker Gold
	ตราสินค้า	
	สูตร/กลิ่น/รส	แป้งสาลีเอนกประสงค์
	ราคา (บาท)	100-150 บาท
	ขนาดบรรจุ	1000 กรัม
	จุดเด่นของสินค้า	ทันสมัย มีคุณภาพ นำรับประทาน สามารถนำไปใช้ทำขนมได้หลายประเภท
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ถุงพลาสติกใส ปิดผนึก สามารถมองเห็นสินค้าด้านใน
	กราฟฟิก	มีการใช้ภาพเหรียญรางวัลและรูปภาพข้าวสาลีแท้เพื่อเน้นความเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้


	ชื่อสินค้า	UFM flour
	ตราสินค้า	
	สูตร/กลิ่น/รส	แป้งสาลีเอนกประสงค์ แป้งเค้ก แป้งขนมปัง
	ราคา (บาท)	37-40 บาท
	ขนาดบรรจุ	1000 กรัม
	จุดเด่นของสินค้า	สามารถนำไปใช้ทำขนมได้หลาย ประเภท ผลิตภายในประเทศไทย
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ถุงพลาสติก ปิดผนึก ฐานสี่เหลี่ยม สามารถวางตั้งได้
	กราฟฟิก	มีการใช้ภาพประกอบที่เป็นภาพวาดรูป ขนมต่างๆและแบ่งประเภทโดยการใช้สีที่ แตกต่างกัน

	ชื่อสินค้า	Pillsbury
	ตราสินค้า	-
	สูตร/กลิ่น/รส	แป้งสาลีเอนกประสงค์ แป้งขนมปัง
	ราคา (บาท)	100-150บาท
	ขนาดบรรจุ	1000 กรัม
	จุดเด่นของสินค้า	ทันสมัย มีคุณภาพทำจากข้าวสาลีแท้
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ถุงพลาสติก ปิดผนึก ฐานสี่เหลี่ยม สามารถวางตั้งได้
	กราฟฟิก	มีการใช้ภาพประกอบที่เป็นรูปเหรียญตรา และข้าวสาลีเพื่อเน้นถึงคุณภาพของสิน ค้า

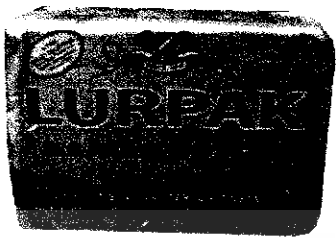
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้


	ชื่อสินค้า	Imperial
	ตราสินค้า	
	สูตร/กลิน/รล	แป้งสาลีเอนกประสงค์ แป้งเค้ก แป้งขนมปัง
	ราคา (บาท)	40-50 บาท
	ขนาดบรรจุ	1000 กรัม
	จุดเด่นของสินค้า	สามารถนำไปใช้ทำงานได้หลาย ประเภท น้ำเช็ดถือ
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ถุงพลาสติกใส ปิดผนึก ฐานสี่เหลี่ยม สามารถวางตั้งได้
กราฟฟิค	มีการใช้ภาพประกอบที่เป็นภาพวาดรูป ขนมต่างๆซึ่งมีลักษณะเป็นภาพเขียน	

A2. เนย

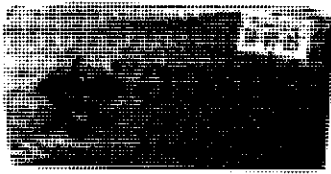
	ชื่อสินค้า	Anchor
	ตราสินค้า	-
	สูตร/กลิน/รล	เนยสดชนิดคัม / จืด
	ราคา (บาท)	71 บาท
	ขนาดบรรจุ	227 กรัม
	จุดเด่นของสินค้า	เนยคุณภาพ ผลิตจากนิวซีแลนด์
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ปิดผนึกด้วยอะลูมิเนียมฟรอยด์ มีการ พิมพ์สีและกราฟฟิค ห่อด้วยการพับ
กราฟฟิค	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพวาดน้ำแข็ง สื่อถึงแหล่งที่ผลิตเนย และความสดใหม่ ของเนย	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	ชื่อสินค้า	LURPAK
	ตราสินค้า	-
	สูตร/กลิ่น/รส	เนยสดชนิดคัม / จืด
	ราคา (บาท)	115 บาท
	ขนาดบรรจุ	227 กรัม
	จุดเด่นของสินค้า	เนยคุณภาพและมีระดับ จาก Danish
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ปิดผนึกด้วยอะลูมิเนียมฟรอยด์ มีการพิมพ์สีและกราฟฟิก ห่อด้วยการพับ
กราฟฟิก	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพวาดเหรียญตรารางวัลและสีเงินเพื่อสื่อถึงความมีคุณภาพและมีระดับของสินค้า	

	ชื่อสินค้า	ALOWRIES
	ตราสินค้า	-
	สูตร/กลิ่น/รส	เนยสดชนิดคัม / จืด
	ราคา (บาท)	34 บาท
	ขนาดบรรจุ	227 กรัม
	จุดเด่นของสินค้า	เนยคุณภาพและมีระดับ จาก ออสเตรเลีย
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ปิดผนึกด้วยอะลูมิเนียมฟรอยด์ มีการพิมพ์สีและกราฟฟิก ห่อด้วยการพับ
กราฟฟิก	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพวาดรูปแผนที่ประเทศออสเตรเลียและรูปจิ้งจอกเพื่อสื่อถึงแหล่งที่ผลิตเนย	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	ชื่อสินค้า	ออร์คิด
	ตราสินค้า	-
	สูตร/กลิ่น/รส	เนยสดชนิดคัม / จืด
	ราคา (บาท)	37 บาท
	ขนาดบรรจุ	227 กรัม
	จุดเด่นของสินค้า	เนยคุณภาพ เน้นความหอมหวานรสชาติดี
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ปิดผนึกด้วยอะลูมิเนียมฟรอยด์ มีการพิมพ์สีและกราฟฟิก ห่อด้วยการพับ
กราฟฟิก	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพดอกไม้กล้วยไม้ซึ่งสื่อถึงชื่อตราสินค้าและด้านล่างมีรูปวาดแผนที่ออสเตรเลียเพื่อสื่อถึงแหล่งที่ผลิต	


	ชื่อสินค้า	Imperial
	ตราสินค้า	
	สูตร/กลิ่น/รส	เนยสดชนิดคัม / จืด
	ราคา (บาท)	36 บาท
	ขนาดบรรจุ	227 กรัม
	จุดเด่นของสินค้า	เนยคุณภาพ เน้นความหอมหวาน ทำจากนมวัวแท้ๆ
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ปิดผนึกด้วยอะลูมิเนียมฟรอยด์ มีการพิมพ์สีและกราฟฟิก ห่อด้วยการพับ
กราฟฟิก	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพฟาร์มเลี้ยงวัว เพื่อสื่อคุณภาพของเนยที่ทำจากนมวัวแท้ๆ	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

B. หมวดสารเสริมคุณภาพ

B1. ผงฟู

	ชื่อสินค้า	Imperial
	ตราสินค้า	
	สูตร/กลิ่น/รส	สูตรดับเบิ้ลแอกชั่น
	ราคา (บาท)	39 บาท
	ขนาดบรรจุ	200 กรัม 100 กรัม
	จุดเด่นของสินค้า	ผงฟูดับเบิ้ลแอกชั่น เพิ่มคุณภาพของขนมมากขึ้น
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	มีลักษณะเป็นกระปุกด้านบนมีฝาเกลียว ด้านในเป็นบรรจุภัณฑ์พลาสติกใสปิดผนึก
กราฟฟิก	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพขนมต่างๆ เพื่อสื่อถึงความสามารถในการทำขนมที่หลากหลาย	

	ชื่อสินค้า	Calumet
	ตราสินค้า	-
	สูตร/กลิ่น/รส	สูตร Pure
	ราคา (บาท)	125-139 บาท
	ขนาดบรรจุ	100 กรัม 200 กรัม
	จุดเด่นของสินค้า	ทันสมัย ปลอดภัย ช่วยให้ขนมมารับประทานมากขึ้น
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	มีลักษณะเป็นกระปุกด้านบนมีฝาเกลียว ด้านในเป็นบรรจุภัณฑ์พลาสติกใสปิดผนึก
กราฟฟิก	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพขนมต่างๆ เพื่อสื่อถึงความสามารถในการทำขนมที่หลากหลาย และภาพอินเดียนแดงซึ่งสื่อถึงแหล่งที่มาของสินค้า	

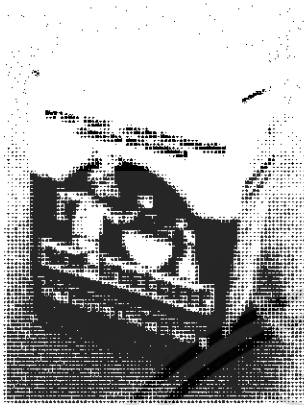
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ดูแลเห็นใบใช้ประโยชน์ในการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

B2. ยีสต์

	ชื่อสินค้า	Fermipan
	ตราสินค้า	
	สูตร/กลิน/รส	สูตรเข้มข้น สูตรธรรมดา
	ราคา (บาท)	163 บาท
	ขนาดบรรจุ	500 กรัม
	จุดเด่นของสินค้า	ทันสมัย สดใส ช่วยให้ขนมปังฟูน่ารับประทานมากขึ้น
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	มีลักษณะเป็นถุงพลาสติกปิดผนึก สุสานดี เหลี่ยม สามารถวางตั้งได้
	กราฟฟิก	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพขนมปังต่างๆ เพื่อสื่อถึงความสามารถในการทำขนมที่หลากหลาย

	ชื่อสินค้า	BRUGGEMAN
	ตราสินค้า	-
	สูตร/กลิน/รส	สูตรธรรมดา
	ราคา (บาท)	160 บาท
	ขนาดบรรจุ	500 กรัม
	จุดเด่นของสินค้า	น่าเชื่อถือ มีคุณภาพ
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	มีลักษณะเป็นถุงพลาสติกปิดผนึก สุสานดี เหลี่ยม สามารถวางตั้งได้
	กราฟฟิก	มีการใช้ภาพประกอบเป็นกราฟฟิกที่แบ่งเป็นสีน้ำเงินเหลือง ซึ่งสื่อถึงสัญลักษณ์ตราสินค้า และรูปขนมปังมีลักษณะเป็นภาพวาด


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	ชื่อสินค้า	Saf-instant
	ตราสินค้า	-
	สูตร/กลิ่น/รส	สูตรธรรมดา
	ราคา (บาท)	159 บาท
	ขนาดบรรจุ	500 กรัม
	จุดเด่นของสินค้า	ทันสมัย สดใส ช่วยให้ขุ่นมัวบึงฟูน่ารับประทานมากขึ้น มีความเป็นมืออาชีพ
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	มีลักษณะเป็นถุงพลาสติกปิดผนึก ฐานสี่เหลี่ยม สามารถวางตั้งได้
กราฟฟิค	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพพ่อครัวกำลังทำขนม ซึ่งแสดงถึงความน่าเชื่อถือระดับมืออาชีพที่นิยมใช้	

B3. ครีม ออฟ ทาร์ทาร์


	ชื่อสินค้า	Durkee
	ตราสินค้า	-
	สูตร/กลิ่น/รส	สูตรธรรมดา
	ราคา (บาท)	61 บาท
	ขนาดบรรจุ	35 กรัม
	จุดเด่นของสินค้า	ความน่าเชื่อถือ มีคุณภาพ
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ด้านล่างมีลักษณะเป็นขวดพลาสติกใส ด้านบนเป็นฝาเกลียวทึบสีเขียว
กราฟฟิค	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพลายเส้นกราฟฟิค โดยใช้สีส้มและเขียวเพื่อสื่อถึงสีของตราสินค้า	


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	ชื่อสินค้า	เสรีวัฒน์
	ตราสินค้า	-
	สูตร/กลิ่น/รส	สูตรธรรมดา
	ราคา (บาท)	35 บาท
	ขนาดบรรจุ	50 กรัม
	จุดเด่นของสินค้า	ความน่าเชื่อถือ มีคุณภาพ
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ด้านล่างมีลักษณะเป็นขวดพลาสติกทึบ ด้านบนเป็นฝาเกลียว
	กราฟฟิก	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพลายเส้น กราฟฟิก โดยใช้สีน้ำเงินและเขียวเพื่อสื่อ ถึงสีของตราสินค้า

C. หมวดการปรุงแต่งและการตกแต่ง

C1. สีและวัตถุดิบปรุงแต่งกลิ่น

	ชื่อสินค้า	เบสท์ โอ เดอร์
	ตราสินค้า	-
	สูตร/กลิ่น/รส	กลิ่นส้ม สตอร์เบอร์รี่ แอปเปิ้ลเขียว
	ราคา (บาท)	16 บาท
	ขนาดบรรจุ	30 มิลลิตร
	จุดเด่นของสินค้า	ความน่าเชื่อถือ มีคุณภาพ
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ด้านล่างมีลักษณะเป็นขวดแก้วใส สามารถมองเห็นสีสินค้าด้านใน ด้านบน เป็นฝาเกลียวอะลูมิเนียม
	กราฟฟิก	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพผลไม้ ต่างๆที่ใช้เป็นกลิ่น เช่น ส้ม สตอร์เบอร์รี่


	ชื่อสินค้า	วินเนอร์
	ตราสินค้า	-
	สูตร/กลิ่น/รส	กลิ่นส้ม สตอร์เบอร์รี่ แอปเปิ้ลเขียว
	ราคา (บาท)	16 บาท
	ขนาดบรรจุ	30 มิลลิลิตร
	จุดเด่นของสินค้า	ความน่าเชื่อถือ มีคุณภาพ
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ด้านล่างมีลักษณะเป็นขวดแก้วใส สามารถมองเห็นสีสินค้าด้านใน ด้านบน เป็นฝาเกลียวอะลูมิเนียม
	กราฟฟีก	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพผลไม้ ต่างๆที่ใช้เป็นกลิ่น เช่นส้ม สตอร์เบอร์รี่ และลายเส้นเป็นสีต่างๆเพื่อแยกประเภท

	ชื่อสินค้า	เสิร์ฟอิมน์
	ตราสินค้า	-
	สูตร/กลิ่น/รส	กลิ่นส้ม สตอร์เบอร์รี่ แอปเปิ้ลเขียว
	ราคา (บาท)	14 บาท
	ขนาดบรรจุ	30 มิลลิลิตร
	จุดเด่นของสินค้า	ความน่าเชื่อถือ มีคุณภาพ
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ด้านล่างมีลักษณะเป็นขวดแก้วใส สามารถมองเห็นสีสินค้าด้านใน ด้านบน เป็นฝาเกลียวอะลูมิเนียม
	กราฟฟีก	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพลายเส้น เป็นสีต่างๆเพื่อแยกประเภท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

C2. ช็อกโกแลตฟรอสติ้ง

	ชื่อสินค้า	Betty Crocker
	ตราสินค้า	
	สูตร/กลิ่น/รส	รสวานิลลา ช็อกโกแลต
	ราคา (บาท)	119 บาท
	ขนาดบรรจุ	480 กรัม
	จุดเด่นของสินค้า	ทันสมัย เต็มเปี่ยมด้วยคุณภาพ ช็อกโกแลตแท้ๆ เข้มข้น
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	มีลักษณะเป็นกระปุกพลาสติกที่บทรองสูง ด้านบนเป็นฝาปิดแบบลิ้นกด
	กราฟฟิก	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพที่สื่อถึง ความเข้มข้นของช็อกโกแลต

	ชื่อสินค้า	Hershey's
	ตราสินค้า	-
	สูตร/กลิ่น/รส	รสช็อกโกแลต
	ราคา (บาท)	189 บาท
	ขนาดบรรจุ	340 กรัม
	จุดเด่นของสินค้า	ทันสมัย เต็มเปี่ยมด้วยคุณภาพ ช็อกโกแลตแท้ๆ เข้มข้น
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	มีลักษณะเป็นถุงพลาสติก ทำจาก อะลูมิเนียมฟรอยด์
	กราฟฟิก	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพที่สื่อถึง ความเข้มข้นของช็อกโกแลต และความ น่ารักประหลาดของขนม

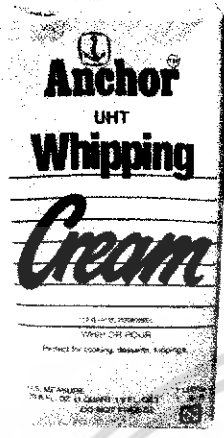
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	ชื่อสินค้า	Smucker's
	ตราสินค้า	
	สูตร/กลิ่น/รส	รสช็อกโกแลต
	ราคา (บาท)	160 บาท
	ขนาดบรรจุ	300 กรัม
	จุดเด่นของสินค้า	เต็มเปี่ยมด้วยคุณภาพช็อกโกแลตแท้ๆ เข้มข้น โฮมเมด
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	มีลักษณะเป็นขวดแก้วใส ด้านบนเป็นฝา เกลียวทำจากอะลูมิเนียม
กราฟฟิก	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพที่สื่อถึง ความเข้มข้นของช็อกโกแลต และด้าน บนฝาพิมพ์รูปลายผ้าปูโต๊ะซึ่งสื่อถึงความ เป็นสินค้าโฮมเมด	

	ชื่อสินค้า	Imperial
	ตราสินค้า	
	สูตร/กลิ่น/รส	รสช็อกโกแลต
	ราคา (บาท)	87 บาท
	ขนาดบรรจุ	200 กรัม
	จุดเด่นของสินค้า	เต็มเปี่ยมด้วยคุณภาพช็อกโกแลตแท้ๆ เข้มข้น
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	มีลักษณะเป็นกล่องกระดาษ ด้านในเป็น ถุงพลาสติกใสปิดผนึก
กราฟฟิก	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพขนมต่างๆ เพื่อสื่อถึงความหลากหลายในการทำ ขนม	


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

C3. วิปป์ครีม

	ชื่อสินค้า	Anchor UHT Whipping
	ตราสินค้า	-
	สูตร/กลิน/รส	UHT
	ราคา (บาท)	253 บาท
	ขนาดบรรจุ	1 ลิตร
	จุดเด่นของสินค้า	สะอาด นำเชื้ือถือในคุณภาพ
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	มีลักษณะเป็นกล่องกระดาษ ด้านในเป็นกระดาษไข มีการพับปิดแบบกล่องนม
	กราฟฟิก	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพลายเส้นตามขวางและใช้สีนวลที่สื่อถึงผลิตภัณฑ์จากนม

	ชื่อสินค้า	Dairy Whip
	ตราสินค้า	-
	สูตร/กลิน/รส	UHT
	ราคา (บาท)	169 บาท
	ขนาดบรรจุ	250 มิลลิลิตร
	จุดเด่นของสินค้า	สดชื่นและสดใหม่ เต็มไปด้วยความสดใหม่จากนม
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	มีลักษณะเป็นกระป๋องสเปรย์ ด้านบนเป็นฝาปิดล็อกทำจากพลาสติก
	กราฟฟิก	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพครีม และผลไม้ต่างๆ เพื่อสื่อถึงความสดใหม่และความน่ารับประทานของครีม


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	ชื่อสินค้า	Formost Whipping
	ตราสินค้า	-
	สูตร/กลิ่น/รส	พาสเจอร์ไรส์
	ราคา (บาท)	125 บาท
	ขนาดบรรจุ	964 CC
	จุดเด่นของสินค้า	ความหอมหวานของรสชาติครีม ความนุ่ม
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	มีลักษณะเป็นกล่องกระดาษไขคล้ายกล่องนม ด้านบนมีฝาปิดพลาสติกเป็นเกลียว
กราฟฟิก	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพของกาแฟที่วิปครีมอยู่ด้านบนเพื่อสื่อถึงความหอมหวาน ความนุ่มอร่อยของวิปครีม	

	ชื่อสินค้า	Betty Crocker
	ตราสินค้า	
	สูตร/กลิ่น/รส	พาสเจอร์ไรส์
	ราคา (บาท)	256 บาท
	ขนาดบรรจุ	946 CC
	จุดเด่นของสินค้า	ความสดใและความทันสมัยของสินค้า และสื่อถึงความสดใหม่
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	มีลักษณะเป็นกระป๋องสเปรย์ ด้านบนเป็นฝาปิดลิ้นชักทำจากพลาสติก
กราฟฟิก	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพของวิปครีมที่เข้มข้น และน่ารักประทาน เน้นความสดใหม่	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	ชื่อสินค้า	Dairy Land
	ตราสินค้า	-
	สูตร/กลิ่น/รส	พาสเจอร์ไรส์
	ราคา (บาท)	-
	ขนาดบรรจุ	-
	จุดเด่นของสินค้า	เน้นความเข้มข้น ความหวานของเนื้อวิปปิ้งครีม
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	มีลักษณะเป็นกล่องกระดาษไขคล้ายกล่องนม ด้านบนมีฝาปิดพลาสติกเป็นเกลียว
กราฟฟิก	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพครีมมีอยู่เต็มกล่อง ซึ่งสื่อความเต็มไปด้วยวิปปิ้งที่เข้มข้น และภาพวาดขนมที่สื่อถึงการทำขนมที่ง่าย ๆ โฮมเมด	


	ชื่อสินค้า	DairyGold
	ตราสินค้า	-
	สูตร/กลิ่น/รส	พาสเจอร์ไรส์
	ราคา (บาท)	-
	ขนาดบรรจุ	-
	จุดเด่นของสินค้า	เน้นความมีคุณภาพ ความน่าเชื่อถือ
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	มีลักษณะเป็นกล่องกระดาษ ด้านในเป็นกระดาษไข มีการพับปิดแบบกล่องนม
กราฟฟิก	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพเหรียญตราและทุ่งหญ้า เพื่อสื่อถึงคุณภาพที่เต็มเปี่ยมจากนมวัวแท้	

C4. แยมผลไม้


	ชื่อสินค้า	Best Food
	ตราสินค้า	-
	สูตร/กลิ่น/รส	สตอร์เบอร์รี่ ส้ม ฝรั่ง ส้ม ผลไม้รวม
	ราคา (บาท)	29 บาท
	ขนาดบรรจุ	150 กรัม
	จุดเด่นของสินค้า	เน้นความมีคุณภาพ ทำจากผลไม้แท้
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	มีลักษณะเป็นขวดแก้วใสทรงสูง สามารถมองเห็นสินค้าด้านใน ด้านบนเป็นฝาเกลียวอะลูมิเนียม
กราฟฟิก	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพของสตอร์เบอร์รี่ที่เป็นภาพจริง ซึ่งสื่อถึงการทำจากผลไม้แท้และนำรับประทาน	

	ชื่อสินค้า	Smucker's
	ตราสินค้า	
	สูตร/กลิ่น/รส	สตอร์เบอร์รี่ ส้ม บลูเบอร์รี่
	ราคา (บาท)	-
	ขนาดบรรจุ	-
	จุดเด่นของสินค้า	เน้นความมีคุณภาพ ทำจากผลไม้แท้ ความเป็นโฮมเมด
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	มีลักษณะเป็นขวดแก้วใสทรงสูง สามารถมองเห็นสินค้าด้านใน ด้านบนเป็นฝาเกลียวอะลูมิเนียม
กราฟฟิก	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพของผลไม้ต่างๆที่เป็นภาพจริง ซึ่งสื่อถึงการทำจากผลไม้แท้และนำรับประทาน และฝามีการพิมพ์ลายผ้าปูโต๊ะ ซึ่งสื่อถึงความเป็นโฮมเมด	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



	ชื่อสินค้า	Empire
	ตราสินค้า	-
	สูตร/กลิ่น/รส	สตอร์เบอร์รี่ ส้ม ฝรั่ง ส้ม ผลไม้รวม
	ราคา (บาท)	21 บาท
	ขนาดบรรจุ	150 กรัม
	จุดเด่นของสินค้า	เน้นความมีคุณภาพ ทำจากผลไม้แท้
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	มีลักษณะเป็นขวดแก้วใสทรงสูง สามารถมองเห็นสินค้าด้านใน ด้านบนเป็นฝาปิดพลาสติก
กราฟฟิก	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพของผลไม้ที่เป็นภาพจริง ซึ่งสื่อถึงการทำจากผลไม้แท้และน่ารับประทาน	

C5. น้ำเชื่อม

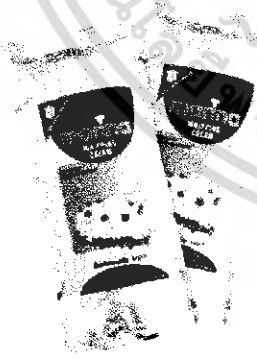
	ชื่อสินค้า	LOGCABIN
	ตราสินค้า	-
	สูตร/กลิ่น/รส	Original
	ราคา (บาท)	177 บาท
	ขนาดบรรจุ	354 กรัม
	จุดเด่นของสินค้า	เน้นความมีคุณภาพ ผลิตจากต่างประเทศ
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	มีลักษณะเป็นขวดพลาสติก โดยการฉีดเป็นรูปทรงบ้าน ใสสามารถมองเห็นสินค้า โดยด้านบนเป็นฝาเกลียว
กราฟฟิก	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพของบ้าน และหิมะเพื่อสื่อถึงที่มาของตราสินค้า	

	ชื่อสินค้า	Squeazy Honey
	ตราสินค้า	-
	สูตร/กลิ่น/รส	Honey
	ราคา (บาท)	190 บาท
	ขนาดบรรจุ	250 กรัม
	จุดเด่นของสินค้า	เน้นความมีคุณภาพ ผลิตจากน้ำผึ้งแท้
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	มีลักษณะเป็นขวดพลาสติก ใสสามารถมองเห็นสินค้า โดยด้านบนเป็นฝาเกลียว
	กราฟฟิก	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพของผึ้งธรรมชาติ เพื่อสื่อถึงความมีคุณภาพจากผึ้งแท้ๆ



	ชื่อสินค้า	Capilano
	ตราสินค้า	-
	สูตร/กลิ่น/รส	Twiss & Honey
	ราคา (บาท)	194 บาท
	ขนาดบรรจุ	400 กรัม
	จุดเด่นของสินค้า	เน้นความมีคุณภาพ ผลิตจากน้ำผึ้งแท้ ความสดใและความทันสมัย
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	มีลักษณะเป็นขวดพลาสติก ใสสามารถมองเห็นสินค้า โดยด้านบนเป็นฝาปลายแหลมเปิดปิดโดยการหมุนบริเวณฝา
	กราฟฟิก	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพของผึ้งมีลักษณะการ์ตูน เพื่อสื่อถึงความเป็นมิตร


	ชื่อสินค้า	Imperial
	ตราสินค้า	
	สูตร/กลิ่น/รส	Pure Honey
	ราคา (บาท)	49 บาท
	ขนาดบรรจุ	250 กรัม
	จุดเด่นของสินค้า	เน้นความมีคุณภาพ ผลิตจากน้ำผึ้งแท้ ความสดใสและความทันสมัย
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	มีลักษณะเป็นขวดพลาสติก ใสสามารถ มองเห็นสินค้า โดยด้านบนเป็นฝาปลาย แหลมเปิดปิดโดยการหมุนบริเวณฝา
	กราฟฟิก	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพของผึ้งมี ลักษณะการ์ตูน เพื่อสื่อถึงความเป็นมิตร ความสดใสจากธรรมชาติ

C7. บัตเตอร์ครีม

	ชื่อสินค้า	Marina
	ตราสินค้า	-
	สูตร/กลิ่น/รส	วนิลลา
	ราคา (บาท)	-
	ขนาดบรรจุ	-
	จุดเด่นของสินค้า	เน้นความมีคุณภาพ ผลิตจากนมและ เนย สามารถทำขนมได้หลากหลาย
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	มีลักษณะเป็นถุงพลาสติกอะลูมิเนียม ฟรอยด์ ปิดผนึก
	กราฟฟิก	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพการตก แต่งขนมเค้ก โดยเป็นภาพการ์ตูน ซึ่งสื่อ ถึงการใช้งานและความเป็นมิตร

C8. ฟิลลิ่งผลไม้ แต่งหน้า

	ชื่อสินค้า	Imperial
	ตราสินค้า	
	สูตร/กลิ่น/รส	เลมอน บลูเบอร์รี่ สตอร์เบอร์รี่
	ราคา (บาท)	54 บาท
	ขนาดบรรจุ	400 กรัม
	จุดเด่นของสินค้า	ความสดใและความทันสมัย ความสดใหม่จากผลไม้แท้
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	มีลักษณะเป็นถุงพลาสติกใส ปิดผนึก สามารถมองเห็นสินค้าด้านใน
	กราฟฟิก	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพของผลไม้ที่เป็นรูปการ์ตูน ซึ่งสื่อถึงความสดใหม่และความสดจากผลไม้

	ชื่อสินค้า	Steels
	ตราสินค้า	-
	สูตร/กลิ่น/รส	เลมอน บลูเบอร์รี่ สตอร์เบอร์รี่
	ราคา (บาท)	-
	ขนาดบรรจุ	-
	จุดเด่นของสินค้า	ความอ่อนหวาน ความเป็นผลไม้แท้จากธรรมชาติ
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	มีลักษณะเป็นขวดแก้วใสทรงสูง สามารถมองเห็นสินค้าด้านใน ด้านบนเป็นฝาเกลียวอะลูมิเนียม
	กราฟฟิก	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพของผลไม้ที่เป็นรูปภาพวาดสีน้ำ สื่อถึงความเป็นธรรมชาติ ความอ่อนหวาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



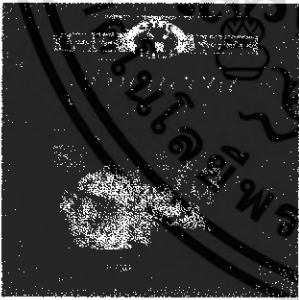
C9. ท้อปปี้ง

	ชื่อสินค้า	Spinkles
	ตราสินค้า	-
	สูตร/กลิ่น/รส	สีฟ้า / เหลือง / ส้ม / ม่วง
	ราคา (บาท)	-
	ขนาดบรรจุ	-
	จุดเด่นของสินค้า	ความสนุกสนาน ความสดใส
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	เป็นพลาสติกใส ด้านในมีการแบ่งออกเป็นช่องๆ เพื่อใส่ท้อปปี้งที่ต่างกัน ด้านบนเป็นฝาหมุนเปิดปิด
กราฟฟิก	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพของการ์ตูน เพื่อสื่อถึงความสดใส ความหลากหลาย	


	ชื่อสินค้า	เอ็มเมอร์ดัล
	ตราสินค้า	-
	สูตร/กลิ่น/รส	สีฟ้า / เหลือง / ส้ม / ม่วง
	ราคา (บาท)	29 บาท
	ขนาดบรรจุ	80 กรัม
	จุดเด่นของสินค้า	ความสนุกสนาน ความสดใส
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	เป็นพลาสติกใส ด้านบนเป็นฝาเกลียวหมุนเปิดปิด
กราฟฟิก	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพลายเส้น โดยใช้สีที่เน้นถึงตราสินค้าเป็นหลัก	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้


D. หมวดสินค้าสำเร็จรูป

	ชื่อสินค้า	Betty Corcker
	ตราสินค้า	
	สูตร/กลิ่น/รส	เค็ม / คุกกี้ / ขนมปัง
	ราคา (บาท)	125-139 บาท
	ขนาดบรรจุ	517 กรัม
	จุดเด่นของสินค้า	ความทันสมัย น่ารักประทาน
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ด้านนอกเป็นกล่องกระดาษ ด้านในเป็นถุงพลาสติกใสบรรจุแป้ง ปิดผนึก
	กราฟฟิก	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพของขนมที่มีการตกแต่งน่ารักประทาน มีเหรียญตราและใช้รูปช้อนเพื่อสื่อถึงความเป็นโฮมเมด
	ชื่อสินค้า	Focaccia
	ตราสินค้า	-
	สูตร/กลิ่น/รส	แป้งขนมปัง
	ราคา (บาท)	-
	ขนาดบรรจุ	-
	จุดเด่นของสินค้า	ความน่ารักประทาน เต็มเปี่ยมด้วยคุณค่าทางโภชนาการ และแป้งสาลี
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ด้านนอกเป็นกล่องกระดาษ ด้านในเป็นถุงพลาสติกใสบรรจุแป้ง ปิดผนึก
	กราฟฟิก	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพขนมปังที่น่ารักประทาน และมีการจัดวางรวมกับภาพธัญพืชต่างๆ เพื่อสื่อถึงควมมีคุณค่าทางโภชนาการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

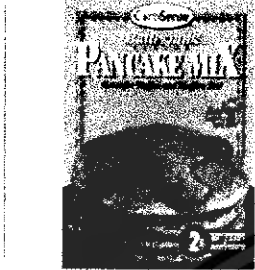


	ชื่อสินค้า	Pillsbury
	ตราสินค้า	-
	สูตร/กลิ่น/รส	ขนมปัง / เค้ก / คุกกี้
	ราคา (บาท)	-
	ขนาดบรรจุ	-
	จุดเด่นของสินค้า	ความน่ารับประทาน ความเข้มข้นของรสชาติขนมและความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ด้านนอกเป็นกล่องกระดาษ ด้านในเป็นถุงพลาสติกใสบรรจุแป้ง ปิดผนึก
กราฟฟิก	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพขนมต่างๆ ที่เน้นความเข้มข้นของส่วนผสมต่างๆ เพื่อสื่อถึงความอร่อยของรสชาติขนม	



	ชื่อสินค้า	Keto Mix
	ตราสินค้า	-
	สูตร/กลิ่น/รส	ขนมปัง
	ราคา (บาท)	-
	ขนาดบรรจุ	-
	จุดเด่นของสินค้า	ความสดใหม่และความทันสมัย และความรวดเร็วในการทำขนม
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	เป็นกระป๋องอะลูมิเนียม รูปทรงกระบอก ด้านบนเป็นฝาปิดพลาสติกใส
กราฟฟิก	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพขนมปังที่ออกมาจากตู้อบ เพื่อสื่อถึงการใช้งานและลายเส้นเฉียงเพื่อสื่อถึงความสะดวกและรวดเร็วในการทำขนม	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	ชื่อสินค้า	Carbsense
	ตราสินค้า	-
	สูตร/กลิ่น/รส	แป้งแพนเค้ก
	ราคา (บาท)	-
	ขนาดบรรจุ	-
	จุดเด่นของสินค้า	ความน่ารับประทาน ความเป็นธรรมชาติ ของ แป้งแพนเค้ก
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ด้านนอกเป็นกล่องกระดาษ ด้านในเป็น ถุงพลาสติกใสบรรจุแป้ง ปิดผนึก
กราฟฟิก	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพขนมแพน เค้ก โดยด้านหลังนั้นจะประกอบด้วยผ้า และลายเส้นที่อ่อนช้อย สื่อถึงความ หรูหรามีระดับ	

	ชื่อสินค้า	Kathi
	ตราสินค้า	-
	สูตร/กลิ่น/รส	แป้งคุกกี้
	ราคา (บาท)	-
	ขนาดบรรจุ	-
	จุดเด่นของสินค้า	ความสดใหม่ ทำจากส่วนผสมที่มี คุณภาพ
	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ด้านนอกเป็นกล่องกระดาษ ด้านในเป็น ถุงพลาสติกใสบรรจุแป้ง ปิดผนึก
กราฟฟิก	มีการใช้ภาพประกอบเป็นภาพขนมที่ดู กับแป้ง เพื่อสื่อถึงความเป็นธรรมชาติของ ขนมที่ได้จากการใช้แป้งนี้	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

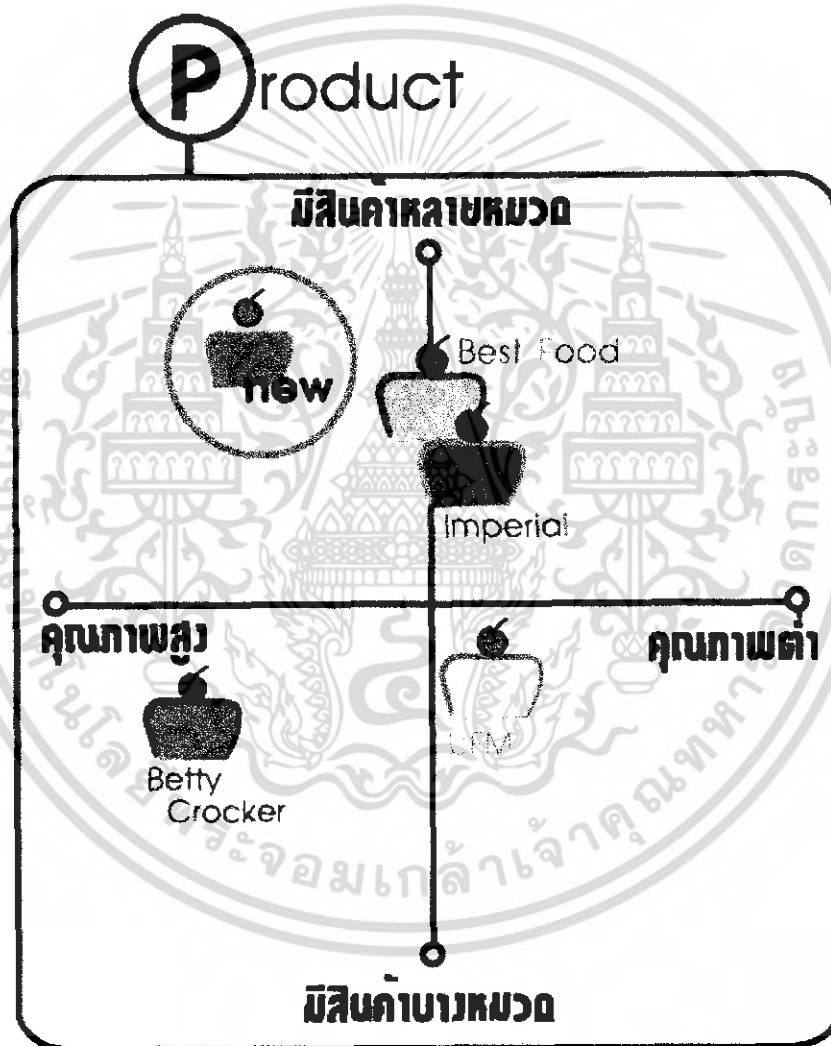
2.5.3 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในโครงการเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในโครงการเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งนั้น จะแบ่งการเปรียบเทียบออกเป็น 2 ส่วนคือ การเปรียบเทียบด้านการตลาด และการเปรียบเทียบด้านบรรจุภัณฑ์

2.5.3.1 ด้านการตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์

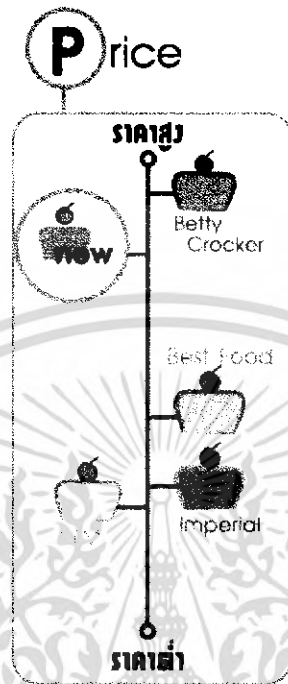
มีการวิเคราะห์คู่แข่งที่มีอยู่ในท้องตลาด โดยวิเคราะห์ด้านผลิตภัณฑ์ในด้านความหลากหลายของหมวดสินค้า และคุณภาพ



รูปที่ 2.5 -1 แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในโครงการด้านผลิตภัณฑ์

ด้านราคา

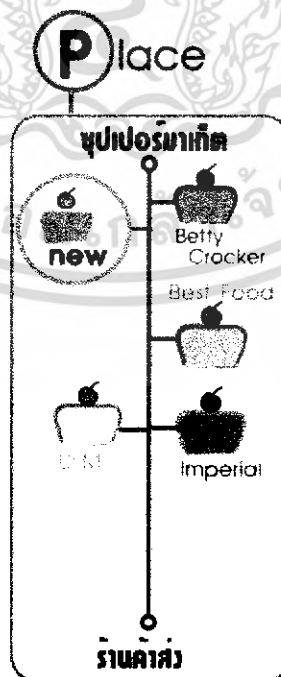
มีการวิเคราะห์เปรียบเทียบราคาของคู่แข่งในท้องตลาด และนำมาทำการวางตำแหน่งด้านราคาของผลิตภัณฑ์ในโครงการดังนี้



รูปที่ 2.5 –2 แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในโครงการด้านราคา

ด้านสถานที่จัดจำหน่าย

มีการวิเคราะห์เปรียบเทียบด้านสถานที่จัดจำหน่ายของคู่แข่งในท้องตลาด และนำมาทำการวางตำแหน่งด้านสถานที่จัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ในโครงการดังนี้

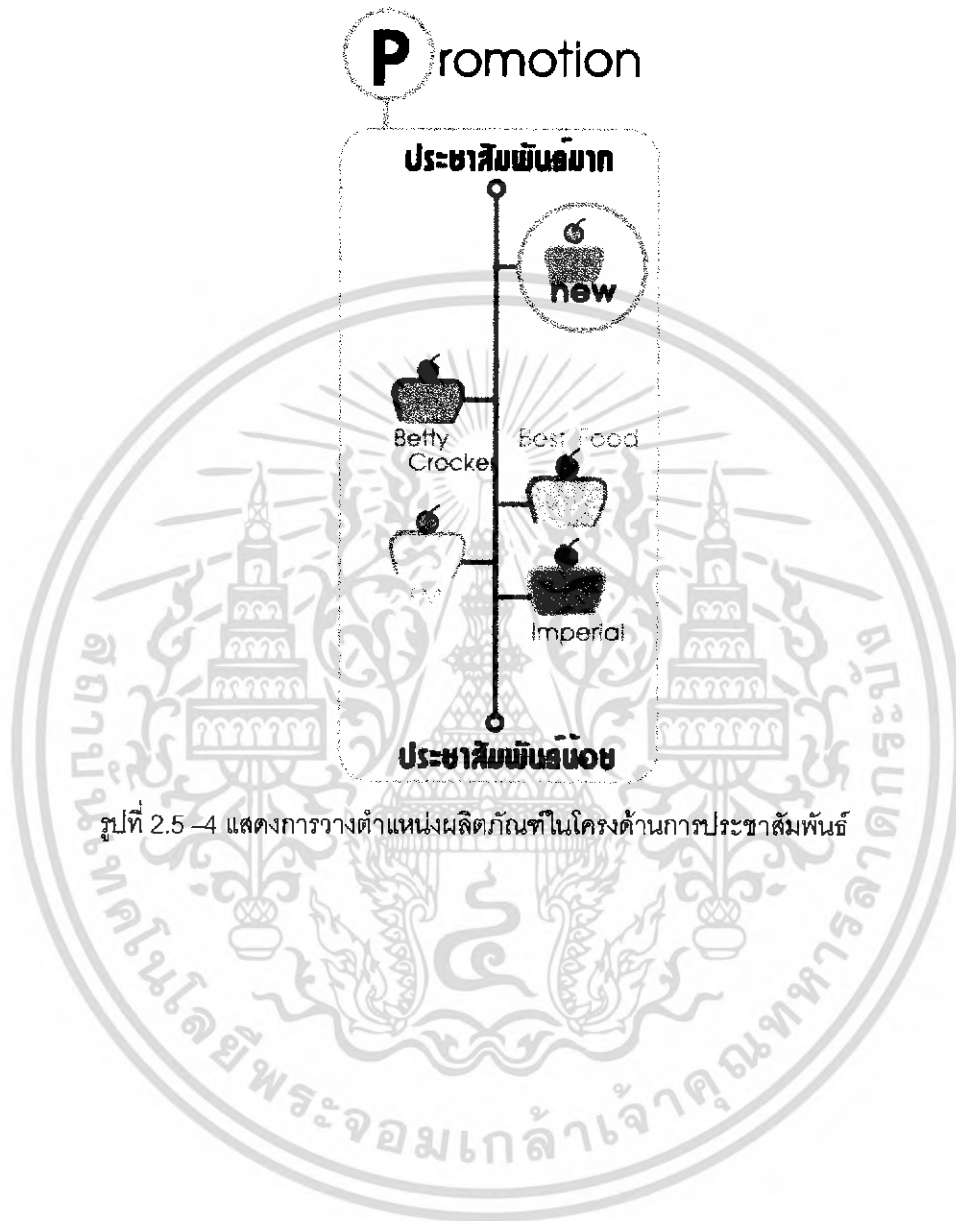


รูปที่ 2.5 –3แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในโครงการด้านสถานที่จัดจำหน่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านประชาสัมพันธ์

มีการวิเคราะห์เปรียบเทียบด้านการประชาสัมพันธ์ของคู่แข่งในท้องตลาด และนำมาทำการวางตำแหน่งด้านการประชาสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์ในโครงการดังนี้



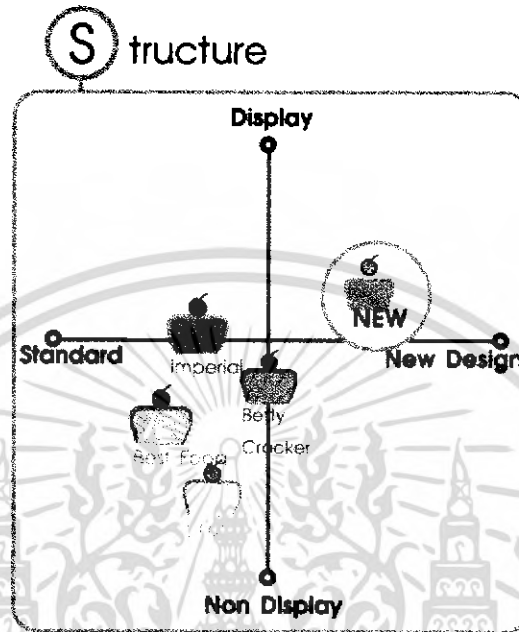
รูปที่ 2.5-4 แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในโครงการด้านการประชาสัมพันธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.3.2 ด้านบรรจุภัณฑ์

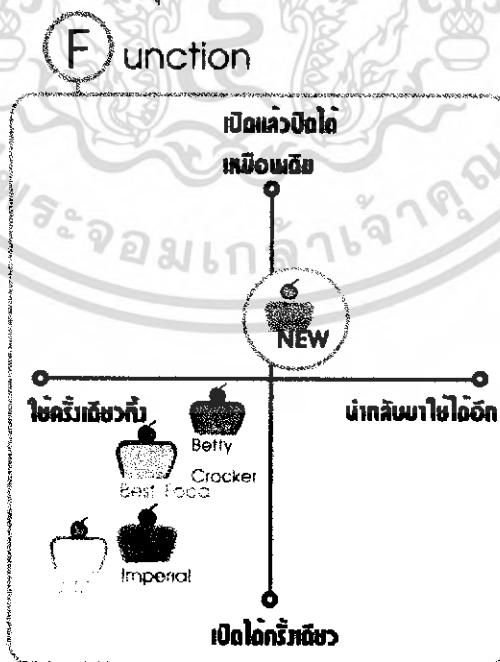
ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

มีการวิเคราะห์เปรียบเทียบด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่งในท้องตลาด และนำมาทำการวางตำแหน่งด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ในโครงการดังนี้



รูปที่ 2.5-5 แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในโครงด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์

มีการวิเคราะห์เปรียบเทียบด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่งในท้องตลาด และนำมาทำการวางตำแหน่งด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ในโครงการดังนี้

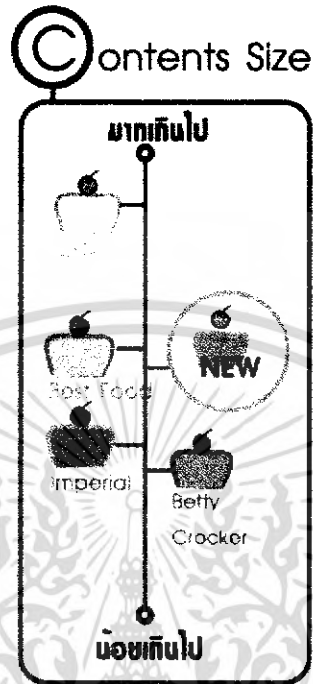


รูปที่ 2.5-6 แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในโครงด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

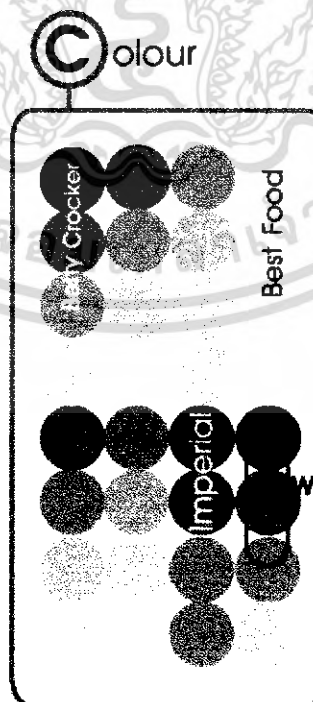
ด้านขนาดบรรจุ

มีการวิเคราะห์เปรียบเทียบด้านขนาดบรรจุของคู่แข่งในท้องตลาด และนำมาทำการวางตำแหน่งด้านขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์ในโครงการดังนี้



รูปที่ 2.5-7 แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในโครงด้านขนาดบรรจุ
ด้านกราฟฟิกการใช้สี

มีการวิเคราะห์เปรียบเทียบด้านกราฟฟิกการใช้สีของคู่แข่งในท้องตลาด และนำมาทำการวางตำแหน่งด้านการใช้สีของผลิตภัณฑ์ในโครงการดังนี้

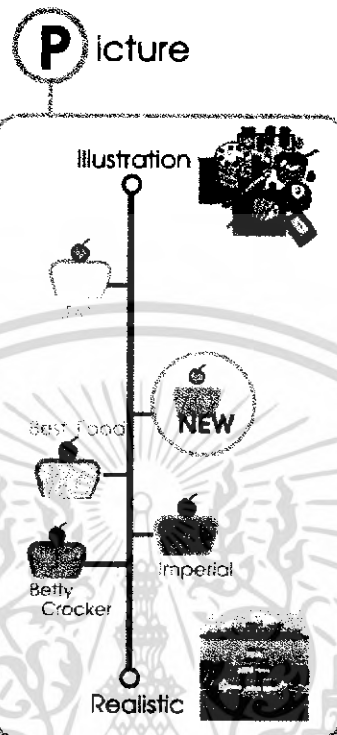


รูปที่ 2.5-7 แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในโครงด้านกราฟฟิกการใช้สี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

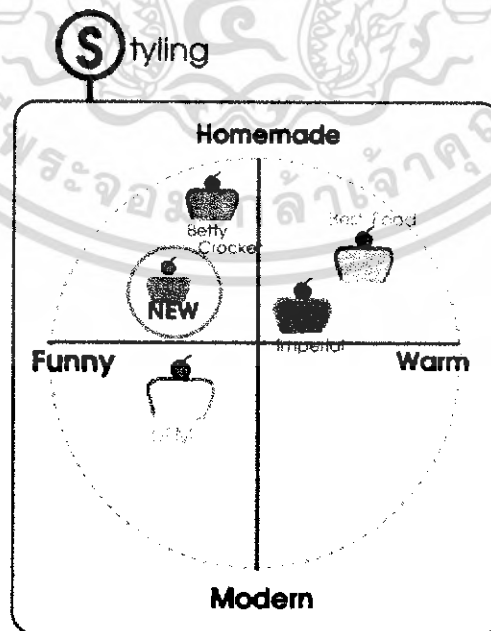
ด้านกราฟฟิกการใช้รูปภาพ

มีการวิเคราะห์เปรียบเทียบด้านกราฟฟิกการใช้รูปภาพของคู่แข่งในท้องตลาด และนำมาทำการวางตำแหน่งด้านกราฟฟิกการใช้รูปภาพของผลิตภัณฑ์ในโครงการดังนี้



รูปที่ 2.5-8 แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในโครงการด้านกราฟฟิกการใช้รูปภาพ
ด้านกราฟฟิกภาพลักษณ์สินค้า

มีการวิเคราะห์เปรียบเทียบด้านกราฟฟิกภาพลักษณ์สินค้าของคู่แข่งในท้องตลาด และนำมาทำการวางตำแหน่งด้านภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ในโครงการดังนี้



รูปที่ 2.5-9 แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในโครงการด้านกราฟฟิกภาพลักษณ์สินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.4 วิเคราะห์ สรุปผลข้อมูลด้านคู่แข่งที่มีผลต่อการออกแบบ

การศึกษาถึงข้อมูลคู่แข่งในท้องตลาด ถึงลักษณะและรูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ รวมถึงภาพลักษณ์และเอกลักษณ์ของคู่แข่งนั้น เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อดี และข้อเสีย ของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ดังกล่าว ซึ่งจะเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้แตกต่างจากคู่แข่งอื่นๆ ได้

สรุปผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบตำแหน่งสินค้า

ลักษณะของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

คู่แข่ง : มีกลุ่มเป้าหมายที่ค่อนข้างกว้าง โดยมากจะเป็นกลุ่มแม่บ้านทั่วไป เน้นกลุ่มแม่บ้านมืออาชีพที่มีความชำนาญในการทำขนมเป็นอย่างดี

ผลิตภัณฑ์ในโครงการ:

กำหนดกลุ่มเป้าหมายใหม่ โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายแม่บ้าน ทั้งแม่บ้านทำขนมเป็นประจำ และแม่บ้านมือใหม่หัดทำ มีความทันสมัย

ลักษณะภาพจนสินค้า

คู่แข่ง : ส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับกลาง หรือ ตามคุณภาพสินค้า

ผลิตภัณฑ์ในโครงการ:

กำหนดให้สินค้ามีภาพจนของผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีความทันสมัย และสะดวกรวดเร็วในการทำขนมได้ง่ายๆ ไม่มีขั้นตอนยุ่งยาก ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

ลักษณะผลิตภัณฑ์

คู่แข่ง : สินค้ามีหลายระดับราคาตามคุณภาพสินค้า

ผลิตภัณฑ์ในโครงการ:

กำหนดให้เป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีความน่าเชื่อถือ โดยมีราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์ที่มีในท้องตลาดเล็กน้อย

ลักษณะกราฟิก

คู่แข่ง : สินค้าส่วนใหญ่แล้วจะมีการใช้รูปภาพมาสื่อ และจะใช้ภาพในสัดส่วนที่มากกว่าตัวหนังสือ ชื่อยี่ห้อ หรือชื่อสามัญสินค้าทั้งสิ้น

ผลิตภัณฑ์ในโครงการ:

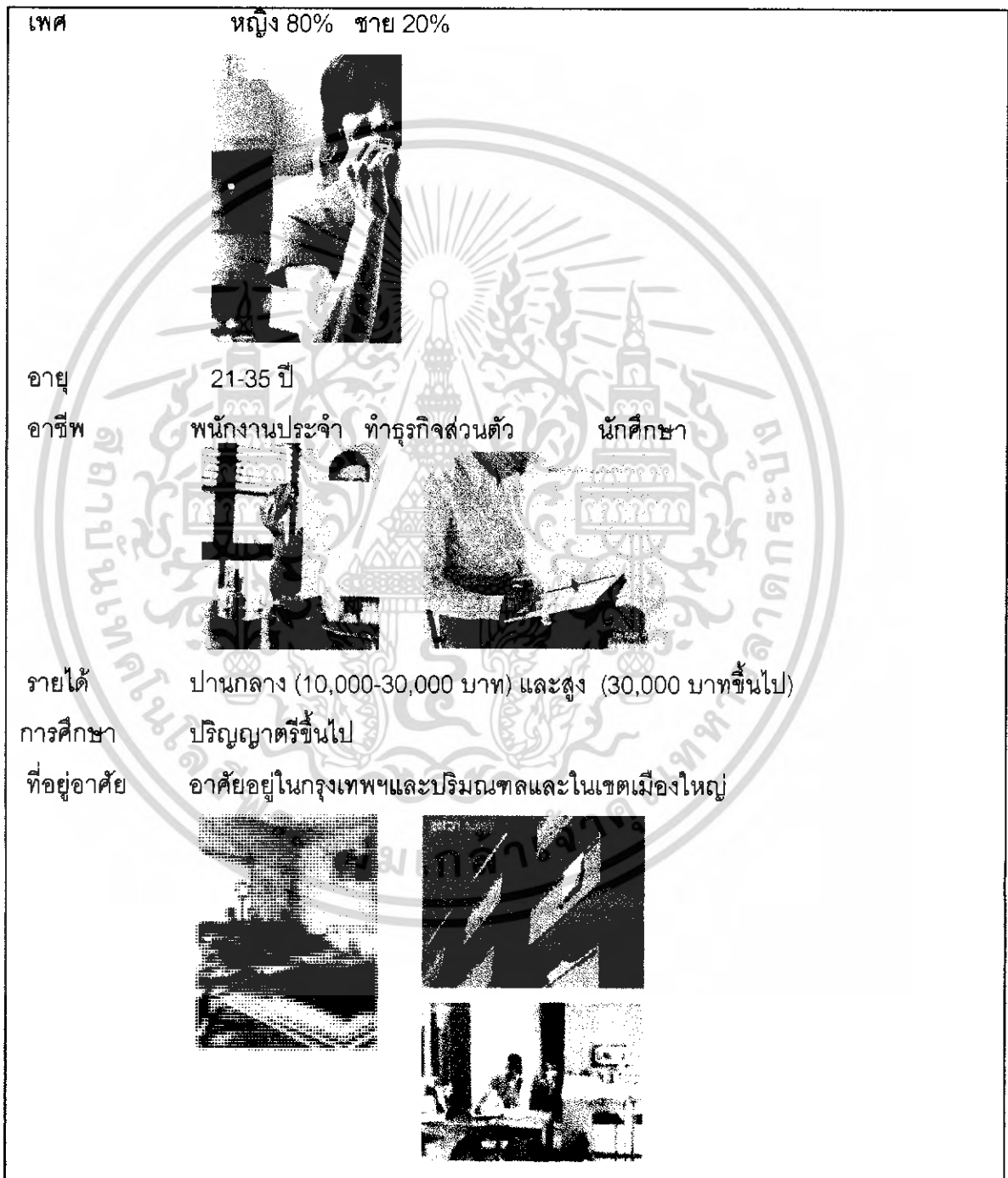
ใช้ภาพถ่ายผสมผสานกับภาพวาดอย่างลงตัว เพื่อเป็นการสร้างความแตกต่างจากสินค้าของคู่แข่ง ทั้งนี้เพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งยังต้องการสื่อสารให้ผู้บริโภคเห็นได้ชัดถึงประเภทของสินค้า

2.6 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

2.6.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มผู้บริโภค

ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายใหม่ของกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนม ห้างหุ้นส่วนจำกัด กิมจิวพาณิชย์ จะเน้นในส่วนของแม่บ้านทั่วไป ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มแม่บ้านที่นิยมทำขนมเป็นงานอดิเรกและกลุ่มแม่บ้านมือใหม่ หัดทำขนม

ลักษณะทางกายภาพของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย (Demographic)



ตาราง 2.6-1 ตารางแสดงลักษณะทางกายภาพของกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะทางจิตวิทยาของกลุ่มบริโภคเป้าหมาย (Psychographic)

ลักษณะการใช้ชีวิต (Lifestyle)

กิจกรรมวันธรรมดา

มีการพบปะผู้คนอยู่เสมอ เช่น การติดต่อสื่อสารงานต่างๆ มีความคล่องตัวในการทำกิจกรรม



การใช้เวลาว่าง (Weekend)

มักใช้เวลาว่าง ด้วยการสนุกสนานไปกับงานอดิเรกที่ชื่นชอบ เช่น การปลูกต้นไม้ การทำอาหาร การทำขนมและการช้อปปิ้ง เป็นต้น

Gardening



Baking

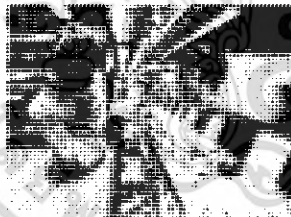


Shopping



การเลือกซื้อสินค้า

มักจะเลือกซื้อสินค้า โดยมีการคำนึงถึงเหตุผล ราคา ความสะดวก และตราสินค้า ส่วนใหญ่นิยมเลือกซื้อสินค้าจากซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไป



การรับรู้ข่าวสาร

มีการติดตามข่าวสารใหม่ๆ จากสื่อต่างๆ อยู่เสมอ เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต การ Chat นิติสาร



รสนิยม

มีความสนใจเกี่ยวกับเรื่องการทำอาหารและขนม ศึกษาและสนุกกับการคิดค้นสูตรขนมใหม่ๆ เสมอ

ตาราง 2.6-2 ตารางแสดงลักษณะทางจิตวิทยาของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6.2 พฤติกรรมการบริโภค และการใช้งานบรรจุภัณฑ์

1. หมวดวัสดุดิบ

แป้งสาลีธรรมดา

ก่อนบริโภค	ขณะบริโภค	หลังบริโภค
ขนาดบรรจุ 1 Kg : ถุงพลาสติก	1. ตัดปากถุงออก 2. เทใส่ภาชนะ 3. ตรวจสอบขนาดที่ต้องการ	1. มัดถุงด้วยหนังยาง 2. เก็บไว้ในที่อุณหภูมิธรรมดา

เนย

ก่อนบริโภค	ขณะบริโภค	หลังบริโภค
ขนาดบรรจุ 227 กรัม : อะลูมิเนียมฟรอยด์	1. แกะบรรจุภัณฑ์ฟรอยด์ออก 2. ทิ้งให้เนยอ่อนตัว 3. ตัดเป็นก้อนเล็กๆแล้วนำไปชั่งตามปริมาณที่ต้องการ	1. ปิดด้วยฟรอยด์ดั้งเดิม 2. เก็บไว้ในที่ตู้เย็น

2. หมวดสารเสริมคุณภาพ

ผงฟู/ครีม ออฟ ทาร์ทาร์/ยีสต์

ก่อนบริโภค	ขณะบริโภค	หลังบริโภค
ขนาดบรรจุ 100 กรัม : กระปุกพลาสติก	1. เปิดฝา 2. ตัดถุงพลาสติกที่อยู่ด้านใน 3. ตรวจสอบขนาดที่ต้องการ	1. มัดถุงด้วยหนังยาง 2. ปิดฝาให้สนิท 3. เก็บไว้ในที่อุณหภูมิธรรมดา

3. หมวดการปรุงแต่งและการตกแต่ง

สีและวัตถุปรุงแต่งกลิ่น

ก่อนบริโภค	ขณะบริโภค	หลังบริโภค
ขนาดบรรจุ 100 กรัม : ขวดแก้ว	1. เปิดฝา 2. ตรวจสอบขนาดที่ต้องการ	1. ปิดฝาให้สนิท 2. เก็บไว้ในที่อุณหภูมิธรรมดา

ช็อกโกแลตฟอสตัง

ก่อนบริโภค	ขณะบริโภค	หลังบริโภค
ขนาดบรรจุ 250 กรัม : กระปุกพลาสติก	1. เปิดฝา 2. ทำให้ช็อกโกแลตเหลวด้วยการให้ความร้อน 3. ตกแต่งหน้าขนมตามที่ต้องการ	1. ปิดฝาให้สนิท 2. เก็บไว้ในตู้เย็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิปิงครีม

ก่อนบริโภค	ขณะบริโภค	หลังบริโภค
ขนาดบรรจุ 250 กรัม : กระป๋องสเปรย์	1.เปิดฝา 2.เขย่ากระป๋อง 3.ตักแต่งหน้าขนมตามที่ต้องการ	1.ปิดฝาให้สนิท 2.เก็บไว้ในตู้เย็น

แยมผลไม้

ก่อนบริโภค	ขณะบริโภค	หลังบริโภค
ขนาดบรรจุ 200 กรัม : ขวดแก้ว	1.เปิดฝา 2.ใช้ช้อนตักหรือที่ปาดแยม 3.ตักแต่งหน้าขนมตามที่ต้องการ	1.ปิดฝาให้สนิท 2.เก็บไว้ในตู้เย็นหรืออุณหภูมิ ธรรมดา

ฟิลลิ่งผลไม้

ก่อนบริโภค	ขณะบริโภค	หลังบริโภค
ขนาดบรรจุ 400 กรัม : ถุงพลาสติก	1.ตัดปากถุง 2.เทใส่ถุงบีบหรือกรวยสำหรับบีบ 3.ตักแต่งหน้าขนมตามที่ต้องการ	1.ปิดฝาให้สนิท 2.เก็บไว้ในตู้เย็นหรืออุณหภูมิ ธรรมดา

น้ำเชื่อม

ก่อนบริโภค	ขณะบริโภค	หลังบริโภค
ขนาดบรรจุ 250 กรัม : ขวดพลาสติก	1.เปิดฝา 3.ตักแต่งหน้าขนมตามที่ต้องการ	1.ปิดฝาให้สนิท 2.เก็บไว้ในตู้เย็นหรืออุณหภูมิ ธรรมดา

ท้อปปีง

ก่อนบริโภค	ขณะบริโภค	หลังบริโภค
ขนาดบรรจุ 200 กรัม : ขวดพลาสติก	1.เปิดฝา 3.ตักแต่งหน้าขนมตามที่ต้องการ	1.ปิดฝาให้สนิท 2.เก็บไว้ในที่อุณหภูมิธรรมดา

4. หมวดยีสสำเร็จรูป

ก่อนบริโภค	ขณะบริโภค	หลังบริโภค
ขนาดบรรจุ 400 กรัม : กล่องกระดาษ ถุงพลาสติกใส	1.ฉีกกล่องกระดาษด้านนอก 2.ตัดถุงพลาสติกที่อยู่ด้านใน 3.นำไปผสมและทำการอบ	1.ทิ้งบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6.3 วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคที่มีผลต่อการออกแบบ

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคในหัวข้อ 2.6.1-2.6.2 สามารถสรุปความต้องการเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ได้ดังนี้

สรุปความต้องการและแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ด้านโครงสร้าง

1. ด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายใน
 - 1.1 บรรจุภัณฑ์มีการปิดผนึกที่มิดชิด และสามารถปกป้องสินค้าจากปัจจัยต่างๆที่ทำให้เกิดการเสื่อมคุณภาพของสินค้า
 - 1.2 บรรจุภัณฑ์ควรมีการเลือกใช้วัสดุที่แข็งแรงและทนทาน เพื่อป้องกันการกระแทกที่ทำให้เกิดบุบสลายของบรรจุภัณฑ์
2. ด้านการอำนวยความสะดวกในการใช้งาน
 - 2.1 มีโครงสร้างที่ไม่ซับซ้อน สามารถถือถือการใช้งานได้ง่าย
 - 2.2 มีอุปกรณ์ในการอำนวยความสะดวกในการใช้งาน เช่น การเปิด การดึง
 - 2.3 มีขนาดและสัดส่วนที่เหมาะสมกับการใช้งาน เช่น การจับ ถือ หรือหิ้วได้สะดวก
3. ด้านความสวยงาม
 - 3.1 บรรจุภัณฑ์ควรมีการออกแบบโครงสร้างที่โดดเด่น และเป็นที่ดึงดูดใจของลูกค้าได้เป็นอย่างดี
 - 3.2 มีความแตกต่างจากคู่แข่งอย่างชัดเจน และมีความเป็นเอกลักษณ์ของตราสินค้าสูง เพื่อสร้างการจดจำในตัวผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภค

สรุปความต้องการและแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ด้านกราฟฟิก

1. ด้านรายละเอียดต่างๆเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
 - 1.1 มีการออกแบบฉลากที่ระบุถึงข้อมูลรายละเอียดต่างๆ เช่น วันที่ผลิต วันหมดอายุ ที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจนและอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม
 - 1.2 มีการออกแบบสัญลักษณ์หรือรูปภาพประกอบที่แสดงถึงขั้นตอนการใช้งานของบรรจุภัณฑ์อย่างชัดเจน
2. ด้านการแยกแยะความแตกต่างของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด
 - 2.1 ออกแบบกราฟฟิกที่สามารถแยกแยะความแตกต่างของของกลุ่มผลิตภัณฑ์ต่างๆได้อย่างชัดเจน โดยใช้รูปภาพประกอบและการแบ่งสี
3. ด้านความสวยงาม
 - 3.1 มีการออกแบบกราฟฟิกที่บ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์ของตราสินค้าได้อย่างชัดเจน

2.7 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ

2.7.1 ลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ต้นฉบับจำเป็นต้องศึกษาถึงลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบที่เกี่ยวข้องกับตอบสนองความต้องการของบรรจุภัณฑ์ทางการบรรจุ

A. หมวดวัตถุดิบหลัก

ผลิตภัณฑ์	ลักษณะทางกายภาพ
A1. แป้งธรรมชาติ	แป้งสาลี ลักษณะเป็นผงเนื้อเนียนสีขาว เบา เป็นส่วนผสมหลักในการทำขนมช่วยให้ขนมคงรูปอยู่ได้
A2. เนย	มีลักษณะเป็นก้อนสีเหลือง มีกลิ่นหอมหวาน มีความมัน มีส่วนประกอบของไขมันเนย 80%

ตาราง 2.7-1 ตารางแสดงลักษณะทางกายภาพผลิตภัณฑ์หมวดวัตถุดิบหลัก

B. หมวดสารเสริมคุณภาพ

ผลิตภัณฑ์	ลักษณะทางกายภาพ
B1. ผงฟู	ลักษณะเป็นผงเนื้อเนียนสีขาว เบา เป็นส่วนผสมหลักในการทำขนมช่วยให้ขนมฟูขึ้นรูป
B2. ยีสต์	มีลักษณะเป็นผง สีเหลืองอ่อน เนื้อเนียน นิยมใส่ในขนมปังเพื่อให้ขนมปังฟู และนุ่มน่ารับประทาน
B3. ครีม ออฟ ทาร์ทาร์	ลักษณะเป็นผงเนื้อเนียนสีขาว เบา เป็นส่วนเสริมเพื่อช่วยในการผสมไข่ขาวให้ขึ้นฟู นิยมใส่ในการทำขนมเค้ก

ตาราง 2.7-2 ตารางแสดงลักษณะทางกายภาพผลิตภัณฑ์หมวดสารเสริมคุณภาพ

B. หมวดการปรุงแต่งและการตกแต่ง

ผลิตภัณฑ์	ลักษณะทางกายภาพ
C1. สีและวัตถุปรุงแต่งกลิ่น	สีมีลักษณะเป็นของเหลวมีสี เช่น สีเขียวแอปเปิ้ล สีส้ม ส่วนวัตถุปรุงแต่งกลิ่นจะมีลักษณะคล้ายกันแต่จะมีกลิ่น เช่น กลิ่นใบเตย กลิ่นนม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

C2. ชอกโกแลต	ทำจากชอกโกแลต มีลักษณะเป็นของเหลวหนืด ใช้สำหรับการตกแต่งหน้าขนมเค้กต่างๆ
C3. วิปปิ้งครีม	มีลักษณะเป็นโฟมสีขาว ทำจากเนยและนมมีความหวานนิยมใช้เพื่อตกแต่งหน้าขนมต่างๆ
C4. แยมผลไม้	มีลักษณะเป็นเจลใส ทำจากผลไม้ชนิดต่างๆ เช่น ส้ม สตอร์เบอร์รี่ มีสีและรสชาติตามผลไม้ที่ใช้ทำ
C5. ฟิลลิ่งผลไม้	มีลักษณะเป็นครีมข้น มีความหนืด ทำจากผลไม้ชนิดต่างๆ เช่น ส้ม สตอร์เบอร์รี่ มีสีและรสชาติตามผลไม้ที่ใช้ทำ
C6. คุกกี้เจลาติน	มีลักษณะเป็นผง มีสีและรสชาติตามผลไม้ เช่น รสส้ม รสสตอร์เบอร์รี่ เป็นต้น ใช้ละลายในน้ำ
C7. น้ำตาลไอซิ่ง	เป็นน้ำตาลเนื้อละเอียด มีส่วนผสมของแป้งข้าวโพด 3% มีลักษณะเบา
C8. น้ำเชื่อม	มีลักษณะเป็นของเหลวข้นมีสีน้ำตาลหรือสีเหลือง และมีส่วนผสมของน้ำผึ้ง
C9. ท็อปปิ้ง	มีลักษณะเป็นเกล็ดน้ำตาล มีสีส้มหลายสี นอกจากนี้ในโครงการยังรวมไปถึงผลไม้อบแห้งต่างๆ สำหรับใช้ในการตกแต่ง เช่น อัลมอนต์ ลูกเกด

ตาราง 2.7-3 ตารางแสดงลักษณะทางกายภาพผลิตภัณฑ์หมวดการปรุงแต่งและการตกแต่ง

D. หมวดสินค้าสำเร็จรูป

D. แบริ่งผลสำเร็จรูป	แบริ่งรสดี ที่มีการผสมส่วนประกอบคือ ผงฟู น้ำตาล เป็นหลัก ซึ่งอาจมีส่วนผสมอื่น เช่น ผงโกโก้หรือนมผง ตามประเภทของขนม ลักษณะเป็นผง เนื้อเนียน เบา มีสีขาว
----------------------	--

ตาราง 2.7-4 ตารางแสดงลักษณะทางกายภาพผลิตภัณฑ์หมวดสินค้าสำเร็จรูป
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตเห็นไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7.2 ปัจจัยที่ทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมคุณภาพและการเก็บรักษา

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ต้นนั้นจำเป็นต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเสื่อมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบที่เกี่ยวข้องกับตอบสนองความต้องการของบรรจุภัณฑ์ทางด้านการปกป้องสินค้า และการคุ้มครองสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยแยกตามหมวดต่างๆดังนี้

1. หมวดวัตถุดิบหลัก

ผลิตภัณฑ์	ปัจจัยที่ทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมคุณภาพและการเก็บรักษา
1. แป้งธรรมชาติ	ควรปลอดภัยจากแมลงรบกวน ปราศจากกลิ่น และควรเก็บที่อุณหภูมิ 68-72 F และมีความชื้นสัมพัทธ์ 55-65%
2. เนย	ใส่ภาชนะปิดฝาสนิท เก็บไว้ในตู้เย็นไม่ควรเก็บไว้ในใกล้สิ่งที่มีกลิ่น เนื่องจากไขมันจะดูดกลิ่น

2. หมวดสารเสริมคุณภาพ

ผลิตภัณฑ์	ปัจจัยที่ทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมคุณภาพและการเก็บรักษา
1. ผงฟู	ควรเก็บไว้ในที่เย็นแห้งและปิดฝาสนิท
2. ยีสต์	เป็นส่วนผสมที่เสถียรควรเก็บไว้ในที่แห้ง ไม่ให้สัมผัสโดยตรงกับแสงและความชื้น มีอายุการเก็บ 1 เดือน
3. ครีม ออฟ ทาร์ทาร์	ควรเก็บไว้ในที่เย็นแห้งและปิดฝาสนิท

3. หมวดการปรุงแต่งและการตกแต่ง

ผลิตภัณฑ์	ปัจจัยที่ทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมคุณภาพและการเก็บรักษา
1. สีและวัตถุปรุงแต่งกลิ่น	ควรเก็บไว้ในที่แห้งและปิดฝาสนิท
2. ซอโกแลตพอสตัง	สามารถเก็บได้ที่อุณหภูมิห้อง ควรเก็บไว้ในที่แห้งและปิดฝาสนิท ควรระวังมดและแมลงเนื่องจากมีความหวาน
3. แยมผลไม้	สามารถเก็บได้ที่อุณหภูมิห้อง ควรเก็บไว้ในที่แห้งและปิดฝาสนิท ควรระวังมดและแมลงเนื่องจากมีความหวาน
4. บัตเตอร์ครีม	สามารถเก็บได้ที่อุณหภูมิห้องโดยอายุการเก็บ 1 สัปดาห์ ปราศจากมดและแมลง
5. พิลลิงผลไม้	สามารถเก็บได้ที่อุณหภูมิห้อง ควรเก็บไว้ในที่แห้งและปิดฝาสนิท ควรระวังมดและแมลงเนื่องจากมีความหวาน
6. น้ำเชื่อม	สามารถเก็บได้ที่อุณหภูมิห้อง ควรเก็บไว้ในที่แห้งและปิดฝาสนิท ควรระวังมดและแมลงเนื่องจากมีความหวาน
7. วิปปิ้งครีม	ควรเก็บในตู้เย็นหรือที่มีอุณหภูมิต่ำ เนื่องจากทำจากนมอาจเกิดการบูดเสียได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สวนไร่นาสหกรณ์ใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น เมื่อผู้ยูเอตให้มาใช้ประโยชน์ในการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.8 ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุและกรรมวิธีการผลิต

2.8.1 ข้อมูลของวัสดุและกรรมวิธีการผลิต ระบบการพิมพ์ที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์

การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุ กรรมวิธีการผลิต รวมถึงระบบการพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์ถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งในการผลิตสินค้าออกจำหน่ายสู่ท้องตลาด เพราะการเลือกวัสดุและกรรมวิธีการผลิตที่เหมาะสม จะช่วยให้สินค้าที่บรรจุอยู่ภายในมีอายุการใช้งานที่ยาวนาน และปลอดภัยจากปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมคุณค่า วัสดุรวมทั้งกรรมวิธีการผลิตที่ใช้ในการทำภาชนะบรรจุ แบ่งเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่

1. กระดาษ

กระดาษที่ใช้ในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นวัสดุเนื้อหยาบ กระดาษเนื้อละเอียดจะใช้เฉพาะการพิมพ์ฉลาก (Label) หรือตกแต่งภาชนะบรรจุให้สวยงาม กระดาษเนื้อหยาบชนิดที่เรียกว่า กระดาษคราฟท์ (Kraft) เป็นกระดาษที่ใช้มากที่สุดในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ และรูปแบบที่ใช้จะมีทั้งในกระดาษธรรมดา (Paper) และกระดาษแข็ง (Paper Board)

มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมแบ่งกระดาษแข็งเพื่อการพิมพ์ออกเป็น 2 ประเภท คือ

1.1 กระดาษกล่อง คือ กระดาษแข็งหลายชั้นซึ่งมีผิวหน้าด้านหนึ่งของกระดาษเหมาะสำหรับการพิมพ์ แบ่งออกเป็น 2 ชนิด

- กระดาษกล่องเคลือบ คุณสมบัติผิวด้านที่ใช้พิมพ์เคลือบด้วยผงสีเพื่อให้ผิวเรียบ
- กระดาษกล่องไม่เคลือบ คุณสมบัติผิวด้านที่ใช้พิมพ์ไม่ได้เคลือบด้วยผงสี

1.2 กระดาษการ์ด แบ่งออกเป็นสองชนิด

- กระดาษการ์ดมานิลา กระดาษที่มีผิวทั้งสองด้านมีคุณสมบัติเหมาะสำหรับการพิมพ์ ชั้นในมีคุณสมบัติแตกต่างกันออกไป มีทั้งชนิดเคลือบและชนิดไม่เคลือบ
- กระดาษการ์ดไอวอรี กระดาษชั้นเดียวหรือหลายชั้นที่ทุกชั้นมีคุณสมบัติเหมือนกัน

2. อลูมิเนียมฟอยล์

คุณสมบัติของอลูมิเนียมฟอยล์ที่เป็นประโยชน์ต่อการใช้บรรจุผลิตภัณฑ์ มีดังต่อไปนี้

2.1 การกระจายความร้อน (Heat Radiation) ควรใช้อลูมิเนียมฟอยล์ด้านชัดเป็นมันเป็นด้านนอกของกล่อง เพื่อกระจายความร้อนออกภายนอกไม่ให้เข้าสู่ผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะอำนวยความสะดวกแก่การรักษาผลิตภัณฑ์คงอุณหภูมิอยู่ได้นาน แม้จะอยู่ในที่ที่มีแสงแดดจัด

2.2 อลูมิเนียมฟอยล์ทำให้เชื้อโรค (Microorganisms) ไม่สามารถเจริญได้ ในระหว่างผ่านกรรมวิธีผลิตอลูมิเนียมฟอยล์ ซึ่งต้องใช้ความร้อนสูงเชื้อโรคจะถูกทำลายไปหมดสิ้น ดังนั้นเมื่ออลูมิเนียมฟอยล์สะอาดปราศจากรอยนิ้วมือเชื้อโรคจะเจริญมิได้

2.3 ปลอดภัยจากแมลง อลูมิเนียมฟอยล์อยู่ในสภาพเรียบร้อย ไม่เสียหายจะป้องกันการก่อตัวของแมลงได้หลายชนิด และยังมีควมหนาที่ยังป้องกันได้ดีขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 การให้ผ่าน (Permeability) ของตัวกลางต่างๆ อลูมิเนียมฟรอยล์ที่คงคุณภาพดีและมีความหนาเพียงพอ จะไม่ยอมให้น้ำ, ไขมัน, น้ำมัน, แก๊ส ฯลฯ ผ่าน และเมื่อนำไปผนึกกับวัสดุอื่นจะทำให้การผนึกปิดภาชนะบรรจุนั้นๆ มีความหนาเพิ่มขึ้น ทำให้สามารถคุ้มครองป้องกันผลิตภัณฑ์ภายในได้ในระยะเวลายาวนาน และปลอดภัยยิ่งขึ้น

อลูมิเนียมฟรอยล์สามารถให้ความคุ้มครองผลิตภัณฑ์ จากสิ่งต่างๆดังต่อไปนี้คือ

- น้ำและไอน้ำ
- การเปลี่ยนแปลงของกลิ่น
- น้ำมัน
- แก๊ส ยกเว้นในกรณีมีรอยเจาะขาด (Pin Holes)
- กัมมันตรังสี คุณสมบัติข้อนี้มีประโยชน์มากในการบรรจุอาหารประเภทมีมัน

3. พลาสติก

ภาชนะพลาสติกที่นำไปบรรจุอาหารจำแนกเป็นประเภทใหญ่ได้ 2 ประเภท คือ

3.1 ภาชนะพลาสติกชนิดทรงอ่อน (Flexible Packaging) ได้แก่ ถุง ของ ห่อต่างๆ

3.2 ภาชนะพลาสติกชนิดทรงแข็งและกึ่งแข็ง (Rigid and Semirigid Containers) ภาชนะประเภทนี้ได้แก่ ขวด กล่อง ถาด กระป๋อง ฯลฯ

พลาสติกที่ใช้ทำภาชนะบรรจุบ้านมะขามมีหลายชนิด ดังต่อไปนี้ คือ โพลีเอทิลีน (Polyethylene-PE)

เป็นพลาสติกชนิด Thermoplastic แบ่งออกเป็น 3 ชนิด คือ

- (1) ชนิดที่มีความหนาแน่นมาก (High-Density Polyethylene)
- (2) ชนิดที่มีความหนาแน่นปานกลาง (Medium-Density Polyethylene)
- (3) ชนิดที่มีความหนาแน่นน้อย (Low-Density Polyethylene)

ทั้ง 3 ชนิด มีลักษณะโดยทั่วไปคือมีลักษณะใสและมัน ใช้ได้เหมาะสมกับอุณหภูมิตั้งแต่ 50 องศาเซลเซียส ถึง 80 องศาเซลเซียส บางชนิดอาจใช้ได้ถึง 100 องศาเซลเซียส หรือสูงกว่า ชนิดที่มีความหนาแน่นน้อยอ่อน ทับได้ และเหนียว ส่วนชนิดที่มีความหนาแน่นมากกว่านั้นเนื้อแข็งกว่า มีคุณสมบัติที่แข็งแรงทนทานกว่าใช้ได้ ในหลายอุณหภูมิทั้งสามชนิดให้น้ำระเหยผ่านได้น้อยคุดน้ำได้น้อย ทนทานต่อสารเคมีได้ดีเยี่ยมที่อุณหภูมิปกติ คงขนาดได้ดีคุณภาพเยี่ยมเหมาะสมสำหรับกรรมวิธีผลิตแบบ Blow และ Injection Moulding มีคุณสมบัติพอใช้จนถึงดีสำหรับกรรมวิธีผลิตแบบ Thermoforming มีราคาถูก นำไปใช้ทำขวดชนิดที่ได้จากการผลิตแบบเป่า ทำฝาปิด ทำภาชนะบรรจุซึ่งผลิตโดยวิธี Thermoforming และทำชิ้นส่วนต่างๆ

โพลีพรอพิลีน (Polypropylene-PP)

สีที่ได้จากการผลิตอยู่ในลักษณะมันวาว สำหรับแผ่นบางๆจะใสมีหลายสี คุณสมบัติทั่วไป คือมีความทนทานต่อสารเคมีและแรงเค้นได้ดีเยี่ยม เมื่อทำให้มันคงตัวได้อย่างเหมาะสม ยอมให้ไอน้ำระเหยผ่านได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เล็กน้อย ตัวเองดูน้ำได้น้อยต้านทานต่อความร้อนได้สูง ใช้เป็นภาชนะบรรจุที่ต้องต้มเพื่อฆ่าเชื้อโรคได้ดี นำไปใช้ทำภาชนะบรรจุพวกกล่องที่ผลิตโดยวิธี Injection Molding ชนิดที่เป็นบานพับในตัวเอง ใช้ทำที่ปิด หรือฝาครอบภาชนะบรรจุที่ต้องการให้เป็นของที่บรรจุและไม่ต้องใช้บานพับอีก

โพลีเอทิลีนเทอร์ฟทาเลต (Polyethylene Terephthalate-PET) มีคุณสมบัติใสแวววับจึงทำให้นิยมใช้เป็นบรรจุภัณฑ์น้ำมันพืชและน้ำดื่ม ในรูปของฟิล์ม มักผ่านกระบวนการจัดเรียงโมเลกุลทั้งสองทิศทางแล้ว เนื่องจากมีความใส และทนทานต่อสารเคมีได้ดีกว่า PE ธรรมดา สามารถผลิตเป็นฟิล์มหัดที่ต้องการคุณสมบัติ ในด้านความเหนียว ป้องกันไอน้ำและก๊าซได้ดี

ถุง ในการผลิตภาชนะหรือหีบห่อประเภทถุง นิยมใช้โพลีเอทิลีน (POLYETHYLENE) เป็นวัสดุผลิตถุงเพราะแข็งแรง ทนทาน ราคาถูก ผ่านกรรมวิธีการผลิตถุงได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

การปิดผนึกถุงพลาสติกอาจจำแนกตามจำนวนรอยปิดผนึกดังนี้

- ปิดผนึก 2 ด้าน (two sides seal)
- ปิดผนึก 3 ด้าน (three sides seal)
- ปิดผนึก 4 ด้าน (four sides seal)

ขวดพลาสติก นิยมใช้แทนขวดแก้ว เพราะผลิตเร็ว งดงาม ราคาถูก แต่ต้องระวังในเรื่องการเลือกวัสดุ เพื่อใช้ในการบรรจุมีประโยชน์ในด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ทั้งด้านความแข็งแรงและคุณภาพทางเคมีและชีววิทยา

ฟิล์มพลาสติก ฟิล์มพลาสติก (ศูนย์บรรจุหีบห่อไทย : 2537) ที่ใช้ในการหีบห่อ หมายถึง วัสดุอ่อนตัว พับได้ที่ทำด้วยพลาสติกซึ่งอาจเป็นเพียงพลาสติกชนิดเดียว หรือหลายชนิดที่ผลิตโดยการประกบ (LAMINATION) หรือการรีดร่วม (COEXTRUSION) เป็นการเคลือบ (COATING) โดยทั่วไปการหีบห่อด้วยฟิล์มพลาสติกนิยมในรูปแบบของถุง (BAG) ถุงแบบปิดผนึก 4 ด้าน (POUCH) และการห่อ (WRAPING) ซริงค์ แพคเกจ (SHRINK PACKAGE) นิยมเนื่องจากสามารถหุ้มคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้อย่างรัดกุม ไม่ว่าผลิตภัณฑ์จะมีรูปร่างขนาดไหนไม่หย่อนยาน แสดงให้เห็นผลิตภัณฑ์ได้ชัด ป้องกันฝุ่นละอองและความเสียหายขณะขนส่ง บรรจุผลิตภัณฑ์ได้มาก ฟิล์มพลาสติกที่นิยมใช้ทำซริงค์แพคเกจ ได้แก่ โพลีเอทิลีน (POLYETHYLENE) พี.วี.ซี (POLYVINYLCHLORIDE) โพลีโอเลฟิน (POLYOLEFIN) โพลีโพรพิลีน (POLYPROPYLENE) และโพลีเอสเตอร์ (POLYESTER) สามารถป้องกันความร้อนได้ดี

ฟอร์มฟิลล์ (Form-Fill-Seal)

ในปัจจุบันการผลิตถุงพลาสติกในบรรจุสินค้าในระดับอุตสาหกรรมนิยมเรียกว่า "ฟอร์มฟิลล์" กล่าวคือ เครื่องจะม้วนฟิล์มพลาสติกเพื่อขึ้นรูปและปิดผนึกให้เป็นถุง แล้วบรรจุสินค้าตามปริมาณที่กำหนด จากนั้นปิดผนึกปากถุง ทุกขั้นตอนเหล่านี้จะอยู่ในเครื่องจักรเดียวกัน อาหารที่นิยมใช้การบรรจุวิธีนี้มีหลายประเภท เช่น อาหารว่าง ลูกกวาด ธัญพืช นมสดพาสเจอร์ไรซ์ น้ำผลไม้และอาหารบริโภคเพียงครั้งเดียว

2.8.2 การพิมพ์ การตกแต่ง และการปิดฉลาก

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อผู้วิจัย ที่จะต้องมีความรู้ทางการพิมพ์ เพราะการพิมพ์เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากเป็นสิ่งสร้างงานบรรจุภัณฑ์ให้สามารถออกมาเป็นบรรจุภัณฑ์ที่สมบูรณ์ ระบบการพิมพ์อาจมีอยู่หลายประเภท แต่ทว่าระบบการพิมพ์กว่า 80% ที่ใช้กับบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วย 4 ประเภท ดังนี้

1. การพิมพ์ฝังบน : (LETTER PRESS) กระดาษ เช่น กล่องกระดาษแข็งแรงแบบพับดูกระดาษ ซ้อเสียบ เกิดรอยดุนนูนหลังกระดาษ ขอบภาพ, อักษรไม่ชัด
: FLEXO ใช้พิมพ์กล่องกระดาษลูกฟูกกระดาษ ถุงปูนซีเมนต์ ถุงปุ๋ย ถุงพลาสติกใหญ่

2. การพิมพ์ร่องลึก ระบบกราเวียร์ ลงบนผิววัสดุ ได้หลายประเภท เช่น plastic อลูมิเนียมฟรอยด์ กล่องกระดาษพับ กระดาษห่อของขวัญ
3. การพิมพ์พื้นราบ ระบบออฟเซตนิยมทั่วโลก งานโปสเตอร์ โฆษณา แผ่นพับ โบรชัวร์
4. การพิมพ์ผ่านจากพิมพ์ siksreen ลงวัสดุต่างๆ ภาชนะผิวโค้ง แก้ว, plastic กระป๋องโลหะที่ผ่านการขึ้นรูปมาแล้ว

การพิมพ์นั้นเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งนอกจากการพิมพ์แล้วการออกแบบสัญลักษณ์ การจัดวางรูปแบบของกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ หรือแม้แต่การสั่งสีก็มีความสำคัญทุกกระบวนการเช่นกัน การปิดฉลากสามารถเลือกวิธีที่เหมาะสมจากเครื่องปิดฉลากที่แบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ดังต่อไปนี้

1. เครื่องปิดฉลากแบบทากาวแล้วลึงติด ในกรณีที่บรรจุภัณฑ์เป็นทรงกลม จะใช้การกลิ้งบรรจุภัณฑ์ไปตามรางแล้วทากาวบนบรรจุภัณฑ์ เมื่อทำการกลิ้งต่อไปบรรจุภัณฑ์จะติดเอาฉลากขึ้นมาด้วย เมื่อกลิ้งไปก่อนจะครบรอบของฉลากจะมีการทากาวบริเวณปลายอีกข้างหนึ่ง เพื่อให้บริเวณปลายฉลากสามารถติดได้สนิท

2. เครื่องปิดฉลากแบบทากาวที่ฉลากแล้วส่งผ่านไปติด เป็นการติดฉลากส่วนหน้าหรือส่วนหลังของบรรจุภัณฑ์ มีหลักการทำงานคือ ฉลากจะถูกทากาวด้วยลูกกลิ้งก่อน แล้วจึงนำฉลากมาติดบนภาชนะในตำแหน่งที่ต้องการ

3. เครื่องปิดฉลากกลติเกอร์ ตัวฉลากจะมีราคาค่อนข้างแพง แต่มีความสะดวกในการใช้งานไม่ว่าจะติดด้วยมือหรือเครื่องจักร ในกรณีใช้เครื่องจักร ฉลากจะพิมพ์ออกมาเป็นม้วนวันช่วงระยะเท่าๆกัน สืบเนื่องจากความหนาแน่นและความเหนียวของตัวฉลากกับตัวแผ่นกระดาษที่ปะอยู่ข้างหลัง เมื่อแผ่นกระดาษหมุนกลับทิศ 180 องศา จะปล่อยให้ฉลากเผยออก แล้วนำไปติดลงบนบรรจุภัณฑ์ด้วยลูกกลิ้งติดกาว เครื่องจักรติดฉลากนี้มีราคาไม่สูง สามารถทำงานได้อย่างสะอาด และมีความรวดเร็วสูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.8.3 วิเคราะห์และสรุปการเลือกใช้วัสดุ กรรมวิธีการผลิต และระบบการพิมพ์สำหรับบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ทั้งหมดนั้นสามารถแบ่งตามลักษณะทางกายภาพได้ต่างกัน ภาชนะในการบรรจุจึงมีการความแตกต่างกันตามความเหมาะสม ในการออกแบบจึงควรคำนึงถึงลักษณะที่สัมพันธ์กันระหว่างผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ เพื่อที่จะเลือกวัสดุและกรรมวิธีการผลิต ให้เกิดความสะดวก ประหยัดและขนส่งได้ง่าย รวมถึงการบรรจุสะดวก สามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรมไทย อีกทั้งคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ตลอดระยะเวลาในการใช้งานและในด้านของความสวยงาม ซึ่งปัจจัยทั้งหมดจะเป็นสิ่งส่งเสริมให้เกิดส่วนแบ่งทางตลาดเพิ่มขึ้น

โดยรายการวิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุสำหรับผลิตภัณฑ์ในโครงการมีดังนี้ คือ

1. บรรจุภัณฑ์ประเภทของ
2. บรรจุภัณฑ์ ประเภทถาด
3. บรรจุภัณฑ์ประเภทกล่อง
4. บรรจุภัณฑ์ประเภทถ้วย
5. บรรจุภัณฑ์ประเภทขวด
6. บรรจุภัณฑ์ประเภทฝา

1. บรรจุภัณฑ์ประเภทของ สามารถแบ่งได้เป็น

บัตเตอร์ครีม

เงื่อนไขในการพิจารณา

- ป้องกันอากาศ ความชื้น และการรั่วซึมได้ดี
- พิมพ์ได้สวยงามและเชื่อมต่อบนระบบการพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์
- พกพาสะดวก
- สามารถตั้งวางได้ ไม่หกเลอะเทอะ

เงื่อนไขในการพิจารณา	ค่าความสำคัญ	LDPE	อลูมิเนียมฟรอยด์
- ป้องกันอากาศ ความชื้น การรั่วซึมได้ดี	4	3	4
- ป้องกันแสงแดดและความร้อน	3	2	3
- พกพาสะดวก	4	3	3
- สามารถวางตั้งได้ไม่หก เลอะเทอะ	4	2	2
รวมคะแนน		38	45

หมายเหตุ : คะแนน 4 = ดีมาก, 3 = ดี, 2 = พอใช้, 1 = ไม่เหมาะสม

สรุป : บรรจุภัณฑ์ประเภทของ เลือกใช้ อลูมิเนียมฟรอยด์

ตาราง 2.8-1 ตารางวิเคราะห์และเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ประเภทของ

2. บรรจุภัณฑ์ประเภทถาด สามารถแบ่งได้เป็น

หมวดสินค้าสำเร็จรูป

เงื่อนไขในการพิจารณา

- ป้องกันอากาศ ความชื้น และการรั่วซึมได้ดี
- สามารถนำเข้าเตาอบขนมได้
- พกพาสะดวก
- พิมพ์ได้สวยงามและเชื่อมต่อบนระบบการพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์

เงื่อนไขในการพิจารณา	ค่าความสำคัญ	LDPE	อลูมิเนียมฟรอยด์
- ป้องกันอากาศ ความชื้น การรั่วซึมได้ดี	4	3	3
- สามารถนำเข้าเตาอบขนมได้	4	2	4
- พกพาสะดวก	3	3	3
- พิมพ์ได้สวยงาม	2	3	3
รวมคะแนน		35	43

หมายเหตุ : คะแนน 4 = ดีมาก, 3 = ดี, 2 = พอใช้, 1 = ไม่เหมาะสม

สรุป : บรรจุภัณฑ์ประเภทถาดเลือก อลูมิเนียมฟรอยด์

ตาราง 2.8-2 ตารางวิเคราะห์และเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ประเภทถาด

3.บรรจุภัณฑ์ประเภทกล่อง สามารถแบ่งได้เป็น

แบ่งธรรมดา ผงฟู ยีสต์ ครีม ออฟทาร์ทาร์

เงื่อนไขในการพิจารณา

- ป้องกันผลิตภัณฑ์ได้ตลอดอายุการใช้งาน
- ป้องกันการกระแทกได้ดี
- พิมพ์ได้สวยงามและเชื่อมต่อระบบการพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์
- ง่ายต่อการขึ้นรูป
- มีความหลากหลายในการออกแบบรูปทรง

เงื่อนไขในการพิจารณา	ค่าความสำคัญ	PVC	PP	PET
- ป้องกันผลิตภัณฑ์ได้	4	3	4	3
- ป้องกันการกระแทกได้ดี	3	3	3	2
- พิมพ์ได้สวยงาม	2	3	3	3
- ง่ายต่อการขึ้นรูป	3	3	3	3
- มีความหลากหลายในการออกแบบรูปทรง	4	3	4	4
รวมคะแนน		48	56	49

หมายเหตุ : คะแนน 4 = ดีมาก, 3 = ดี, 2 = พอใช้, 1 = ไม่เหมาะสม

สรุป : บรรจุภัณฑ์ประเภทกล่องเลือก พลาสติก PP

ตาราง 2.8-3 ตารางวิเคราะห์และเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ประเภทกล่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. บรรจุภัณฑ์ประเภทถ้วย สามารถแบ่งได้เป็น

แยมผลไม้

เงื่อนไขในการพิจารณา

- แข็งแรง ป้องกันการกระแทกได้ดี
- ป้องกันอากาศความชื้น และการรั่วซึมได้ดี
- ความใสของเนื้อวัสดุ
- ผลิตง่าย
- ต้นทุนไม่สูง

เงื่อนไขในการพิจารณา	ค่าความสำคัญ	แก้ว	PVC	PE
- แข็งแรง ป้องกันการกระแทกได้	4	4	3	3
- ป้องกันอากาศ ความชื้น และการรั่วซึมได้ดี	4	4	3	3
- ความใสของเนื้อวัสดุ	3	4	4	4
- ผลิตง่าย	2	3	3	3
รวมคะแนน		50	42	42

หมายเหตุ : คะแนน 4 = ดีมาก, 3 = ดี, 2 = พอใช้, 1 = ไม่เหมาะสม

สรุป : บรรจุภัณฑ์ประเภทถ้วยแยมเลือก แก้ว

ตาราง 2.8-4 ตารางวิเคราะห์และเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ประเภทถ้วยแยม

ชอกโกแลตฟรอสติ้ง

เงื่อนไขในการพิจารณา

- แข็งแรง ป้องกันการกระแทกได้ดี
- ป้องกันอากาศความชื้น และการรั่วซึมได้ดี
- ความใสของเนื้อวัสดุ
- ผลิตง่าย
- ต้นทุนไม่สูง

เงื่อนไขในการพิจารณา	ค่าความสำคัญ	PP	PVC	PE
- แข็งแรง ป้องกันการกระแทกได้	4	4	3	3
- ป้องกันอากาศ ความชื้น และการรั่วซึมได้ดี	4	4	4	3
- สามารถทนความร้อนได้	3	4	3	4
- ผลิตง่าย	2	3	3	3
รวมคะแนน		50	42	42

หมายเหตุ : คะแนน 4 = ดีมาก, 3 = ดี, 2 = พอใช้, 1 = ไม่เหมาะสม

สรุป : บรรจุภัณฑ์ประเภทชอกโกแลตฟรอสต์เลือก PP

ตาราง 2.8-5 ตารางวิเคราะห์และเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ประเภทชอกโกแลตฟรอสต์

4. บรรจุภัณฑ์ประเภทขวด สามารถแบ่งได้เป็น

ฟิล์มผลไม้ น้ำเชื่อม สีและวัตถุปรุงแต่งกลิ่นธรรมชาติ

เงื่อนไขในการพิจารณา

- แข็งแรง ป้องกันการกระแทกได้ดี
- ป้องกันอากาศความชื้น และการรั่วซึมได้ดี
- ความใสของเนื้อวัสดุ
- ผลิตง่าย
- ต้นทุนไม่สูง

เงื่อนไขในการพิจารณา	ค่าความสำคัญ	แก้ว	PVC	PE
- แข็งแรง ป้องกันการกระแทกได้	4	4	3	3
- ป้องกันอากาศ ความชื้น และการรั่วซึมได้ดี	4	3	2	3
- ความใสของเนื้อวัสดุ	3	4	4	4
- มีความหลากหลายในการออกแบบรูปทรง	4	2	3	3
- ง่ายต่อการขึ้นรูป	2	2	4	4
รวมคะแนน		52	52	56

หมายเหตุ : คะแนน 4 = ดีมาก, 3 = ดี, 2 = พอใช้, 1 = ไม่เหมาะสม

สรุป : บรรจุภัณฑ์ประเภทขวดเลือก พลาสติก PP

ตาราง 2.8-6 ตารางวิเคราะห์และเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ประเภทขวด

6.บรรจุภัณฑ์ประเภทฝา สามารถแบ่งได้เป็น

แยมผลไม้ พิลลิงผลไม้ น้ำเชื่อม บัตเตอร์ครีม

เงื่อนไขในการพิจารณา

- ป้องกันอากาศ ความชื้น และการรั่วซึมได้ดี
- แข็งแรง ทนต่อการเปิด-ปิด
- สวยงามเหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์
- ราคาเหมาะสม
- ผลิตได้ง่าย

เงื่อนไขในการพิจารณา	ค่าความสำคัญ	HDPE	PP
- แข็งแรง	4	4	4
- ป้องกันอากาศ ความชื้น และการรั่วซึมได้ดี	4	4	3
- มีความหลากหลายในการออกแบบรูปทรง	4	3	3
- ผลิตง่าย	3	3	3
- สวยงามเหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์	4	3	2
รวมคะแนน		56	54

หมายเหตุ : คะแนน 4 = ดีมาก, 3 = ดี, 2 = พอใช้, 1 = ไม่เหมาะสม

สรุป : บรรจุภัณฑ์ประเภทฝาเลือก พลาสติก HDPE

ตาราง 2.8-7 ตารางวิเคราะห์และเลือกวัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ประเภทฝา

2.9 ข้อบังคับทางกฎหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ

อำนาจตามความในมาตรา 32 และมาตรา 36 แห่งบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2543 เรื่องฉลาก ลงวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2543 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาจึงออกกฎหมายไว้ดังนี้

ข้อ 1. ระเบียบนี้เรียกว่า "ระเบียบสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ว่าด้วยการดำเนินการเกี่ยวกับเลขสารบบอาหาร

ข้อ 2. ระเบียบนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 24 กรกฎาคม พ.ศ. 2544 เป็นต้น

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

ข้อ 4. อาหารที่ต้องแสดงเลขสารบบอาหาร ได้แก่

4.1 อาหารควบคุมเฉพาะ

4.2 อาหารที่กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน ดังต่อไปนี้

4.2.1 อาหารที่กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐานนอกเหนือจาก 4.2.1

4.3 อาหารที่รัฐมนตรีประกาศให้เป็นอาหารที่ต้องมีฉลาก ดังต่อไปนี้

4.3.1 อาหารที่ต้องมีฉลากที่รัฐมนตรีประกาศให้ต้องส่งมอบฉลากให้ตรวจอนุมัติก่อนนำไปใช้

4.3.2 อาหารที่ต้องมีฉลากนอกเหนือจาก 4.3.1

ข้อ 5. รายละเอียดของเลขสารบบอาหารประกอบด้วย ตัวเลขสิบสามหลักที่แบ่งเป็นห้ากลุ่มซึ่งหมายถึงสถานที่ผลิตอาหารหรือสถานที่นำเข้าอาหารแล้วแต่กรณี หน่วยงานที่อนุญาต และลำดับของอาหาร โดยแสดงในเครื่องหมาย อย. ที่ฉลากอาหาร ตามลักษณะข้างล่างนี้

5.1 กลุ่มที่หนึ่ง (XX) ประกอบด้วย ตัวเลขสองหลัก แสดงถึงจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของสถานที่ผลิตอาหารหรือนำเข้าอาหาร โดยใช้ตัวเลขแทนลักษณะย่อของจังหวัด ลายระเอียดปรากฏในตารางแสดงรหัสจังหวัดที่แนบท้ายระเบียบนี้

5.2 กลุ่มที่สอง (X) ประกอบด้วย ตัวเลขหนึ่งหลัก แสดงถึงสถานที่ผลิตอาหารและหน่วยงานที่อนุญาต ดังนี้

หมายเลข 1 หมายถึง สถานที่ผลิตอาหาร ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเป็นผู้อนุญาต

หมายเลข 2 หมายถึง สถานที่นำเข้าอาหาร ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเป็นผู้อนุญาต

หมายเลข 3 หมายถึง สถานที่ผลิตอาหาร ซึ่งจังหวัดเป็นผู้อนุญาต

หมายเลข 4 หมายถึง สถานที่นำเข้าอาหาร ซึ่งจังหวัดเป็นผู้อนุญาต

5.3 กลุ่มที่สาม (XXXX) ประกอบด้วย ตัวเลขห้าหลัก แสดงถึงสถานที่ผลิตอาหารหรือสถานที่นำเข้าอาหารที่ได้รับอนุญาตและปีพุทธศักราชที่อนุญาต โดยตัวเลขสามแรกของกลุ่มที่สาม คือ เลขสถานที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ผลิตอาหารหรือเลขสถานที่นำเข้าอาหารแล้วแต่กรณี และตัวเลขสองหลักสุดท้ายของกลุ่มที่สาม คือตัวเลขสองหลักสุดท้ายของปีพุทธศักราชที่ได้รับอนุญาต เช่น 00241 แทนเลขสถานที่ผลิตอาหารหรือเลขสถานที่นำเข้าอาหารซึ่งได้รับอนุญาตเลขที่สอง ซึ่งอนุญาตในปีพุทธศักราช 2541

5.4 กลุ่มที่สี่ (Y) ประกอบด้วย ตัวเลขหนึ่งหลัก แสดงถึงหน่วยงานที่ออกเลขสารบบอาหาร ดังนี้

1 หมายถึง อาหารที่ได้รับเลขสารบบอาหารจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

2 หมายถึง อาหารที่ได้รับเลขสารบบอาหารจากจังหวัด

5.5 กลุ่มที่ห้า (YYYY) ประกอบด้วย ตัวเลขสี่หลักแสดงถึงลำดับที่ของอาหารที่ผลิตโดยสถานที่ผลิตอาหารหรือนำเข้าอาหารโดยสถานที่นำเข้าแต่ละแห่ง แยกหน่วยงานที่เป็นผู้อนุญาตตาม 5.4 เช่น 0001 แทนลำดับที่ 1 , 0099 แทนลำดับที่ 99

ข้อ 6. ให้แสดงเลขสารบบอาหารในเครื่องหมาย ออย. ด้วยตัวเลขที่มีสีตัดกับสีพื้นของกรอบและมีขนาดไม่เล็กกว่า 2 มิลลิเมตร สีของกรอบตัดกับสีพื้นของฉลาก

กรณีที่ไม้อาจแสดงเลขสารบบอาหารตามวรรคหนึ่งได้ ให้ชี้แจงและแสดงเหตุผลประกอบคำชี้แจง หากเหตุผลรับฟังได้ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาอาจให้ความเห็นชอบในการแสดงเลขสารบบอาหารต่างไปจากข้อกำหนดในวรรคหนึ่งก็ได้

ข้อ 7 ผู้ผลิตอาหารหรือนำเข้าอาหารตามข้อ 4 เพื่อจำหน่าย ต้องแสดงเลขสารบบอาหารและให้ดำเนินการหรือการแสดงเลขสารบบอาหารดังต่อไปนี้

การแสดงฉลาก

1. การแสดงฉลากอาหารที่จำหน่ายโดยตรงกับผู้บริโภค ต้องแสดงข้อความเป็นภาษาไทยจะมีภาษาต่างประเทศด้วยก็ได้ และต้องแสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้ เว้นแต่สำนักงานสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาจะยกเว้นให้ไม่ต้องระบุข้อความหนึ่งข้อความใดในฉลากของอาหารแต่ละชนิด

1.1 ชื่ออาหาร ชื่อภาษาไทยต้องมีข้อความต่อเนื่องกันในแนวนอน ขนาดของตัวอักษรใกล้เคียงกัน สีเดียวกัน ถ้าแสดงบรรทัดเดียวกันไม่หมดก็แยกเป็นหลายบรรทัดได้ และชื่ออาหารภาษาไทยจะต้องมีขนาดไม่เล็กกว่าชื่ออาหารภาษาต่างประเทศ

1.2 เลขทะเบียนตำรับอาหาร แสดงตามแบบที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากำหนดดังนี้

ให้แสดงเลขทะเบียนอาหารด้วยตัวอักษรขนาดไม่เล็กกว่า 2 มิลลิเมตรในกรอบดังรูปโดยที่สีของกรอบตัดกับสีพื้นของฉลาก และสีภายในกรอบสีขาว ยกเว้นอาหารที่ผลิตเพื่อส่งออก, เครื่องดื่ม, น้านมถั่วเหลือง ที่แสดงฉลากโดยวิธีพิมพ์ พ่น ประทับ หรือโดยวิธีอื่นใดในทำนองเดียวกันที่ภาชนะบรรจุที่เป็นแก้วเท่านั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิตหรือผู้แบ่งบรรจุเพื่อจำหน่าย แล้วแต่กรณี โดยมีคำว่า "ผลิตโดย" หรือ "ผลิต-แบ่งบรรจุโดย" กำกับ สำหรับอาหารที่ผลิตภายในประเทศอาจแสดงสำนักงานแห่งใหญ่ของผู้ผลิต หรือผู้แบ่งบรรจุก็ได้ ในกรณีที่เป็นการนำเข้าให้แสดงประเทศผู้ผลิตด้วย

1.4 ปริมาณสุทธิของอาหารเป็นระบบเมตริก ถ้าเป็นอาหารผงหรืออาหารแห้งหรือก้อนให้แสดงน้ำหนักสุทธิ ถ้าอาหารเป็นของเหลวให้แสดงเป็นปริมาตรสุทธิ ในกรณีที่เป็นการนำเข้าขนนะบรรจุที่ปิดสนิทถ้าแยกเนื้ออาหารออกจากน้ำได้ให้แสดงน้ำหนักเนื้อด้วย

1.5 ส่วนประกอบที่สำคัญเป็นร้อยละของน้ำหนักโดยประมาณ โดยแสดงจากปริมาณมากไปหาน้อย กรณีที่เป็นอาหารที่ต้องเจือจางหรือทำละลายก่อนบริโภค ให้แสดงส่วนประกอบที่สำคัญของอาหารที่เจือจางหรือทำละลายตามวิธีปรุงเมื่อรับประทานตามที่แจ้งไว้ในฉลาก

1.6 แสดงวันเดือนปีที่ผลิต หรือหมดอายุการใช้ หรือควรบริโภคก่อน โดยมีคำว่า "ผลิต" หรือ "หมดอายุ" หรือ "ควรบริโภคก่อน" กำกับแล้วแต่กรณีดังนี้

ก. อาหารที่เก็บได้ไม่เกิน 90 วัน ให้แสดงวันเดือนปีที่ผลิต หรือหมดอายุ หรือควรบริโภคก่อน

ข. อาหารที่เก็บได้เกิน 90 วัน ให้แสดงวันเดือนปีที่ผลิต หรือวันเดือนปีที่หมดอายุ หรือวันเดือนปีควรบริโภคก่อน

ค. อาหารที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาประกาศให้แสดงวันเดือนปีที่หมดอายุ เช่น นมเปรี้ยว นมพาสเจอร์ไรส์ ชนมปัง ผลิตภัณฑ์นมพาสเจอร์ไรส์ นมดัดแปลงสำหรับทารก อาหารเสริมสำหรับเด็ก อาหารทารก นมผงธรรมชาติที่มีวัตถุประสงคืใช้เลี้ยงทารก

1.7 คำแนะนำในการเก็บรักษา (ถ้ามี)

1.8 วิธีปรุงเพื่อรับประทาน (ถ้ามี)

1.9 ข้อความว่า "ใช้วัตถุกันเสีย" ถ้ามีการใช้

1.10 ข้อความว่า "เชื้อสีธรรมชาติ" หรือ "เชื้อสีสังเคราะห์" แล้วแต่กรณีที่มีการใช้

1.11 ข้อความว่า "แต่งกลิ่นธรรมชาติ" "แต่งกลิ่นเลียนธรรมชาติ" "แต่งกลิ่นสังเคราะห์" แล้วแต่กรณี ถ้ามีใช้

1.12 ข้อความว่า "ใช้วัตถุปรุงแต่งรสอาหาร..." (ความที่เว้นไว้ให้ระบุชื่อของวัตถุที่ใช้ปรุงแต่งรสที่ใช้) ในกรณีที่เป็นการโมโนโซเดียมกลูตาเมตให้แสดงข้อความว่า "ใช้วัตถุปรุงแต่งรสอาหารผงชูรส"

1.13 วิธีการใช้และข้อความที่จำเป็นสำหรับอาหารที่มุ่งหมายใช้กับบุคคลกลุ่มใดก็ได้โดยเฉพาะการ แสดงฉลากจะแสดงชื่ออาหาร ปริมาตรสุทธิ วันเดือนปีที่ผลิต หรือหมดอายุ หรือความบริโภคก่อน ไว้ส่วนสำคัญของฉลาก (Principal Display Panel)

2. การแสดงฉลากที่มีได้จำหน่ายโดยจำหน่ายโดยตรงต่อผู้บริโภค แต่จำหน่ายให้กับผู้ปรุงหรือผู้จำหน่ายอาหารที่แสดงเหมือนฉลากที่จำหน่ายโดยตรงกับต่อผู้บริโภค เว้นแต่กรณีที่มีคู่มือหรือเอกสารประกอบที่แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับส่วนประกอบของอาหารคำแนะนำในการเก็บรักษา การใช้วัตถุกันเสีย เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การใช้วัตถุดิบปรุงแต่งรสอาหาร อยู่แล้ว จะแสดงฉลากเพียงชื่ออาหาร ชื่อและที่ตั้งผู้ผลิตหรือผู้บรรจุปริมาณสุทธิ เลขทะเบียนตำรับอาหารหรือเลขอนุญาตให้ใช้เลขอาหาร และวันเดือนปีผลิตหรือหมดอายุควรบริโภคก่อนก็ได้

3. การแสดงฉลากอาหารที่ไม่ได้จำหน่ายโดยตรงต่อผู้บริโภค แต่นำมาผลิตเพื่อ เป็นวัตถุดิบของโรงงาน ต้องมีข้อความภาษาไทย เว้นแต่อาหารที่นำเข้ามาอาจแสดงข้อความเป็นภาษาอังกฤษก็ได้ อย่างน้อยต้องมีข้อความดังต่อไปนี้

3.1 ชื่อและประเภทและชนิดของอาหาร

3.2 เลขทะเบียนตำรับอาหาร

3.3 ปริมาตรสุทธิเป็นระบบเมตริก

3.4 ชื่อผู้ผลิตและประเทศผู้ผลิต

4. การแสดงฉลากของอาหารที่ผลิตเพื่อส่งออก จะแสดงข้อความเป็นภาษาใดก็ได้ แต่อย่างน้อยต้องมีข้อความดังต่อไปนี้

4.1 ชื่ออาหารในทางการค้า

4.2 เลขทะเบียนตำรับอาหาร หรือเลขอนุญาตใช้ฉลากอาหาร แล้วแต่กรณี

4.3 ปริมาตรสุทธิ

4.4 ข้อความ "ผลิตในประเทศไทย"

การแสดงฉลากจะต้องเป็นไปตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 68 (พ.ศ. 2525) เรื่อง ฉลาก ลงวันที่ 29 เมษายน 2525 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 95 (พ.ศ. 2528) เรื่อง ฉลาก (ฉบับที่ 2) ลงวันที่ 30 กันยายน 2528 ทั้งนี้หากประกาศกระทรวงสาธารณสุขของอาหารควบคุมเฉพาะนั้นๆ มีการกำหนดรายละเอียดการแสดงฉลากเพิ่มเติมจากประกาศฉบับที่ 68 (พ.ศ. 2525) และ ฉบับที่ 95 (พ.ศ. 2528) ผู้ขออนุญาตจะต้องแสดงฉลากให้มีรายละเอียดที่กำหนดไว้ในประกาศของอาหารโดยเฉพาะ

การแสดงข้อความในฉลากตามข้อ 1 มีรายละเอียดเกี่ยวกับข้อความที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากำหนดยกเว้นให้ไม่ต้องแสดง และข้อความที่คณะกรรมการอาหารและยากำหนดให้แสดงไว้ที่ฉลากของอาหารในแต่ละชนิดมีดังนี้

1. สูตรส่วนผสมของอาหาร

1.1 อาหารที่ได้รับการยกเว้นให้แสดงอาหารในส่วนประกอบของอาหาร โดยไม่ต้องแจ้งปริมาณเป็นร้อยละของน้ำหนักฟรุตคอกเทล ฟรุตสลัด

1.2 อาหารที่ได้รับการยกเว้นให้ไม่ต้องแสดงส่วนประกอบของอาหาร

1.2.1 น้ำแข็ง

1.2.2 น้ำบริโภค

1.2.3 อาหารที่มีส่วนผสมเพียงอย่างเดียว โดยไม่รวมถึงวัตถุดิบอาหาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2.4 ไซดา

1.2.5 เครื่องดื่มน้ำนมถั่วเหลืองที่แสดงฉลากโดยพิมพ์ ฟัน ทับบนภาชนะที่เป็นแก้ว

1.3 อาหารที่มีเนื้อที่ของฉลากทั้งหมดน้อยกว่า 35 ตารางเซนติเมตร ให้แสดงส่วนประกอบของอาหารไว้ไว้ที่หีบห่อโดยไม่ต้องแสดงที่ฉลาก

1.4 อาหารที่ต้องแสดงส่วนประกอบเมื่อเจือจางหรือทำละลายตามวิธีปรุงเพื่อรับประทานตามที่แจ้งไว้บนฉลาก ได้แก่ เครื่องดื่มชนิดเข้มข้นหรือชนิดแห้ง

2. การแสดงวันเดือนปีที่ผลิต หรือหมดอายุ หรือควรบริโภคก่อน

2.1 อาหารที่ได้รับการยกเว้นไม่ต้องแสดงวันเดือนปีที่ผลิต หรือหมดอายุ หรือควรบริโภคก่อน

2.1.1 เครื่องดื่มน้ำนมถั่วเหลือง ที่แสดงฉลากโดยวิธีการพิมพ์ ฟันทับบนภาชนะบรรจุแก้ว

2.1.2 น้ำบริโภคในบรรจุที่ปิดสนิท

2.1.3 ไซดา

2.1.4 ไอศกรีม

2.1.5 น้ำแข็ง

3. ข้อความที่คณะกรรมการอาหารและยา กำหนดให้แสดงในอาหารบางชนิด ได้แก่

3.1 คำว่า "อย่าใช้เลี้ยงทารก" ด้วยตัวหนังสือทึบสีแดง ขนาดความสูงไม่น้อยกว่า 5 มม. ในกรอบพื้นขาว ให้แสดงฉลากในประเภท นมข้นหวาน นมขาดมันเนย นมข้นคีนรูป นมผงพร้อมมันเนย

3.2 ข้อความดังต่อไปนี้ ให้แสดงในสิ่งสำคัญที่ควรทราบของอาหารประเภทอาหารทารก นมดัดแปลงทารก หรือผลิตภัณฑ์ที่มีสารอาหารครบถ้วน และมีปริมาณเพียงพอต่อการเจริญเติบโตของทารก ตั้งแต่แรกเกิดจน 4 เดือน หรือ 6 เดือน

3.2.1 นมแม่เป็นสารอาหารที่ดีที่สุดสำหรับทารก เพราะมีคุณค่าทางโภชนาการครบถ้วน

3.2.2 ควรใช้คำแนะนำของแพทย์

3.2.3 วิธีใช้หรือตารางแนะนำการเลี้ยงประจำวัน

3.2.4 เตรียมหรือใช้ส่วนผสมที่ไม่ถูกต้องจะเป็นอันตรายต่อทารก

3.3 ข้อความว่า "อย่าใช้เลี้ยงทารกแทนนมแม่" ด้วยเส้นทึบสีแดง ขนาดความสูงไม่เกิน 5 มิลลิเมตร ในกรอบสี่เหลี่ยมพื้นขาว สีของกรอบตัดกับสีพื้นฉลาก ให้แสดงในฉลากอาหารเสริมสำหรับเด็ก แบ่งข้าวกล้อง

3.4 เครื่องดื่มที่ผสมคาเฟอีน ต้องระบุข้อความที่ฉลากว่า "ห้ามดื่มเกินวันละ 2 ขวด เพราะหัวใจจะสั่นนอนไม่หลับ เด็กและสตรีมีครรภ์ไม่ควรดื่ม ผู้ป่วยรักษาแพทย์ก่อน" ด้วยตัวอักษรเส้นทึบ สีแดง ขนาดความสูงไม่เกิน 2 มิลลิเมตร ในกรอบสี่เหลี่ยมพื้นขาว สีของกรอบตัดกับสีพื้นฉลาก

ฉลากอาหาร

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

“อาหาร” หมายถึง ของกินหรือเครื่องค้ำจุนชีวิต ได้แก่

1. วัตถุทุกชนิดที่คนอื่นกิน ดื่ม อม หรือนำเข้าสู่ร่างกายไม่ว่าด้วยวิธีใดๆหรือในรูปลักษณะใดๆแต่ไม่รวมถึงยา วัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตประสาทหรือยาเสพติดให้โทษตามกฎหมายว่าด้วยกาหรนั้นแล้วแต่กรณี

2. วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้หรือใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตอาหารหรือสิ่งเจือปนสี และเครื่องแต่งกลิ่น

“ฉลาก” หมายถึง รูป รอยประดิษฐ์ เครื่องหมาย หรือข้อความใดๆที่แสดงไว้ที่อาหาร ภาชนะบรรจุอาหาร หรือหีบห่อของภาชนะที่บรรจุอาหาร

“ผลิต” หมายถึง ทำผสม ปปรุงแต่งและหมายความรวมถึงแบ่งบรรจุด้วย

“นำเข้า” หมายถึง นำหรือส่งเข้ามาในราชอาณาจักร

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

ความสำคัญของฉลากอาหาร

- เป็นสื่อระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค
- เป็นสื่อแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และให้ความรู้ทางด้านโภชนาการ (กรณีที่มีการแสดงฉลากโภชนาการ)
- เป็นเครื่องมือในการเลือกซื้อของผู้บริโภค
- เป็นสื่ออ้างอิงในการดำเนินการตามกฎหมายกับผู้ฝ่าฝืน
- เป็นปัจจัยหรือสิ่งดึงดูดใจผู้ซื้อ (ในด้านการตลาด)
- ข้อมูลในฉลากช่วยในการตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์มาบริโภค เช่นสูตร

ส่วนประกอบปริมาณสุทธิ วันที่ผลิต หมดอายุ คุณค่าทางโภชนาการ ราคา

ในการจัดทำฉลากอาหาร จะต้องศึกษาข้อมูลจากประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 68 (พ.ศ. 2525) เรื่องฉลากและฉบับที่ 95 (พ.ศ.2528) เรื่องฉลาก (ฉบับที่ 2) ประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยอาหารแต่ละชนิดที่มีการกำหนดการแสดงฉลากอาหารประกาศสำนักงาน คณะกรรมการอาหารและยา และหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในคู่มือ ซึ่งพอสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. กลุ่มของอาหารที่ต้องมีฉลาก
 - 1.1 อาหารควบคุมเฉพาะ
 - 1.2 อาหารที่กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน
 - 1.3 อาหารที่นำเข้าเพื่อจำหน่าย
 - 1.4 อาหารอื่นที่นอกเหนือจาก 1.1-1.3 ซึ่ง รมต. ประกาศกำหนดให้เป็นอาหารที่ต้องมีฉลาก (ดูรายละเอียดในภาคผนวก)
2. ประเภทของฉลากอาหาร
 - 2.1 ฉลากอาหารที่จำหน่ายโดยตรงต่อผู้บริโภค
 - 2.2 ฉลากอาหารที่จำหน่ายให้ผู้ปรุงหรือผู้จำหน่ายอาหาร
 - 2.3 ฉลากอาหารที่จำหน่ายเป็นวัตถุดิบให้โรงงานผลิตอาหาร
 - 2.4 ฉลากอาหารที่ผลิตเพื่อส่งออก
3. ข้อกำหนดทั่วไปเกี่ยวกับฉลากอาหาร
 - 3.1 ฉลากอาหารตามที่จัดกลุ่มไว้ในข้อ 1 ต้องส่งมอบให้สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ตรวจสอบคุณภาพให้ใช้ก่อนนำไปใช้
 - 3.2 ฉลากอาหารที่ได้รับอนุญาตให้ใช้แล้ว ต้องแสดงเครื่องหมายการได้รับอนุญาตตามแบบที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากำหนดไว้ที่ฉลาก
 - 3.3 ฉลากอาหารต้องปิด ติด หรือแสดงไว้ในที่เปิดเผยที่ภาชนะบรรจุ และ/หรือหีบห่อของภาชนะบรรจุอาหาร และมองเห็นได้ชัดเจน
 - 3.4 ฉลากอาหารต้องไม่มีข้อความ รูป รูปภาพ รอยประดิษฐ์ หรือเครื่องหมายที่แนะนำผลิตภัณฑ์ชนิดอื่น ไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อม ซึ่งอาจทำให้เข้าใจผิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เหล่านั้นกับอาหาร
 - 3.5 ฉลากอาหารที่มีข้อความ รูป รูปภาพ รอยประดิษฐ์ หรือเครื่องหมายไม่ว่าจะเป็นภาษาใดที่ปรากฏในฉลากต้อง
 - 3.5.1 ไม่เป็นเท็จหรือหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควรหรือทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญ
 - 3.5.2 ไม่แสดงถึงชื่ออาหาร ส่วนประกอบของอาหารอัตราส่วนของอาหารปริมาณของอาหารหรือแสดงถึงคุณสมบัติของอาหารอันเป็นเท็จหรือเป็นการหลอกลวงให้เกิดการหลงเชื่อ
 - 3.5.3 ไม่ทำให้เข้าใจว่ามีวัตถุประสงค์ตามข้อความ ชื่อ รูป รูปภาพ รอยประดิษฐ์ หรือเครื่องหมายดังกล่าวผสมอยู่ในอาหาร โดยไม่มีวัตถุนั้นผสมอยู่ หรือมีผสมอยู่ในปริมาณที่ไม่อาจแสดงสรรพคุณได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.6 ข้อความในฉลากจะต้องมีลักษณะเห็นชัดเจนและอ่านง่าย

3.7 การแสดงสีของพื้นฉลากและสีของข้อความในฉลากต้องเป็นสีที่ตัดกัน ซึ่งทำให้ข้อความที่ระบุอ่านได้ชัดเจน ขนาดของตัวอักษรหรือบริเวณพื้นที่ในฉลากที่ระบุบนฉลากนั้นต้องมีขนาดตัวอักษรสัมพันธ์กับขนาดพื้นที่ฉลาก เว้นแต่ข้อความดังต่อไปนี้ ต้องมีขนาดตัวอักษร ตำแหน่ง และแบบตามที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กำหนด

3.7.1 เลขทะเบียนตำรับอาหาร

3.7.2 ข้อความที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กำหนดให้ต้องมีสำหรับอาหารที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ประกาศกำหนด

3.7.3 เครื่องหมายการได้รับอนุญาตการใช้ฉลาก

4. ข้อกำหนดเกี่ยวกับชื่ออาหาร

4.1 ชื่ออาหาร ให้ใช้ชื่ออย่างใดอย่างหนึ่งดังนี้

4.1.1 ชื่อเฉพาะของอาหาร ชื่อสำคัญ หรือชื่อที่ใช้เรียกอาหารตามปกติ

4.1.2 ชื่อที่แสดงประเภทหรือชนิดของอาหาร

4.1.3 ชื่อทางการค้า และข้อความที่แสดงประเภทหรือชนิดของอาหารกำกับชื่ออาหารด้วยอักษรขนาดเห็นได้ชัดเจน เช่น "ไอเอไอ" เป็นชื่อทางการค้าจะต้องกำกับด้วยประเภทหรือชนิดของอาหารด้วย "ขนมปังกรอบ" (หากผลิตภัณฑ์นั้นเป็นขนมปังกรอบ) "เพียงแพ" เป็นชื่อทางการค้าของขนมสลายใหม่ต้องกำกับด้วยว่า "ขนมสลายใหม่" เป็นต้น

4.2 ให้แสดงชื่อภาษาไทยไว้ส่วนที่สำคัญของฉลาก

4.3 ชื่ออาหารต้องไม่ทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญ ไม่เป็นเท็จ ไม่เป็นการหลอกลวงให้เกิดการหลงเชื่อ ทำให้เข้าใจผิดหรือขัดกับวัฒนธรรมอันดีงามของไทย หรือล่อไปในทางทำลายคุณค่าของภาษา

4.4 การแสดงชื่ออาหารภาษาไทย ต้องใช้ข้อความที่ต่อเนื่องกันในแนวนอน อาจจะเป็นหลายบรรทัดก็ได้ ขนาดของตัวอักษรใกล้เคียงกันหรือเท่ากันขนาดไม่เล็กกว่า 5 มิลลิเมตร (สำหรับฉลากที่มีเนื้อที่น้อยใช้อักษรขนาดไม่เล็กกว่า 3 มิลลิเมตรได้) และไม่เล็กกว่าชื่ออาหารต่างประเทศ

5. ข้อกำหนดเกี่ยวกับตราหรือเครื่องหมายการค้า

5.1 หากผู้ขออนุญาตประสงค์จะแสดงตราหรือเครื่องหมายการค้าไว้ในฉลากให้แสดงคำว่า "ตรา" หรือ "เครื่องหมายการค้า" กำหนดไว้ที่ชื่อตราหรือเครื่องหมายการค้าภาษาไทย หากมีภาษาอื่นก็ให้สอดคล้องกับภาษาไทย

5.2 ชื่อเครื่องหมายการค้าหรือตราต้อง

5.2.1 ไม่หลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควร หรือทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญ

5.2.2 ไม่ทำให้เข้าใจว่ามีวัตถุเครื่องหมายการค้าหรือตราผสมอยู่ในอาหารโดยโดยไม่มีวัตถุ นั้นผสมอยู่ หรือมีผสมอยู่ในปริมาณที่ไม่อาจแสดงสรรพคุณได้

5.2.3 ฉลากอาหารต้องไม่มีเครื่องหมายการค้าหรือแนะนำผลิตภัณฑ์อื่นไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อม ซึ่งอาจทำให้เข้าใจผิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เหล่านั้นกับอาหาร

6. การแสดงรายละเอียดของฉลากอาหาร

6.1 ฉลากอาหารที่จำหน่ายโดยตรงต่อผู้บริโภค ต้องมีข้อความภาษาไทยอย่างน้อยดังนี้ แต่จะมีภาษาต่างประเทศด้วยก็ได้

6.1.1 ชื่ออาหาร

6.1.2 เลขทะเบียนตำรับอาหารหรือเลขอนุญาตให้ใช้ฉลากอาหาร หรือเลขรับแจ้งรายละเอียดของอาหารอย่างใดอย่างหนึ่งแล้วแต่กรณี

6.1.3 ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิตหรือแบ่งบรรจุเพื่อจำหน่าย ในกรณีนำเข้าให้แสดงประเทศผู้ผลิตด้วย กรณีเป็นผู้ผลิต หรือแบ่งบรรจุในประเทศไทย ให้แสดงสำนักงานใหญ่ไว้ด้วยก็ได้

6.1.4 ปริมาณสุทธิของอาหารเป็นระบบเมตริก

6.1.4.1 แสดงเป็น"น้ำหนักสุทธิ" ในกรณีที่เป็นของแข็ง ผง แห้ง ก้อน หรือ ครึ่งแข็งครึ่งเหลว

6.1.4.2 แสดงเป็น"ปริมาตรสุทธิ" ในกรณีที่เป็นของเหลวหรือครึ่งแข็งครึ่งเหลว

6.1.4.3 ในกรณีที่เป็นอาหารในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิทและสามารถแยกเนื้ออาหารออกจากน้ำได้ ต้องแสดงน้ำหนักเนื้อ (Drained weight) ด้วย

6.1.5 ส่วนประกอบที่สำคัญโดยประมาณ แสดงเป็นร้อยละของน้ำหนัก โดยเรียงจากปริมาณมากไปหาน้อย กรณีต้องเจือจางหรือทำละลายก่อนบริโภค ให้แสดงส่วนประกอบเมื่อเจือจางหรือทำละลายตามวิธีปรุงเพื่อรับประทานตามที่แจ้งไว้ในฉลาก

6.1.6 การแสดง(วัน) เดือนปีที่ผลิต วันเดือนปีที่หมดอายุการใช้ หรือควรบริโภคก่อน โดยมีข้อความว่า "ผลิต" "หมดอายุ" หรือ "ควรบริโภคก่อน" กำกับไว้ในกรณีต่อไปนี้

6.1.6.1 อาหารที่เก็บได้ไม่เกิน 90 วัน ให้แสดงวันเดือนปีที่ผลิต หรือ วันหมดอายุหรือควรบริโภคก่อน

6.1.6.2 อาหารที่เก็บได้เกิน 90 วัน ให้แสดงเดือนปีที่ผลิต หรือ วันหมดอายุหรือควรบริโภคก่อน

6.1.6.3 อาหารที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาประกาศให้แสดงวันเดือนปีที่หมดอายุการใช้ เช่น อาหารทารก นมพาสเจอร์ไรส์ นมเปรี้ยว ขนมอบัง เป็นต้น

6.1.7 คำแนะนำในการเก็บรักษา (ถ้ามี)

6.1.8 วิธีปรุงเพื่อรับประทาน (ถ้ามี)

6.1.9 ข้อความ "ใช้วัตถุดิบเสีย" (ถ้ามีการใช้)

6.1.10 ข้อความ "เชื้อสัณฐานชาติ" หรือ "เชื้อสัณฐานเคราะห์" (ถ้ามีการใช้แล้วแต่กรณี)

6.1.11 ข้อความ "ใช้วัตถุดิบปรุงแต่งอาหาร (ผงชูรส)... %(หรือ...กรัม) ในกรณีที่ใช้ผงชูรสโมโนโซเดียมกลูตาเมต แต่ถ้าใช้วัตถุดิบปรุงแต่งรสอาหารอื่นให้ระบุ "ใช้วัตถุดิบปรุงแต่งอาหาร..." (ความถี่เว้นไว้ให้ระบุชื่อวัตถุดิบปรุงแต่งรสอาหารที่ใช้ในสูตร)

6.1.12 ข้อความ "แต่งกลิ่นธรรมชาติ" หรือ "แต่งกลิ่นเลียนธรรมชาติ หรือ "แต่งกลิ่นสังเคราะห์ " หรือ "แต่งรสธรรมชาติ" หรือ "แต่งรสเลียนธรรมชาติ" (ถ้ามีการใช้แล้วแต่กรณี)

6.1.13 วิธีการใช้และข้อความที่จำเป็นต่ออาหารที่มุ่งหมายจะใช้กับทารกหรือเด็กอ่อนหรือบุคคลกลุ่มใดไว้โดยเฉพาะ

6.1.14 ข้อความที่สำนักกรรมการอาหารและยา กำหนดให้แสดง เช่น กำหนดให้แสดงว่า "อย่าใช้เลี้ยงทารก" สำหรับนมผงขาดมันเนย คำว่า "ห้ามรับประทาน" สำหรับน้ำมันดิบ คำว่า "อย่าใช้เลี้ยงทารกอายุต่ำกว่า 1 ปี" สำหรับนมข้นหวาน เป็นต้น

การแสดงชื่ออาหาร ปริมาตรสุทธิ ให้แสดงไว้ส่วนที่สำคัญของฉลาก (Principal Display Panel)

วันเดือนปีที่ผลิต หรือ หหมดอายุ หรือ ควรรบริโภคก่อน จะแสดงไว้ในส่วนสำคัญของฉลากหรือด้านบนหรือด้านล่างของภาชนะบรรจุก็ได้ แต่ถ้าแสดงไว้ที่ด้านล่างของภาชนะที่บรรจุต้องมีข้อความที่ฉลากว่า "จะดูวันเดือนปีที่ผลิต หรือหมดอายุ หรือควรรบริโภคก่อนได้ที่ใด"

6.2 ฉลากอาหารที่จำหน่ายให้แก่ผู้ปรุงหรือจำหน่ายอาหาร

ให้แสดงรายละเอียดในฉลากเหมือนข้อ 6.1 เว้นแต่ในคู่มือหรือเอกสารประกอบที่แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับส่วนประกอบ ค่ะแนะนำในการเก็บรักษา วิธีปรุงเพื่อรับประทาน "ใช้วัตถุดิบปรุงแต่งรสอาหาร..." (ถ้ามีการใช้) "เจือสี..." (ถ้ามีการใช้) "แต่งกลิ่น..." (ถ้ามีการใช้) วิธีการใช้และข้อความที่กำหนดให้แสดงอยู่แล้วก็ให้แสดงที่ฉลากเพียงชื่ออาหาร เลขทะเบียนตำรับอาหารหรือเลขอนุญาตใช้ฉลากอาหาร ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิต ปริมาตรสุทธิ วันเดือนปีที่ผลิต หรือหมดอายุ หรือควรรบริโภคก่อน

6.3 ฉลากอาหารที่จำหน่ายเป็นวัตถุดิบให้แก่โรงงานผลิตอาหาร

ต้องแสดงข้อความภาษาไทย เว้นแต่อาหารนำเข้าอาจแสดงภาษาอังกฤษก็ได้อย่างน้อยดังนี้

6.3.1 ชื่อและประเภทหรือชนิดของอาหาร

6.3.2 เลขทะเบียนตำรับอาหาร หรือเลขอนุญาตให้ใช้ฉลากอาหารแล้วแต่กรณี

6.3.3 ปริมาตรสุทธิของอาหารเป็นระบบเมตริก

6.3.4 ชื่อและประเทศผู้ผลิต

6.4 ฉลากอาหารที่ผลิตเพื่อส่งออก จะแสดงเป็นภาษาใดก็ได้ อย่างน้อยดังนี้

6.4.1 ชื่ออาหารในทางการค้า

6.4.2 เลขทะเบียนตำรับอาหาร หรือเลขอนุญาตให้ใช้ฉลากอาหารหรือเลขรับจด แจ่ง

6.4.3 ปริมาตรสุทธิ

6.4.4 ข้อความ "ผลิตในประเทศไทย"

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้ 130



บทที่ 3 การพัฒนาการออกแบบ

- การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ
- การพัฒนาแนวความคิดและการออกแบบ
- การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์
- การออกแบบกราฟฟิก

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ

จากการรวบรวมข้อมูลในบทที่ผ่านมา สามารถนำมาสรุปวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบได้ดังต่อไปนี้

Brand Concept

ห้างหุ้นส่วนจำกัด กิมจิวพาณิชย์ เป็นบริษัทผู้ผลิตกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมที่มีคุณภาพ โดยเฉพาะการใช้วัตถุดิบประเภทเนยนมคุณภาพดีและเป็นที่ยอมรับและไว้วางใจของลูกค้าเป็นอย่างดี ดังนั้นภาพลักษณ์ของตราสินค้าใหม่ที่ต้องการสื่อถึงบริโคนั้นจะเน้นทางด้านความเป็นเลิศด้านผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนม ที่เปี่ยมไปด้วยคุณค่าและคุณภาพที่มีระดับ

Product Concept

เนื่องจากห้างหุ้นส่วนจำกัด กิมจิวพาณิชย์นั้นมีความต้องการที่จะออกตราสินค้าใหม่ที่ตอบสนองกลุ่มเป้าหมายใหม่ คือ กลุ่มแม่บ้านสมัยใหม่ที่มีรสนิยมในการทำขนม ดังนั้นจึงมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น โดยจะเน้นถึงความง่ายและความสะดวกรวดเร็วในการใช้งานเป็นหลัก ดังนี้

1. หมวดวัตถุดิบหลัก

มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ง่ายต่อการใช้งาน สามารถใช้งานได้ทันที และมีความหลากหลายครอบคลุม เช่น แป้งสำหรับทำเค้ก ขนมปัง พาย

2. หมวดสารเสริมคุณภาพ

มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ง่ายต่อการใช้งาน และมีความหลากหลายและครอบคลุมการใช้งานมากขึ้น เช่น ครีมออฟทาร์ทาร์ ผงฟู

3. หมวดการปรุงแต่งและการตกแต่ง

มีการออกแบบพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ที่น่าสนใจมากขึ้น เช่น มีการรวมรส มีการเพิ่มชนิดของสินค้า เพื่อเพิ่มความหลากหลายและเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้ามากขึ้นในการสร้างสรรค์รูปแบบการตกแต่งต่างๆ

4. หมวดสินค้าสำเร็จรูป

มีการพัฒนารูปแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ง่ายและรวดเร็วในการใช้งานมากขึ้น เช่น มีการพัฒนาสินค้าให้ง่ายต่อการใช้งานเพียงแค่มีกการเติมน้ำเท่านั้น

Unique Selling Point

จากผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนารูปแบบใหม่ข้างต้น จึงทำให้เกิดเป็นจุดขายของตราสินค้า คือ ผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมที่สะดวกรวดเร็ว สามารถทำขนมง่ายกว่าที่คิด นอกจากนี้ยังมีจุดเด่นในด้านของความเป็นเลิศด้านคุณภาพและความอร่อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

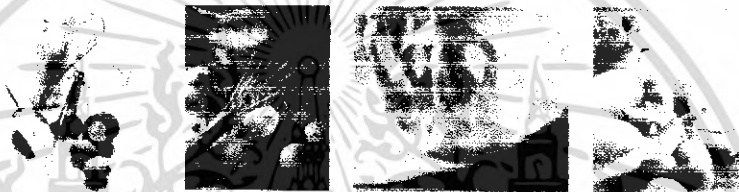
การสรุปผลวิเคราะห์เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบแนวความคิดเบื้องต้นได้ดังนี้
ใคร “WHO”

ห้างหุ้นส่วนจำกัด กิมจิวพาณิชย์ ผู้ผลิตสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนม
ภายใต้ชื่อตราสินค้าใหม่



ขายอะไร “WHAT”

กลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมรูปแบบใหม่ ที่ให้การทำขนมของคุณง่ายกว่าที่คิด



เพื่อใคร “WHO”

กลุ่มแม่บ้านทันสมัยที่นิยมทำขนมเป็นงานอดิเรก และกลุ่มแม่บ้านมือใหม่หัดทำขนม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 การพัฒนาแนวความคิดเพื่อการออกแบบ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ ซึ่งเกิดการสร้างจุดขายของผลิตภัณฑ์ในโครงการเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแนวความคิดในการออกแบบ ดังนี้

3.2.1 ขั้นตอนการออกแบบชื่อตราสินค้า

เนื่องจากห้างหุ้นส่วนจำกัด กิมจั้วพาณิชย์นั้นต้องการออกสินค้าใหม่ ภายใต้ชื่อตราสินค้าใหม่ ซึ่งมีการออกแบบโดยคำนึงถึงภาพลักษณ์ใหม่ของผลิตภัณฑ์และยังสื่อถึงภาพลักษณ์ของตราสินค้าเดิมของบริษัทผู้ผลิต โดยมีแนวทางในการออกแบบดังนี้

แนวทางในการตั้งชื่อสินค้า

แนวทางที่ 1 Brand

ออกแบบโดยสื่อถึงภาพลักษณ์ของตราสินค้าเดิม และบริษัทผู้ผลิต

Keyword : High Quality / Fine food

แนวทางที่ 2 Product

ออกแบบโดยสื่อถึงภาพลักษณ์ของสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนม

Keyword : Easy / Quick / Convenience / Baking

แนวทางที่ 2 Target

ออกแบบโดยสื่อถึงภาพลักษณ์ของกลุ่มเป้าหมายกลุ่มแม่บ้านทันสมัย

Keyword : Female / Modern life / Charming

แนวทางที่ 1 Brand	แนวทางที่ 2 Product	แนวทางที่ 3 Target
1. Emperor	1. Easy Mix	1. Lady
2. Queeny	2. Mildsweet	2. Miss Easy
3. Baking Queen	3. Mix up	
4. Crown	4. Baking mate	
	5. Bake up	

ตารางที่ 3.2-1 ตารางแสดงแนวทางในการตั้งชื่อสินค้าในโครงการ

จากการตั้งชื่อจากแนวทางการตั้งชื่อตราสินค้าข้างต้น ได้นำมาทำการวิเคราะห์เพื่อสรุปชื่อตราสินค้าใหม่โดยมีเงื่อนไขในการพิจารณาดังนี้

1. ง่ายต่อการจดจำชื่อตราสินค้า
2. ชื่อตราสินค้าน่าสนใจ
3. มีความแปลกใหม่แตกต่างจากคู่แข่ง
4. สามารถสื่อความหมายได้ดี

ชื่อตราสินค้า	เงื่อนไขในการพิจารณา				
	ง่ายต่อการจดจำ	ชื่อตราสินค้าน่าสนใจ	แปลกใหม่แตกต่างจากคู่แข่ง	สามารถสื่อความหมายได้ดี	รวมคะแนน
1. Emperor	3	2	1	2	8
2. Queeny	3	2	3	2	10
3. Baking Queen	2	3	3	3	11
4. Crown	4	1	1	1	7
5. Easy Mix	3	2	1	2	8
6. Mildsweet	2	3	2	1	8
7. Mix up	3	3	2	2	10
8. Baking mate	2	1	1	3	7
9. Bake up	3	3	3	1	10
10. Leady	2	2	4	1	9
11. Miss Easy	3	2	1	2	8

หมายเหตุ 4 = ดีมาก 3 = ดี 2 = ปานกลาง 1 = พอใช้

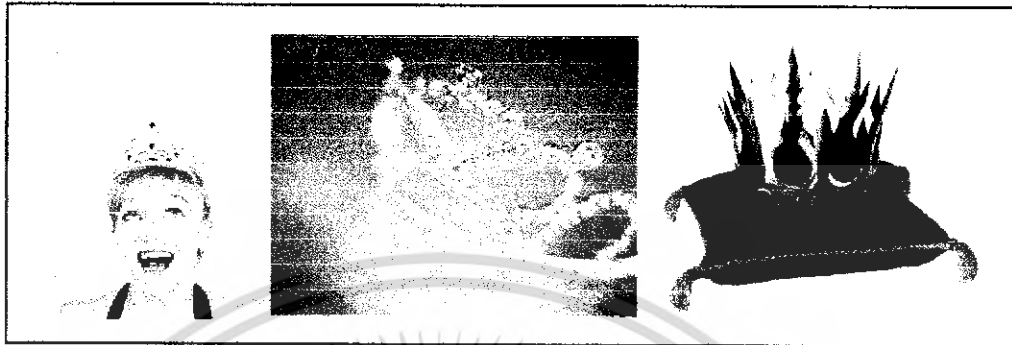
ตารางที่ 3.2-2 ตารางแสดงเงื่อนไขในการพิจารณาชื่อตราสินค้า

จากเงื่อนไขในการพิจารณาข้างต้นสามารถสรุปชื่อตราสินค้าใหม่ คือ เบคกิ้งควีน (Baking Queen)

3.2.2 การออกแบบโลโก้ของตราสินค้า

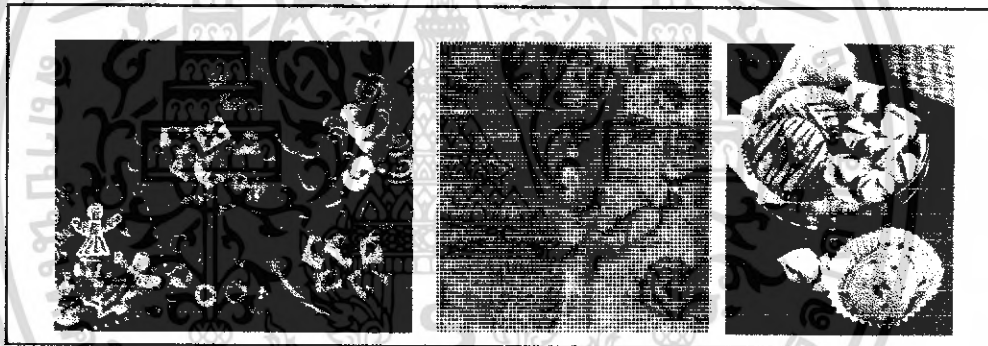
จากชื่อตราสินค้า เบคกิ้งควีน ซึ่งมีการพิจารณาเลือกชื่อด้วยเงื่อนไขข้างต้นนั้น นำมาทำการออกแบบโลโก้ โดยมีแนวทางในการออกแบบดังนี้

แนวทางที่ 1 มงกุฎ (Crown)



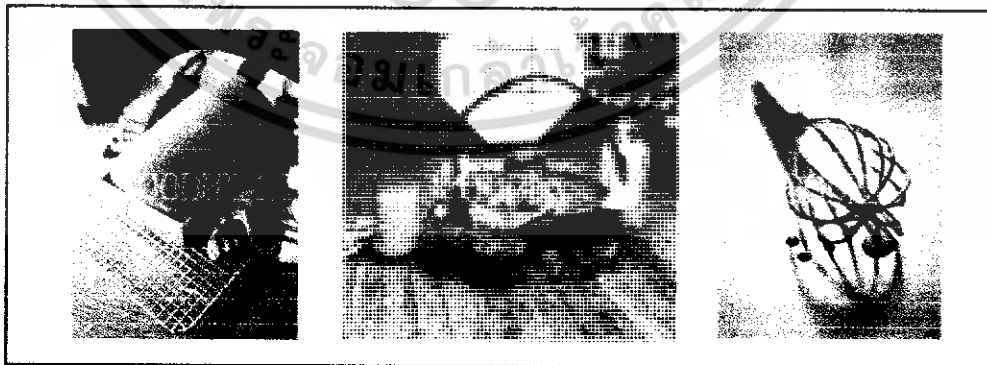
รูปที่ 3.2-1 ภาพแสดงแนวทางการออกแบบโลโก้ แนวทางที่ 1 มงกุฎ

แนวทางที่ 2 เบเกอรี่ (Bakery)



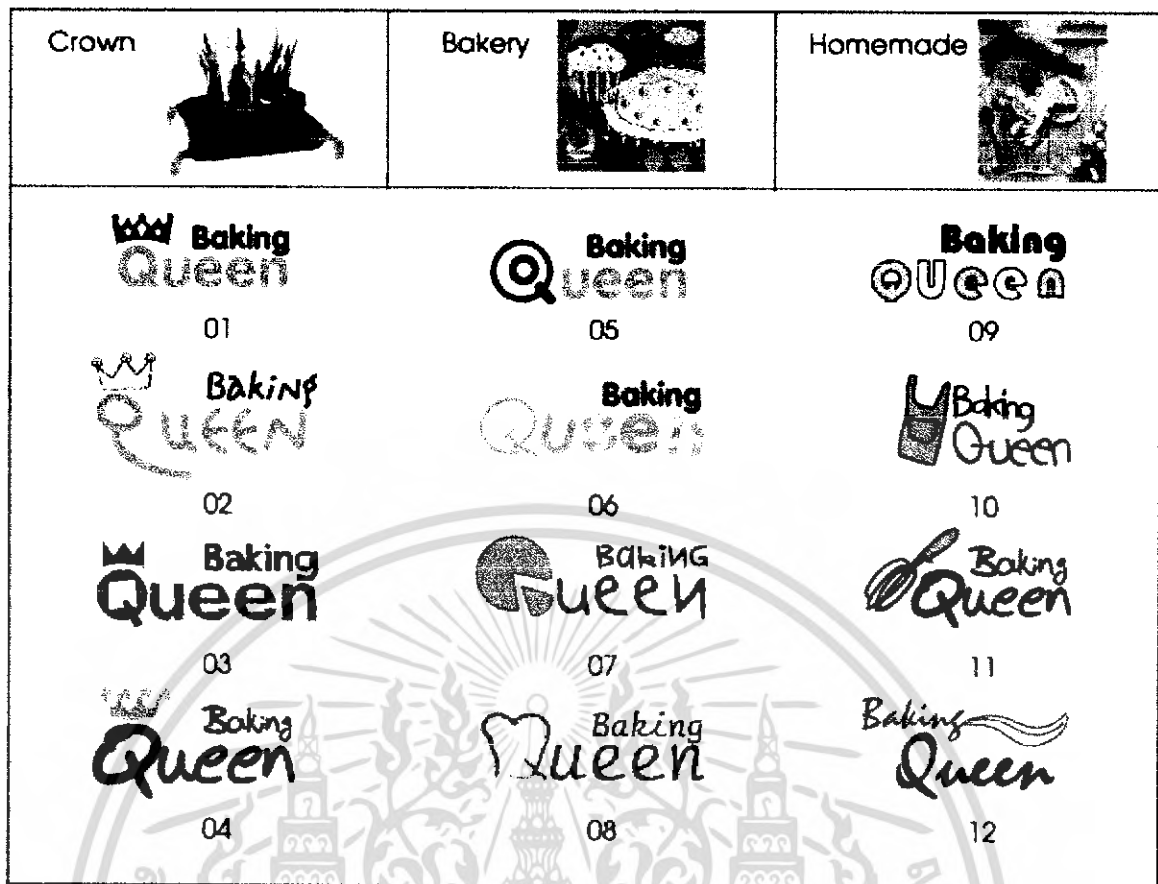
รูปที่ 3.2-2 ภาพแสดงแนวทางการออกแบบโลโก้ แนวทางที่ 2 เบเกอรี่

แนวทางที่ 3 พิถีพิถัน (Homemade)



รูปที่ 3.2-3 ภาพแสดงแนวทางการออกแบบโลโก้ แนวทางที่ 3 พิถีพิถัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 3.2-4 ภาพแสดงแบบร่างการออกแบบโลโก้

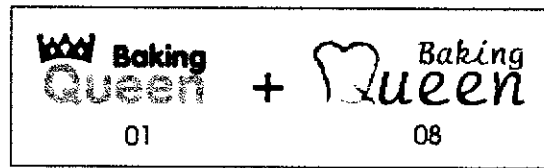
จากการออกแบบโลโก้ข้างต้น ได้นำมาพิจารณาเลือกแบบโลโก้ โดยมีเงื่อนไขในการพิจารณาดังนี้

เงื่อนไขในการพิจารณา	แบบ 01	แบบ 02	แบบ 03	แบบ 04	แบบ 05	แบบ 06	แบบ 07	แบบ 08	แบบ 09	แบบ 10	แบบ 11	แบบ 12
1.เหมาะสมกับบุคลิกภาพของตราสินค้า	4	3	2	3	2	3	2	4	1	2	4	2
2.สื่อความหมายชัดเจน	4	3	4	4	3	3	2	4	1	3	3	2
3.สวยงามและง่ายต่อการจดจำ	3	3	1	1	3	2	1	3	2	2	2	3
4.เหมาะแก่การนำไปจัดวางบนตราสินค้า	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3
รวมคะแนน	14	11	9	10	11	11	7	14	7	9	11	10

หมายเหตุ 4 = ดีมาก 3 = ดี 2 = ปานกลาง 1 = พอใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางการเลือกแบบโดยใช้เงื่อนไขในการพิจารณาข้างต้นนั้น ได้แบบที่ 01 และแบบที่ 08 ซึ่งเป็นแบบโลโก้ที่มีคะแนนเท่ากันจึงนำแบบทั้ง 2 มาทำการพัฒนาแบบร่วมกัน ซึ่งเกิดเป็นโลโก้ต่างๆดังนี้



นำแบบที่ทำการพัฒนาข้างต้นมาเลือกแบบโดยใช้เงื่อนไขในการพิจารณาดังนี้

เงื่อนไขในการพิจารณา	แบบ 01	แบบ 02	แบบ 03
1.เหมาะสมกับบุคลิกภาพของตราสินค้า	4	3	2
2.สื่อความหมายชัดเจน	4	3	4
3.สวยงามและง่ายต่อการจดจำ	3	3	1
4.เหมาะแก่การนำไปจัดวางบนตราสินค้า	3	2	2
รวมคะแนน	14	11	9

หมายเหตุ 4 = ดีมาก 3 = ดี 2 = ปานกลาง 1 = พอใช้

ตารางที่ 3.2-3 ตารางแสดงเงื่อนไขในการพิจารณาแบบตราสินค้า

จากตารางการเลือกแบบโดยใช้เงื่อนไขในการพิจารณาข้างต้นนั้น สามารถสรุปแบบที่ 1 เป็นโลโก้ของตราสินค้าเบคกิ้งควีน และทำการพัฒนาด้านรูปร่างสีได้แบบโลโก้สุดท้ายดังนี้



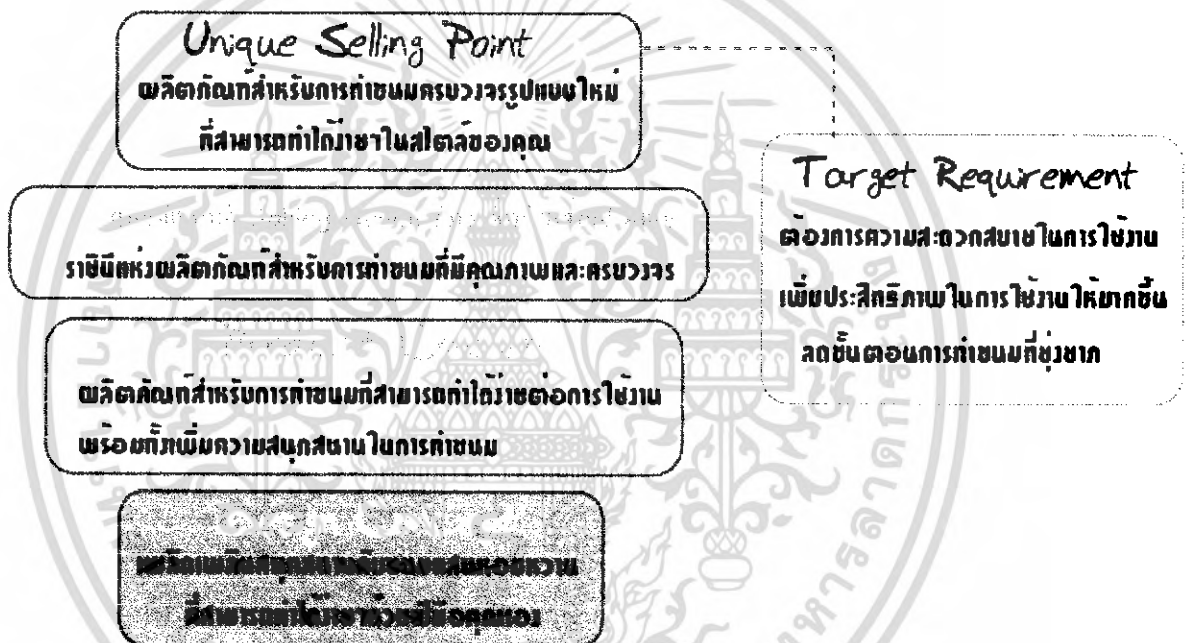
รูปที่ 3.2-5 รูปภาพแสดงแบบตราสินค้าขั้นสุดท้าย

3.2.3 ขั้นตอนการออกแบบในขั้นตอนแบบร่าง

หลังจากที่ได้ทำการออกแบบโลโก้ และมีการพิจารณาเลือกแบบโลโก้สุดท้ายแล้ว จึงทำการออกแบบในขั้นต่อไป โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

1. ออกแบบลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์
2. ออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์
3. ออกแบบกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์

โดยมีทิศทางและแนวทางในการออกแบบ รวมทั้งแนวความคิดในการออกแบบทั้ง 3 ส่วนดังนี้



รูปที่ 3.2-6 ภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบขั้นตอนแบบร่าง

เมื่อได้แนวทางในการออกแบบจากข้างต้นแล้วจึงนำมาทำการออกแบบ โดยเริ่มจากการออกแบบด้านลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเน้นการใช้งานที่ง่ายและสามารถทำเองได้ง่ายได้ๆภายในบ้านด้วยตัวเองซึ่งมีขั้นตอนและการออกแบบดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ออกแบบลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์
 การออกแบบลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์นั้นมีแนวความคิดในการออกแบบ โดยเน้นความง่าย
 ในการใช้งาน สามารถใช้งานได้คนเดียว และประหยัดเวลาในการใช้งาน

Function Design Concept

Easy by yourself
 สามารถทำได้ด้วยตัวคุณเอง

Baking Equipment in packaging

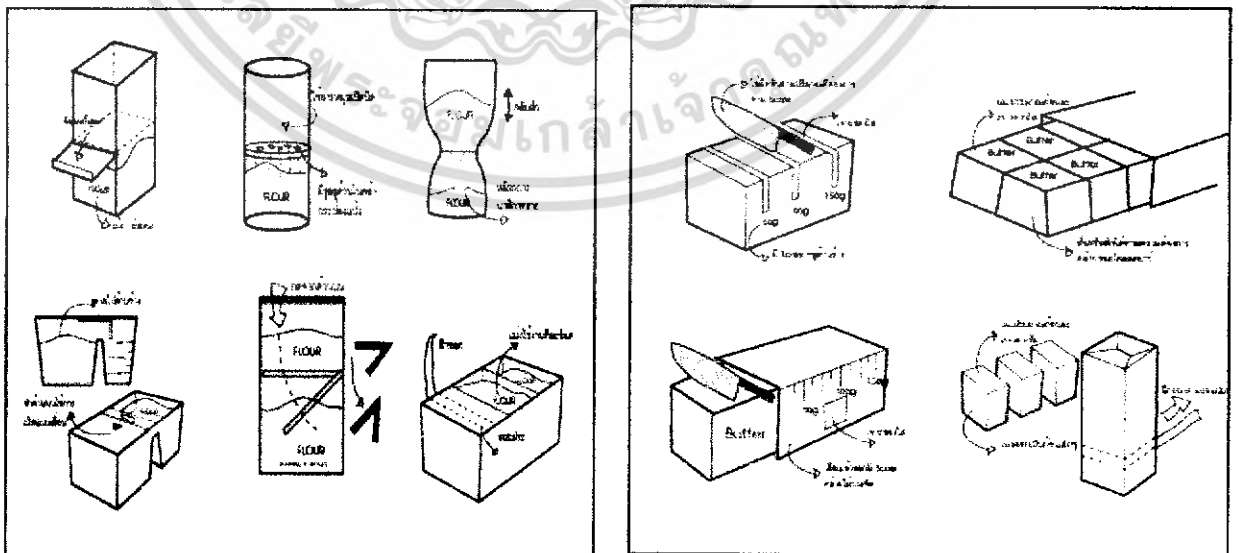
บรรจุภัณฑ์ที่สามารถเห็นที่เป็นอุปกรณ์ในการถ่ายแบบได้
 โดยศึกษาอุปกรณ์ที่ใช้ในการถ่ายแบบที่สอดคล้องเหมาะสมกับความต้องการของแต่ละผลิตภัณฑ์



รูปที่ 3.2-7 ภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบลักษณะการใช้งานขั้นตอนแบบร่าง

จากแนวความคิดในการออกแบบ (Design Concept) ข้างต้น สามารถนำมาเป็นแนวทางในการ
 ออกแบบซึ่งมีรายละเอียดในการออกแบบดังนี้

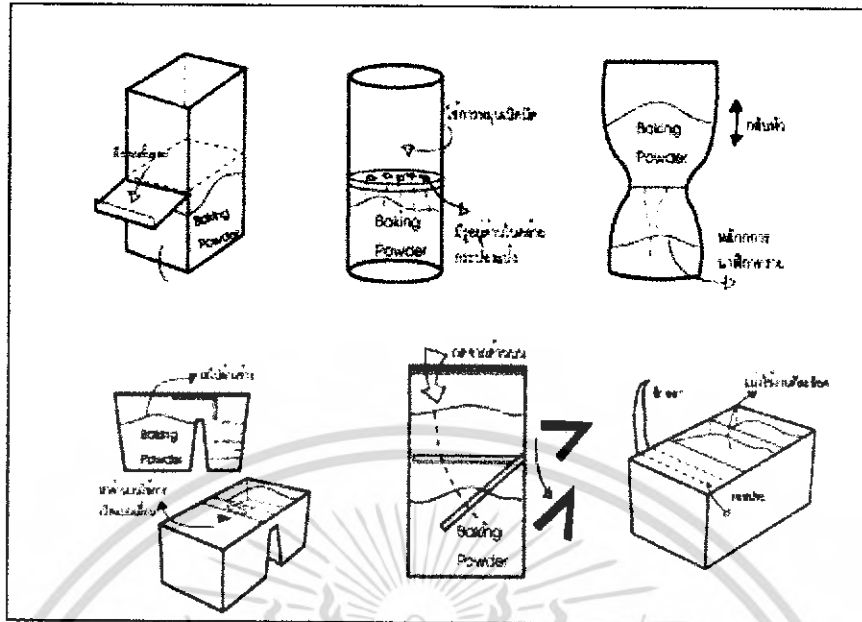
1. หมวดวัตถุดิบหลัก



รูปที่ 3.2-8 ภาพแสดงการออกแบบลักษณะการใช้งานหมวดวัตถุดิบหลัก

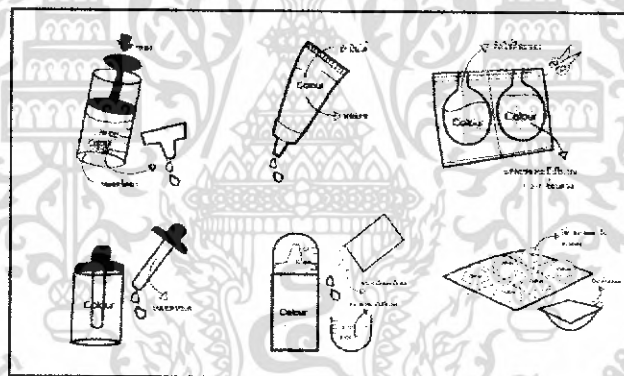
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.หมวดสารเสริมคุณภาพ

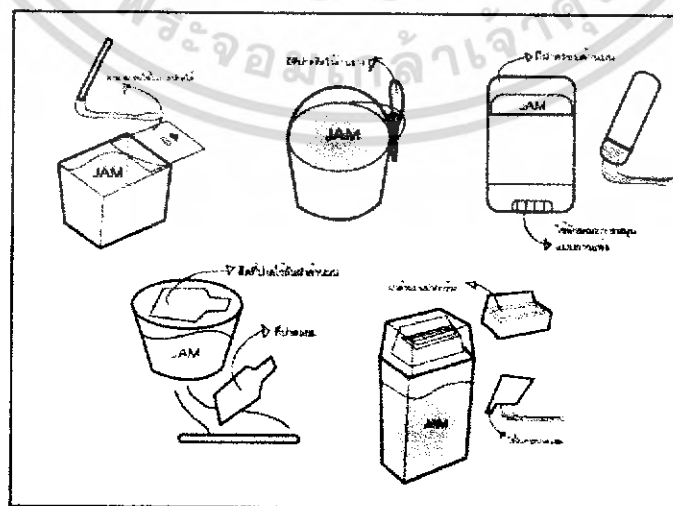


รูปที่ 3.2-9 ภาพแสดงการออกแบบลักษณะการใช้งานหมวดสารเสริมคุณภาพ

2. หมวดการตกแต่งและการปรุงแต่ง

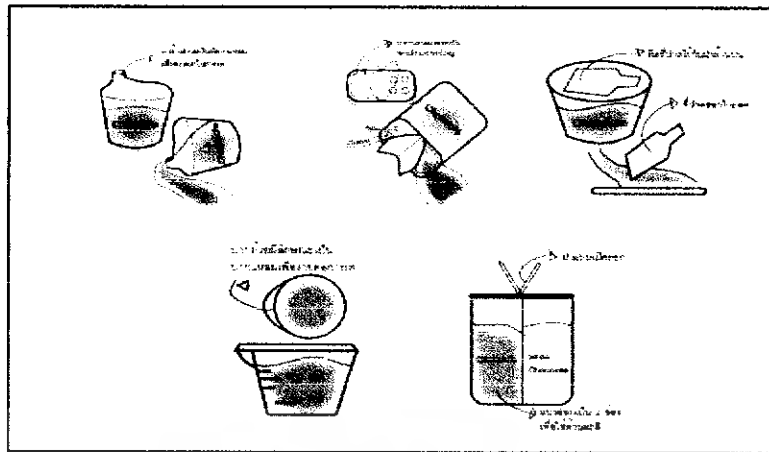


รูปที่ 3.2-10 ภาพแสดงการออกแบบลักษณะการใช้งานสีและวัตถุปรุงแต่งกลิ่น

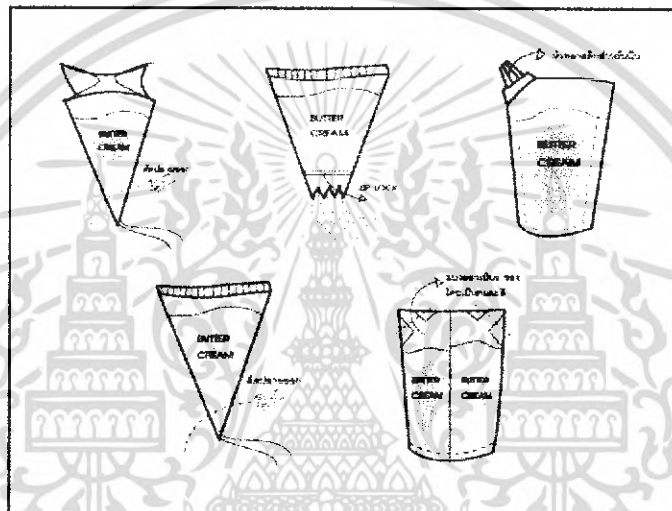


รูปที่ 3.2-11 ภาพแสดงการออกแบบลักษณะการใช้งานแยมผลไม้

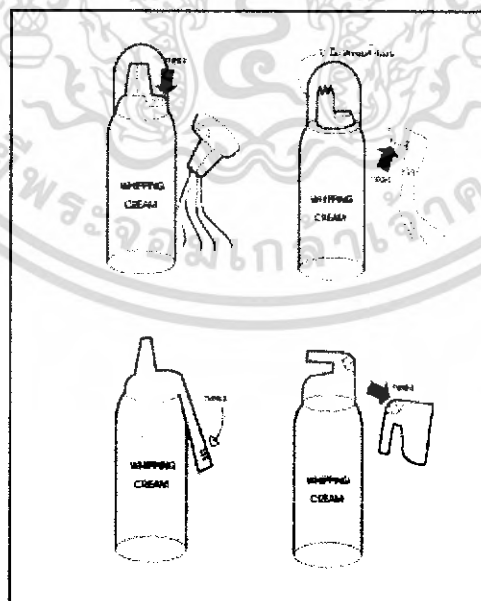
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 3.2-12 ภาพแสดงการออกแบบลักษณะการใช้งานช็อกโกแลตฟรอสติ้ง



รูปที่ 3.2-13 ภาพแสดงการออกแบบลักษณะการใช้งานบัตเตอร์ครีม



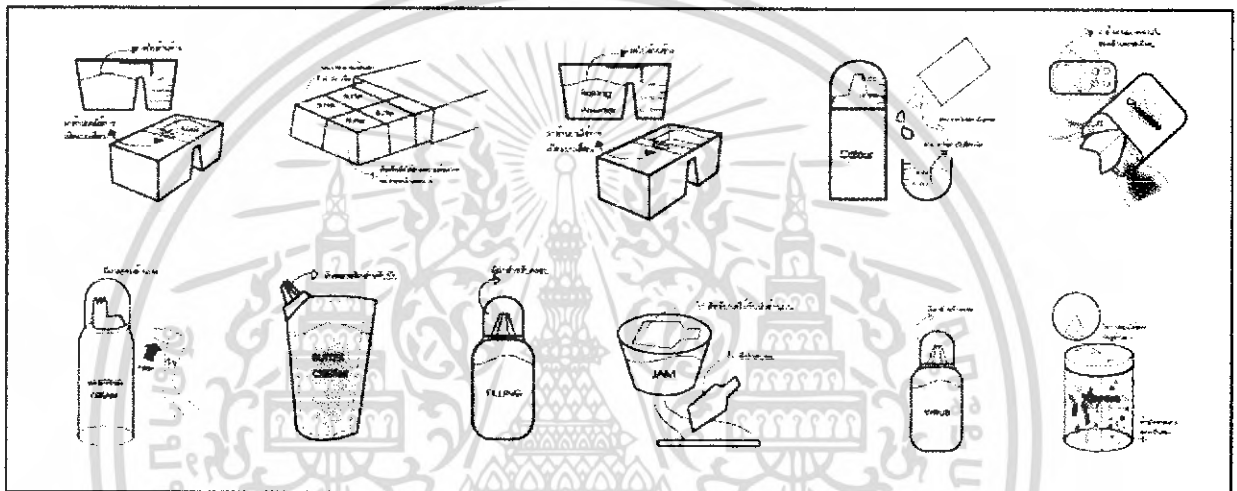
รูปที่ 3.2-14 ภาพแสดงการออกแบบลักษณะการใช้งานวิปป์ครีม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการออกแบบด้านลักษณะการใช้งานข้างต้น ของแต่ละผลิตภัณฑ์จึงนำมาทำการเลือกแบบโดยการพิจารณาเงื่อนไขดังนี้

1. ความสะดวกในการใช้งาน
2. ความยากง่ายในการผลิต
3. ขั้นตอนการใช้งาน
4. การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์
5. ความหลากหลายของรูปแบบในการใช้งาน

จากเงื่อนไขดังกล่าวจึงสามารถสรุปลักษณะการใช้งานของผลิตภัณฑ์ในโครงการได้ดังนี้



รูปที่ 3.2-15 ภาพแสดงสรุปการออกแบบลักษณะการใช้งาน

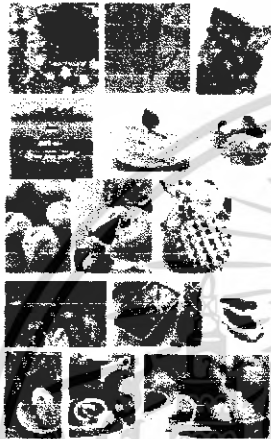
การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

ขั้นตอนถัดมาจากการออกแบบลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์ ก็จะเป็นการออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์โดยมีแนวความคิดในการออกแบบดังนี้

Step 1

Form

Route 1 Sweet Bakery



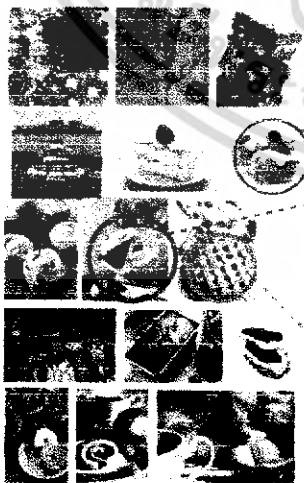
Route 2 Decoration



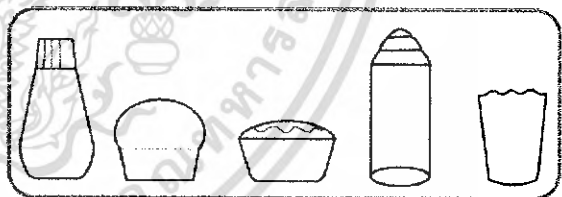
รูปที่ 3.2-16 ภาพแสดงแนวทางในการออกแบบด้านโครงสร้าง

แนวทางที่ 1 Sweet Bakery เป็นแนวทางที่นำรูปทรงของขนมเบเกอรี่ต่างๆมาใช้ในการออกแบบ โดยดึงเอาลักษณะเด่นของขนมมาใช้ในการออกแบบโดยทำการลดทอนรูปทรงให้เรียบง่ายมากขึ้น

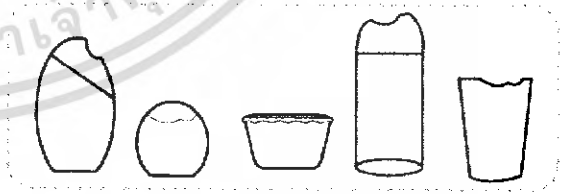
Route 1 Sweet Bakery



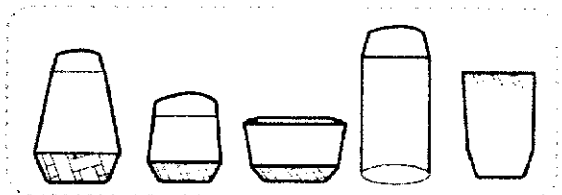
หมวดที่ 1



หมวดที่ 1



หมวดที่ 3



รูปที่ 3.2-17 ภาพแสดงการออกแบบด้านโครงสร้าง แนวทางที่ 1 Sweet Bakery

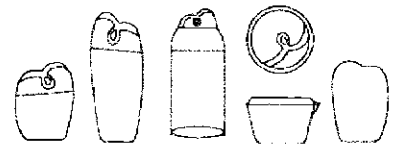
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางที่ 2 Decoration เป็นแนวทางที่นำรูปแบบการตกแต่งขนมเบเกอรี่มาใช้ในการออกแบบ เช่น ลวดลายและเส้นการตกแต่งบนหน้าเค้ก การบีบครีม เป็นต้น และนำมาลดทอนให้มีรูปทรงที่เรียบง่ายมากขึ้น

Route 2
Decoration



หมวดที่ 1



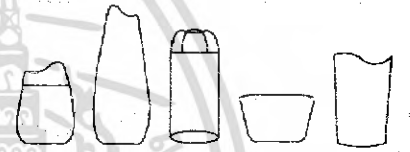
หมวดที่ 2



หมวดที่ 3



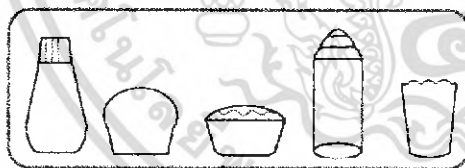
หมวดที่ 4



รูปที่ 3.2-17 ภาพแสดงการออกแบบด้านโครงสร้าง แนวทางที่ 2 Decoration

จากการออกแบบทั้ง 2 แนวทางได้มีการวิเคราะห์ถึงความเหมาะสม เพื่อนำไปใช้ในการพิจารณาเพื่อเลือกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ในโครงการดังนี้

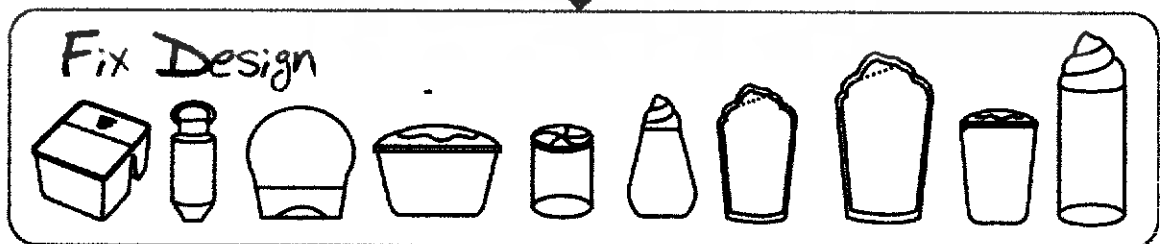
Route 1 หมวดที่ 1



Route 2 หมวดที่ 2



Development



รูปที่ 3.2-18 ภาพแสดงการพัฒนาแบบด้านโครงสร้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบกราฟฟิก

จากขั้นตอนการออกแบบโครงสร้าง ซึ่งได้โครงสร้างของผลิตภัณฑ์ในโครงการแล้ว ส่งทำการออกแบบกราฟฟิก โดยมีแนวความคิดในการออกแบบดังนี้

Graphic

Step 2 Graphic Design Concept

Design Concept เพลิดเพลินสนุกสนาน กับขนมรสหอมหวาน ที่สามารถทำได้ง่ายด้วยฝีมือคุณเอง



รูปที่ 3.2-19 ภาพแสดงแนวความคิดในการออกด้านกราฟฟิก

แนวทางที่ 1 Charming Baker เป็นแนวทางที่นำเอากลุ่มเป้าหมาย โดยนำเอาบุคลิกและลักษณะของกลุ่มเป้าหมายมาใช้ในการออกแบบ



รูปที่ 3.2-20 ภาพการออกด้านกราฟฟิกแนวทางที่ 1 Charming Baker

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางที่ 2 Sweet taste เป็นแนวทางที่รูปภาพประกอบที่สื่อถึงความน่ารักประหลาดและความหอมหวานของขนมมาใช้ในการออกแบบ



รูปที่ 3.2-21 ภาพการออกด้านกราฟฟิกแนวทางที่ 2 Sweet taste

แนวทางที่ 3 Art Bakery เป็นแนวทางที่รูปภาพประกอบที่สื่อถึงการตกแต่งขนมให้สวยงามน่ารับประทาน ความสวยงามของการตกแต่ง



รูปที่ 3.2-22 ภาพการออกด้านกราฟฟิกแนวทางที่ 3 Art Bakery

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากแนวทางการออกแบบกราฟฟิกทั้ง 3 แนวทาง ซึ่งมีทั้งหมด 9 แนวทางย่อย ได้นำมาวิเคราะห์ถึงความเหมาะสมทางด้านต่างๆ เพื่อนำไปใช้กับการบรรจุภัณฑ์ในโครงการดังนี้

เงื่อนไขในการพิจารณา	01	02	03	04	05	06	07	08	09
1.สอดคล้องกับแนวความคิด	3	3	3	2	2	2	3	3	3
2.ความสวยงามน่าสนใจ	2	2	3	2	3	1	2	3	1
3.ความหลากหลายในการสร้างเอกลักษณ์ร่วม	1	1	4	3	2	2	4	3	2
รวมคะแนน	6	6	10	7	7	5	9	9	6

หมายเหตุ 4 = ดีมาก 3 = ดี 2 = ปานกลาง 1 = พอใช้

ตารางที่ 3.2-4 ตารางแสดงเงื่อนไขในการพิจารณาแบบกราฟฟิกขั้นตอนแบบร่าง

จากตารางเงื่อนไขการพิจารณาเลือกแบบ สามารถสรุปได้ว่า เล็กกราฟฟิกแนวทางที่1 แนวทางย่อยที่3 มาทำการพัฒนาแบบเพื่อนำมาเป็นกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ดังนี้

มีการปรับแบบกราฟฟิกของรูปภาพประกอบผู้หญิงโดยดึงเอาลักษณะของกลุ่มเป้าหมายที่มีความสดใส ความทันสมัยมาใช้ในภาพมากขึ้น

Development
Baking Queen



รูปที่ 3.2-22 ภาพการพัฒนาการออกด้านกราฟฟิก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 การวิเคราะห์การออกแบบและการประเมินค่าชั้นแบบร่าง

ผลจากการวิเคราะห์และพัฒนาแนวความคิดในการออกแบบ ทำให้สามารถสรุปออกมาเป็นผลงานในขั้นตอนแบบร่าง เพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. หมวดวัตถุดิบหลัก



รูปที่ 3.3-1 ภาพแบบร่างบรรจุภัณฑ์หมวดวัตถุดิบหลัก

2. หมวดสารเสริมคุณภาพ



รูปที่ 3.3-2 ภาพแบบร่างบรรจุภัณฑ์หมวดสารเสริมคุณภาพ

3. หมวดการปรุงแต่งและการตกแต่ง



รูปที่ 3.3-3 ภาพแบบร่างบรรจุภัณฑ์หมวดการปรุงแต่งและการตกแต่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพถ่ายแสดงผลงานในขั้นตอนแบบร่าง



รูปที่ 3.3-4 ภาพแบบร่างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมตรา แมคกิ่งควีน



รูปที่ 3.3-5 ภาพแบบร่างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมตรา แมคกิ่งควีน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 3.3-6 ภาพแบบร่างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สำหรับการทำงานนมตรา เบคกิ้งควีน



รูปที่ 3.3-7 ภาพแบบร่างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์หมวดวัตถุดิบหลัก



รูปที่ 3.3-8 ภาพแบบร่างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์หมวดสารเสริมคุณภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อเสนอแนะของอาจารย์ในขั้นตอนแบบร่าง

ด้านแนวความคิดในการออกแบบ

1. ต้องมีการปรับปรุงในเรื่องของแนวความคิดในการออกแบบ(Design Concept)ที่สามารถมองเห็นภาพได้ชัดเจนมากกว่านี้
2. การแตกแนวทางในการออกแบบ (Design Route)จากแนวความคิดไม่สอดคล้องกัน

ด้านการออกแบบด้านโครงสร้าง

1. ควรมีการปรับปรุงในเรื่องการเลือกแบบเพื่อมาเป็นโครงสร้างในบรรจุภัณฑ์นั้นยังไม่มีเงื่อนไขในการพิจารณา
2. โครงสร้างที่ทำการเลือกแบบเป็นโครงสร้างที่สามารถสร้างเอกลักษณ์ร่วมได้ยากเนื่องจากมีความหลากหลายของขนมที่นำมาใช้ในการออกแบบมากเกินไป

3. โครงสร้างที่นำมาใช้ไม่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในบรรจุภัณฑ์จึงทำให้สื่อถึงผลิตภัณฑ์ที่ผลิตด้านการออกแบบกราฟฟิก

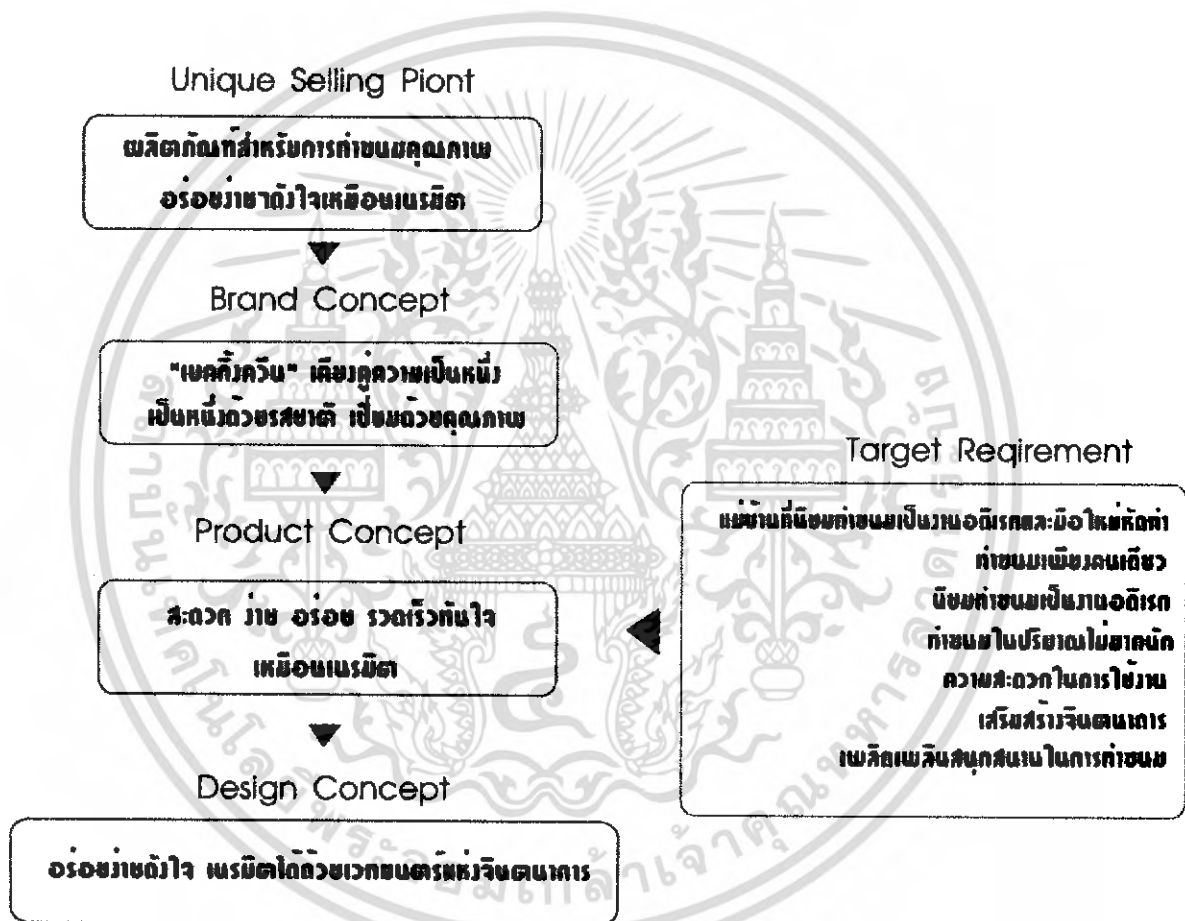
1. ควรมีการปรับปรุงในเรื่องการเลือกแบบเพื่อมาเป็นโครงสร้างในบรรจุภัณฑ์นั้นยังไม่มีเงื่อนไขในการพิจารณา โดยเฉพาะการใช้รูปภาพประกอบผู้หญิง
2. กราฟฟิกที่ใช้มีความเหมือนกันมากเกินไป ยังมีการจัดระบบการใช้กราฟฟิกที่ยังไม่ชัดเจน
3. การแบ่งแยกสีของผลิตภัณฑ์ต่างๆบนฉลากยังไม่ชัดเจน ทำให้เกิดการสับสน
4. รูปภาพประกอบขนมที่นำมาใช้ควรเลือกรูปที่มีความน่ารักประหลาดและน่าสนใจมากกว่านี้
5. มีการออกแบบกราฟฟิกที่มีความเด่นชัดกันไปหมดไม่มีจุดเด่นที่น่าสายตาที่ชัดเจน

3.4 การพัฒนาแบบในขั้นตอนสุดท้าย

จากที่ได้ข้อเสนอแนะของอาจารย์พบว่า งานในขั้นตอนแบบร่างนั้นควรมีการปรับปรุงและพัฒนาแบบให้สมบูรณ์ขึ้น จึงมีการปรับปรุงและพัฒนาแบบ โดยมีรายละเอียดดังนี้

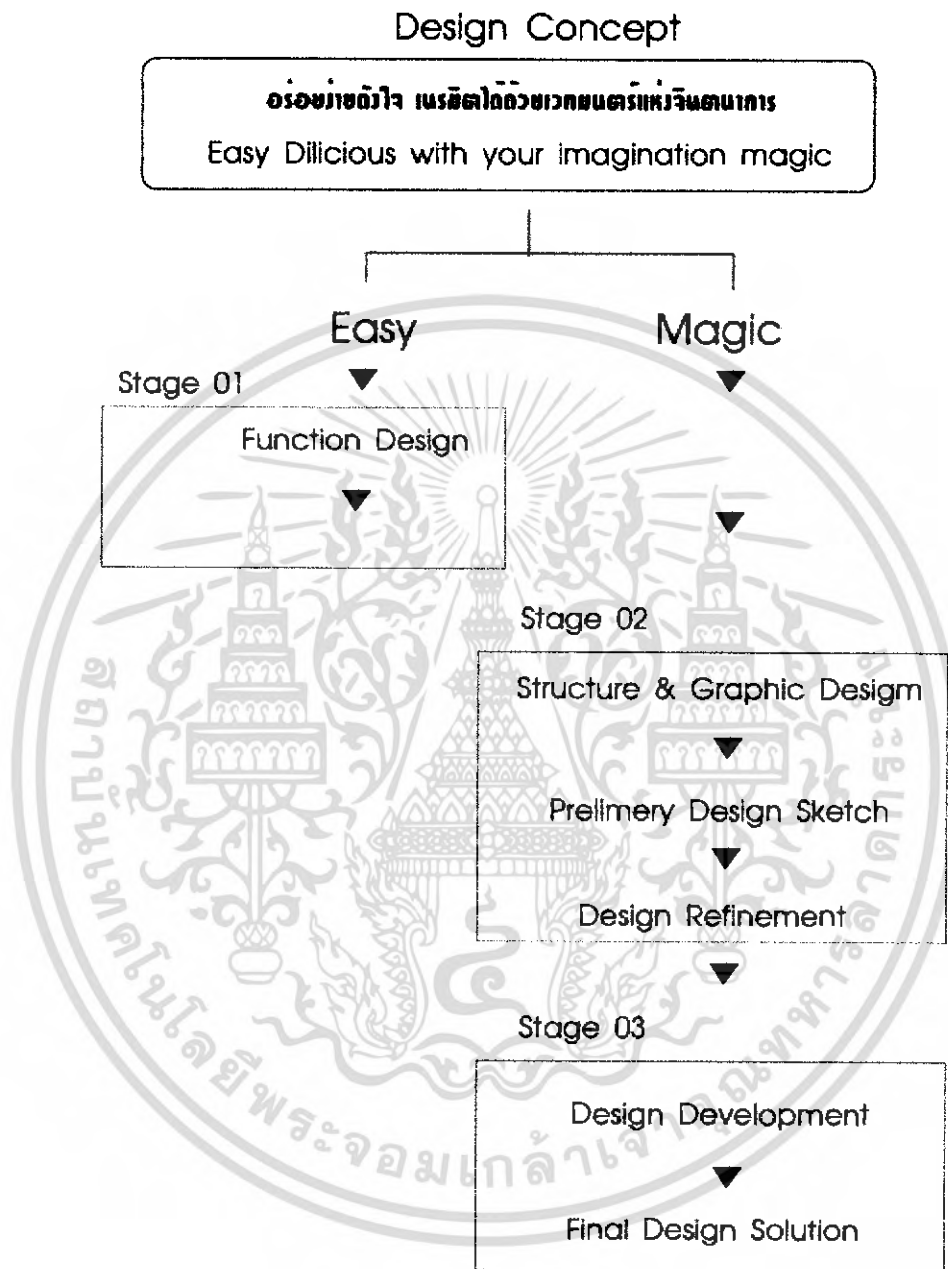
1. ปรับปรุงเรื่องแนวความคิดในการออกแบบ

เนื่องจากแนวความคิดในการออกแบบในขั้นตอนแบบร่างนั้น ยังมีความไม่ชัดเจน จึงนำเอาจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ในเรื่องของความง่ายมาใช้ในการเป็นแนวความคิด



รูปที่ 3.4-1 ภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบขั้นตอนสุดท้าย

เมื่อได้แนวความคิดหลักในการออกแบบคือ ง่ายอร่อยดังใจเหมือนนมรมิต จึงนำมาพัฒนานาความคิดเพื่อแตกเป็นแนวทางในการออกแบบดังนี้



รูปที่ 3.4-2 ภาพแสดงขั้นตอนการออกแบบขั้นตอนสุดท้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบปรับปรุงด้านลักษณะการใช้งาน

เมื่อได้ขั้นตอนในการออกแบบจึงทำการออกแบบปรับปรุงในเรื่องของลักษณะการใช้งาน ภายใต้แนวคิดในการออกแบบที่ง่ายต่อการใช้งาน

ง่าย (Easy)

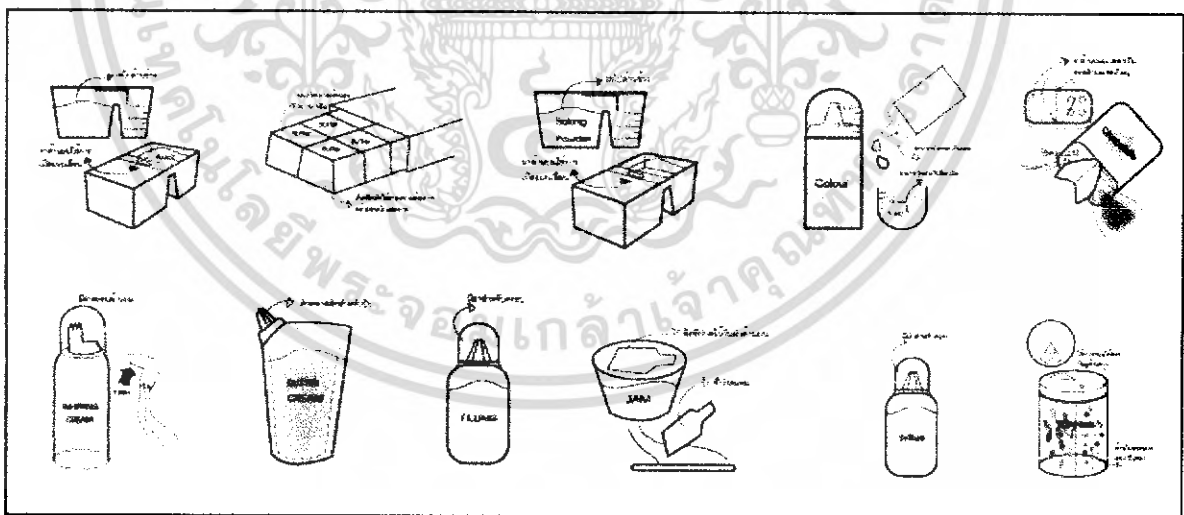
Function

Easy by yourself
สามารถทำได้ด้วยตัวคุณเอง

Few Minute
ลดขั้นตอนในการใช้งาน



รูปที่ 3.4-3 ภาพแสดงการออกแบบปรับปรุงลักษณะการใช้งานในขั้นตอนสุดท้าย ซึ่งมีการออกแบบโดยปรับปรุงลักษณะการใช้งานของสินค้าบางชนิด คือ แยม บัตเตอร์ครีม จึงสามารถสรุปลักษณะการใช้งานของบรรจุภัณฑ์ในโครงการได้ดังนี้

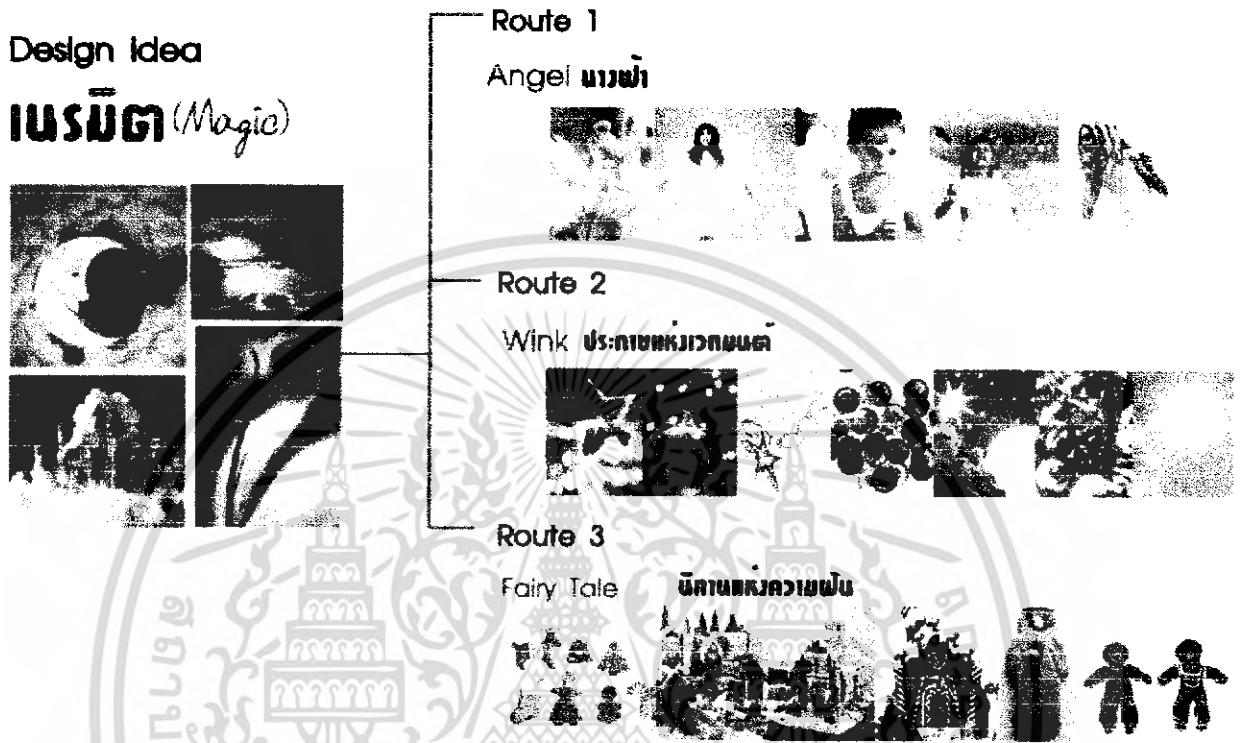


รูปที่ 3.4-3 ภาพแสดงการออกแบบลักษณะการใช้งานในขั้นตอนสุดท้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

เนื่องจากการปรับปรุงด้านแนวความคิดในการออกแบบ (Design Concept) จึงส่งผลให้มีการออกแบบปรับปรุงด้านโครงสร้างภายใต้แนวความคิดด้านบนคือ เนรมิต ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้



รูปที่ 3.4-4 ภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบด้านกราฟฟิกชั้นตอนสุดท้าย

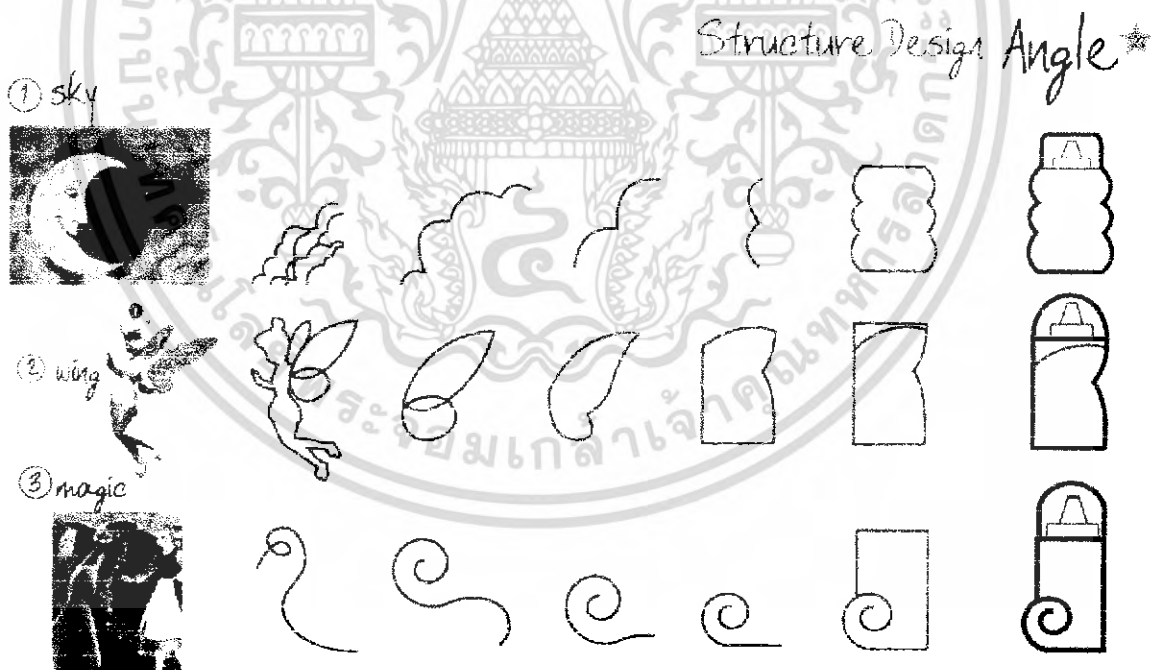
มีการออกแบบโครงสร้างโดยแบ่งเป็นแนวทางในการออกแบบ 3 แนวทางดังนี้

แนวทางที่ 1 นางฟ้า

โดยมีการนำเอาลักษณะพิเศษหรือจุดเด่นของนางฟ้ามาใช้ในการออกแบบ เช่น ปีก การร่ายเวทมนตร์ คทาวิเศษ เป็นต้น ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้



รูปที่ 3.4-5 ภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบโครงสร้างแนวทางที่ 1 นางฟ้า

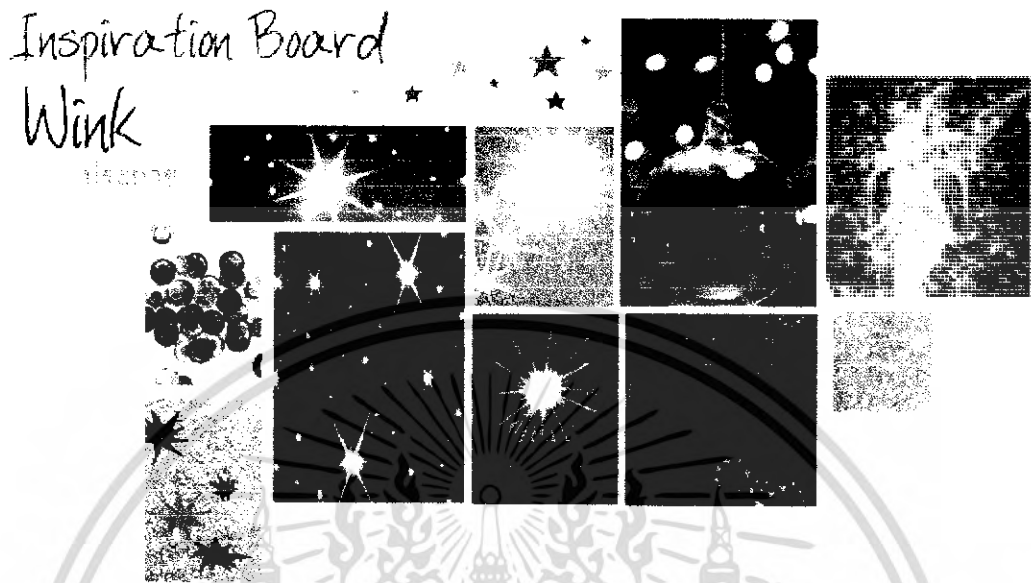


รูปที่ 3.4-6 ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างแนวทางที่ 1 นางฟ้า

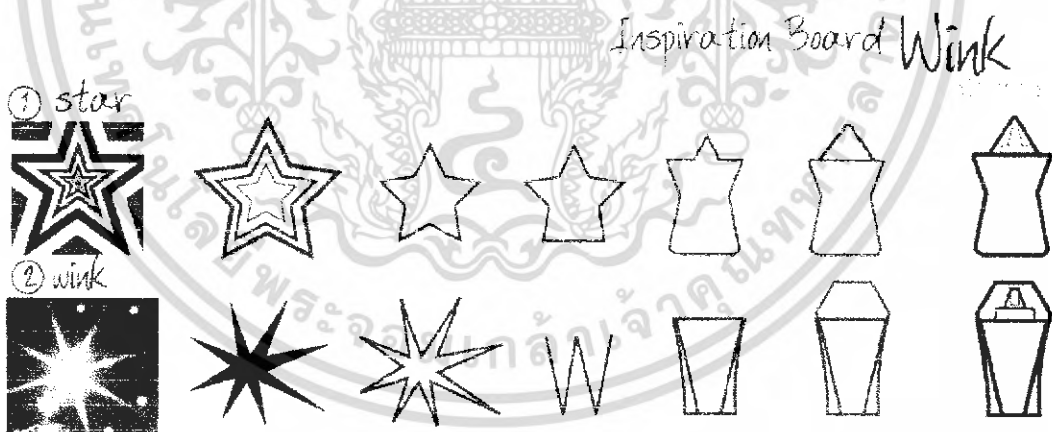
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางที่ 2 ประกายแห่งเวทมนตร์

โดยมีการนำเอกลักษณ์พิเศษหรือจุดเด่นของประกายเวทมนตร์มาใช้ในการออกแบบ เช่น ดาว
เส้นสายการแจก การกระจาย เป็นต้น ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้



รูปที่ 3.4-7 ภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบโครงสร้างแนวทางที่ 2 ประกาย



รูปที่ 3.4-8 ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างแนวทางที่ 2 ประกาย

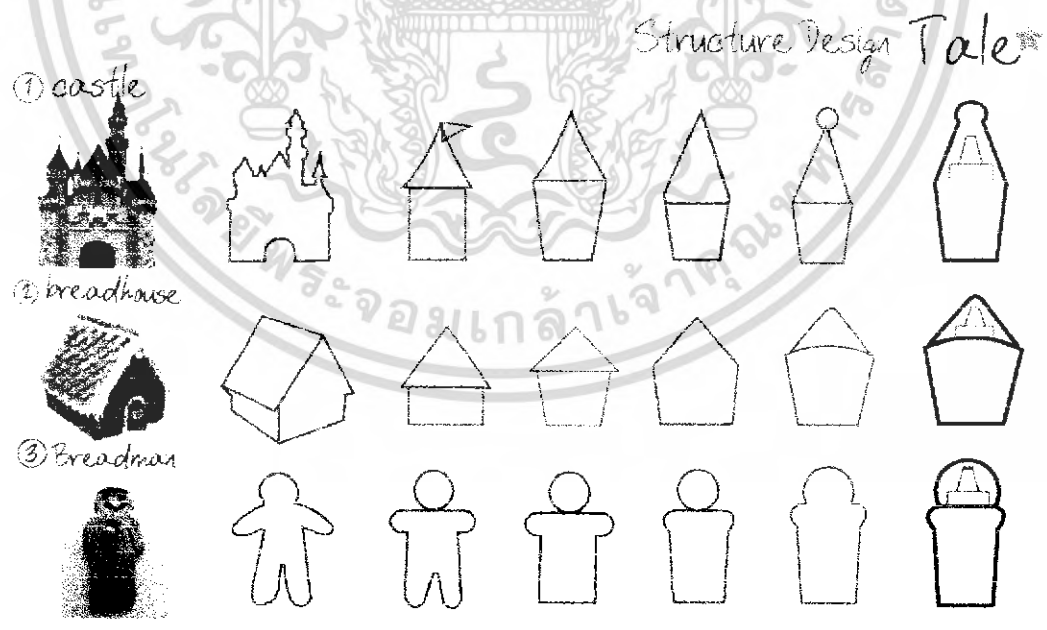
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางที่ 3 นิทานแห่งความฝัน

โดยมีการนำเอาลักษณะพิเศษหรือจุดเด่นของนิทานมาใช้ในการออกแบบ เช่น ปราสาท ตัวละคร บ้านขนมปัง เป็นต้น ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้



รูปที่ 3.4-9 ภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบโครงสร้างแนวทางที่ 3 นิทาน



รูปที่ 3.4-10 ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างแนวทางที่ 3 นิทาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อได้โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์เบื้องต้นจึงนำมาพัฒนา โดยการสร้างเอกลักษณ์ร่วมกับโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการดังนี้

แนวทางที่ 1 นางฟ้า



แนวทางที่ 1 ประกาย



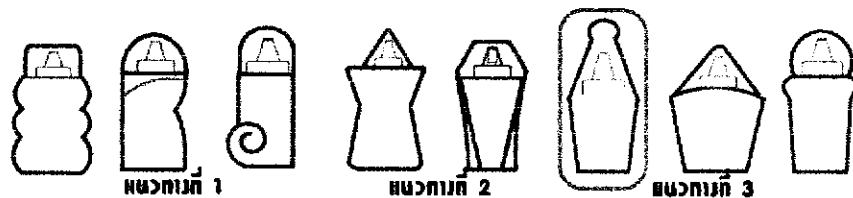
แนวทางที่ 3 นิทาน



รูปที่ 3.4-11 ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ขั้นตอนสุดท้าย

เมื่อได้โครงสร้างที่ทำการออกแบบทั้ง 3 แนวทางจึงนำมาเลือกแบบเป็นโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ในขั้นสุดท้าย โดยมีหลักในการพิจารณาในการเลือกแบบดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

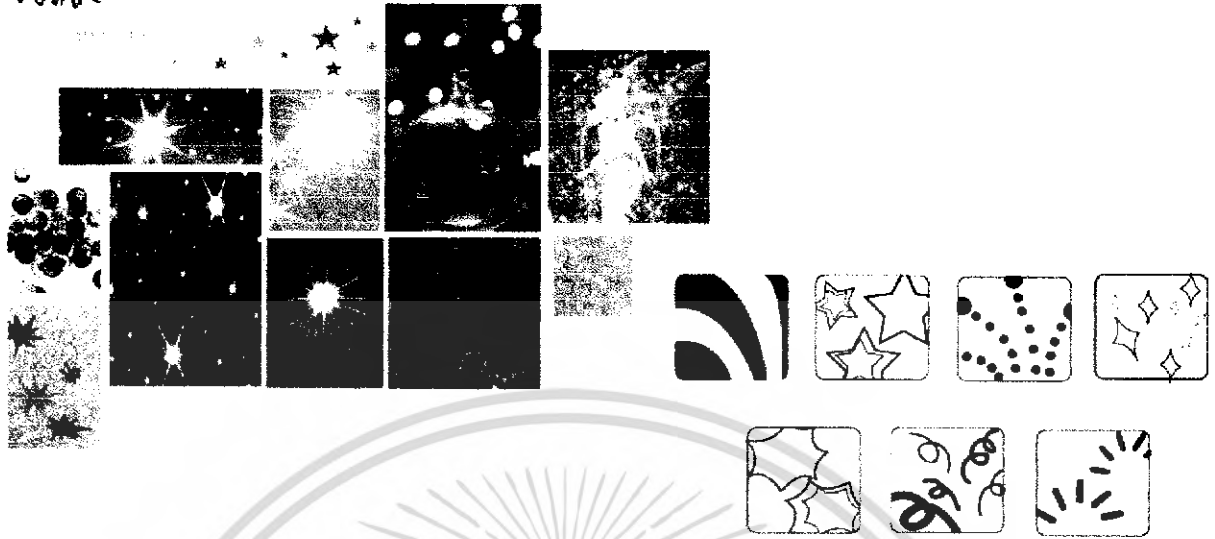


เงื่อนไขในการเลือกแบบ	01	02	03	04	05	06	07	08	ค่าน้ำหนัก
1. พยายามใส่รายการ	2	3	4	4	2	3	2	3	1
2. สอดคล้องกับแนวความคิด	3	3	2	3	4	4	4	2	3
3. ความสวยงามน่าสนใจ	3	3	2	2	4	3	1	3	3
4. ความเหมาะสมในการผลิต	2	3	4	3	2	3	4	3	1
5. ความหลากหลายในการ สร้างเอกลักษณ์ รายละเอียด	4	4	1	2	4	4	1	3	2
6. หนักเกินการถือจลจล	2	2	3	3	2	4	4	3	3
รวมคะแนน	34	41	31	35	42	47	35	36	

จากตารางข้างวิเคราะห์การเลือกแบบข้างต้น สามารถสรุป แบบที่ 6 ที่มีโครงสร้างมาจากปราสาท
มาเป็นโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Inspiration Board Wink

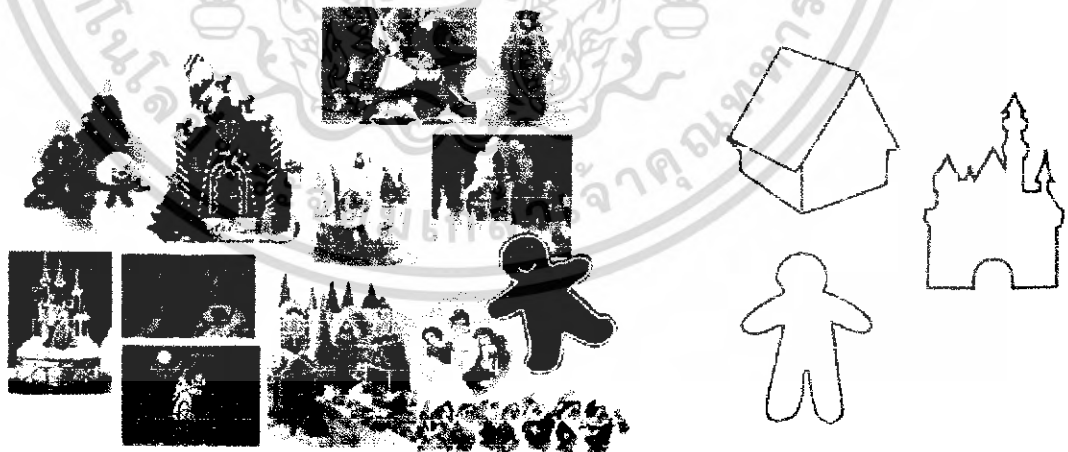


รูปที่ 3.4-13 ภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบกราฟฟิกแนวทางที่ 2 ประกาย

แนวทางที่ 3 นิทานแห่งความฝัน

โดยมีการนำเอาลักษณะพิเศษหรือจุดเด่นของนิทานมาใช้ในการออกแบบ เช่น ปราสาท ตัวละคร บ้านขนมปัง เป็นต้น ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

Inspiration Board Tale



รูปที่ 3.4-14 ภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบกราฟฟิกแนวทางที่ 3 นิทาน

เมื่อได้เส้นและลวดลายกราฟฟิกข้างต้นทั้ง 3 แนวทางจากแนวความคิดในการออกแบบ จึงนำมาออกแบบกราฟฟิกลงบนบรรจุภัณฑ์ โดยเลือกบรรจุภัณฑ์ขวดฟิลดิงผลไม้มาเป็นแบบอย่างในการทำกราฟฟิกซึ่งรายละเอียดดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางที่ 1 นางฟ้า

Angel

กรณีชเวทเมกซ์

กรณีชเวทเมกซ์



Alternative 1

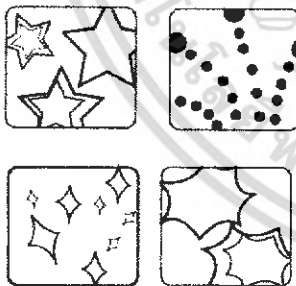
Alternative 2

Alternative 3

รูปที่ 3.4-15 ภาพแสดงการออกแบบกราฟฟิกแนวทางที่ 1 นางฟ้า
แนวทางที่ 2 ประกายแห่งความฝัน

Wink

ประกายแสง



Alternative 1

Alternative 2

Alternative 3

Alternative 4

รูปที่ 3.4-15 ภาพแสดงการออกแบบกราฟฟิกแนวทางที่ 2 ประกาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางที่ 3 นิทานแห่งความฝัน



รูปที่ 3.4-16 ภาพแสดงการออกแบบกราฟฟิกแนวทางที่ 3 นิทาน

เมื่อได้แบบกราฟฟิกที่ได้ทำการออกแบบข้างต้นทั้ง 3 แนวทางแล้ว จึงนำมาเลือกแบบโดยใช้เงื่อนไขในการพิจารณาแบบดังนี้



เงื่อนไขในการเลือกแบบ	01	02	03	04	05	06	07	08	09
1.สอดคล้องกับแนวความคิด	2	3	4	4	2	3	2	3	1
2.ความสวยงามเด่นใจ	3	3	2	3	4	4	4	2	3
3.ความโดดเด่นในการ สื่อสารเอกลักษณ์	3	3	2	2	2	3	1	3	3
4.ความเหมาะสมกับโครงสร้าง	4	4	1	2	1	4	1	3	2
รวมคะแนน	12	13	9	10	9	14	8	11	9

รูปที่ 3.4-17 ภาพแสดงเงื่อนไขในการพิจารณาแบบกราฟฟิกขั้นสุดท้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5 การวิเคราะห์ออกแบบและการประเมินค่า (Design Analysis and Evaluate)

จากขั้นตอนของการพัฒนาแนวความคิดในการออกแบบที่กล่าวมาทั้งหมดนั้น สามารถนำมาสรุปผลการออกแบบทั้งทางด้านกราฟิกและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ได้ดังนี้



รูปที่ 3.5-1 ภาพแสดงผลงานออกแบบขั้นสุดท้ายของ บรรจุภัณฑ์ฟิลลิ่งผลไม้



รูปที่ 3.5-2 ภาพแสดงผลงานออกแบบขั้นสุดท้ายของ บรรจุภัณฑ์น้ำเชื่อม



รูปที่ 3.5-3 ภาพแสดงผลงานออกแบบขั้นสุดท้ายของ บรรจุภัณฑ์ช็อกโกแลตฟรอสติ้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

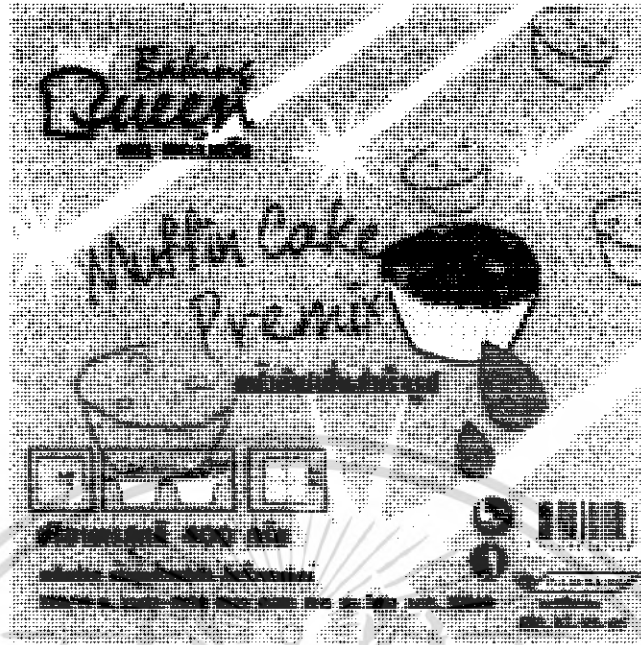


รูปที่ 3.5-4 ภาพแสดงผลงานออกแบบขั้นสุดท้ายของ บรรจุกัมภ์แย้มผลไม้

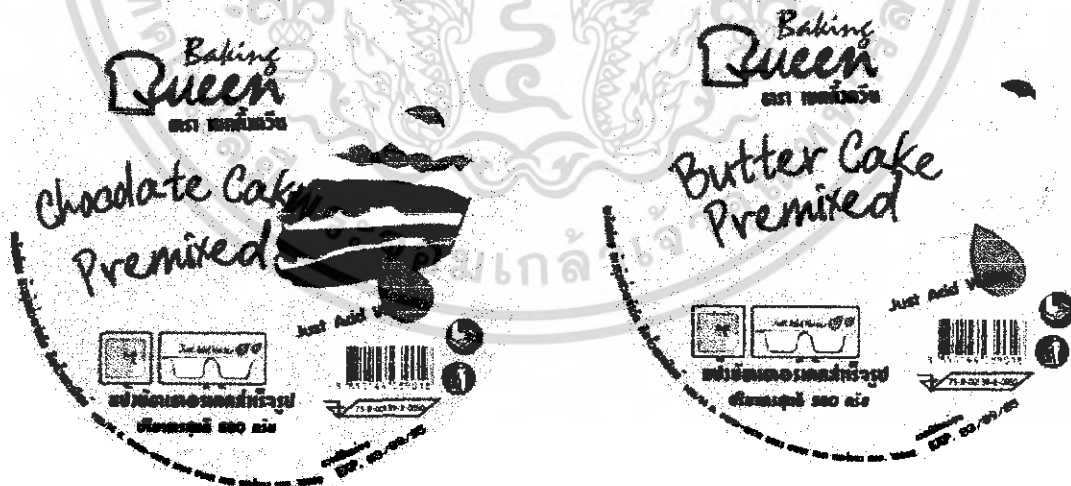


รูปที่ 3.5-5 ภาพแสดงผลงานออกแบบขั้นสุดท้ายของ บรรจุกัมภ์มัตเตอร์ครีม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

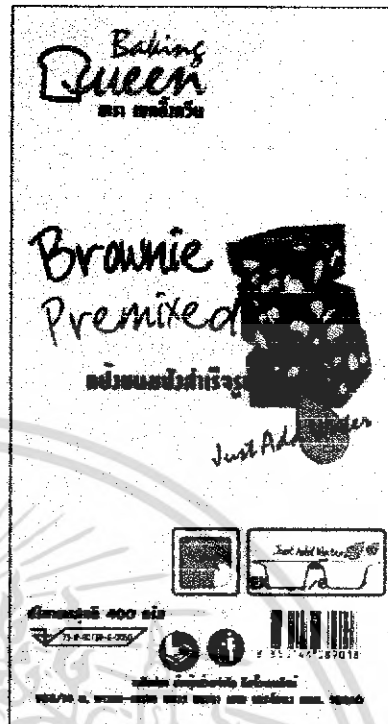
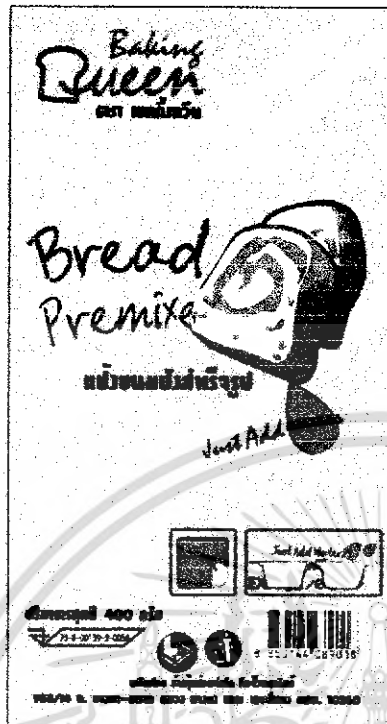


รูปที่ 3.5-6 ภาพแสดงผลงานออกแบบขั้นสุดท้ายของ บรรจุกัณฑ์แม่้งสำเร็จรูป



รูปที่ 3.5-7 ภาพแสดงผลงานออกแบบขั้นสุดท้ายของ บรรจุกัณฑ์แม่้งสำเร็จรูป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 3.5-8 ภาพแสดงผลงานออกแบบขั้นสุดท้ายของ บรรจุภัณฑ์แป้งสำเร็จรูป



บทที่ 4

การเสนอผลงานการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้ 173

4.1 ภาพถ่ายย่อแผนเสนองานและแบบแสดงรายละเอียด

แผนเสนองานการพัฒนาการออกแบบในขั้นตอนการค้นคว้าหาข้อมูล

Chapter 1
 *Source of Project
 Point of design
 Scope of design

Chapter 2
 Company Data
 Product Data
 Marketing Data
 Brand Analysis
 Swot Analysis
 Marketing Mix Strategy
 Competitor
 Competitor Comparison
 Brand Positioning
 Target Group
 Design Requirement
 Unique Selling Point

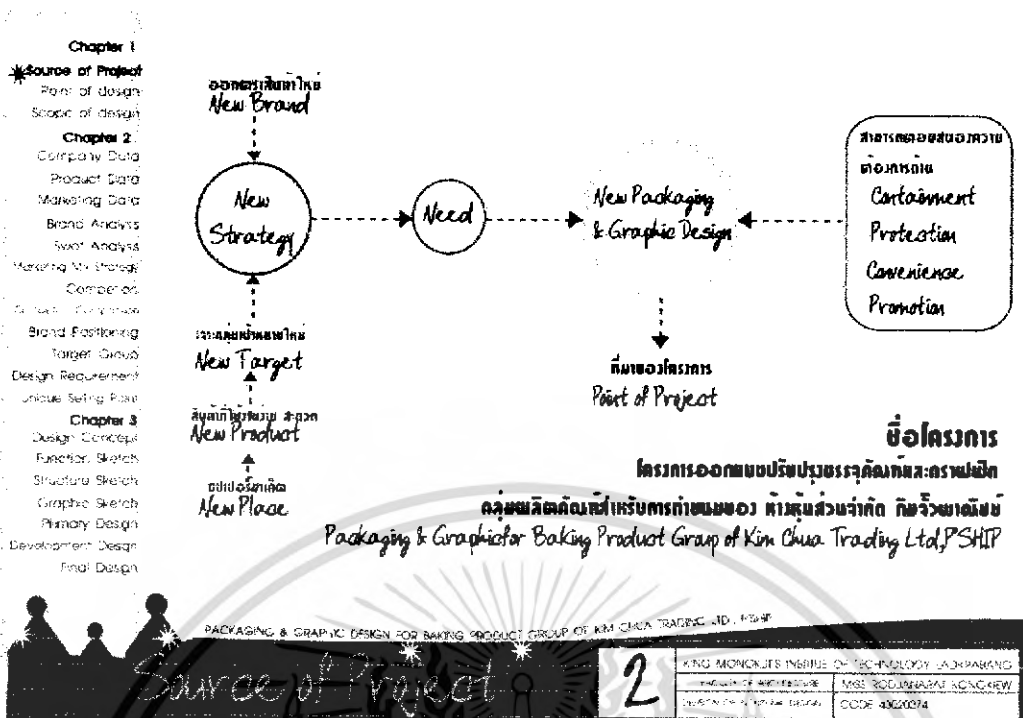
Chapter 3
 Design Concept
 Function Sketch
 Structure Sketch
 Graphic Sketch
 Filmstrip Design
 Development Design
 Final Design

Source of Project

1

ING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE
DEPARTMENT OF VISUAL DESIGN
MS. JODJAKARAT KONGKEW
CODE 43020274

รูปที่ 4.1-1 แผนภาพแสดงที่มาของโครงการ



รูปที่ 4.1-2 แผนภาพแสดงที่มาของโครงการออกแบบ



รูปที่ 4.1-3 แผนภาพแสดงวัตถุประสงค์ของโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Chapter 1
Source of Project
Point of design
*Scope of design

Chapter 2
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
Sweet Analysis
Market Mix Strategy
Competitors
Consumer's perception
Brand Positioning
Target Group
Design Requirement
Product Selling Point

Chapter 3
Design Concept
Function Sketch
Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design

1 **หมวดวัตถุดิบหลัก**

1. แพคเกจกระดาษ
Primary Package : 100 กรัม
1 ใบหน้า x 1 ด้าน (กระดาษ)
1 วัสดุ x 1 วัสดุเสริม

3. โยคี
Primary Package : 100 กรัม
1 ใบหน้า x 1 ด้าน (กระดาษ)
1 วัสดุ x 1 วัสดุเสริม

2 **หมวดผลิตภัณฑ์เสริม**

1. ฟิล์มพลาสติก
Primary Package : 100 กรัม
1 ใบหน้า x 1 ด้าน (กระดาษ)
1 วัสดุ x 1 วัสดุเสริม

2. โยคี
Primary Package : 100 กรัม
1 ใบหน้า x 1 ด้าน (กระดาษ)
1 วัสดุ x 1 วัสดุเสริม

3. โยคี
Primary Package : 100 กรัม
1 ใบหน้า x 1 ด้าน (กระดาษ)
1 วัสดุ x 1 วัสดุเสริม

Scope of Design

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKKING PRODUCT GROUP OF KM CHA TRADING LTD. P&T

4 KING MONKRUITS INSTITUTE OF TECHNOLOGY LAOUBANG
FACULTY OF ARTS AND DESIGN | MISS POLYANARAT KONGKHEW
LIBRARY OF EDUCATIONAL BAKERY | QUOTE 43220274

รูปที่ 4.1-4 แผนภาพแสดงขอบเขตในการออกแบบของโครงการ

Chapter 1
Source of Project
Point of design
*Scope of design

Chapter 2
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
Sweet Analysis
Market Mix Strategy
Competitors
Consumer's perception
Brand Positioning
Target Group
Design Requirement
Product Selling Point

Chapter 3
Design Concept
Function Sketch
Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design

4 **หมวดวัตถุดิบหลัก**

7. แพคเกจกระดาษ
Primary Package : 100 กรัม
1 ใบหน้า x 1 ด้าน (กระดาษ)
1 วัสดุ x 1 วัสดุเสริม

8. โยคี
Primary Package : 100 กรัม
1 ใบหน้า x 1 ด้าน (กระดาษ)
1 วัสดุ x 1 วัสดุเสริม

9. โยคี
Primary Package : 100 กรัม
1 ใบหน้า x 1 ด้าน (กระดาษ)
1 วัสดุ x 1 วัสดุเสริม

10. โยคี
Primary Package : 100 กรัม
1 ใบหน้า x 1 ด้าน (กระดาษ)
1 วัสดุ x 1 วัสดุเสริม

4 **ตราสัญลักษณ์**

11. โยคี
Primary Package : 100 กรัม
1 ใบหน้า x 1 ด้าน (กระดาษ)
1 วัสดุ x 1 วัสดุเสริม

12. โยคี
Primary Package : 100 กรัม
1 ใบหน้า x 1 ด้าน (กระดาษ)
1 วัสดุ x 1 วัสดุเสริม

13. โยคี
Primary Package : 100 กรัม
1 ใบหน้า x 1 ด้าน (กระดาษ)
1 วัสดุ x 1 วัสดุเสริม

14. โยคี
Primary Package : 100 กรัม
1 ใบหน้า x 1 ด้าน (กระดาษ)
1 วัสดุ x 1 วัสดุเสริม

สรุป

ประเภทของผลิตภัณฑ์
โยคีรสช็อคโกแลต 14 โยคี
โยคีรสวานิลลา 3 โยคี
รวมทั้งหมด 17 โยคี

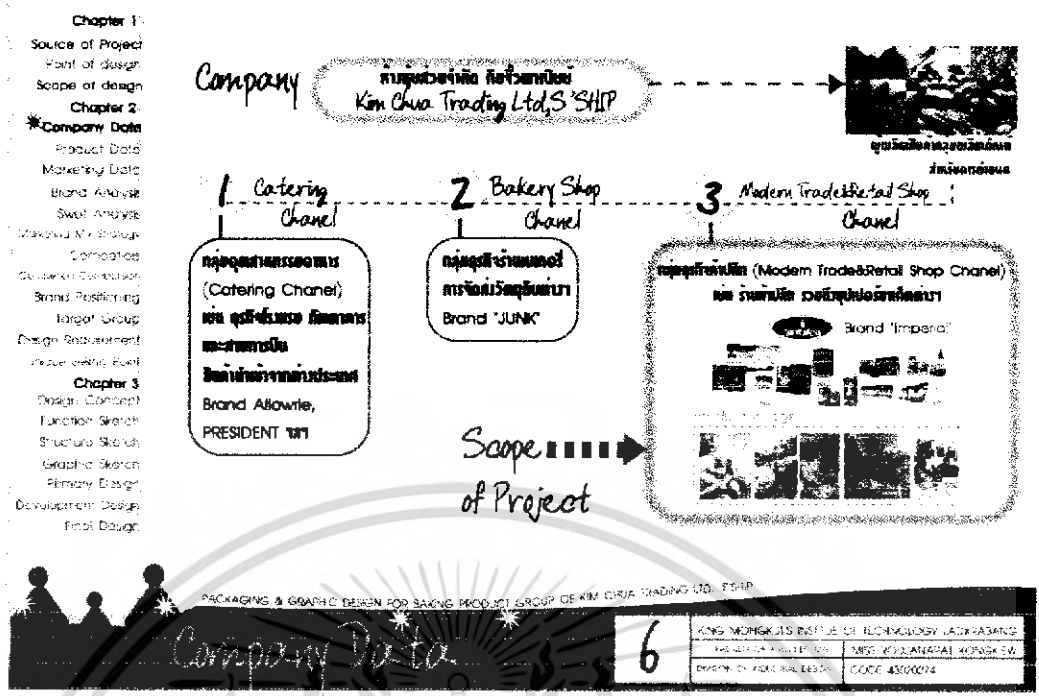
Scope of Design

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KM CHA TRADING LTD. P&T

5 KING MONKRUITS INSTITUTE OF TECHNOLOGY LAOUBANG
FACULTY OF ARTS AND DESIGN | MISS POLYANARAT KONGKHEW
LIBRARY OF EDUCATIONAL BAKERY | QUOTE 43220274

รูปที่ 4.1-5 แผนภาพแสดงขอบเขตในการออกแบบของโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้ 176

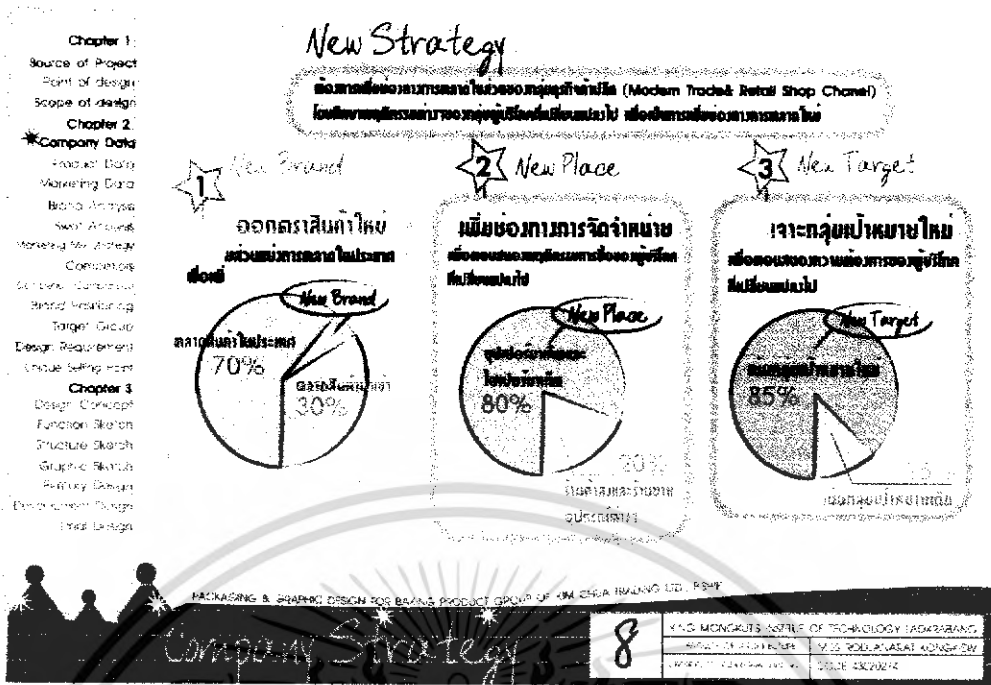


รูปที่ 4.1-6 แผนภาพแสดงข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทผู้ผลิต

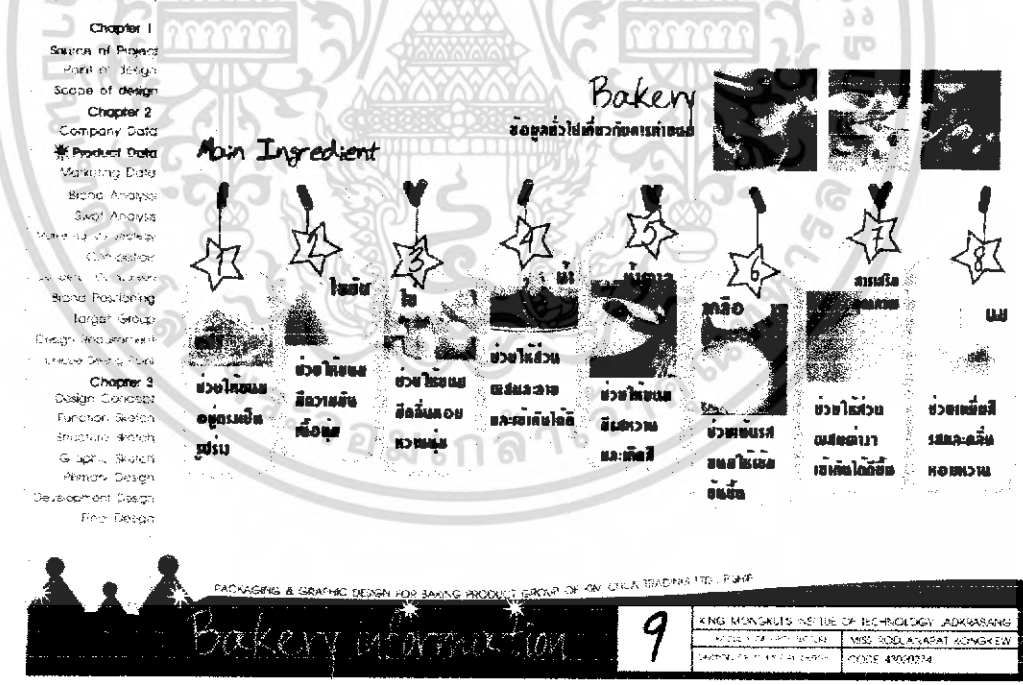


รูปที่ 4.1-7 แผนภาพแสดงข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทผู้ผลิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้ 177



รูปที่ 4.1-8 แผนภาพแสดงกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทผู้ผลิต



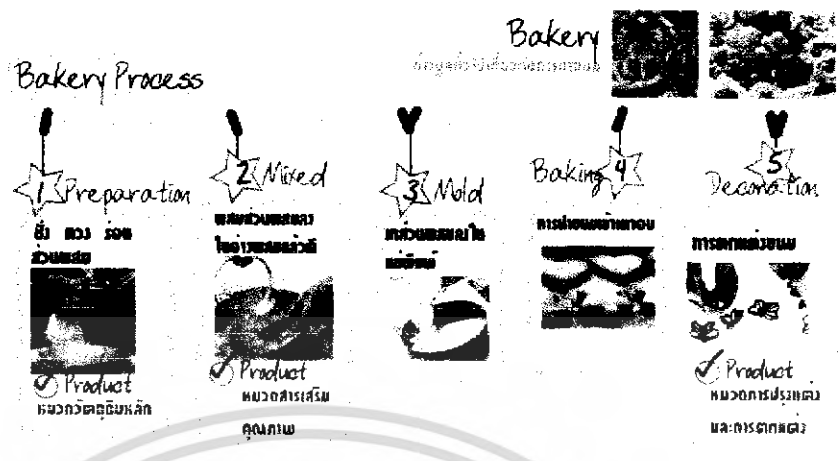
รูปที่ 4.1-9 แผนภาพแสดงข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการทำขนม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Chapter 1
Source of Project
Point of design
Scope of design

Chapter 2
Company Data
* Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
SWOT Analysis
Marketing Mix Strategy
Competition
Consumer Satisfaction
Brand Positioning
Target Group
Design Requirement
Product Design Point

Chapter 3
Design Concept
Function Sketch
Structure Sketch
Graphic Sketch
Packaging Design
Development Design
Final Design



PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR MARKETING PROJECT GROUP OF KMU CHIA TRAINING (IG) PSH

Bakery information

10

ชื่อ-นามสกุล นิสิต/นิสิตเอก	ชื่อ นามสกุล นิสิต/นิสิตเอก
ชื่อ นามสกุล นิสิต/นิสิตเอก	ชื่อ นามสกุล นิสิต/นิสิตเอก
ชื่อ นามสกุล นิสิต/นิสิตเอก	ชื่อ นามสกุล นิสิต/นิสิตเอก

รูปที่ 4.1-10 แผนภาพแสดงข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการทำขนม

Chapter 1
Source of Project
Point of design
Scope of design

Chapter 2
Company Data
* Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
SWOT Analysis
Marketing Mix Strategy
Competition
Consumer Satisfaction
Brand Positioning
Target Group
Design Requirement
Product Design Point

Chapter 3
Design Concept
Function Sketch
Structure Sketch
Graphic Sketch
Packaging Design
Development Design
Final Design



PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR MARKETING PROJECT GROUP OF KMU CHIA TRAINING (IG) PSH

Bakery information

11

ชื่อ-นามสกุล นิสิต/นิสิตเอก	ชื่อ นามสกุล นิสิต/นิสิตเอก
ชื่อ นามสกุล นิสิต/นิสิตเอก	ชื่อ นามสกุล นิสิต/นิสิตเอก
ชื่อ นามสกุล นิสิต/นิสิตเอก	ชื่อ นามสกุล นิสิต/นิสิตเอก

รูปที่ 4.1-11 แผนภาพแสดงข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการทำขนม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้ 179

Chapter 1
Source of Project
Point of design
Scope of design

Chapter 2
Company Data
* Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
Swot Analysis
Marketing Mix Strategy
Competitors
Comparison of class
Brand Positioning
Target Group
Design Requirements
Marketing Selling Point

Chapter 3
Design Concept
Function Sketch
Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design

คำอธิบายผลิตภัณฑ์

1. ไข่ต้ม

มีสีเหลือง ตัวแข็ง
ของแข็ง มีน้ำหนัก
80% มีกลิ่นหอม
คล้ายขนมหวานเล็กน้อย

ใช้เป็นส่วนผสมหลัก
ช่วยให้อายุเก็บรักษา
นาน

2. มาร์جرين (Margarine)

มีสีเหลือง มีกลิ่นเข้มข้น
มีส่วนผสมของนมผง ไข่
และเกลือ โซเดียม

ใช้เป็นส่วนผสมหลัก
ช่วยให้อายุเก็บรักษา
นาน

3. นมข้น

มีสีขาว มีส่วนผสม
ของไขมัน 100%
ช่วยในการตีครีม

ใช้ในการตีครีมและ
นิยมนำมาผสมกับนม

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KM CHUA TRADING LTD. P&G

Bakery information 12

KING MONSIEUR INSTITUTE OF TECHNOLOGY JALORANG	
SCHOOL OF ARCHITECTURE	118, JALORANG JAYA KAMPUNG
UNIVERSITY OF MALAYA, SEREMBANG	CODE 4300074

รูปที่ 4.1-12 แผ่นภาพแสดงข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการทำขนม

Chapter 1
Source of Project
Point of design
Scope of design

Chapter 2
Company Data
* Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
Swot Analysis
Marketing Mix Strategy
Competitors
Comparison of class
Brand Positioning
Target Group
Design Requirements
Marketing Selling Point

Chapter 3
Design Concept
Function Sketch
Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design

คำอธิบายผลิตภัณฑ์

1. ผงฟู (Baking Powder)

ช่วยในการผสมรวม
ส่วนผสมแห้งของเค้ก
และขนมปัง

ช่วยทำให้ขนมขึ้นฟู
ด้วยคาร์บอกซิเลตโซเดียม

2. ครีม ออฟ ทาร์ทาร์ (Cream of tartar)

ช่วยทำให้เค้กกลมตัว
ส่วนใหญ่ใช้ใส่เค้กไข่ขาว
หรือวุ้นคาร์ตาจีเนซ

ช่วยในการตีไข่ขาว ให้ฟู
ใสไม่ตก

3. ยีสต์ (Yeast)

เป็นตัวช่วยทำให้
ขนมขึ้นฟู นิยมนำ
ไปผสมกับเค้ก
ปฏิกิริยาคล้ายน้ำตาล

ช่วยใส่กลิ่นเค้ก
หอมขบขบ

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KM CHUA TRADING LTD. P&G

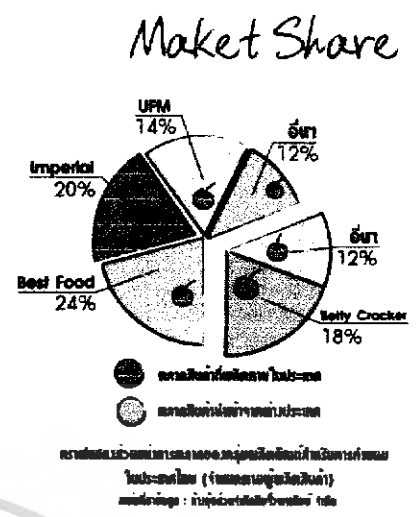
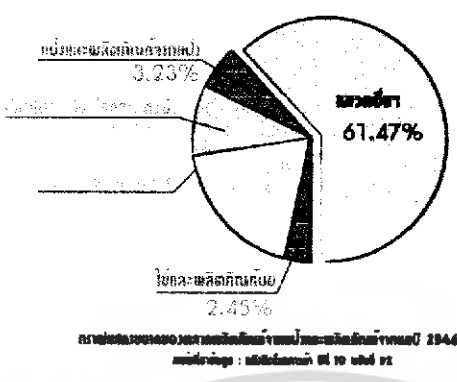
Bakery information 13

KING MONSIEUR INSTITUTE OF TECHNOLOGY JALORANG	
SCHOOL OF ARCHITECTURE	118, JALORANG JAYA KAMPUNG
UNIVERSITY OF MALAYA, SEREMBANG	CODE 4300074

รูปที่ 4.1-13 แผ่นภาพแสดงข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการทำขนม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้ 180

- Chapter 1
- Source of Project
- Point of design
- Scope of design
- Chapter 2
- Company Data
- Product Data
- Marketing Data
- Brand Analyse
- Swot Analyse
- Marketing Mix Strategy
- Competition
- Competition Comparison
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Unique Selling Point
- Chapter 3
- Design Concept
- Function Sketch
- Structure Sketch
- Graphic Sketch
- Preliminary Design
- Development Design
- Final Design



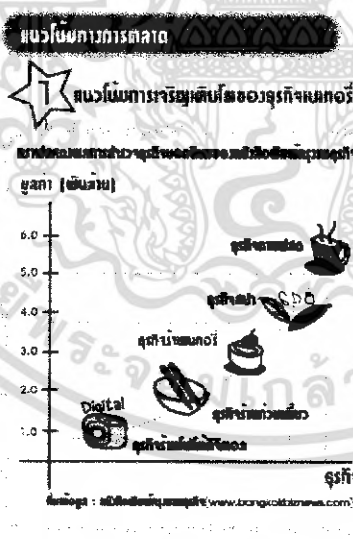
PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD. PSHIP

Market Share 14

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
SCHOOL OF ARCHITECTURE
DEPARTMENT OF INDUSTRIAL DESIGN
ASSISTANT PROFESSOR MISS RODJANARAT KONGKEW
CODE 4320274

รูปที่ 4.1-14 แผนภาพแสดงข้อมูลทางการตลาดของผลิตภัณฑ์

- Chapter 1
- Source of Project
- Point of design
- Scope of design
- Chapter 2
- Company Data
- Product Data
- Marketing Data
- Brand Analyse
- Swot Analyse
- Marketing Mix Strategy
- Competition
- Competition Comparison
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Unique Selling Point
- Chapter 3
- Design Concept
- Function Sketch
- Structure Sketch
- Graphic Sketch
- Preliminary Design
- Development Design
- Final Design



แนวโน้มการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์

แนวโน้มการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์

ปี 2545-2546 บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับงานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ 30%-40% โดยมีการขยายสาขาทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ปี 2547 บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ 30%-40% โดยมีการขยายสาขาทั้งในประเทศและต่างประเทศ

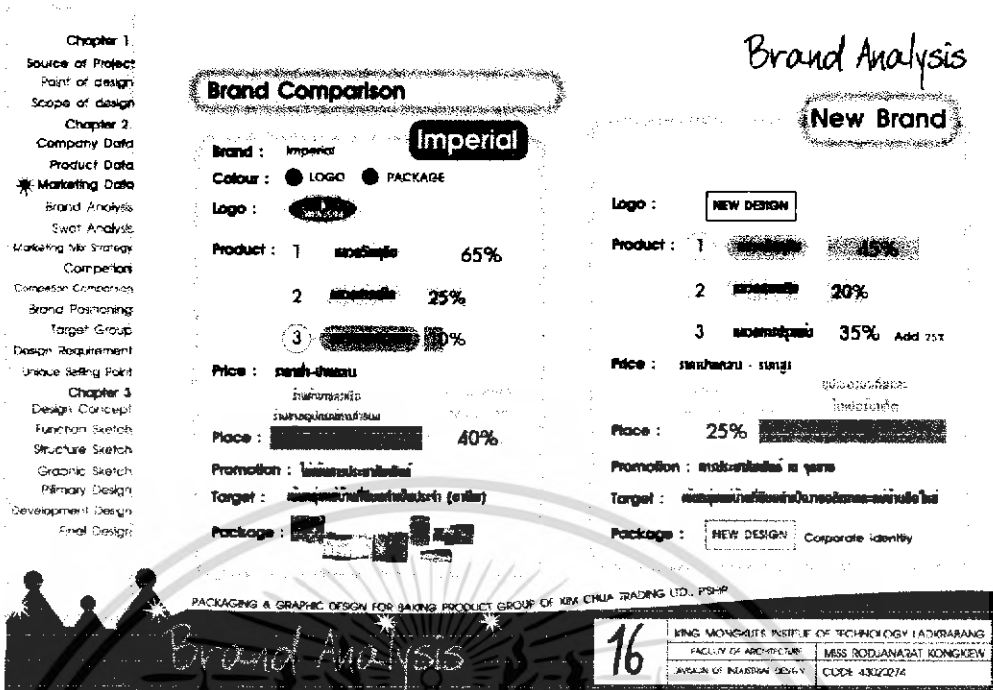
PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD. PSHIP

Market Trend 15

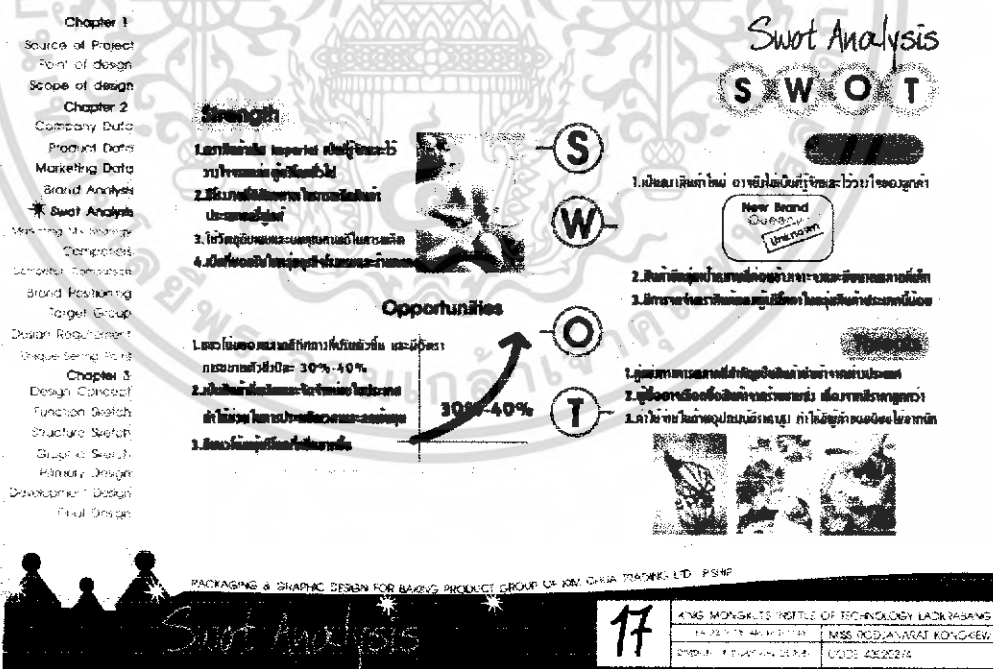
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
SCHOOL OF ARCHITECTURE
DEPARTMENT OF INDUSTRIAL DESIGN
ASSISTANT PROFESSOR MISS RODJANARAT KONGKEW
CODE 4320274

รูปที่ 4.1-15 แผนภาพแสดงข้อมูลแนวโน้มทางการตลาดของผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.1-16 แผนภาพแสดงการเปรียบเทียบระหว่างตราสินค้าเดิมและตราสินค้าใหม่




รูปที่ 4.1-17 แผนภาพแสดงการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็งของผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Marketing mix strategy

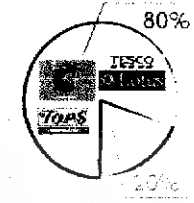
Product

กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ในการกำหนด
โดยให้วัตถุประสงค์ของผลิตภัณฑ์
มีความเหมาะสมกับกลุ่ม
เป้าหมายคือให้สามารถ
สื่อสาร



Place

จุดประสงค์ที่จะ
โฆษณาถึง
80%




20%

ใช้สื่อโซเชียลมีเดีย
และสื่อออนไลน์

Promotion

คอนเทนต์ที่เลือกสรรเพื่อ
ใช้สร้างให้เกิดความน่าสนใจ
และดึงดูดสายตาของผู้บริโภค
ให้ดูและอ่านเนื้อหาที่น่าสนใจ
และจดจำได้ง่าย



High Cost

Medium Cost

Low Cost

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD., P/1918

Market mix Strategy

18

KING MONKJIT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

FACULTY OF ARCHITECTURE MISS ROOJANARAT KONGKEW

DEPARTMENT OF INDUSTRIAL DESIGN CODE 43C20774

รูปที่ 4.1-18 แผ่นภาพแสดงการวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์

Competitor

กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ในการกำหนด
โดยให้วัตถุประสงค์ของผลิตภัณฑ์
มีความเหมาะสมกับกลุ่ม
เป้าหมายคือให้สามารถ
สื่อสาร

COMPETITOR COMPARISON

Major Brand (Variety of Product Line)

Brand	USP	PACKAGING	STYLING	PRICE & QUALITY
		STRUCTURE	GRAPHIC	
Best Food	B P		PICTURE Realistic	WARM ★★★
UFM	B P		PICTURE Illustration	CONSERVATIVE ★★★
Betty Crocker	B T		PICTURE Realistic	HOMEMADE ★★★★★
Imperial	B P		PICTURE Realistic	WARM ★★★

COMPETITOR COMPARISON

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD., P/1919

Competitor Comparison

19

KING MONKJIT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

FACULTY OF ARCHITECTURE MISS ROOJANARAT KONGKEW

DEPARTMENT OF INDUSTRIAL DESIGN CODE 43C20774

รูปที่ 4.1-19 แผ่นภาพแสดงข้อมูลคู่แข่งหลักของผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Chapter 1
Source of Project
Point of design
Scope of design

Chapter 2
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
Swot Analysis
Marketing Mix Strategy
* Competitors
Competitor Comparison
Brand Positioning
Target Group
Design Requirement
Unique Selling Point

Chapter 3
Design Concept
Function Sketch
Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design

COMPETITOR COMPARISON

Minor
Brand (Individual of Product Line)

PRODUCT	BRAND	
พวงสาธุภัณฑ์	Kraft CarbSense Kraft	A Sereewat Crispy
ผวนกวนหรือสุกกระท	Columet Durkee Fermipan	A Saf Royal C
ผวนกวนหรือสุกกระท	Coffee's Smucker Sweet'n low HERSHEY'S	A Winner Morena C

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHIA TRADING LTD., PS-IP

Competitor Comparison 20

KING MONKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN

MSS RODJANARAT KONGKIEW
CODE 4302074

รูปที่ 4.1-20 แผนภาพแสดงข้อมูลคู่แข่งรองของผลิตภัณฑ์

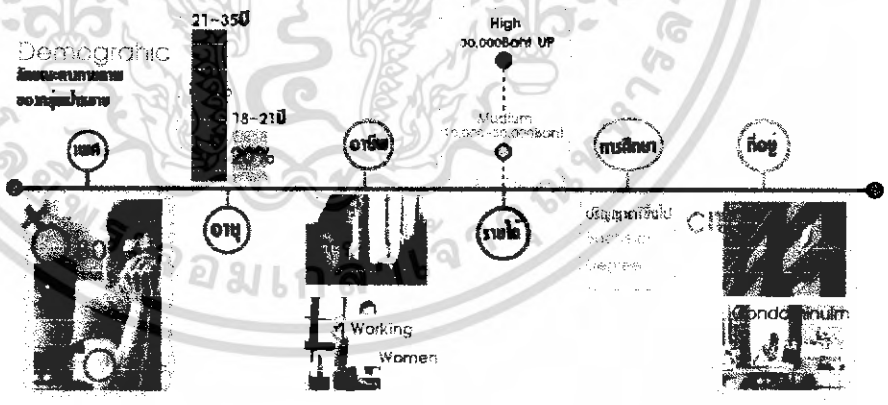
Chapter 1
Source of Project
Point of design
Scope of design

Chapter 2
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
Swot Analysis
Marketing Mix Strategy
Competitors
Competitor Comparison
Brand Positioning
* Target Group
Design Requirement
Unique Selling Point

Chapter 3
Design Concept
Function Sketch
Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design

Target Group

General Description กลุ่มวัยผู้ใหญ่เป็นอาชีพ กลุ่มอาชีพที่ทันสมัยเป็นอาชีพ กลุ่มชนชั้นสูง กลุ่มชนชั้นกลาง



PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHIA TRADING LTD., PS-IP

Target group data 21

KING MONKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN

MSS RODJANARAT KONGKIEW
CODE 4302074

รูปที่ 4.1-21 แผนภาพแสดงลักษณะทางกายภาพของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Chapter 1
Source of Project
Point of design
Scope of design
Chapter 2
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
SWOT Analysis
Marketing Mix Strategy
Competition Comparison
Brand Positioning
*Target Group
Design Requirement
Unique Selling Point
Chapter 3
Design Concept
Function Sketch
Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design

Psychographic
ลักษณะบุคลิกภาพ
ของผู้น่าสนใจ

Life Style

Weekend

Behavior

Interest

Supermarket

Healthy

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHIA TRADING LTD., P&P

Target group data 22

KING MONGLU'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LAUKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
MISS RODJANABAT KONGKREW
CODE 4302274

รูปที่ 4.1-22 แผนภาพแสดงลักษณะทางจิตวิทยาของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

Chapter 1
Source of Project
Point of design
Scope of design
Chapter 2
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
SWOT Analysis
Marketing Mix Strategy
Competition Comparison
Brand Positioning
Target Group
Design Requirement
Unique Selling Point
Chapter 3
Design Concept
Function Sketch
Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design

Positioning

POSITIONING

Product Price Place Promotion

ผลิตภัณฑ์ใหม่ Best Food Imperial Betty Crocker

ราคาสูง Betty Crocker Best Food Imperial Betty

จุดประสงค์ใหม่ Betty Crocker Best Food Imperial

ประชาสัมพันธ์ Betty Crocker Best Food Imperial

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHIA TRADING LTD., P&P

Marketing Positioning 23

KING MONGLU'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LAUKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
MISS RODJANABAT KONGKREW
CODE 4302274

รูปที่ 4.1-23 แผนภาพแสดงการวางตำแหน่งด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้ 185

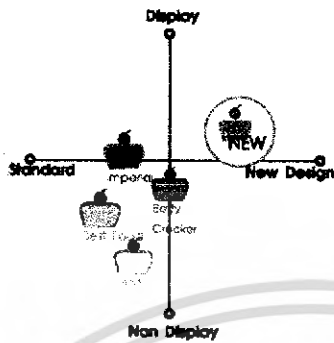
Chapter 1:
Source of Project
Point of design
Scope of design

Chapter 2:
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
Swot Analysis
Marketing Mix Strategy
Competitors
Competition Comparison
Brand Positioning
Target Group
Design Requirement
Unique Selling Point

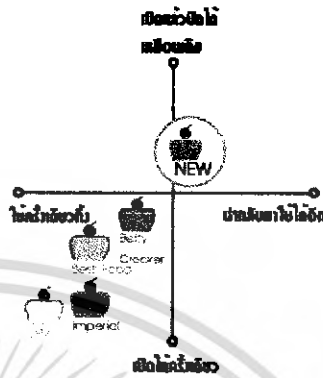
Chapter 3:
Design Concept
Function Sketch
Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design

POSITIONING

Structure

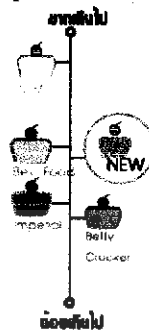


Function



Positioning

Contents Size



PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD. P.33P

Marketing Positioning

24

KING MONKHUTS INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
FACULTY OF ARCHITECTURE	MISS RODJANARAT KONGKREW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	CODE 43020274

รูปที่ 4.1-24 แผนภาพแสดงการวางตำแหน่งด้านบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์

Chapter 1:
Source of Project
Point of design
Scope of design

Chapter 2:
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
Swot Analysis
Marketing Mix Strategy
Competitors
Competition Comparison
Brand Positioning
Target Group
Design Requirement
Unique Selling Point

Chapter 3:
Design Concept
Function Sketch
Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design

POSITIONING

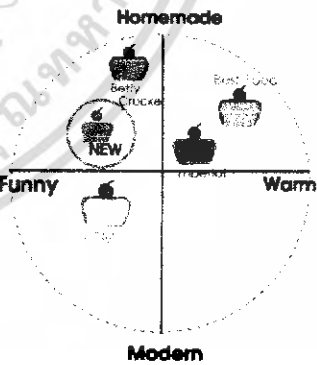
Colour



Picture



Styling



Positioning

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD. P.34P

Marketing Positioning

25

KING MONKHUTS INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
FACULTY OF ARCHITECTURE	MISS RODJANARAT KONGKREW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	CODE 43020274

รูปที่ 4.1-25 แผนภาพแสดงการวางตำแหน่งด้านกราฟฟิกของผลิตภัณฑ์

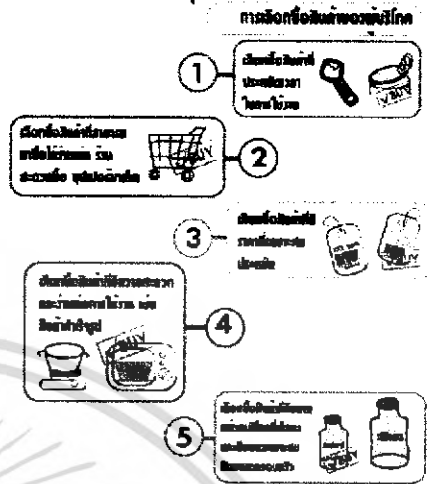
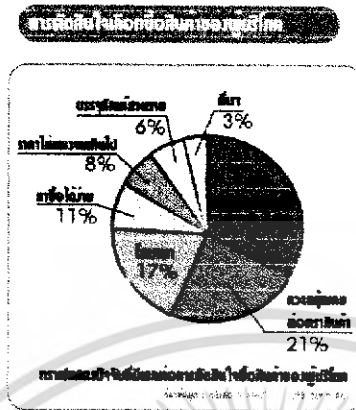
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Chapter 1
Source of Project
Point of design
Scope of design

Chapter 2
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
Swot Analysis
Marketing Mix Strategy
Competitor
Competition Comparison
Brand Positioning
*Target Group
Design Requirement
Unique Selling Point

Chapter 3
Design Concept
Function Sketch
Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design

Buyer Behavior



PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD., PSHP

Buyer Behavior

26 KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE MISS ROJANARAT KONGKIEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN CODE 4302074

รูปที่ 4.1-26 แผนภาพแสดงลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

Chapter 1
Source of Project
Point of design
Scope of design

Chapter 2
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
Swot Analysis
Marketing Mix Strategy
Competitors
Competition Comparison
Brand Positioning
*Target Group
Design Requirement
Unique Selling Point

Chapter 3
Design Concept
Function Sketch
Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design

Target Data

TARGET GROUP DATA

- ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค**
1. อายุ: 18-24 ปี 73% 25-34 ปี 12%
 2. จำนวนครั้ง/เดือน: 2-3 ครั้ง/เดือน 54% ซื้อครั้ง/เดือน 27%
 3. สัปดาห์ซื้อขนมปัง: สัปดาห์ 34% วันละ 17% ทุกวัน 49%
- ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อ**
4. ประเภทขนมปังที่ซื้อ: รับประทานเอง 43% ซื้อของขวัญ/ฝาก 28% ขาย 12%
 5. ประเภทขนมปังที่ซื้อ: กล้วย 34% ทุเรียน 23% ทุเรียน 12%

6. ผู้ซื้อขนมปังส่วนใหญ่: ผู้ชาย 40% ผู้หญิง 60%
7. ภูมิภาคที่ซื้อขนมปัง: กรุงเทพฯ 75%
8. จำนวนขนมปังที่ซื้อ: 36% ทุเรียน 21%
9. จำนวนขนมปังที่ซื้อ: 36% ทุเรียน 21%
10. ประเภทขนมปังที่ซื้อ: กล้วย 26% ทุเรียน 41%
11. ประเภทขนมปังที่ซื้อ: กล้วย 24% ทุเรียน 12% ทุเรียน 8%

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD., PSHP

Buyer Behavior

27 KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE MISS ROJANARAT KONGKIEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN CODE 4302074

รูปที่ 4.1-27 แผนภาพแสดงลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Chapter 1
 - Source of Project
 - Point of design
 - Scope of design
- Chapter 2
 - Company Data
 - Product Data
 - Marketing Data
 - Brand Analysis
 - Sweet Analysis
 - Marketing Mix strategy
 - Competitors
 - Competitor Comparison
 - Brand Positioning
 - Target Group
 - Design Requirement
 - Unique Selling Point
- Chapter 3
 - Design Concept
 - Function Sketch
 - Structure Sketch
 - Graphic Sketch
 - Primary Design
 - Development Design
 - Final Design

Product Data

Scope of Design

เฉพาะสินค้าในกระดาษ : กลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมปังขาว

1 Plain Flour
2 Plain Flour
3 Margarine
4 Margarine

5 Special Flour
6 Special Flour
7 Special Flour

8 Special Flour
9 Special Flour
10 Special Flour
11 Special Flour
12 Special Flour
13 Jelly
14 King Sugar
15 Syrub
16 Special Flour

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KM CHUA TRADING LTD. PSHR

Product Data

28

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
FACULTY OF ARCHITECTURE	MISS ROJANAMARAT KONGKEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	CODE 43620274

รูปที่ 4.1-28 แผนภาพแสดงข้อมูลของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

- Chapter 1
 - Source of Project
 - Point of design
 - Scope of design
- Chapter 2
 - Company Data
 - Product Data
 - Marketing Data
 - Brand Analysis
 - Sweet Analysis
 - Marketing Mix strategy
 - Competitors
 - Competitor Comparison
 - Brand Positioning
 - Target Group
 - Design Requirement
 - Unique Selling Point
- Chapter 3
 - Design Concept
 - Function Sketch
 - Structure Sketch
 - Graphic Sketch
 - Primary Design
 - Development Design
 - Final Design

Product Data

เฉพาะสินค้าในกระดาษของผลิตภัณฑ์ในกระดาษ

80% Europe Style

1 Cookies
2 Cake
3 Bread
4 Donut
5 Pie
6 Donut
7 Pur
8 Cream-Pur

10% Thai Style

1 Milk
2 Donut
3 Cream-Pur
4 Cream-Pur

10% Chinese Style

ขนมปังขาว
ขนมปังขาว
ขนมปังขาว
ขนมปังขาว

○ Can do it
○ Can't do it

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KM CHUA TRADING LTD. PSHR

Product Data

29

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
FACULTY OF ARCHITECTURE	MISS ROJANAMARAT KONGKEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	CODE 43620274

รูปที่ 4.1-29 แผนภาพแสดงข้อมูลของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Chapter 1
Source of Project
Point of design
Scope of design

Chapter 2
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
Swot Analysis
Marketing Mix Strategy
Competitors
Comparison Comparison
Brand Positioning
Target Group
Design Requirement
Unique Selling Point

Chapter 3
Design Concept
Function Sketch
Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design

Product Data

PRODUCT DATA ลักษณะ-ทนายภาพ

- 1. Plain Flour: เป็นสีขาว ที่ละเอียด
- 2. Premium Flour: เป็นสีขาว ที่ละเอียดกว่า แป้งสาลีชนิดอื่น มีโปรตีนสูง
- 3. Butter: เป็นสีเหลือง มีไขมันทั้งหมด 80%
- 4. Margarine: เป็นสีเหลือง มีไขมันทั้งหมด 80%
- 5. Plain Flour: เป็นสีขาว ที่ละเอียด
- 6. SP: เป็นสีน้ำตาลอ่อน ที่ละเอียด
- 7. Plain Flour: เป็นสีขาว ที่ละเอียด
- 8. Colour & Flavour: สีส้มแดง ที่ละเอียด
- 9. Chocolate: เป็นสีน้ำตาล ที่ละเอียด
- 10. White Cream: เป็นสีขาว ที่ละเอียด
- 11. Jam: เป็นสีน้ำตาล ที่ละเอียด
- 12. Fruit Cream: เป็นสีน้ำตาล ที่ละเอียด
- 13. Jelly: เป็นสีน้ำตาล ที่ละเอียด
- 14. Icing Sugar: เป็นสีขาว ที่ละเอียด
- 15. Syrup: เป็นสีน้ำตาล ที่ละเอียด
- 16. Topping: เป็นสีน้ำตาล ที่ละเอียด

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD., PSHP

Product Data 30

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN

MSS ROOLANARAT KONGKREW
CODE 4302074

รูปที่ 4.1-30 แผนภาพแสดงข้อมูลลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

Chapter 1
Source of Project
Point of design
Scope of design

Chapter 2
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
Swot Analysis
Marketing Mix Strategy
Competitors
Comparison Comparison
Brand Positioning
Target Group
Design Requirement
Unique Selling Point

Chapter 3
Design Concept
Function Sketch
Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design

Requirement

Design Requirement

CONTAINMENT & PROTECTION

ลักษณะ-ทนายภาพ + สารเคมี + จำนวนไขมัน = บรรจุสินค้าโดยซองพลาสติก อัดอากาศและป้องกันการปนเปื้อน

EXSAMPLE 1. แครกช็อคโกแลต

ลักษณะ-ทนายภาพ + สารเคมี + จำนวนไขมัน

บรรจุภัณฑ์	ขนาดบรรจุ
ถุง	1000 g
พลาสติก	400 g

ลักษณะ-ทนายภาพ + สารเคมี + จำนวนไขมัน

บรรจุภัณฑ์	ขนาดบรรจุ
ถุง	400 g
พลาสติก	250 g

ลักษณะ-ทนายภาพ + สารเคมี + จำนวนไขมัน

บรรจุภัณฑ์	ขนาดบรรจุ
ถุง	250 g
พลาสติก	250 g

สรุปบรรจุภัณฑ์หลักในโครงการ

ถุงพลาสติก	1	14
ซองพลาสติก	3	10 7 8
ซองพลาสติก	2	13
กระดาษพลาสติก	4	5 6
	9	10
ซองพลาสติก	11	12
กระดาษ	12	

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD., PSHP

Design Requirement 31

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN

MSS ROOLANARAT KONGKREW
CODE 4302074

รูปที่ 4.1-31 แผนภาพแสดงข้อมูลความต้องการของผลิตภัณฑ์ด้านภากรบรรจุและภากรปกป้องสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Chapter 1
- Source of Project
- Point of design
- Scope of design
- Chapter 2
- Company Data
- Product Data
- Marketing Data
- Brand Analysis
- Swot Analysis
- Marketing Mix Strategy
- Competors
- Competition Comparison
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Unique Selling Point
- Chapter 3
- Design Concept
- Function Sketch
- Structure Sketch
- Graphic Sketch
- Pilmary Design
- Development Design
- Final Design

Design Requirement

Requirement CONVENIENCE

CONCEPT บรรจุภัณฑ์ที่สะดวกสำหรับผลิตภัณฑ์คุกกี้ในการใช้งาน และรูปแบบบรรจุภัณฑ์

ขอบข่ายการออกแบบ

บรรจุภัณฑ์ + อุปกรณ์ในการใช้งาน + ideo ในการใช้งาน + บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบด้วย ภาพความสะดวก

ข้อมูลผลิตภัณฑ์

ประเภท	ชื่อสินค้า	บรรจุภัณฑ์
1. สบู่	สบู่	ซองกระดาษ
2. แป้ง	แป้ง	ซองกระดาษ
3. คุกกี้	คุกกี้	ซองกระดาษ

ideo ในการใช้งาน

1. ความสะดวก
2. การพกพา
3. ราคา
4. การผลิต
5. วัสดุ
6. จำนวนบรรจุภัณฑ์

รูปแบบการออกแบบ

- บรรจุภัณฑ์ + คุกกี้
- บรรจุภัณฑ์ + แป้ง
- บรรจุภัณฑ์ + สบู่
- บรรจุภัณฑ์ + คุกกี้
- บรรจุภัณฑ์ + คุกกี้

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD., PSHP

Design Requirement 32

KING MONKIL'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE MISS RODJANARAT KONGKIEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN CODE 43020274

รูปที่ 4.1-32 แผ่นภาพแสดงข้อมูลความต้องการของผลิตภัณฑ์ด้านการอำนวยความสะดวก

- Chapter 1
- Source of Project
- Point of design
- Scope of design
- Chapter 2
- Company Data
- Product Data
- Marketing Data
- Brand Analysis
- Swot Analysis
- Marketing Mix Strategy
- Competors
- Competition Comparison
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Unique Selling Point
- Chapter 3
- Design Concept
- Function Sketch
- Structure Sketch
- Graphic Sketch
- Pilmary Design
- Development Design
- Final Design

Material & Process

Material & Process


วัสดุภัณฑ์บรรจุภัณฑ์

① พลาสติก

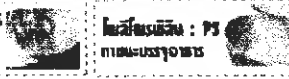
โพลีเอทิลีน : PE
ซอง กระดาษ คุกกี้




โพลีไวนิลคลอไรด์ : PVC
ซอง คุกกี้



โพลีโพรพิลีน : PP
ซอง-บรรจุภัณฑ์



โพลีเอทิลีน : PE
ซอง-บรรจุภัณฑ์



② กระดาษ

เยลลี่
กระดาษซอง

โพลีเอทิลีน
ซอง-บรรจุภัณฑ์

โพลีโพรพิลีน
ซอง-บรรจุภัณฑ์

โพลีเอทิลีน
ซอง-บรรจุภัณฑ์

③ โลหะ

แผ่นรีด
ซอง-บรรจุภัณฑ์

อะลูมิเนียม
ซอง-บรรจุภัณฑ์

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD., PSHP

Material & Process 33

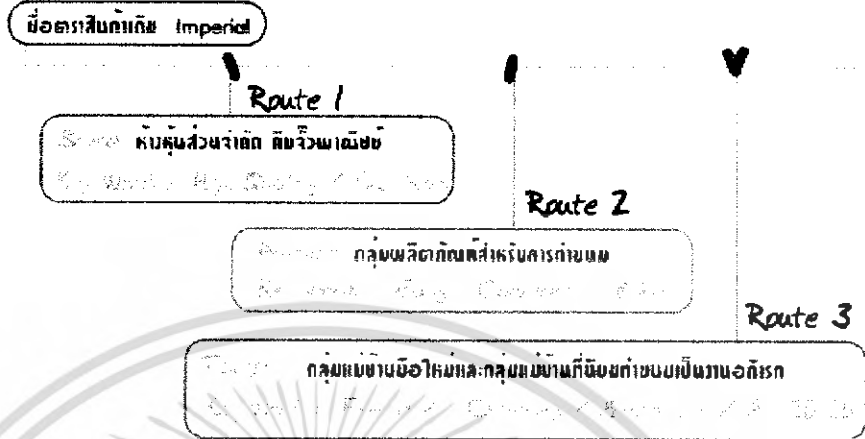
KING MONKIL'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE MISS RODJANARAT KONGKIEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN CODE 43020274

รูปที่ 4.1-33 แผ่นภาพแสดงข้อมูลด้านวัสดุและกรรมวิธีการผลิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้ 190

- Chapter 1.
- Source of Project
- Point of design
- Scope of design
- Chapter 2.
- Company Data
- Product Data
- Marketing Data
- Brand Analysis
- Swot Analysis
- Marketing Mix Strategy
- Competitors
- Competition Comparison
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Unique Selling Point
- Chapter 3.
- *Design Concept
- Function Sketch
- Structure Sketch
- Graphic Sketch
- Primary Design
- Development Design
- Final Design

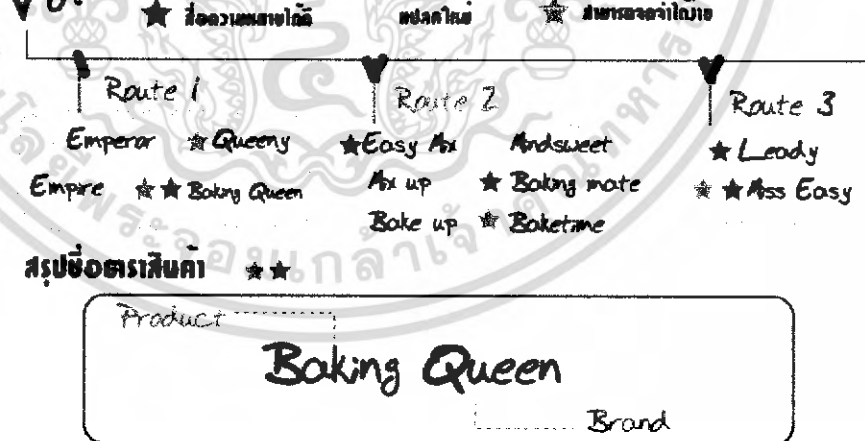
แนวทาบในการตั้งชื่อสินค้า (Brand Name)



รูปที่ 4.1-34 แผนภาพแสดงแนวทางในการตั้งชื่อตราสินค้าใหม่

- Chapter 1.
- Source of Project
- Point of design
- Scope of design
- Chapter 2.
- Company Data
- Product Data
- Marketing Data
- Brand Analysis
- Swot Analysis
- Marketing Mix Strategy
- Competitors
- Competition Comparison
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Unique Selling Point
- Chapter 3.
- *Design Concept
- Function Sketch
- Structure Sketch
- Graphic Sketch
- Primary Design
- Development Design
- Final Design

แนวทาบในการเลือกชื่อตราสินค้า

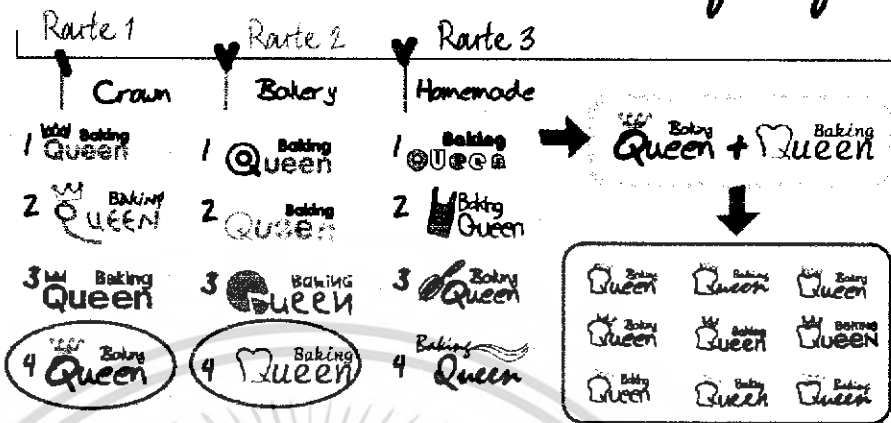


รูปที่ 4.1-35 แผนภาพแสดงแนวทางในการตั้งชื่อตราสินค้าใหม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Chapter 1
- Source of Project
- Point of design
- Scope of design
- Chapter 2
- Company Data
- Product Data
- Marketing Data
- Brand Analysis
- Swot Analysis
- Marketing Mix Strategy
- Competitors
- Competitor Comparison
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Unique Selling Point
- Chapter 3
- Design Concept
- Function Sketch
- Structure Sketch
- Graphic Sketch
- Primary Design
- Development Design
- Final Design

Design Logo



PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KM CHUA TRADING LTD., PSHP

Design Logo

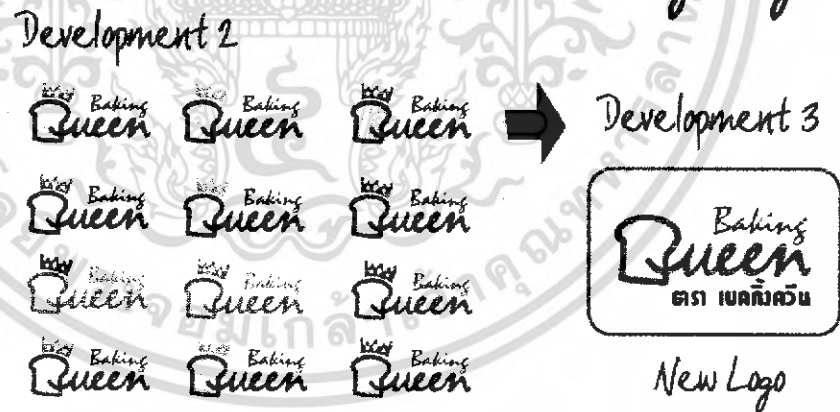
36

KING MONGKUTS INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE MISS RODJANARAI KONGKIEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN CODE 4322274

รูปที่ 4.1-36 แผนภาพแสดงขั้นตอนการออกแบบโลโก้ตราสินค้า

- Chapter 1
- Source of Project
- Point of design
- Scope of design
- Chapter 2
- Company Data
- Product Data
- Marketing Data
- Brand Analysis
- Swot Analysis
- Marketing Mix Strategy
- Competitors
- Competitor Comparison
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Unique Selling Point
- Chapter 3
- Design Concept
- Function Sketch
- Structure Sketch
- Graphic Sketch
- Primary Design
- Development Design
- Final Design

Design Logo



PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KM CHUA TRADING LTD., PSHP

Design Logo

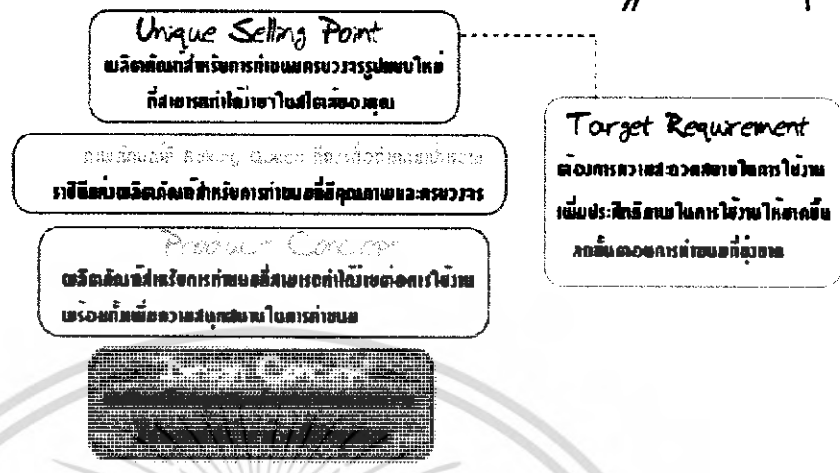
37

KING MONGKUTS INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE MISS RODJANARAI KONGKIEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN CODE 4322274

รูปที่ 4.1-37 แผนภาพแสดงขั้นตอนการพัฒนาแบบโลโก้ตราสินค้า

- Chapter 1
- Source of Project
- Point of design
- Scope of design
- Chapter 2
- Company Data
- Product Data
- Marketing Data
- Brand Analysis
- Swot Analysis
- Marketing Mix strategy
- Competition
- Competition Comparison
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Unique Selling Point
- Chapter 3
- Design Concept
- Function Sketch
- Structure Sketch
- Graphic Sketch
- Primary Design
- Development Design
- Final Design

Design Concept



PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD., PSNP

Design Concept

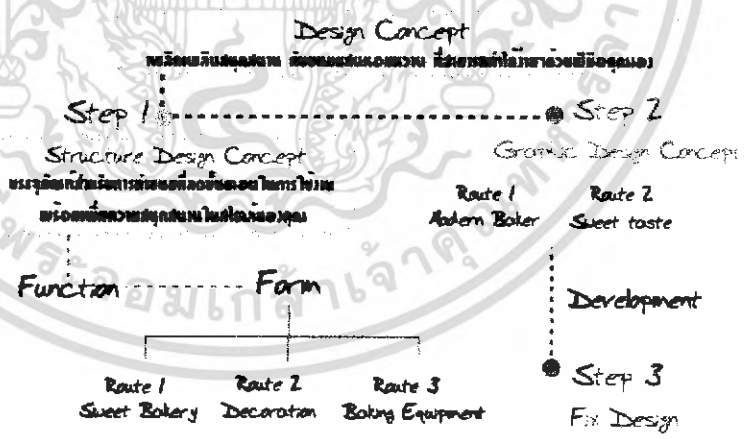
38

KING MONGLU'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE MISS RODJANARAT KONGKEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN CODE 4302274

รูปที่ 4.1-38 แผนภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบขั้นแบบร่าง

- Chapter 1
- Source of Project
- Point of design
- Scope of design
- Chapter 2
- Company Data
- Product Data
- Marketing Data
- Brand Analysis
- Swot Analysis
- Marketing Mix strategy
- Competition
- Competition Comparison
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Unique Selling Point
- Chapter 3
- Design Concept
- Function Sketch
- Structure Sketch
- Graphic Sketch
- Primary Design
- Development Design
- Final Design

Design Process



PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD., PSNP

Design Process

39

KING MONGLU'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE MISS RODJANARAT KONGKEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN CODE 4302274

รูปที่ 4.1-39 แผนภาพแสดงขั้นตอนแนวความคิดในการออกแบบขั้นแบบร่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Chapter 1
- Source of Project
- Point of design
- Scope of design
- Chapter 2:
- Company Data
- Product Data
- Marketing Data
- Brand Analysis
- Swot Analysis
- Marketing Mix Strategy
- Competitors
- Competition Comparison
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Unique selling Point
- Chapter 3
- Design Concept
- *Function Sketch
- Structure Sketch
- Graphic Sketch
- Primary Design
- Development Design
- Final Design

Step 1 * * * Function Design
 Concept Design
 Easy by yourself
 สามารถใช้ภาษาของตัวเอง

Baking Equipment in packaging

บรรจุภัณฑ์ที่สามารถพิมพ์ที่เป็นอุปกรณ์ในการทำขนมได้
 โดยศึกษาถึงอุปกรณ์ที่ใช้ในการทำขนมที่สอดคล้องเฉพาะเหมาะสำหรับตัวผลิตภัณฑ์



PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD., P&HP

Design Function

40

KING MONKJIT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
FACULTY OF ARCHITECTURE	MISS RODJANARAT KONGKEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	CODE 4302074

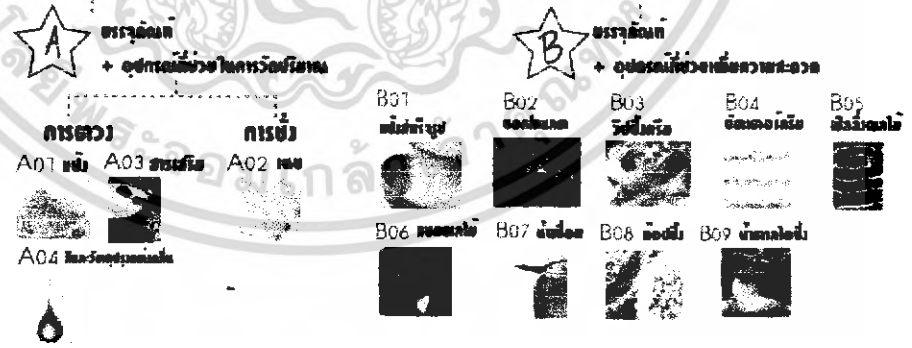
รูปที่ 4.1-40 แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบลักษณะการใช้งาน

- Chapter 1
- Source of Project
- Point of design
- Scope of design
- Chapter 2:
- Company Data
- Product Data
- Marketing Data
- Brand Analysis
- Swot Analysis
- Marketing Mix Strategy
- Competitors
- Competition Comparison
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Unique selling Point
- Chapter 3
- Design Concept
- *Function Sketch
- Structure Sketch
- Graphic Sketch
- Primary Design
- Development Design
- Final Design

Design Function

บรรจุภัณฑ์ที่สามารถพิมพ์ที่เป็นอุปกรณ์ในการทำขนม

สามารถหาซื้อได้ตามร้านอุปกรณ์ทำขนม



PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD., P&HP

Design Function

41

KING MONKJIT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
FACULTY OF ARCHITECTURE	MISS RODJANARAT KONGKEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	CODE 4302074

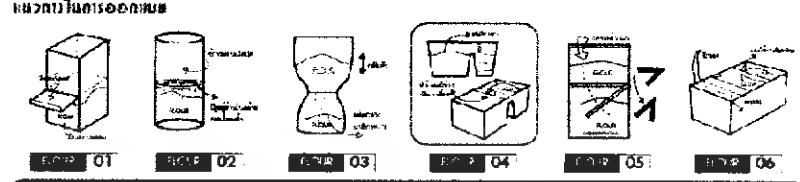
รูปที่ 4.1-41 แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบลักษณะการใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Chapter 1
- Source of Project
- Point of design
- Scope of design
- Chapter 2
- Company Data
- Product Data
- Marketing Data
- Brand Analysis
- Swot Analysis
- Marketing Mix Strategy
- Competitor
- Comparison Comparison
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Unique Selling Point
- Chapter 3
- Design Concept
- *Function Sketch
- Structure Sketch
- Graphic Sketch
- Primary Design
- Development Design
- Final Design

บรรจุภัณฑ์ + อุปกรณ์ช่วยขนในสารวักรัสนิยม A01

ชนิดผลิตภัณฑ์	ลักษณะสินค้า/ประเภท	ลักษณะบรรจุภัณฑ์	หน่วยวัด	รูปถ่ายตัวอย่างผลิตภัณฑ์
แป้ง	ถุง	ถุง	ถุง 500 กรัม	บรรจุภัณฑ์



เกณฑ์ในการตัดสินผลงาน	แบบที่ 01	แบบที่ 02	แบบที่ 03	แบบที่ 04	แบบที่ 05	แบบที่ 06
1. ความสวยงามในโครงร่าง	2	3	2	3	2	4
2. ความเหมาะสมในโครงร่าง	2	3	2	4	2	3
3. ความสะดวกในการใช้งาน	2	2	4	4	3	3
4. การสื่อสารข้อมูล	1	4	3	3	2	2
5. ความเหมาะสมในการวัดปริมาณ	3	2	3	3	3	3
รวมคะแนน	10	14	14	17	12	15

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD., P&P

Function Design

42

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
 FACULTY OF ARCHITECTURE
 DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN

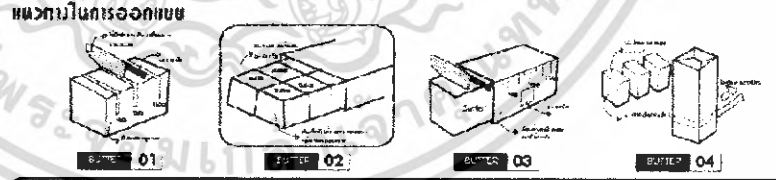
MRS. RODJANARAT KONGREW
 CODE 43020274

รูปที่ 4.1-42 แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์แป้ง

- Chapter 1
- Source of Project
- Point of design
- Scope of design
- Chapter 2
- Company Data
- Product Data
- Marketing Data
- Brand Analysis
- Swot Analysis
- Marketing Mix Strategy
- Competitor
- Comparison Comparison
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Unique Selling Point
- Chapter 3
- Design Concept
- *Function Sketch
- Structure Sketch
- Graphic Sketch
- Primary Design
- Development Design
- Final Design

บรรจุภัณฑ์ + อุปกรณ์ช่วยขนในสารวักรัสนิยม A02

ชนิดผลิตภัณฑ์	ลักษณะสินค้า/ประเภท	ลักษณะบรรจุภัณฑ์	หน่วยวัด	รูปถ่ายตัวอย่างผลิตภัณฑ์
เนย	ซอง/หีบ	หีบ	หีบ 250 กรัม	บรรจุภัณฑ์



เกณฑ์ในการตัดสินผลงาน	แบบที่ 01	แบบที่ 02	แบบที่ 03	แบบที่ 04
1. ความสวยงามในโครงร่าง	3	4	3	3
2. ความเหมาะสมในโครงร่าง	4	4	3	4
3. ความสะดวกในการใช้งาน	2	3	3	3
4. การสื่อสารข้อมูล	1	2	3	1
5. ความเหมาะสมในการวัดปริมาณ	2	3	3	4
รวมคะแนน	12	16	15	15

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD., P&P

Function Design

43

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
 FACULTY OF ARCHITECTURE
 DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN

MRS. RODJANARAT KONGREW
 CODE 43020274

รูปที่ 4.1-43 แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์เนย

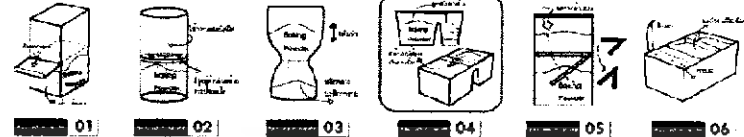
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Chapter 1
- Source of Project
- Point of design
- Scope of design
- Chapter 2
- Company Data
- Product Data
- Marketing Data
- Brand Analysis
- Swot Analysis
- Marketing Mix Strategy
- Competition
- Competition Comparison
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Unique Selling Point
- Chapter 3
- Design Concept
- *Function Sketch
- Structure Sketch
- Graphic Sketch
- Primary Design
- Development Design
- Final Design

บรรจุภัณฑ์ + อุปกรณ์ช่วยในครัวเรือน A03

ผลิตภัณฑ์	ลักษณะสภาพภายนอก	ลักษณะครัวเรือน	หัวข้อที่ใช้	จุดขายของผลิตภัณฑ์
แม่พิมพ์ มีด สำหรับ food market	รูป	รูป	รูป	รูป

แนวทาบในการออกแบบ



เงื่อนไขในการเลือกข้อ	ข้อที่ 01	ข้อที่ 02	ข้อที่ 03	ข้อที่ 04	ข้อที่ 05	ข้อที่ 06
1.ความสอดคล้องกับธีม	2	3	2	3	2	4
2.ความสวยงามในารผลิต	2	3	2	4	2	3
3.สอดคล้องกับธีม	2	2	4	4	3	3
4.การเลือกใช้สี	1	4	3	3	2	2
5.ความเหมาะสมในครัวเรือน	3	2	3	3	3	3
รวมคะแนน	10	14	14	17	12	15

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KM CHUA TRADING LTD., P&P

Function Design 44

KING MONGKUTS INSTITUTE OF TECHNOLOGY LAJIKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE MISS RODANARAT KONGKEW
DIVISION OF PLASTIC DESIGN CODE 4302074

รูปที่ 4.1-44 แผนภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์สารเสริมคุณภาพ

- Chapter 1
- Source of Project
- Point of design
- Scope of design
- Chapter 2
- Company Data
- Product Data
- Marketing Data
- Brand Analysis
- Swot Analysis
- Marketing Mix Strategy
- Competition
- Competition Comparison
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Unique Selling Point
- Chapter 3
- Design Concept
- *Function Sketch
- Structure Sketch
- Graphic Sketch
- Primary Design
- Development Design
- Final Design

บรรจุภัณฑ์ + อุปกรณ์ช่วยในครัวเรือน A04

ผลิตภัณฑ์	ลักษณะสภาพภายนอก	ลักษณะครัวเรือน	หัวข้อที่ใช้	จุดขายของผลิตภัณฑ์
สีกวาดฝุ่น พัดลม	รูป	รูป	รูป	รูป

แนวทาบในการออกแบบ



เงื่อนไขในการเลือกข้อ	ข้อที่ 01	ข้อที่ 02	ข้อที่ 03	ข้อที่ 04	ข้อที่ 05	ข้อที่ 06
1.ความสอดคล้องกับธีม	3	4	3	4	4	2
2.ความสวยงามในารผลิต	2	3	3	3	4	3
3.สอดคล้องกับธีม	3	2	3	3	3	2
4.การเลือกใช้สี	2	4	2	3	3	1
5.ความเหมาะสมในครัวเรือน	3	1	2	2	4	1
รวมคะแนน	13	14	13	15	18	9

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KM CHUA TRADING LTD., P&P

Function Design 45

KING MONGKUTS INSTITUTE OF TECHNOLOGY LAJIKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE MISS RODANARAT KONGKEW
DIVISION OF PLASTIC DESIGN CODE 4302074

รูปที่ 4.1-45 แผนภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์วัตถุปรุงแต่งสี

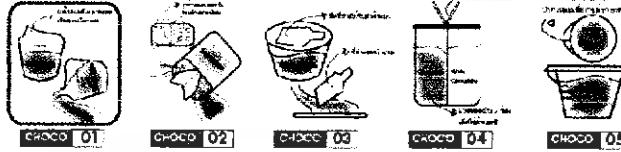
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Chapter 1
- Source of Project
- Point of design
- Scope of design
- Chapter 2
- Company Data
- Product Data
- Marketing Data
- Brand Analysis
- SWOT Analysis
- Marketing Mix Strategy
- Competition
- Competition Comparison
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Unique Selling Point
- Chapter 3
- Design Concept
- *Function Sketch
- Structure Sketch
- Graphic Sketch
- Primary Design
- Development Design
- Final Design

บรรจุภัณฑ์ + อุปกรณ์ช่วยเพิ่มความสะดวก B02

ผลิตภัณฑ์	ลักษณะบรรจุภัณฑ์	ลักษณะการใช้งาน	อุปกรณ์ช่วย	จุดประสงค์ของการใช้งาน
ช็อกโกแลต	ซองห่อ	ตลับช็อกโกแลต	ถุงมือ	บรรจุภัณฑ์
หรือคัพ				เพิ่มความสะดวกในการกิน

แนวคิดในการออกแบบ



เงื่อนไขในการเลือกข้อ	ข้อที่ 01	ข้อที่ 02	ข้อที่ 03	ข้อที่ 04	ข้อที่ 05
1.ความสะดวกในการใช้งาน	3	3	3	3	3
2.ความสวยงามในบรรจุภัณฑ์	3	3	3	2	3
3.ขั้นตอนในการใช้งาน	3	3	3	3	4
4.ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์	4	3	3	2	3
5.ความเหมาะสมของอุปกรณ์ช่วยในการใช้งาน	4	4	4	4	1
รวมคะแนน	17	17	16	14	14

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHIA TRADING LTD., P&AP

Function Design 46

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY JADIKRABANG
 FACULTY OF ARCHITECTURE MISS RODJANARAT KONGKIEW
 DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN CODE 4320274

รูปที่ 4.1-46 แผนภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์ช็อกโกแลต

- Chapter 1
- Source of Project
- Point of design
- Scope of design
- Chapter 2
- Company Data
- Product Data
- Marketing Data
- Brand Analysis
- SWOT Analysis
- Marketing Mix Strategy
- Competition
- Competition Comparison
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Unique Selling Point
- Chapter 3
- Design Concept
- *Function Sketch
- Structure Sketch
- Graphic Sketch
- Primary Design
- Development Design
- Final Design

บรรจุภัณฑ์ + อุปกรณ์ช่วยเพิ่มความสะดวก B03

ผลิตภัณฑ์	ลักษณะบรรจุภัณฑ์	ลักษณะการใช้งาน	อุปกรณ์ช่วย	จุดประสงค์ของการใช้งาน
ยาล้างมือ	ฝอย	เมทริกซ์ของเหลว	ถุงมือ	บรรจุภัณฑ์
				เพิ่มความสะดวก

แนวคิดในการออกแบบ



เงื่อนไขในการเลือกข้อ	ข้อที่ 01	ข้อที่ 02	ข้อที่ 03	ข้อที่ 04
1.ความสะดวกในการใช้งาน	3	4	2	4
2.ความสวยงามในบรรจุภัณฑ์	1	3	2	3
3.ขั้นตอนในการใช้งาน	3	4	2	3
4.ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์	3	3	3	3
5.ความเหมาะสมของอุปกรณ์ช่วยในการใช้งาน	3	3	2	3
รวมคะแนน	13	17	11	16

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHIA TRADING LTD., P&AP

Function Design 47

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY JADIKRABANG
 FACULTY OF ARCHITECTURE MISS RODJANARAT KONGKIEW
 DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN CODE 4320274

รูปที่ 4.1-47 แผนภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์ยาล้างมือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Chapter 1
- Source of Project
- Point of design
- Scope of design
- Chapter 2
- Company Data
- Product Data
- Marketing Data
- Brand Analysis
- Swot Analysis
- Marketing Mix Strategy
- Competitor
- Competitor Comparison
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Unique Selling Point
- Chapter 3
- Design Concept
- *Function Sketch
- Structure Sketch
- Graphic Sketch
- Primary Design
- Development Design
- Final Design

บรรจุภัณฑ์ + อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติมความสะอาด B04

ผลิตภัณฑ์	ลักษณะการออกแบบ	ลักษณะการใช้งาน	อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง	วัตถุประสงค์ของโครงการ/การใช้งาน
ยี่ตาเต๋อเต๋อเต๋อ	ครีม	ติดติดบนบนบน	ถ้วย	ยี่ตาเต๋อเต๋อเต๋อ

แนวทาบในเครื่องผสม



มือที่ใช้ในการทดลอง	แบบที่ O1	แบบที่ O2	แบบที่ O3	แบบที่ O4	แบบที่ O5
1.ความสะดวกในการใช้งาน	3	3	3	3	3
2.ความสวยงามในการผลิต	3	3	3	2	3
3.ขั้นตอนในการใช้งาน	4	3	3	3	4
4.เสริมความสะดวกในการใช้งาน	2	3	4	2	3
5.ความเหมาะสมของรูปทรงการใช้งาน	1	4	4	4	1
รวมทั้งหมด	13	16	17	14	14

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KM CHIA TRADING LTD., PSHIP

Function Design

48

KING MONSIEUR'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

FACULTY OF ARCHITECTURE

SCHOOL OF INDUSTRIAL DESIGN

MISS BOONJANARAT KONGKIEW

CODE 43020274

รูปที่ 4.1-48 แผนภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์ยี่ตาเต๋อเต๋อเต๋อ

- Chapter 1
- Source of Project
- Point of design
- Scope of design
- Chapter 2
- Company Data
- Product Data
- Marketing Data
- Brand Analysis
- Swot Analysis
- Marketing Mix Strategy
- Competitor
- Competitor Comparison
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Unique Selling Point
- Chapter 3
- Design Concept
- *Function Sketch
- Structure Sketch
- Graphic Sketch
- Primary Design
- Development Design
- Final Design

บรรจุภัณฑ์ + อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติมความสะอาด B05

ผลิตภัณฑ์	ลักษณะการออกแบบ	ลักษณะการใช้งาน	อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง	วัตถุประสงค์ของโครงการ/การใช้งาน
ยี่ตาเต๋อเต๋อเต๋อ	ครีม	ติดติดบนบนบน	ถ้วย	ยี่ตาเต๋อเต๋อเต๋อ

แนวทาบในเครื่องผสม



มือที่ใช้ในการทดลอง	แบบที่ O1	แบบที่ O2	แบบที่ O3	แบบที่ O4	แบบที่ O5
1.ความสะดวกในการใช้งาน	3	3	3	3	3
2.ความสวยงามในการผลิต	3	3	3	2	3
3.ขั้นตอนในการใช้งาน	4	3	3	3	4
4.เสริมความสะดวกในการใช้งาน	2	3	4	2	3
5.ความเหมาะสมของรูปทรงการใช้งาน	1	4	4	4	1
รวมทั้งหมด	13	16	17	14	14

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KM CHIA TRADING LTD., PSHIP

Function Design

49

KING MONSIEUR'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

FACULTY OF ARCHITECTURE

SCHOOL OF INDUSTRIAL DESIGN

MISS BOONJANARAT KONGKIEW

CODE 43020274

รูปที่ 4.1-49 แผนภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์ยี่ตาเต๋อเต๋อเต๋อ

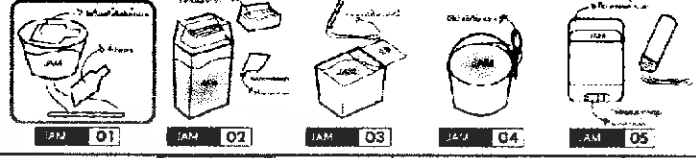
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Chapter 1:
Source of Project
Point of design
Scope of design
Chapter 2
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
Swot Analysis
Marketing Mix Strategy
Competition
Competitor Comparison
Brand Positioning
Target Group
Design Requirement
Unique Selling Point
Chapter 3
Design Concept
Function Sketch
Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design

บรรจุภัณฑ์ + อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องเพื่อความสวยงาม B06

ผลิตภัณฑ์	ลักษณะ/ประเภทของแพคเกจจิ้ง	ลักษณะ/การใช้งาน	อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง	สเปกตรัม/ข้อกำหนด/มาตรฐาน
ขนมเค้ก	ซองกระดาษ	ตกแต่งขนมเค้ก	ที่นำเค้ก	บรรจุภัณฑ์

แนวทางในการออกแบบ



เงื่อนไขในการออกแบบ	แบบที่ 01	แบบที่ 02	แบบที่ 03	แบบที่ 04	แบบที่ 05
1. ความสะดวกในการใช้งาน	3	4	3	3	4
2. ความสวยงาม/ประโยชน์	4	2	3	3	1
3. ความสะดวกในการใช้งาน	4	3	2	3	3
4. การประหยัดพื้นที่	3	3	2	2	2
5. ความเหมาะสมของอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง	2	3	2	2	3
รวมทั้งหมด	16	15	12	13	13

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KAM CHUA TRADING LTD., P&P

Function Design

50 KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE MISS RODJANARAT KONGKEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN CODE 4322274

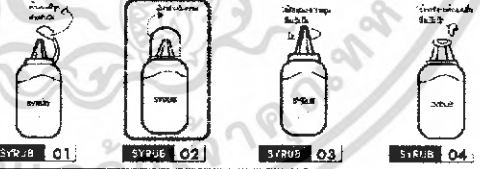
รูปที่ 4.1-50 แผนภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์ขนมเค้ก

Chapter 1:
Source of Project
Point of design
Scope of design
Chapter 2
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
Swot Analysis
Marketing Mix Strategy
Competition
Competitor Comparison
Brand Positioning
Target Group
Design Requirement
Unique Selling Point
Chapter 3
Design Concept
Function Sketch
Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design

บรรจุภัณฑ์ + อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องเพื่อความสวยงาม B07

ผลิตภัณฑ์	ลักษณะ/ประเภทของแพคเกจจิ้ง	ลักษณะ/การใช้งาน	อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง	สเปกตรัม/ข้อกำหนด/มาตรฐาน
น้ำเชื่อม	ซองพลาสติก	ตกแต่งขนมเค้ก	ที่บีบ/ฉีด	บรรจุภัณฑ์

แนวทางในการออกแบบ



เงื่อนไขในการออกแบบ	แบบที่ 01	แบบที่ 02	แบบที่ 03	แบบที่ 04
1. ความสะดวกในการใช้งาน	4	4	4	4
2. ความสวยงาม/ประโยชน์	3	3	2	2
3. ความสะดวกในการใช้งาน	2	4	3	3
4. การประหยัดพื้นที่	3	4	2	2
5. ความเหมาะสมของอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง	3	3	3	3
รวมทั้งหมด	15	18	14	14

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KAM CHUA TRADING LTD., P&P

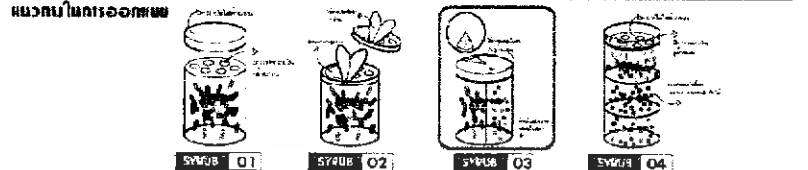
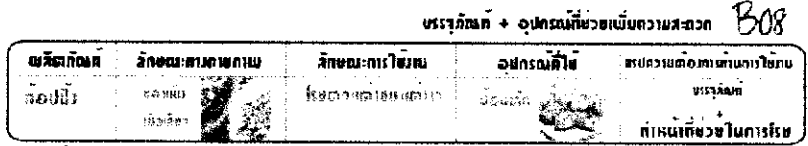
Function Design

51 KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE MISS RODJANARAT KONGKEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN CODE 4322274

รูปที่ 4.1-51 แผนภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์น้ำเชื่อม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Chapter 1
- Source of Project
- Point of design
- Scope of design
- Chapter 2
- Company Data
- Product Data
- Marketing Data
- Brand Analysis
- Swot Analysis
- Marketing Mix Strategy
- Competitors
- Competition Comparison
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Unique Selling Point
- Chapter 3
- Design Concept
- Function Sketch
- Structure Sketch
- Graphic Sketch
- Primary Design
- Development Design
- Final Design



เมื่อใช้ในการเลือกชม	ซองที่ 01	ซองที่ 02	ซองที่ 03	ซองที่ 04
1.ความสวยงามในการเขียน	4	4	4	3
2.ความสวยงามในการผลิต	4	3	3	3
3.วัสดุที่ใช้หรือพิมพ์	3	4	4	3
4.ต้นทุนหรือวัสดุ	2	4	3	3
5.ปริมาณหรือความเหมาะสมในการใช้	1	2	4	4
รวมคะแนน	14	17	18	16

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD., P&P

Function Design

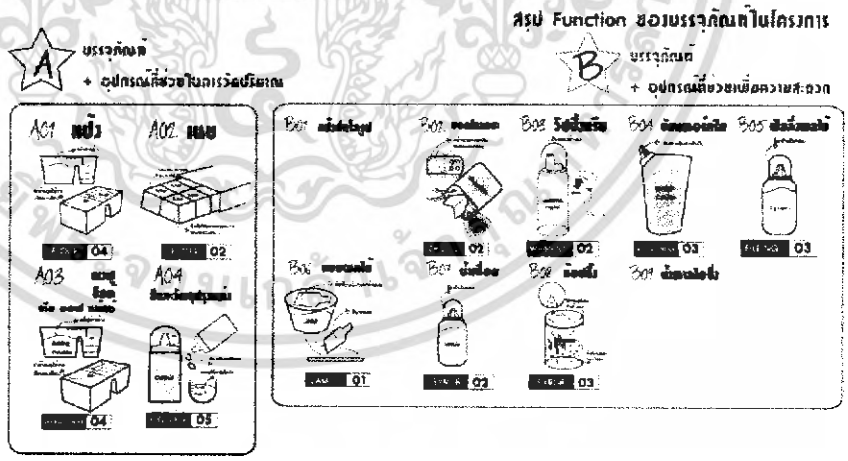
52

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN

MRS. RODJANARAT KONGKIEW
CODE 4320274

รูปที่ 4.1-52 แผนภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์ที่ข้อปั้ง

- Chapter 1
- Source of Project
- Point of design
- scope of design
- Chapter 2
- Company Data
- Product Data
- Marketing Data
- Brand Analysis
- Swot Analysis
- Marketing Mix Strategy
- Competition
- Competition Comparison
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Unique Selling Point
- Chapter 3
- Design Concept
- Function Sketch
- Structure Sketch
- Graphic Sketch
- Primary Design
- Development Design
- Final Design



PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD., P&P

Function Design

53

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN

MRS. RODJANARAT KONGKIEW
CODE 4320274

รูปที่ 4.1-53 แผนภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์ในโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Chapter 1
Source of Project
Point of design
Scope of design
Chapter 2
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
Swot Analysis
Marketing Mix Strategy
Competitors
Competitor Comparison
Brand Positioning
Target Group
Design Requirement
Unique Selling Point
Chapter 3
Design Concept
Function Sketch
* Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design

Route 1
Sweet Bakery

Route 2
Decoration

Structure Design

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD., P&P

Structure Design 54

KING MONSUKITS INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
FACULTY OF ARCHITECTURE	MISS BOONANARAT KONGKREW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	CODE 4520274

รูปที่ 4.1-54 แผนภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

Chapter 1
Source of Project
Point of design
Scope of design
Chapter 2
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
Swot Analysis
Marketing Mix Strategy
Competitors
Competitor Comparison
Brand Positioning
Target Group
Design Requirement
Unique Selling Point
Chapter 3
Design Concept
Function Sketch
* Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design

Route 1
Sweet Bakery

หมวดที่ 1

หมวดที่ 2

หมวดที่ 3

Structure Design 55

KING MONSUKITS INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
FACULTY OF ARCHITECTURE	MISS BOONANARAT KONGKREW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	CODE 4520274

รูปที่ 4.1-55 แผนภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์แนวทางที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Chapter 1
Source of Project
Point of design
Scope of design
Chapter 2
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
SWOT Analysis
Marketing Mix Strategy
Competitors
Comparison Comparison
Brand Positioning
Target Group
Design Requirement
Unique Selling Point
Chapter 3
Design Concept
Function Sketch
* Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design

Route 2 Decoration

หมวดหมู่ที่ 1
หมวดหมู่ที่ 2
หมวดหมู่ที่ 3
หมวดหมู่ที่ 4

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHIA TRADING LTD. P.56

Structure Design 56

KING MONKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
FACULTY OF ARCHITECTURE	MISS RODJANARAT KONGKEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	CODE 4302274

รูปที่ 4.1-56 แผนภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์แนวทางที่ 2

Chapter 1
Source of Project
Point of design
Scope of design
Chapter 2
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
SWOT Analysis
Marketing Mix Strategy
Competitors
Comparison Comparison
Brand Positioning
Target Group
Design Requirement
Unique Selling Point
Chapter 3
Design Concept
Function Sketch
* Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design

Route 1 หมวดหมู่ที่ 1

Route 2 หมวดหมู่ที่ 2

Development

Fix Design

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHIA TRADING LTD. P.57

Structure Design 57

KING MONKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
FACULTY OF ARCHITECTURE	MISS RODJANARAT KONGKEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	CODE 4302274

รูปที่ 4.1-57 แผนภาพแสดงการพัฒนาโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ขั้นตอนแบบร่าง

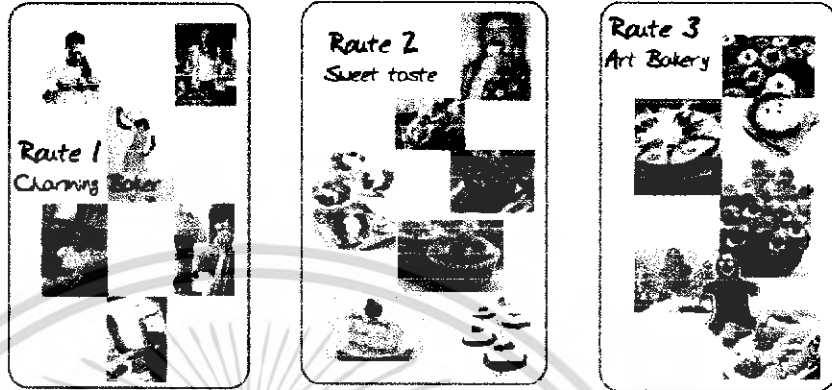
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Chapter 1
- Source of Project
- Point of design
- Scope of design
- Chapter 2
- Company Data
- Product Data
- Marketing Data
- Brand Analysis
- Sweet Analysis
- Marketing Mix Strategy
- Competitors
- Competitor Comparison
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Unique Selling Point
- Chapter 3
- Design Concept
- Function Sketch
- Structure Sketch
- Graphic Sketch
- Primary Design
- Development Design
- Final Design

Graphic

Step ② Graphic Design Concept

Design Concept **ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่แบบ คัสตมเบเกอรี่รสหวาน ที่สามารถใส่รสชาติด้วยฟิวเจอร์ซอง**



PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD., PSHIP

Graphic Design

58

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKABANG	
SCHOOL OF ARTS DESIGN	MISS RODJANARAT KONGKEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	CODE 43020274

รูปที่ 4.1-58 แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบกราฟฟิคบรรจุภัณฑ์

- Chapter 1
- Source of Project
- Point of design
- scope of design
- Chapter 2
- Company Data
- Product Data
- Marketing Data
- Brand Analysis
- Sweet Analysis
- Marketing Mix Strategy
- Competitor Comparison
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Unique Selling Point
- Chapter 3
- Design Concept
- Function Sketch
- Structure Sketch
- Graphic Sketch
- Primary Design
- Development Design
- Final Design



PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD., PSHIP

Graphic Design

59

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKABANG	
SCHOOL OF ARTS DESIGN	MISS RODJANARAT KONGKEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	CODE 43020274

รูปที่ 4.1-59 แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบกราฟฟิคบรรจุภัณฑ์แนวทางที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Chapter 1:
Source of Project
Point of design
Scope of design

Chapter 2:
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
Swot Analysis
Marketing Mix Strategy
Competitors
Competitor Comparison
Brand Positioning
Target Group
Design Requirement
Unique Selling Point

Chapter 3:
Design Concept
Function Sketch
Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design

Graphic Design

Route 2
Sweet taste



PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD., P&P

Graphic Design

60

KING MONKGUITS INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRAIBANG	
FACULTY OF ARCHITECTURE	M.SS.RODJANARAT KONGKEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	CODE 4302274

รูปที่ 4.1-60 แผนภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบกราฟฟิคบรรจุภัณฑ์แนวทางที่ 2

Chapter 1:
Source of Project
Point of design
Scope of design

Chapter 2:
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
Swot Analysis
Marketing Mix Strategy
Competitors
Competitor Comparison
Brand Positioning
Target Group
Design Requirement
Unique selling Point

Chapter 3:
Design Concept
Function Sketch
Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design

Graphic Design

Route 3
Art Bakery



PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD., P&P

Graphic Design

61

KING MONKGUITS INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRAIBANG	
FACULTY OF ARCHITECTURE	M.SS.RODJANARAT KONGKEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	CODE 4302274

รูปที่ 4.1-61 แผนภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบกราฟฟิคบรรจุภัณฑ์แนวทางที่ 3

Chapter 1
Source of Project
Point of design
Scope of design
Chapter 2
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
SWOT Analysis
Marketing Mix Strategy
Competitors
Consumer Comparison
Brand Positioning
Target Group
Design Requirement
Unique Selling Point
Chapter 3
Design Concept
Function Sketch
* Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design

เลือกหมวดที่ 1
เนื่องมีควาเขตตกต่ำจากคู่แข่งในตลาด

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHIA TRADING LTD., P&P

Graphic Design 62

KING MONJKUTS INSTITUTE OF TECHNOLOGY (LADKRABANG)	
FACULTY OF ARCHITECTURE	MISS. RODJANARAT KONGKEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	CODE 43020274

รูปที่ 4.1-62 แผ่นภาพแสดงการพิจารณาแบบกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์ขั้นตอนแบบร่าง

Chapter 1
Source of Project
Point of design
Scope of design
Chapter 2
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
SWOT Analysis
Marketing Mix Strategy
Competitors
Consumer Comparison
Brand Positioning
Target Group
Design Requirement
Unique Selling Point
Chapter 3
Design Concept
Function Sketch
* Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design

Design 1 Design 2 Design 3

เลือกหมวดที่ 3 ซึ่งมีลักษณะเป็นรูปผู้หญิง
อาสาสมัครรับเลี้ยงรูปแบบของเบเกอรี่คลอเคลีย
และกล่องกระดาษ Corporate Identity และผลิตภัณฑ์
ทั้งหมด

Development
ออกแบบภายใต้ธีมผู้หญิงดี
ภาพลักษณ์ที่อ่อนโยนแต่แข็งแรงและมีเอกลักษณ์
Keyword : Charming/Modern

Baking Queen

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHIA TRADING LTD., P&P

Graphic Design 63

KING MONJKUTS INSTITUTE OF TECHNOLOGY (LADKRABANG)	
FACULTY OF ARCHITECTURE	MISS. RODJANARAT KONGKEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	CODE 43020274

รูปที่ 4.1-63 แผ่นภาพแสดงพัฒนาแบบกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์ขั้นตอนแบบร่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Chapter 1:
Source of Project
Point of design
Scope of design
Chapter 2:
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
SWOT Analysis
Marketing Mix Strategy
Competitors
Comparison
Brand Positioning
Target Group
Design Requirement
Unique Selling Point
Chapter 3:
Design Concept
Function Sketch
Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design

Graphic Design

Lay - Out

Baking Queen Logo

Character

Picture

Realistic

Curve

Bread Flour

Cream of Tarts

ช็อคโกแลต (อังกฤษ)

ช็อคโกแลต (ไทย)

Background

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD., P&P

Graphic Design

64	KING MONSIEUR'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LAORABANG
	FACULTY OF ARCHITECTURE MISS RODJANARAT KONGKREW
	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN CODE 4320214

รูปที่ 4.1-64 แผ่นภาพแสดงการจัดวางองค์ประกอบกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์ขั้นตอนแบบร่าง

Chapter 1:
Source of Project
Point of design
Scope of design
Chapter 2:
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
SWOT Analysis
Marketing Mix Strategy
Competitors
Comparison
Brand Positioning
Target Group
Design Requirement
Unique Selling Point
Chapter 3:
Design Concept
Function Sketch
Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design

Graphic Design

Character 1

Cake Flour

All Purpose Flour

Bread Flour

Flour Flour

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD., P&P

Graphic Design

65	KING MONSIEUR'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LAORABANG
	FACULTY OF ARCHITECTURE MISS RODJANARAT KONGKREW
	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN CODE 4320214

รูปที่ 4.1-65 แผ่นภาพแสดงกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์ขั้นตอนแบบร่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Graphic Design

Chapter 1:
Source of Project
Point of design
Scope of design

Chapter 2:
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
Swot Analysis
Marketing Mix Strategy
Competition
Competition Comparison
Brand Positioning
Target Group
Design Requirement
Unique Selling Point

Chapter 3:
Design Concept
Function Sketch
Structure Sketch
* Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design

Character 2

Premixed Flour

Yeast

Character 3

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD., P.SHP

Graphic Design

66 KING MONKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE MISS RODANARAT KONGKIEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN CODE 4320274

รูปที่ 4.1-66 แผนภาพแสดงกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์ขั้นตอนแบบร่าง

Graphic Design

Chapter 1:
Source of Project
Point of design
Scope of design

Chapter 2:
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
Swot Analysis
Marketing Mix Strategy
Competition
Competition Comparison
Brand Positioning
Target Group
Design Requirement
Unique Selling Point

Chapter 3:
Design Concept
Function Sketch
Structure Sketch
* Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design

Character 4

Corn Syrup

Orange Fruit Jam

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD., P.SHP

Graphic Design

67 KING MONKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE MISS RODANARAT KONGKIEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN CODE 4320274

รูปที่ 4.1-67 แผนภาพแสดงกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์ขั้นตอนแบบร่าง

- Chapter 1
- Source of Project
- Point of design
- Scope of design
- Chapter 2
- Company Data
- Product Data
- Marketing Data
- Brand Analysis
- Swot Analysis
- Marketing Mix Strategy
- Competitors
- Consumer Composition
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Unique Selling Point
- Chapter 3
- Design Concept
- Function Sketch
- Structure Sketch
- Graphic Sketch
- Primary Design
- Development Design
- Final Design

Graphic Design

การใช้ภาพสื่อความหมาย



ไซในกาบหลัก



ไซในกรตโย



ไซในดรสขมบป



PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHIA TRADING LTD., P&P

Graphic Design

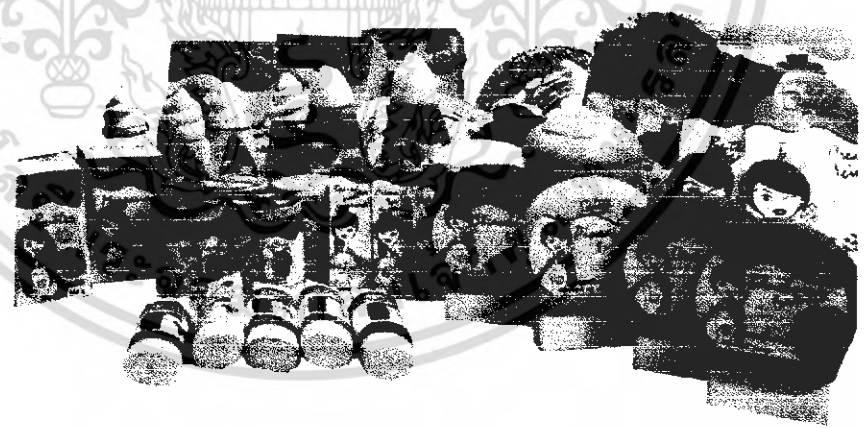
68

KING MONSIEUR'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
FACULTY OF ARCHITECTURE	MISS RODJANARAT KONGKEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	CODE: 4320274

รูปที่ 4.1-68. แผนภาพแสดงการใช้ภาพกราฟิกในการสื่อความหมายบนบรรจุภัณฑ์

- Chapter 1
- Source of Project
- Point of design
- Scope of design
- Chapter 2
- Company Data
- Product Data
- Marketing Data
- Brand Analysis
- Swot Analysis
- Marketing Mix Strategy
- Competitors
- Consumer Composition
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Unique Selling Point
- Chapter 3
- Design Concept
- Function Sketch
- Structure Sketch
- Graphic Sketch
- Primary Design
- Development Design
- Final Design

Primary Design



PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHIA TRADING LTD., P&P

Primary Design

69

KING MONSIEUR'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
FACULTY OF ARCHITECTURE	MISS RODJANARAT KONGKEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	CODE: 4320274

รูปที่ 4.1-69. แผนภาพแสดงภาพถ่ายหุ่นจำลองในชั้นแบบร่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Chapter 1
Source of Project
Point of design
Scope of design
Chapter 2
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
SWOT Analysis
Marketing Mix Strategy
Competitors
Competitor Comparison
Brand Positioning
Target Group
Design Requirement
Unique Selling Point
Chapter 3
Design Concept
Function Sketch
Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design

Unique Selling Point
แนวคิดเฉพาะสำหรับตราขนมคุกกี้
อร่อยยามเช้าเพื่อขนมปัง
▼
Brand Concept
"เขตกี้ววด" เดิมทีคือขนมปังแห้ง
เป็นขนมที่อร่อยที่สุด เปรียบด้วยคุณภาพ
▼
Product Concept
สะดวก ง่าย อร่อย หมดกังวล
เพื่อขนมปัง
▼
Design Concept
อร่อยยามเช้า นมสดได้ด้วยเทคนิคการหมัก

Target Requirement
มีอายุที่สั้นกว่าขนมปังอบธรรมดาอีก 10%
กำหนดให้มีคนเดียว
ใช้แค่ขนมปังอบธรรมดา
กำหนดในปริมาณน้อย
ความสะดวกในการใช้งาน
เพื่อรับประทานคนเดียว

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD., P&P

Development Concept Design 70

KING MONKUTS INSTITUTE OF TECHNOLOGY (AKKRABANG)	
FACULTY OF ARCHITECTURE	MISS RODJANARAT KONGKEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	CODE 4302274

รูปที่ 4.1-70 แผนภาพแสดงการพัฒนาแนวความคิดในการออกแบบขั้นสุดท้าย

Chapter 1
Source of Project
Point of design
Scope of design
Chapter 2
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
SWOT Analysis
Marketing Mix Strategy
Competitors
Competitor Comparison
Brand Positioning
Target Group
Design Requirement
Unique Selling Point
Chapter 3
Design Concept
Function Sketch
Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design

Design Concept
Simply Delicious with your Imagination magic
อร่อยยามเช้า นมสดได้ด้วยเทคนิคการหมัก

(Easy) ง่าย

Function
Easy by yourself
สามารถทำได้ด้วยตัวคุณเอง
Few Minute
ลดขั้นตอนในการใช้งาน

นมมิด (Magic)

Structure & Graphic Design

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD., P&P

Development Concept Design 71

KING MONKUTS INSTITUTE OF TECHNOLOGY (AKKRABANG)	
FACULTY OF ARCHITECTURE	MISS RODJANARAT KONGKEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	CODE 4302274

รูปที่ 4.1-71 แผนภาพแสดงการพัฒนาแนวความคิดในการออกแบบขั้นสุดท้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Chapter 1.
Source of Project
Point of design
Scope of design
Chapter 2.
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
SWOT Analysis
Marketing Mix Strategy
Competition
Consumer Connection
Brand Positioning
Target Group
Design Requirement
Unique Selling Point
Chapter 3
Design Concept
Function Sketch
Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design

Design idea
เม็สบู๊ต (Magic)

Rarte 1
Angel เม็สบู๊ต

Rarte 2
Wink ประทับบนเม็สบู๊ต

Rarte 3
Fairy Tale บ๊ิตบนเม็สบู๊ต

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD., PSHIP

Design Route 74

KING MONKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
FACULTY OF ARCHITECTURE	MISS RODJANARAT KONGKIEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	CODE 4302074

รูปที่ 4.1-74 แผนภาพแสดงแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นสุดท้าย

Chapter 1.
Source of Project
Point of design
Scope of design
Chapter 2.
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
SWOT Analysis
Marketing Mix Strategy
Competition
Consumer Connection
Brand Positioning
Target Group
Design Requirement
Unique Selling Point
Chapter 3
Design Concept
Function Sketch
Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design

Inspiration Board
Angel เม็สบู๊ต

sku

wing

magic

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD., PSHIP

Design Route 75

KING MONKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
FACULTY OF ARCHITECTURE	MISS RODJANARAT KONGKIEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	CODE 4302074

รูปที่ 4.1-75 แผนภาพแสดงแนวทางในการออกแบบแนวทางที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Chapter 1
Source of Project
Point of design
Scope of design
Chapter 2
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
SWOT Analysis
Marketing Mix Strategy
Competition
Comparison
Brand Positioning
Target Group
Design Requirement
Unique Selling Point
Chapter 3
Design Concept
Function Sketch
Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design

Structure Design Angle★

① sky
② wing
③ magic

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD. PSHF

Design Route 1 76

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
FACULTY OF ARCHITECTURE	MISS RODJANARAT KONGKEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	CODE 43020274

รูปที่ 4.1-76 แผนภาพแสดงแนวทางในการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์แนวทางที่ 1

Chapter 1
Source of Project
Point of design
Scope of design
Chapter 2
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
SWOT Analysis
Marketing Mix Strategy
Competition
Comparison
Brand Positioning
Target Group
Design Requirement
Unique Selling Point
Chapter 3
Design Concept
Function Sketch
Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD. PSHF

Structure Design Route 1 77

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
FACULTY OF ARCHITECTURE	MISS RODJANARAT KONGKEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	CODE 43020274

รูปที่ 4.1-77 แผนภาพแสดงแนวทางในการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์แนวทางที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Chapter 1
Source of Project
Point of design
Scope of design
Chapter 2
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
SWOT Analysis
Marketing Mix Strategy
Competitors
Competitor Comparison
Brand Positioning
Target Group
Design Requirement
Unique Selling Point
Chapter 3
Design Concept
Function Sketch
Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design

Inspiration Board
Wink
ประกาย

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD., P&P

Design Route 2

78	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRAIBANG
	FACULTY OF ARCHITECTURE
	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
	MISS RODJANARAT KONGKEW
	CODE 4320274

รูปที่ 4.1-78 แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบโครงสร้างแนวทางที่ 2

Chapter 1
Source of Project
Point of design
Scope of design
Chapter 2
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
SWOT Analysis
Marketing Mix Strategy
Competitors
Competitor Comparison
Brand Positioning
Target Group
Design Requirement
Unique Selling Point
Chapter 3
Design Concept
Function Sketch
Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design

Inspiration Board Wink
ประกาย

① star

② wink

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD., P&P

Design Route 2

79	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRAIBANG
	FACULTY OF ARCHITECTURE
	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
	MISS RODJANARAT KONGKEW
	CODE 4320274

รูปที่ 4.1-79 แผ่นภาพแสดงแนวทางในการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์แนวทางที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Chapter 1
Source of Project
Point of design
Scope of design
Chapter 2
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
Swot Analysis
Marketing Mix Strategy
Competition
Competitor Comparison
Brand Positioning
Target Group
Design Requirement
Unique Selling Point
Chapter 3
Design Concept
Function Sketch
Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design

Inspiration Board Tale

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD., P&WP

Design Route 3

80	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
	FACULTY OF ARCHITECTURE MISS RODJANARAT KONGKIEW
	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN CODE 4302074

รูปที่ 4.1-80 แผนภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบโครงสร้างแนวทางที่ 3

Chapter 1
Source of Project
Point of design
Scope of design
Chapter 2
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
Swot Analysis
Marketing Mix Strategy
Competition
Competitor Comparison
Brand Positioning
Target Group
Design Requirement
Unique Selling Point
Chapter 3
Design Concept
Function Sketch
Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design

Structure Design Tale*

① castle

② breadhouse

③ Breadman

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD., P&WP

Design Route 3

81	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
	FACULTY OF ARCHITECTURE MISS RODJANARAT KONGKIEW
	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN CODE 4302074

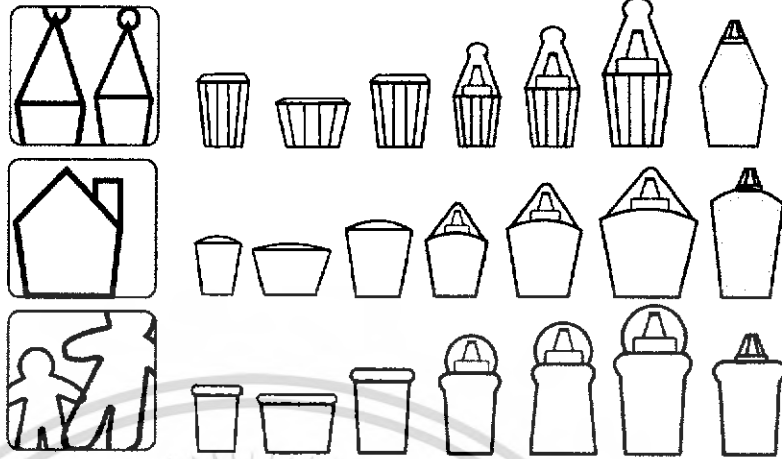
รูปที่ 4.1-81 แผนภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์แนวทางที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้ 214

Chapter 1
Source of Project
Point of design
Scope of design

Chapter 2
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
Swot Analysis
Marketing Mix Strategy
Competitors
Competition Comparison
Brand Positioning
Target Group
Design Requirement
Unique Selling Point

Chapter 3
Design Concept
Function Sketch
Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design



PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD. P.S.P

Design Route 3

82 KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE MISS RODJANARAT KONGKEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN CODE 43020274

รูปที่ 4.1-82 แผ่นภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์แนวทางที่ 3

Chapter 1
Source of Project
Point of design
Scope of design

Chapter 2
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
Swot Analysis
Marketing Mix Strategy
Competitors
Competition Comparison
Brand Positioning
Target Group
Design Requirement
Unique Selling Point

Chapter 3
Design Concept
Function Sketch
Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design



ชื่อผลิตภัณฑ์	หมวดหมู่ 1			หมวดหมู่ 2			หมวดหมู่ 3		คะแนน
	01	02	03	04	05	06	07	08	
1. ขนาดสีในกรวย	2	3	4	4	2	3	2	3	1
2. จุดดัดแปลงขวด	3	3	2	3	4	4	4	2	3
3. ความสวยงาม	3	3	2	2	4	3	1	3	3
4. ความเหมาะสม	2	3	4	3	2	3	4	3	1
5. ความเหมาะสมในการใช้	4	4	1	2	4	4	1	3	2
6. ข้อดีที่โดดเด่น	2	2	3	3	2	4	4	3	3
รวมคะแนน	34	31	31	35	42	47	35	36	

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD. P.S.P

Fix Design

83 KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE MISS RODJANARAT KONGKEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN CODE 43020274

รูปที่ 4.1-83 แผ่นภาพแสดงเลือกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ขั้นสุดท้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Chapter 1.
- Source of Project
- Point of design
- Scope of design
- Chapter 2.
- Company Data
- Product Data
- Marketing Data
- Brand Analysis
- SWOT Analysis
- Marketing Mix Strategy
- Competors
- Competition Comparison
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Unique Selling Point
- Chapter 3
- Design Concept
- Function Sketch
- Structure Sketch
- Graphic Sketch
- Primary Design
- Development Design
- Final Design

Step 3 * * * * * Graphic Design



PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD., P&P

Graphic Design

84

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
FACULTY OF ARCHITECTURE	MISS RODJANARAT KONGKEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	CODE 4302274

รูปที่ 4.1-84 แผนภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบกราฟฟิกขั้นสุดท้าย

- Chapter 1.
- Source of Project
- Point of design
- Scope of design
- Chapter 2.
- Company Data
- Product Data
- Marketing Data
- Brand Analysis
- SWOT Analysis
- Marketing Mix Strategy
- Competors
- Competition Comparison
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Unique Selling Point
- Chapter 3
- Design Concept
- Function Sketch
- Structure Sketch
- Graphic Sketch
- Primary Design
- Development Design
- Final Design



PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD., P&P

Image Direction

85

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
FACULTY OF ARCHITECTURE	MISS RODJANARAT KONGKEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	CODE 4302274

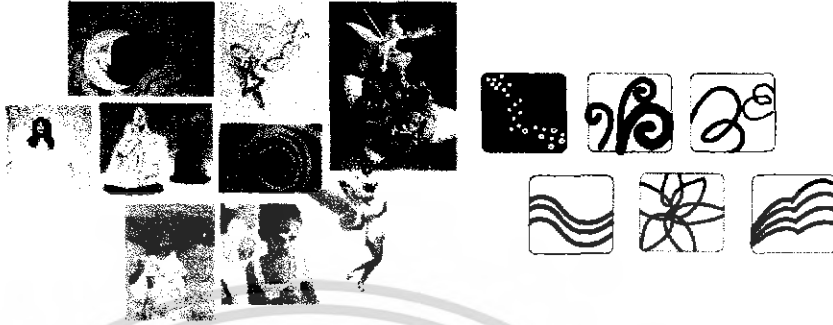
รูปที่ 4.1-85 แผนภาพแสดงแนวความคิดทิศทางในการออกแบบกราฟฟิก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Chapter 1
- Source of Project
- Point of design
- Scope of design
- Chapter 2:
- Company Data
- Product Data
- Marketing Data
- Brand Analysis
- Swot Analysis
- Marketing Mix Strategy
- Competitors
- Competition Comparison
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Unique Selling Point
- Chapter 3
- Design Concept
- Function Sketch
- Structure Sketch
- Graphic Sketch
- Primary Design
- Development Design
- Final Design

Inspiration Board

Angel



PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD., P.348

Inspiration Board

88	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
	FACULTY OF ARCHITECTURE
	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN

MISS RODJANARAT KONGKIEW
CODE 4320274

รูปที่ 4.1-88 แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบกราฟฟิกแนวทางที่ 2

- Chapter 1:
- Source of Project
- Point of design
- Scope of design
- Chapter 2:
- Company Data
- Product Data
- Marketing Data
- Brand Analysis
- Swot Analysis
- Marketing Mix Strategy
- Competitors
- Competition Comparison
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Unique Selling Point
- Chapter 3
- Design Concept
- Function Sketch
- Structure Sketch
- Graphic Sketch
- Primary Design
- Development Design
- Final Design

Angel

กิสต้าทวอยแมงกอส
กิสต้าทวอยแมงกอส



Alternative 1 Alternative 2 Alternative 3

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD., P.348

Route 1

89	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
	FACULTY OF ARCHITECTURE
	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN

MISS RODJANARAT KONGKIEW
CODE 4320274

รูปที่ 4.1-89 แผ่นภาพแสดงแนวทางในการออกแบบกราฟฟิกแนวทางที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Chapter 1:
Source of Project
Point of design
Scope of design

Chapter 2:
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
Swot Analysis
Marketing Mix Strategy
Competitors
Competitor Comparison
Brand Positioning
Target Group
Design Requirement
Unique Selling Point

Chapter 3:
Design Concept
Function Sketch
Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design

Inspiration Board
Wink

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD., PSHIP

Inspiration Board Route 2 90

KING MONS-KUTS INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
FACULTY OF ARCHITECTURE	MISS ROOJANARAT KONGKIEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	CODE 43020274

รูปที่ 4.1-90 แผนภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบกราฟฟิกแนวทางที่ 2

Chapter 1:
Source of Project
Point of design
Scope of design

Chapter 2:
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
Swot Analysis
Marketing Mix Strategy
Competitors
Competitor Comparison
Brand Positioning
Target Group
Design Requirement
Unique Selling Point

Chapter 3:
Design Concept
Function Sketch
Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
Final Design

Wink

ประกายหมย

Alternative 1 Alternative 2 Alternative 3 Alternative 4

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD., PSHIP

Route 2 91

KING MONS-KUTS INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
FACULTY OF ARCHITECTURE	MISS ROOJANARAT KONGKIEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	CODE 43020274

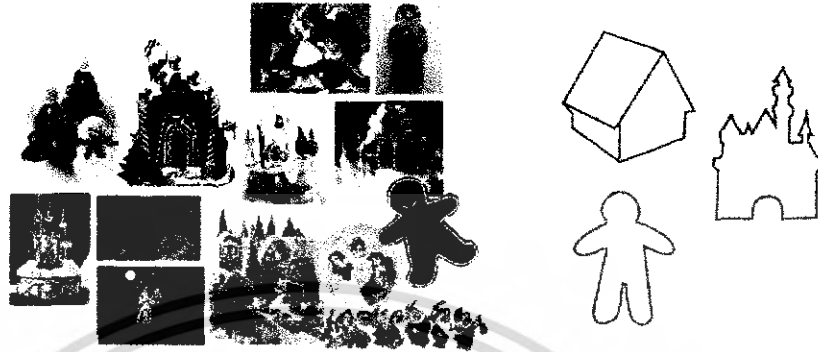
รูปที่ 4.1-91 แผนภาพแสดงแนวทางในการออกแบบกราฟฟิกแนวทางที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Chapter 1
- Source of Project
- Point of design
- Scope of design
- Chapter 2
- Company Data
- Product Data
- Marketing Data
- Brand Analysis
- Swot Analysis
- Marketing Mix Strategy
- Competition
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Unique Selling Point
- Chapter 3
- Design Concept
- Function Sketch
- Structure Sketch
- Graphic Sketch
- Primary Design
- Development Design
- Final Design

Inspiration Board Tale

นิทาน



PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD., P.SHP

Inspiration Board Rante 3 92

KING MONKGUITS INSTITUTE OF TECHNOLOGY (ADIRABANG)	
FACULTY OF ARCHITECTURE	MISS RODJANARAT KONGKIEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	CODE 43020274

รูปที่ 4.1-92 แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบกราฟฟิกแนวทางที่ 3

- Chapter 1
- Source of Project
- Point of design
- Scope of design
- Chapter 2
- Company Data
- Product Data
- Marketing Data
- Brand Analysis
- Swot Analysis
- Marketing Mix Strategy
- Competition
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Unique Selling Point
- Chapter 3
- Design Concept
- Function Sketch
- Structure Sketch
- Graphic Sketch
- Primary Design
- Development Design
- Final Design

Tale

นิทาน



Alternative 1 Alternative 2 Alternative 3

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD., P.SHP

Rante 3 93

KING MONKGUITS INSTITUTE OF TECHNOLOGY (ADIRABANG)	
FACULTY OF ARCHITECTURE	MISS RODJANARAT KONGKIEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	CODE 43020274

รูปที่ 4.1-93 แผ่นภาพแสดงแนวทางในการออกแบบกราฟฟิกแนวทางที่ 3

- Chapter 1:
- Source of Project
- Point of design
- Scope of design
- Chapter 2:
- Company Data
- Product Data
- Marketing Data
- Brand Analysis
- Swot Analysis
- Marketing Mix Strategy
- Competitors
- Competitor Comparison
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Unique Selling Point
- Chapter 3:
- Design Concept
- Function Sketch
- Structure Sketch
- Graphic Sketch
- Primary Design
- Development Design
- Final Design



เงื่อนไขการตัดสิน	01	02	03	04	05	06	07	08	09
1. ให้ออกแบบแพคเกจจิ้ง	2	3	4	4	2	3	2	3	1
2. ความสวยงามของโลโก้	3	3	2	3	4	4	4	2	3
3. ความแตกต่างของดีไซน์	3	3	2	2	2	3	1	3	3
4. ความเหมาะสมกับแบรนด์	4	4	1	2	1	4	1	3	2
รวมคะแนน	12	13	9	10	9	14	8	11	9

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD. P&P

94

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

FACULTY OF ARCHITECTURE MISS RODJANARAT KONGKIEW

DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN CODE 4322274

รูปที่ 4.1-94 แผ่นภาพแสดงการพิจารณาเลือกแบบกราฟฟิคบรรจุภัณฑ์ขั้นสุดท้าย

- Chapter 1:
- Source of Project
- Point of design
- Scope of design
- Chapter 2:
- Company Data
- Product Data
- Marketing Data
- Brand Analysis
- Swot Analysis
- Marketing Mix Strategy
- Competitors
- Competitor Comparison
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Unique Selling Point
- Chapter 3:
- Design Concept
- Function Sketch
- Structure Sketch
- Graphic Sketch
- Primary Design
- Development Design
- Final Design



PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHUA TRADING LTD. P&P

95

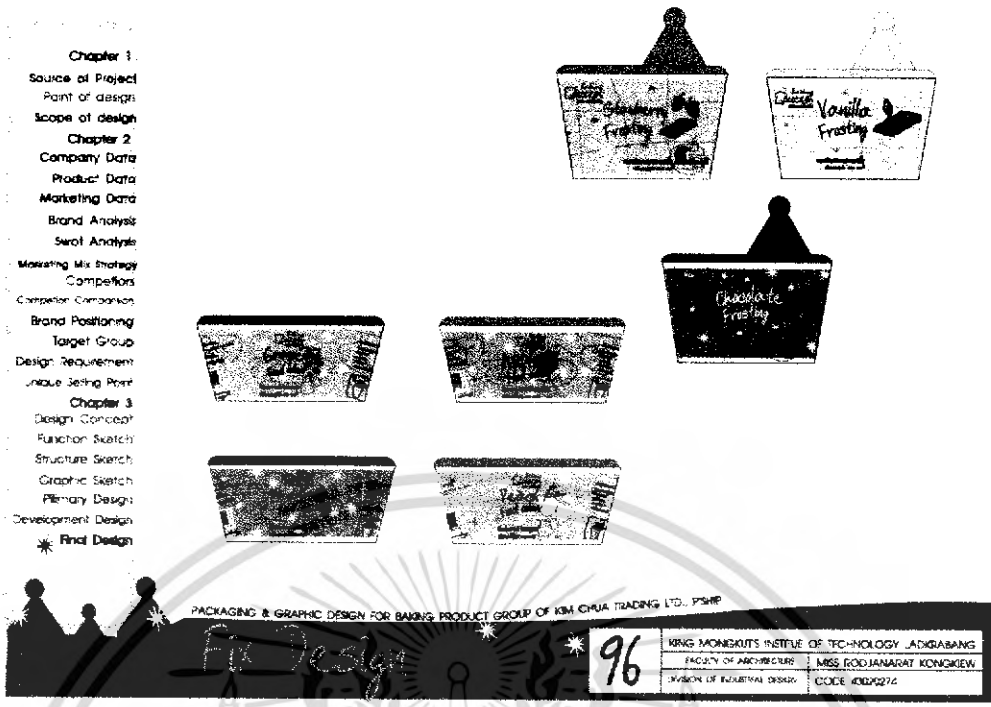
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

FACULTY OF ARCHITECTURE MISS RODJANARAT KONGKIEW

DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN CODE 4322274

รูปที่ 4.1-95 แผ่นภาพแสดงตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ขั้นสุดท้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



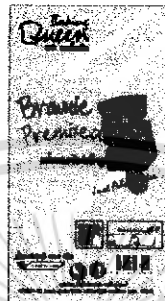
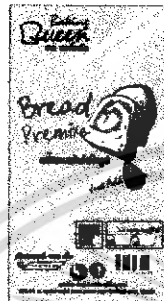
รูปที่ 4.1-96 แผนภาพแสดงตัวอย่างบรรจุภัณฑ์แยมผลไม้และช็อกโกแลตฟรอสตติ้งขั้นสุดท้าย



รูปที่ 4.1-97 แผนภาพแสดงตัวอย่างบรรจุภัณฑ์บัตเตอร์ครีมและเค้กสำเร็จรูปขั้นสุดท้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Chapter 1
- Source of Project
- Point of design
- Scope of design
- Chapter 2
- Company Data
- Product Data
- Marketing Data
- Brand Analysis
- Swot Analysis
- Marketing Mix Strategy
- Competitor
- Competitor Comparison
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Unique Selling Point
- Chapter 3
- Design Concept
- Function Sketch
- Structure Sketch
- Graphic Sketch
- Primary Design
- Development Design
- Final Design



PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF NIM CHUA TRADING LTD., PSMP

Final Design

98	KING MONKHUTS INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG FACULTY OF ARCHITECTURE MISS ROJANARAT KONGKEW DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN CODE 4302074
----	--

รูปที่ 4.1-98 แผ่นภาพแสดงตัวอย่างบรรจุภัณฑ์สินค้าสำเร็จรูปขั้นสุดท้าย

- Chapter 1
- Source of Project
- Point of design
- Scope of design
- Chapter 2
- Company Data
- Product Data
- Marketing Data
- Brand Analysis
- Swot Analysis
- Marketing Mix Strategy
- Competitor
- Competitor Comparison
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Unique Selling Point
- Chapter 3
- Design Concept
- Function Sketch
- Structure Sketch
- Graphic Sketch
- Primary Design
- Development Design
- Final Design



Final Design

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF NIM CHUA TRADING LTD., PSMP

Final Design

99	KING MONKHUTS INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG FACULTY OF ARCHITECTURE MISS ROJANARAT KONGKEW DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN CODE 4302074
----	--

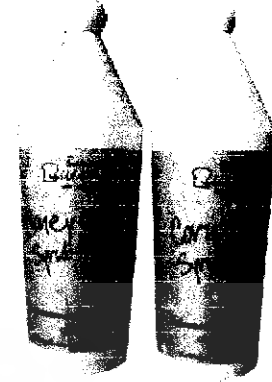
รูปที่ 4.1-99 แผ่นภาพแสดงตัวอย่างผลงานบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการขั้นสุดท้าย

- Chapter 1
- Source of Project
- Point of design
- Scope of design
- Chapter 2
- Company Data
- Product Data
- Marketing Data
- Brand Analysis
- Swot Analysis
- Marketing Mix Strategy
- Competitors
- Consumer Character
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Unique Selling Point
- Chapter 3
- Design Concept
- Function Sketch
- Structure Sketch
- Graphic Sketch
- Primary Design
- Development Design
- * Final Design

Final Design



ออกแบบบรรจุภัณฑ์เบียร์มะขามไซ่ง่อนสุดท้าย



ออกแบบบรรจุภัณฑ์เบียร์มะขามไซ่ง่อนสุดท้าย

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF YIM CHUA TRADING LTD., P&AP

Final Design

100

KING MONKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
FACULTY OF ARCHITECTURE	MISS BOONANARAT KONGKIEW
DEPARTMENT OF INDUSTRIAL DESIGN	CODE: 4320274

รูปที่ 4.1-100 แผ่นภาพแสดงตัวอย่างผลงานบรรจุภัณฑ์ขั้นสุดท้าย

- Chapter 1
- Source of Project
- Point of design
- Scope of design
- Chapter 2
- Company Data
- Product Data
- Marketing Data
- Brand Analysis
- Swot Analysis
- Marketing Mix Strategy
- Competitors
- Consumer Character
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Unique Selling Point
- Chapter 3
- Design Concept
- Function Sketch
- Structure Sketch
- Graphic Sketch
- Primary Design
- Development Design
- * Final Design

Final Design



ออกแบบบรรจุภัณฑ์ถ้วยกาแฟสุดท้าย



ออกแบบบรรจุภัณฑ์ชุดถ้วยกาแฟสุดท้าย



ออกแบบบรรจุภัณฑ์เบียร์มะขามไซ่ง่อนสุดท้าย



ออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวสุดท้าย

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF YIM CHUA TRADING LTD., P&AP

Final Design

101

KING MONKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
FACULTY OF ARCHITECTURE	MISS BOONANARAT KONGKIEW
DEPARTMENT OF INDUSTRIAL DESIGN	CODE: 4320274

รูปที่ 4.1-101 แผ่นภาพแสดงตัวอย่างผลงานบรรจุภัณฑ์ขั้นสุดท้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Chapter 1
Source of Project
Point of design
Scope of design
Chapter 2
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
SWOT Analysis
Marketing Mix Strategy
Competitors
Competition Comparison
Brand Positioning
Target Group
Design Requirement
Unique Selling Point
Chapter 3
Design Concept
Function Sketch
Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
* Final Design

Final Design

ผลงานบรรจุภัณฑ์ขั้นสุดท้าย

ผลงานบรรจุภัณฑ์ขั้นสุดท้าย

ผลงานบรรจุภัณฑ์ขั้นสุดท้าย

ผลงานบรรจุภัณฑ์ขั้นสุดท้าย

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHIA TRADING LTD., P&P

Final Design 102 KING MONKUL'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LAEKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE MISS ROOJANARAT KONGKEW
DEPARTMENT OF INDUSTRIAL DESIGN CODE 4320274

รูปที่ 4.1-102 แผนภาพแสดงตัวอย่างผลงานบรรจุภัณฑ์ขั้นสุดท้าย

Chapter 1
Source of Project
Point of design
Scope of design
Chapter 2
Company Data
Product Data
Marketing Data
Brand Analysis
SWOT Analysis
Marketing Mix Strategy
Competitors
Competition Comparison
Brand Positioning
Target Group
Design Requirement
Unique Selling Point
Chapter 3
Design Concept
Function Sketch
Structure Sketch
Graphic Sketch
Primary Design
Development Design
* Final Design

Final Design

ผลงานบรรจุภัณฑ์ขั้นสุดท้าย

ผลงานบรรจุภัณฑ์ขั้นสุดท้าย

ผลงานบรรจุภัณฑ์ขั้นสุดท้าย

PACKAGING & GRAPHIC DESIGN FOR BAKING PRODUCT GROUP OF KIM CHIA TRADING LTD., P&P

Final Design 103 KING MONKUL'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LAEKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE MISS ROOJANARAT KONGKEW
DEPARTMENT OF INDUSTRIAL DESIGN CODE 4320274

รูปที่ 4.1-103 แผนภาพแสดงตัวอย่างผลงานบรรจุภัณฑ์ขั้นสุดท้าย

4.2 ภาพถ่ายหุ่นจำลอง

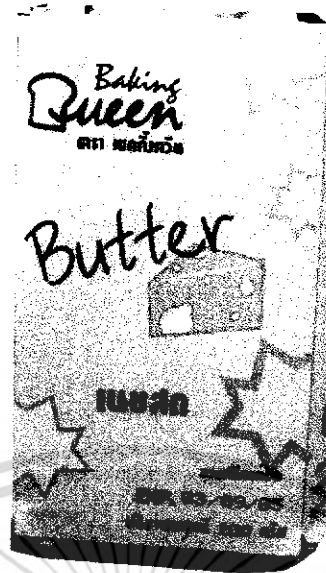
ภาพถ่ายหุ่นจำลองขั้นสุดท้ายของผลิตภัณฑ์ในโครงการทั้งหมดมีดังนี้คือ



รูปที่ 4.2 – 1 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ



รูปที่ 4.2 – 2 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์แป้งสาลีสำหรับทำขนม



รูปที่ 4.2 - 3 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์เนยสำหรับทำขนม



รูปที่ 4.2 - 4 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์สารเสริมคุณภาพ



รูปที่ 4.2 - 5 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์สารเสริมคุณภาพ



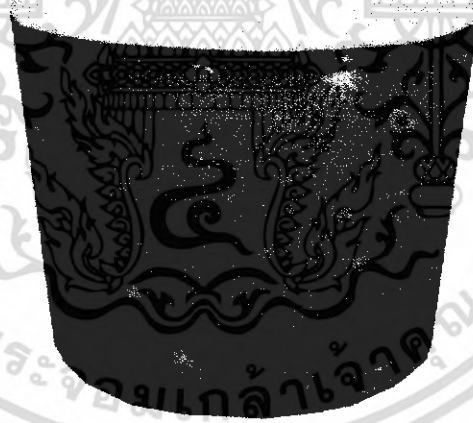
รูปที่ 4.2 - 6 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์น้ำเชื่อม



รูปที่ 4.2 - 7 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ฟิลลิ่งผลไม้



รูปที่ 4.2-8 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ช็อกโกแลตฟรอสติ้ง



รูปที่ 4.2-9 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์น้ำตาลไอซิ่ง



รูปที่ 4.2 - 10 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์วิปปีงครีม



รูปที่ 4.2 - 11 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์แยมผลไม้



รูปที่ 4.2 - 12 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์บัตเตอร์ครีมไอซิ่ง

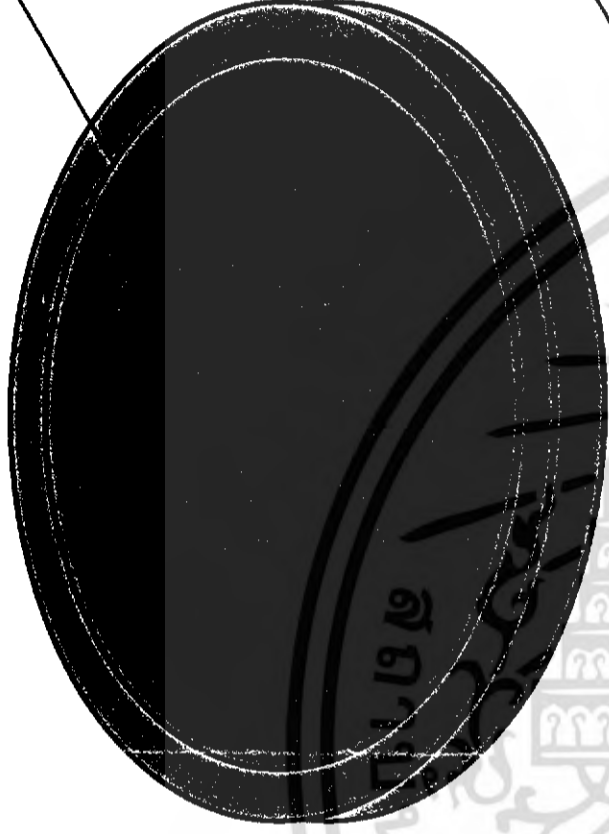


รูปที่ 4.2 - 13 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ห่อปิ้งแต่งหน้า



รูปที่ 4.2 – 14 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์หมวดแป้งสำเร็จรูป

PART A
SNAP CLOSER



PART B
JAM PADDLE



PART C
JAM CUP



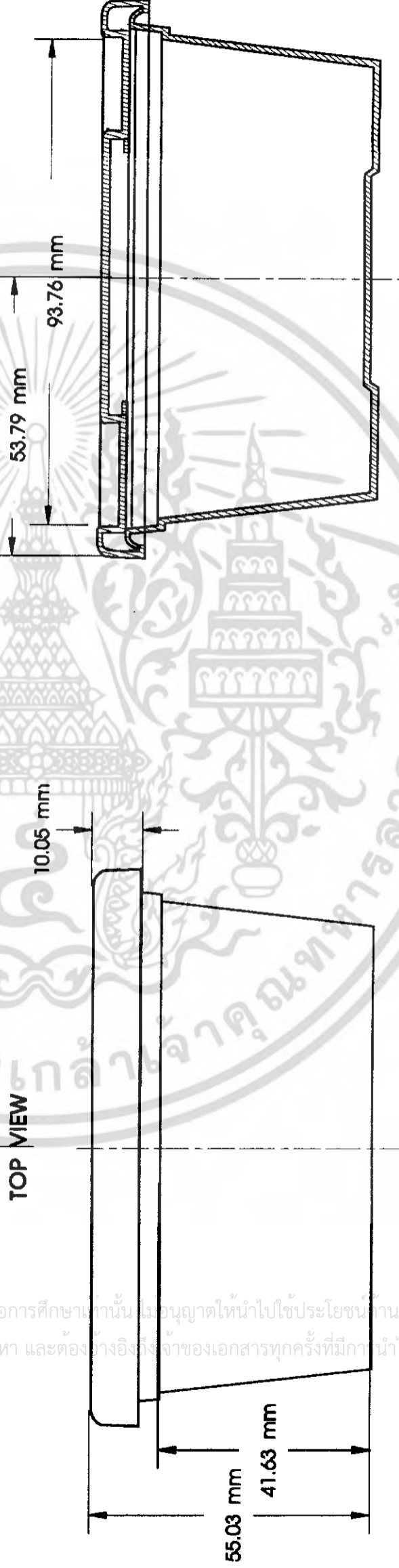
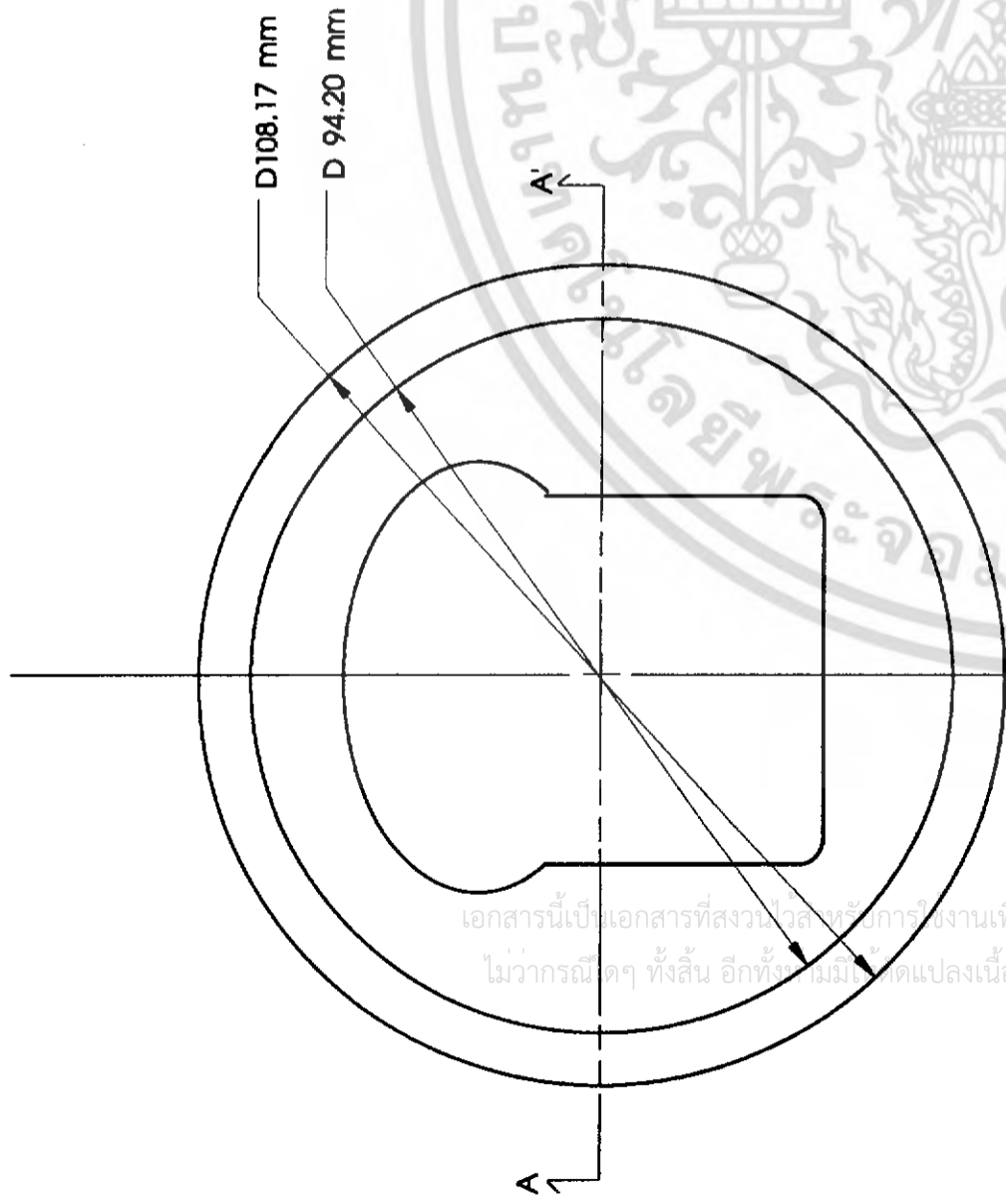
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานี้เท่านั้น ไม่ควรเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และ/หรือ นำไปใช้ในการค้าขายโดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์

ASSEMBLY

CUP OF FRUIT JAM (APPLE TASTE)

1

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
FACULTY OF ARCHITECTURE	MISS RODJANARAT KONGKIEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	CODE 43020274



UNIT : mm

SCALE 1 : 1

SECTION A-A' VIEW

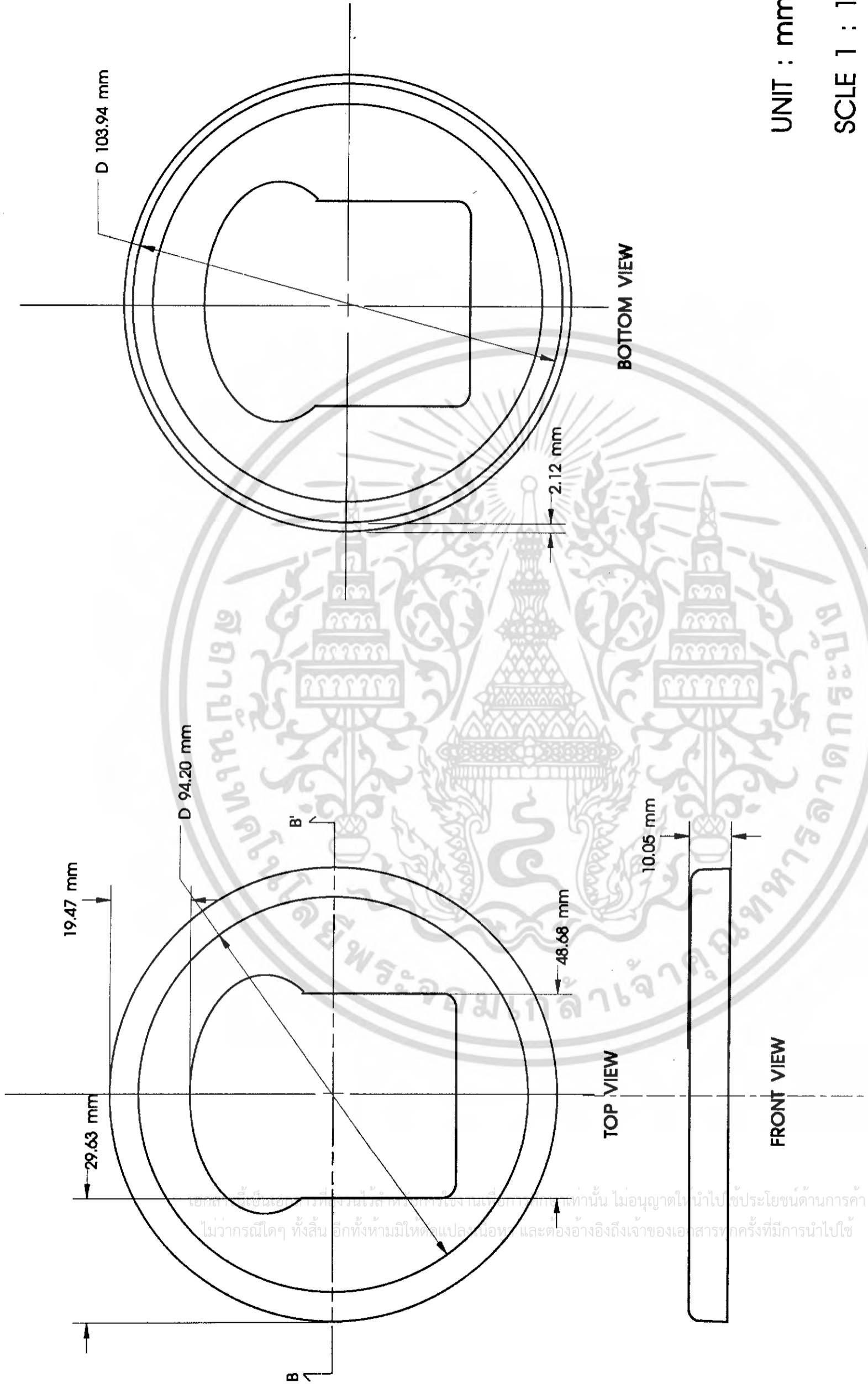
MULTIVIEW

CUP OF FRUIT JAM (APPLE TASTE)

2

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
FACULTY OF ARCHITECTURE	MISS RODJANARAT KONGKIEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	CODE 43020274

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีข้อตกลงและต้องอ้างอิงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกา้นำไปใช้



UNIT : mm

SCLE 1 : 1

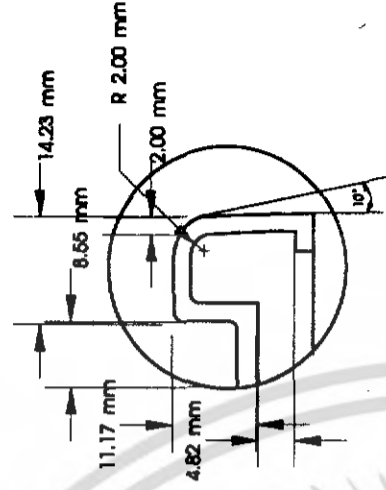
PART A

SNAP CLOSER

3

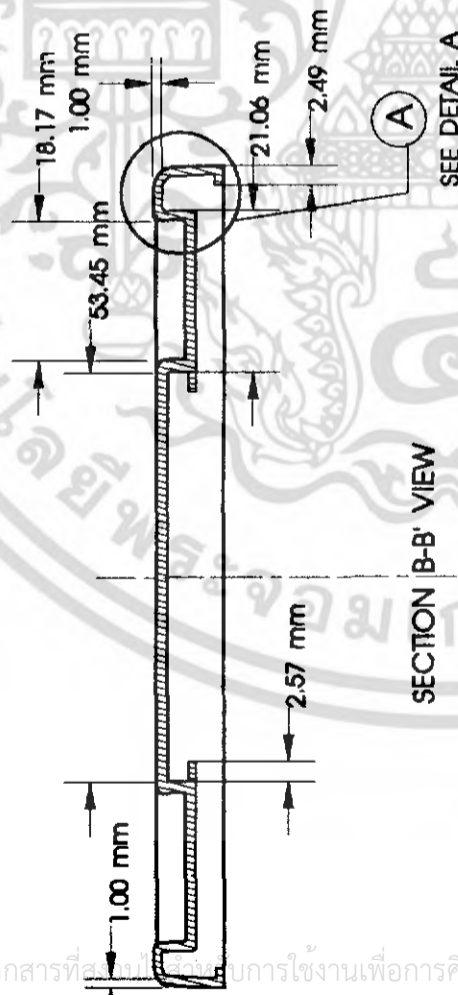
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
FACULTY OF ARCHITECTURE	MISS RODJANARAT KONGKIEW
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	
CODE 4302027-1	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



DETAIL A

UNIT : mm
SCLE 1 : 2



SECTION B-B' VIEW

UNIT : mm
SCLE 1 : 1

SECTION PART A

SNAP CLOSER

4

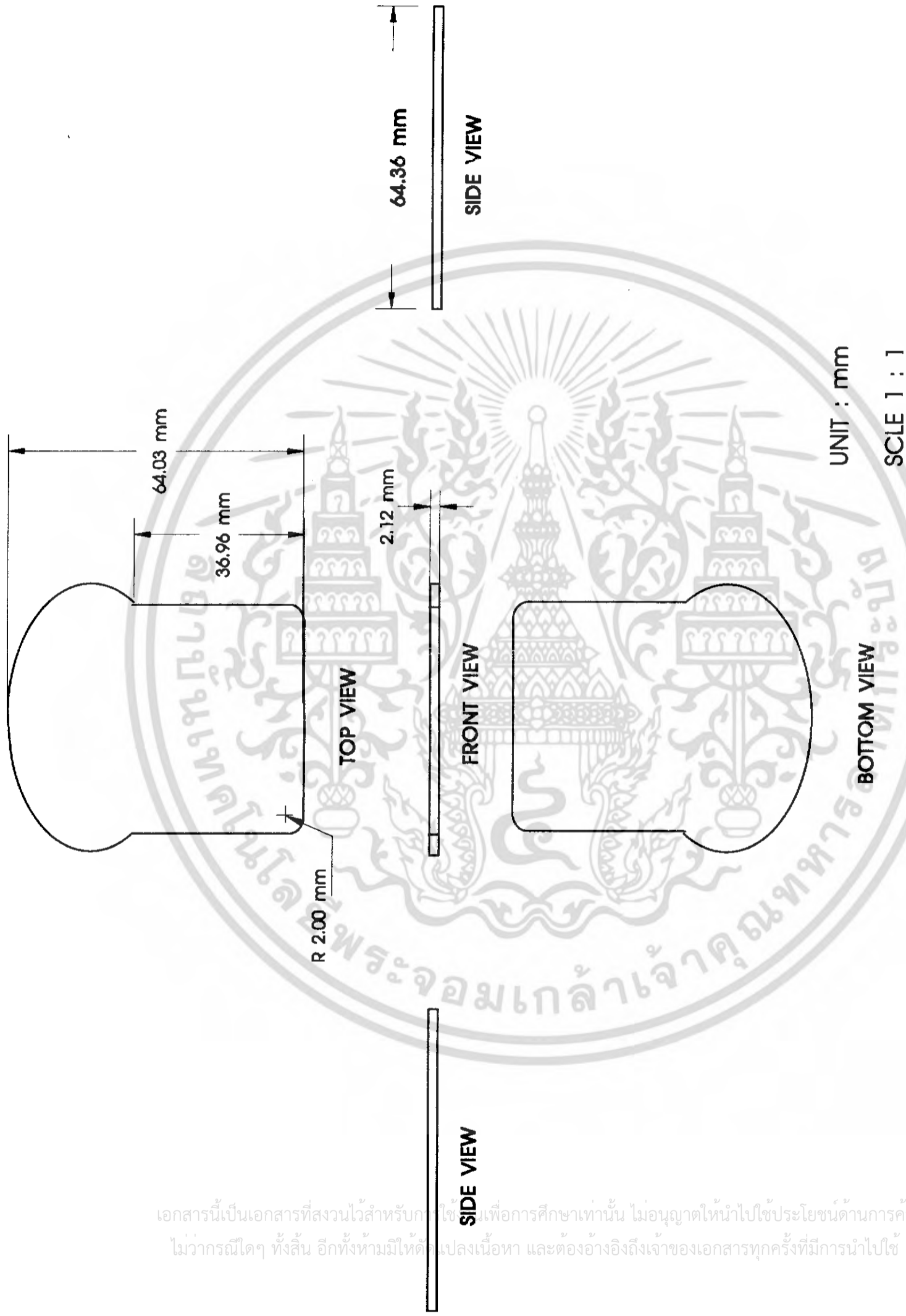
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

FACULTY OF ARCHITECTURE

MISS RODJANARAT KONGKIEW

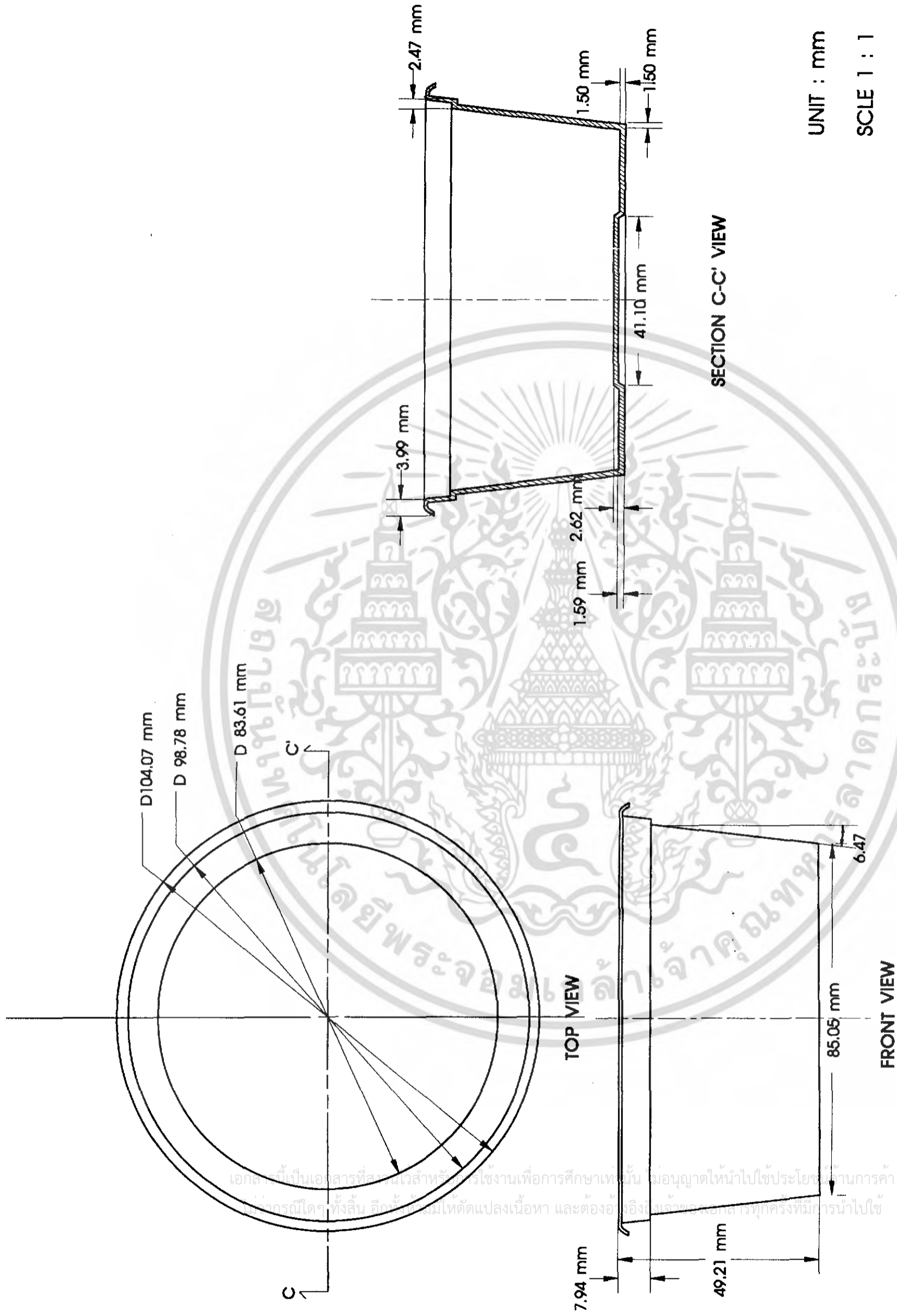
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN

CODE 43020274



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<h1>PART B</h1>	<h1>5</h1>	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	MISS RODJANARAT KONGKIEW
		FACULTY OF ARCHITECTURE	
		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	CODE 43020274



UNIT : mm

SCALE 1 : 1

PART C

JAM CUP

6

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

FACULTY OF ARCHITECTURE

MISS RODJANARAT KONGKIEW

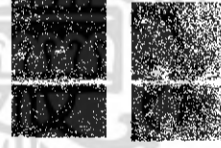
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN

CODE 43020274

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



สีพื้น PANTONE 701 C



ตัว B PANTONE 644 C

Baking
Queen
ตรา เบกิ้งควีน
LOGO

PANTONE 129 C

PANTONE 214 C



ARTWORK FRUIT FILLING LABEL

ชื่อตราสินค้า เบกิ้งควีน (BAKING QUEEN)

อาร์ตเวิร์กออกแบบขวดฟิลลิ่งผลไม้

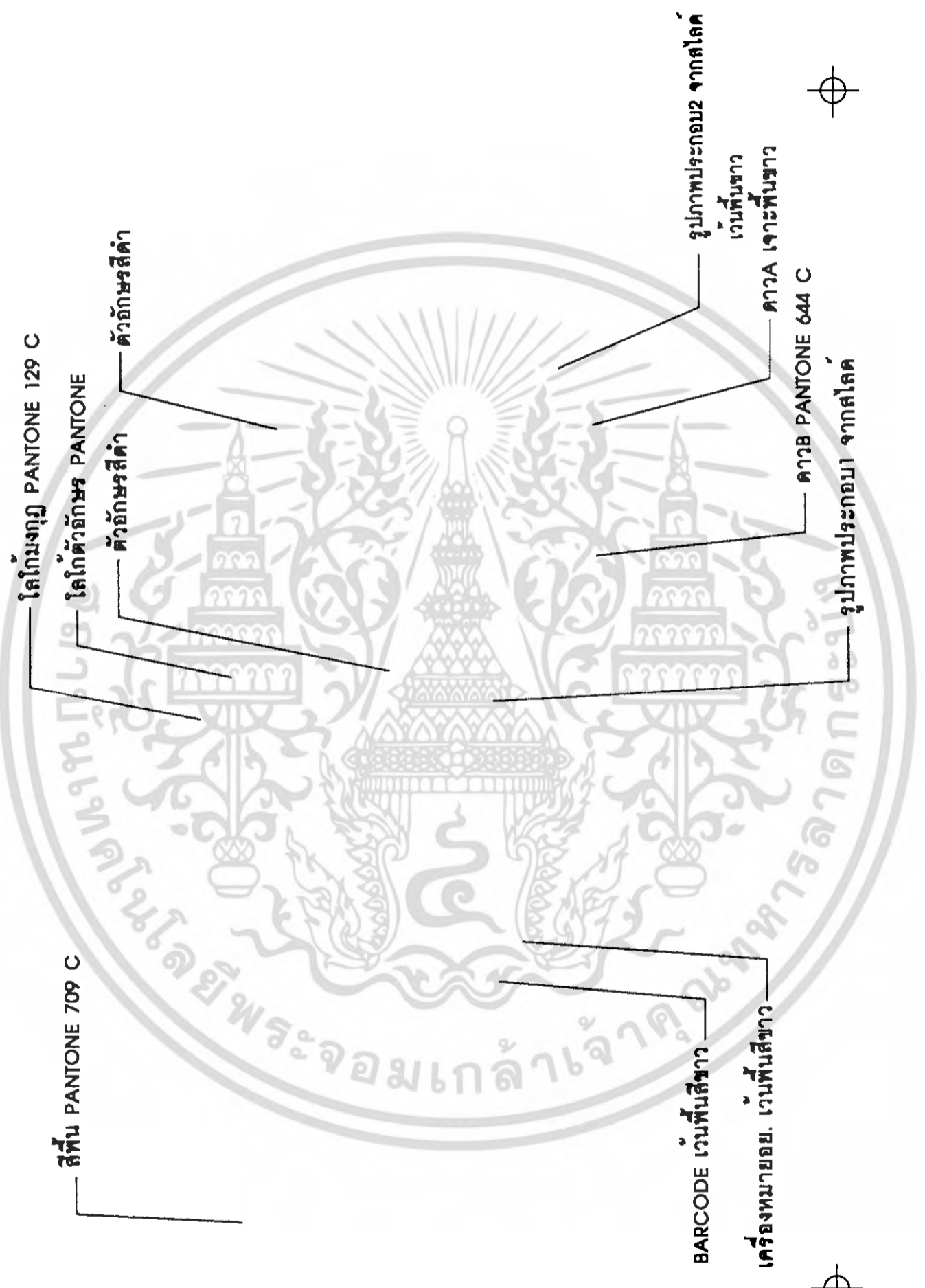
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

FACULTY OF ARCHITECTURE

MISS RODJANARAT KONGKIEW

DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN

CODE 43020274



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ARTWORK FRUIT FILLING LABEL



ARTWORK FRUIT FILLING LABEL

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ARTWORK FRUIT FILLING LABEL



ARTWORK FRUIT FILLING LABEL

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ARTWORK FRUIT FILLING LABEL



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บทที่ 5

บทสรุปผลการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้ 233

5.1 สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอของนักศึกษา

สรุปผลการออกแบบ

1. โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีขั้นตอนการออกแบบอย่างเป็นระบบ โดยมีการศึกษาข้อมูลเพื่อใช้ในการออกแบบ วิเคราะห์เพื่อทำการออกแบบ และทำการออกแบบจนได้ผลงานในขั้นสุดท้าย ที่มีกระบวนการทางการออกแบบอย่างครบถ้วน
2. บรรจุภัณฑ์ในขั้นสุดท้ายยังไม่สามารถแสดงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว (Corporate Identity) ได้อย่างชัดเจน
3. การออกแบบบรรจุภัณฑ์ มีการคำนึงถึงความเป็นไปได้ในการผลิต ความเหมาะสมทางด้านต้นทุน การประหยัดวัสดุ
4. การออกแบบบรรจุภัณฑ์ในโครงการสามารถเพิ่มประโยชน์ด้านการใช้สอย และสามารถแก้ปัญหาการใช้งานในด้านต่างๆให้เหมาะสมกับพฤติกรรมและความต้องการในการใช้งานบรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น
5. บรรจุภัณฑ์ในโครงการ มีการออกแบบกราฟฟิกและโครงสร้างที่เหมาะสมกับภาพลักษณ์ของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

ข้อเสนอแนะ

การทำวิทยานิพนธ์โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับการทำขนม ภายในเครือข่ายหุ้นส่วน กิมจิพาณิชย์นี้ ทำให้นักศึกษาได้ฝึกฝนกระบวนการทางความคิดในด้านการออกแบบได้เป็นอย่างดี ทราบถึงกระบวนการคิดอย่างเป็นระบบที่ถูกต้อง โดยเฉพาะการศึกษาหาข้อมูลเพื่อใช้ในการออกแบบ ซึ่งเป็นกระบวนการที่สำคัญในการออกแบบ และเป็นการเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้เรียนรู้และรู้จักการค้นคว้าสิ่งต่างๆทั้งในตำราเรียนและนอกตำราเรียนโดยการเข้าไปทำความเข้าใจกับผลิตภัณฑ์ที่ทำการออกแบบ ซึ่งส่งผลให้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์มีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น

นอกจากนี้การทำวิทยานิพนธ์ยังมีส่วนช่วยในเรื่องของการจัดการและบริหารเวลาในการทำงาน โดยเน้นการจัดเวลาในการทำงานด้วยตนเองซึ่งเป็นการฝึกฝนในด้านความรับผิดชอบในการทำงานในสำเร็จ ลุล่วงตามเวลาที่กำหนด ซึ่งมีความสำคัญต่อการทำงานในอนาคตได้เป็นอย่างดี

5.2 สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะของอาจารย์

สรุปผลการออกแบบ

1. มีการบรรจุภัณฑ์ที่สามารถแก้ปัญหาด้านการใช้งานได้ดี โดยมีการออกแบบลักษณะการใช้งานที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย
2. บรรจุภัณฑ์ชั้นสุดท้ายมีการใช้โทนสีที่ทำให้ขาดความสนใจในด้านความน่ารับประทาน
3. บรรจุภัณฑ์มีการจัดระบบการจัดวางองค์ประกอบ ของสินค้าที่ไม่ชัดเจน สามารถแยกแยะประเภทสินค้าได้ยาก
4. บรรจุภัณฑ์ในชั้นสุดท้ายยังไม่สามารถแสดงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว (Corporate Identity) ได้อย่างชัดเจน

ข้อเสนอแนะ

นักศึกษาควรคำนึงถึงกระบวนการในการออกแบบที่เป็นระบบ โดยคำนึงถึงเหตุผลและที่มาที่ไปของการออกแบบ นอกจากนี้ยังควรมีการพิจารณาแบบ โดยมีเงื่อนไขในการพิจารณาและการวิเคราะห์แบบต่างๆอย่างมีเหตุผล นอกจากนี้ นักศึกษาควรมีการจัดระบบการบริหารเวลาในการทำงานให้เสร็จตามที่กำหนด และรักษาความซื่อสัตย์และความตั้งใจในการทำงานให้สม่ำเสมอ

บรรณานุกรม

นวรรตน์ เอี่ยมพิทักษ์กิจ : ขนมอบ สำนักพิมพ์แม่บ้าน ,กรุงเทพฯ ,2547

นวรรตน์ เอี่ยมพิทักษ์กิจ : เค้กและการแต่งหน้าเค้ก 2 สำนักพิมพ์แม่บ้าน , กรุงเทพฯ ,2547

เอกสารประกอบการเรียนขนมอบเบื้องต้น 30 ชนิด ของสถาบันศิลปศาสตร์การอาหาร(Institute of Culinary Art)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถาม

เรื่อง **พฤติกรรมและความต้องการทางด้านบรรจุภัณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมของผู้บริโภค**
(สำหรับการทำวิทยานิพนธ์ การออกแบบปรับปรุงบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนม
โดยน.ส. รชนรัตน์ คงเขียว สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์)

คำชี้แจง แบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมของผู้บริโภค

ตอนที่ 3 ความต้องการทางด้านบรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภค

คำชี้แจง โปรดขีดเครื่องหมายถูก ลงในช่อง ที่กำหนดไว้

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ ต่ำกว่า 20 ปี 20-30 ปี 30 ปีขึ้นไป
3. การศึกษา
 ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี
4. รายได้ต่อเดือน
 น้อยกว่า 9,000 บาท 9,000-10,000 บาท 10,001-30,000 บาท
 30,000-50,000บาท มากกว่า 50,000 บาท
5. สถานภาพ
 โสด แต่งงาน หย่าร้าง
6. ที่อยู่ปัจจุบัน
 กรุงเทพฯและปริมณฑล ต่างจังหวัด
7. ท่านทำขนมรับประทานเองโดยเฉลี่ย
 มากกว่า 4 ครั้ง/เดือน 2-3 ครั้งต่อเดือน 1 ครั้ง/เดือน น้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน
8. จุดประสงค์ส่วนใหญ่ในการทำขนมเพื่อ
 ขาย ทำรับประทานเองในครอบครัว
 นำไปเป็นของขวัญของฝากในเทศกาลต่างๆ อื่นๆโปรดระบุ.....
9. ประเภทขนมที่ท่านนิยมนำรับประทานเอง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 - 9.1 ขนมเบเกอรี่
 ขนมปัง คุกกี้ เค้ก ครีมหัฟและเฮแคล
 เดนิชเพสตรี โดนัท พัพเพสตรี แยมโรล
 พาย อื่น ๆ โปรดระบุ.....
 - 9.2 ขนมไทย
 ขนมปุยฝ้าย ขนมไข่ ขนมสาลี่ ครองแครงกรอบ
 ขนมกลีบลำดวน ลูกชุบ อื่นๆ โปรดระบุ.....
 - 9.3 ขนมอื่นๆ
 ชาลาเปา ปาท่องโก๋ ขนมเปียะ ขนมไหว้พระจันทร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10. ท่านเรียนรู้ขั้นตอนการทำขนมได้อย่างไร

ผึกทำจากตำราสอนทำขนมต่างๆ มีการเรียนจากโรงเรียนสอนทำขนมต่างๆ

11. ท่านใช้เวลาในการทำขนมช่วงใด

วันธรรมดาหลังเลิกทำงาน วันหยุด (เสาร์-อาทิตย์) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

12. ท่าน คิดว่าขั้นตอนการทำขนมช่วงใดที่ทำให้ท่านรู้สึกสนุกสนานในการทำขนม

การตีส่วนผสมต่างๆ การนวดแป้ง การเทใส่พิมพ์
 การตกแต่งหน้าขนม อื่นๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อวัตถุดิบสำหรับการทำขนมของผู้บริโภค

13. ท่านนิยมซื้อวัตถุดิบสำหรับการทำขนม เช่น แป้ง เนย จากที่ใด

ร้านขายส่ง ตามห้างสรรพสินค้า เช่น ซูเปอร์มาเก็ต อื่นๆ.....

14. ท่านตัดสินใจซื้อวัตถุดิบสำหรับการทำขนมจากเหตุผลใด

ตรายี่ห้อที่มีชื่อเสียง คุณภาพดีและรสชาติดี รูปลักษณ์สวยงาม
 รูปลักษณ์ทันสมัย แปลกใหม่ ราคาสินค้า ของแถม/สิทธิพิเศษต่างๆ

15.ท่านนิยมซื้อวัตถุดิบสำหรับการทำขนมยี่ห้อใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

อิมพีเรียล UFM เบสท์ฟูลส์ Betty Crocker
 Sawatdee Tippy อื่นๆ โปรดระบุ.....

16. ท่านนิยมซื้อวัตถุดิบสำหรับการทำขนมแบบใด

แบบที่ต้องนำมาผสมเอง แบบผสมสำเร็จรูป (Premix)

17. เหตุผลที่ท่านเลือกซื้อวัตถุดิบสำหรับการทำขนมแบบดังกล่าว

สะดวก รวดเร็ว ราคาถูก เชื่อถือในคุณภาพ ความสดใหม่ รสชาติอร่อย

18. จำนวนครั้งในการซื้อวัตถุดิบสำหรับการทำขนมของท่าน

	2-3 ครั้ง /เดือน	1 ครั้ง /เดือน	น้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน	ไม่เคยซื้อ
แป้ง				
เนยแข็ง /มาร์การีน				
ผงฟู และสารเสริมต่างๆ เช่น สารเอสพี สารอี ซี 25เค				
สีและกลิ่นผสมอาหาร				
แยม ครีมผลไม้สำหรับสอดไส้ เช่น ครีมสตอร์เบอร์รี่				
เกล็ดช็อกโกแลต เกล็ดน้ำตาล				
ถั่วหรือผลไม้ต่างๆ เช่น อัลมอนด์ เม็ดมะม่วงหิมพานต์				
น้ำเชื่อม /น้ำผึ้ง				
วิปปีงครีม				
น้ำตาลไอซิ่ง				
ช็อกโกแลต				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 ความต้องการทางด้านบรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภค

19. สินค้าที่เป็นวัตถุดิบในการทำขนมที่ท่านซื้อมานั้นมีปริมาณที่สามารถใช้ทำขนม

- มากกว่า 2-3 ครั้ง 2-3 ครั้ง ใช้เพียงครั้งเดียว

20. ท่านคิดว่าขนาดบรรจุภัณฑ์หรือกล่องของผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนม เช่น แป้ง เนย ผงฟูนั้นมีปริมาณอย่างไร

- มากเกินความต้องการ ขนาดพอดีกับความต้องการ น้อยเกินไป

21. ปัญหาใดที่ท่านพบจากบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | | | |
|--------------------------|--------------------------------------|--------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | ไม่สามารถปกป้องสินค้าด้านในได้ | <input type="checkbox"/> | ขาดข้อมูลแก่ผู้บริโภค (วิธีการใช้งาน การเก็บรักษา) |
| <input type="checkbox"/> | ไม่สวยงาม ไม่น่ารับประทาน ไม่น่าซื้อ | <input type="checkbox"/> | พกพา หิ้วถือ ได้ไม่สะดวก |
| <input type="checkbox"/> | สินค้ามีปริมาณบรรจุมากเกินไป | <input type="checkbox"/> | บรรจุภัณฑ์ใช้งานได้ยาก เช่น เปิด-ปิดไม่สะดวก |

22. ความต้องการทางด้านบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สำหรับการทำขนมของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | | | |
|--------------------------|--|--------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> | สามารถเห็นสภาพของสินค้าด้านใน | <input type="checkbox"/> | การเก็บรักษาสินค้าให้สามารถใช้ได้ยาวนาน |
| <input type="checkbox"/> | รูปลักษณะสวยงามดึงดูดใจ | <input type="checkbox"/> | พกพา หิ้วถือได้สะดวก |
| <input type="checkbox"/> | เปิด-ปิด ได้หลายครั้ง | <input type="checkbox"/> | บรรจุปริมาณพอดีกับการใช้งานแต่ละครั้ง |
| <input type="checkbox"/> | มีข้อมูลครบถ้วน เช่น วันหมดอายุ วิธีใช้งาน ฯลฯ | <input type="checkbox"/> | สามารถให้ความเพลิดเพลินในการใช้งาน |
| <input type="checkbox"/> | สามารถนำบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้งานได้อีก | <input type="checkbox"/> | ใช้งานง่าย เช่น ฉีกง่าย เปิด-ปิดได้ง่าย |

23. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรหากมีผลิตภัณฑ์แป้งสำเร็จรูปสำหรับขนมไทย (Premix) เช่น ขนมปุยฝ้าย ขนมสาธี่ ขนมไข่ เป็นต้น

- | | | | |
|--------------------------|------------------------------------|--------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | ซื้อ เพราะสนใจอยากทดลองทำ | <input type="checkbox"/> | ซื้อ เพราะเป็นสินค้าใหม่ แปลกตา |
| <input type="checkbox"/> | ไม่ซื้อ เพราะไม่นิยมทำขนมประเภทนี้ | <input type="checkbox"/> | ไม่ซื้อ เพราะยังไม่ไว้วางใจในตัวสินค้าใหม่ |

24. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรหากบรรจุภัณฑ์สามารถช่วยเป็นอุปกรณ์ในการทำขนมได้ เช่น สามารถใช้เป็นแม่พิมพ์ มีช่องสำหรับดวงในตัว เป็นต้น)

- | | | | |
|--------------------------|---------------------------------|--------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | เห็นด้วย เพราะสะดวกดี | <input type="checkbox"/> | เห็นด้วย เพราะได้ใช้ประโยชน์จากบรรจุภัณฑ์มากขึ้น |
| <input type="checkbox"/> | ไม่เห็นด้วย เพราะเกินความจำเป็น | <input type="checkbox"/> | ไม่เห็นด้วย เพราะจะทำให้ใช้งานได้ยากขึ้น |

25. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร หากมีชุดวัตถุดิบสำเร็จรูป (Premix Set) สำหรับการทำขนมที่มีรูปแบบเฉพาะตามเทศกาลต่าง ๆ เช่น วันวาเลนไทน์ วันคริสตมาส หรือวันเกิด ซึ่งท่านสามารถซื้อไปทำเองที่บ้านได้ง่าย ๆ เพื่อนำไปเป็นของขวัญให้กับคนพิเศษ

- ซื้อ เพราะน่าสนใจอยากทดลองทำ ไม่ซื้อ เพราะสามารถทำเองได้

26. เมื่อนึกถึงขนมอบเบเกอรี่ท่านจะนึกถึงสีอะไร

- สีส้ม สีครีม สีเหลือง สีฟ้า สีเขียว สีชมพู

ขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามค่ะ

น.ส. รจนรัตน์ คงเขียว ผู้จัดทำ

ประวัติการศึกษา

นางสาว รจนรัตน์ คงเขียว

เกิดวันที่ 19 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2526

600 ต.ตลาด อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ 10130

อุดมศึกษา

ระดับประถมศึกษา

โรงเรียนอานวยวิทย์ จ.สมุทรปราการ ปีการศึกษา 2530-2536

ระดับมัธยมศึกษา

โรงเรียนศึกษานารี จ. กรุงเทพฯ ปีการศึกษา 2537-2543



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้