

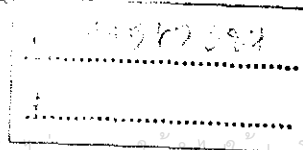
สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

โครงการออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ ตรา เพอร์ไลฟ์
(Packaging and Graphic design for PurLife Food Product)



พ.ศ. ๒๕๔๘ วิทยาลัยพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ภา. ๓๖๒๓ วิทยาลัยการศึกษาศาสตร์บัณฑิต
๒๕๔๗-๒๕๔๘ วิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา ๒๕๔๗-๒๕๔๘

เลขที่ ๕๙๔๒๒



ว่าเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ ๒๕๔๙ สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้แก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรม
ศาสตรบัณฑิต



.....
คณบดีสถาปัตยกรรมศาสตร์

คณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์

ประธานกรรมการ

กรรมการ

กรรมการ

กรรมการ

อาจารย์ที่ปรึกษา

ศาสตราจารย์ น.ร. สมบูรณ์ บุณยะ

อาจารย์ นีรวรรณ สมบูรณ์บุณยะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์	โครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ ตรา เพอร์ไลฟ์
ชื่อนักศึกษา	นาย ณัฐวุฒิ เขี่ยมแสนอุดม
รหัสนักศึกษา	43020108
ภาควิชา	ศิลปอุตสาหกรรม
ปีการศึกษา	2547

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันนี้การใช้ชีวิตของคนเรามีความเป็นอยู่ที่เร่งรีบ ดำเนินชีวิตประจำวันด้วยการแข่งขันกับเวลา ประกอบกับสภาพปัญหาการจราจรในปัจจุบัน จึงเป็นตัวแปรที่ทำให้คนเมืองไม่มีเวลาใส่ใจในสุขภาพของตนเอง โดยเฉพาะการรับประทานอาหารเช้า ซึ่งเป็นอาหารมื้อที่สำคัญที่สุดของการดำเนินชีวิตในแต่ละวัน

ดังนั้นอาหารเช้าประเภทซีเรียลที่ทำจากธัญพืช จึงเริ่มได้รับความสนใจจากผู้บริโภคมากขึ้น เนื่องจากสามารถใช้เวลาเตรียมอาหารที่สั้น สามารถบริโภคให้อิ่มท้องได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว และได้คุณค่าทางโภชนาการอย่างมากมาย

ดังนั้นโครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากธัญพืช ตรา เพอร์ไลฟ์ จึงเป็นโครงการเสนอแนะที่เกิดขึ้นเพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน โดยออกแบบภายใต้ บริษัท ซองเตอร์ ไทย ออร์แกนิก ฟู้ด จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิต อันประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ในโครงการดังต่อไปนี้

1. กลุ่มเครื่องดื่มสำเร็จรูปพร้อมชง
 - 1.1 ธัญญาหารพร้อมชง
2. กลุ่มอาหารเช้า
 - 2.1 แผ่นธัญญาหารอบกรอบ
3. กลุ่มขนมขบเคี้ยว
 - 3.1 แท่งธัญญาหาร
 - 3.2 ผลไม้แผ่นอบกรอบ
4. กลุ่มเครื่องดื่ม
 - 4.1 น้ำเพื่อสุขภาพ
5. กลุ่มเครื่องเทศ
 - 5.1 เครื่องปรุงรส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. กลุ่มของฝาก
 - 6.1 ชุดธัญญาหารพร้อมชง
7. กลุ่มอาหารเด็ก
 - 7.1 อาหารเสริมพร้อมชงสำหรับเด็กอ่อน
 - 7.2 ชุดอาหารเข้าแผ่นธัญญาหารอบกรอบพร้อมนมข้าวยากุสำหรับเด็ก
8. กลุ่มส่งเสริมการขาย
 - 8.1 ชั้นจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าแบบตั้งพื้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

ตลอดระยะเวลาในการทำวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ต้นจนกระทั่งสำเร็จได้ให้ประสบการณ์ของการเรียนรู้ในชั้นมหาวิทยาลัยอย่างมากมาย ได้เรียนรู้ถึงการทำงานอย่างเป็นขั้นตอน มีการคิดและวิเคราะห์เป็นระบบมากขึ้น ซึ่งมันจะไม่สำเร็จเลยถ้าขาดบุคคลเหล่านี้

กราบขอบพระคุณคุณพ่อและคุณแม่ที่คอยสนับสนุน ช่วยเหลือ ส่งเสริมในทุกๆด้าน อาจารย์นิรวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ อาจารย์ญาดา อาจารย์นภาวรรณ อาจารย์สมชัย และอาจารย์อรสา ที่ให้คำปรึกษาและคำแนะนำเป็นอย่างดีมาโดยตลอด

ขาดไม่ได้เลย แรงแยกแรงใจที่นารัก ได้แก่...

- โบบะบี น้องสาวสุดสวยที่ช่วยพิมพ์ แม้ว่าจะบ่นอยู่บ้างแต่ก็ตั้งใจมากที่ช่วยจนสำเร็จ
- นี ที่คอยให้กำลังใจและช่วยผลักดันข้าพเจ้าเสมอมา ให้คำแนะนำทั้งดีและชมกับผลงานต่างๆ ให้ข้าพเจ้ามีความกระตือรือร้น ขวนขวายทำงานตรงตามเวลา และยังคงมาช่วยเป่าพลาสติกแปะขวดซึ่งทำได้ยากมากอยู่นานหลายรอบ
- เพื่อนๆบ้านเช่า หลิม เอี้ยว ยิม วี 'บัด กอล์ฟ แซมปี ที่คอยถามไถ่ ให้คำแนะนำช่วยงาน
- เพื่อนๆนอก 'ลาดกระบัง; ต้น สำหรับการพิมพ์ที่สวยงามที่สุด และที่สละเวลาอันมีค่ามหาศาลที่สามารถคิดเป็นเม็ดเงินนับไม่ถ้วนมาช่วยพิมพ์ ตัด และอุปกรณ์ราคาแพงมากมาย, แซมปี ตี อู๋ ย หยก เหมี่ยว บัว โต๊ด เจียบ สำหรับแรงแยกแรงใจ พับตัดเจาะพิมพ์ ฯลฯ รู้สึกซาบซึ้งอย่างถึงที่สุด
- น้องๆสายรหัสทุกคนที่คอยช่วยเหลือในยามวิกฤติทุกครั้ง ทำทุกหน้าที่ไม่มีเกี่ยง
- เพื่อนๆคอ.รหัส 43 ดีใจที่ได้รู้จักกัน ตลอด 5 ปีที่ผ่านมา รู้สึกมีความสุขมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

อนุมัติผล

บทคัดย่อ

จดหมายรับรองโครงการ

คำนำ

กิตติกรรมประกาศ

รายการภาพประกอบ

รายการตารางประกอบ

บทที่ 1	บทนำ	1
	วัตถุประสงค์ของโครงการ	2
	ความเป็นไปได้ของโครงการ	3
	ขอบเขตของโครงการ	4
	ปัญหา เจาะใจ ความต้องการ และแนวทางแก้ปัญหา	22
	แนวทางการศึกษาวิจัย	57
	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	57
บทที่ 2	การค้นคว้าและสรุปผลข้อมูล	
2.1	ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิต	58
2.1.1	ประวัติความเป็นมา ของ บริษัท ของเตอร์ ไทย ออร์แกนิก ฟู้ด จำกัด	58
2.1.2	นโยบายทางการตลาด ของ บริษัท ของเตอร์ ไทย ออร์แกนิก ฟู้ด จำกัด	59
2.1.3	วิเคราะห์ และสรุปผลข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิตที่มีผลต่อการออกแบบ	61
2.2	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ	62
2.2.1	ธัญญาหาร	62
2.2.2	ผลิตภัณฑ์ในโครงการ	62
	2.2.2.1 กลุ่มเครื่องดื่มพร้อมซง	62
	2.2.2.2 กลุ่มอาหารเช้า	63
	2.2.2.3 กลุ่มขนมขบเคี้ยว	64
	2.2.2.4 กลุ่มเครื่องดื่ม	64
	2.2.2.5 กลุ่มเครื่องดื่ม	65
	2.2.2.6 กลุ่มของฝาก	65
	2.2.2.7 กลุ่มอาหารเด็ก	66
2.3	ความต้องการในด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์	68
2.3.1	อายุการเก็บ และลักษณะการเสื่อมของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด	68
2.3.2	ปัจจัยที่ทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมและหมดคุณค่า	70
2.3.3	วิเคราะห์ และสรุปผลความต้องการในการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการออกแบบ	70

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4	ข้อมูลด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ในโครงการ	74
2.4.1	ขนาดตลาด ส่วนแบ่งตลาด และแนวโน้มตลาด	74
2.4.2	ลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์	75
2.4.3	สถานที่ และลักษณะการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์	75
2.4.4	วิเคราะห์ และสรุปผลข้อมูลทางการตลาดที่มีผลต่อการออกแบบ	76
2.5	ข้อมูลด้านคู่แข่ง	78
2.5.1	ข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่งในท้องตลาด	78
2.5.2	การวางตำแหน่งสินค้าของผลิตภัณฑ์ในโครงการเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	98
2.5.3	วิเคราะห์ และสรุปข้อดี-ข้อเสีย ด้านบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์คู่แข่ง	112
2.6	ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	119
2.6.1	ลักษณะของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	119
2.6.2	การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค	127
2.6.3	พฤติกรรมผู้บริโภค และลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์หลังการซื้อ	128
2.6.4	ทัศนคติของผู้บริโภค ที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์จากธัญพืช	133
2.6.5	วิเคราะห์ และสรุปผลความต้องการของผู้บริโภคที่มีผลต่อการออกแบบ	133
2.7	ข้อมูลด้านวัสดุ และกรรมวิธีการผลิต	134
2.7.1	ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุ และกรรมวิธีการผลิตที่เกี่ยวข้อง	134
2.7.2	วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์แต่ละประเภท	147
2.7.3	สรุปผลการเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์แต่ละประเภท	169
2.8	ข้อบังคับทางกฎหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ	170
บทที่ 3 การพัฒนาการออกแบบ		
3.1	การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ (Design Data Analysis)	179
3.2	การพัฒนาแนวความคิดและการออกแบบ (Idea and Design Development)	182
3.3	การวิเคราะห์การออกแบบ และการประเมินค่า (Design Analysis and Evaluate)	220
บทที่ 4 การนำเสนอผลงานการออกแบบ		
4.1	ภาพถ่ายย่อผ่านเสนองาน และแบบแสดงรายละเอียด	221
4.2	ภาพถ่ายหุ่นจำลอง	272
บทที่ 5 บทสรุป		
5.1	สรุปผลการออกแบบ และข้อเสนอแนะของนักศึกษา	279
5.2	สรุปผลการออกแบบ และข้อเสนอแนะของนักศึกษา	280

**บรรณานุกรม
ประวัติการศึกษา**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บทที่ 1

บทนำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทนำ

ท่ามกลางกระแสสุขภาพที่กำลังได้รับความนิยมในยุคนี้ จะเห็นว่าผลิตภัณฑ์ทั้งหลายไม่ว่าจะเป็นของกินหรือของใช้ในแบบธรรมชาตินี้ออกมาวางขายกันมาก ส่วนใครจะขายได้มากกว่ากันนั้นขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย ไม่ว่าจะเป็นความแปลกใหม่ ราคา คุณภาพของสินค้านั้นๆ ที่ทำให้ผู้บริโภคมั่นใจได้ว่าสะอาดปลอดภัยและมีคุณค่าต่อร่างกายอย่างที่โฆษณาสรรพคุณกัน รวมทั้งตลาดปัจจุบันคนตื่นตัวเรื่องการดูแลสุขภาพของคนไทยมีมากขึ้น ส่งผลทำให้กระแสในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพมีมากขึ้นตามไปด้วยอาหารต่างๆที่ออกมาสู่ท้องตลาดจึงเป็นตลาดใหม่ซึ่งย่อมได้รับความน่าสนใจมาก เพราะอาหารเหล่านี้ให้ประโยชน์ต่อร่างกาย ทำให้ร่างกายแข็งแรง สมบูรณ์

ธัญญาหาร คือกลุ่มพืชธรรมชาติหลายชนิด ได้แก่ ข้าวกล้องหอมมะลิ ข้าวโพด ลูกเดือย งาคั่ว เม็ดบัว ข้าวฟ่าง ถั่วเหลือง ถั่วเขียว ถั่วดำ ถั่วลิสง และยังมีปริมาณไฟเบอร์สูง

ไฟเบอร์นั้นมีประโยชน์ต่อร่างกาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อการทำงานของระบบทางเดินอาหาร ดังนั้น หากร่างกายขาดไฟเบอร์หรือได้รับในปริมาณไม่เพียงพอ อาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพทำให้เกิดโรคต่างๆมากมาย นอกจากนี้ไฟเบอร์ยังมีส่วนช่วยขับขาง และการดูดซึมของไขมันส่วนเกินตามส่วนต่างๆของร่างกายอีกด้วย

การเสนอโครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพนี้เป็นโครงการเสนอแนะที่ได้จัดทำขึ้นตามนโยบาย บริษัท ของเตอร์ ไทย ออร์แกนิก ฟู้ด จำกัด โดยผลิตภัณฑ์จากโครงการเป็นผลิตภัณฑ์ ที่มีอยู่เดิมและเป็นสินค้าใหม่ ของบริษัทที่นำวัตถุดิบประเภทธัญพืชและผลไม้ มาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ ภายใต้ Brand ใหม่ชื่อ เพอร์ไลฟ์ (PurLife) โดยมีบริษัท ของเตอร์ ไทย ออร์แกนิก ฟู้ด จำกัด เป็นผู้ผลิต

วัตถุประสงค์ของการทำโครงการ

วัตถุประสงค์ของโครงการปรับปรุงกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ธัญญาหารเพื่อสุขภาพ ตรา เพอร์ไลฟ์ (PurLife) ได้แก่

1. เป็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใหม่ คือกลุ่ม วัยทำงานอายุ 25-40 ปี ที่เกิดจากการวางตลาดในการจำหน่ายใหม่ เพื่อเพิ่ม ปริมาณการขาย และให้สอดคล้องกับเวลาที่รีบเร่ง และใช้เวลาในการเดินทางมาก ซึ่งเกิดจากปัญหาจราจรที่ติดขัด
2. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ และกราฟิก เพื่อเป็นการสร้างเอกลักษณ์สำหรับสินค้าธัญญาหาร เพื่อสุขภาพ ตรา เพอร์ไลฟ์ เพื่อความแตกต่างกับผู้ผลิตแหล่งอื่น สร้างเอกลักษณ์ เฉพาะของสินค้าเกษตร ให้ต่างกับสินค้าใกล้เคียงประเภทอื่น ให้มีความน่าสนใจและ เป็นเอกลักษณ์ และออกแบบให้เกิดความ ร่วมสมัย เพื่อตอบโจทย์ที่กลุ่มเป้าหมายที่ เป็นคนทันสมัย และใส่ใจในสุขภาพ
3. เพื่อเป็นการขยายตลาดการจำหน่ายให้กว้างขึ้น ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่มากกว่าเดิม ด้วยผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย
4. การหารูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์แปรรูป เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ ภายใน ได้รับการคุ้มครอง มีอายุการรักษาสภาพที่นาน ไม่เสียก่อนเวลา
5. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สามารถอำนวยความสะดวกในการขนส่ง เพื่อเพิ่มศักยภาพใน การ กระจายสินค้าของตัวแทนจำหน่าย
6. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถพับเป็นของเล่นที่เสริมสร้างจินตนาการ และเสริม พัฒนาการของเด็กได้ โดยใช้บรรจุภัณฑ์ที่บริโภคหมดแล้ว
7. ต้องการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถรวมหน่วยได้ เพื่อกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ นำ สินค้าไปใช้ในโอกาสต่างๆ เช่น งานวันเกิด หรือ เยี่ยมคนไข้ เป็นต้น
8. เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ ให้สามารถแข่งขันในตลาดสากลได้

ความสำคัญของโครงการ

1. เป็นการช่วยเหลือด้านบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับลักษณะผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เกิด ประสิทธิภาพ ในการใช้งานมากที่สุด
2. เป็นการขยายตลาดการจำหน่ายให้มากขึ้น เพิ่มกลุ่มเป้าหมายให้ครอบคลุมมากขึ้น เพิ่มยอดขาย และปริมาณในการจำหน่าย
3. ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายมากขึ้น
4. ช่วยเหลือเจ้าของธุรกิจ SME โดยยกระดับตลาดให้สู้กับผลิตภัณฑ์อื่นในระดับตลาดที่ สูงกว่า ตลาดชาวบ้านได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความเป็นไปได้ของโครงการ

ด้านนโยบาย

โครงการนี้เป็นการเสนอแนะในขนาดที่ทาง บริษัท ซองเตอร์ ไทย ออร์แกนิก ฟู้ด จำกัด พิจารณาแล้วเห็นว่าเป็นโครงการที่สอดคล้องกับทางบริษัท ในการผลิตสินค้าที่ให้ประโยชน์ต่อร่างกาย รวมทั้งมีความเป็นไปได้ในการผลิต รวมถึงสามารถผลิตได้ภายใน ประเทศ และมี หนทางการกระจายสินค้าตั้งนั้นทางบริษัทจึงยินดีให้ข้อมูล และคำปรึกษาอย่างเต็ม ความสามารถ

ด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม

เป็นการสร้างงานให้แก่เกษตรกร และตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการ และ ลูกค้า ที่ ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการกระจายสินค้า และสวยงามโดยสามารถช่วยภาครัฐ ประชาสัมพันธ์ สินค้าพื้นเมืองประเภทอื่นๆที่อยู่โครงการ OTOP ได้อีกทางด้วย

ด้านเศรษฐกิจ

ช่วยพัฒนาการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรเพื่อให้แข่งขันในตลาดสากลได้ และเมื่อสามารถ แข่งขันในตลาดสากลได้ เกษตรกรจะมีรายได้มากขึ้น ซึ่งประเทศไทยเป็นประเทศที่มีผลิตผล ทางการเกษตร เพื่อนำมาแปรรูปเป็นจำนวนมาก ฉะนั้นการยกระดับการบรรจุผลิตภัณฑ์ จะ สามารถเพื่อรายได้ของเกษตรกรซึ่งเป็นชนกลุ่มมากของประเทศได้

ด้านการศึกษา

โครงการนี้เป็นโครงการเพื่อการศึกษาที่เปิดโอกาสให้ได้รับการฝึกฝนในการออกแบบบรรจุ ภัณฑ์โดยนำข้อมูลต่างๆ ทุกด้านที่เกี่ยวข้อง เช่น การตลาด การเลือกใช้วัสดุ กรรมวิธีการผลิต โครงสร้าง Corporate Identity มาวิเคราะห์ สรุปผล จนออกมาได้กลายเป็นผลงานออกแบบ

สรุปความเป็นไปได้ของโครงการ

ดังนั้น โครงการนี้จึงมีความเป็นไปได้ เนื่องจากได้รับความร่วมมือจาก บริษัท ซองเตอร์ ไทย ออร์แกนิก ฟู้ด จำกัด ที่ให้ข้อมูล และให้การสนับสนุนโครงการ รวมถึงมีความเป็นไปได้ในด้าน เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม และสามารถนำแนวทางมาพัฒนาเป็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่ดีต่อไปได้

ขอบเขตของโครงการด้านคุณภาพ

1. ออกแบบโลโก้

เนื่องจาก เพอร์ไลฟ์ (PurLife) เป็น แปรนต์ ใหม่โลโก้ที่ออกแบบจึงต้องสามารถสื่อความหมายได้ และสื่อถึงกลุ่มผู้บริโภค จดจำง่าย และยังคงแสดงถึงลักษณะเอกลักษณ์ของผู้ผลิตได้เป็นอย่างดีเหมาะสม

2. ออกแบบกราฟิกและการสื่อสารความหมาย

- 1) ออกแบบกราฟิกที่มีความเหมาะสม สอดคล้องกับลักษณะการวางแหล่งจำหน่ายใหม่ ที่มีผลทำให้เกิดกลุ่มเป้าหมายใหม่
- 2) ออกแบบกราฟิกที่แสดงเอกลักษณ์ของผู้ผลิต และแหล่งที่มา (Brand Identity) เพื่อให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป สามารถจดจำได้ และเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มผู้บริโภค
- 3) ออกแบบกราฟิกที่แสดง อัตลักษณ์ (Corporate Identity) ในกลุ่มสินค้าเดียวกันเพื่อแสดงความเป็น อันหนึ่งอันเดียวกัน เพื่อให้ผู้บริโภครู้ว่าเป็นสินค้าภายใต้แบรนด์เดียวกัน แต่ยังคงมีความ แตกต่างในแต่ละสินค้าเพื่อไม่ให้เกิดความสับสนแก่ผู้บริโภค
- 4) แสดงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในให้ผู้บริโภคทราบ ได้แก่ วันที่ผลิต, วันหมดอายุ, น้ำหนักสุทธิ, ชื่อสามัญของสินค้า, ฉลากโภชนาการ (ถ้ามี), ค่าแสดงประโยชน์, อย., สถานที่ผลิต, ข้อมูลผู้ผลิต
- 5) ออกแบบกราฟิกโดยคำนึงถึงเทคนิคและข้อจำกัดในการพิมพ์

3. ออกแบบบรรจุภัณฑ์

กลุ่ม เครื่องดื่มสำเร็จรูปพร้อมชง

- 1) ออกแบบบรรจุภัณฑ์ธัญญาหารพร้อมชงบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบมีคุณลักษณะดังนี้ คือ ด้านการบรรจุ (Containment)

- สามารถบรรจุสินค้าได้ 3 ขนาด คือ
- บรรจุขวดพลาสติก (Primary package) ขนาด 500 กรัม
- บรรจุซอง (Primary package) ขนาด 30 กรัม (30 กรัม x 5 ซอง) และบรรจุรวมลงในกล่องใหญ่ (Secondary package) ขนาด 150 กรัม
- บรรจุซอง (Primary package) ขนาด 30 กรัม (30 กรัม x 1ซอง) และบรรจุลงในถ้วยพลาสติก (Secondary package) ขนาด 30 กรัม

โดยทั้ง 3 ขนาด มี 4 แบบ ได้แก่ รสโกโก้ รสวานิลลา ผสมงาดำ ชูปลูกเต็อยไบหม่อน

ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)

- ออกแบบโครงสร้างให้สามารถผลิตได้จริงในระบบอุตสาหกรรมสะดวกต่อผู้ประกอบการ ในเรื่องการผลิตและการบรรจุ
- ง่ายต่อการจัดเก็บและขนส่งก่อนถึงมือผู้บริโภค โดยยังคงรักษาสภาพของผลิตภัณฑ์ภายในได้อย่างดี
- มีกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่สื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงสินค้าภายในได้อย่างรวดเร็ว ณ จุดขาย
- ออกแบบให้สะดวกต่อการบริโภค มีฝาที่ปิดสนิทไม่ทำให้หกเลอะเทอะ
- ออกแบบให้ผู้บริโภคใช้งานได้สะดวกรวดเร็ว และสอดคล้องกับสภาพความเป็นอยู่ที่เร่งรีบ

ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)

- สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายใน ให้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ ป้องกันความชื้นได้ มีฝาที่เหมาะสมกับขวด ให้สามารถเอื้ออำนวยต่อผู้บริโภคในการเก็บสินค้าได้ง่าย เมื่อรับประทานไม่หมด

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย มาจากผลิตภัณฑ์คู่แข่งในท้องตลาดได้โดยมีการใช้กราฟิกที่โดดเด่น และมีเอกลักษณ์

กลุ่ม อาหารเข้า

- 1) ออกแบบบรรจุภัณฑ์แผ่นธัญญาหารอบกรอบ

ด้านการบรรจุ (Containment)

- สามารถบรรจุสินค้าได้ 2 ขนาด คือ
- บรรจุถาดพลาสติก (Primary package) ขนาด 30 กรัม
- บรรจุซองอลูมิเนียม (Primary package) ขนาด 340 กรัม และบรรจุลงในกล่องใหญ่ (Secondary package) ขนาด 340 กรัม

โดยทั้ง 2 ขนาด มี 2 รสให้เลือก ได้แก่ ผสมผลไม้ปรุงรส ผสมดอกคำฝอย

ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)

- ออกแบบโครงสร้างให้สามารถผลิตได้จริงในระบบอุตสาหกรรมสะดวกต่อผู้ประกอบการ ในเรื่องการผลิตและการบรรจุ
- ง่ายต่อการจัดเก็บและขนส่งก่อนถึงมือผู้บริโภค โดยยังคงรักษาสภาพของผลิตภัณฑ์ภายในได้อย่างดี
- มีกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่สื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงสินค้าภายในได้อย่างรวดเร็ว ณ จุดขาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ออกแบบให้สะดวกต่อการบริโภค มีฝาที่ปิดสนิทไม่ทำให้หกเลอะเทอะ
- ออกแบบให้ผู้บริโภคใช้งานได้สะดวกรวดเร็ว และสอดคล้องกับสภาพความเป็นอยู่ที่เร่งรีบ

ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)

- สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายใน ให้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ ป้องกันความชื้นได้ มีฝาที่เหมาะสมกับขวด ให้สามารถเอื้ออำนวยต่อผู้บริโภคในการเก็บสินค้าเมื่อรับประทานไม่หมดได้ง่าย

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย มาจากผลิตภัณฑ์คู่แข่งในท้องตลาดได้โดยมีการใช้กราฟิกที่โดดเด่น และมีเอกลักษณ์

กลุ่ม ขนมหขบเคี้ยว

1) ออกแบบบรรจุภัณฑ์แห่งธัญญาหาร
บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบมีคุณลักษณะดังนี้ คือ

ด้านการบรรจุ (Containment)

- สามารถบรรจุสินค้าขนาด 840 กรัม (35 กรัม x 24 แพ่ง) โดยมี 2 รส คือ
- แห่งธัญญาหารรสโกโก้
- แห่งธัญญาหารรสวานิลลา

บรรจุภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ชั้น คือ ชั้น Primary package เป็นซองอลูมิเนียมฟอยล์ และบรรจุลงในกล่องกระดาษ Secondary package เพื่อป้องกันการกระแทก

ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)

- ออกแบบโครงสร้างให้สามารถผลิตได้จริงในระบบอุตสาหกรรมสะดวกต่อผู้ประกอบการ ในเรื่องการผลิตและการบรรจุ
- ง่ายต่อการจัดเก็บและขนส่งก่อนถึงมือผู้บริโภค โดยยังคงรักษาสภาพของผลิตภัณฑ์ภายในได้อย่างดี
- มีกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่สื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงสินค้าภายในได้อย่างรวดเร็ว กระจุกชัด
- ออกแบบให้สะดวกต่อการบริโภค ไม่หกเลอะเทอะ
- ออกแบบให้ผู้บริโภคใช้งานได้สะดวกรวดเร็ว และสอดคล้องกับสภาพความเป็นอยู่ที่เร่งรีบ

ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)

- สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายใน ให้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ ป้องกันความชื้นได้ มีฝาที่เหมาะสมกับขวด ให้สามารถเอื้ออำนวยต่อผู้บริโภคในการเก็บสินค้าเมื่อรับประทานไม่หมดได้ง่าย

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย มาจากผลิตภัณฑ์คู่แข่งในท้องตลาดได้โดยมีการใช้กราฟิกที่โดดเด่น และมีเอกลักษณ์

2) ออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลไม้แผ่นอบกรอบ

ด้านการบรรจุ (Containment)

- สามารถบรรจุสินค้า ขนาด 80 กรัม มี 2 ชนิด
- มะม่วงแผ่นอบกรอบ
- มะละกอแผ่นอบกรอบ

บรรจุภัณฑ์ Primary package เป็นขวดพลาสติก

ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)

- ออกแบบโครงสร้างให้สามารถผลิตได้จริงในระบบอุตสาหกรรมสะดวกต่อผู้ประกอบการ ในเรื่องการผลิตและการบรรจุ
- ง่ายต่อการจัดเก็บและขนส่งก่อนถึงมือผู้บริโภค โดยยังคงรักษาสภาพของผลิตภัณฑ์ภายในได้อย่างดี
- มีกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่สื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงสินค้าภายในได้อย่างรวดเร็ว ณ จุดขาย
- ออกแบบให้สะดวกต่อการบริโภค มีฝาที่ปิดสนิทไม่ทำให้หกเลอะเทอะ และไม่ให้อากาศเข้า
- ออกแบบให้ผู้บริโภคใช้งานได้สะดวกรวดเร็ว และสอดคล้องกับสภาพความเป็นอยู่ที่เร่งรีบ

ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)

- สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายใน ให้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ ป้องกันความชื้นได้ มีฝาที่เหมาะสมกับขวด ให้สามารถเอื้ออำนวยต่อผู้บริโภคในการเก็บสินค้าเมื่อรับประทานไม่หมดได้ง่าย

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย มาจากผลิตภัณฑ์คู่แข่งในท้องตลาดได้โดยมีการใช้กราฟิกที่โดดเด่น และมีเอกลักษณ์

กลุ่ม เครื่องดื่ม

1) ออกแบบบรรจุภัณฑ์น้ำเพื่อสุขภาพ
บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบมีคุณลักษณะดังนี้ คือ

ด้านการบรรจุ (Containment)

- บรรจุขวดพลาสติก Primary package ขนาด 750 กรัม
โดยทั้ง มี 4 รสได้แก่ น้ำธัญพืชรสโกโก้ รสวานิลลา ผสมน้ำผลไม้ ผสมลูกบัว

ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)

- ออกแบบโครงสร้างให้สามารถผลิตได้จริงในระบบอุตสาหกรรมสะดวกต่อผู้ประกอบการ ในเรื่องการผลิตและการบรรจุ
- ง่ายต่อการจัดเก็บและขนส่งก่อนถึงมือผู้บริโภค โดยยังคงรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ภายในได้อย่างดี
- มีกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่สื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงสินค้าภายในได้อย่างรวดเร็ว กระจุกชัด
- ออกแบบให้สะดวกต่อการบริโภค มีฝาที่ปิดสนิทไม่ทำให้หกเลอะเทอะ
- ออกแบบให้ผู้บริโภคใช้งานได้สะดวกรวดเร็ว และสอดคล้องกับสภาพความเป็นอยู่ที่เร่งรีบ

ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)

- สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายใน ให้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ ป้องกันความชื้นได้ มีฝาที่เหมาะสมกับขวด ให้สามารถเอื้ออำนวยต่อผู้บริโภคในการเก็บสินค้าเมื่อรับประทานไม่หมดได้ง่าย

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย มาจากผลิตภัณฑ์คู่แข่งในท้องตลาดได้โดยมีการใช้กราฟิกที่โดดเด่น และมีเอกลักษณ์

กลุ่ม เครื่องเทศ

1) ออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปรุงรส
บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบมีคุณลักษณะดังนี้ คือ

ด้านการบรรจุ (Containment)

- สามารถบรรจุสินค้าขนาด 50 กรัม โดยมี 2 รส คือ
- งาหอมโรยข้าว
- สาหร่ายโรยข้าว

บรรจุภัณฑ์ Primary package เป็นกระปุกพลาสติก

ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ออกแบบโครงสร้างให้สามารถผลิตได้จริงในระบบอุตสาหกรรมสะดวกต่อผู้ประกอบการ ในเรื่องการผลิตและการบรรจุ
- ง่ายต่อการจัดเก็บและขนส่งก่อนถึงมือผู้บริโภค โดยยังคงรักษาสภาพของผลิตภัณฑ์ภายในได้อย่างดี
- มีกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่สื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงสินค้าภายในได้อย่างรวดเร็ว ณ จุดขาย
- ออกแบบให้สะดวกต่อการบริโภค มีฝาที่ปิดสนิทไม่ทำให้หกเลอะเทอะ
- ออกแบบให้ผู้บริโภคใช้งานได้สะดวกรวดเร็ว และสอดคล้องกับสภาพความเป็นอยู่ที่เร่งรีบ

ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)

- สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายใน ให้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ ป้องกันความชื้นได้ มีฝาที่เหมาะสมกับขวด ให้สามารถเอื้ออำนวยต่อผู้บริโภคในการเก็บสินค้าเมื่อรับประทานไม่หมดได้ง่าย

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย มาจากผลิตภัณฑ์คู่แข่งในท้องตลาดได้โดยมีการใช้กราฟิกที่โดดเด่น และมีเอกลักษณ์

กลุ่ม ของฝาก

- 1) ออกแบบบรรจุภัณฑ์ชุดของขวัญพร้อมซองบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบมีคุณลักษณะดังนี้ คือ

ด้านการบรรจุ (Containment)

- สามารถบรรจุสินค้าขนาด 900 กรัม (30 กรัม x 36 ซอง) โดยมี 6 รส คือ รสโกโก้ รสวานิลลา ผสมงา ชูปังงาดำ ชูปนมข้าวายากู ชูปลุกเต็อบใบหม่อน
- บรรจุภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ชั้น คือ ชั้น Primary package เป็นซองอลูมิเนียมฟอยล์ และบรรจุลงในกล่องกระดาษ Secondary package เพื่อป้องกันการกระแทก

ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)

- ออกแบบโครงสร้างให้สามารถผลิตได้จริงในระบบอุตสาหกรรมสะดวกต่อผู้ประกอบการ ในเรื่องการผลิตและการบรรจุ
- ง่ายต่อการจัดเก็บและขนส่งก่อนถึงมือผู้บริโภค โดยยังคงรักษาสภาพของผลิตภัณฑ์ภายในได้อย่างดี
- มีกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่สื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงสินค้าภายในได้อย่างรวดเร็ว ณ จุดขาย
- ออกแบบให้สะดวกต่อการบริโภค มีฝาที่ปิดสนิทไม่ทำให้หกเลอะเทอะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ออกแบบให้ผู้บริโภคใช้งานได้สะดวกรวดเร็ว และสอดคล้องกับสภาพความเป็นอยู่ที่เร่งรีบ

ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)

- สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายใน ให้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ ป้องกันความชื้นได้ มีฝาที่เหมาะสมกับขวด ให้สามารถเอื้ออำนวยต่อผู้บริโภคในการเก็บสินค้าเมื่อรับประทานไม่หมดได้ง่าย

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย มาจากผลิตภัณฑ์คู่แข่งในท้องตลาดได้โดยมีการใช้กราฟิกที่โดดเด่น และมีเอกลักษณ์

กลุ่ม อาหารเด็ก

1) ออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมซงสำหรับเด็กอ่อน
บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบมีคุณลักษณะดังนี้ คือ

ด้านการบรรจุ (Containment)

- สามารถบรรจุสินค้าขนาด 200 กรัม (40 กรัม x 5 ซอง) โดยมี 2 รส คือ
- สูตรข้าวกล้อง
- สูตรข้าวเจ้า

บรรจุภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ชั้น คือ ชั้น Primary package เป็นซองอลูมิเนียมฟอยล์ และบรรจุลงในกล่องกระดาษ Secondary package เพื่อป้องกันการกระแทก

ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)

- ออกแบบโครงสร้างให้สามารถผลิตได้จริงในระบบอุตสาหกรรมสะดวกต่อผู้ประกอบการ ในเรื่องการผลิตและการบรรจุ
- ง่ายต่อการจัดเก็บและขนส่งก่อนถึงมือผู้บริโภค โดยยังคงรักษาสภาพของผลิตภัณฑ์ภายในได้อย่างดี
- มีกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่สื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงสินค้าภายในได้อย่างรวดเร็ว ผนจูดขาย
- ออกแบบให้สะดวกต่อการบริโภค มีฝาที่ปิดสนิทไม่ทำให้หกเลอะเทอะ
- ออกแบบให้ผู้บริโภคใช้งานได้สะดวกรวดเร็ว และสอดคล้องกับสภาพความเป็นอยู่ที่เร่งรีบ

ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)

- สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายใน ให้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ ป้องกันความชื้นได้ มีฝาที่เหมาะสมกับขวด ให้สามารถเอื้ออำนวยต่อผู้บริโภคในการเก็บสินค้าเมื่อรับประทานไม่หมดได้ง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย มาจากผลิตภัณฑ์คู่แข่งในท้องตลาดได้โดยมีการใช้กราฟิกที่โดดเด่น และมีเอกลักษณ์
 - ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้พับเป็นซองที่สามารถเสริมสร้างพัฒนาการของเด็กได้
- 2) ออกแบบบรรจุภัณฑ์ชุดอาหารเช้า (แผ่นธัญญาหารอบกรอบพร้อมนมข้าววาคูสำหรับเด็ก)

บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบมีคุณลักษณะดังนี้ คือ

ด้านการบรรจุ (Containment)

- สามารถบรรจุสินค้าขนาด 200 กรัม (25 กรัม + 140 กรัม) โดยมี 2 รส คือ
- รสโกโก้ รสสตอเบอร์รี่

ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)

- ออกแบบโครงสร้างให้สามารถผลิตได้จริงในระบบอุตสาหกรรมสะดวกต่อ
- ผู้ประกอบการ ในเรื่องการผลิตและการบรรจุ
- ง่ายต่อการจัดเก็บและขนส่งก่อนถึงมือผู้บริโภค โดยยังคงรักษาสภาพของผลิตภัณฑ์ภายในได้อย่างดี
- มีกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่สื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงสินค้าภายในได้อย่างรวดเร็ว ผน
- จุดขาย
- ออกแบบให้สะดวกต่อการบริโภค มีฝาที่ปิดสนิทไม่ทำให้หกเลอะเทอะ
- ออกแบบให้ผู้บริโภคใช้งานได้สะดวกรวดเร็ว และสอดคล้องกับสภาพความเป็นอยู่ที่เร่งรีบ

ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)

- สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในให้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ ป้องกันความชื้นได้ มีฝาที่เหมาะสมกับขวด ให้สามารถเอื้ออำนวยต่อผู้บริโภคในการเก็บสินค้าเมื่อรับประทานไม่หมดได้ง่าย

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย มาจากผลิตภัณฑ์คู่แข่งในท้องตลาดได้โดยมีการใช้กราฟิกที่โดดเด่น และมีเอกลักษณ์
- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้พับเป็นซองที่สามารถเสริมสร้างพัฒนาการของเด็กได้

กลุ่ม ส่งเสริมการขาย

- ชั้นจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าตั้งที่พื้น

เพื่อจัดวางสินค้าขายได้อย่างเป็นระบบระเบียบ รวมทั้งก่อให้เกิดภาพรวมของสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นมวลรวม ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์ในการสังเกต จดจำ และสร้างความโดดเด่นในจุดที่
วางจำหน่ายโดยต้องสามารถเคลื่อนย้ายได้สะดวก และใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
สถานที่วางจำหน่าย ซูเปอร์มาเก็ตชั้นนำทั่วไป
สินค้าที่วางจำหน่าย เป็นสินค้าประเภทเครื่องดื่มสำเร็จรูปพร้อมซง กลุ่มอาหารเข้า
กลุ่มขนมขบเคี้ยว กลุ่มเครื่องเทศ กลุ่มอาหารเด็ก



ภาพที่ 1 ชั้นแสดงและจำหน่ายสินค้าแบบตั้งพื้น

สรุปขอบเขตโครงการตามปริมาณ

หัวข้อวิทยานิพนธ์ : โครงการออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ ตรา เพอร์ไลฟ์		รายการผลิตภัณฑ์				ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณงาน
ขอบเขตของงาน	ผลิตภัณฑ์	สูตร/กลิ่น/รส	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิดรูปแบบ	คุณภาพงาน				
เครื่องดื่มสุขภาพ	- รสโกโก้ - รสนม - ผสมงา - ชุปลูกเดียวใบหมอน	500 g	Primary Package	ขวดพลาสติก	✓ Containment ✓ Protection ✓ Convenience ✓ Promotion	1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟฟิกหลัก 6 เอกลักษณ์รวม				
							150 g 30g X 5 ช่อง	Primary Package	ซองอูมิเนียม พรอยด์	✓ Containment ✓ Protection ✓ Convenience ✓ Promotion
			Secondary Package	กล่อง กระดาษ	✓ Containment ✓ Protection ✓ Convenience ✓ Promotion	1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟฟิกหลัก 6 เอกลักษณ์รวม				
							30 g	Primary Package	ซองอูมิเนียม พรอยด์	✓ Containment ✓ Protection ✓ Convenience ✓ Promotion
			Secondary Package	ถ้วย กระดาษ	✓ Containment ✓ Protection ✓ Convenience ✓ Promotion	1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟฟิกหลัก 6 เอกลักษณ์รวม				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

หัวข้อวิทยานิพนธ์ : โครงการออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ ตรา เพอร์ไลฟ์

ขอบเขตของงาน

รายการผลิตภัณฑ์		ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณงาน
		ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ		
ผลิตภัณฑ์ อาหารเช้า	สูตร/กลิ่น/รส	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ประเภทบรรจุภัณฑ์	โครงสร้างมาตรฐาน กราฟฟิกเอกลักษณ์รวม	0 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟฟิกหลัก 2 เอกลักษณ์รวม
	- วัตถุดิบที่ขอกรอบผสม ไม่ปรุงรส - วัตถุดิบที่ขอกรอบผสม ดอกคำฝอย	340 g	Primary Package	คุณภาพงาน ✓ Containment ✓ Protection ✓ Convenience Promotion		
			Secondary Package	กลอง กระดาษ	โครงสร้างออกแบบ กราฟฟิกออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟฟิกหลัก 2 เอกลักษณ์รวม
		30 g	Primary Package	ถาด พลาสติก	โครงสร้างออกแบบ กราฟฟิกออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟฟิกหลัก 2 เอกลักษณ์รวม

หัวข้อวิทยานิพนธ์ : โครงการออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ ตรา เพอร์ไลต์

ขอบเขตของงาน		รายการผลิตภัณฑ์				ประเภทบรรจุภัณฑ์		ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร/กลิ่นรส	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิดรูปแบบ	คุณภาพงาน				
ขนมขบเคี้ยว	- ัญญาพีชแห่งสโกโก - ัญญาพีชแห่งตรวนิลดา	170 g 35g X 24ชิ้น	Primary Package	ซองอูมิเน็ม- พรอยด์	✓ Containment	1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟฟิกหลัก 2 เอกลักษณ์รวม			
					✓ Protection				
					✓ Convenience				
					✓ Promotion				
			Secondary Package	กล่องกระดาษ	✓ Containment	1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟฟิกหลัก 2 เอกลักษณ์รวม			
					✓ Protection				
					✓ Convenience				
					✓ Promotion				
	- มะม่วงอบแห้ง - มะตะกอบอบแห้ง	80 g	Primary Package	ขวดพลาสติก	✓ Containment	1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟฟิกหลัก 2 เอกลักษณ์รวม			
					✓ Protection				
					✓ Convenience				
					✓ Promotion				

หัวข้อวิทยานิพนธ์ : โครงการออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ ตรา เพอร์ไลท์

ขอบเขตของงาน		รายการผลิตภัณฑ์				ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร/กลิ่นรส	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน					
เครื่องดื่ม	- ธัญพืชรสโกโก้ - ธัญพืชรสวานิลลา - ธัญพืชผสมน้ำผลไม้ - ธัญพืชผสมลูกบัว	300 g 750 g	Primary Package	ขวดพลาสติก	✓ Containment ✓ Protection ✓ Convenience ✓ Promotion	1 โครงสร้าง 2 ขนาด 1 กราฟฟิกหลัก 4 เอกลักษณ์โดยรวม				
เครื่องปรุง	- งา - สาหร่าย	50 g	Primary Package	กะปุกพลาสติก	✓ Containment ✓ Protection ✓ Convenience ✓ Promotion	1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟฟิกหลัก 2 เอกลักษณ์โดยรวม				
ชุดของฝาก	- รสโกโก้ - รสวานิลลา - ผสมงา - ชุดลูกเดียวใบหม่อน	700 g 20 ซอง	Retail Package	กล่องกระดาษ	✓ Containment ✓ Protection ✓ Convenience ✓ Promotion	1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์โดยรวม				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

หัวข้อวิทยานิพนธ์ : โครงการออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ ตรา เพอร์ไลฟ์

ชื่อประเภทของงาน

ผลิตภัณฑ์	รายการผลิตภัณฑ์	ประเภทบรรจุภัณฑ์				ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณงาน	
		ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน				
อาหารเด็ก	สูตร/กลิ่นรส - อาหารเสริมพร้อมซอง สูตรข้าวกล้อง - อาหารเสริมพร้อมซอง สูตรข้าวเจ้า	ขนาดบรรจุ	200 g 40g X 5 ซอง	ชนิด/รูปแบบ	ซองอสุมนิยม พร้อมดี	คุณภาพงาน	✓ Containment ✓ Protection ✓ Convenience ✓ Promotion	1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟฟิกหลัก 2 เอกลักษณ์โดยรวม
					กดอง กระดาษ	✓ Containment ✓ Protection ✓ Convenience ✓ Promotion	1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟฟิกหลัก 2 เอกลักษณ์โดยรวม	
	- ชุดอาหารแช่ สโปกโก - ชุดอาหารแช่ รส สตรอเบอรี่		165 g	ชนิด/รูปแบบ	ซองอสุมนิยม พร้อมดี	✓ Containment ✓ Protection ✓ Convenience ✓ Promotion	1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟฟิกหลัก 2 เอกลักษณ์โดยรวม	
				ภาชนะ พลาสติก	✓ Containment ✓ Protection ✓ Convenience ✓ Promotion	1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟฟิกหลัก 2 เอกลักษณ์โดยรวม		
				กดอง กระดาษ	✓ Containment ✓ Protection ✓ Convenience ✓ Promotion	1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟฟิกหลัก 2 เอกลักษณ์โดยรวม		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อักษรห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการ 17 ไปใช้

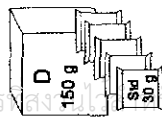
หัวข้อวิทยานิพนธ์ : โครงการออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ ตรา เพอร์ไลท์

ขอบเขตของงาน		ประเภทบรรจุภัณฑ์		ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	รายการผลิตภัณฑ์	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน		
ผลิตภัณฑ์	สูตรกลิ่นรส	ขนาดบรรจุ	ชั้น	โครงสร้างออกแบบ กราฟฟิกออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟฟิกหลัก 1 เอกฉลัดทั้งหมด
สื่อส่งเสริมการขาย				✓ Containment ✓ Protection ✓ Convenience ✓ Promotion	

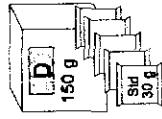
แผนภาพแสดงขอบเขตของโครงการด้านปริมาณงาน

กลุ่มเครื่องมือสัมภาระพร้อมขง

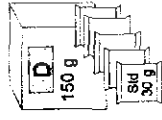
ขั้วผูกอาหารพร้อมขง



รส โทโก้



รส วนิลา



ผสมงา



ซบลูกเดือย
ใบพยอม

Primary Package : ซองอูมูมิเนียม

1 โครงสร้าง x 1 ขนาด
1 กราฟฟีกทอล์ก x 6 เอกลักษณ์ร่วม

Secondary Package : กล่องกระดาษ

1 โครงสร้าง x 1 ขนาด
1 กราฟฟีกทอล์ก x 6 เอกลักษณ์ร่วม



รส โทโก้



รส วนิลา



ผสมงา



ซบลูกเดือย
ใบพยอม

Primary Package : ขวดพลาสติก

1 โครงสร้าง x 1 ขนาด
1 กราฟฟีกทอล์ก x 6 เอกลักษณ์ร่วม



ซบลูกเดือย
ใบพยอม



ผสมงา



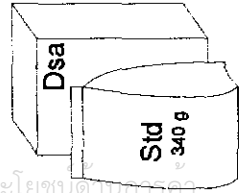
รส วนิลา



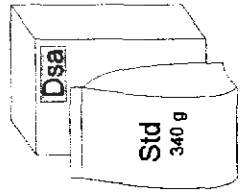
รส โทโก้

กลุ่มอาหารเข้า

แผนขันผูกอาหารอบกรอบ



ผสมผลไม้ปรุงรส



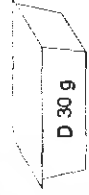
ผสมดอกคำฝอย

Primary Package : ซองอูมูมิเนียม

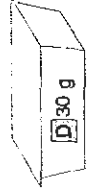
1 โครงสร้าง x 1 ขนาด
1 กราฟฟีกทอล์ก x 1 เอกลักษณ์ร่วม

Secondary Package : กล่องกระดาษ

1 โครงสร้าง x 1 ขนาด
1 กราฟฟีกทอล์ก x 2 เอกลักษณ์ร่วม



ผสมผลไม้ปรุงรส

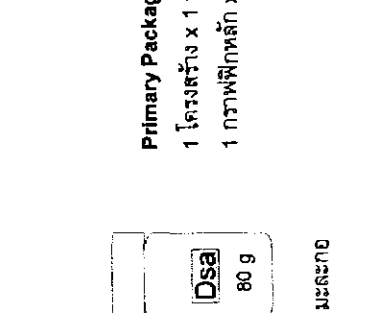
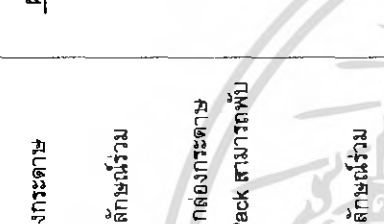
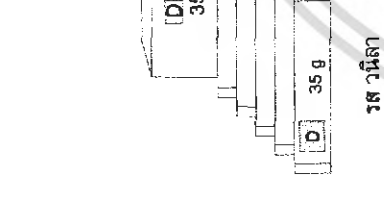


ผสมดอกคำฝอย

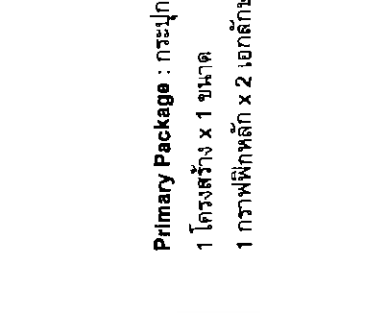
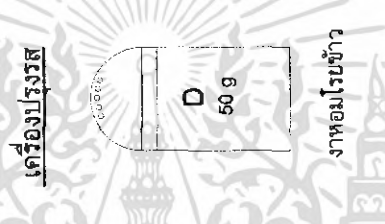
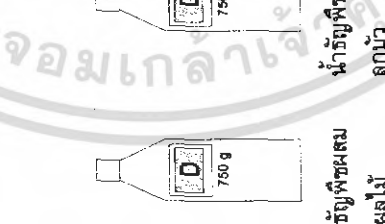
Primary Package : ภาตพลาสติก

1 โครงสร้าง x 1 ขนาด
1 กราฟฟีกทอล์ก x 2 เอกลักษณ์ร่วม

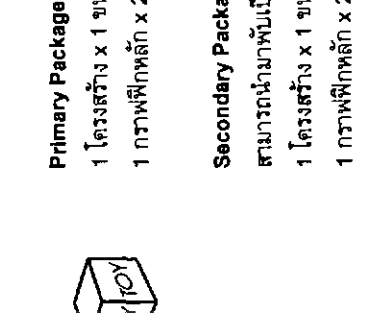
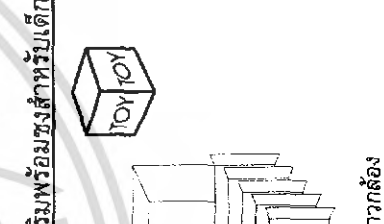
กลุ่มขนมขบเคี้ยว

<p>แท่งธัญญาหาร</p>  <p>รส โทโก้</p>	<p>แท่งธัญญาหาร</p>  <p>รส วานิลลา</p>	<p>ผลไม้แปรรูปกรอบ</p>  <p>มะม่วง มะละกอ</p>
<p>Primary Package : ของกระดาด 1 โครงสร้าง x 1 ขนาด 1 กราฟฟีกทอล์ก x 2 เอกลักษณะร่วม</p>		<p>Primary Package : ขวดพลาสติก 1 โครงสร้าง x 1 ขนาด 1 กราฟฟีกทอล์ก x 2 เอกลักษณะร่วม</p>
<p>Secondary Package : กล่องกระดาษ ทำหน้าที่เป็น Multiple Pack สามารถพับ เป็น Display ได้ 1 โครงสร้าง x 1 ขนาด 1 กราฟฟีกทอล์ก x 2 เอกลักษณะร่วม</p>		

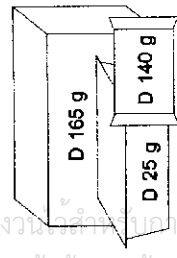
กลุ่มเครื่องดื่ม

<p>น้ำเพื่อสุขภาพ</p>  <p>โทโก้ วานิลลา น้ำผลไม้</p>	<p>เครื่องดื่มรส</p>  <p>งาหอมโรยข้าว ลาหยาโรยข้าว</p>	<p>เครื่องดื่มรส</p>  <p>น้ำชัญพืชผสม ลูกบัว</p>
<p>Primary Package : ขวดพลาสติก 1 โครงสร้าง x 1 ขนาด 1 กราฟฟีกทอล์ก x 4 เอกลักษณะร่วม</p>		<p>Primary Package : กระดาษพลาสติก 1 โครงสร้าง x 1 ขนาด 1 กราฟฟีกทอล์ก x 2 เอกลักษณะร่วม</p>

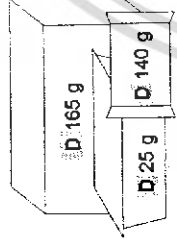
กลุ่มของฝาก

<p>ชุดธัญญาหารพร้อมชง</p> 	<p>อาหารเสริมพร้อมชงสำหรับเด็กอ่อน</p>  <p>สูตรข้าวเจ้า สูตรข้าวกล้อง</p>	<p>Primary Package : ของถนอมนิยม 1 โครงสร้าง x 1 ขนาด 1 กราฟฟีกทอล์ก x 4 เอกลักษณะร่วม</p>
<p>Secondary Package : กล่องกระดาษ ทำหน้าที่เป็น Multiple Pack สามารถพับ เป็น Display และสามารถหิ้วได้ 1 โครงสร้าง x 1 ขนาด 1 กราฟฟีกทอล์ก x 1 เอกลักษณะร่วม</p>		<p>Primary Package : ของถนอมนิยม 1 โครงสร้าง x 1 ขนาด 1 กราฟฟีกทอล์ก x 2 เอกลักษณะร่วม</p>
<p>Secondary Package : กล่องกระดาษ สามารถนำมาพับเป็นของเล่นได้ 1 โครงสร้าง x 1 ขนาด 1 กราฟฟีกทอล์ก x 2 เอกลักษณะร่วม</p>		

ชุดอาหารเข้าแผ่นัญญาทหารออบกรอบพร้อมนมช็อคโกแลตสำหรับเด็ก



รสโกโก้



รสตรอเบอร์รี่

Primary Package : ซองอลูมิเนียม

- 1 โครงสร้าง x 1 ขนาด
- 1 กราฟฟิคหลัก x 2 เอกลักษณ์ร่วม

Secondary Package : กล่องกระดาษ

- สามารถพับเป็นของเล่นได้
- 1 โครงสร้าง x 1 ขนาด
- 1 กราฟฟิคหลัก x 2 เอกลักษณ์ร่วม

ชั้นจัดแสดงและจำหน่าย

สินค้าตั้งพื้น

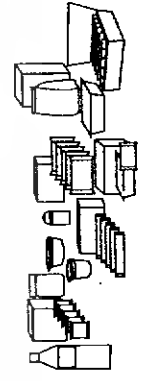


Parlife เวอไลฟ

สรุปผลการออกแบบ

สรุปผลการออกแบบ

- โครงสร้างออกแบบ 14 โครงสร้าง
- โครงสร้างมาตรฐาน 2 โครงสร้าง
- กราฟฟิคหลัก 12 กราฟฟิค
- จำนวนชิ้นงานรวม 32 ชิ้นงาน



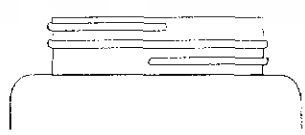

สรุปในส่วนที่ออกแบบ

- ออกแบบขวด 1 ขวด
- ออกแบบกล่อง 6 กล่อง
- ออกแบบถ้วย 2 ถ้วย
- ออกแบบกระปุก 1 กระปุก
- ออกแบบซอง 2 ซอง
- ออกแบบถาด 1 ถาด

ปัญหา เงื่อนไขความต้องการ และแนวทางในการแก้ไข

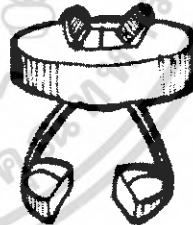
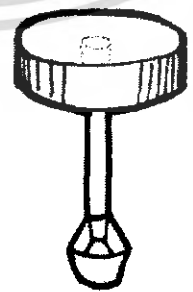


กลุ่มเครื่องดื่มสำเร็จรูปพร้อมซอง

ธัญญาหาร

ปัญหา เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>1 ด้านการบรรจุ (Containment)</p> <p>1.1 บรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุเครื่องดื่มธัญญาหารสำเร็จรูป มีลักษณะเป็นซอง พร้อมซองรับประทาน ได้ทันทีที่มีขนาดบรรจุ 3 ขนาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขนาดบรรจุ 500 กรัม - ขนาดบรรจุ 150 กรัม บรรจุแยกใส่ซองสำหรับซองพอดี 1 แก้ว - ขนาดบรรจุ 30 กรัม บรรจุแยกใส่ซอง 1ซอง สำหรับเติมน้ำร้อนแล้วดื่มได้ทันที <p>2 ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</p> <p>2.1 ผลิตภัณฑ์อาจได้รับความเสียหายโดยมีคุณลักษณะที่เปลี่ยนแปลงไป จากการกระทำของสิ่งแวดล้อมภายนอก เช่น ความชื้น แสงแดด แผลงการตกหล่นของสินค้า</p>	<p>1 ด้านการบรรจุ (Containment)</p> <p>1.1 - ขนาดบรรจุ 500 กรัม กำหนดให้เป็นบรรจุภัณฑ์ประเภทขวดพลาสติก เพื่อป้องกันการตกแตก มีการบรรจุที่พอดี</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขนาดบรรจุ 150 กรัม กำหนดให้แยกบรรจุบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 (Primary package) ของละ 30 กรัม ใช้ลูมิเนียมฟอยล์เหมาะแก่การดื่มต่อ 1 แก้ว - บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 (Secondary package) สามารถบรรจุซองได้ 5 ซอง ใช้กล่องกระดาษเป็นบรรจุภัณฑ์ <ul style="list-style-type: none"> - ขนาดบรรจุ 30 กรัม กำหนดให้แยกบรรจุบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 (Primary package) ของละ 30 กรัม ใช้ลูมิเนียมฟอยล์เหมาะแก่การดื่มต่อ 1 แก้ว - บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 (Secondary package) สามารถบรรจุซองได้ 1 ซอง ใช้ถ้วยกระดาษเป็นบรรจุภัณฑ์พร้อมดื่ม <p>2 ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</p> <p>2.1. ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์ให้สามารถปกป้องตัวผลิตภัณฑ์ได้โดย</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขนาดบรรจุ 500 กรัม ออกแบบฝาขวดให้มีคุณสมบัติปิดสนิท <div style="text-align: center;">  <p>ลักษณะฝาเกลียว</p>  <p>ลักษณะฝา Snap</p> </div>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
 หมายเหตุ: เอกสารนี้ได้อัปเดตใหม่ล่าสุดแล้ว และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหา เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
	<p>ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์ให้สามารถปกป้องการตกหล่นได้โดย ใช้วัสดุที่เป็นพลาสติกให้มีความคงทนแข็งแรง</p> <p>- ขนาดบรรจุ 150 กรัม บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 (Primary package) กำหนดของบรรจุเป็นอลูมิเนียมฟอยล์สามารถป้องกันสินค้าภายในให้คงสภาพเดิมได้ บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 (Secondary package) ออกแบบให้มีการปิดสนิททั้งก่อนเปิด และการเก็บรักษาหลังการเปิด</p>  <p>ออกแบบฝาปิดให้มี 2 ชั้น</p> <p>- ขนาดบรรจุ 30 กรัม บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 (Primary package) กำหนดของบรรจุเป็นอลูมิเนียมฟอยล์สามารถป้องกันสินค้าภายในให้คงสภาพเดิมได้ บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 (Secondary package) ออกแบบให้มีการปิดสนิทก่อนเปิดใช้และสามารถทนความร้อนได้ เช่น มีพลาสติกซีลปิด</p> 

ปัญหา เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>3 ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)</p> <p>3.1 สำหรับผู้ผลิต สามารถบรรจุสินค้าลงในบรรจุภัณฑ์ได้ง่าย ผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม</p> <p>3.2 สำหรับผู้บริโภค สะดวกในการบริโภค และสะดวกต่อการรักษาสภาพของผลิตภัณฑ์ไว้ให้อยู่ในสภาพที่ดีเมื่อรับประทานไม่หมด</p>	<p>3 ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)</p> <p>3.1 - ขนาดบรรจุ 500 กรัม ออกแบบให้กระปุกบรรจุได้โดยง่ายโดยคำนึงถึง ความกว้าง ความลึกของบรรจุภัณฑ์ มีรูปทรงที่ไม่ยากต่อการผลิต</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขนาดบรรจุ 150 กรัม (30 กรัม X 5 ซอง) บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 (Primary package) ผลิตง่ายไม่ซับซ้อน ในส่วน บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 (Secondary package) ให้เป็นกล่อง folding carton ที่พับขึ้นรูปได้ง่าย - ขนาดบรรจุ 30 กรัม (30 กรัม X 1 ซอง) บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 (Primary package) ผลิตง่ายไม่ซับซ้อน ในส่วน บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 (Secondary package) ให้เป็นถ้วยกระดาษที่สามารถผลิตได้ง่าย โดยคำนึงถึงขนาดในการผลิต <p>3.2 - ขนาดบรรจุ 500 กรัม ออกแบบให้กระปุกง่ายต่อการเปิดใช้งาน และไม่ต้องหามาขนะมาตัดวงกะปริมาณได้สะดวก</p> <p>ออกแบบฝาสามารถควงสินค้า</p>  <p>ออกแบบให้ร้อนติดติดกับฝา</p>  <p>ออกแบบให้ฝาสามารถเปิดเทได้สะดวก</p>  <p>ออกแบบให้มีฟิลิปเพื่อสะดวกในการเปิด</p> 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่ในวงการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

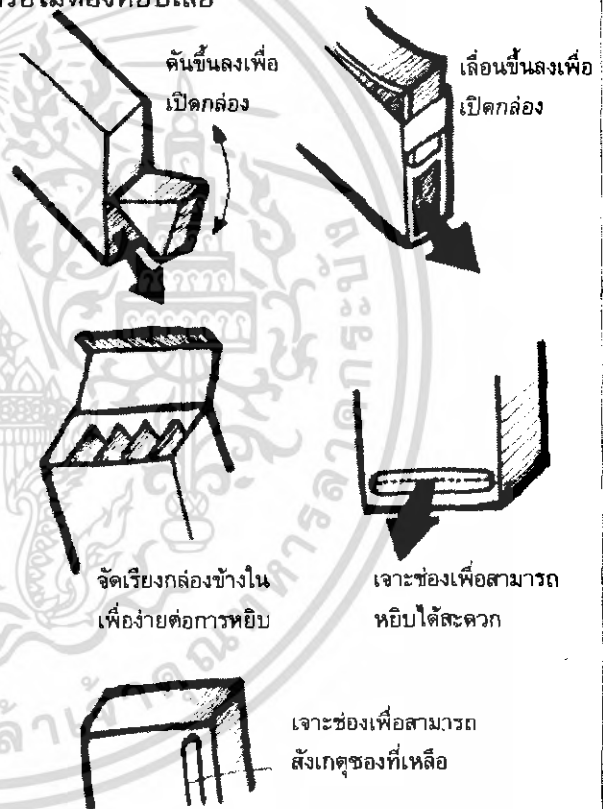
ปัญหา เงื่อนไขความต้องการ

แนวทางการแก้ปัญหา

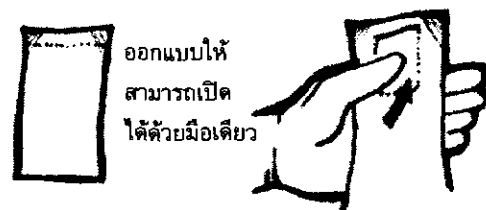
- ขนาดบรรจุ 150 g (30 กรัม X 5 ซอง) ในส่วนบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 (Primary package) ง่ายต่อการฉีกและเทได้สะดวกและสามารถเปิดซองได้ด้วยมือเดียว

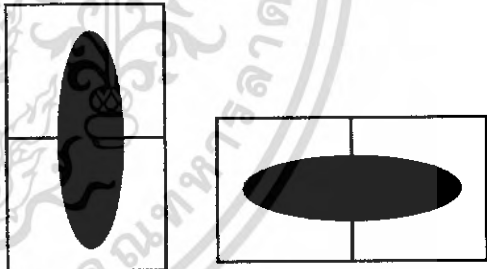


บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 (Secondary package) ออกแบบให้ผู้บริโภคเปิดและหยิบซองออกจากกล่องได้ง่ายหรือไม่ต้องหยิบเลย



- ขนาดบรรจุ 30 กรัม (30 กรัม X 1 ซอง) Primary package ง่ายต่อการฉีกและเทได้สะดวกและสามารถเปิดซองได้ด้วยมือเดียว

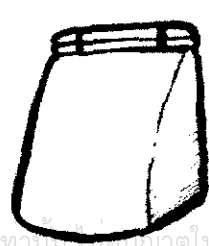


ปัญหา เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>4 ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</p> <p>4.1 บรรจุกุภัณฑ์ต้องมีความแตกต่างจากบรรจุกุภัณฑ์อื่น เพราะในตลาดมีสินค้าเป็นจำนวนมาก และมีการแข่งขันสูง</p> <p>4.2 บรรจุกุภัณฑ์ต้องแยกประเภทได้อย่างชัดเจน ป่งบอกในตัวเองไม่ทำให้ผู้บริโภคสับสน</p> <p>4.3 บรรจุกุภัณฑ์ต้องสามารถดึงดูดผู้บริโภคได้เมื่ออยู่บนชั้นวาง</p>	<p>4 ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</p> <p>4.1 ออกแบบกราฟฟิกและโครงสร้างของบรรจุกุภัณฑ์ โดยนำจุดเด่นของสินค้ามาเป็นจุดขาย</p> <p>4.2 ออกแบบกราฟฟิกที่สามารถแยกสินค้าได้โดยนำจุดเด่นของแต่ละผลิตภัณฑ์มาใช้เป็นแนวทาง แต่ยังคงมี อัตลักษณ์ (Corporate Identity) เดียวกัน ลักษณะที่แตกต่างกันตามรสชาติและการผสม</p> <ul style="list-style-type: none"> - รสโกโก้ - รสวนิลา - ผสมงา - ชูปลุกเดียวใบหม่อน <p>4.3 ออกแบบกราฟฟิกที่สามารถวางต่อเนื้องกันได้ ซึ่งจะทำให้เกิดความน่าสนใจเมื่อวางต่อกันบนชั้นวาง</p> <div style="text-align: center;">  <p>แนวตั้ง แนวนอน</p> </div>





เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการใช้ 27

กลุ่มอาหารเข้า

ธัญญาหารอบกรอบ

ปัญหา เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p><u>1 ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <p>1.1 บรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุธัญญาหารอบกรอบสำเร็จรูป มีลักษณะเป็นซองแข็งกรอบ พร้อมรับประทานได้ทันทีมีขนาด บรรจุ 2 ขนาด</p> <ul style="list-style-type: none">- ขนาดบรรจุ 340 กรัม บรรจุแยกใส่ซอง- ขนาดบรรจุ 30 กรัม สำหรับทานหมดในครั้งเดียวมี 2 รส- ผสมผลไม้ปรุงรส- ผสมดอกคำฝอย	<p><u>1 ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <p>1.1 - ขนาดบรรจุ 340 กรัม กำหนดให้แยกบรรจุบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 (Primary package) เป็นถุงกระดาษที่มีขนาดพอเหมาะตามที่กำหนดไว้</p> <p>บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 (Secondary package) เป็นกล่องกระดาษ folding carton สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ได้พอดีและเหมาะที่จะขนส่ง</p> <ul style="list-style-type: none">- ขนาดบรรจุ 30 กรัม กำหนดให้บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 (Primary package) สามารถเทนมลงไปในซามและรับประทานได้ทันที
<p><u>2 ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <p>2.1 ผลิตภัณฑ์เป็นของกรอบอาจได้รับความเสียหายได้ง่าย หากมีการกระแทก หรือถูกทับ หรืออาจจะมีลักษณะที่เปลี่ยนแปลงไป จากการกระทำของสิ่งแวดล้อมภายนอก เช่น อากาศ</p>	<p><u>2 ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <p>2.1. ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์ให้สามารถปกป้องตัวผลิตภัณฑ์ได้โดย</p> <ul style="list-style-type: none">- ขนาดบรรจุ 340 กรัม <p>บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 (Primary package) กำหนดกระดาษเคลือบป้องกันอากาศผ่าน ปลายถุงมีแถบลวดเพื่อช่วยในการคงตัวของกระดาษในกรณีที่ทานไม่หมด</p> <p>บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 (Secondary package) ออกแบบให้มีการปิดสนิททั้งก่อนเปิด และการเก็บรักษาหลังการเปิด</p> <div data-bbox="877 1792 1085 2038"></div> <p>แถบลวดสามารถปิดปากถุงได้สนิท</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหา เจือปนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>3 <u>ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)</u></p> <p>3.1 สำหรับผู้ผลิต สามารถบรรจุสินค้าลงในบรรจุภัณฑ์ได้ง่าย ผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม</p> <p>3.2 สำหรับผู้บริโภค สะดวกในการบริโภคและสะดวกต่อการรักษาสภาพของผลิตภัณฑ์ไว้ให้อยู่ในสภาพที่ดีเมื่อรับประทานไม่หมด</p>	<p>แนวทางการแก้ปัญหา</p> <p>- ขนาดบรรจุ 30 กรัม</p> <p>บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 (Primary package) มีโครงสร้างที่แข็งแรงรักษาสินค้าภายในได้ดี และมีส่วนฝาเป็นฟอยล์ป้องกันอากาศ แสง ได้เพื่อรักษาสภาพของอาหาร</p> <p>3 <u>ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)</u></p> <p>3.1 - ขนาดบรรจุ 340 กรัม ในส่วนบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 (Primary package) ผลิตง่ายไม่ซับซ้อน ในส่วนบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 (Secondary package) ให้เป็นกล่อง folding carton ที่พับขึ้นรูปได้ง่าย</p> <p>- ขนาดบรรจุ 30 กรัม</p> <p>บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 (Primary package) ให้เป็นภาชนะพลาสติกที่สามารถผลิตได้ง่าย โดยคำนึงถึงขนาดในการผลิต</p> <p>3.2 - ขนาดบรรจุ 340 กรัม ในส่วนบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 (Primary package) ง่ายต่อการเทและสะดวกต่อการเก็บ</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>ฝาเกลียว</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>ฝาซีปล็อก</p>  </div> </div> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;"> <p>ฝาแถบสวด</p>  </div> <p>บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 (Secondary package) ง่ายต่อการหยิบถุงชั้นในออกมาและเก็บสะดวก หรือไม่ต้องหยิบถุงชั้นในก็สามารถบริโภคได้</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center; margin-top: 20px;"> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: left;"> <p>ออกแบบให้ไม่ต้องแกะกล่องเมื่อรับประทาน เพียงแค่หมุนเกลียว</p> </div> </div>

ปัญหา เงื่อนไขความต้องการ

แนวทางการแก้ปัญหา

- ขนาดบรรจุ 30 กรัม ในส่วน
บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 (Primary package) ง่ายต่อการ
ทาน สามารถทานได้เลยทันทีโดยไม่ต้องไปเสียเวลา
หากาชนะมารับประทาน และสามารถใช้มือเดียวใน
การรับประทานไม่หกเลอะเทอะเวลารับประทาน

สามารถรับประทาน
ได้ด้วยมือเดียว



สามารถฉีกฝาให้เป็นช่องได้



ช่องติดกับฝา

3.3 ด้านการสื่อความหมายต่อผู้บริโภค ให้ผู้บริโภค
สามารถแยกแยะชนิดของผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน

3.3 ออกแบบกราฟฟิกโดยใช้รูปเป็นตัวแทนสื่อความ
หมาย และมีคำอธิบายประกอบเพื่อให้ผู้บริโภค
สะดวกต่อการเข้าใจ

4 ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

4 ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

4.1 บรรจุภัณฑ์ต้องมีความแตกต่างจากบรรจุ-
ภัณฑ์อื่น เพราะในตลาดมีสินค้าเป็นจำนวนมาก
และมีการแข่งขันสูง

4.1 ออกแบบกราฟฟิกและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์
โดยนำจุดเด่นของสินค้ามาเป็นจุดขาย เช่น ไม่ใส่
ผงชูรส ไร้สารพิษ

4.2 บรรจุภัณฑ์ต้องแยกประเภทได้อย่างชัดเจน
บ่งบอกในตัวเองไม่ทำให้ผู้บริโภคสับสน

4.2 ออกแบบกราฟฟิกที่สามารถแยกสินค้าได้โดยนำ
จุดเด่นของแต่ละผลิตภัณฑ์มาใช้เป็นแนวทาง แต่ยังคง
มี อัตลักษณ์ (Corporate Identity) เดียวกัน
ลักษณะที่แตกต่างกันตามรสชาติและการผสม

- ผสมผลไม้ปรุงรส - ผสมดอกคำฝอย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มขนมขบเคี้ยว

แห่งธัญญาหาร

ปัญหา เรือนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>1 ด้านการบรรจุ (Containment)</p> <p>1.1 บรรจุภัณฑ์ขนาดบรรจุ 170 กรัม (35 กรัม X 5 ซอง) มี 2 รส</p> <ul style="list-style-type: none">- แห่งธัญญาหาร รส โกโก้- แห่งธัญญาหาร รส วนิลา <p>1.2 มีบรรจุภัณฑ์ชั้นนอก สำหรับรวมสินค้าในข้อ 1.1 และทำหน้าที่ป้องกันการเสียหาย</p>	<p>1 ด้านการบรรจุ (Containment)</p> <p>1.1 - ขนาดบรรจุ 170 กรัม กำหนดให้แยกบรรจุบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 (Primary package) ซองละ 35 กรัม ใช้ลูมิเนียมพอยล์ที่เหมาะสมกับขนาด และรูปแบบ</p> <p>1.2 กำหนดให้ บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 (Secondary package) สามารถบรรจุซองได้ 5 ซอง ใช้กล่องกระดาษ folding carton เป็นบรรจุภัณฑ์</p>
<p>2 ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</p> <p>2.1 ผลิตภัณฑ์อาจได้รับความเสียหายโดยการแตกหักซึ่งทำให้ไม่น่ารับประทาน</p>	<p>2 ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</p> <p>2.1. กำหนดให้ บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 (Primary package) เป็นลูมิเนียมพอยล์ สามารถป้องกันผลิตภัณฑ์จากอากาศภายนอกได้ และบรรจุลงในบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 (Secondary package) มีลักษณะเป็นกล่องกระดาษที่มีโครงสร้างแข็งแรงป้องกันการกระแทกได้อย่างเหมาะสม</p>
<p>3 ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)</p> <p>3.1 สำหรับผู้ผลิต สามารถบรรจุสินค้าลงในบรรจุภัณฑ์ได้ง่าย ผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม</p> <p>3.2 สำหรับผู้บริโภค ไม่สามารถแกะหรือฉีกซองได้ด้วยมือเดียว และเวลากินจะมีเศษหกออกมาทำให้เลอะเทอะ</p>	<p>3 ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)</p> <p>3.1 ออกแบบให้บรรจุสินค้าได้ง่าย ไม่ทำให้สินค้าเสียรูปร่างของผลิตภัณฑ์ รวมถึงการบรรจุลงกล่องบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 (Secondary package) ได้อย่างสะดวก</p> <p>3.2 ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์สามารถฉีกได้ด้วยมือเดียว และมีการรองรับเศษขนมเพื่อไม่ให้หกเลอะเทอะ และมีการแบ่งเป็นชั้นพอดีคำ</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหา เงื่อนไขความต้องการ

แนวทางการแก้ปัญหา

ออกแบบให้สามารถเปิดซองได้ด้วยมือเดียว



ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีรอยพับเพื่อหักทิ้งรูปหีบเป็นแท่ง

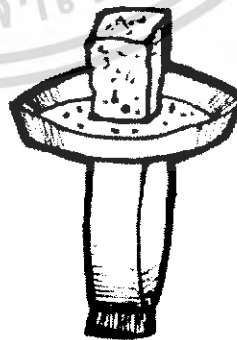


สามารถกินได้โดยการเทเข้าปากพอดี



ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีรอยปะตรงกลางแท่งเพื่อที่จะเปิดซองด้วยมือเดียว

ลักษณะการเปิดซอง


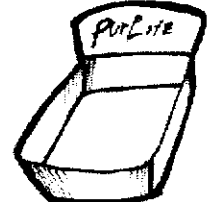


ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่รองรับเศษขนมจะได้ไม่หกเลอะเทอะ




เมื่อรับประทานเสร็จก็สามารถรวบรวมของได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกา

ปัญหา เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>3.3 สำหรับผู้บริโภค สะดวกในการบริโภคและสะดวกต่อการรักษาสุขภาพของผลิตภัณฑ์ไว้ให้อยู่ในสภาพที่ดีเมื่อรับประทานไม่หมด และกินเสร็จแล้วไม่รู้ว่านำไปทิ้งที่ไหน ต้องใส่เข้าไปในช่องที่ยังมีสินค้าที่ยังไม่บริโภค ซึ่งเป็นการยากที่จะแยกแยะสินค้าที่บริโภคแล้ว และยังไม่บริโภค</p>	<p>3.3 ผู้บริโภคสามารถนำเอาออกมารับประทานได้สะดวกบรรจุแยกชั้นเพื่อสะดวกในการเก็บรักษาสินค้าที่ยังคงเหลืออยู่ ในส่วน บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 (Secondary package) ออกแบบช่องใส่ช่องที่บริโภคแล้ว</p> 
<p>3.4 ด้านการสื่อความหมายต่อผู้บริโภค ให้ผู้บริโภคสามารถแยกแยะชนิดของผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน</p>	<p>3.4 ออกแบบกราฟฟิกโดยใช้รูปเป็นตัวแทนสื่อความหมาย ความแตกต่างของสินค้าทั้ง 2 ชนิด และมีคำอธิบายประกอบเพื่อให้ผู้บริโภคสะดวกต่อการเข้าใจ</p>
<p>4 <u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p>	<p>4 <u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p>
<p>4.1 บรรจุภัณฑ์ต้องมีความแตกต่างจากบรรจุภัณฑ์อื่น เพราะในตลาดมีสินค้าเป็นจำนวนมาก และมีการแข่งขันสูง</p>	<p>4.1 ออกแบบกราฟฟิกและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ โดยนำจุดเด่นของสินค้ามาเป็นจุดขาย</p>
<p>4.2 บรรจุภัณฑ์ต้องแยกประเภทได้อย่างชัดเจน บ่งบอกในตัวเองไม่ทำให้ผู้บริโภคสับสน</p>	<p>4.2 ออกแบบกราฟฟิกที่สามารถแยกสินค้าได้โดยนำจุดเด่นของแต่ละผลิตภัณฑ์มาใช้เป็นแนวทาง แต่ยังคงมี อัตลักษณ์ (Corporate Identity) เดียวกัน ลักษณะที่แตกต่างกันตามรสชาติและการผสม - รสโกโก้ - รสวานิลลา</p>
<p>4.3 บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถดึงดูดผู้บริโภคได้เมื่ออยู่บนชั้นวาง</p>	<p>4.3 ออกแบบโครงสร้างกราฟฟิกที่สามารถวางแสดงตัวสินค้า ซึ่งจะก่อให้เกิดความน่าสนใจเมื่อวางบนชั้นวาง</p> 

ผลไม้ผ่านอบกรอบ

ปัญหา เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>1 ด้านการบรรจุ (Containment)</p> <p>1.1 บรรจุภัณฑ์ขนาดบรรจุ 80 กรัม มีลักษณะเป็นแผ่นบาง กรอบ</p> <ul style="list-style-type: none"> - มะม่วง - มะละกอ <p>2 ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</p> <p>2.1 ผลิตภัณฑ์อาจได้รับความเสียหายโดยการแตกหักซึ่งทำให้ไม่น่ารับประทาน</p>	<p>1 ด้านการบรรจุ (Containment)</p> <p>1.1 - ขนาดบรรจุ 80 กรัม กำหนดให้เป็นบรรจุภัณฑ์ประเภทขวดพลาสติก เพื่อป้องกันการแตกแตก มีการบรรจุที่พอดี</p> <p>2 ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</p> <p>2.1. ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์ให้สามารถปกป้องตัวผลิตภัณฑ์ได้โดย</p> <p>ออกแบบฝาขวดให้มีคุณสมบัติปิดสนิท</p>  <p>ลักษณะฝาเกลียว</p> <p>ลักษณะฝา Snap</p>
<p>3 ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)</p> <p>3.1 สำหรับผู้ผลิต สามารถบรรจุสินค้าลงในบรรจุภัณฑ์ได้ง่าย ผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม</p> <p>3.2 สำหรับผู้บริโภค สะดวกในการบริโภคและสะดวกต่อการรักษาสุขภาพของผลิตภัณฑ์ไว้ให้อยู่ในสภาพที่ดีเมื่อรับประทานไม่หมด</p>	<p>3 ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)</p> <p>3.1 ออกแบบให้กระปุกบรรจุได้โดยง่ายโดยคำนึงถึงความกว้าง ความลึกของบรรจุภัณฑ์ มีรูปทรงที่ไม่ยากต่อการผลิต</p> <p>3.2 ออกแบบให้กระปุกง่ายต่อการเปิดใช้งานและสะดวกต่อการบริโภค มือจะไม่สัมผัสกับอาหารโดยตรง และไม่หกเลอะเทอะ โดยจะมีไม้จิ้มให้มาติดกับฝาของกระปุก</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหา เงื่อนไขความต้องการ

แนวทางการแก้ปัญหา

3.3 ด้านการสื่อความหมายต่อผู้บริโภค ให้ผู้บริโภคสามารถแยกแยะชนิดของผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน



3.3 ออกแบบกราฟฟิกโดยใช้รูปเป็นตัวสื่อความหมาย และมีคำอธิบายประกอบเพื่อให้ผู้บริโภคสะดวกต่อการเข้าใจ

4 ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

4 ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

4.1 บรรจุภัณฑ์ต้องมีความแตกต่างจากบรรจุภัณฑ์อื่น เพราะในตลาดมีสินค้าเป็นจำนวนมาก และมีการแข่งขันสูง

4.1 ออกแบบกราฟฟิกและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ โดยนำจุดเด่นของสินค้ามาเป็นจุดขาย

4.2 บรรจุภัณฑ์ต้องแยกประเภทได้อย่างชัดเจน บ่งบอกในตัวเองไม่ทำให้ผู้บริโภคสับสน

4.2 ออกแบบกราฟฟิกที่สามารถแยกสินค้าได้โดยนำจุดเด่นของแต่ละผลิตภัณฑ์มาใช้เป็นแนวทาง แต่ยังคงมี อัตลักษณ์ (Corporate Identity) เดียวกัน ลักษณะที่แตกต่างกันตามรสชาติและการผสม - มะม่วง - มะละกอ

4.3 บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถดึงดูดผู้บริโภคได้เมื่ออยู่บนชั้นวาง

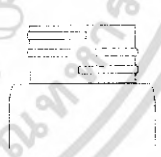
4.3 ออกแบบโครงสร้างที่สามารถสื่อถึงความเป็น รัชฎ์พีชไทย ซึ่งจะทำให้เกิดความน่าสนใจ และเป็นเอกลักษณ์



โครงสร้างขวดที่แสดงถึงความเป็นรัชฎ์พีชไทย

กลุ่มเครื่องมือ

น้ำดื่มเพื่อสุขภาพ

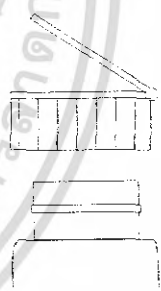
ปัญหา เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>1 ด้านการบรรจุ (Containment)</p> <p>1.1 บรรจุภัณฑ์เป็นของเหลว</p> <p>1.2 พหุติกรรมในการบริโภค คือ</p> <ul style="list-style-type: none">- ลักษณะกินหลายคน หรือกินปริมาณมาก 750 g	<p>1 ด้านการบรรจุ (Containment)</p> <p>1.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยมีคุณสมบัติที่สามารถเก็บของเหลวได้ดี ได้แก่ ขวดพลาสติกประเภท Standing pouch</p> <p>1.2 กำหนดให้เป็นขวดพลาสติก</p> <ul style="list-style-type: none">- ลักษณะกินหลายคน หรือกินปริมาณมาก 750 กรัม มีขนาดใหญ่เหมาะแก่การเก็บในตู้เย็นถ้าดื่มไม่หมด
<p>2 ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</p> <p>2.1 บรรจุภัณฑ์ต้องปิดสนิท ป้องกันการรั่วซึม</p>	<p>2 ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</p> <p>2.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีลักษณะเป็นฝาเกลียวที่ปิดได้แน่นหนา</p>  <p>ลักษณะฝาเกลียว</p>
<p>2.2 บรรจุภัณฑ์ต้องทนต่อความเย็น มีส่วนที่ช่วยป้องกันการกระทบกระเทือนในการขนส่ง</p>	<p>2.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้พลาสติกเพื่อลดแรงกระแทก ซึ่งจะทำให้ผลิตภัณฑ์มีความเสียหาย</p>
<p>3 ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)</p> <p>3.1 สำหรับผู้ผลิต สามารถบรรจุสินค้าลงในบรรจุภัณฑ์ได้ง่าย ผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม และขนส่งสะดวก</p>	<p>3 ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)</p> <p>3.1 ออกแบบให้บรรจุสินค้าได้ง่าย ไม่ทำให้สินค้าเสียหายรูปร่างของผลิตภัณฑ์ รวมถึงการบรรจุ และผลิตง่ายในระบบอุตสาหกรรม</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหา เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>3.2 สำหรับผู้บริโภค สะดวกในการบริโภคและสะดวกต่อการรักษาสุขภาพของผลิตภัณฑ์ไว้ให้อยู่ในสภาพที่ดีเมื่อรับประทานไม่หมด</p>	<p>3.2 ผู้บริโภคสามารถนำเอาออกมารับประทานได้สะดวกทั้งอยู่กับที่ หรืออยู่ในรถ และเก็บได้สะดวก</p>
<p>3.3 ด้านการสื่อความหมายต่อผู้บริโภค ให้ผู้บริโภคสามารถแยกแยะชนิดของผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน</p>	<p>3.3 ออกแบบกราฟฟิกโดยใช้รูปเป็นตัวสื่อความหมาย ความแตกต่างของสินค้าทั้ง 4 ชนิด และมีคำอธิบายประกอบเพื่อให้ผู้บริโภคสะดวกต่อการเข้าใจ</p>
<p><u>4 ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p>	<p><u>4 ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p>
<p>4.1 บรรจุภัณฑ์ต้องมีความแตกต่างจากบรรจุภัณฑ์อื่น เพราะในตลาดมีสินค้าเป็นจำนวนมาก และมีการแข่งขันสูง</p>	<p>4.1 ออกแบบกราฟฟิกและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ โดยนำจุดเด่นของสินค้ามาเป็นจุดขาย</p>
<p>4.2 บรรจุภัณฑ์ต้องแยกประเภทได้อย่างชัดเจน บ่งบอกในตัวเองไม่ทำให้ผู้บริโภคสับสน</p>	<p>4.2 ออกแบบกราฟฟิกที่สามารถแยกสินค้าได้โดยนำจุดเด่นของแต่ละผลิตภัณฑ์มาใช้เป็นแนวทาง แต่ยังคงมี CI (Corporate Identity) เดียวกัน</p> <p>ลักษณะที่แตกต่างกันตามรสชาติและการผสม</p> <ul style="list-style-type: none"> - เสาวรส - แครอท - ลูกบัว - นมถั่วเหลือง


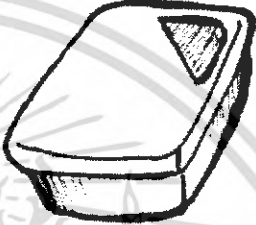
กลุ่มเครื่องเทศ

เครื่องปรุงรส

ปัญหา เรือนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p><u>1 ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <p>1.1 บรรจุภัณฑ์เป็นผง ไซ้บนโต๊ะ</p> <p>1.2 มีปริมาณ 50 g</p>	<p><u>1 ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <p>1.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยคำนึงถึงลักษณะของผลิตภัณฑ์ การใช้งาน ออกแบบเป็นกระปุกพลาสติก</p> <p>1.2 โดยออกแบบให้มีรูปทรงกระทัดรัดขนาดสัดส่วน สอดคล้องกับการบรรจุ</p>
<p><u>2 ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <p>2.1 บรรจุภัณฑ์ต้องปิดสนิท ป้องกันแมลง และป้องกันความชื้น เพื่อไม่ให้ขึ้นรา และคงอายุการใช้งานได้</p>	<p><u>2 ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <p>2.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีลักษณะเป็นฝาเกลียวที่ปิดได้แน่นหนา หรือฝา Snap</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>ลักษณะฝามี 2 ชั้น แบบเกลียว</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>ลักษณะฝามี 2 ชั้น แบบ Snap</p> </div> </div>
<p><u>3 ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)</u></p> <p>3.1 สำหรับผู้ผลิต สามารถบรรจุสินค้าลงในบรรจุภัณฑ์ได้ง่าย ผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม และขนส่งสะดวก</p>	<p><u>3 ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)</u></p> <p>3.1 ออกแบบให้บรรจุสินค้าได้ง่าย รวมถึงการบรรจุและผลิตง่ายในระบบอุตสาหกรรม โดยสอดคล้องกับความกว้างความลึกของ บรรจุภัณฑ์</p>

ปัญหา เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>3.2 สำหรับผู้บริโภค สะดวกในการบริโภคและสะดวกต่อการรักษาสภาพของผลิตภัณฑ์ไว้ให้อยู่ในสภาพที่ดีเมื่อรับประทานไม่หมด</p>	<p>3.2 ผู้บริโภคสามารถนำเอาออกใช้งานได้สะดวก ไม่ติดขัด</p> 
<p>3.3 ด้านการสื่อความหมายต่อผู้บริโภค ให้ผู้บริโภคสามารถแยกแยะชนิดของผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน</p>	<p>3.3 ออกแบบกราฟฟิกโดยใช้รูปเป็นตัวสื่อความหมาย ความแตกต่างของสินค้าทั้ง 2 ชนิด และมีคำอธิบายประกอบเพื่อให้ผู้บริโภคสะดวกต่อการเข้าใจ</p>
<p>4 ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</p> <p>4.1 บรรจุกฎภัณฑ์ต้องมีความแตกต่างจากบรรจุกฎภัณฑ์อื่น เพราะในตลาดมีสินค้าเป็นจำนวนมาก และมีการแข่งขันสูง</p> <p>4.2 บรรจุกฎภัณฑ์ต้องแยกประเภทได้อย่างชัดเจน บ่งบอกในตัวเองไม่ทำให้ผู้บริโภคสับสน</p>	<p>4 ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</p> <p>4.1 ออกแบบกราฟฟิกและโครงสร้างของบรรจุกฎภัณฑ์ โดยนำจุดเด่นของสินค้ามาเป็นจุดขาย</p> <p>4.2 ออกแบบกราฟฟิกที่สามารถแยกสินค้าได้โดยนำจุดเด่นของแต่ละผลิตภัณฑ์มาใช้เป็นแนวทาง แต่ยังคงมี อัตลักษณ์ (Corporate Identity) เดียวกัน ลักษณะที่แตกต่างกันตามรสชาติและการผสม</p> <p>- งาหอม - สาหร่าย</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า - งาหอม - สาหร่าย

ปัญหา เรือนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>4.3 บรรจุกัณฑ์ต้องสามารถดึงดูดผู้บริโภคดีเมืออยู่บนชั้นวาง</p> <p>4.4 บรรจุกัณฑ์เดิมมีการพกพาที่ไม่สะดวก</p>	<p>4.3-4.4 ออกแบบกราฟฟิกและโครงสร้างที่แปลกเพื่อเป็นจุดสนใจให้ผู้บริโภค และมีการพกพาที่สะดวก</p> <div style="text-align: center;">  <p>ออกแบบให้พกพาได้สะดวก มีรูปทรงที่กะทัดรัด</p>  </div>



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มของฝาก

ชุดวิทยุอาหารพร้อมซง

ปัญหา เจือปนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>1 ด้านการบรรจุ (Containment)</p> <p>1.1 บรรจุภัณฑ์ ขนาดบรรจุ 600 กรัม บรรจุแยกใส่ซองสำหรับซง พอดี 1 แก้ว</p>	<p>1 ด้านการบรรจุ (Containment)</p> <p>1.1 ขนาดบรรจุ 700 กรัม กำหนดให้แยกบรรจุ บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 (Primary package) ซองละ 30 กรัม ใช้อลูมิเนียมฟอยล์เหมาะกับขนาด และรูปแบบ บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 (Secondary package) สามารถ บรรจุซองได้ 20 ซอง ใช้กล่องกระดาษ folding carton เป็นบรรจุภัณฑ์</p>
<p>2 ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</p> <p>2.1 ผลิตภัณฑ์อาจได้รับความเสียหายโดยมีคุณ ลักษณะที่เปลี่ยนแปลงไป จากการกระทำของ สิ่งแวดล้อมภายนอก เช่น ความชื้น แสงแดด แผลง การตกหล่นของสินค้า</p>	<p>2 ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</p> <p>2.1 ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์ให้สามารถปกป้องตัว ผลิตภัณฑ์ได้โดย ขนาดบรรจุ 600 กรัม บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 (Primary package) กำหนด ซองบรรจุเป็นอลูมิเนียมฟอยล์สามารถป้องกันสินค้า ภายในให้คงสภาพเดิมได้ บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 (Secondary package) ออก แบบให้มีการปิดสนิททั้งก่อนเปิด และการเก็บรักษา หลังการเปิด</p>
<p>3 ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)</p> <p>3.1 สำหรับผู้ผลิต สามารถบรรจุสินค้าลงในบรรจุ- ภัณฑ์ได้ง่าย ผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม</p> <p>3.2 สำหรับผู้บริโภค สะดวกในการบริโภคและ สามารถเลือกหยิบได้โดยง่าย และสามารถหยิบ เคลื่อนย้ายได้ง่าย</p>	<p>3 ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)</p> <p>3.1 ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์ได้ง่าย ไม่ทำให้สินค้า เสียรูปร่างของผลิตภัณฑ์ รวมถึงการบรรจุลงกล่อง บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 (Secondary package) ได้อย่าง สะดวก</p> <p>3.2 ออกแบบให้ผู้บริโภคสามารถนำออกมาจับ ประทานได้สะดวกแบ่งเป็นช่องเพื่อสะดวกแก่การ เลือกบริโภคมีหูหิ้วสามารถเคลื่อนย้ายได้สะดวก</p>

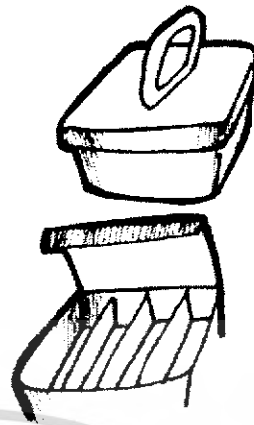
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการใช้

ปัญหา เงื่อนไขความต้องการ

แนวทางการแก้ปัญหา

3.3 ด้านการสื่อความหมายต่อผู้บริโภค ให้ผู้บริโภคสามารถแยกแยะชนิดของผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน

3.3 ออกแบบกราฟฟิกโดยใช้รูปเป็นตัวสื่อความหมาย และมีคำอธิบายประกอบเพื่อให้ผู้บริโภคสะดวกต่อการเข้าใจ บอกถึงรส ชนิดต่างๆแม้ยังไม่เปิดกล่อง



ออกแบบใหม่ที่หัวสะดวกในการพกพา

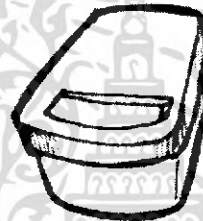
แบ่งช่องภายในสะดวกในการเลือกบริโภค

4 ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

4 ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

4.1 บรรจุกฎภัณฑ์ต้องมีความแตกต่างจากบรรจุกฎภัณฑ์อื่น เพราะในตลาดมีสินค้าเป็นจำนวนมาก และมีการแข่งขันสูง

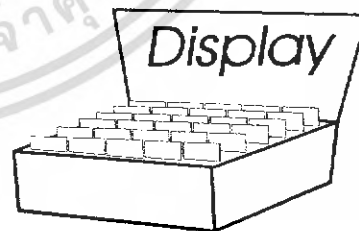
4.1 ออกแบบกราฟฟิกและโครงสร้างของบรรจุกฎภัณฑ์ โดยนำจุดเด่นของสินค้ามาเป็นจุดขาย และมีการพับเป็น Display



เจาะช่องให้บรรจุกฎภัณฑ์ เพื่อให้เห็นสินค้าภายใน

4.2 บรรจุกฎภัณฑ์ต้องแยกประเภทได้อย่างชัดเจน บ่งบอกในตัวเองไม่ทำให้ผู้บริโภคสับสน

4.2 ออกแบบกราฟฟิกที่สามารถแยกสินค้าได้โดยนำจุดเด่นของแต่ละผลิตภัณฑ์มาใช้เป็นแนวทาง แต่ยังคงมี อัตลักษณ์ (Corporate Identity) เดียวกัน ลักษณะที่แตกต่างกันตามรสชาติและการผสม

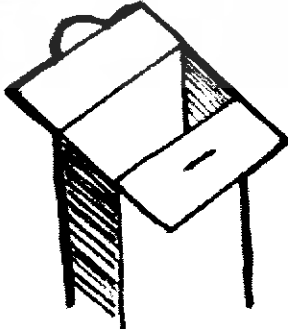




- รสโกโก้ - รสวานิลลา - ผสมงา

- ชูปลุกเต๋อโยไบหมอน

กลุ่มอาหารเสริมเด็ก

อาหารเสริมพร้อมซงสำหรับเด็ก

ปัญหา เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p><u>1 ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <p>1.1 บรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุอาหารเสริมสำเร็จรูป มีลักษณะเป็นผง พร้อมซงรับประทานได้ทันที มีขนาด บรรจุ 1 ขนาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขนาดบรรจุ 200 กรัม บรรจุแยกใส่ซองสำหรับซงพอดี 1 แก้ว 	<p><u>1 ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <p>1.1 บรรจุ 200 กรัม กำหนดให้แยกบรรจุบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 (Primary package) ซองละ 40 กรัม ใช้ลูมิเนียมพอยล์เหมาะแก่การบริโภคต่อ1ชามบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 (Secondary package) สามารถบรรจุซองได้ 5 ซองใช้กล่องกระดาษเป็นบรรจุภัณฑ์</p>
<p><u>2 ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <p>2.1 ผลิตภัณฑ์อาจได้รับความเสียหายโดยมีคุณลักษณะที่เปลี่ยนแปลงไป จากการกระทำของสิ่งแวดล้อมภายนอก เช่น ความชื้น แสงแดด แผลงการดกหล่นของสินค้า</p>	<p><u>2 ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <p>2.1. ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์ให้สามารถปกป้องตัวผลิตภัณฑ์ได้โดย</p> <ul style="list-style-type: none"> ขนาดบรรจุ 150 กรัม บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 (Primary package) กำหนดซองบรรจุเป็นลูมิเนียมพอยล์สามารถป้องกันสินค้าภายในให้คงสภาพเดิมได้ บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 (Secondary package) ออกแบบให้มีการปิดสนิททั้งก่อนเปิด และการเก็บรักษาหลังการเปิด 

ปัญหา เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>3 ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)</p> <p>3.1 สำหรับผู้ผลิต สามารถบรรจุสินค้าลงในบรรจุภัณฑ์ได้ง่าย ผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม</p> <p>3.2 สำหรับผู้บริโภค สะดวกในการบริโภคและสะดวกต่อการรักษาสภาพของผลิตภัณฑ์ไว้ให้อยู่ในสภาพที่ดีเมื่อรับประทานไม่หมด</p>	<p>3 ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)</p> <p>3.1 บรรจุ 200 กรัม (40 กรัม X 5 ซอง) ในส่วนบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 (Primary package) ผลิตง่ายไม่ซับซ้อน ในส่วนบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 (Secondary package) ให้เป็นกล่องพับขึ้นรูป (folding carton) ที่พับขึ้นรูปได้ง่าย</p> <p>3.2 บรรจุ 200 กรัม (40 กรัม X 5 ซอง) ในส่วนบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 (Primary package) ง่ายต่อการฉีก สามารถฉีกได้ด้วยมือเดียวและเทได้สะดวก</p> <div style="text-align: center;">  <p>ทำซองเป็นรอยปะสำหรับฉีก</p>  <p>ทำปลายซองเป็นทรง સાເລັຍມ ง่ายต่อการฉีก</p>  <p>ทำเป็นรอยประรอบๆ สามารถใช้มือเดียวในการเปิด</p> </div>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหา เงื่อนไขความต้องการ

แนวทางการแก้ปัญหา

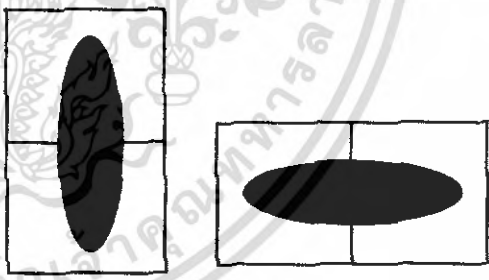
บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 (Secondary package) ออกแบบให้ผู้บริโภคเปิดและหยิบซองออกจากกล่องได้ง่าย หรือไม่ต้องหยิบออกจากกล่องเลย ใช้วิธีเทออกที่สะดวกและสามารถสังเกตเห็นได้ว่ามีเหลืออยู่ที่ซอง



3.3 ด้านการสื่อความหมายต่อผู้บริโภค ให้ผู้บริโภคสามารถแยกแยะชนิดของผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน

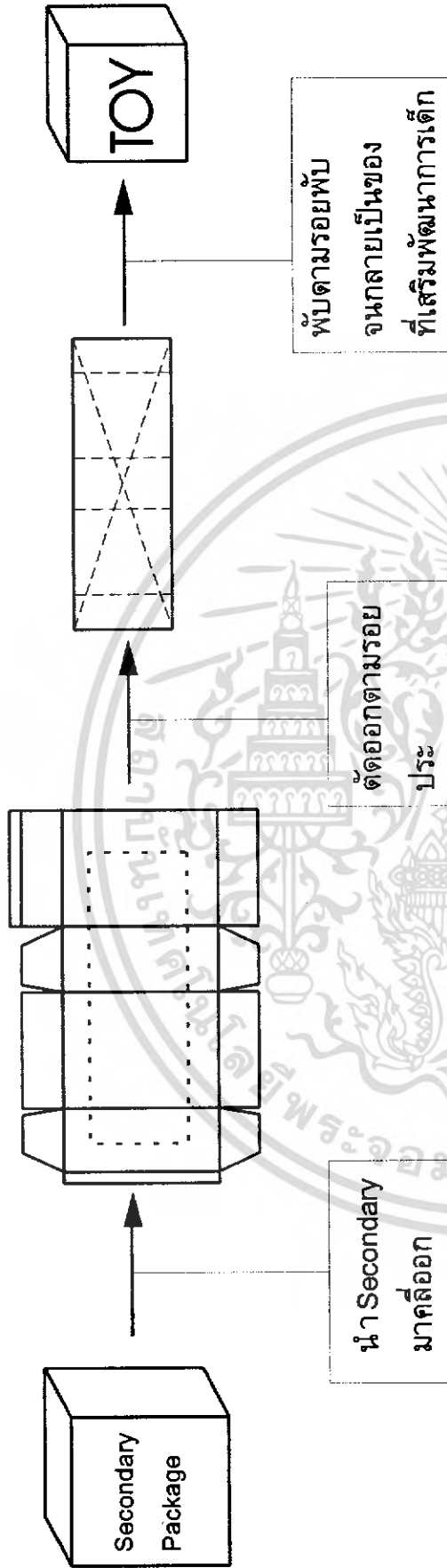
3.3 ออกแบบกราฟฟิกโดยใช้รูปเป็นตัวสื่อความหมาย และมีคำอธิบายประกอบเพื่อให้ผู้บริโภคสะดวกต่อการเข้าใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานานาชาติเท่านั้น ไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

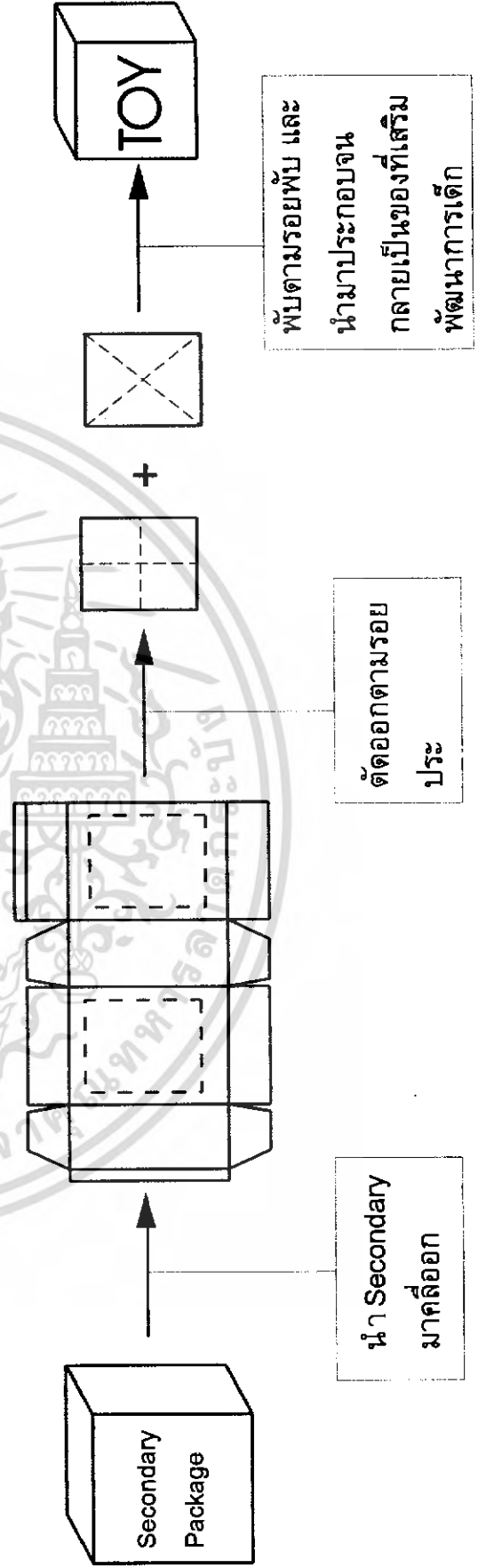
ปัญหา เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>4 ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</p> <p>4.1 บรรจุกฎภัณฑ์ต้องมีความแตกต่างจากบรรจุกฎภัณฑ์อื่น เพราะในตลาดมีสินค้าเป็นจำนวนมาก และมีการแข่งขันสูง</p> <p>4.2 บรรจุกฎภัณฑ์ต้องแยกประเภทได้อย่างชัดเจน บ่งบอกในตัวเองไม่ทำให้ผู้บริโภคสับสน</p> <p>4.3 บรรจุกฎภัณฑ์ต้องสามารถดึงดูดผู้บริโภคได้เมื่ออยู่บนชั้นวาง</p>	<p>4 ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</p> <p>4.1 ออกแบบกราฟฟิกและโครงสร้างของบรรจุกฎภัณฑ์ โดยนำจุดเด่นของสินค้ามาเป็นจุดขาย เช่น ไม้ใส่ผงชูรส ไร้สารพิษ</p> <p>4.2 ออกแบบกราฟฟิกที่สามารถแยกสินค้าได้โดยนำจุดเด่นของแต่ละผลิตภัณฑ์มาใช้เป็นแนวทาง แต่ยังคงมี อัตลักษณ์ (Corporate Identity) เดียวกัน ลักษณะที่แตกต่างกันตามรสชาติและการผสม</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผสมสาหร่าย - ผสมเห็ดหอม - ผสมงาดำ - ใจักปรุรงรส <p>4.3 ออกแบบกราฟฟิกที่สามารถวางต่อเนื่องกันได้ ซึ่งจะทำให้เกิดความน่าสนใจเมื่อวางต่อกันบนชั้นวาง</p> <div style="text-align: center;">  <p>แนวตั้ง แนวนอน</p> </div>
<p>4.4 บรรจุกฎภัณฑ์สามารถเพิ่มคุณค่า และสร้างความแตกต่างจากแบรนด์อื่นๆ</p>	<p>4.4 ออกแบบบรรจุกฎภัณฑ์ให้สามารถพับเป็นซองที่สามารถเพิ่มพัฒนาการของเด็กได้</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบที่ 1 ใช้พื้นที่เกือบทั้งหมดนำมาพับ

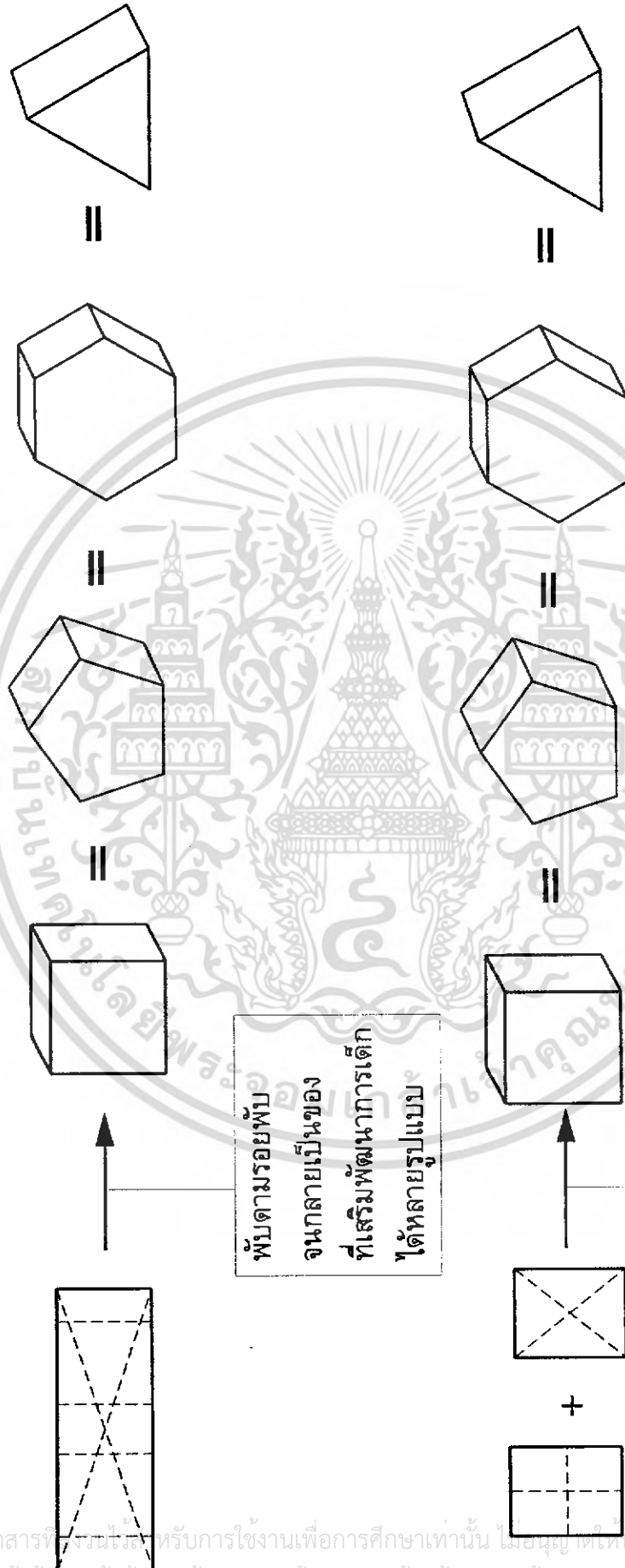


แบบที่ 2 ใช้พื้นที่บางส่วนของกล่องนำมาพับ และนำมาประกอบกัน



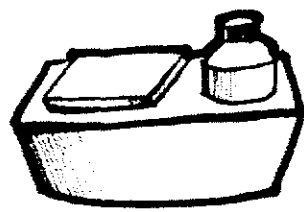
DETAIL

สามารถพับได้หลายรูปแบบโดยพับจากรูปแบบที่นำมาให้



พับตามรอยพับ
จนกลายเป็นของ
ที่เสริมพัฒนาการเด็ก
ได้หลายรูปแบบ

พับตามรอยพับ และ
นำมาประกอบจน
กลายเป็นของที่เสริม
พัฒนาการเด็กได้
หลายรูปแบบ

ปัญหา เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p><u>1 ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <p>1.1 บรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุอาหารเสริมสำเร็จรูป มีลักษณะเป็นซองหรือซองพร้อมรับประทานได้ทันทีมีขนาด บรรจุ 1 ขนาด</p> <p>ขนาดบรรจุ 165 กรัม บรรจุแยกใส่ถาดและซองสำหรับรับประทาน 1 ครั้ง</p>	<p><u>1 ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <p>1.1 บรรจุ 165 กรัม กำหนดให้แยกบรรจุบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 (Primary package) ของละ 140 กรัม ใช้อลูมิเนียมฟอยล์ หรือขวดเหมาะแก่การบริโภคต่อ 1 ซาม</p> <p>บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 (Primary package) ถาดใส่ธัญพืช ขนาด 25 กรัม</p> <p>บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 (Secondary package) สามารถบรรจุทั้งถาดและซอง</p>
<p><u>2 ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <p>2.1 ผลิตภัณฑ์อาจได้รับความเสียหายโดยมีคุณลักษณะที่เปลี่ยนแปลงไป จากการกระทำของสิ่งแวดล้อมภายนอก เช่น ความชื้น แสงแดด แผลงการตกหล่นของสินค้า</p>	<p><u>2 ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <p>2.1. ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถปกป้องตัวผลิตภัณฑ์ได้โดย</p> <p>ขนาดบรรจุ 165 กรัม</p> <p>บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 (Primary package) กำหนดซองบรรจุเป็นอลูมิเนียมฟอยล์ หรือขวดสามารถป้องกันสินค้า ภายในให้คงสภาพเดิมได้</p> <p>บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 (Primary package) กำหนดให้เป็นถาดเพื่อสามารถเทนมข้าวยาคูลงไปได้</p> <p>บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 (Secondary package) ออกแบบให้มีการปิดสนิทก่อนเปิด และมีการล็อกไม่ให้ตัวบรรจุภัณฑ์เคลื่อนที่</p>
<p>เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้</p>	<p>ออกแบบให้เป็นหลุมสะดวกเวลาหยิบ</p> 

ปัญหา เงื่อนไขความต้องการ

แนวทางการแก้ปัญหา

3 ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)

3.1 สำหรับผู้ผลิต สามารถบรรจุสินค้าลงในบรรจุภัณฑ์ได้ง่าย ผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม

3.2 สำหรับผู้บริโภค สะดวกในการบริโภคและสะดวกต่อการรักษาสภาพของผลิตภัณฑ์ไว้ให้อยู่ในสภาพที่ดีเมื่อรับประทานไม่หมด

3 ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)

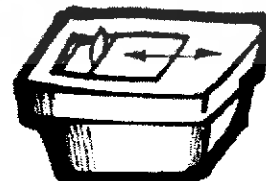
3.1 บรรจุ 165 กรัม (140 กรัม + 25 กรัม) ในส่วนบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 (Primary package) ผลิตง่ายไม่ซับซ้อน ในส่วนบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 (Secondary package) ให้เป็นกล่อง folding carton ที่พับขึ้นรูปได้ง่าย

3.2 บรรจุ 165 กรัม (140 กรัม + 25 กรัม) ในส่วนบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 (Primary package) เปิดง่ายและเทได้สะดวก

บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 (Primary package) ผลิตง่ายต่อการทาน สามารถทานได้เลยทันทีโดยไม่ต้องไปเสียเวลาหาภาชนะมาใส่ ภาชนะ และรูปทรงที่เอื้ออำนวยต่อการจับ และรับประทาน

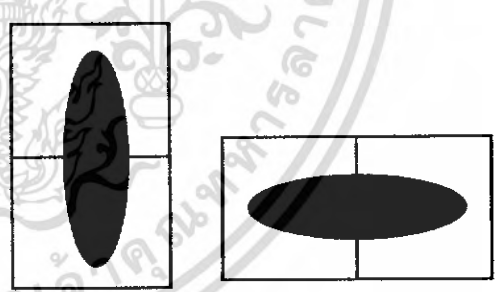


สามารถฉีกช่องจากฝาได้



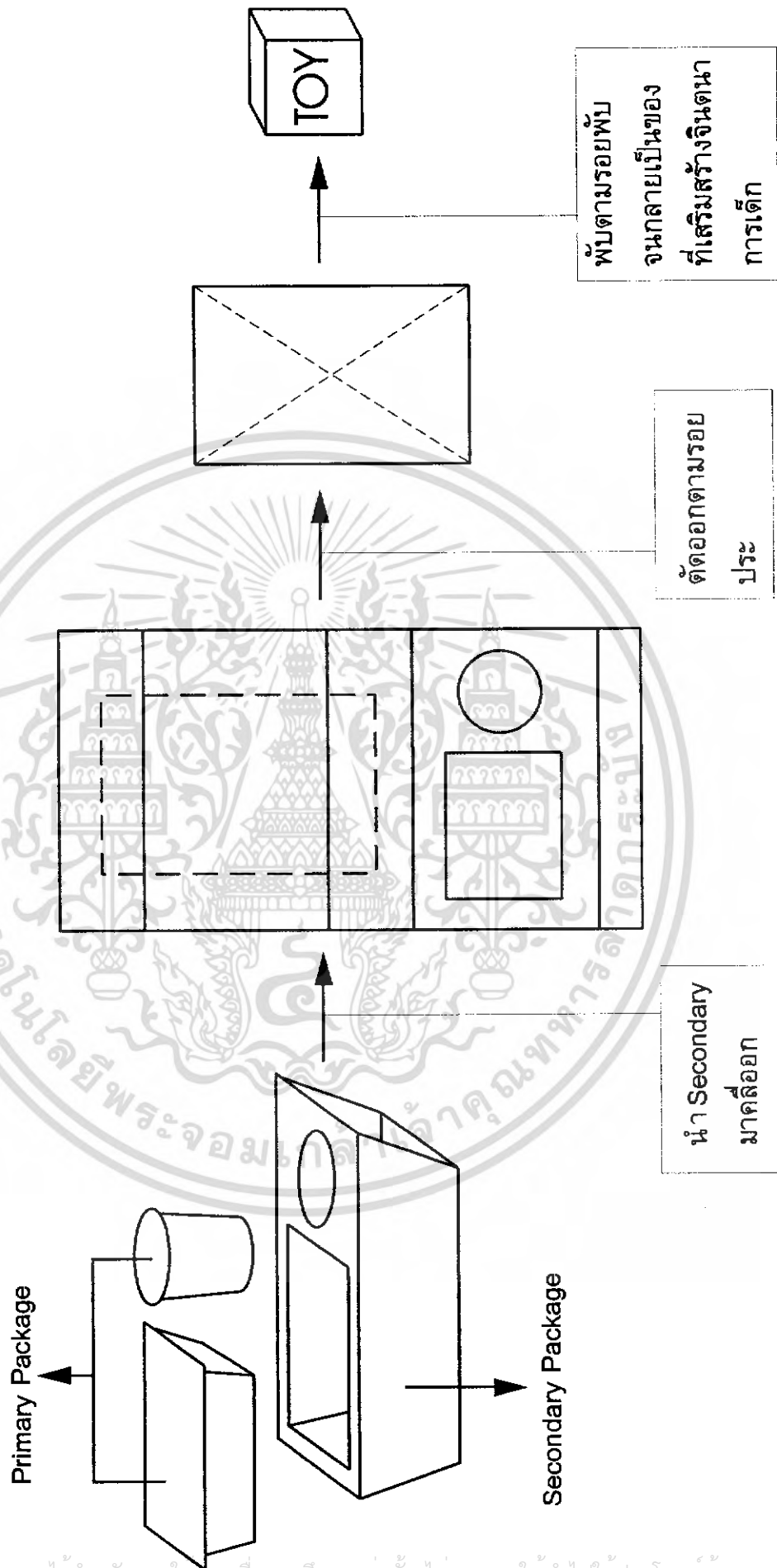
สามารถเปิดปิดได้เมื่อต้องการหมุนรับประทาน ชั่วขณะ

ปัญหา เรือโน้ใจความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
	<p>บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 (Secondary package) ออกแบบให้ผู้บริโภคเปิดและหยิบถาดพลาสติก และถุงใส่ไม้ได้สะดวก</p>  <p>ออกแบบให้สามารถใช้งาน ได้สะดวกโดยใช้วิธีเลื่อนเข้าออก</p> <p>ออกแบบให้สามารถใช้งาน ได้สะดวกโดยใช้วิธีดันขึ้นลง</p> <p>ออกแบบให้สามารถหิ้วได้</p>
<p>3.3 ด้านการสื่อความหมายต่อผู้บริโภค ให้ผู้บริโภคสามารถแยกแยะชนิดของผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน</p>	<p>3.3 ออกแบบกราฟฟิกโดยใช้รูปเป็นตัวสื่อความหมาย และมีคำอธิบายประกอบเพื่อให้ผู้บริโภคสะดวกต่อการเข้าใจ</p>

ปัญหา เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>4 ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</p> <p>4.1 บรรจุกฎณ์ต้องมีความแตกต่างจากบรรจุกฎณ์อื่น เพราะในตลาดมีสินค้าเป็นจำนวนมาก และมีการแข่งขันสูง</p> <p>4.2 บรรจุกฎณ์ต้องแยกประเภทได้อย่างชัดเจน บ่งบอกในตัวเองไม่ทำให้ผู้บริโภคสับสน</p> <p>4.3 บรรจุกฎณ์ต้องสามารถดึงดูดผู้บริโภคได้เมื่ออยู่บนชั้นวาง</p> <p>4.4 บรรจุกฎณ์สามารถเพิ่มคุณค่า และสร้างความแตกต่างจากแบรนด์อื่นๆ</p>	<p>4 ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</p> <p>4.1 ออกแบบกราฟฟิกและโครงสร้างของบรรจุกฎณ์ โดยนำจุดเด่นของสินค้ามาเป็นจุดขาย เช่น ไม้ใส่ผงชูรส ไร้สารพิษ</p> <p>4.2 ออกแบบกราฟฟิกที่สามารถแยกสินค้าได้โดยนำจุดเด่นของแต่ละผลิตภัณฑ์มาใช้เป็นแนวทาง แต่ยังคงมี อัตลักษณ์ (Corporate Identity) เดียวกัน ลักษณะที่แตกต่างกันตามรสชาติและการผสม</p> <p>4.3 ออกแบบกราฟฟิกที่สามารถวางต่อเนื้องกันได้ ซึ่งจะทำให้เกิดความน่าสนใจเมื่อวางต่อกันบนชั้นวาง</p> <div style="text-align: center;">  <p>แนวตั้ง แนวนอน</p> </div> <p>4.4 ออกแบบบรรจุกฎณ์ให้สามารถพับเป็นซองที่สามารถเสริมสร้างจินตนาการของเด็กได้</p>
<p>เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้</p>	

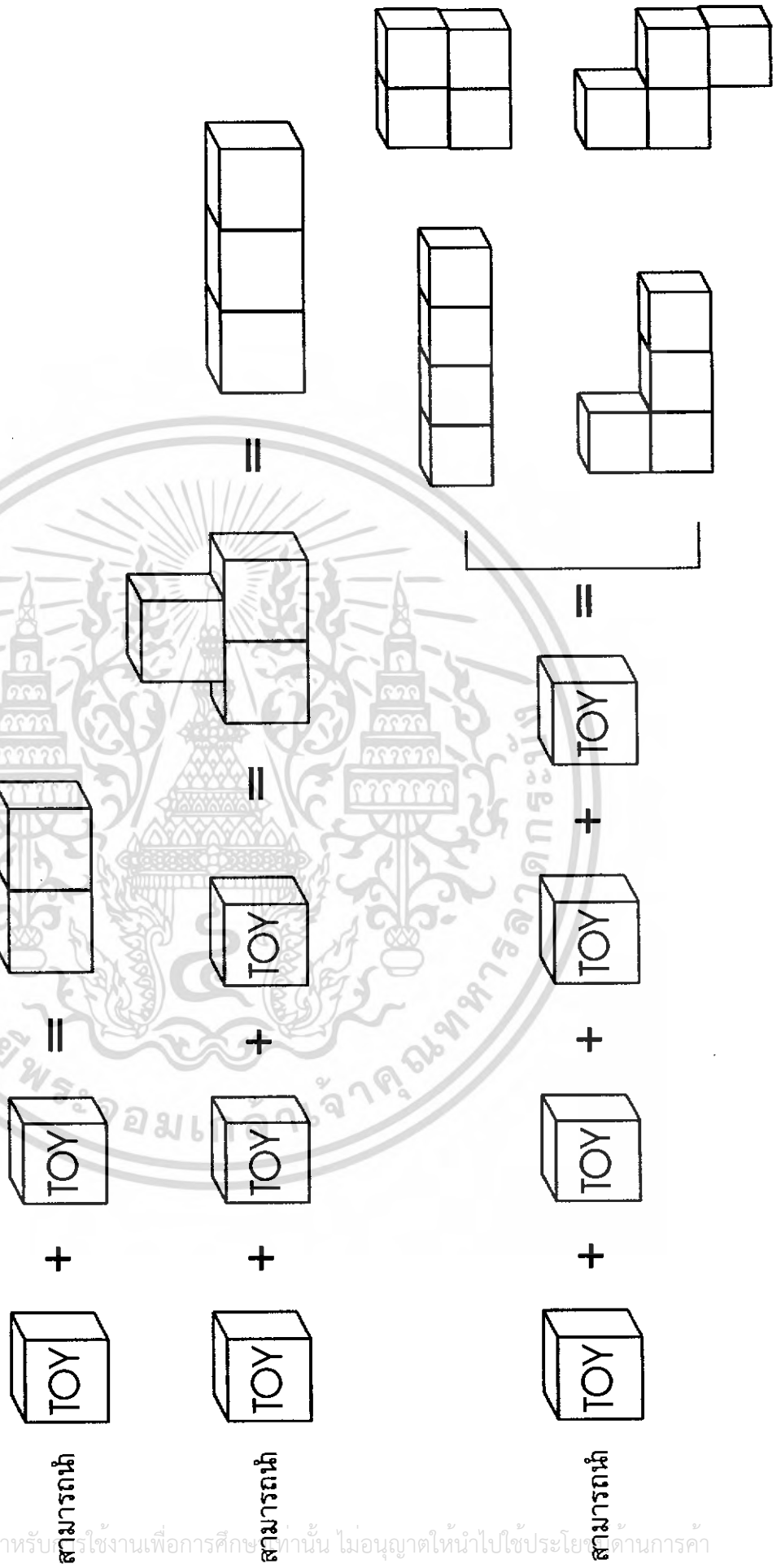
ใช้พื้นที่เกือบทั้งหมดนำมาพับ

นำ Secondary package มาพับเป็นของเสริมสร้างจินตนาการเด็ก



DETAIL

สามารถต่อได้ไม่มีที่สิ้นสุด มีคล้ายกับตัวต่อ LEGO เพื่อสร้างความเพลิดเพลินและไม่น่าเบื่อให้กับเด็ก และเป็นการวางกลยุทธ์จุดขาย สามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายใหม่จำนวนมาก เพราะเมื่อซื้อมาแล้วสามารถต่อเป็นอะไรก็ได้ตามจินตนาการเด็ก



กลุ่มส่งเสริมการขาย

ชั้นจัดแสดงและจำหน่ายสินค้า

ปัญหา เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p><u>เงื่อนไข</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - ผลิตภัณฑ์มีหลายประเภท น้ำหนักและรูปร่างของ แต่ละประเภทก็แตกต่างกัน โดยมีน้ำหนักรวมของ สินค้าที่จะวางบนชั้นทั้งหมดประมาณ 100 กิโลกรัม - การบรรจุจัดวางสินค้าบนชั้นต้องวางได้โดยที่ไม่มีการสั่น และไม่มีการตกหล่น ในขณะที่เดียวกันต้อง เป็นที่สังเกตง่าย มองเห็นสินค้าได้ชัดเจน และเมื่อ จัดวางแล้วสามารถส่งเสริมให้สินค้าดูดีขึ้น ดึงความ สนใจจากผู้บริโภคได้มากที่สุด - สามารถเคลื่อนย้ายและติดตั้งได้อย่างสะดวก ถอดประกอบได้ - สามารถทำหน้าที่ส่งเสริม และประชาสัมพันธ์ BRAND PURLIFE ได้เป็นอย่างดี 	<ul style="list-style-type: none"> - จัดแบ่งสัดส่วนให้เป็นหมวดหมู่ - ใช้วัสดุที่มีความแข็งแรง

ด้านกราฟฟิก

ปัญหา เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p><u>ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย (Promotion)</u></p> <p>1 ผลิตภัณฑ์ธัญญาพืชนี้ ผลิตโดย บริษัท ซองเดอร์ ไทย ออร์แกนิก ฟู้ด จำกัด ดังนั้น โลโก้ ใหม่จะต้องสื่อถึงบริษัทได้ และการเป็น แบนด์ อาหารเพื่อสุขภาพ ภาพลักษณ์ของ โลโก้ จะต้องตอบโจทย์ได้ รวมทั้งทำให้ผู้บริโภค จำได้ง่าย ภายใต้ชื่อ เพอร์ไลฟ์ (PurLife)</p>	<p><u>ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย (Promotion)</u></p> <p>1 ออกแบบ โลโก้ ให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมายโดย เป็นบุคคลที่มีฐานะ มีแนวทางคือ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ใช้รูปแบบตัวอักษรแสดงภาพลักษณ์ - ใช้รูปภาพธัญพืช เพื่อสื่อให้กลุ่มผู้บริโภคเข้าใจได้รวดเร็ว และตรงกลุ่มเป้าหมาย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกา⁵⁶ไปใช้

แนวทางการศึกษาวิจัย

- 1 ศึกษาถึงนโยบายทางการตลาดของ บริษัท ซองเตอร์ ไทย ออร์แกนิก ฟู้ด จำกัด
- 2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ของ บริษัท ซองเตอร์ ไทย ออร์แกนิก ฟู้ด จำกัด
- 3 ศึกษาข้อมูลคุณสมบัติทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดรวมทั้งการเก็บรักษา
- 4 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับ รูปแบบ ขนาด สัดส่วนของผลิตภัณฑ์ทั้งหมด และวิธีการบรรจุที่ถูกต้อง
- 5 ศึกษาถึงระบบทุนสำหรับสร้างบรรจุภัณฑ์เพื่อรองรับผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารเพื่อสุขภาพ
- 6 ศึกษาถึงช่องว่างทางการตลาด คู่แข่ง และอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้น
- 7 ศึกษาแหล่งสถานที่ ที่จะจัดจำหน่ายที่เหมาะสม
- 8 ศึกษาพฤติกรรมและรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย
- 9 ศึกษาโครงสร้าง คุณสมบัติ และความเหมาะสมของวัสดุที่จะนำมาใช้ในการออกแบบ
- 10 ศึกษาถึงระบบการพิมพ์ต่าง ๆ ชนิดและประเภทของสีที่ใช้พิมพ์ลงบรรจุภัณฑ์
- 11 ศึกษาถึงพระราชบัญญัติอาหารและยา ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการออกแบบ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 1 บรรจุภัณฑ์ที่สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้าไทยให้เป็นที่ยอมรับแก่ผู้บริโภค สร้างทัศนคติที่ดีในการเลือกซื้อสินค้าไทย
- 2 บรรจุภัณฑ์ที่สามารถสร้างเอกลักษณ์ของสินค้าให้ดูโดดเด่นก่อให้เกิด **Brand Identity** และสามารถส่งเสริมผลิตภัณฑ์ได้
- 3 บรรจุภัณฑ์สามารถเก็บรักษาไว้เพื่อการจัดจำหน่ายวางขายได้ยาวนานขึ้น ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 4 บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพสามารถใช้งานได้สะดวกตามประโยชน์ใช้สอยทั้งในขั้นตอนการบรรจุ ขนส่ง และใช้งานเพื่อการบริโภค
- 5 ผู้บริโภคได้รับประโยชน์จากสินค้ามากขึ้น ได้รับความสะดวก และสามารถบริโภคได้สะดวกขึ้น
- 6 บรรจุภัณฑ์ที่สามารถส่งเสริมการขาย และเพิ่มยอดขายให้แก่ผลิตภัณฑ์



บทที่ 2

การค้นคว้าและสรุปผลข้อมูล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทผู้ผลิต

2.1.1 ประวัติความเป็นมาของบริษัท

ปัจจุบันแนวโน้มอาหารเพื่อสุขภาพมาแรงกับทุกกลุ่มสินค้า ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหารแนวสุขภาพรวมทั้งเรื่องของ สปา และฟิตเนส จะเห็นว่าพฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจุบันคนดูแลตัวเองมากขึ้นทุกอย่างล้วนคำนึงถึงสุขภาพเป็นหลัก ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวถูกพัฒนามาแล้วหลายปี และนับวันก็ยิ่งได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ ยิ่งการที่กระทรวงสาธารณสุข (สธ.) ออกมาสนับสนุน ก็ยิ่งทำให้เกิดการตื่นตัวในวงกว้าง

ทุกวันนี้หากอะไรที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพก็จะได้รับความนิยมจากผู้บริโภคไปหมด และมีความเชื่อว่ากระแสสุขภาพยังมีการเจริญเติบโตขึ้นไปเรื่อยๆ ปัจจุบันอาหารเพื่อสุขภาพได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของการบริโภคไปแล้ว และจะกลายเป็นสิ่งทดแทนอาหารแนวอื่นๆ ในอนาคตอันใกล้นี้ และจากการที่ตลาดที่กำลังเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะ “เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ” บริษัท ซองเตอร์ ไทย ออร์แกนิก ฟู้ด จำกัด จึงก่อตั้งขึ้นเพื่อรองรับกับความต้องการของกลุ่มรักษาสุขภาพ โดยมีความใส่ใจกับการกินของคนไทย อยากให้คนไทยมีอาหารที่ดีในราคาไม่แพง โดยมี สโลแกนว่า “ ัญญาพิชไทยใส่ใจสุขภาพ “

บริษัท ซองเตอร์ ไทย ออร์แกนิก ฟู้ด จำกัด ได้ก่อตั้งขึ้นในปี 2544 ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพและอาหารอเนกมัย ได้แก่ พวกัญญาพิช ผลไม้อบแห้ง ไขมันลดสารพิษ



ซองเตอร์
Xongdur

ภาพที่ 2.1.1 LOGO บริษัท ซองเตอร์ ไทย ออร์แกนิก ฟู้ด จำกัด
สโลแกน ัญญาพิชไทยใส่ใจสุขภาพ

2.1.2 นโยบายทางตลาดของบริษัท ของเดอรั ไทย ออร์แกนิก ฟู้ด จำกัด

- นโยบายด้านคุณภาพสินค้า

จากการที่บริษัท ของเดอรั ไทย ออร์แกนิก ฟู้ด จำกัด เป็นบริษัทที่ผลิตสินค้าอาหาร เพื่อสุขภาพออกจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภค ดังนั้นความสะอาดและความปลอดภัย และการเป็นอาหารที่มีอนามัยจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ทางบริษัทจะต้องให้ความสำคัญอยู่เสมอ ดังนั้นทางผู้ผลิตจึงมีนโยบายเป็น ตั้งแต่ผู้คัดเลือกวัตถุดิบจนถึงการแปรรูปในขั้นตอนต่างๆ ให้ความใส่ใจในกระบวนการผลิต

- นโยบายการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย

เนื่องจากแนวโน้มกระแสความต้องการรักษาสุขภาพนั้นมีมากขึ้นเรื่อยๆ แต่ก็มีหลากหลายของสินค้ามากขึ้น และช่องทางการขายสินค้าเหล่านี้มีจำกัด ดังนั้นจึงต้องหาช่องทางใหม่ๆ ในการขาย เพื่อเป็นการกระจายสินค้าไปในทุกพื้นที่ที่สามารถจำหน่ายได้

โดยทั้งนี้ทางโครงการได้จัดรูปแบบของช่องทางการจำหน่ายไว้ ดังนี้

1. ร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัด
จะจัดจำหน่ายโดยการทำสัญญาเพื่อวางขาย ทั้งนี้มีทั้งการนำสินค้าไปเสนอ และการได้รับการติดต่อเพื่อนำสินค้าไปจัดจำหน่าย เช่น Big C, Food Land, Lemon Farm, The Mall, Golden Place เป็นต้น โดยลักษณะการจัดจำหน่าย จะขึ้นอยู่กับตกลงกันทั้งสองฝ่ายว่าจะจัดขายบนชั้นขายสินค้า หรือจะจัดแสดง ณ มุมใดมุมหนึ่ง หรือจัดเป็นซุ้ม ชั้น หรือโต๊ะแสดงสินค้า
2. ศูนย์แสดงสินค้า ตลาดงานออกร้าน นิทรรศการ รวมถึงงานในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
โดยการวางขายจะขึ้นอยู่กับสถานที่จัดงานนั้น จึงเน้นการจัดวางเป็นลักษณะของการวางขายเป็นบูท หรือ ชั้นวางแสดงสินค้าที่สามารถเคลื่อนย้าย ถอดประกอบ และจัดวางได้อย่างสะดวก ประหยัดพื้นที่ในการเคลื่อนย้าย ส่วนสินค้าที่จะนำไปวางขายจะเป็นไปในลักษณะของการจัดเป็นล็อตปริมาณหนึ่ง และนำไปวางเพิ่มเมื่อสินค้าไม่พอเพียงแก่การจัดจำหน่าย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเวลาและโอกาสที่เหมาะสมด้วย
3. ศูนย์สุขภาพต่างๆ จำพวกสปา
โดยการวางจำหน่ายนั้นจะวางอยู่ในสถานที่ ที่คนสังเกตเห็นง่ายและมีการแนะนำจากพนักงานที่สปา การจัดวางเป็นแบบชั้นวางแบบ ซุ้ม เพราะคนที่มาใช้บริการที่สปาก็เป็นบุคคลที่รักษาสุขภาพเช่นกันจึงเป็นกลุ่มเป้าหมายที่เล็งเห็นคุณประโยชน์ของอาหารเพื่อรักษาสุขภาพ

4. โรงพยาบาลและคลินิก

โดยมีการจัดจำหน่ายวางในจุดที่คนสังเกตเห็นง่าย จะวางขายบนชั้นแบบ ชุ่มเพราะอาหารเพื่อสุขภาพนี้ผู้ป่วยสามารถรับประทานได้ด้วย จึงทำให้คนที่มาเยี่ยมผู้ป่วยสามารถซื้อมาเยี่ยมผู้ป่วยได้

- นโยบายการเพิ่มปริมาณสินค้าที่นำออกจำหน่าย

เนื่องจากผลผลิตจากธัญพืชนั้นสามารถนำไปแปรรูปได้หลายอย่างทางโครงการจึงเล็งเห็นว่าควรจะต้องศึกษาสภาพของวัตถุดิบออกมาใช้ให้เต็มที่ ทั้งนี้เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าของสินค้ารวมทั้งยืดเวลาการเก็บรักษา ซึ่งมีประโยชน์ในแง่การจัดจำหน่ายอีกด้วย โดยสินค้าที่เพิ่มขึ้นนี้ จะจัดการเพิ่มขึ้นอย่างเป็นลำดับขั้นตอนเพื่อไม่ให้เป็นภาระเกินกำลัง หรือเร่งรีบจนเสียมาตรฐานของคุณภาพไป ในปัจจุบันจึงมีการคิดค้นและพัฒนาสูตรการผลิตสินค้าใหม่ และเริ่มออกวางจำหน่ายไปบางส่วนแล้ว ซึ่งทางโครงการตั้งเป้าหมายว่า จะมีสินค้าออกใหม่ประมาณ 6-10 รายการ ภายในระยะเวลา 5 ปีข้างหน้า

- นโยบายทางด้านประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ของบริษัท ของเดอร์ ไทย ออร์แกนิก ฟู้ด จำกัด มีจุดประสงค์เพื่อให้ชื่อของเดอร์เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไปเพิ่มมากขึ้น การประชาสัมพันธ์ต้องครอบคลุมและเป็นที่ยอมรับในวงกว้างมากขึ้น จึงได้วางแผนนโยบายการประชาสัมพันธ์ ดังนี้

1. ทำการออกร้านแสดงสินค้า ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด เช่นงานแสดงสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ งานแสดงผลผลิตทางการเกษตร งานแสดงสินค้าSME
2. ทำการปรับปรุงออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อทำการยกระดับและเพิ่มมูลค่าสินค้าประกอบกับเพื่อเป็นการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่อีกด้วย
3. จัดให้มีการจกระบบเอกลักษณ์ของโครงการ (Corporate Identity) เพื่อช่วยในการสังเกตและจดจำ โดยจะปรากฏอยู่บนบรรจุภัณฑ์ ถุงใส่สินค้า ป้ายโครงการจัดแสดงสินค้าเป็นหลัก
4. ออกรายการทางวิทยุ โทรทัศน์ ในลักษณะของการให้สัมภาษณ์ นอกจากนี้ยังมีการบรรยายเชิงวิชาการเกี่ยวกับอาชีพอนุรักษ์ตามสถานศึกษา หรือจากการได้รับเชิญ รวมทั้งการตีพิมพ์บทความตามหนังสือพิมพ์ หรือวารสารต่างๆ

2.1.3 วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิตที่มีผลต่อการออกแบบ

จากการศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับบริษัท ของเดอริไทยออร์แกนิกฟู้ด จำกัด จึงสามารถสรุปแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์จากธัญพืชซึ่งเป็นโครงการเสนอแนะสำหรับบริษัทในอนาคตได้ดังนี้ คือ

1. ออกแบบโดยคำนึงถึงภาพพจน์ของบริษัทผู้ผลิต คือ บริษัท ของเดอริไทยออร์แกนิกฟู้ด จำกัด ภาพพจน์ของบริษัทมักสื่อถึงความเป็นไทยสากล และธรรมชาติ
2. ออกแบบโดยคำนึงถึงนโยบายของบริษัทผู้ผลิต คือ นโยบายของบริษัทที่มีความสำคัญที่สุด คือนโยบายด้านคุณภาพสินค้า เป็นสินค้าที่ปลอดภัย ผลิตจากธรรมชาติ 100%
3. ออกแบบโดยคำนึงถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบันและอนาคตของสินค้า สินค้าเพื่อสุขภาพนี้ เป็นที่นิยมในหมู่ผู้ที่มีรายได้และการศึกษามากกว่ากลุ่มอื่นๆ เนื่องจากบุคคลเหล่านี้ เป็นผู้ที่มีความรู้ ความเข้าใจทั้งในด้านสุขภาพร่างกายเป็นอย่างดี ทราบดีกว่าสิ่งใดที่ร่างกายควรได้รับ หรือหลีกเลี่ยง ในขณะที่เป็นผู้มีเงินเหลือพอใช้จ่ายในการเลือกสรรสิ่งดีๆ เพื่อตอบแทนให้แก่ร่างกาย ดังนั้น ลักษณะของบรรจุภัณฑ์จึงควรสื่อสารได้ถูกกลุ่มเป้าหมาย และแสดงรสนิยมของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม
4. ออกแบบโดยคำนึงถึงช่องทางการจัดจำหน่ายของสินค้าในโครงการ นอกจากการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านทางหน้าร้าน สินค้าใหม่นี้จะขยายช่องทางให้ผู้บริโภคหาซื้อได้ง่าย และสะดวกยิ่งขึ้น จึงมีโครงการนำสินค้าออกจำหน่ายตามซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านขายอาหารเพื่อสุขภาพทั่วไป

2.2 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ

2.2.1 ธัญญาหาร (Cereai)

ธัญญาหาร คือ กลุ่มของธัญพืชหลากหลายชนิด ได้แก่ ข้าวกล้องหอมมะลิแดง ข้าวฟ่าง ถั่วเหลือง เม็ดบัว ข้าวโพด ลูกเดือย งาดำ ที่ถูกนำมาแปรรูปเป็นอาหารที่ให้คุณค่าต่อร่างกาย นอกจากจะอุดมไปด้วยแร่ธาตุ และวิตามินต่างๆ เช่นเหล็ก วิตามิน A B1 B2 B6 และ ธัญญาหารยังมี FIBER ในจำนวนที่สูงอีกด้วย

FIBER คือส่วนของอาหาร ที่ร่างกายมนุษย์ไม่สามารถย่อยสลายได้ ดังนั้นการที่ลำไส้จะทำหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพจึงขึ้นอยู่กับ การรับประทานอาหารที่มี FIBER ที่เพียงพอหรือไม่ หากร่างกายได้รับในปริมาณที่น้อย อาจก่อให้เกิดโรคต่างๆได้ เช่นโรคหัวใจ โรคกรดไหลย้อน ทวารมะเร็งในลำไส้ โรคเบาหวาน ไขมันในเลือดสูง หลอดเลือดอุดตัน FIBER จึงเป็นส่วนสำคัญสำหรับร่างกายอย่างมาก

ธัญพืช หรือ ธัญชาติ เป็นคำรวมที่ใช้เรียกพืชที่อยู่ในตระกูลพืชใบเลี้ยงเดี่ยว ประเภทข้าวทั้งหมด โดยเมล็ดที่แบ่งที่สามารถใช้เป็นอาหารได้ พืชในตระกูลนี้มีมากมายหลายสายพันธุ์ในโลก ได้แก่

- ข้าวฟ่าง เป็นชื่อของข้าวชนิดหนึ่ง มีลักษณะเป็นเมล็ดกลม เล็ก เกาะกันเป็นพวง
- ข้าวกล้อง หรือที่เรียกกันว่าข้าวซ้อมมือ หรือข้าวแดง คือข้าวที่สีอย่างหยาบโดยยังมีข้าวเปลือกชั้นนอกปนอยู่ ไม่ถูกขัดทิ้งไป มีประโยชน์ต่อร่างกาย

นอกจากนี้ธัญพืชชนิดต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้นแล้วนั้น ยังมีส่วนประกอบเมล็ดธัญพืชบางส่วนที่สำคัญ ถูกนำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ธัญญาหารที่มีประโยชน์และให้คุณค่าทางโภชนาการแก่ร่างกาย

2.2.2 ผลิตภัณฑ์ในโครงการ

- 2.2.2.1 กลุ่มเครื่องดื่มสำเร็จรูปพร้อมชง

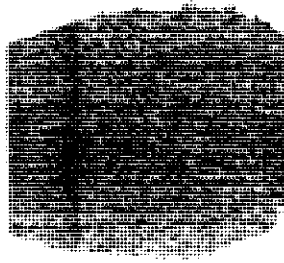
เครื่องดื่มธัญญาหารสำเร็จรูป มีลักษณะเป็นผง ประกอบด้วยธัญพืชทั้งสำเร็จรูปหลายๆชนิด เช่น ข้าวกล้องหอมมะลิแดง ข้าวฟ่าง ถั่วเหลือง เม็ดบัว ข้าวโพด ลูกเดือย งาดำ รับประทานเป็นอาหารเช้า หรือเป็นเครื่องดื่มได้ทุกเวลา เพียงเทใส่แก้ว แล้วเติมน้ำร้อน ก็สามารถดื่มได้ทันที ช่วยให้อิ่มได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว มี 6 ชนิด ได้แก่ รส โกโก้ รส วานิลลา ผสมงา ชุปงาดำ ชุปนมข้าวยาคู ชุปลูกเดือยใบหม่อน



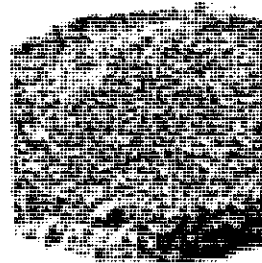
ภาพที่ 2.2.1 เครื่องดื่มธัญญาหาร รส โกโก้ รส วานิลลา



ภาพที่ 2.2.2 เครื่องดื่มธัญญาหารผสมงาดำ



ภาพที่ 2.2.3 เครื่องดื่มธัญญาหาร
ซุปลูกเดียว

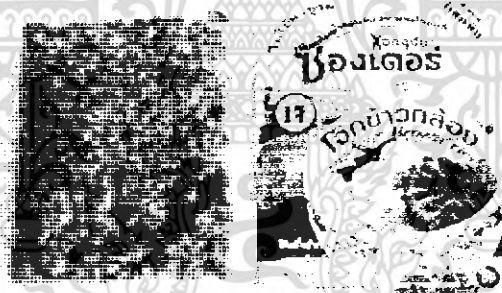


ภาพที่ 2.2.4 เครื่องดื่มธัญญาหาร
ซูปงาคำ

- 2.2.2.2 กลุ่มอาหารเข้า

โจ๊กข้าวกล้อง โจ๊กกึ่งสำเร็จรูป ผลิตจากข้าวกล้องหอมมะลิแดงเกษตรอินทรีย์

ทรงคุณค่าของจมูกข้าว เยื่อหุ้มเมล็ดข้าว และเส้นใยอาหาร ส่วนประกอบหลัก ข้าว
กล้องหอมมะลิแดงเกษตรอินทรีย์ เกลือ ซีอิ้ว พริกไทย น้ำตาล ให้คุณค่าทางอาหาร
และวิตามินครบถ้วน แร่ธาตุจากข้าวกล้องครบถ้วน เพียงแค่เทใส่ชาม แล้วเติมน้ำ
ร้อน คนให้เข้ากัน ก็สามารถรับประทานได้ทันที มี 4 ชนิด ได้แก่ โจ๊กข้าวกล้องปรุง
รส โจ๊กข้าวกล้องผสมสาหร่าย โจ๊กข้าวกล้องผสมเห็ดหอม โจ๊กข้าวกล้องผสมผงม
งาคำ



ภาพที่ 2.2.5 ลักษณะโจ๊กและซอง

แผ่นธัญญาหารอบกรอบ มีลักษณะเป็นแผ่น ทำจากธัญพืชขัดผสมกับสารให้กลิ่น รส
เช่น มอลต์ เกลือ น้ำตาล เสริมด้วยวิตามินและแร่ธาตุต่างๆที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย
จากนั้นจะถูกบีบอัดผ่านลูกกลิ้งผิวเรียบ ด้วยแรงอัดที่เหมาะสม ได้ผลิตภัณฑ์ออกมา
เป็นลักษณะแผ่นแบนๆ ทานเป็นอาหารเข้า ไม่ให้เสียเวลา รับประทานกับนมสด มี
2 ชนิด ได้แก่ ผสมผลไม้ปรุงรส ผสมดอกคำฝอย



ภาพที่ 2.2.6 Cereal ธัญญาหาร

- 2.2.2.3 กลุ่มขนมขบเคี้ยว

แท่งธัญญาหาร เป็นแท่ง ประกอบด้วยธัญพืชธรรมชาติ เพื่อความสะดวกในการบริโภค ทานเป็นอาหารเข้าได้ มี 2 ชนิด ได้แก่ รสโกโก้ รสวานิลลา



ภาพที่ 2.2.7 Cereal ธัญญาหารแท่ง

1. ผลไม้แผ่นอบกรอบ เป็นแผ่นบาง ชิ้นพอดีคำ ละลายทันทีในปาก รับประทานได้ทั้งเด็กและผู้ใหญ่ มี 2 ชนิด ได้แก่ มะม่วง มะละกอ

- 2.2.2.4 กลุ่มเครื่องดื่ม

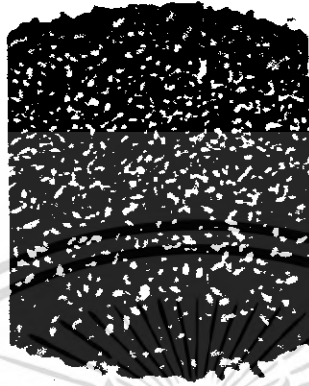
1. น้ำเพื่อสุขภาพ คั้นจากผลไม้สด เป็นของเหลว มี 4 ชนิด ได้แก่ น้ำธัญพืชรสโกโก้ น้ำธัญพืชรสวานิลลา น้ำธัญพืชผสมน้ำผลไม้ น้ำธัญพืชผสมลูกบัว



ภาพที่ 2.2.8 น้ำธัญพืช

- 2.2.2.5 กลุ่มเครื่องเทศ

1. เครื่องปรุงรส เป็นผง เกล็ด สามารถโรยบนข้าว หรืออาหารที่ต้องการเพิ่มรสชาติ ให้คุณประโยชน์ต่อร่างกาย เมล็ดงาดำ งาขาว นามาค้าให้หอมกรอบสุกพอดี ด้วยระบบคั่วที่ไม่มีน้ำมัน มี 2 ชนิด ได้แก่ งาหอมโรยข้าว สำหรับโรยข้าว



ภาพที่ 2.2.9 งาหอมโรยข้าว

- 2.2.2.6 กลุ่มของฝาก

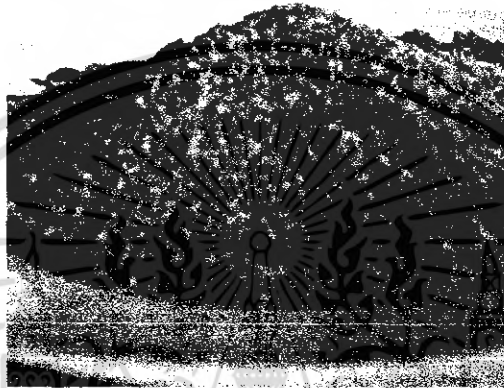
1. ชุดของขวัญอาหารพร้อมซง เป็นชุดรวมของขวัญอาหารทั้งหมด 30 ซอง รสละ 5 ซอง เป็นของฝากหรือของขวัญเยี่ยมผู้ป่วยได้ ได้แก่ รสโกโก้ รสวานิลลา ผสมงา ชูปังงาดำ ชูปนมนข้าวยาสูบ ชูปลุกเดี่ยวใบหม่อน



ภาพที่ 2.2.10 ชุดของขวัญรวม 1 ชุด มี 3 ซอง

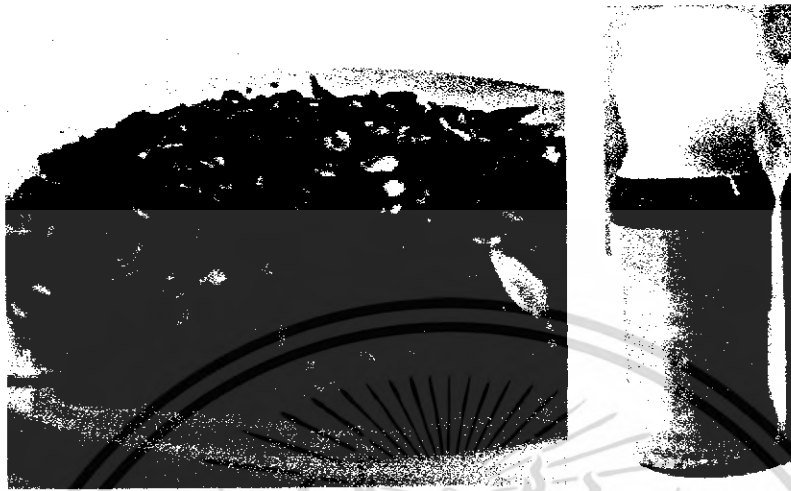
- 2.2.2.7 กลุ่มอาหารเด็ก

1. อาหารเสริมพร้อมซงสำหรับเด็กอ่อน คืออาหารเสริมจากธัญพืชสำหรับทารก และเด็กเล็ก อายุ 1 ปีขึ้นไป อุดมด้วยแคลเซียม วิตามินบี1 และสังกะสี เป็นแหล่งของธาตุเหล็ก และวิตามินเอ โดยเพิ่มส่วนผสมของผัก ไข่ หรืออื่นๆตามต้องการ เพียงแค่เติลน้ำร้อน คนให้เข้ากัน ก็สามารถรับประทานได้ทันที มี 2 ชนิด ได้แก่ สูตรข้าวกล้อง สูตรข้าวเจ้า



ภาพที่ 2.2.11 ธัญญาหารสำหรับเด็ก

2. ชุดอาหารเข้าผ่านธัญญาหารอบกรอบ พร้อมนมข้าวยาคุสำหรับเด็ก มีลักษณะเป็นแผ่น ทำจากธัญพืชบดผสมกับสารให้กลิ่น รส เช่น มอลต์ เกลือ น้ำตาล เสริมด้วยวิตามินและแร่ธาตุต่างๆที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย จากนั้นจะถูกบีบอัดผ่านลูกกลิ้งผิวเรียบ ด้วยแรงอัดที่เหมาะสม ได้ผลิตภัณฑ์ออกมาเป็นลักษณะแผ่นแบนๆ ทานเป็นอาหารเข้า ไม่ให้เสียเวลา รับประทานกับนมข้าวยาคุ มี 2 ชนิด ได้แก่ รสโกโก้ รสสตรอเบอร์รี่
น้ำนมข้าวยาคุ วัตถุประสงค์หลักคือ น้ำนมข้าว ซึ่งต้องเป็นข้าวที่อยู่ในระยะรวงตกกำลังพอดี ไม่แก่ไม่อ่อนจนเกินงาม อุดมไปด้วยคุณประโยชน์ ทั้งแคลเซียม ไฟเบอร์ แมกนีเซียม วิตามินบี 1 วิตามินบี 2 คาร์โบไฮเดรต เหล็ก



ภาพที่ 2.2.12 Cereal กับ นำนมข้าวยาตุ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 ความต้องการในด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์

2.3.1 อายุการเก็บ และลักษณะการเสื่อมของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด

ส่วนผสม กรรมวิธีการผลิต และลักษณะทางกายภาพ ล้วนมีส่วนส่งผลถึงอายุการบริโภคของผลิตภัณฑ์แทบทั้งสิ้น รวมถึงลักษณะของภาชนะบรรจุ ลักษณะการปิดผนึกของบรรจุภัณฑ์ ก็เป็นอีกตัวแปรหนึ่งที่ส่งผลถึงความสดใหม่ของสินค้าอายุการเก็บและลักษณะการเสื่อมของผลิตภัณฑ์ในโครงการแต่ละชนิดดังนี้

กลุ่มเครื่องดื่มสำเร็จรูปพร้อมชง (Beverage)

1. ธัญญาหารพร้อมชง(Instant Cereal Beverage)

มีลักษณะแห้งเป็นผง มีอายุเก็บรักษาที่นานเป็นปีนับตั้งแต่วันที่ผลิต แต่เมื่อบรรจุภัณฑ์ถูกเปิดออกแล้ว ทำให้ตัวผลิตภัณฑ์ได้สัมผัสกับอากาศหรือความชื้น ระยะเวลาในการเก็บนั้นจึงลดน้อยลง โดยการเสื่อมของผลิตภัณฑ์จะมีลักษณะแข็งจับตัวเป็นก้อน และมีสีที่อ่อนลงจากเดิม

ลักษณะการเก็บรักษาเครื่องดื่มธัญญาหารสำเร็จรูปนี้จึงควรหลีกเลี่ยงความชื้น และพยายามอย่าให้ผลิตภัณฑ์สัมผัสกับอากาศเป็นเวลานาน เมื่อไม่รับประทานแล้วควรรีบปิดฝา และใช้ภาชนะในการตักที่สะอาดทุกครั้ง

กลุ่มอาหารเช้า (Breakfast Cereal)

2. โจ๊กข้าวกล็อง

มีลักษณะแห้งเป็นแผ่นเล็กบาง มีอายุเก็บรักษาที่นานเป็นปีนับตั้งแต่วันที่ผลิต แต่เมื่อบรรจุภัณฑ์ถูกเปิดออกแล้ว ทำให้ตัวผลิตภัณฑ์ได้สัมผัสกับอากาศหรือความชื้น ระยะเวลาในการเก็บนั้นจึงลดน้อยลง โดยการเสื่อมของผลิตภัณฑ์จะมีลักษณะแข็งจับตัวเป็นก้อน และมีสีที่อ่อนลงจากเดิม

ลักษณะการเก็บรักษาโจ๊กข้าวกล็อง นี้จึงควรหลีกเลี่ยงความชื้น และพยายามอย่าให้ผลิตภัณฑ์สัมผัสกับอากาศ และใช้ภาชนะในการตักที่สะอาดทุกครั้ง

3. แผ่นธัญพืชกรอบ (Corn flakes, Wheat flakes, Bran flakes)

มีอายุการเก็บรักษาที่นานคือ 1 ปีนับตั้งแต่วันที่ผลิต เมื่อเปิดบรรจุภัณฑ์ออกมารับประทานแล้วควรเก็บไว้ในตู้เย็น ไม่ควรให้สัมผัสกับอากาศเป็นเวลานาน เพราะจะทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นมึน กรอบรวมถึงเมื่อผลิตภัณฑ์ถูกเก็บไว้นานเกินไป จะทำให้เกิดกลิ่นเหม็นหืนที่ไม่น่ารับประทานอีกด้วย

นอกจากนี้ ยังมีลักษณะการเสื่อมของสินค้าอีกอย่างหนึ่ง ในแง่ทางด้านกายภาพที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่น่ารับประทานนั่นคือลักษณะการแตกหัก เสียรูปของสินค้าอันเนื่องมาจากการถูกแรงกระทำต่างๆ

กลุ่มขนมขบเคี้ยว (Snack)

4. แท่งธัญญาหาร

ระยะเวลาของสินค้าที่ยังใหม่จะอยู่ในช่วง 4-5 เดือน การเก็บรักษาควรให้อยู่ในที่มืด อุณหภูมิต่ำระวังในเรื่องของความชื้นเป็นสิ่งสำคัญเพราะจะทำให้แท่งธัญพืชอ่อนตัว ไม่จับกันเป็นแท่งหรือหักเนื่องจากการละลายของกลูโคสไซรัปที่เป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยยึดให้แท่งธัญพืชและผลไม้ต่างๆอยู่เป็นแท่งได้

5. ผลไม้แผ่นอบกรอบ

มีลักษณะแห้งเป็นแผ่นเล็กบาง มีอายุเก็บรักษาที่นานเป็นปีนับตั้งแต่วันที่ผลิต แต่เมื่อบรรจุภัณฑ์ถูกเปิดออกแล้ว ทำให้ตัวผลิตภัณฑ์ได้สัมผัสกับอากาศหรือความชื้น ระยะเวลาในการเก็บนั้นจึงลดน้อยลง โดยการเสื่อมของผลิตภัณฑ์จะมีลักษณะอ่อนตัวไม่กรอบ

ลักษณะการเก็บรักษาผลไม้แผ่นอบกรอบ นี้จึงควรหลีกเลี่ยงความชื้น และพยายามอย่าให้ผลิตภัณฑ์สัมผัสกับอากาศ เมื่อไม่รับประทานแล้วควรรีบปิดฝา และใช้ภาชนะในการดักที่สะอาดทุกครั้ง

กลุ่มเครื่องดื่ม

6. น้ำดื่มเพื่อสุขภาพ

มีอายุการเก็บรักษาที่นานคือ 1 ปี นับตั้งแต่วันที่ผลิต การเก็บรักษาในอุณหภูมิปกติไม่ควรเก็บในอุณหภูมิที่สูงเพราะอาจจะทำให้เสียได้ โดยการเสื่อมของผลิตภัณฑ์คือรสชาติของน้ำดื่มเพื่อสุขภาพจะเปลี่ยนไปมีกลิ่นเหม็นบูด

กลุ่มเครื่องเทศ

7. เครื่องปรุงรส

มีลักษณะแห้งเป็นผงเม็ดเล็ก มีอายุเก็บรักษาที่นานเป็นปีนับตั้งแต่วันที่ผลิต ทำให้ตัวผลิตภัณฑ์ได้สัมผัสกับอากาศหรือความชื้น ระยะเวลาในการเก็บนั้นจึงลด

ลักษณะการเก็บรักษาเครื่องปรุงรสนี้จึงควรหลีกเลี่ยงความชื้น และพยายามอย่าให้ผลิตภัณฑ์สัมผัสกับอากาศเป็นเวลานาน เมื่อไม่รับประทานแล้วควรรีบปิดฝา

กลุ่มอาหารเด็ก

8. อาหารเสริมพร้อมซงสำหรับเด็กอ่อน

มีลักษณะแห้งเป็นผง มีอายุเก็บรักษาที่นานเป็นปีนับตั้งแต่วันที่ผลิต แต่เมื่อบรรจุภัณฑ์ถูกเปิดออกแล้ว ทำให้ตัวผลิตภัณฑ์ได้สัมผัสกับอากาศหรือความชื้น ระยะเวลาในการเก็บนั้นจึงลดน้อยลง โดยการเสื่อมของผลิตภัณฑ์จะมีลักษณะแข็งจับตัวเป็นก้อน และมีสีที่อ่อนลงจากเดิม

ลักษณะการเก็บรักษาอาหารเสริมพร้อมซงสำหรับเด็กอ่อน นี้จึงควรหลีกเลี่ยงความชื้น และพยายามอย่าให้ผลิตภัณฑ์สัมผัสกับอากาศเป็นเวลานาน เมื่อไม่รับประทานแล้วควรบีบปิดฝา และใช้ภาชนะในการดักที่สะอาดทุกครั้ง

9. แผ่นรั้วที่ขอบกรอบสำหรับเด็ก

มีอายุการเก็บรักษาที่นานคือ 1 ปีนับตั้งแต่วันที่ผลิต เมื่อเปิดบรรจุภัณฑ์ออกมารับประทาน แล้วควรเก็บไว้ในตู้เย็น ไม่ควรให้สัมผัสกับอากาศเป็นเวลานาน เพราะจะทำให้ผลิตภัณฑ์นิ่ม ไม่กรอบรวมถึงเมื่อผลิตภัณฑ์ถูกเก็บไว้นานเกินไป จะทำให้เกิดกลิ่นเหม็นหืนที่ไม่น่ารับประทาน อีกด้วย

นอกจากนี้ ยังมีลักษณะการเสื่อมของสินค้าอีกอย่างหนึ่ง ในแง่ทางด้านกายภาพที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่น่ารับประทานนั่นคือลักษณะการแตกหัก เสียรูปของสินค้าอันเนื่องมาจากการถูกแรงกระทำต่าง ๆ

2.3.2 ปัจจัยที่ทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมและหมดคุณค่า

การที่ผลิตภัณฑ์เสื่อมคุณภาพ ไม่ว่าจะเป็นด้านกายภาพ เช่น การแตกหัก เสียรูปของสินค้า หรือด้านชีวภาพที่ส่งผลให้รสชาติในการบริโภคเปลี่ยนแปลงไป เช่น เกิดกลิ่นเหม็นหืน ซึ่งอาจเกิดจากปัจจัยหลาย ๆ อย่าง จากสภาวะสิ่งแวดล้อมดังนี้

1. อากาศ ทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมคุณภาพเช่น นิ่ม ไม่กรอบ ไม่อร่อย เหมือนเมื่อสินค้ายังใหม่อยู่
2. ความร้อน อุณหภูมิที่สูงจะส่งผลให้ผลิตภัณฑ์เสียเร็วขึ้น
3. ความชื้น จะส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเป็นผง ทำให้จับตัวเป็นก้อนและเหม็นหืน
4. แรงกระทำต่าง ๆ ทำให้ผลิตภัณฑ์แตกหักเสียรูปไม่น่ารับประทาน

2.3.3 วิเคราะห์และสรุปผลความต้องการในการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการ

ออกแบบ

จำแนกตามรายการผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้ คือ

กลุ่มเครื่องดื่มสำเร็จรูปพร้อมซง

- ขนาดบรรจุ 500 กรัม เป็นปริมาณที่ผู้บริโภคไม่สามารถทานหมดได้ภายใน 1 ครั้ง บรรจุภัณฑ์จึงควรทำหน้าที่ดังนี้
 1. รักษาคุณภาพสินค้า โดยใช้วัสดุที่ป้องกันการเข้าออกความชื้นอากาศได้เป็นเวลานาน
 2. มีลักษณะการปิดผนึกที่เหมาะสม ป้องกันความชื้นอากาศได้ดี

3. บรรจุภัณฑ์มีอายุการใช้งานนาน สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ภายในตลอดของสินค้า 1 ปี
- ขนาดบรรจุ 30 กรัม เป็นปริมาณที่ผู้บริโภคสามารถทานหมดได้ภายใน 1 ครั้ง บรรจุภัณฑ์จึงควรทำหน้าที่ดังนี้
 1. รักษาคุณภาพสินค้า โดยใช้วัสดุที่ป้องกันการเข้าออกความชื้นอากาศได้เป็นเวลานาน
 2. มีลักษณะการปิดผนึกที่เหมาะสม ป้องกันความชื้นอากาศได้ดี
 3. บรรจุภัณฑ์มีอายุการใช้งานนาน สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ภายในตลอดของสินค้า 1 ปี

กลุ่มอาหารเช้า

- ขนาดบรรจุ 340 กรัม เป็นปริมาณที่ผู้บริโภคไม่สามารถทานหมดได้ภายใน 1 ครั้ง บรรจุภัณฑ์จึงควรทำหน้าที่ดังนี้
 1. รักษาคุณภาพสินค้า โดยใช้วัสดุที่ป้องกันการเข้าออกความชื้นอากาศได้เป็นเวลานาน
 2. มีลักษณะการปิดผนึกที่เหมาะสม ป้องกันความชื้นอากาศได้ดี
 3. บรรจุภัณฑ์มีอายุการใช้งานนาน สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ภายในตลอดของสินค้า 1 ปี
- ขนาดบรรจุ 30 กรัม เป็นปริมาณที่ผู้บริโภคสามารถทานหมดได้ภายใน 1 ครั้ง บรรจุภัณฑ์จึงควรทำหน้าที่ดังนี้
 1. รักษาคุณภาพสินค้า โดยใช้วัสดุที่ป้องกันการเข้าออกความชื้นอากาศได้เป็นเวลานาน
 2. มีลักษณะการปิดผนึกที่เหมาะสม ป้องกันความชื้นอากาศได้ดี
 3. บรรจุภัณฑ์มีอายุการใช้งานนาน สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ภายในตลอดของสินค้า 1 ปี

กลุ่มขนมขบเคี้ยว (แห่งธัญญาหาร)

- ขนาดบรรจุ 35 กรัม เป็นปริมาณที่ผู้บริโภคสามารถทานหมดได้ภายใน 1 ครั้ง บรรจุภัณฑ์จึงควรทำหน้าที่ดังนี้
 1. รักษาคุณภาพสินค้า โดยใช้วัสดุที่ป้องกันการเข้าออกความชื้นอากาศได้เป็นเวลานาน
 2. มีลักษณะการปิดผนึกที่เหมาะสม ป้องกันความชื้นอากาศได้ดี
 3. บรรจุภัณฑ์มีอายุการใช้งานนาน สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ภายในตลอดของสินค้า 1 ปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการใช้

กลุ่มขนมขบเคี้ยว (ผลไม้แผ่นอบกรอบ)

- ขนาดบรรจุ 80 กรัม เป็นปริมาณที่ผู้บริโภคไม่สามารถทานหมดได้ภายใน 1 ครั้ง
บรรจุภัณฑ์จึงควรทำหน้าที่ดังนี้
 1. รักษาคุณภาพสินค้า โดยใช้วัสดุที่ป้องกันการเข้าออกความชื้นอากาศได้เป็นเวลานาน
 2. มีลักษณะการปิดผนึกที่เหมาะสม ป้องกันความชื้นอากาศได้ดี
 3. บรรจุภัณฑ์มีอายุการใช้งานนาน สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ภายในตลอดของสินค้า 1 ปี

กลุ่มเครื่องดื่ม

- ขนาดบรรจุ 750 กรัม เป็นปริมาณที่ผู้บริโภคไม่สามารถทานหมดได้ภายใน 1 ครั้ง
บรรจุภัณฑ์จึงควรทำหน้าที่ดังนี้
 1. รักษาคุณภาพสินค้า โดยใช้วัสดุที่ป้องกันการเข้าออกความชื้นอากาศได้เป็นเวลานาน
 2. มีลักษณะการปิดผนึกที่เหมาะสม ป้องกันความชื้นอากาศได้ดี
 3. บรรจุภัณฑ์มีอายุการใช้งานนาน สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ภายในตลอดของสินค้า 1 ปี

กลุ่มเครื่องเทศ

- ขนาดบรรจุ 50 กรัม เป็นปริมาณที่ผู้บริโภคไม่สามารถทานหมดได้ภายใน 1 ครั้ง
บรรจุภัณฑ์จึงควรทำหน้าที่ดังนี้
 1. รักษาคุณภาพสินค้า โดยใช้วัสดุที่ป้องกันการเข้าออกความชื้นอากาศได้เป็นเวลานาน
 2. มีลักษณะการปิดผนึกที่เหมาะสม ป้องกันความชื้นอากาศได้ดี
 3. บรรจุภัณฑ์มีอายุการใช้งานนาน สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ภายในตลอดของสินค้า 1 ปี

กลุ่มอาหารเด็ก (อาหารพร้อมซองสำหรับเด็กอ่อน)

- ขนาดบรรจุ 40 กรัม เป็นปริมาณที่ผู้บริโภคสามารถทานหมดได้ภายใน 1 ครั้ง
บรรจุภัณฑ์จึงควรทำหน้าที่ดังนี้
 1. รักษาคุณภาพสินค้า โดยใช้วัสดุที่ป้องกันการเข้าออกความชื้นอากาศได้เป็นเวลานาน
 2. มีลักษณะการปิดผนึกที่เหมาะสม ป้องกันความชื้นอากาศได้ดี

3. บรรจุภัณฑ์มีอายุการใช้งานนาน สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ภายในตลอดของสินค้า 1 ปี

กลุ่มอาหารเด็ก (แผ่นธัญญาหารอบกรอบพร้อมนมข้าวยาคุสำหรับเด็ก)

- ขนาดบรรจุ 140 กรัม เป็นปริมาณที่ผู้บริโภคสามารถทานหมดได้ภายใน 1 ครั้ง บรรจุภัณฑ์จึงควรทำหน้าที่ดังนี้
 1. รักษาคุณภาพสินค้า โดยใช้วัสดุที่ป้องกันการเข้าออกความชื้นอากาศได้เป็นเวลานาน
 2. มีลักษณะการปิดผนึกที่เหมาะสม ป้องกันความชื้นอากาศได้ดี
 3. บรรจุภัณฑ์มีอายุการใช้งานนาน สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ภายในตลอดของสินค้า 1 ปี
- ขนาดบรรจุ 25 กรัม เป็นปริมาณที่ผู้บริโภคสามารถทานหมดได้ภายใน 1 ครั้ง บรรจุภัณฑ์จึงควรทำหน้าที่ดังนี้
 1. รักษาคุณภาพสินค้า โดยใช้วัสดุที่ป้องกันการเข้าออกความชื้นอากาศได้เป็นเวลานาน
 2. มีลักษณะการปิดผนึกที่เหมาะสม ป้องกันความชื้นอากาศได้ดี
 3. บรรจุภัณฑ์มีอายุการใช้งานนาน สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ภายในตลอดของสินค้า 1 ปี

2.4 ข้อมูลด้านการตลาด

2.4.1 ขนาดตลาด ส่วนแบ่งตลาด และแนวโน้มตลาด

ชี้นำแนวโน้มการดูแลสุขภาพยังไปได้สวย ยอดขายเครื่องดื่มสุขภาพพุ่ง "ซองเตอร์" เผยเตรียมเปิดตัวตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ พร้อมเพิ่มสินค้าเอาใจวัยรุ่น

นางสุวรรณา จิวฉิมไพบูลย์ กรรมการผู้จัดการ บริษัทซองเตอร์ไทยออร์แกนิกฟู้ดส์ จำกัด ผู้ผลิตเครื่องดื่มสุขภาพภายใต้ชื่อสินค้า "ซองเตอร์" เปิดเผยว่า ความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากธรรมชาติ หรือออร์แกนิก ยังได้รับความนิยมจากผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง ทำให้ยอดขายของบริษัทเติบโตเป็นเท่าตัว

นอกจากนี้ยังมีบริษัทต้องการเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทจำนวนมาก เช่นผู้ประกอบการสปาในประเทศและต่างประเทศ เครื่องสำอางค์ หรือแม้แต่บริษัทขายตรงอย่างยูสตาร์ที่ต้องการเพิ่มสินค้าในกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อเป็นทางเลือกให้กับตัวแทนขายมากขึ้น อย่างไรก็ตาม บริษัทยังไม่ได้สรุปเป็นทางการที่จะให้บริษัทใดเป็นตัวแทนจำหน่าย เพราะอยู่ในระหว่างการกำหนดราคาขายปลีก

นางสุวรรณา กล่าวต่อไปว่า เพื่อเพิ่มความหลากหลายของสินค้านั้น ขณะนี้บริษัทอยู่ในระหว่างการพัฒนาออร์แกนิกเพื่อควบคุมน้ำหนักที่เน้นกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่น หรือคนรุ่นใหม่ใส่ใจสุขภาพ โดยผลิตจากผักที่มีใยและไฟเบอร์สูง นอกจากนี้จะมีผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับเด็ก ซึ่งเป็นนวัตกรรมใหม่ประกอบด้วย ข้าวกล้องขาว ผัก และกล้วย

เมืองไทยปลูกออร์แกนิกที่มีคุณค่าทางด้านโภชนาการมากมาย แต่ครั้งหนึ่งไปมองเครื่องดื่มหรืออาหารที่ทำจากออร์แกนิกซึ่งวางขายเกลื่อนกลาดในตลาดแถมขายดิบขายดีในขณะนี้ กลับกลายเป็นยี่ห้อของต่างประเทศเกือบทั้งสิ้น และตัวอย่างที่ว่านี้ก็น่าจะเป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ทำให้เราเสียดุลการค้าต่างประเทศในแต่ละปีมีมูลค่ามหาศาล

คุณบรรจง และคุณสุวรรณา จิวฉิมไพบูลย์ เป็นหนึ่งในกลุ่มคนไทยที่เห็นถึงช่องว่างดังกล่าว จึงพยายามศึกษาค้นคว้าถึงเทคโนโลยีการผลิตและด้านสูตรอาหารประเภทดังกล่าวอยู่เกือบ 2 ปีเต็มๆ จนเป็นที่มาของผลิตภัณฑ์ชื่อ ซองเตอร์ จุดเด่นของซองเตอร์คือออร์แกนิกที่ปลูกในเมืองไทยและไร้สารพิษ เช่น ข้าวหอมนิล ข้าวกล้องหอม มะลิ เม็ดบัว ลูกเดือย ถั่วเหลือง ถั่วเขียว ข้าวฟ่าง งาขาว งาดำ มาผสมกับสมุนไพรดอกคำฝอย เพื่อช่วยลดคอเลสเตอรอลและไบโอดีเพื่อช่วยเพิ่มกลิ่นหอมและบำรุงหัวใจ

ส่วนน้ำตาลที่นำมาผสมก็เป็นน้ำตาลอ้อยจากธรรมชาติ ที่ไม่ผ่านการฟอกสี ทำให้ได้คุณค่าทางด้านอาหารครบถ้วน แถมมีรูปแบบและรสชาติให้เลือกหลากหลาย เช่น ออร์แกนิกชงดื่ม โดยสามารถนำไปชงกับน้ำร้อนขนาดถ้วยกาแฟ 1 ซองต่อ 1 ถ้วย แล้วดื่มได้ทันที มี 4 รส คือ รสวานิลลา รสโกโก้ ที่หวานจากน้ำตาลอ้อยธรรมชาติ รสหวานปรุงสำเร็จ สำหรับคนที่ชอบหวานน้อยและรสจืดปรุงสำเร็จสำหรับผู้ที่กำลังควบคุมน้ำหนัก ผู้ที่ป่วยเป็นโรคเบาหวาน

นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์ประเภทโจ๊กข้าวกล้องหอมมะลิแดงผสมสาหร่าย ที่แทนน้ำร้อน เสิร์จก็รับประทานได้ทันที งาหอมผสมสาหร่าย งาดำคั่วบด สำหรับผู้ที่รักสุขภาพนำมาโรยข้าว

เพื่อเพิ่มแคลเซียมและเพิ่มคุณค่าทางอาหารในแต่ละมื้อ โดยผลิตภัณฑ์ดังกล่าวบรรจุในซอง น้ำหนัก 150 กรัม จำหน่ายราคาเพียง 20-25 บาทเท่านั้น

คุณสุวรรณ กล่าวว่า การผลิตอาหารธัญพืชสำเร็จรูป ได้รับการช่วยเหลือสนับสนุนจาก นักวิชาการด้านโภชนาการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิชาการเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร (ว.ก.ส.) รวมถึงเกษตรกรเครือข่ายกสิกรรมไร้สารพิษในเครือสันติอโศกที่ผลิต วัตถุประสงค์ไร้สารพิษมาให้ผู้บริโภคทุกคน ฉะนั้นอยากให้คนไทยหันมาช่วยสนับสนุนสินค้าไทย เพราะประโยชน์ที่ได้ชัดเจนคือ ช่วยเพิ่มมูลค่าของสินค้าเกษตรเมื่อมีการนำมาแปรรูป พลิกฟื้น แนวคิดวิถีไทยให้เกษตรกรหันมาใช้เกษตรอินทรีย์ ด้วยการสนับสนุนการรับซื้อผลผลิตที่ไร้ สารพิษจากเกษตรกร ส่งเสริมมาตรฐานสินค้าไทย อุดรยรรว้ไหลเงินตราต่างประเทศ และที่สำคัญคนไทยมีสุขภาพที่ดี

เรื่องรสชาติและมาตรฐานการผลิต เรามั่นใจว่าของเราไม่แพ้ต่างประเทศและอาจเด่นกว่า มีประโยชน์มากกว่าด้วยซ้ำ ในแง่ที่ว่ามีสมุนไพรไทยเข้ามาเป็นส่วนผสม และอนาคตของเจอรี้ จะนำพืชผักปลอดสารพิษอื่นๆ เข้ามาเสริมอีก เช่น พักทอง มะละกอ มะเขือเทศ เพื่อเพิ่ม ทางเลือกและรสชาติที่หลากหลายแก่ผู้บริโภคในทุกๆ วัย

การเลือกบริโภคสินค้าประเภทอาหารเสริม หากเราไม่ยึดติดกับโฆษณา อาหารเสริม อย่างซองเจอรี้ก็น่าจะเป็นทางเลือกที่น่าสนใจและน่าสนับสนุนเป็นอย่างยิ่ง โดยสามารถเลือกซื้อ สินค้าดังกล่าวได้ที่ตัวแทนจำหน่าย เช่น ร้านเลมอนฟาร์มทุกสาขา วาสเทพอาศรม ตึกกรมการ แพทย์กระทรวงสาธารณสุข ร้านค้าในเครือสันติอโศก

2.4.2 ลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์

การจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์จะเป็นการจัดแบบตั้งบูท เพราะความหลากหลายของ ผลิตภัณฑ์มีน้อย และมีการจำหน่ายที่ซูเปอร์มาร์เก็ตตามห้างสรรพสินค้าทั่วไป

นอกจากนี้ในบางกรณี เช่น การแยกจำหน่ายขายสินค้าไม่ครบทุกสินค้า แต่ลักษณะ เอกลักษณะร่วมจะทำให้เกิดการจดจำของสินค้า และทำให้รู้ว่าเป็นสินค้าของโครงการที่มีความ น่าเชื่อถือ

2.4.3 สถานที่ และลักษณะการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

อาหารซีเรียสนี้เป็นอาหารที่มีตลาดจำหน่ายส่วนใหญ่อยู่ในกรุงเทพมหานคร เนื่องจาก ลักษณะของอาหารเหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคที่มีลักษณะการดำเนินชีวิตที่เร่งรีบ แข่งกับเวลา โดยเฉพาะโดยช่วงเวลาเช้า ซึ่งจะเป็นปัญหาของคนเมือง

ส่วนในพื้นที่ต่างจังหวัดยังคงมีขายเช่นกัน แต่มีอยู่ในปริมาณที่น้อย โดยสามารถซื้อได้ ตามห้างสรรพสินค้าในเมืองใหญ่ๆ เท่านั้น

2.4.4 วิเคราะห์ และสรุปผลข้อมูลทางการตลาดที่มีผลต่อการออกแบบ

จากข้อมูลทั้งหมด จึงสามารถสรุปผลออกมาเพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดและเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการออกแบบดังนี้คือ

SWOT ANALYSIS

Strength

1. เป็นอาหารที่ให้ประโยชน์กับร่างกาย
2. วัตถุดิบได้นำมาแปรรูปมีการคัดสรรเป็นอย่างดี ตั้งแต่ต้นกระบวนการจนจบกระบวนการ ทำให้เกิดความมั่นใจแก่ผู้บริโภค
3. เหมาะกับการรับประทานเป็นอาหารเช้า หรือ มื้อต่างๆ ที่ต้องมีการรีบเร่ง เพราะสะดวกรับประทาน ไม่ต้องเสียเวลาในการประกอบอาหารเป็นเวลานาน
4. มีราคาที่ดีกว่าเพราะมีการใช้วัตถุดิบที่อยู่ในประเทศ และคู่แข่งส่วนใหญ่เป็นของต่างประเทศ
5. อาหารเป็นอาหารที่ปลอดสารพิษ 100 % ไม่ใส่ผงชูรส

Weakness

1. สินค้าประเภทนี้ยังเป็นตลาดที่เล็กเมื่อเทียบกับตลาดอาหารประเภทอื่นๆ
2. บริษัทของเตอร์ ไทย ออร์แกนิก ฟู้ด จำกัด ยังเป็นบริษัทที่เล็ก ยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง

Opportunity

1. แนวโน้มตลาดทางอาหารเพื่อสุขภาพมีแนวโน้มที่จะเติบโต เนื่องจากคนสนใจและดูแลสุขภาพตัวเองกันมากขึ้น จึงมีความต้องการอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย
2. คนไทยมีวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไปมีการแข่งขันกันสูง ต้องรีบเร่งในการไปเรียน ไปทำงาน จึงไม่ค่อยมีเวลาไปประกอบอาหารมากนัก จึงต้องหาอาหารที่ใช้เวลาในการประกอบที่รวดเร็วสะดวก และให้ประโยชน์ต่อร่างกาย
3. มีการสนับสนุนในภาครัฐบาล ธุรกิจ (SME) (OTOP) จึงมีโอกาสนักสะสมพันธมิตรได้ง่าย และมีโอกาสในการทำตลาด
4. ชื่อเสียงของธัญพืชไทยที่มีชื่อเสียงมานาน

Threat

1. มีผู้ประกอบการหลากหลายที่มีจุดเด่นเป็น ธรรมชาติ
2. คนยังมีความเชื่อว่าอาหารที่ได้รับการปรุงเสร็จใหม่มีคุณประโยชน์มากกว่า อาหารที่เป็นอาหารสำเร็จรูปพร้อมชง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการใช้

Strategic Direction

เนื่องจากตลาด Cereal สามารถรองรับพฤติกรรมของผู้บริโภคคนไทยในสังคมที่มีการเร่งรีบและมีการแข่งขันกันตลอดเวลา ดังนั้น Cereal จึงต้องมี ความสะดวก รวดเร็ว ในการรับประทาน และสามารถรับประทานสะดวกในการเดินทาง และยังให้คุณค่าทางโภชนาการได้อย่างครบถ้วน และในตลาดคู่แข่งส่วนใหญ่จะเป็นของต่างประเทศ ดังนั้นผลิตภัณฑ์ในโครงการจึงต้องนำจุดเด่นที่เป็นวิถีชีวิตไทยออกมาเป็นจุดเด่น จากคู่แข่งในท้องตลาดที่มีอยู่มากมายในท้องตลาด

Marketing Strategy

กลยุทธ์ที่เหมาะสมในการนำมาใช้คือ การเจาะไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยตรง ซึ่งได้แก่ กลุ่มคนอายุ 25 – 40 ปี และกลุ่มอายุ 6 – 12 ปี เป็นกลุ่มที่มีการรีบเร่งในการบริโภค และต้องการความสะดวกในการรับประทานอย่าง เช่น การรับประทานในรถที่ต้องอาศัยความสะดวกในการรับประทาน

Marketing Mix Strategies

Product เป็นอาหารที่ใช้วัตถุดิบที่มีคุณค่าทางโภชนาการ และเป็นวัตถุดิบของคนไทย ซึ่งมีชื่อเสียง และมีผลไม้ที่เป็นของคนไทย โดยจะมีความแตกต่าง จากผลิตภัณฑ์ของต่างประเทศ

Price จัดจำหน่ายในราคาที่ถูกกว่าของต่างประเทศ เพราะใช้วัตถุดิบที่มาจากในประเทศไทย

Place จำหน่ายตามร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น Big C, Food Land, Lemon Farm, The Mall, Golden Place ตาม โรงพยาบาล คลินิก และในแหล่งสุขภาพ เช่น สปา สถานนวดเพื่อสุขภาพ

Promotion ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความแตกต่างจาก Brand อื่น โดยบรรจุภัณฑ์นี้สามารถนำมาพับเพื่อเสริมสร้างพัฒนาการของเด็กได้ และพับเพื่อเสริมสร้างจินตนาการของเด็ก ซึ่งจะเป็นการโฆษณาตัวสินค้าได้ด้วย จัดรายการส่งเสริมการขาย และประชาสัมพันธ์พร้อมมีการจัดบูทให้ลองชิมรสชาติ

2.5 ข้อมูลด้านคู่แข่ง

2.5.1 ข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่งในท้องตลาด

ผลิตภัณฑ์คู่แข่งที่จำหน่ายอยู่ในตลาดมีทั้ง เป็นสินค้าที่ผลิตในประเทศ และต่างประเทศโดยล้วนมีการผลิตแบบ mass product และนำออกจำหน่ายตามซูเปอร์มาร์เก็ตต่างๆสามารถจำหน่ายได้ดังนี้

กลุ่มเครื่องดื่มสำเร็จรูปพร้อมชง



เนสวีต้า

จุดขาย	เตรียมสะดวก เหมาะสำหรับเป็นอาหารเช้าหรือเป็นเครื่องดื่มได้ตลอดเวลาให้คุณค่าทางคาร์โบไฮเดรตจากธัญพืช และโปรตีนจากนมผงขาดมันเนยที่มีไขมันต่ำ
สถานที่จำหน่าย	ซูเปอร์มาร์เก็ต, คอนวีนีเอนสโตร์, ร้านสะดวกซื้อ
ลักษณะกราฟฟิก	<u>โลโก้</u> มีการนำรูปภาพฟิกของรวงข้าวมาตัดทอน เป็นส่วนหนึ่งของโลโก้ เนสวีต้า และใช้สีเหลือง <u>ภาพประกอบ</u> ใช้ภาพถ่ายของผลิตภัณฑ์ที่ชงแล้วอยู่ในแก้วมาสื่อ และมีการใช้รูปของรวงข้าว และข้าวโพดมาสื่อว่าเป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ มีการใช้คำสื่อว่ามีแร่ธาตุต่างๆมากมายอยู่ภายใน <u>โทนสี</u> เน้นสีเขียวเป็นหลักเพื่อนำมาเป็นธรรมชาติ



มอลนิโกลด์

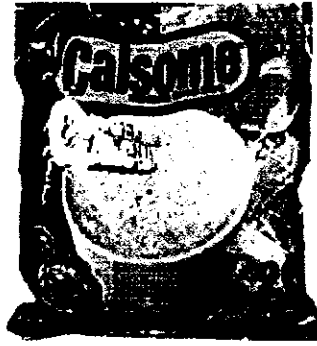
จุดขาย	เป็นแหล่งรวมธัญพืชหลากหลายชนิด เตรียมสะดวก สามารถละลายได้ทันที มี รสวานิลลา และรสโกโก้
สถานที่จำหน่าย	ซูเปอร์มาร์เก็ต
ลักษณะกราฟฟิก	โลโก้ ตัวอักษรสีทอง และตัดโค้ง ภาพประกอบ ใช้ภาพถ่ายของผลิตภัณฑ์ที่ซิงแล้วอยู่ในแก้วมาส์อ และมีการใช้รูปของรวงข้าว ข้าวโพดและวัตถุดิบที่เป็นส่วนประกอบมาส์อ มีการนำรูปอาหารว่างมาส์อว่าสามารถรับประทานกับเครื่องดื่มนี้ได้ โทนสี มีการใช้สีทองมาส์อที่ตัวโลโก้เพื่อแสดงให้เห็นถึงความมีคุณค่า และจำแนกสีเพื่อบ่งบอกรสชาติ



ซูเปอร์โปร

จุดขาย	ได้รางวัลเหรียญทองจากเทศกาลอาหารที่ประเทศไต้หวัน ละลายง่ายสะดวกมีคุณค่าที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย
สถานที่จำหน่าย	ซูเปอร์มาร์เก็ต
ลักษณะกราฟฟิก	โลโก้ เป็นตัวอักษรว่า ซูเปอร์อยู่ตรงกลางบนของซอง และภาพรวมเป็นวงรีมีรูปรวงข้าว ล้อมรอบสีเขียว และตัวอักษรสีแดง ภาพประกอบ ใช้ภาพถ่ายของผลิตภัณฑ์ที่ซิงแล้วอยู่ในแก้วมาส์อถึงผลิตภัณฑ์ และมีการใช้รูปของรวงข้าวมาเป็น Background และข้าวโพดมาส์อว่าเป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ โดยจะมีการเน้นรูปวัตถุดิบเป็นสำคัญ โทนสี ใช้สีที่แตกต่างกันเพื่อบ่งบอกรสชาติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้า ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า



แคลซัม

จุดขาย	เน้นแคลเซียมสูง รับประทานแล้วทำให้ร่างกายแข็งแรง มีประโยชน์ต่อร่างกาย
สถานที่จำหน่าย	ซูเปอร์มาร์เก็ต
ลักษณะกราฟฟิก	<u>โลโก้</u> ตัวอักษรสีน้ำเงินเข้มบนพื้นสีส้ม อยู่ในกรอบเส้นหนาสีน้ำเงิน <u>ภาพประกอบ</u> ใช้ภาพถ่ายของผลิตภัณฑ์ที่ขงแล้วอยู่ในแก้วมาสื่อ และมีการใช้รูปของ ผู้ชายที่มีความแข็งแรงมาสื่อถึงว่าเมื่อกินแล้วมีพลังและมีแคลเซียมสูง ได้มีการนำรูปวัตถุ ดิบที่เป็นส่วนประกอบมาสื่อได้แก่ รวงข้าว ข้าวโพด <u>โทนสี</u> มีการใช้สีเขียวมาเป็นเอกลักษณ์โดยใช้เนื้อที่ครึ่งหนึ่งของบรรจุภัณฑ์



เนสวีต้า (ไวทมอลต์)

จุดขาย	ไม่มีโคเลสเตอรอล มอลต์สกัดผสมธัญพืช มีแคลเซียม และวิตามินสูง รักษารูปร่างให้ดูดี อยู่เสมอ
สถานที่จำหน่าย	ซูเปอร์มาร์เก็ต, คอนวีเนียนสโตร์, ร้านสะดวกซื้อ
ลักษณะกราฟฟิก	<u>โลโก้</u> มีการนำรูปกราฟฟิกของรวงข้าวมาตัดทอน เป็นส่วนหนึ่งของโลโก้ เนสวีต้า และใช้สีเหลือง บนพื้นสีเขียว และมีการใช้คำของผลิตภัณฑ์ ไวทมอลต์ มาให้เด่นกว่า เนสวีต้า <u>ภาพประกอบ</u> ใช้ภาพของกลุ่มเป้าหมายมาสื่อบ่งบอกว่าเหมาะสมกับผู้หญิง และมีรูปของ วัตถุดิบที่เป็นส่วนประกอบพุ่งเข้าไปในตัว แสดงถึงส่วนประกอบที่อยู่ภายใน <u>โทนสี</u> ใช้สีชมพูอ่อนเพื่อแสดงถึงกลุ่มเป้าหมาย และสื่อถึงความเบาสบาย

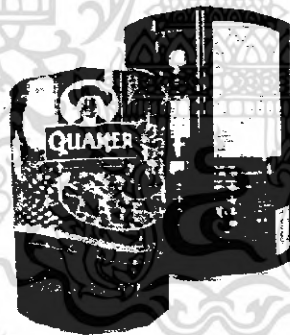
เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์การใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการใช้



อินน่า

จุดขาย	เป็นแหล่งรวมฉัญพืชหลากหลายชนิด เตรียมสะดวก สามารถละลายได้ทันที มีคุณค่าทางโภชนาการ
สถานที่จำหน่าย	ซูเปอร์มาร์เก็ต
ลักษณะกราฟฟิก	<u>โลโก้</u> ตัวอักษรสีขาวบนพื้นแดง ตราออกรูปแบบวงรี <u>ภาพประกอบ</u> ใช้ภาพถ่ายของผลิตภัณฑ์ที่ซงแล้วอยู่ในแก้วมาสื่อโดยมีรูปผลิตภัณฑ์ทดลองไปในถ้วย และมีการใช้รูปของรวงข้าว ข้าวโพดและวัตถุดิบที่เป็นส่วนประกอบมาสื่อ <u>โทนสี</u> จำแนกสีเพื่อบ่งบอกรสชาติ มีการใช้สีที่หลากหลายดูเข้มและสะดุดตา



ควอกเกอร์

จุดขาย	ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าอาหารจากธรรมชาติ ได้สัมผัสความอร่อยของข้าวโอ๊ตแบบดั้งเดิม ใช้เวลาไม่นานในการปรุง ไม่มีโคเรสเตอรอล
สถานที่จำหน่าย	ซูเปอร์มาร์เก็ต
ลักษณะกราฟฟิก	<u>โลโก้</u> รูปหน้าคนใส่หมวก อยู่บนตัวอักษรควอกเกอร์ที่มีสีขาวและอยู่บนพื้นสีน้ำเงิน <u>ภาพประกอบ</u> ใช้ภาพถ่ายของผลิตภัณฑ์ที่ซงแล้วอยู่ในชามมาสื่อถึงผลิตภัณฑ์ และมีการนำใช้ช้อนมาตักแสดงให้เห็นถึงความน่าตักกิน และมีรูปข้าวโอ๊ตมาเป็น Background <u>โทนสี</u> ใช้โทนสีน้ำเงินเป็นหลัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการ81ไปใช้



โอวัลติน

<p>จุดขาย</p>	<p>มอลต์สกัดผสมนม มีแคลเซียม และได้รับประโยชน์จากนมพ่องมันเนย สามารถรับประทานเป็นอาหารเข้าได้ สะดวกในการเตรียม</p>
<p>สถานที่จำหน่าย</p>	<p>ซูเปอร์มาร์เก็ต</p>
<p>ลักษณะกราฟฟิก</p>	<p><u>โลโก้</u> ตัวอักษรสีน้ำเงินเข้มอยู่บนพื้นสีเหลืองอ่อน <u>ภาพประกอบ</u> ใช้ภาพถ่ายของผลิตภัณฑ์ที่ซบแล้วอยู่ในแก้วมาส์ และมีการใช้รูปของรวงข้าว และ มีการนำรูปกลุ่มเป้าหมายมาสื่อในตำแหน่งหลังกล่อง <u>โทนสี</u> มีการใช้สีเหลืองมาสื่อ แสดงถึงสีของผลิตภัณฑ์ที่ปรุงเสร็จแล้วซึ่งดูน่ารับประทาน และยังมีสีของโอวัลตินเข้ามาด้วยอยู่ตรงกลางของบรรจุภัณฑ์</p>



โกลโรซท

<p>จุดขาย</p>	<p>แกมรสใหม่ให้ชิมฟรี 2 ซอง รสชาติเข้มข้น ให้คุณค่าต่างๆมากมายต่อร่างกาย</p>
<p>สถานที่จำหน่าย</p>	<p>ซูเปอร์มาร์เก็ต</p>
<p>ลักษณะกราฟฟิก</p>	<p><u>โลโก้</u> เป็นตัวอักษร GOLDROAST สีทองบนพื้นสีน้ำตาลเข้ม <u>ภาพประกอบ</u> ใช้ภาพถ่ายของผลิตภัณฑ์ที่ซบแล้วอยู่ในแก้วมาส์ถึงผลิตภัณฑ์ และมีการใช้รูปของวัตถุดิบที่เป็นส่วนประกอบมาสื่อถึงคุณค่าจากธรรมชาติ <u>โทนสี</u> ใช้สีทองและสีน้ำตาลเข้มมาเป็นเอกลักษณ์ แสดงถึงความมีคุณค่า</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการใช้

กลุ่มอาหารเข้า (ครอบครัว)



แฟมิเลีย

<p>จุดขาย</p>	<p>ธัญพืชกรอบผสมลูกเกด และเฮเซลนัต ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ รับประทานได้ทันที สะดวกรวดเร็ว</p>
<p>สถานที่จำหน่าย</p>	<p>ซูเปอร์มาร์เก็ต</p>
<p>ลักษณะกราฟฟิก</p>	<p><u>โลโก้</u> เป็นตัวอักษรสีขาวบนพื้นแดง และมีตัวอักษรแบ่งชนิด รสชาติ ของผลิตภัณฑ์ <u>ภาพประกอบ</u> ใช้ภาพถ่ายของผลิตภัณฑ์ที่ผสมกับนมอยู่ในชามมาสื่อ และมีการใช้รูปของผลไม้ที่เป็นส่วนประกอบโปรยลงมาใส่ชาม เพื่อให้แยกแยะรสชาติได้ชัดเจน เข้าใจง่าย <u>โทนสี</u> เน้นสีส้มสดใสและใช้สีแบ่งชนิดของผลิตภัณฑ์</p>



แฟมิเลีย

<p>จุดขาย</p>	<p>ธัญพืชกรอบผสมผลไม้และถั่ว หลากชนิด มีคุณค่าต่อร่างกาย</p>
<p>สถานที่จำหน่าย</p>	<p>ซูเปอร์มาร์เก็ต</p>
<p>ลักษณะกราฟฟิก</p>	<p><u>โลโก้</u> เป็นตัวอักษรสีขาวบนพื้นแดง และมีตัวอักษรแบ่งชนิด รสชาติ ของผลิตภัณฑ์ <u>ภาพประกอบ</u> ใช้ภาพถ่ายของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ข้างในมาสื่อให้เห็นตัวสินค้า โดยเทลงไป ในชาม และใช้รูปส่วนประกอบจากธรรมชาติมาสื่อ ได้แก่ รวงข้าว ผลไม้ต่างๆ <u>โทนสี</u> ใช้โทนสีแดงเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งสีแดงก็เป็นสีเดียวกับโลโก้</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการใช้



แฮชนี้

จุดขาย	มีส่วนผสมที่มาจากผลไม้ที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย
สถานที่จำหน่าย	ซูเปอร์มาร์เก็ต
ลักษณะกราฟฟิก	<u>โลโก้</u> ตัวอักษรสีแดงบนพื้นสีเหลือง และมีการเน้นว่าเป็นมูสลี่ใช้ตัวอักษรภาษาไทยในภาพประกอบ ใช้ภาพถ่ายของผลิตภัณฑ์ที่ที่อยู่ในชามมาสื่อ และมีรูปช้อนตักสื่อว่าน่ารับประทานและมีรูปผลไม้ที่เป็นส่วนประกอบมาสื่อ <u>โทนสี</u> มีการใช้สีเหลืองซึ่งเน้นความเป็นธรรมชาติ



แฮชนี้

จุดขาย	ไม่มีโคเลสเตอรอล แหล่งรวมธาตุพืช หลากหลายชนิดมีแคลเซียม และวิตามินสูง เหมาะกับการรับประทานกับนม จะให้คุณค่ามากมายต่อร่างกาย
สถานที่จำหน่าย	ซูเปอร์มาร์เก็ต
ลักษณะกราฟฟิก	<u>โลโก้</u> ตัวอักษรสีแดงบนพื้นสีเหลือง และมีการเน้นว่าเป็นมูสลี่ใช้ตัวอักษรภาษาไทยในสีเหลืองบนพื้นสีน้ำเงิน <u>ภาพประกอบ</u> มีการนำรูปตัวผลิตภัณฑ์มาใส่ลงบนจานแสดงให้เห็นตัวสินค้าภายใน และมีรูปรวงข้าว และรูปส่วนประกอบหลักของผลิตภัณฑ์ <u>โทนสี</u> ใช้สีเหลืองอ่อนเพื่อแสดงความเป็นธรรมชาติที่ได้มาจากธรรมชาติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เคลลี่อก

<p>จุดขาย</p>	<p>ธัญพืชอบกรอบผสมผลไม้หลากชนิด ให้วิตามินสูง และเป็นแหล่งรวมแร่ธาตุที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย สามารถเป็นอาหารเช้าที่สะดวก รับประทานได้ง่าย</p>
<p>สถานที่จำหน่าย</p>	<p>ซูเปอร์มาร์เก็ต</p>
<p>ลักษณะกราฟฟิก</p>	<p><u>โลโก้</u> ตัวอักษรสีแดงรูปแบบอักษรเป็นภาษาเขียน และมีภาษาจีนใช้ตัวอักษรสีทอง แสดงถึงความมีคุณค่า</p> <p><u>ภาพประกอบ</u> ใช้ภาพซ้อนที่มีสีน้ำตาลอยู่บนชั้นมาสื่อให้เห็นตัวสินค้าภายใน และมีภาพผลไม้ที่เป็นส่วนประกอบมาสื่อให้เห็นภาพได้โดยเร็ว</p> <p><u>โทนสี</u> มีการใช้โทนสีเขียวมาเป็นเอกลักษณ์สื่อถึงความเป็นธรรมชาติ</p>



เคลลี่อก

<p>จุดขาย</p>	<p>ผสมงุ่นอบแห้งและรำข้าวที่ผ่านการคัดสรรมาเป็นอย่างดี มีประโยชน์และให้คุณค่าต่อร่างกาย</p>
<p>สถานที่จำหน่าย</p>	<p>ซูเปอร์มาร์เก็ต</p>
<p>ลักษณะกราฟฟิก</p>	<p><u>โลโก้</u> ตัวอักษรสีแดงรูปแบบอักษรเป็นภาษาเขียน และมีตัวอักษรตัวที่เน้นคำว่า RAISIN BRAN ซึ่งแสดงถึงส่วนประกอบหลักอย่างชัดเจนว่ามาจากอะไร</p> <p><u>ภาพประกอบ</u> ใช้ภาพถ่ายของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในชามที่มีสีน้ำตาลและแสดงถึงความสนุกสนานน่ารับประทาน</p> <p><u>โทนสี</u> ใช้สีม่วงเป็นส่วนใหญ่เพื่อบ่งบอกส่วนประกอบหลักว่ามาจากงุ่นอบแห้ง</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ไวตามิน

จุดขาย	เป็นแหล่งรวมวิตามินจากผักผลไม้ ให้วิตามินที่จำเป็นต่อร่างกายหลายชนิด
สถานที่จำหน่าย	ซูเปอร์มาร์เก็ต
ลักษณะกราฟฟิก	<p><u>โลโก้</u> ตัวอักษรสีขาว รูปแบบอักษรเป็นแบบตัวเขียน</p> <p><u>ภาพประกอบ</u> ใช้ภาพถ่ายของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในชามและรวมอยู่กับสลัด สื่อว่ามีความเหมาะสมมากเมื่อเวลารับประทานกับสลัด</p> <p><u>โทนสี</u> ใช้สีเหลืองเป็นเอกลักษณ์</p>



อัลเฟน

จุดขาย	เป็นอาหารธรรมชาติ ที่ทำจากดาร์มาโบราณ โดยนำส่วนผสมที่ดีที่สุดมาอบแห้ง โดยใช้วิธีแปรรูปจากธรรมชาติเพื่อให้ได้สารอาหารมากที่สุด
สถานที่จำหน่าย	ซูเปอร์มาร์เก็ต
ลักษณะกราฟฟิก	<p><u>โลโก้</u> เป็นตัวอักษรสีขาว ตัว A ลากหางยาวไปโอบส่วนประกอบต่างๆ</p> <p><u>ภาพประกอบ</u> ใช้ภาพถ่ายของผลิตภัณฑ์พุ่งเข้ามาจากทางด้านขวาเพื่อเป็นจุดสนใจ และใช้รูปส่วนประกอบหลักเข้ามาช่วยให้คนซื้อเข้าใจเร็วขึ้น</p> <p><u>โทนสี</u> ใช้โทนสีม่วงเป็นหลักซึ่งแสดงถึง สีของผลไม้ที่เป็นส่วนประกอบ</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เนเจอร์วัลเลาะห์

จุดขาย	ธัญพืชแห้งรสอบร่าย ที่สามารถเป็นอาหารเข้ารับประทานได้โดยทันที สะดวกไม่ต้องหาภาชนะใส่ กรอบ หอม อร่อย
สถานที่จำหน่าย	ซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ
ลักษณะกราฟฟิก	<u>โลโก้</u> เป็นตัวอักษรขนาดใหญ่สีม่วงในพื้นสีเหลือง <u>ภาพประกอบ</u> ใช้ภาพผลิตภัณฑ์เข้ามาสื่อให้ดูน่ารับประทาน <u>โทนสี</u> ใช้สีเป็นตัวแบ่งรสชาติ



นิวทรี

จุดขาย	ธัญพืชแห้งผสมโสม ไม่มีโคเลสเตอรอลเป็นอาหารเข้ารับประทานได้โดยทันที สะดวกไม่ต้องหาภาชนะใส่ กรอบ หอม อร่อย
สถานที่จำหน่าย	ซูเปอร์มาร์เก็ต, โทเด้นเพลส
ลักษณะกราฟฟิก	<u>โลโก้</u> มีคำว่า นิวทรีเป็นอักษรตัวเขียนสีน้ำเงิน <u>ภาพประกอบ</u> ใช้ภาพผลิตภัณฑ์เข้ามาสื่อ และมีการใช้ภาพรวงข้าวมาเป็น Background <u>โทนสี</u> ใช้โทนสีเหลืองเป็นเอกลักษณ์ เป็นสีหลักและก็มีแถบสีบอกที่ต่างกันเพื่อบอกรสชาติ



ฟรุต บิก บาร์

จุดขาย	ธัญพืชแห้ง เคลือบโยเกิร์ต รสผลไม้เป็นอาหารเข้าที่สามารถรับประทานได้โดยไม่ต้อง หามาชนะมาใส่
สถานที่จำหน่าย	ซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ, เลมอน ฟาร์ม
ลักษณะกราฟฟิก	<u>โลโก้</u> เป็นตัวอักษรสีขาวบนพื้นสีที่ต่างกัน <u>ภาพประกอบ</u> ใช้ภาพส่วนประกอบหลักที่เป็นลายเส้นเข้ามาแบ่งแยกชนิดของผลิตภัณฑ์ <u>โทนสี</u> ใช้สีเป็นตัวแบ่งชนิดและรสชาติ

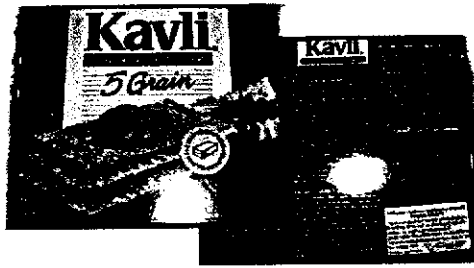


นิวทรี เกรน

จุดขาย	ธัญพืชแห้ง สดใสผลไม้ มีความแปลกไม่ซ้ำใคร สามารถรับประทานได้โดยได้รสชาติ ของผลไม้ที่อร่อยและสด
สถานที่จำหน่าย	ซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ
ลักษณะกราฟฟิก	<u>โลโก้</u> เป็นตัวอักษรขนาดใหญ่สีน้ำเงินบนพื้นขาว <u>ภาพประกอบ</u> ใช้ภาพของผลิตภัณฑ์มาสื่อให้เข้าใจและรับรู้ได้ง่าย และมีรูปผลไม้ที่เป็น ส่วนประกอบ <u>โทนสี</u> ใช้โทนสีขาวเป็นเอกลักษณ์

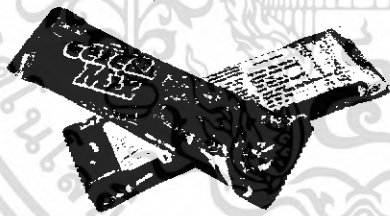
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



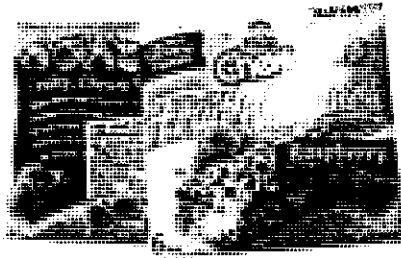
แคฟลี

<p>จุดขาย</p>	<p>รัฐพีชแห่งรวม เป็นแหล่งรวมไปด้วยรัฐพีชหลากหลายชนิด และมีคุณค่าทางโภชนาการสูง สามารถรับประทานกับผักและผลไม้ได้สะดวก</p>
<p>สถานที่จำหน่าย</p>	<p>ซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ</p>
<p>ลักษณะกราฟฟิก</p>	<p><u>โลโก้</u> เป็นตัวอักษรสีดำบนพื้นสีขาว <u>ภาพประกอบ</u> ใช้ภาพตัวผลิตภัณฑ์เป็นตัวสื่อให้เห็นสินค้าภายในและแสดงให้เห็นว่าสามารถรับประทานกับผลไม้โดยนำรูปผลไม้มาวางบนแท่งรัฐพีช <u>โทนสี</u> ใช้สีฟ้ามาเป็นเอกลักษณ์ และคาดด้วยสีขาวตรงกลาง</p>



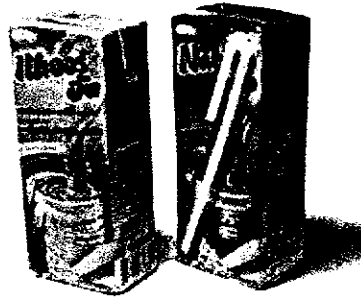
ฮอว์เมล

<p>จุดขาย</p>	<p>รัฐพีชแห่งรวม โรยด้วยถั่วที่มีโปรตีนสูง เป็นอาหารเช้าที่รับประทานได้เลยทันที</p>
<p>สถานที่จำหน่าย</p>	<p>ซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ</p>
<p>ลักษณะกราฟฟิก</p>	<p><u>โลโก้</u> เป็นตัวอักษรสีน้ำเงินมีเงาสีขาวเพื่อเน้น Brand <u>ภาพประกอบ</u> ใช้ภาพตัวผลิตภัณฑ์เป็นตัวสื่อให้เห็นสินค้าภายใน <u>โทนสี</u> ใช้โทนสีน้ำเงินเป็นเอกลักษณ์</p>



เคว๊กเกอรรี่

จุดขาย	เป็นแห่งรัฐที่ชอกรอบให้คุณค่าทางอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย
สถานที่จำหน่าย	ซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ
ลักษณะกราฟฟิค	โลโก้ เป็นตัวอักษรแบบตัวเขียนสีแดงบนพื้นสีเหลือง ภาพประกอบ ใช้ภาพตัวผลิตภัณฑ์เป็นตัวสื่อให้เห็นสินค้าภายใน และมีรูปผลไม้ที่เป็นส่วนประกอบ โทนสี เน้นสีขาวและมีการคาดด้วยสีเหลือง



เนเจอร์อ็อป

<p>จุดขาย</p>	<p>เครื่องดื่มธัญญาหารรสช็อกโกแลต และชาเขียว อุดมไปด้วยวิตามินและมีโปรตีนและใยอาหาร แคลเซียม</p>
<p>สถานที่จำหน่าย</p>	<p>ซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ, ร้านสะดวกซื้อ</p>
<p>ลักษณะกราฟฟิก</p>	<p><u>โลโก้</u> เป็นตัวอักษรขนาดใหญ่สีเขียว และมีรูปใบไม้เป็นส่วนประกอบด้วย <u>ภาพประกอบ</u> ใช้ภาพน้ำธัญพืชมาสื่อโดยมีการนำรูปส่วนประกอบเทลงมาในแก้ว <u>โทนสี</u> ใช้สีเป็นการแบ่งแยกชนิดของผลิตภัณฑ์</p>



เรียวโกะ

จุดขาย	ผสมปลาอบให้โปรตีน และวิตามินที่จำเป็นต่อร่างกาย สะดวกต่อการรับประทาน
สถานที่จำหน่าย	ซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ
ลักษณะกราฟฟิก	<u>โลโก้</u> เป็นตัวอักษรขนาดใหญ่สีเป็นตัวแทนของรสชาติ <u>ภาพประกอบ</u> ใช้ภาพการ์ตูนมาสื่อให้รู้สึกสนุกสนานน่ารับประทาน <u>โทนสี</u> ใช้สีขาวเป็นเอกลักษณ์ และมีกรอบสีเป็นตัวแทนของรสชาติ



กรีน เอ็กซ์

จุดขาย	งาหอมโรยข้าวอุดมไปด้วยสารอาหารต่างๆ มากมาย เช่น โปรตีน เหล็ก ไอโอดีน สังกะสี แคลเซียม
สถานที่จำหน่าย	ซูเปอร์มาร์เก็ต, โกดังเพรส
ลักษณะกราฟฟิก	<u>โลโก้</u> ใช้สีดํ <u>ภาพประกอบ</u> ใช้ตัวอักษรเป็นคำบรรยาย <u>โทนสี</u> ใช้โทนสีน้ำตาลเป็นเอกลักษณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

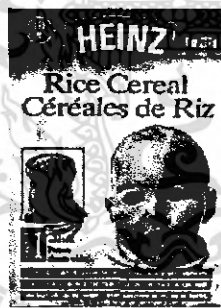
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มอาหารเสริมเด็ก



เนสเล่

<p>จุดขาย</p>	<p>เป็นอาหารเสริมสำหรับเด็ก สูตรข้าวกล้อง ให้คุณค่าทางโภชนาการสูง</p>
<p>สถานที่จำหน่าย</p>	<p>ซูเปอร์มาร์เก็ต</p>
<p>ลักษณะกราฟฟิก</p>	<p><u>โลโก้</u> เป็นตัวอักษรสีขาวบนพื้นสีน้ำเงิน <u>ภาพประกอบ</u> ใช้ภาพอาหารที่ปรุงเสร็จแล้วอยู่ในถ้วยนำมาโชว์ให้เห็นถึงความน่ารับประทาน และใช้ตัวการ์ตูนมาสื่อ และมีรูปข้าวกล้องบ่งบอกถึงส่วนประกอบหลัก <u>โทนสี</u> เน้นสีเหลืองเป็นเอกลักษณ์ สื่อถึงความเป็นธรรมชาติ</p>



ไฮนซ์

<p>จุดขาย</p>	<p>อาหารเสริมเป็นที่รู้จักกันดี ได้รับความไว้วางใจจากผู้บริโภค</p>
<p>สถานที่จำหน่าย</p>	<p>ซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ</p>
<p>ลักษณะกราฟฟิก</p>	<p><u>โลโก้</u> มีคำว่า HEINZ เป็นสีขาวอยู่บนพื้นสีน้ำเงิน <u>ภาพประกอบ</u> ใช้ภาพของกลุ่มเป้าหมายมาสื่อ และมีรูปวัตถุดิบมาเป็นส่วนประกอบ <u>โทนสี</u> ใช้โทนสีน้ำเงินเป็นเอกลักษณ์</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่วารณใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เกอร์เบอร์

<p>จุดขาย</p>	<p>อาหารเสริมผสมผัก และผลไม้ มีส่วนประกอบที่จำเป็นต่อร่างกาย ผลิตด้วยกรรมวิธีที่สะอาด รับประทานง่าย</p>
<p>สถานที่จำหน่าย</p>	<p>ซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ</p>
<p>ลักษณะกราฟฟิก</p>	<p><u>โลโก้</u> เป็นตัวอักษรสีขาวบนพื้นสี <u>ภาพประกอบ</u> ใช้ภาพวาดของกลุ่มเป้าหมายเข้ามาสื่อ และมีรูปผลิตภัณฑ์ที่ปรุงแล้ว อยู่ในชามมาให้เห็นถึงความน่ารับประทาน และมีภาพส่วนประกอบเข้ามาด้วย <u>โทนสี</u> ใช้สีเป็นตัวแบ่งชนิดของผลิตภัณฑ์</p>

กลุ่มอาหารเช้า (เด็ก)



วีทอส

<p>จุดขาย</p>	<p>ธัญพืชอบกรอบรสช็อกโกแลต อุดมไปด้วยวิตามินสำหรับเด็ก แกรมของเล่นเป็นการตัดตัวการ์ตูน</p>
<p>สถานที่จำหน่าย</p>	<p>ซูเปอร์มาร์เก็ต</p>
<p>ลักษณะกราฟฟิก</p>	<p><u>โลโก้</u> เป็นตัวอักษรแบบตัวการ์ตูน สีส้มเหลืองสวยสดใส <u>ภาพประกอบ</u> ใช้ภาพการ์ตูนเป็นตัวสื่อและใช้รูปผลิตภัณฑ์ภายในมาขยายใหญ่และให้เป็นเรื่องราวเดียวกับตัวการ์ตูน <u>โทนสี</u> เน้นสีส้มสดใสและมีสีน้ำตาลเข้มมาสื่อถึงความ เป็นรสช็อกโกแลต</p>



โดเน่

<p>จุดขาย</p>	<p>อาหารเช้าเพิ่มวิตามิน รสช็อกโกแลต เป็นเม็ดกลมคล้ายลูกบอล</p>
<p>สถานที่จำหน่าย</p>	<p>ซูเปอร์มาร์เก็ต</p>
<p>ลักษณะกราฟฟิก</p>	<p><u>โลโก้</u> มีตัวการ์ตูนเป็นรูปป๊อปอายอยู่บนตัวอักษรสีเหลืองตัดโค้ง <u>ภาพประกอบ</u> ใช้ภาพการ์ตูนและภาพผลิตภัณฑ์ที่กลิ้งไปมาในนมเพื่อสื่อถึงความสนุกสนาน <u>โทนสี</u> ใช้โทนสีส้มเป็นเอกลักษณ์เพื่อจะเน้นถึงความสนุกสนาน</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกา 95 ไปใช้



เนสเล่

จุดขาย	อาหารเข้าที่มีคุณค่าและมีวิตามินเหมาะกับเด็ก แรกของเล่นภายในกล่อง
สถานที่จำหน่าย	ซูเปอร์มาร์เก็ต
ลักษณะกราฟฟิก	<p><u>โลโก้</u> ตัวอักษรสีขาวบนพื้นสีน้ำตาล และมีคำว่า KOKO KRUNCH เป็นสีน้ำตาลบนพื้นขาวและมีการตัดโค้งเล็กน้อย</p> <p><u>ภาพประกอบ</u> ใช้ภาพการ์ตูนมาสื่อให้ดูน่าสนใจน่ารับประทาน และใช้เนื้อที่ครึ่งหนึ่งของบรรจุภัณฑ์เป็นการโฆษณาของเล่นที่มีแถมอยู่ภายในกล่อง</p> <p><u>โทนสี</u> ใช้โทนสีน้ำตาลเข้มมาสื่อว่าเป็นรสช็อกโกแลต</p>



โพล

จุดขาย	เป็นรสโอรีโอที่เป็นรู้จักกันดี และมีการเคลือบเกล็ดน้ำตาลเพื่อเพิ่มความอร่อย มีเกมส์ให้เล่นอยู่หลังกล่องเพื่อเพิ่มความสนุกสนานเพลิดเพลิน
สถานที่จำหน่าย	ซูเปอร์มาร์เก็ต
ลักษณะกราฟฟิก	<p><u>โลโก้</u> ตัวอักษรสีขาวบนพื้นแดงอยู่ในวงรี และมีการเน้นคำว่า OREO ซึ่งมีสีส้มเป็นที่รู้จักกันดี</p> <p><u>ภาพประกอบ</u> มีการนำรูปตัวการ์ตูนที่มีลักษณะเป็นสีขาวคล้ายครีม โอรีโอมาสื่อ และได้นำรูปผลิตภัณฑ์ภายในมาให้เห็นและมีลักษณะกระด้างไปมาเพื่อแสดงถึงความสนุกสนาน</p> <p><u>โทนสี</u> ใช้สีน้ำเงินซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของโอรีโอเพื่อสังเกตุดูได้ชัดเจนและสะดุดตา</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการไปใช้



เคลลี่อก

จุดขาย	อาหารเข้าอบกรอบ ให้วิตามินสูง และเป็นแหล่งรวมแร่ธาตุที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย มีของเล่นแถมอยู่ภายใน
สถานที่จำหน่าย	ซูเปอร์มาร์เก็ต
ลักษณะกราฟฟิก	<p><u>โลโก้</u> ตัวอักษรสีแดงรูปแบบอักษรเป็นภาษาเขียน และมีตัวอักษรสีเหลืองคำว่า FROSTIES เต็มอยู่บนกล่อง</p> <p><u>ภาพประกอบ</u> ใช้ภาพการ์ตูนซูเปอร์ฮีโร่ที่เด็กชื่นชอบมาสื่อใช้พื้นที่ประมาณครึ่งกล่อง และยังมีตัวการ์ตูนรูปเสือมาสื่อซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของ เคลลี่อก</p> <p><u>โทนสี</u> มีการใช้โทนสีน้ำเงินเป็นเอกลักษณ์</p>



เควกเกอร์

จุดขาย	อาหารเข้าเพิ่มคุณค่าให้ร่างกาย มีเกมส์ให้เล่นหลังกล่อง
สถานที่จำหน่าย	ซูเปอร์มาร์เก็ต
ลักษณะกราฟฟิก	<p><u>โลโก้</u> เป็นตัวอักษรสีขาวที่อยู่บนพื้นสีส้ม</p> <p><u>ภาพประกอบ</u> ใช้เอกลักษณ์ที่เป็นรูปกัปตันนำมาสื่อเป็นตัวการ์ตูนแสดงให้เห็นถึงความน่ารับประทานโดยตักผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ภายในเข้าปาก</p> <p><u>โทนสี</u> ใช้สีส้มเป็นเอกลักษณ์</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านธุรกิจ

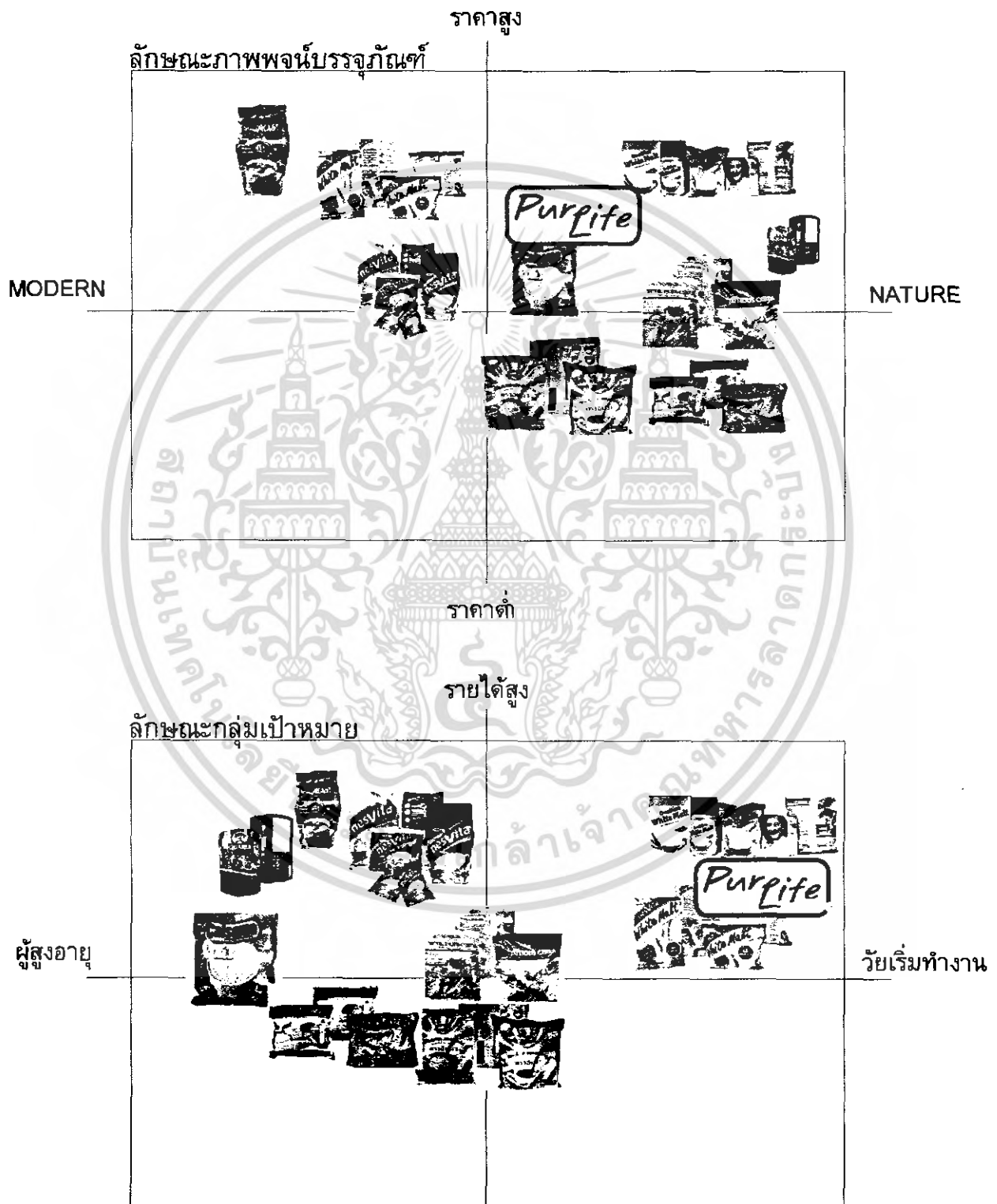
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการ 97.ไปใช้

2.5.2 การวางตำแหน่งสินค้าของผลิตภัณฑ์ในโครงการ เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

หัวข้อที่จะนำมาเปรียบเทียบมีอยู่ 3 แบบ

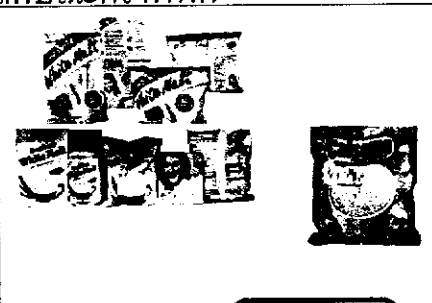
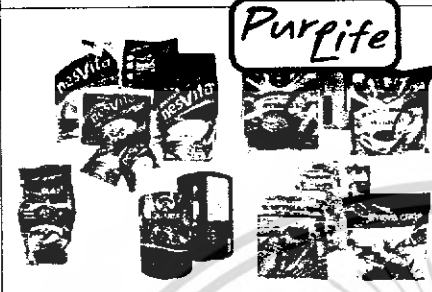
- ลักษณะภาพพจน์ของบรรจุภัณฑ์
- ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย
- ลักษณะกราฟฟิก

กลุ่ม เครื่องดื่มสำเร็จรูปพร้อมชง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใช้กลุ่มเป้าหมายมาสื่อ

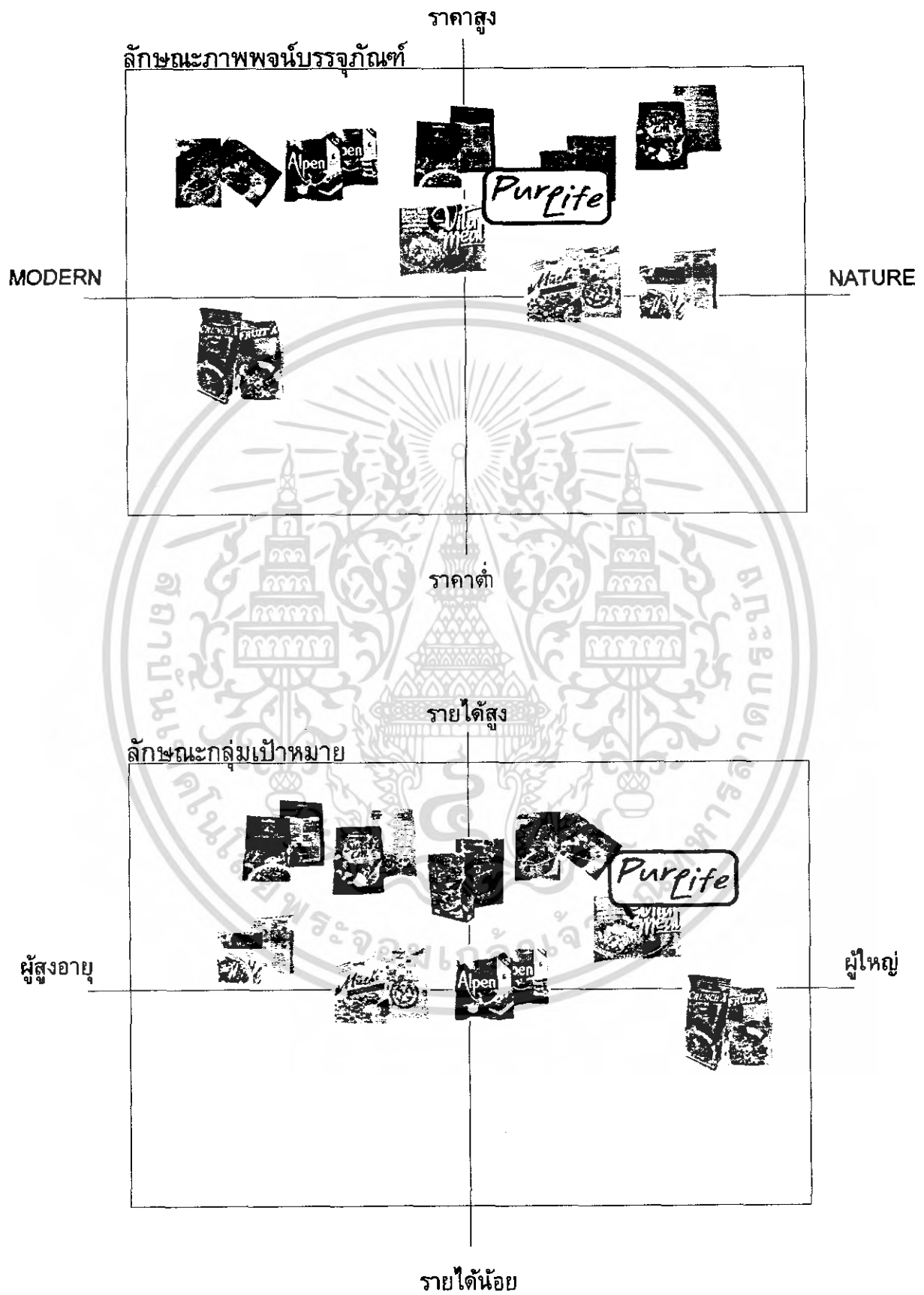
	ลักษณะกราฟฟิก	
รูปถ่าย		
		รูปวาด

ไม่ใช้กลุ่มเป้าหมายมาสื่อ



กลุ่ม อาหารเซ้า

- ซีเรียล



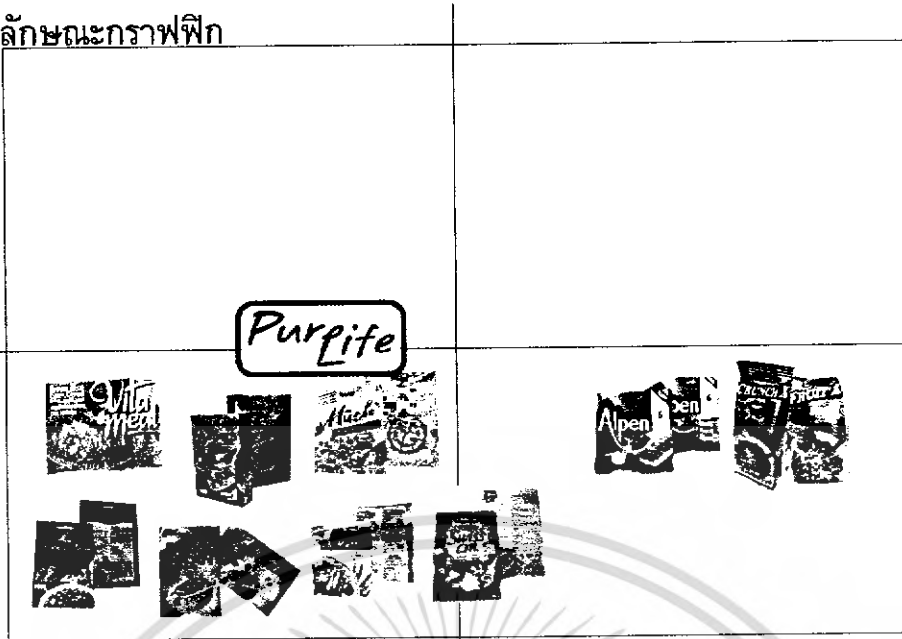
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีค่า 100 ไปใช้

ใช้กลุ่มเป้าหมายมาสื่อ

ลักษณะกราฟฟิก

รูปถ่าย

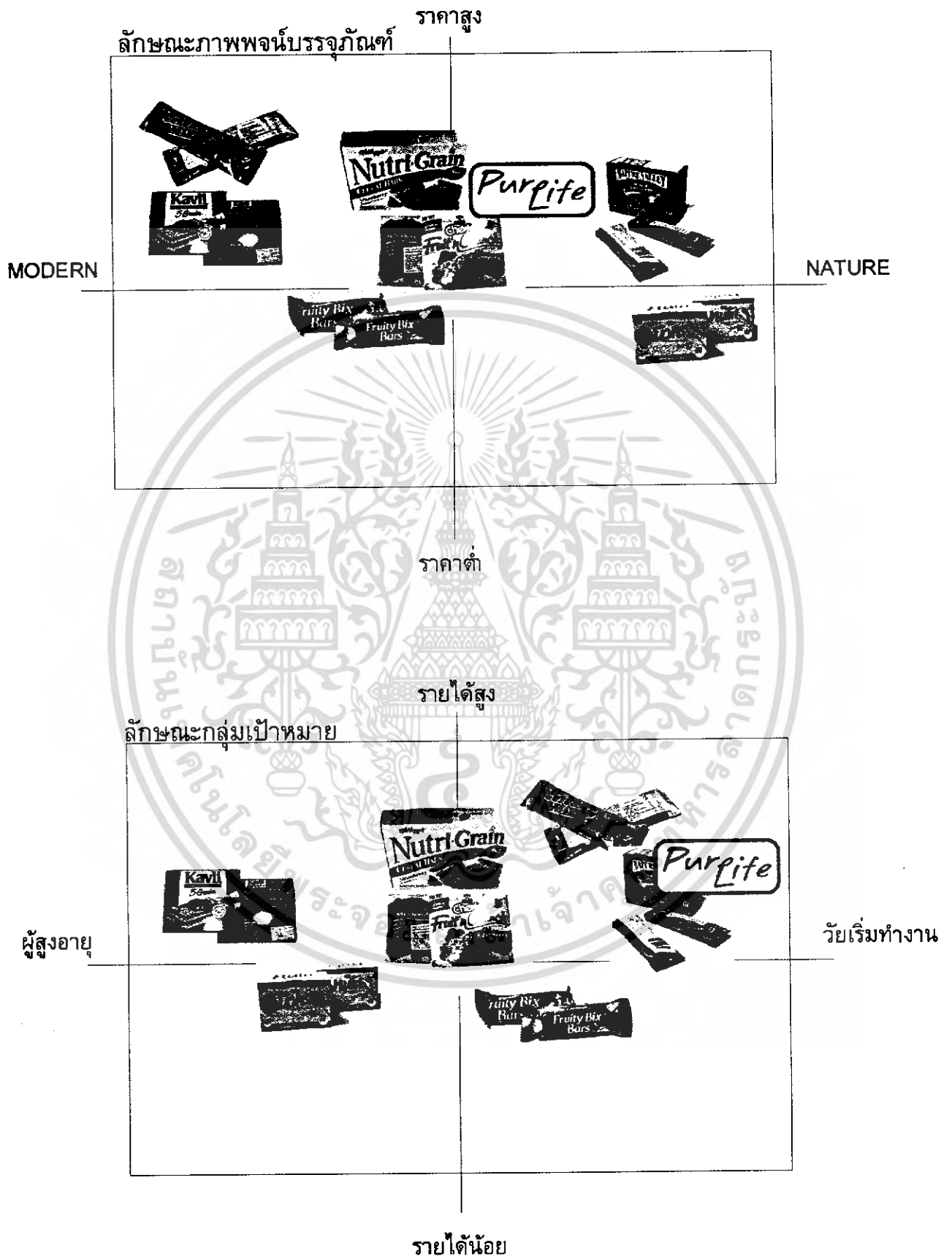
รูปวาด



ไม่ใช้กลุ่มเป้าหมายมาสื่อ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีก¹⁰¹ไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีก102ไปใช้

ใช้กลุ่มเป้าหมายมาสื่อ

ลักษณะกราฟฟิก

รูปถ่าย



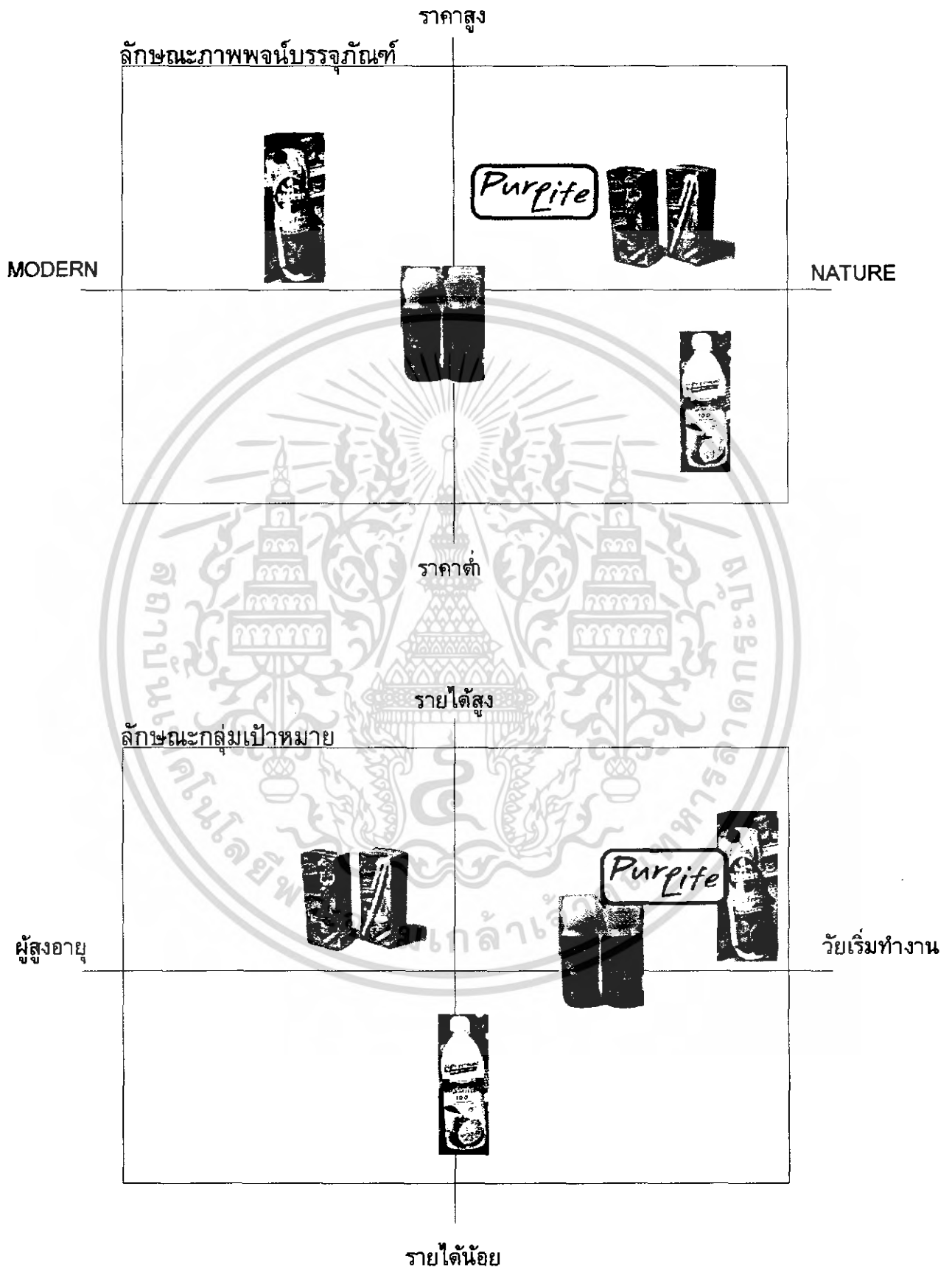
รูปวาด

ไม่ใช้กลุ่มเป้าหมายมาสื่อ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีก103ไปใช้

กลุ่มเครื่องดื่ม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีก104ไปใช้

ใช้กลุ่มเป้าหมายมาสื่อ

ลักษณะกราฟฟิก

รูปถ่าย

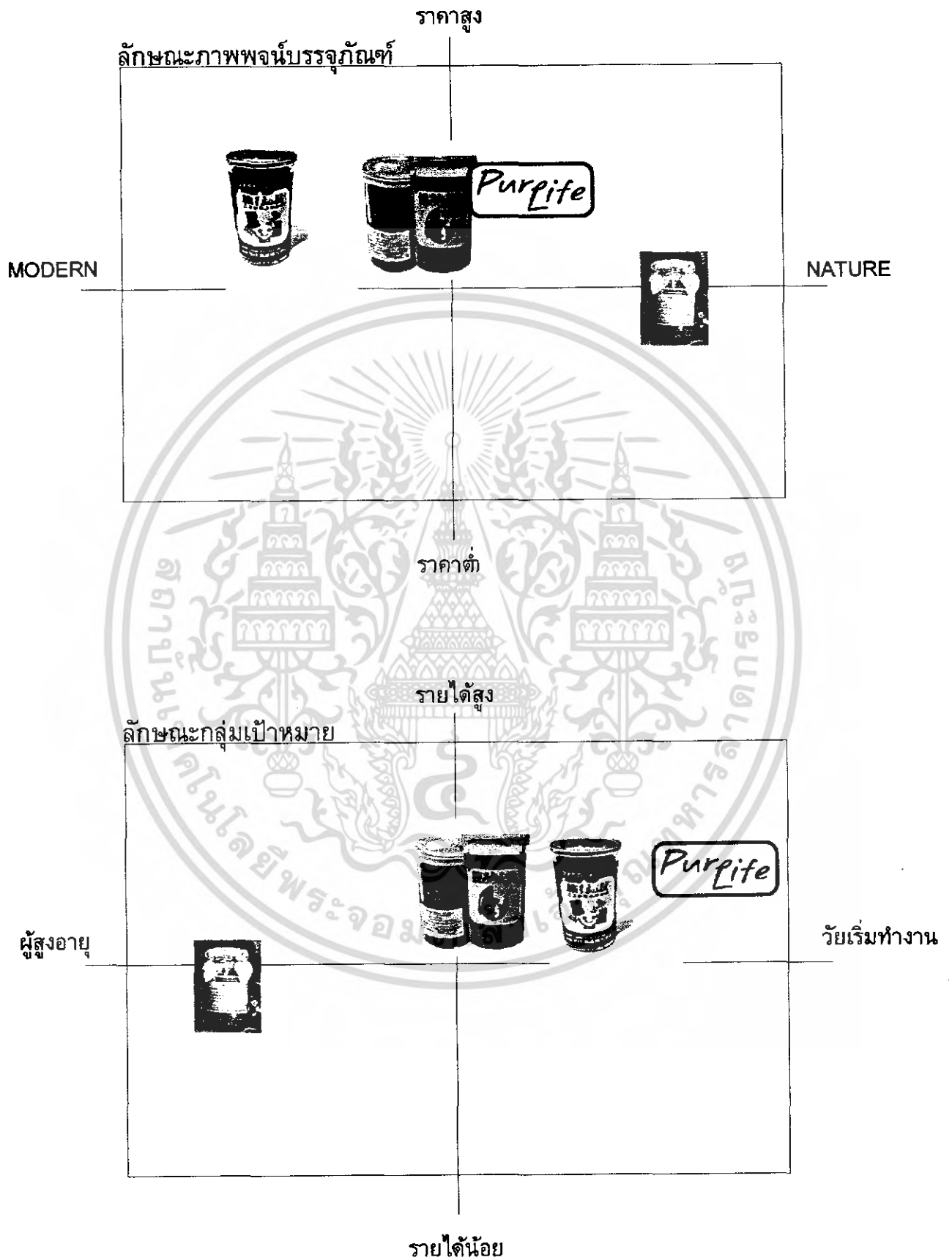
Purpife

รูปวาด



ไม่ใช้กลุ่มเป้าหมายมาสื่อ





เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีก106ไปใช้

ใช้กลุ่มเป้าหมายมาสื่อ

ลักษณะกราฟฟิก

รูปถ่าย

Purpife

รูปวาด

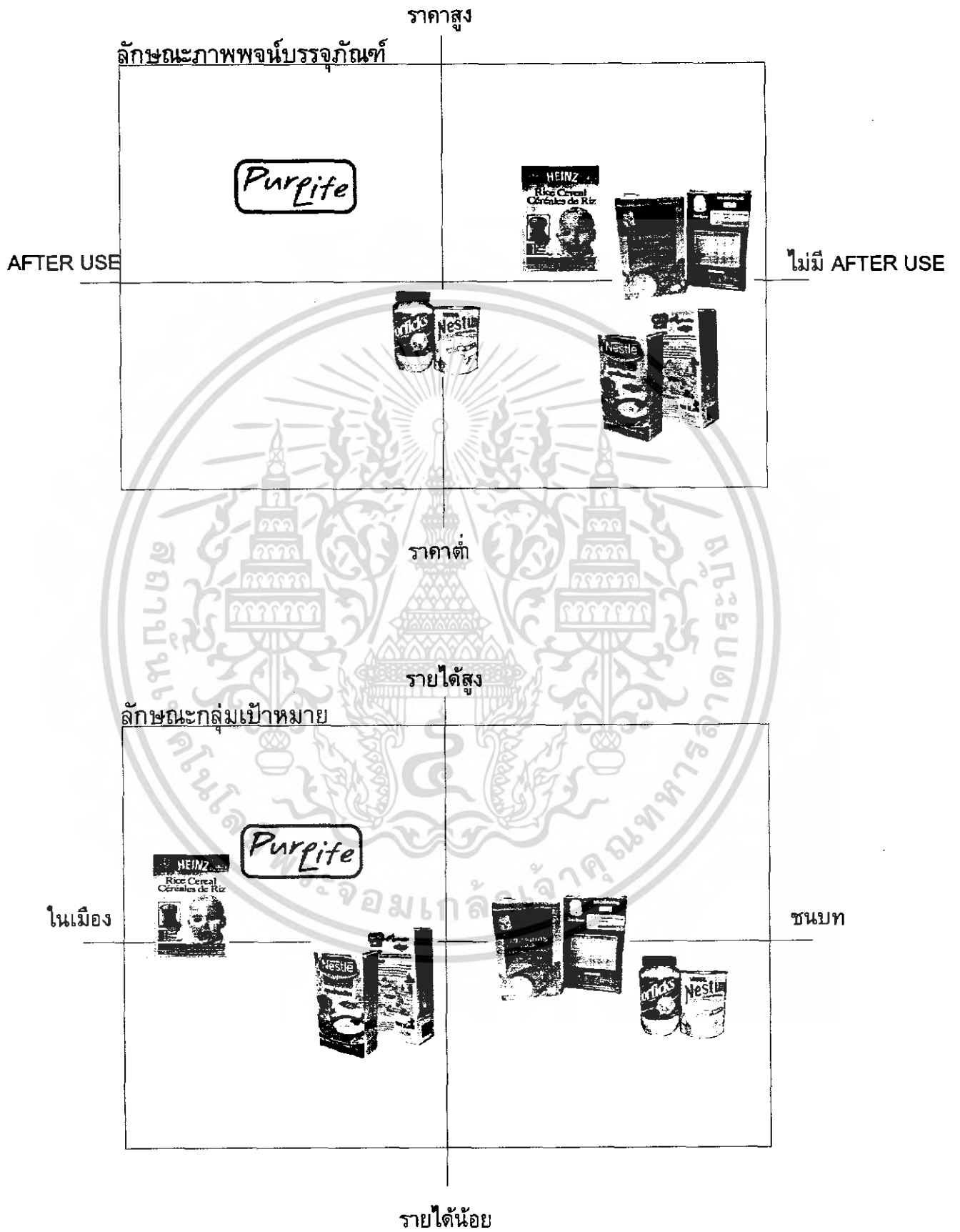


ไม่ใช้กลุ่มเป้าหมายมาสื่อ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกา107ไปใช้

กลุ่ม อาหารเด็กอ่อน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใช้กลุ่มเป้าหมายมาสื่อ

ลักษณะกราฟฟิก

รูปถ่าย

รูปวาด

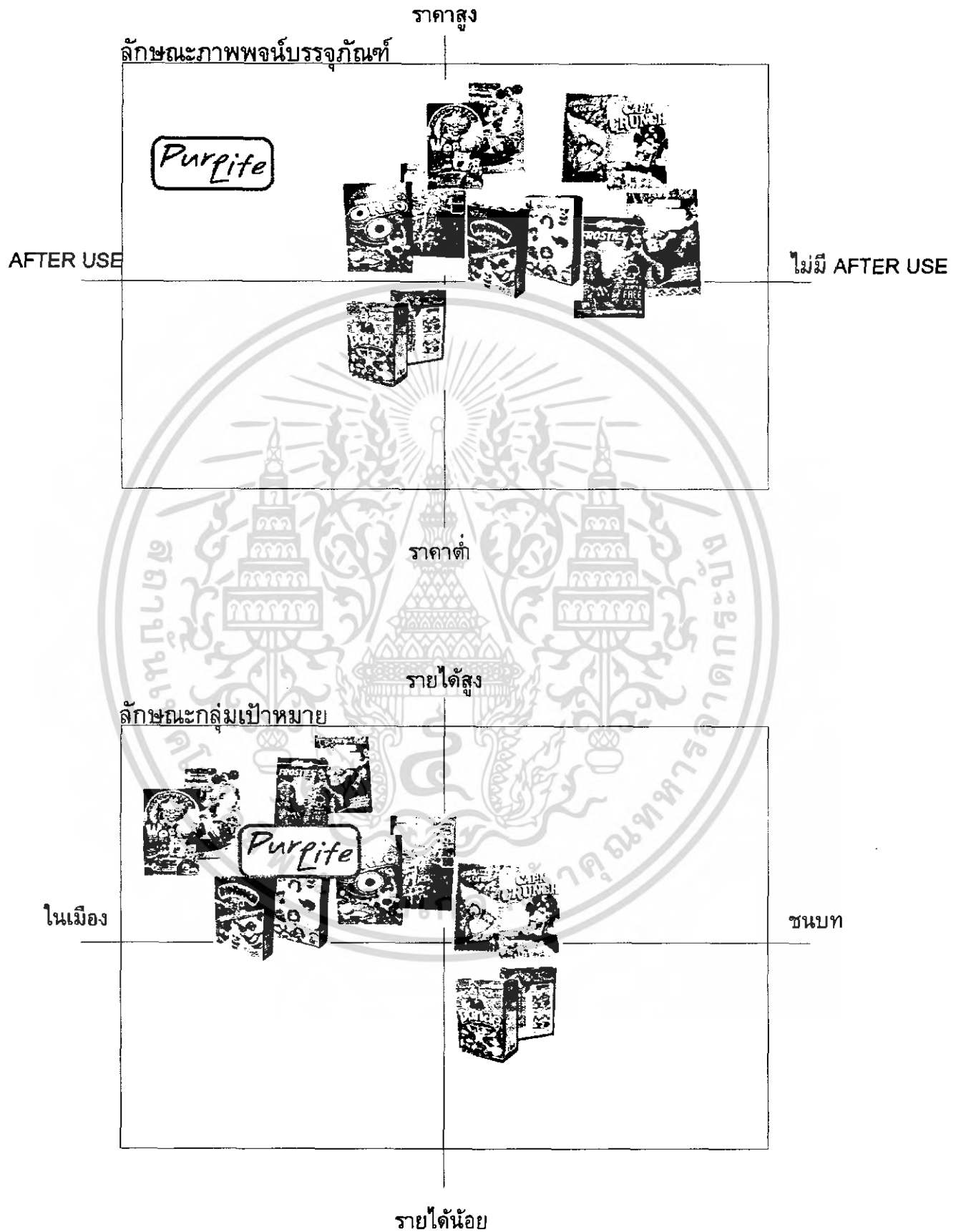


ไม่ใช้กลุ่มเป้าหมายมาสื่อ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่ม อาหารเด็กซีเรียล



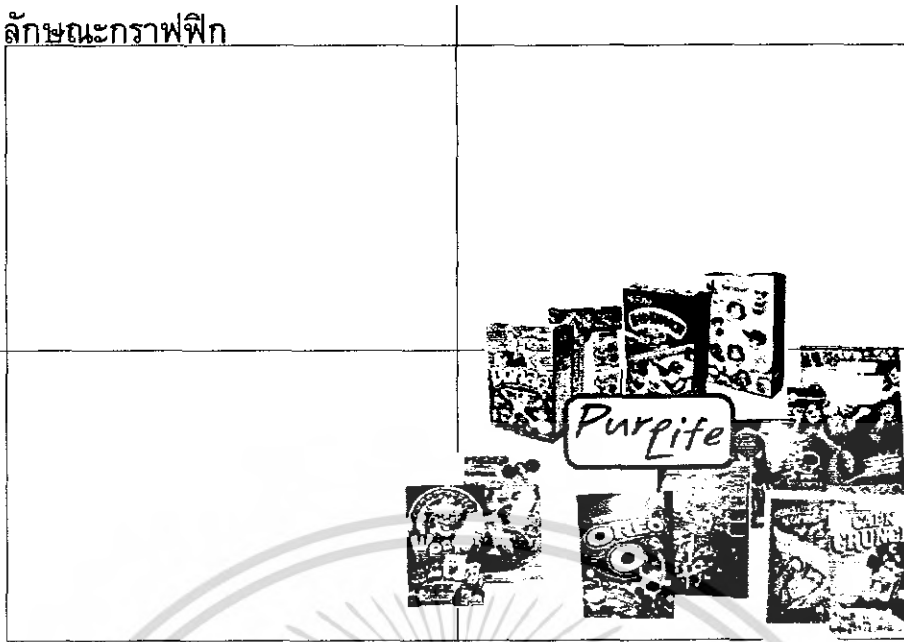
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใช้กลุ่มเป้าหมายมาสื่อ

ลักษณะกราฟฟิก

รูปถ่าย

รูปการ์ตูน



ไม่ใช้กลุ่มเป้าหมายมาสื่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.3 วิเคราะห์ และสรุปข้อดี-ข้อเสีย ด้านบรรจุกฎเกณฑ์ของผลิตภัณฑ์คู่แข่ง

สรุปผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบตำแหน่งสินค้าเครื่องดื่มธัญญาหาร ถึงแม้ว่าสินค้าในกลุ่มนี้จะมีคู่แข่งค่อนข้างมาก แต่เมื่อคุณลักษณะโดยรวม ไม่มีข้อเสียใดเลยที่มีความโดดเด่นแตกต่างออกมา โดยสรุปได้ดังนี้

1) ลักษณะภาพพจน์บรรจุกฎเกณฑ์

คู่แข่ง : โดยมากจะเป็นรูปแบบที่ปานกลางไปจนถึงมีราคาแพง

เพอร์โลฟ : กำหนดให้เป็นรูปแบบที่เป็นธรรมชาติ เพื่อที่ผู้บริโภคจะรู้สึกว่าเป็นสินค้าบริสุทธิ์จากธรรมชาติและมีราคาค่อนข้างสูงแต่ไม่สูงมาก

2) ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย

คู่แข่ง : ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้ใหญ่ที่มีรายได้ค่อนข้างสูงเพราะเป็นอาหารเสริมที่คนมีรายได้ต้องการหาสิ่งดี ๆ ให้กับร่างกาย

เพอร์โลฟ : กำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็นวัยเริ่มทำงาน ถึงวัยกลางคน โดยมีอายุระหว่าง 25-40 ปี

3) ลักษณะกราฟฟิก

คู่แข่ง : สินค้าส่วนใหญ่ใช้ภาพถ่ายรูปผลิตภัณฑ์ ยกเว้นเนสสวีต้าที่ใช้ทั้งรูปวาดและภาพถ่ายร่วมกัน แต่ทุกแบรนด์ล้วนใช้ภาพในสัดส่วนที่มากกว่าตัวหนังสือชื่อ ยี่ห้อ หรือชื่อสามัญสินค้าทั้งสิ้น

เพอร์โลฟ : ใช้ภาพถ่ายผสมผสานกับภาพวาดอย่างลงตัว เพื่อให้เกิดความแตกต่าง โดดเด่นจากคู่แข่ง ในขณะที่ต้องการเน้นชื่อสามัญทางสินค้าในสัดส่วนที่เหมาะสม เนื่องจากการต้องการให้ ผู้บริโภคเห็นได้ชัดเจนว่าสินค้านี้คืออะไร เนื่องจากผลิตภัณฑ์ในโครงการยังเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไปน้อย ไม่เหมือนกับสินค้าบริโภคทั่วไป

สรุปผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบตำแหน่งสินค้ากลุ่ม อาหารเข้า ประเภทซีเรียล ถึงแม้ว่าสินค้าในกลุ่มนี้จะมีคู่แข่งค่อนข้างมาก แต่เมื่อดูลักษณะโดยรวม ไม่มีมีข้อใดเลยที่มีความโดดเด่นแตกต่างออกมา โดยสรุปได้ดังนี้

1) ลักษณะคู่แข่งผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

คู่แข่ง : กระจัดกระจาย มีตั้งแต่เริ่มทำงาน จนกระทั่งกลุ่มผู้สูงอายุ ระดับรายได้ส่วนใหญ่ มีระดับสูง

เพอร์ไลฟี : กำหนดกลุ่มเป้าหมายตั้งแต่ช่วงวัยเริ่มทำงานจนเป็นผู้ใหญ่ โดยมีอายุระหว่าง 25-40 ปี

2) ลักษณะภาพพจน์ของสินค้า

คู่แข่ง : มีความหลากหลายในส่วนของภาพลักษณ์ แต่ราคาจะอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน

เพอร์ไลฟี : กำหนดให้สินค้ามีภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์คุณภาพ เพื่อให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกว่ามีคุณค่าเมื่อซื้อสินค้าไปแล้วได้รับคุณค่าที่มีประโยชน์ต่อร่างกายอย่างแท้จริง ในขณะที่ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สื่อได้ถึงเอกลักษณ์ของผู้ผลิต

3) ลักษณะกราฟฟิก

คู่แข่ง : มีหลายชนิดที่ใช้รูปวาดประกอบ จะสังเกตเห็นว่า ผลิตภัณฑ์ที่ใช้รูปวาดผสมกับรูปถ่ายจะดูค่อนข้างเด็ก ยิ่งใช้รูปวาดมากเท่าไร ก็ยิ่งดูเด็กมากขึ้นเท่านั้น

เพอร์ไลฟี : ใช้ภาพถ่ายผสมผสานกับภาพวาดอย่างลงตัว เพื่อให้เกิดความแตกต่าง โดดเด่นจากคู่แข่ง ในขณะที่ต้องการเน้นชื่อสามัญทางสินค้าในสัดส่วนที่เหมาะสม เนื่องจากการต้องการให้ ผู้บริโภคเห็นได้ชัดเจนว่าสินค้านี้คืออะไร มีลักษณะคล้ายกับการให้ความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้ามากขึ้น เนื่องจากผลิตภัณฑ์ในโครงการยังเป็นที่ยูจิกของบุคคลทั่วไปน้อย ไม่เหมือนกับสินค้าบริโภคทั่วไป

สรุปผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบตำแหน่งสินค้ากลุ่มขนมขบเคี้ยว
สินค้านี้คู่แข่งไม่มากนัก และทิศทางของกลุ่มส่วนมากก็ไปในทิศทางเดียวกัน โดยสรุปได้ดังนี้

1) ลักษณะของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

คู่แข่ง : มีทั้งกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นทั้งผู้สูงอายุ และวัยเริ่มทำงาน มีรายได้สูง

เพอร์โลฟี : กำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็นวัยเริ่มทำงาน ถึงวัยกลางคน โดยมีอายุระหว่าง
25-40 ปี

2) ลักษณะภาพพจน์ของสินค้า

คู่แข่ง : ส่วนใหญ่จะเกาะกลุ่มอยู่ในระดับกลาง ๆ

เพอร์โลฟี : กำหนดให้สินค้านี้มีภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์คุณภาพ เพื่อให้ผู้บริโภคมีความ
รู้สึกว่าเป็นเมื่อซื้อสินค้าไปแล้วได้รับคุณค่าที่มีประโยชน์ต่อร่างกายอย่างแท้จริง
ในขณะที่ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สื่อได้ถึงเอกลักษณ์ของผู้ผลิต

3) ลักษณะกราฟฟิก

คู่แข่ง : สินค้าทุกชนิดใช้ภาพถ่ายรูปผลิตภัณฑ์ บางแบรนด์อาจใช้แต่รูปถ่ายเพียง
อย่างเดียวบางแบรนด์ใช้ทั้งรูปถ่าย และรูปวาดผสมกันเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์
ที่แตกต่าง ส่วนมากจะใช้ภาพในสัดส่วนที่มากกว่าตัวหนังสือชื่อยี่ห้อ หรือชื่อ
สามัญสินค้าทั้งสิ้น

เพอร์โลฟี : ใช้ภาพถ่ายผสมผสานกับภาพวาดอย่างลงตัว เพื่อให้เกิดความแตกต่าง โดดเด่น
จากคู่แข่ง ในขณะที่ต้องการเน้นชื่อสามัญทางสินค้าในสัดส่วนที่เหมาะสม เนื่อง
จากการต้องการให้ ผู้บริโภคเห็นได้ชัดเจนว่าสินค้านี้คืออะไร มีลักษณะคล้ายกับ
การให้ความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้ามากขึ้น เนื่องจากผลิตภัณฑ์ในโครงการยัง
เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไปน้อย ไม่เหมือนกับสินค้าบริโภคทั่วไป

สรุปผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบตำแหน่งสินค้ากลุ่มเครื่องดื่ม
สินค้าในกลุ่มนี้มีคู่แข่งไม่มากนัก แต่เมื่อดูลักษณะโดยรวม ไม่ค่อยมีความแตกต่างอย่างเห็นได้ชัด
โดยสรุปได้ดังนี้

1) ลักษณะของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

คู่แข่ง : เนื่องจากในปัจจุบัน กระแสของเครื่องดื่มสุขภาพมีมากขึ้น ทำให้มีหลายแบรนด์
เจาะกลุ่มผู้บริโภคสมัยใหม่ขึ้น เห็นได้จากตารางเปรียบเทียบ
เพอร์ไลฟี : กำหนดกลุ่มเป้าหมายตั้งแต่ช่วงวัยเริ่มทำงานจนเป็นผู้ใหญ่ โดยมีอายุระหว่าง
25-40 ปี

2) ลักษณะภาพพจน์ของสินค้า

คู่แข่ง : แต่ละแบรนด์ก็พยายามสร้างความแตกต่างโดยยึดภาพลักษณ์ที่ต่างกันไป มีทั้ง
ธรรมชาติมาก ๆ และทันสมัยมากอีกเช่นกัน เพื่อเป็นการตอบสนองกลุ่มเป้าหมาย
ดังกล่าว
เพอร์ไลฟี : กำหนดให้สินค้ามีภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์คุณภาพ เพื่อให้ผู้บริโภคมีความรู้สึก
เมื่อซื้อสินค้าไปแล้วได้รับคุณค่าที่มีประโยชน์ต่อร่างกายอย่างแท้จริง ในขณะที่ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สื่อได้ถึงเอกลักษณ์ของผู้ผลิต

3) ลักษณะกราฟฟิก

คู่แข่ง : ส่วนมากใช้รูปวาดมากกว่า เพื่อสื่อให้เห็นรายละเอียดที่ชัดเจนมากกว่า และยังสามารถ
แต่งแต้มรายละเอียดอื่น ๆ ตามต้องการได้
เพอร์ไลฟี : ใช้ภาพถ่ายผสมผสานกับภาพวาดอย่างลงตัว เพื่อให้เกิดความแตกต่าง โดดเด่น
จากคู่แข่ง ในขณะที่ต้องการเน้นชื่อสามัญทางสินค้าในสัดส่วนที่เหมาะสม เนื่อง
จากการต้องการให้ ผู้บริโภคเห็นได้ชัดเจนว่าสินค้านี้คืออะไร มีลักษณะคล้ายกับการ
ให้ความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้ามากขึ้น เนื่องจากผลิตภัณฑ์ในโครงการยังเป็น
ที่รู้จักของบุคคลทั่วไปน้อย ไม่เหมือนกับสินค้าบริโภคทั่วไป

สรุปผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบตำแหน่งสินค้ากลุ่ม เครื่องเทศ
ถึงแม้ว่าสินค้าในกลุ่มนี้จะมีคู่แข่งค่อนข้างมาก แต่เมื่อดูลักษณะโดยรวม ไม่มียี่ห้อใดเลยที่มีความโดดเด่นแตกต่างออกมา โดยสรุปได้ดังนี้

1) ลักษณะคู่แข่งของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

คู่แข่ง : กระจุกกระจาย มีตั้งแต่เริ่มทำงาน จนกระทั่งกลุ่มผู้สูงอายุ ระดับรายได้ไม่มีความแตกต่างกันมากนัก

เพอร์ไลฟี : กำหนดกลุ่มเป้าหมายตั้งแต่ช่วงวัยเริ่มทำงานจนเป็นผู้ใหญ่ โดยมีอายุระหว่าง 25-40 ปี

2) ลักษณะภาพพจน์ของสินค้า

คู่แข่ง : มีทั้งแบบกลางๆ และดูออกจะเป็นธรรมชาติมาก เนื่องจากรูปแบบการจัดวางองค์ประกอบศิลป์ต่างๆ

เพอร์ไลฟี : กำหนดให้สินค้ามีภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์คุณภาพ เพื่อให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกว่ามีคุณค่าเมื่อซื้อสินค้าไปแล้วได้รับคุณค่าที่มีประโยชน์ต่อร่างกายอย่างแท้จริง ในขณะที่ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สื่อได้ถึงเอกลักษณ์ของผู้ผลิต

3) ลักษณะกราฟฟิก

คู่แข่ง : รูปแบบทั้งหมดใช้ภาพวาด และตัวอักษร เพื่อให้สะท้อนภาพลักษณ์ของแบรนด์ได้อย่างชัดเจน และเป็นการต่อยอดไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ยังไม่แก่

เพอร์ไลฟี : ใช้ภาพถ่ายผสมผสานกับภาพวาดอย่างลงตัว เพื่อให้เกิดความแตกต่าง โดดเด่นจากคู่แข่ง ในขณะที่ต้องการเน้นชื่อสามัญทางสินค้าในสัดส่วนที่เหมาะสม เนื่องจากการต้องการให้ ผู้บริโภคเห็นได้ชัดเจนว่าสินค้านี้คืออะไร มีลักษณะคล้ายกับการให้ความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้ามากขึ้น เนื่องจากผลิตภัณฑ์ในโครงการยังเป็นที่ยูจิกของบุคคลทั่วไปน้อย ไม่เหมือนกับสินค้าบริโภคทั่วไป

สรุปผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบตำแหน่งสินค้ากลุ่ม อาหารเด็กอ่อน
สินค้าในกลุ่มนี้จะมีคู่แข่งค่อนข้างน้อย และลักษณะโดยรวม จะไม่แตกต่างกัน โดยสรุปได้ดังนี้

1) ลักษณะของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

คู่แข่ง : มีตั้งแต่ลูกหุงไปจนถึงลูกกรุง สื่อสารโดยใช้ทวิตเตอร์ และภาพประกอบ

เพอร์ไลฟี : กำหนดให้สินค้ามีภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ที่ดูเป็นลูกกรุงมากกว่า เพื่อต้องการสื่อถึงความเป็นผลิตภัณฑ์ทันสมัย และแฝงไว้ด้วยลูกเล่นที่มีประโยชน์อย่างแท้จริง

2) ลักษณะภาพพจน์ของสินค้า

คู่แข่ง : กล่องไม่มีการออกแบบมาเพื่อประโยชน์หลังการใช้ แต่ขวดจะมีประโยชน์ก็ต่อเมื่อผู้บริโภครู้จักนำมาดัดแปลงเอง

เพอร์ไลฟี : กำหนดให้มีประโยชน์หลังการใช้งานที่สอดคล้องกับผู้บริโภคโดยตรงนั่นก็คือเด็ก จึงมีแนวทางในการออกแบบเพื่อเป็นการเสริมทักษะให้แก่เด็ก

3) ลักษณะกราฟฟิก

คู่แข่ง : ส่วนมากมักใช้รูปถ่าย เพื่อให้เห็นภาพของสินค้าว่าจะออกมาหน้าตาอย่างไร ผู้ที่ซื้อไปให้ลูกทาน ก็ต้องดูแล้วรู้สึกน่าเชื่อถือได้ ดูไม่มีสีจัดจ้าน ปลอดภัย ส่วนคู่แข่งที่ใช้รูปวาดเข้ามาช่วยนั้น เพื่อต้องการให้ภาพลักษณ์ดูสนุกสนาน ร่าเริง อย่าง ที่อยากให้ลูกเป็น

เพอร์ไลฟี : ใช้ภาพถ่ายผสมผสานกับภาพวาดอย่างลงตัว เพื่อให้เกิดความแตกต่าง โดดเด่นจากคู่แข่ง ในขณะที่ต้องการเน้นชื่อสามัญทางสินค้าในสัดส่วนที่เหมาะสม เนื่องจากการต้องการให้ ผู้บริโภคเห็นได้ชัดเจนว่าสินค้านี้คืออะไร มีลักษณะคล้ายกับการให้ความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้ามากขึ้น เนื่องจากผลิตภัณฑ์ในโครงการยังเป็นที่ยังไม่รู้จักรอบคอบคอบทั่วไปน้อย ไม่เหมือนกับสินค้าบริโภคทั่วไป

สรุปผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบตำแหน่งสินค้ากลุ่ม อาหารเด็กซีเรียล
สินค้าในกลุ่มนี้จะมีคู่แข่งค่อนข้างน้อย และลักษณะโดยรวม ดูจะไม่แตกต่างกัน โดยสรุปได้ดังนี้

1) ลักษณะของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

คู่แข่ง : ส่วนใหญ่จะเป็นลูกกรุง สื่อสารโดยการใช้ทวิตเตอร์ และภาพการ์ตูนประกอบ

เพอร์ไลฟี : กำหนดให้สินค้ามีภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ที่ดูเป็นลูกกรุงมากกว่า เพื่อต้องการสื่อถึงความเป็นผลิตภัณฑ์ทันสมัย และแฝงไว้ด้วยลูกเล่นที่มีประโยชน์อย่างแท้จริง

2) ลักษณะภาพพจน์ของสินค้า

คู่แข่ง : กล่องมีการออกแบบมาเพื่อประโยชน์หลังการใช้แต่มีเป็นเกมส์ 2 มิติ

เพอร์ไลฟี : กำหนดให้มีประโยชน์หลังการใช้งานที่สอดคล้องกับผู้บริโภคโดยตรงนั่นก็คือเด็ก จึงมีแนวทางในการออกแบบเพื่อเป็นของเล่นที่เสริมจินตนาการแก่เด็ก

3) ลักษณะกราฟฟิก

คู่แข่ง : ส่วนมากมักใช้รูปการ์ตูน เพื่อให้สามารถดึงดูดเด็กให้เข้ามาซื้อได้
เพื่อต้องการให้ภาพลักษณ์ดูสนุกสนาน ร่าเริง

เพอร์ไลฟี : ใช้ภาพถ่ายผสมผสานกับภาพวาดอย่างลงตัว เพื่อให้เกิดความแตกต่าง โดดเด่น
จากคู่แข่ง ในขณะที่ต้องการเน้นชื่อเสียงทางสินค้าในสัดส่วนที่เหมาะสม เนื่อง
จากการต้องการให้ ผู้บริโภคเห็นได้ชัดเจนว่าสินค้านี้คืออะไร มีลักษณะคล้ายกับการ
ให้ความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้ามากขึ้น เนื่องจากผลิตภัณฑ์ในโครงการยังเป็น
ที่รู้จักของบุคคลทั่วไปน้อย ไม่เหมือนกับสินค้าบริโภคทั่วไป

2.6 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

2.6.1 ลักษณะของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย(Target Audience)

สินค้าในโครงการที่ผลิตขึ้นนี้เป็นสินค้าที่ผลิตขึ้นโดยบริษัท ของเตอร์ ไทย ออร์แกนิก จำกัด ดังนั้นกลุ่มเป้าหมายส่วนหนึ่งจึงเป็นลูกค้าเดิมที่เคยซื้อสินค้าแปรรูปของบริษัท ผ่านทางการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ อยู่เป็นประจำ หรืออาจเป็นลูกค้าใหม่ที่เพิ่งเคยมาใช้บริการจากทางบริษัท ก็ได้

แต่ช่องทางการจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ในโครงการนี้ จะมีได้มีขายอยู่แค่ร้านในเครือของบริษัทเท่านั้น แต่มีความต้องการให้สินค้ามีการกระจายไปสู่ผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น หาซื้อได้ง่ายขึ้น จึงเป็นโครงการที่จะนำสินค้าลงขายตามซูเปอร์มาเก็ต และร้านกรีนซ็อบทั่วไปด้วย ดังนั้นกลุ่มผู้บริโภคจึงมีได้จำกัดอยู่แค่กลุ่มคนเล็ก ๆ ดังเช่นสินค้าเดิมของบริษัทที่เป็นอยู่ แต่จะมีกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้น รวมถึงยังมีผลิตภัณฑ์สำหรับเด็กเพิ่มมาด้วย จึงเป็นการครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่มากขึ้นกว่าเดิมเพื่อเพิ่มตลาดกลุ่มผู้บริโภค

ดังนั้นจึงแบ่งผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายออกเป็น 2 กลุ่มตามอายุได้ดังนี้ คือ 25-40 ปี , 6-12 ปี

กลุ่มอายุ 25 - 40 ปี

1. General Description

ผลิตภัณฑ์ในโครงการมีกลุ่มเป้าหมายอยู่ที่ ผู้บริโภคที่เคยทานอาหารประเภทซีเรียลอยู่เป็นประจำ(users) และมีผู้บริโภคที่ยังไม่เคยทานมาก่อน แต่พร้อมที่จะตอบรับสินค้าใหม่นี้ได้ทุกเมื่อ(new-users) ด้วยการพยายามสื่อให้ผู้บริโภคกลุ่มนี้ ได้รู้จักและมีความเข้าใจในตัวสินค้ามากขึ้น ทราบถึงข้อดี และคุณประโยชน์ของสินค้า จนตัดสินใจซื้อในที่สุด

ส่วนผู้บริโภคกลุ่มที่ไม่คิดจะทานอาหารซีเรียลเลย(non-users) จะไม่นำสินค้าไปทำตลาด เนื่องจากมีความเป็นไปได้น้อย และเป็นการยากที่จะทำให้คนกลุ่มนี้เริ่มหันมาสนใจในสินค้าใหม่

2. ลักษณะทางกายภาพของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย(Demographics)

เพศ : ทั้งชายและหญิง แต่จะเน้นที่เพศหญิงมากกว่า เนื่องจากผู้หญิงมักเอาใจใส่ดูแลสุขภาพ สุขภาพของตนเองมากกว่าผู้ชาย ในขณะที่เป็นผู้ที่คอยดูแลทุกคนในครอบครัวด้วย ซึ่งจะสังเกตได้จากผลการสำรวจความต้องการอาหารเพื่อสุขภาพ พบว่าผู้หญิงต้องการอาหารประเภทนี้มากกว่าผู้ชายด้วยคะแนนระดับ 3.44 ต่อ 3.28 ในขณะที่ความต้องการบริโภคอาหารดังกล่าวจะผันแปรตามอายุกล่าวคือ ผู้บริโภคยิ่งอายุสูงขึ้น ความต้องการก็ยิ่งมากขึ้นตามมาด้วย

อายุ : 25-40ปี ซึ่งเป็นวัยทำงาน

รายได้ : เป็นคนมีฐานะ ระดับB ขึ้นไป มีเงินเหลือพอใช้จ่ายในแต่ละเดือน

ระดับการศึกษา : มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องโภชนาการ อย่างดี รู้จักคิด รู้จักเลือกสิ่งที่ดีให้กับตนเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- อาชีพ : เป็นผู้ที่ทำอาชีพการงาน ประกอบอาชีพเป็นงานประจำ หรือมีธุรกิจที่ต้องดูแลอย่างใกล้ชิด
- ที่อยู่อาศัย : อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล หรือต้องเข้าไปทำงานในเมือง ทำให้ต้องเจอปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมมากมาย เช่น ปัญหาจราจร ปัญหามลภาวะเป็นพิษ จะใช้เวลาเดินทางค่อนข้างมาก

3. ลักษณะทางจิตวิทยาของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย(Psychographics)

- Life style : เป็นผู้ที่ต้องออกจากบ้านไปทำงานแต่เช้า เพื่อหลีกเลี่ยงการเผชิญกับปัญหา การจราจร โดยไม่มีเวลาในการประกอบอาหาร ทำให้บางวันอาจไม่ได้ทานอาหารมือเช้า มีกิจกรรมที่ต้องพบปะสังสรรค์กับผู้คนอยู่เสมอ มีชีวิตที่เร่งรีบและแข่งขันกับเวลา
- อุปนิสัย : เป็นคนรุ่นใหม่ มีหัวคิดที่ทันสมัย ชอบติดตามข่าวสารต่างๆ ปรับตัวและตอบรับสิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ รักและมีความสุขกับการทำงาน เลือกใช้ชีวิตด้วยหลักเหตุผลและผล ค่อนข้างพิถีพิถันในการใช้ชีวิต รักครอบครัวและต้องการมอบสิ่งที่ดีที่สุดให้กับคนที่ตนเองรักอยู่เสมอ
- รสนิยม : ชอบความเรียบง่าย แต่มีสไตล์ ไม่หลงตามแฟชั่นและไม่ยึดติดอยู่กับค่านิยมเก่าๆ มีความเป็นตัวของตัวเอง เลือกซื้อของด้วยการพิจารณาถึงความเหมาะสม มีความพิถีพิถัน ยอมจ่ายได้ในราคาที่สูงกว่า หากสินค้านั้นคุ้มค่ากับคุณภาพ และมีราคาที่เหมาะสม



ภาพที่ 2.6.1 รูปกลุ่มเป้าหมาย

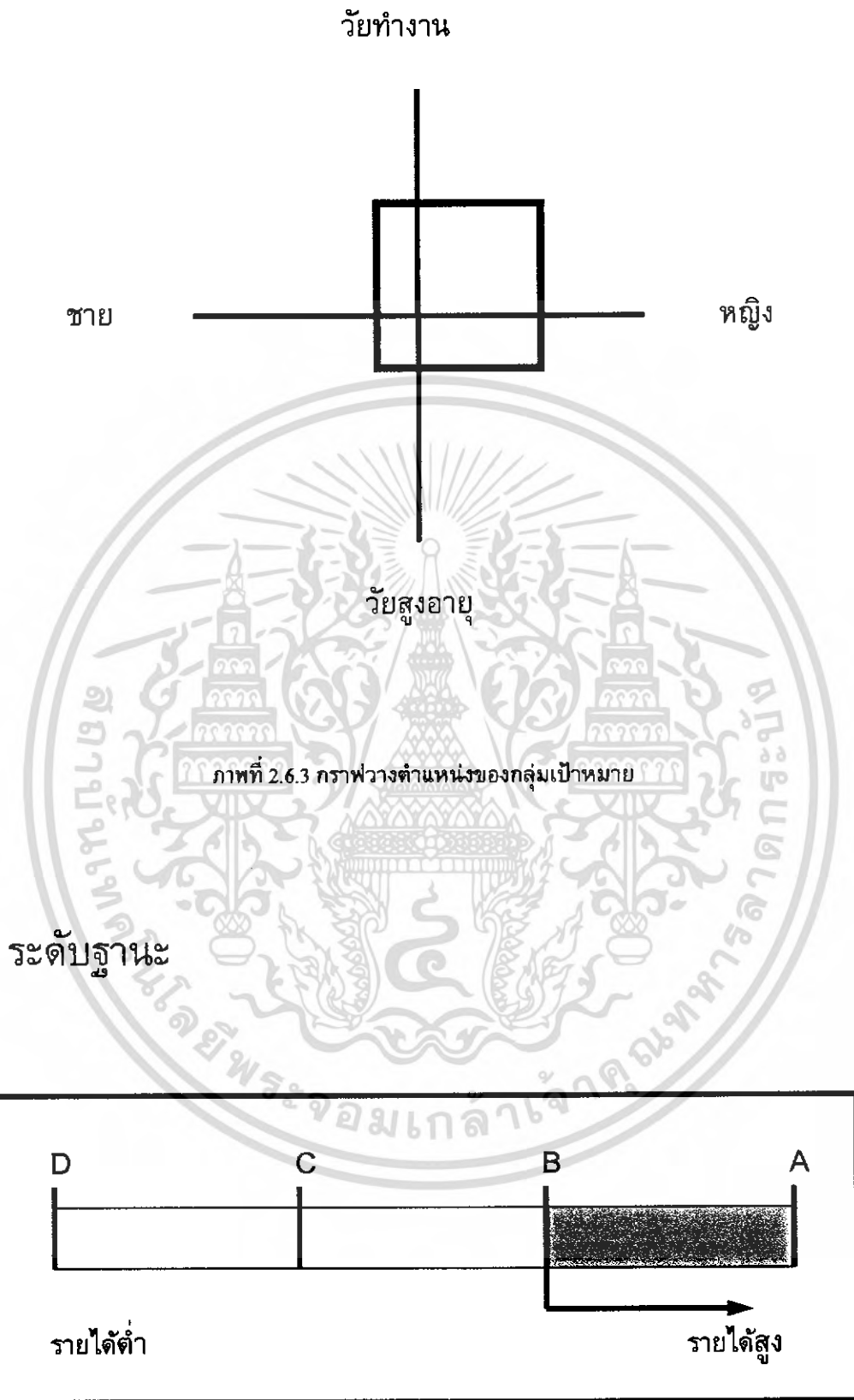
Image

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกา120ไปใช้

ผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพมีลักษณะดังนี้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกรนำไปใช้



ภาพที่ 2.6.4 กราฟวางตำแหน่งของกลุ่มเป้าหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มอายุ 6 - 12 ปี

1. General Description

กลุ่มเป้าหมายอยู่ที่ ผู้บริโภคที่เคยทานอาหารประเภทซีเรียลอยู่เป็นประจำ(users) และมีผู้บริโภคที่ยังไม่เคยทานมาก่อน แต่พร้อมที่จะตอบรับสินค้าใหม่นี้ได้ทุกเมื่อ(new-users) ด้วยการพยายามสื่อให้ผู้บริโภคกลุ่มนี้ ได้รู้จักและมีความสนใจในตัวสินค้ามากขึ้น และมีความอยากได้ของเล่นที่สามารถพับและต่อตามจินตนาการได้

ส่วนผู้บริโภคกลุ่มที่ไม่คิดจะทานอาหารซีเรียลเลย(non-users) จะไม่นำสินค้าไปทำตลาด เนื่องจากมีความเป็นไปได้น้อย และเป็นการยากที่จะทำให้คนกลุ่มนี้เริ่มหันมาสนใจในสินค้าใหม่

2. ลักษณะทางกายภาพของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย(Demographics)

เพศ : ทั้งชายและหญิง
อายุ : 6 - 12ปี ซึ่งเป็นวัยเรียน
รายได้ : เป็นคนในครอบครัวที่มีฐานะ ระดับB ขึ้นไป
ที่อยู่อาศัย : อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทำให้ต้องเจอปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมมากมาย เช่น ปัญหาจราจร ปัญหามลภาวะเป็นพิษ จะใช้เวลาเดินทางค่อนข้างมาก

3. ลักษณะทางจิตวิทยาของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย(Psychographics)

Life style : ออกจากบ้านไปเรียนตอนเช้า เพื่อหลีกเลี่ยงการเผชิญกับปัญหาการจราจร โดยผู้ปกครองไม่มีเวลาในการประกอบอาหาร ทำให้บางวันอาจไม่ได้ทานอาหารมื้อเช้า
อุปนิสัย : เป็นเด็ก Generation ใหม่ที่มีความกระตือรือร้น ต้องการอาหารที่ไปบำรุงสมองเพื่อประสิทธิภาพในการเรียนที่ดี
รสนิยม : ชอบความสนุกสนาน และมีความชอบคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และชอบประดิษฐ์คิดค้นสิ่งใหม่ๆอยู่เสมอ



ภาพที่ 2.6.5 รูปกลุ่มเป้าหมาย

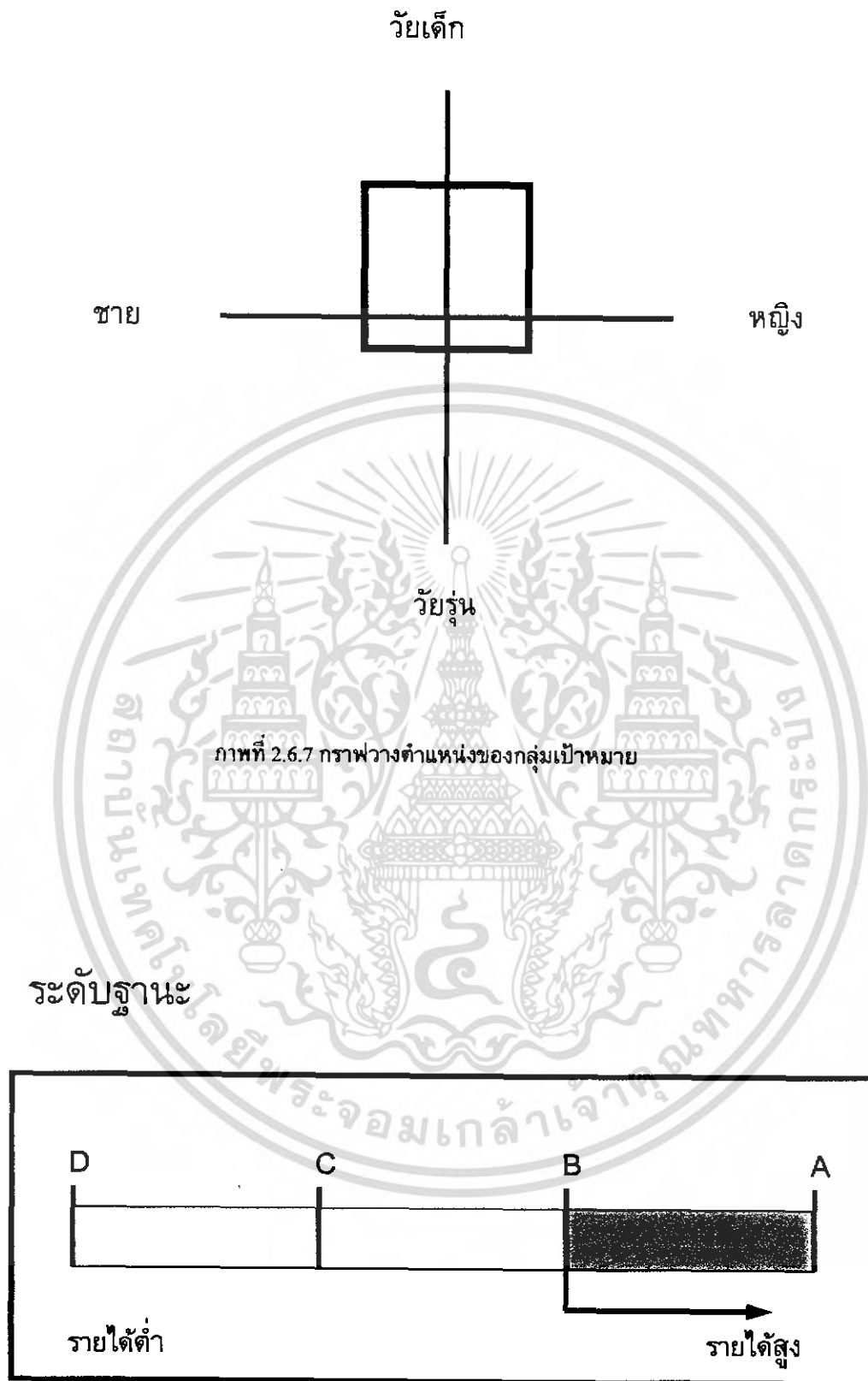
Image

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพมีลักษณะดังนี้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกาไปใช้



ภาพที่ 2.6.7 กราฟวางตำแหน่งของกลุ่มเป้าหมาย

ภาพที่ 2.6.8 กราฟวางตำแหน่งของกลุ่มเป้าหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6.2 การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค

ในการบริโภคอาหารแต่ละมื้อ มื้อที่ไม่ควรขาดและจำเป็นมากที่สุดได้แก่อาหารมื้อเช้า เพราะเป็น

การให้พลังงานในการเริ่มต้นวันใหม่ ช่วยเพิ่มพลังในการทำงานและให้ร่างกายสดชื่น

จากสภาวะที่เป็นอยู่ของคนในกรุงเทพฯ ต้องมีการแข่งขันกับเวลาและต้องเร่งรีบ เพราะต้องประสบปัญหาในด้านต่างๆ เช่น การจราจร โดยเฉพาะช่วงเช้า จากการสำรวจพบว่าคนกรุงเทพฯ และ

ปริมณฑลร้อยละ 62 ต้องออกจากบ้านไปทำงาน หรือไปเรียนหนังสือตั้งแต่เวลา 5.30 – 7.30 นาฬิกา

โดยเฉลี่ยใช้เวลาในการเดินทางประมาณหนึ่งชั่วโมงถึงครึ่งชั่วโมง

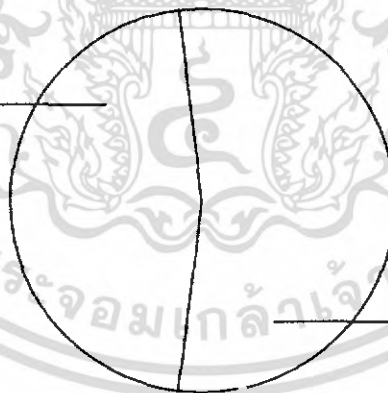
เมื่ออยู่ในสภาวะเร่งรีบ คนกรุงเทพฯ จึงไม่ให้ความสนใจในอาหารเช้ามักนัก โดยเฉพาะในวันทำงาน จึงมีการสรุปได้ว่าคนกรุงเทพฯ และปริมณฑลจำเป็นต้องรับประทานอาหารเช้าที่แข่งกับเวลา

โดยเฉลี่ยคนกรุงเทพฯ ใช้เวลาในการรับประทานอาหารเช้าประมาณ 10 – 30 นาที เป็นผลทำให้ต้อง

รับประทานอาหารเช้าที่มีความสะดวกรวดเร็วและมีบรรจุภัณฑ์ที่เอื้ออำนวยความสะดวกรวดเร็วในการ

รับประทานให้ได้มากที่สุด

ทานอาหารเช้าทุกวัน 43%



ทานอาหารเช้าไม่ทุกวัน 57%

ภาพที่ 2.6.9 แผนภาพแสดงสัดส่วนการรับประทานอาหารเช้าของคนกรุงเทพในวันทำงาน

2.6.3 ลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์หลังการซื้อ

เมื่อผู้บริโภคซื้อสินค้ามาแล้ว จะมีพฤติกรรมการใช้งานโดยพิจารณาด้านบรรจุภัณฑ์ ซึ่งจำแนกตามรายการผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้คือ

กลุ่มเครื่องดื่มสำเร็จรูปพร้อมชง

1. เครื่องดื่มธัญญาหารสำเร็จรูป

ก่อนบริโภค	ขณะบริโภค	หลังบริโภค
ขนาดบรรจุ 500 กรัม : ขวด 1) เก็บไว้ที่อุณหภูมิธรรมดา	1) เปิดฝาขวดออก 2) ใช้ช้อนตัก และเทใส่แก้ว 3) ปิดฝาขวดให้สนิท 4) ชงเครื่องดื่มทาน	1) เก็บไว้ที่อุณหภูมิธรรมดา 2) หากบริโภคหมดแล้ว ผู้บริโภคมักจะเก็บขวดไว้ใช้งานต่อไป
ขนาดบรรจุ 150 กรัม : กล่อง (ภายในบรรจุซอง 30g 5ซอง) 1) เก็บไว้ที่อุณหภูมิธรรมดา	1) หยิบซองออกมาจากกล่อง1ซอง 2) ฉีกซองและเทใส่แก้ว ซึ่งมีขนาดบรรจุพอดีสำหรับ 1คน ต่อ 1ซอง 3) ชงเครื่องดื่มทาน	1) ทิ้งซองที่บริโภคหมดแล้ว 2) เก็บซองอื่นๆที่ยังไม่ได้บริโภคไว้ที่อุณหภูมิธรรมดาหรือในตู้เย็นตามเดิม
ขนาดบรรจุ 30 กรัม : ถ้วย 1) เก็บไว้ที่อุณหภูมิธรรมดา หรือเก็บไว้ในตู้เย็น	1) หยิบซองออกมาจากถ้วย 2) ฉีกซองและเทใส่ถ้วย 3) ชงพร้อมดื่ม	1) ทิ้งซองที่บริโภคหมดแล้ว 2) ทิ้งถ้วยที่บริโภคหมดแล้ว

กลุ่มอาหารเช้า

1. โจ๊กข้าวกล้อง

ก่อนบริโภค	ขณะบริโภค	หลังบริโภค
ขนาดบรรจุ 150 กรัม : กล้อง 1) เก็บไว้ในตู้เย็น	1) หยิบช้อนออกมาจากกล้อง 1 ช้อน 2) ฉีกซองและเทใส่ถ้วย ซึ่งมีขนาดบรรจุพอดีสำหรับ 1 คน ต่อ 1 ช้อน 3) ชงเครื่องดื่มในน้ำร้อนทาน	1) ทิ้งซองที่บริโภคหมดแล้ว 2) เก็บซองอื่นๆที่ยังไม่ได้บริโภคไว้ในตู้เย็น
ขนาดบรรจุ 30 กรัม : ถ้วย 1) เก็บไว้ในตู้เย็น หรือเก็บไว้ในตู้เย็น	1) เปิดฝาถ้วย 2) ชงเครื่องดื่มในน้ำร้อนทาน	1) ทิ้งถ้วยที่บริโภคหมดแล้ว

2. แผ่นธัญญาหารกรอบ

ก่อนบริโภค	ขณะบริโภค	หลังบริโภค
ขนาดบรรจุ 340 กรัม : ซอง 1) เก็บไว้ในตู้เย็น	1) เปิดซองออกมาจากกล้อง 2) ใช้ช้อนตักเทใส่ถ้วย 3) ชงเครื่องดื่มพร้อมนม	1) เก็บไว้ในตู้เย็น 2) ทิ้งกล่องและซองเมื่อบริโภคหมด
ขนาดบรรจุ 30 กรัม : ถาด 1) เก็บไว้ในตู้เย็น หรือเก็บไว้ในตู้เย็น	1) เปิดฝาถาด 2) เทนมรับประทานได้ทันที	1) ทิ้งถาดที่บริโภคหมดแล้ว

กลุ่มขนมคบเคี้ยว

1. แท่งธัญญาหาร

ก่อนบริโภค	ขณะบริโภค	หลังบริโภค
ขนาดบรรจุ 170 กรัม : กล่อง (ภายในบรรจุซอง35g 5ซอง) 1) เก็บไว้ที่อุณหภูมิธรรมดา	1) หยิบซองออกมาจากกล่อง1ซอง 2) รับประทานได้ทันที	1) ทิ้งซองที่บริโภคหมดแล้ว

2. ผลไม้อบกรอบ

ก่อนบริโภค	ขณะบริโภค	หลังบริโภค
ขนาดบรรจุ 80 กรัม : ขวด 1) เก็บไว้ที่อุณหภูมิธรรมดา หรือเก็บไว้ในตู้เย็น	1) เปิดฝาขวด 2) รับประทานได้ทันที	1) ปิดฝาขวด 2) หากบริโภคหมดแล้ว ผู้บริโภคมักจะเก็บขวดไว้ใช้ งาน ต่อไป

กลุ่มเครื่องดื่ม

1. น้ำเพื่อสุขภาพ

ก่อนบริโภค	ขณะบริโภค	หลังบริโภค
ขนาดบรรจุ 750 กรัม : ขวด 1) เก็บไว้ที่อุณหภูมิธรรมดา หรือเก็บไว้ในตู้เย็น	1) เปิดฝาขวด 2) บริโภคได้ทันที	1) ปิดฝาขวด 2) หากบริโภคหมดแล้ว ผู้บริโภคมักจะเก็บขวดไว้ใช้ งาน ต่อไป

กลุ่มเครื่องเทศ

1. เครื่องปรุงรส

ก่อนบริโภค	ขณะบริโภค	หลังบริโภค
ขนาดบรรจุ 50 กรัม : กระปุก 1) เก็บไว้ที่อุณหภูมิธรรมดา	1) เปิดฝากระปุก 2) โรยได้ทันที	1) ปิดฝากระปุก 2) หากบริโภคหมดแล้ว นำกระปุก ไปทิ้ง

กลุ่มของฝาก

1. ชุดธัญญาหารพร้อมชง

ก่อนบริโภค	ขณะบริโภค	หลังบริโภค
ขนาดบรรจุ 900 กรัม : กล่อง (ภายในบรรจุซอง 30g 30ซอง) 1) เก็บไว้ที่อุณหภูมิธรรมดา	1) หยิบซองออกมาจากกล่อง 1 ซอง 2) ฉีกซองและเทใส่แก้ว ซึ่งมีขนาด บรรจุพอดีสำหรับ 1 คน ต่อ 1 ซอง 3) ชงเครื่องดื่มทาน	1) ทิ้งซองที่บริโภคหมดแล้ว 2) เก็บซองอื่น ๆ ที่ยังไม่ได้ บริโภคไว้ที่อุณหภูมิธรรมดา

กลุ่มอาหารเด็ก

1. อาหารเสริมพร้อมซงสำหรับเด็กอ่อน

ก่อนบริโภคร	ขณะบริโภคร	หลังบริโภคร
ขนาดบรรจุ 200 กรัม : กล่อง (ภายในบรรจุซง 40g 4ซง) 1) เก็บไว้ที่อุณหภูมิธรรมดาค	1) หยิบซงออกมาจากกล่อง 1ซง 2) ฉีกซงและเทใส่ถ้วย ซึ่งมีขนาดบรรจุพอดีสำหรับ 1คน ต่อ 1ซง 3) ซงอาหารเสริมให้เด็กทาน	1) ทิ้งซงที่บริโภครหมดแล้ว 2) เก็บซงอื่นๆที่ยังไม่ได้บริโภครไว้ ที่อุณหภูมิธรรมดาค 3) กล่องสามารถนำมาพับเป็นรูปต่างๆเพื่อเสริมสร้างพัฒนาการเด็ก

2. ชุดอาหารเข้าผ่านธัญญาหารอบกรอบพร้อมนมข้าวยาคูสำหรับเด็ก

ก่อนบริโภคร	ขณะบริโภคร	หลังบริโภคร
ขนาดบรรจุ 165 กรัม : ถ้วย (ภายในบรรจุ ถาดและซง) 1) เก็บไว้ที่อุณหภูมิธรรมดาค	1) หยิบซงออกมาจากกล่อง 2) ฉีกซงและเทใส่ถาด 3) ซงกับนมพร้อมบริโภคร	1) ทิ้งซงที่บริโภครหมดแล้ว 2) ทิ้งถาดที่บริโภครหมดแล้ว 3) กล่องที่บริโภครหมดแล้วสามารถนำมาพับและประกอบกับกล่องอื่นเป็นรูปต่างๆตามจินตนาการได้

2.6.4 ทัศนคติของผู้บริโภค ที่มีต่อบรรจุภัณฑ์จากัญพืช

จากความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ประเภทซีเรียล แบ่งได้เป็น ความต้องการของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ก่อนการตัดสินใจซื้อ

1. ต้องการทราบรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ภายใน
2. ต้องการทราบคุณค่าทางโภชนาการ
3. ต้องการทราบข้อมูลสำคัญ เช่น วันผลิต หมดอายุ ปริมาณสุทธิ เป็นต้น
4. บรรจุภัณฑ์ที่แสดงความแตกต่างของสินค้าอย่างชัดเจน
5. บรรจุภัณฑ์ที่ปิดผนึกได้ดี กันการเปิดผนึกก่อน
6. บรรจุภัณฑ์สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้ดี ไม่เกิดการเสียหายของผลิตภัณฑ์ภายใน เช่น แดกหัก
7. มีรูปแบบที่ดูน่ารับประทาน
8. มีขนาดไม่ใหญ่จนเกินไป

ความต้องการของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์หลังการตัดสินใจซื้อ

1. มีคำอธิบายวิธีการรับประทานอย่างชัดเจน
2. บรรจุภัณฑ์สามารถใช้งานได้ง่าย สะดวก ง่ายเมื่อเปิดและปิด
3. บรรจุภัณฑ์เอื้ออำนวยความสะดวกต่อการรับประทานในช่วงที่รีบ
4. บรรจุภัณฑ์สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ตลอดอายุการบริโภค
5. มีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดูสวยงาม

2.6.5 วิเคราะห์และสรุปผลความต้องการของผู้บริโภคที่มีผลต่อการออกแบบ

จากการศึกษาพฤติกรรมต่างๆของผู้บริโภค จึงสามารถสรุปความต้องการและวิเคราะห์แนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ได้ดังนี้ คือ

สรุปความต้องการและแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ด้านโครงสร้าง

1. สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้ทั้งก่อนและหลังซื้อ ตลอดอายุการใช้งาน
2. ใช้งานได้ง่าย สะดวก
3. ต้องการทราบลักษณะหน้าตาของสินค้าภายใน
4. รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดูสวยงาม เหมาะกับการใช้งาน
5. รูปแบบบรรจุภัณฑ์สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ

สรุปความต้องการและแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ด้านกราฟิก

1. ต้องการทราบคุณสมบัติประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ รวมถึงคุณค่าทางสารอาหารที่ได้รับ
2. ต้องการทราบรายละเอียดต่างๆเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
3. แยกความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ได้โดยง่าย ไม่สับสน
4. มีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค

2.7 ข้อมูลด้านวัสดุ และกรรมวิธีการผลิต

2.7.1 วัสดุและกรรมวิธีในการผลิตที่เกี่ยวข้อง

วัสดุและกรรมวิธีที่เกี่ยวข้องในการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก

1. โพลีเอทิลีน (Polyethylene-PE)

PE นับเป็นพลาสติกที่นิยมใช้กันมากที่สุด และยังมีราคาถูก ทั้งนี้สืบเนื่องมาจาก PE มีจุดหลอมเหลวต่ำเมื่อเทียบกับพลาสติกอื่นๆ ทำให้มีต้นทุนในการผลิตต่ำ PE แบ่งเป็น 3 ประเภท ตามความหนาแน่น คือ

1.1 โพลีเอทิลีนความหนาแน่นต่ำ (Low Density Polyethylene หรือ LDPE)

ความหนาแน่น 0.910-0.925 กรัมต่อลูกบาศก์เซนติเมตร

1.2 โพลีเอทิลีนความหนาแน่นปานกลาง (Medium Density Polyethylene หรือ MDPE) ความหนาแน่น 0.926-0.940 กรัมต่อลูกบาศก์เซนติเมตร

1.3 โพลีเอทิลีนความหนาแน่นสูง (High Density Polyethylene หรือ HDPE)

ความหนาแน่น 0.941-0.965 กรัมต่อลูกบาศก์เซนติเมตร

LDPE เป็นพลาสติกที่ใช้กันแพร่หลาย มีชื่อสามัญว่า ถุงเย็น มักใช้ทำถุงฟิล์มหัด และฟิล์มยืด ขวดน้ำดื่ม และฝาขวด เป็นต้น เนื่องจากสามารถยืดตัวได้ดี ทนต่อการทิ่มทะลุและการฉีกขาดพร้อมทั้งสามารถใช้ความร้อนในการเชื่อมติดผนึกได้ดี สามารถป้องกันความชื้นได้ดีพอสมควร ข้อเสียของ LDPE คือ ไขมันสามารถซึมผ่านได้ง่ายแต่จะทนต่อกรดและด่างต่างๆ ไป นอกจากนี้ LDPE ยังมีคุณสมบัติในการดึงดูดฝุ่นละอองในอากาศ ทำให้มักมีฝุ่นละอองเกาะตามผิวของบรรจุภัณฑ์ที่ทำด้วย LDPE เมื่อตั้งทิ้งไว้นานๆ

LLDPE นิยมใช้เป็นชั้นป้องกันความชื้นโดยมักใช้ในการเคลือบผิว PE ด้วยคุณสมบัติที่เหนือกว่า ทำให้ LLDPE สามารถชิงตลาดของ LDPE มาครองได้ แต่ด้วยจุดอ่อนของ LLDPE ที่มีความขุ่นของเนื้อพลาสติกมากกว่า LDPE นั้น จึงนิยมผสมเม็ดพลาสติกทั้ง 2 ชนิดเข้าด้วยกันได้พลาสติกชนิดใหม่มีความหนาแน่นสูง นั่นก็คือ HDPE ซึ่งโดยมากจะใช้เป่าขวด เนื่องจากเป็นพลาสติกที่มีความเหนียวและสามารถทนต่อการซึมผ่านได้ดีกว่า

แม้ PE แต่ละชนิด จะมีความหนาแน่น ในระดับต่างๆ กัน แต่ก็ยังไม่สามารถป้องกันการซึมผ่านของก๊าซได้ดีเท่าที่ควร แต่จากการใช้ HDPE มาแทนที่ LDPE นั้น ทำให้สามารถลดน้ำหนักของขวดลงได้มากกว่า 40% เนื่องจากสามารถเป่าขวดที่มีผิวบางกว่าได้ นอกจากนี้ HDPE ยังสามารถใช้เป่าเป็นฟิล์ม หรือทำเป็นภาชนะที่ไม่ต้องการความใสมากนักอีกด้วย

2. โพลีโพรพิลีน (Polypropylene-PP)

PP มักจะรู้จักกันในนามของถุงร้าน ด้วยคุณสมบัติเด่นของ PP ซึ่งมีความใสและสามารถป้องกันความชื้นได้ดี มากกว่าครึ่งของ PP ถูกใช้ไปในรูปของฟิล์ม อย่างไรก็ตาม คุณสมบัติการป้องกันการอากาศซึมผ่านของ PP นั้นยังด้อยกว่าพลาสติกชนิดอื่น เนื่องจากอุณหภูมิในการหลอมละลายนั้นอยู่ในช่วงสั้น ซึ่งทำให้ PP เชื่อมติดได้ยากโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ฟิล์มประเภท OPP ที่มีการจัดเรียงโมเลกุลในทิศทางเดียวกันจะไม่สามารถเชื่อมติดได้เลย นอกจากนี้ คุณสมบัติเด่นอีกประการของ PP คือ มีจุดหลอมเหลวสูง ทำให้สามารถใช้เป็นบรรจุภัณฑ์อาหารสำหรับการบรรจุในขณะที่ยังร้อนได้อีกด้วย

3. โพลีเอททิลีน เทเรฟทาเลต (Polypropylene Terephthalate-PET)

PET มีคุณสมบัติที่เด่นในด้านความใสแวววับ ทำให้ได้รับความนิยมในการบรรจุ น้ำมันพืชและน้ำดื่มPET ในรูปของฟิล์มนั้นก็มีคุณสมบัติป้องกันการซึมผ่านของอากาศได้ดี จึงมีการนำไปเคลือบซ้อนกันหลายชั้น เพื่อทำเป็นซองสำหรับบรรจุอาหารที่มีความไวต่อก๊าซ เช่น อาหารขบเคี้ยว เป็นต้น นอกจากนี้ ฟิล์ม PET ยังมีคุณสมบัติเด่นอีกหลายประการ เช่น ทนต่อการขีดข่วนและแรงกระแทกเสียดสีได้ดี จุดหลอมเหลวสูง แต่มีข้อด้อย คือ ไม่สามารถปิดผนึกได้ด้วยความร้อนและเปิดฉีกยาก ทำให้โอกาสในการใช้ PET เพียงอย่างเดียวมีน้อยมาก แต่มักใช้เคลือบชั้นร่วมกับพลาสติกอื่นๆ นอกจากขวดและฟิล์มแล้ว PET ยังสามารถนำมาขึ้นรูปเป็นถาด ในแง่ของสิ่งแวดล้อม PET เป็นหนึ่งในพลาสติกเพียงไม่กี่ประเภท ที่สามารถเปลี่ยนกลับมาเป็นพลาสติกที่เป็นโมโนเมอร์(Monomer)และทำการผลิตใหม่ได้ วัสดุPET มีคุณภาพที่ดีและมีมูลค่าค่อนข้างสูง สามารถนำกลับมาใช้ใหม่เพื่อผลิตสินค้าประเภทอื่นได้ ด้วยเหตุผลดังกล่าวนี้ ทำให้ขวด PET ได้รับความนิยมมากขึ้น และสามารถแย่งตลาดขวด PVC มาครองได้ นอกจากนี้ยังนิยมใช้ทำบรรจุภัณฑ์แบบการ์ด

4. โพลีไวนิลคลอไรด์ (Polyvinylchloride-PVC)

PVC เป็นพลาสติกที่สามารถแปรเปลี่ยนคุณสมบัติได้ โดยการเติมสารเคมีปรุงแต่ง ทำให้ PVC นิยมใช้ในอุตสาหกรรมประเภทอื่นๆ มากกว่าอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ โดยมักใช้ในรูปแบบของขวด ฟิล์มและแผ่น แม้ครั้งหนึ่งจะเคยมีข่าวการเลิกใช้ PVC ในบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากมีสารตกค้างของไวนิลคลอไรด์ ซึ่งอาจก่อให้เกิดมะเร็งในตับได้ แต่ด้วยวิวัฒนาการด้านเทคโนโลยีการผลิตในปัจจุบัน ทำให้สามารถผลิต PVC ที่มีไวนิลคลอไรด์ตกค้างน้อยได้ ส่งผลให้บรรจุภัณฑ์ที่ทำจาก PVC นั้นปลอดภัยต่อผู้บริโภค การผลิตฟิล์ม PVC นั้นจะยากกว่าฟิล์ม PE หรือ PP จุดเด่น

ของฟิล์มPVC คือ ทนต่อน้ำมันและสามารถป้องกันกลิ่นได้ดี โส แข็งแรงรวมทั้ง ทนทานต่อการเสียดสี ความต้านทานต่อการซึมผ่านของความชื้นอยู่ในระดับปาน กลาง อุณหภูมิการใช้งาน PVC ไม่เกิน 90 °c และที่อุณหภูมิเกินกว่า 137 °c จะ เริ่มเปลี่ยนคุณสมบัติ ขวด PVC สามารถใช้แทนที่ขวดแก้วได้ ทั้งยังเบากว่าและตก ไม่แตกแต่ในระยะหลังถูกแย่งตลาดโดยขวด PET เนื่องด้วยเหตุผลทางด้าน สิ่งแวดล้อมตั้งแต่ได้กล่าวมาแล้ว ส่วนแผ่น PVC มักใช้กับบรรจุภัณฑ์แบบการ์ด ประเภท บลิสเตอร์ แพ็ค(Blister Pack) เนื่องจากความใสและเหนียว

5. โพลิสไตรีน (Polystyrene-Ps)

PS พลาสติกจำพวก PS ใช้ผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์ โดยการอัดขึ้นรูปด้วยความร้อน เป็นรูปถ้วย รูปภาชนะ ในกรณีที่มีการเติมสารฟองตัว PS จะสามารถผลิตออกมาเป็น โฟมที่เรียกว่า EPS ซึ่งนำมาใช้เป็นวัสดุป้องกันการสั่นกระแทกได้ เมื่อทำเป็นฟิล์ม จะมีความใสมาก แต่เนื่องจากฉีกขาดได้ง่าย รวมถึงป้องกันการซึมผ่านของ ความชื้นและก๊าซได้ต่ำกว่าการใช้ฟิล์ม PS ดังนั้นการใช้งานจึงถูกจำกัดอยู่เพียง การใช้ห่อสินค้าหรือทำเป็น บลิสเตอร์ แพ็ค เท่านั้น ส่วนภาชนะที่ทำจากแผ่น PS จะมีความใสและแข็งแรงพอสมควรในสภาวะปกติ PS จะเปราะ จึงมีการพัฒนา โดยการผสมสารบางชนิดเพื่อเพิ่มความแข็งแรง

พลาสติกที่กล่าวมาทั้ง 5 ประเภทนี้ เป็นพลาสติกที่นิยมใช้ในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ โดย นอกจากพลาสติกดังกล่าวแล้ว ยังมีพลาสติกบางประเภท เช่น Polycarbonate (PC), Cellulose เป็นต้น ที่มีการใช้งาน แต่เป็นการใช้ในปริมาณน้อย หรือไม่เป็นที่นิยม จึงขอละไว้ไม่กล่าวถึงใน ที่นี้

กรรมวิธีผลิตขวดพลาสติก

ขวดพลาสติกสามารถผลิตได้หลายวิธี ดังนี้

1. injection Molding

คือ การอัดแบบฉีด มีหลักการที่สำคัญคือ ให้ความร้อนแก่พลาสติกจนหลอมเหลวภายใน กระบอกสูบ แล้วใช้แรงอัดเข้าไปในแม่แบบ(Mold) ซึ่งมีการหล่อเย็นเตรียมไว้ เมื่อพลาสติกฟอง ตัวจนเต็มแบบก็จะแข็งตัว จากนั้นจึงเปิดแบบเพื่อนำชิ้นงานออก

2. Blow Molding

ผลิตโดยใช้กรรมวิธีการเป่า กล่าวคือ เมื่อพลาสติกหลอมเหลวแล้ว จะถูกอัดเป็นรูปหลอดที่มี ผนังหนา เรียกว่า ยาง (Parison) หลังจากนั้น จึงเป่าลมเข้าสู่หลอด ช่วงที่หลอดอยู่ในแม่พิมพ์ (Mold) ด้วยอัตราเร็วและเวลาที่กำหนด โดยที่แม่พิมพ์จะหมุนไปโดยรอบ สามารถทำแม่พิมพ์ให้ เป็นรูปร่างต่าง ๆ ได้ตามความต้องการ วิธีนี้มีข้อดี คือ มีปริมาณการผลิตที่สูง เครื่องจักรที่ใช้มี

ราคาไม่สูงนัก และมีให้เลือกหลายชนิด แต่มีข้อเสียที่ว่า เมื่อนำเศษที่เหลือมาหลอมใช้อีก จะได้ขวดที่มีผนังไม่สม่ำเสมอ ขวดที่ได้จากกรรมวิธีการเป่าจะมีรอยแนวจากการประกบแม่พิมพ์ ลักษณะเป็นเส้นตรงอยู่โดยรอบขวด

3. injection Blow Molding

กรรมวิธีในการผลิตแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน คือ ขั้นแรก ทำพลาสติกให้เป็นหลอด (Parison) เช่นเดียวกับวิธี Blow Molding โดยมีการฉีดส่วนเกลียวของขวดด้วย ขั้นที่สอง คือการเป่าหลอดดังกล่าวให้เป็นรูปร่างตามแม่พิมพ์ วิธีนี้ทำให้ได้ขวดที่มีขนาดเที่ยงตรงมาก รวมทั้งมีผนังขวดที่สม่ำเสมอ เหมาะกับการผลิตในปริมาณน้อย แต่มีข้อเสีย คือ การลงทุนค่าเครื่องจักรที่ค่อนข้างสูง ขวดที่ผลิตด้วยวิธีนี้ จะสังเกตเห็นรูกลมๆ อยู่ด้านใต้ของขวด

4. Stretched Blow Molding

วิธีคือการทำแบบให้มีรูปร่างเหมือนหลอดก่อน จากนั้นหลอมหลอดด้วยความร้อน แล้วเป่าให้มีรูปร่างเหมือนในแบบอีกครั้งหนึ่ง วิธีนี้ช่วยให้ได้ขวดที่มีน้ำหนักเบา แข็งแรง สามารถรับแรงกระแทกได้ดี รวมทั้งคอขวดที่มีขนาดที่เที่ยงตรงและสม่ำเสมอ วิธีนี้ใช้ทำขวด PET ขนาด 1.5 และ 2 ลิตร สำหรับบรรจุน้ำอัดลม และยังใช้กับพลาสติกชนิดอื่น ได้แก่ PVC, PS และ PP เป็นต้น วิธีการนี้ ได้พัฒนาขึ้นในขั้นแรกเพื่อทำขวด PVC ขนาด 1 ลิตร ซึ่งใช้วัสดุน้อยกว่าขวดที่ผลิตด้วยวิธี Blow Molding ซึ่งมีน้ำหนักมากกว่าถึงร้อยละ 30 ขวดที่ผลิตด้วยวิธี Stretched Blow Molding นั้นจะใสกว่าและมีคุณสมบัติในการต้านแรงกระแทกที่สูงกว่า นอกจากนั้น ยังสามารถป้องกันการซึมผ่านของน้ำและอากาศได้ดีกว่าด้วยเช่นกัน

วัสดุ และกรรมวิธีการผลิต ฝาปิดพลาสติก (Plastic closure)

การทำฝาปิดมักใช้วิธีฉีดแบบเป็นส่วนใหญ่ มีส่วนน้อยใช้วิธีขึ้นรูปด้วยความร้อน PE และ PP มีการใช้มากที่สุด คือใช้ถึงร้อยละ 90

- ฝา PP : มีการต้านทานต่อการแตกร้าวสูง เหมาะที่จะใช้ทำฝาประเภทพับได้ มีความต้านทานต่อการดกกระแทกต่ำ แต่อาจปรับปรุงให้ดีขึ้นโดยผสมพลาสติกชนิดอื่นลงไป มีความทนทานดีเลิศต่อกรด ต่าง ไขมัน น้ำมัน และสารละลายส่วนมากที่อุณหภูมิปกติ ทนต่อความร้อนสูงจึงเหมาะที่จะใช้กับผลิตภัณฑ์ที่ฆ่าเชื้อด้วยความร้อน แต่จะแตกง่ายที่อุณหภูมิต่ำ PP พิมพ์ได้ดีกว่า PE แต่ทั้งสองชนิดยังด้อยกว่า PS หรือพลาสติกกลุ่มเทอร์โมเซต ในสภาพที่เป็นพลาสติกแข็งซึ่งสามารถพิมพ์ลายนูนหรือลายเว้าได้ดี
- ฝา LDPE : พลาสติกชนิดนี้มีการยืดหยุ่นดี ไม่มีรส ไม่มีกลิ่น ป้องกันความชื้นได้ดี แต่ป้องกันก๊าซไม่ดี มีราคาถูก และผลิตโดยการอัดแบบชนิดได้เร็ว ทนต่อการแตกร้าวได้ดี
- ฝา HDPE : หากเปรียบเทียบกับ LDPE แล้ว HDPE จะแข็งแรงและเหนียวกว่า ไม่มีรส ไม่มีกลิ่น โดยทั่วไปจะต้านทานต่อการแตกร้าวได้ ทนความร้อนและป้องกัน

ความชื้นและก๊าซได้ดีกว่า LDPE นอกจากนั้นยังมีราคาถูก (แพงกว่า LDPE เล็กน้อย)

- ฝา PS : ใช้ทำฝาเพียงร้อยละ 10 เนื่องจากเปราะบาง ทนความร้อนต่ำ ไม่ทนต่อสารเคมีไม่เป็นตัวกันความชื้นและก๊าซที่ดี เทอร์มอเซท สารผสมฟีนอลิกและยูเรีย มีความทนทาน ต่อสารเคมีและความร้อนสูง บางชนิดทนต่ออุณหภูมิต่ำโดยไม่แตกหรืออุณหภูมิสูงกว่า 149 °c มีน้ำหนักมาก ไม่อาจให้สีสันสวยงามนอกจากการตกแต่งด้วยสีเงิน และสีทอง การทำฝาปิดมักใช้วิธีอัดแบบ และใช้เวลานานกว่าพลาสติกชนิดเทอร์โมพลาสติก
- ฝาฟีนอลิก : ทำด้วยฟีนอล – ฟอรัลดีไฮด์ แข็งและแน่น มีความเหนียวสูง แต่แตกง่ายคุณสมบัติขึ้นอยู่กับสารอื่นๆ ที่เติมเข้าไปเพื่อช่วยให้คุณสมบัติดีขึ้น มีความต้านทานต่อการกัดและต่างเจือจางบางชนิดแต่ไม่ทนต่อการกรด ทนต่อความร้อนได้ มีสีดำและสีน้ำตาลเท่านั้น ราคาถูกกว่ายูเรีย
- ฝายูเรีย : วัสดุที่ใช้ทำฝาคือ ยูเรียฟอรัลดีไฮด์ มีคุณสมบัติแข็ง คงรูปดีเลิศ ไม่มีรอยขีดข่วน ทนต่อสารเคมี โดยเฉพาะสารละลายอินทรีย์ แต่ไม่ทนต่อด่างหรือกรดเข้มข้น ทนต่อน้ำมันและไขมัน ทนต่ออุณหภูมิสูง เมื่อเทียบกับพลาสติกชนิดอื่นๆ

การออกแบบเกลียวพลาสติก (Design of Threads)

เกลียวที่ใช้ในพลาสติกมีความมุ่งหมายเพียงเพื่อการประกอบต่อชิ้นส่วนเข้าด้วยกัน เพื่อล็อกพลาสติกกับอุปกรณ์อื่นๆ ที่ไม่ใช่พลาสติก ทั้งนี้โดยมุ่งประโยชน์ในการถอดเข้าออกได้ง่ายและสะดวก ส่วนประโยชน์อื่นๆ ที่อาจตามมานั้น เป็นเพียงผลพลอยได้เท่านั้น

การทำเกลียวกับวัสดุพลาสติก มีกรรมวิธีทำได้หลายอย่างคือ

- 1) โดยการขั้วเกลียว (Tapped)
- 2) โดยการหล่อ ฉีด ปั้นขึ้นรูปจากแม่พิมพ์
- 3) โดยใช้เกลียวโลหะเสริมด้วยกรรมวิธี Insertion
- 4) โดยการนำเกลียวโลหะมาต่อกับพลาสติกด้วยวิธีการติดกาว หรือสวมใส่ภายหลังที่พลาสติกนั้นได้ทำสำเร็จรูปออกมาแล้ว

เกลียวมาตรฐาน

เกลียวมาตรฐานในงานพลาสติกมีอยู่ 7 ชนิด คือ

- 1) Unified Screw Thread
- 2) American Standard
- 3) Square
- 4) Acme
- 5) Buttress

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกา138ไปใช้

6) Bottle

7) Shape ' V

เกลียวทั้ง 7 ชนิดจะมี "Fitting" (หมายถึงความแน่นกับหลอมของเกลียว) แบ่งลักษณะออกไปได้ 4 Class ด้วยกันคือ

Class 1 : หมายถึง ลักษณะเกลียวหลวม เพื่อสะดวกแก่การไขเข้าออกที่รวดเร็ว สะดวกสบาย เรียกว่า Lose fit

Class 2 : หมายถึง ลักษณะเกลียวหลวมปานกลาง เหมาะสำหรับใช้เชื่อมต่อนั้น ส่วนที่ไม่ใช่วัสดุชนิดเดียวกัน เพื่อประโยชน์ในการถอดสับเปลี่ยนได้ง่าย เรียกว่า Moderate fit

Class 3 : หมายถึง ลักษณะเกลียวที่มีความคับปานกลาง เกลียวลักษณะนี้อาจใช้หวังผลป้องกันการรั่วซึมของของเหลวได้ประมาณ 70% แต่ไม่สามารถป้องกันการรั่วซึมของของเหลวที่มีแรงดันได้ เรียกว่า Semiprecision fit

Class 4 : หมายถึง ลักษณะเกลียวที่มีความคับมาก เกลียวนี้ใช้งานได้เพียงครั้งเดียว กล่าวคือ มักใช้ในงานที่สวมตาย เพราะเมื่อถอดออกเกลียวจะสูญเสียความคับแน่น มีพลาสติกบางชนิดเท่านั้นที่สามารถทำเกลียว Class 4 ได้ แต่ส่วนมากพลาสติกไม่สามารถรับแรงได้สูงพอ สำหรับเกลียวลักษณะนี้ ดังนั้นจึงไม่สมควรนำมาใช้ในงานพลาสติก นอกจากในกรณีพิเศษ ซึ่งมีความจำเป็นเฉพาะอย่างเท่านั้น

ในการออกแบบเกลียวพลาสติกใช้ในผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมโดยทั่วไป ควรใช้เพียง Class 1 ถึง 2 เท่านั้น ส่วน Class 3 จะนำมาใช้ในกรณีจำเป็น และหลีกเลี่ยง Class 4

การใช้งานกับการออกแบบ

1) Unified Screw Thread

เป็นเกลียวที่นิยมใช้กับวัสดุพลาสติกมากที่สุด และใช้ได้กับพลาสติกแทบทุกชนิดที่มีความแข็งตัวพอสมควร ลักษณะเกลียวคล้ายกับเกลียว American Standard ผิดกันตรงที่ "root" ของ Thread ซึ่งจะเป็นลักษณะโค้งแทนที่จะเป็นเหลี่ยม ลักษณะของ root แบบนี้ช่วยให้การฉีดพลาสติกเข้าแม่พิมพ์ทำได้ง่ายยิ่งขึ้น ดังนั้นเกลียวชนิดนี้จึงนิยมใช้ในการผลิตแบบหล่อหรือฉีดแม่พิมพ์ สามารถใช้ทำได้กับพลาสติก TP และ TS เกลียวชนิดนี้ให้ความคับได้สนิทแน่นดีพอสมควร ตัวอย่าง เช่น ฝาขวดยาต่างๆ ไป (ที่มีเกลียวตัวผู้และตัวเมียเป็นพลาสติก) การออกแบบเกลียวเพื่อกรรมวิธีการผลิตแบบหล่อ หรือฉีดแม่พิมพ์แนะนำใช้สัดส่วน ดังนี้

2) American Standard

เป็นเกลียวที่นิยมใช้กันมากอีกแบบหนึ่ง เช่นเดียวกับเกลียวแบบ Unified Screw Thread ส่วนใหญ่นิยมใช้ในงานพลาสติกโดยกรรมวิธีการผลิตแบบหล่อ ฉีดแม่พิมพ์ และแบบขวนเกลียวเอาภายหลัง ใช้ได้ทั้งพลาสติก TP และ TS เป็นเกลียวที่สามารถถอดใส่ได้ง่ายและรวดเร็ว การออกแบบควรใช้สัดส่วน ดังนี้

3) Square Thread

เป็นเกลียวที่นิยมใช้เมื่อต้องการใช้งานที่มีแรงดึงมากๆ (Strength) เช่น เกลียวไขท่อน้ำ การออกแบบใช้สัดส่วนเกี่ยวกับการออกแบบ Square Thread มาตรฐาน

4) Acme Thread

นิยมใช้เช่นเดียวกับ Square Thread แต่เกลียวชนิดนี้มีความสะดวกและง่ายมากกว่าในการหล่อ และฉีดแม่พิมพ์ ตัวอย่างของเกลียวชนิดนี้ได้แก่ ฝาปิดแม่ปั๊ม น้ำ ความดันสูง

5) Buttress Thread

เป็นเกลียวที่ใช้สำหรับงานที่มีแรงกระทำไปในทิศทางเดียวเท่านั้น (ตามแนวแกนกลางของเกลียว) ตัวอย่าง เช่น ฝาจุกหลอดยาสีฟัน

6) Bottle Thread

เกลียวชนิดนี้นิยมใช้กับวัสดุที่เป็นแก้ว เป็นเกลียวที่ง่ายและสะดวกในการปิดเปิด เกลียวชนิดนี้จะใช้ให้ปิดแน่นมากไม่ได้ เพราะมันสามารถป็นเกลียวได้ง่าย ไม่

สามารถรับแรงได้มากเหมือนเกลียวอื่นๆ ชนิดของพลาสติกที่จะทำเกลียวชนิดนี้จะต้องเลือกสรรให้เหมาะสม ควรเป็นพลาสติกที่มีความแข็ง เช่น Ureas, Phenclies, Polypropylene เป็นต้น ส่วนมากนิยมทำเกลียวชนิดนี้ใช้กับวัสดุที่เป็นแก้ว เช่นฝาปิดขวดแก้ว ในการทำเกลียวนี้ นิยมออกแบบให้เข้ากับเกลียวขวดแก้ว โดยทำเกลียวแบบ Half-Thread หรือ Quarter-Turn ดังนั้นเกลียวชนิดนี้จึงไม่สามารถป้องกันการรั่วซึมของของเหลวได้

7) Shape ' V Threads

เกลียวชนิดนี้ไม่นิยมใช้กับวัสดุพลาสติก ทั้งนี้เพราะปลายแหลมของฟันเกลียวเป็นจุดอ่อน และยากลำบากในการแกะแม่พิมพ์ ยากลำบากในการถอดชิ้นงานออกจากแม่พิมพ์ แต่ในบางครั้ง เมื่อความจำเป็นบังคับก็อาจจำเป็นต้องใช้เกลียวชนิดนี้ เช่นงานจำพวกท่อที่ใช้ในงานจำพวก Mechanical Assemblies เป็นต้น วัสดุพลาสติกที่ใช้ทำเกลียวนี้จำเป็นต้องเลือกสรรเป็นพิเศษ ต้องให้มีความแข็งและมีแรงยึดตัวมากๆ (ไม่เปราะแตกง่าย) เช่น ABS, Cellulosics เป็นต้น

ประเภทของกระดาษแข็ง

การแบ่งกระดาษแข็งสำหรับทำกล่องกระดาษแข็งในประเทศไทยจะยึดถือตามสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งระบุไว้ใน มอก.283-2534 เรื่องกระดาษแข็งเพื่อการพิมพ์ (Stand for Printing Paperboard) โดยจะแบ่งกระดาษแข็งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. กระดาษกล่อง (Boxboard) แบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ
 - กระดาษกล่องเคลือบ (Coated boxboard)
 - กระดาษกล่องไม่เคลือบ (Uncoated boxboard)
2. กระดาษการ์ด (Cardboard) แบ่งออกเป็น 4 ชนิด คือ
 - กระดาษการ์ดมานิลาเคลือบ (Coated manila cardboard)
 - กระดาษการ์ดมานิลาไม่เคลือบ (Uncoated manila cardboard)
 - กระดาษการ์ดไอวอรี (Art cardboard)

โดยในมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม มอก.283-2534 ได้ให้นิยามของกระดาษแข็งชนิดต่างๆ ดังนี้

1. กระดาษแข็งเพื่อการพิมพ์ ซึ่งในมาตรฐานนี้จะเรียกว่า “กระดาษแข็ง” หมายถึง กระดาษกล่อง (Boxboard) และ กระดาษการ์ด (Cardboard) ที่ทำขึ้นเพื่อให้เหมาะสมสำหรับ การพิมพ์ด้านเดียวหรือ 2 ด้าน

2. กระดาษกล่อง หมายถึง กระดาษแข็งหลายชั้น ซึ่งผิวด้านหนึ่งของกระดาษเหมาะสำหรับการพิมพ์
3. กระดาษกล่องเคลือบ (coated boxboard) หมายถึง กระดาษกล่องที่ผิวหน้าด้านที่ใช้พิมพ์เคลือบด้วยผงสี (pigment) และตัวยึด (binder) เพื่อให้ผิวเรียบ
4. กระดาษกล่องไม่เคลือบ (Uncoated boxboard) หมายถึง กระดาษกล่องที่ผิวหน้าไม่ด้าน เคลือบผงสี และตัวยึด
5. กระดาษการ์ด หมายถึง กระดาษแข็งชั้นเดียวหรือหลายชั้น ซึ่งผิวหน้าทั้ง 2 ด้านเหมาะสำหรับการพิมพ์
6. กระดาษการ์ดมานิลา (manila cardboard) หมายถึง กระดาษการ์ดหลายชั้น ซึ่งผิวหน้าทั้ง 2 ด้าน มีสมบัติเหมือนกันและเหมาะสำหรับการพิมพ์ ส่วนชั้นในมีสมบัติต่างออกไป
7. กระดาษการ์ดมานิลาเคลือบ (Coated manila cardboard) หมายถึง กระดาษการ์ดมานิลาที่ผิวหน้าทั้ง 2 ด้าน เคลือบด้วยผิวสีและตัวยึดเพื่อให้ผิวเรียบ
8. กระดาษการ์ดมานิลาไม่เคลือบ (Uncoated manila cardboard) หมายถึง กระดาษการ์ดมานิลาที่ผิวหน้าทั้ง 2 ด้าน ไม่ได้เคลือบด้วยผงสีและตัวยึด
9. กระดาษการ์ดไอวอรี (Ivory cardboard) หมายถึง กระดาษการ์ดชั้นเดียวหรือหลายชั้นที่ทุกชั้นมีคุณสมบัติเหมือนกัน
10. กระดาษการ์ดอาร์ต (art cardboard) หมายถึง กระดาษการ์ดไอวอรี ที่ผิวหน้าเคลือบด้วยผงสีและตัวยึดเพื่อให้ผิวเรียบ

2. กระดาษแข็งสำหรับทำกล่องกระดาษลูกฟูก (Container board)

2.1 Kraft Linerboard ผลิตเยื่อเคมีไม่ฟอก (Unbleached virgin pulp) 100% หรือผสมกระดาษไม่เกิน 25% นอกจากนี้บางเกรดอาจจะใช้เยื่อชั้นบนเป็นเยื่อเคมีฟอกขาว (Bleached virgin pulp)

2.2 Test Linerboard ผลิตจากกระดาษกล่องลูกฟูก หรือเศษกระดาษกราฟที่ใช้ในการทำกล่องลูกฟูก บางเกรดอาจผสมเยื่อเคมีไม่ฟอก เพื่อเพิ่มความแข็งแรงหรือใช้เยื่อชั้นบน คุณภาพดี เพื่อความสวยงาม

2.3 Corugating Medium หรือ Fluting medium โดยทั่วไปผลิตจากเศษกระดาษล้วน (100% Secondary fibers) หรือเยื่อกึ่งเคมี (Neutral Sulfite Semichemical, NSSC) ปัจจุบันกระดาษแข็งสำหรับทำกล่องลูกฟูกในประเทศไทยจะผลิตเฉพาะ Test linerboard และ Corrugating Medium เท่านั้น โดยมักจะเรียก Test linerboard ชนิดที่มีเยื่อชั้นบนทำจากเยื่อเคมี (Chemical pulp) ว่า Kraft linerboard ซึ่งถือได้ว่าไม่ถูกต้องตามนิยามข้างต้น

3. กระดาษแข็งประเภทอื่น ๆ

กระดาษแข็ง (Paperboard) ที่นอกเหนือจากการทำกล่องกระดาษแข็งและกล่องลูกฟูก เช่น กระดาษแข็งสำหรับทำแกน (Core board) กระดาษแข็งสำหรับทำปกหนังสือ (Book binding) กระดาษแข็งสำหรับทำแผ่นยิปซัม (Gypsum linerboard) กระดาษแข็งสำหรับทำกระดาษปิดผนัง (Wall paper)

การพิมพ์ การตกแต่ง และการปิดฉลาก

ระบบการพิมพ์อาจมีอยู่หลายประเภท แต่ทว่าระบบการพิมพ์กว่า 80% ที่ใช้กับบรรจุภัณฑ์จะประกอบด้วย 4 ประเภท ดังนี้

1. แบบถ่ายผ่าน (Relief) ระบบพิมพ์ประเภทนี้ อาจเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า ระบบการพิมพ์พื้นนูน ได้แก่ แบบเฟล็กโซกราฟี (Flexo Graphy) แบบเลตเตอร์เพลส ซึ่งเป็นการพิมพ์โดยตรง (Direct Printing)
2. แบบแบนราบ (Plano Graphic) ที่นิยมใช้ ได้แก่ ระบบลิโทกราฟี (Lithography) หรือ แบบออฟเซตลิโทกราฟี (Offset Lithography)
3. แบบโรโตกราฟี (Rotogravure) หรือเรียกแบบย่อว่า กราฟัวร์
4. แบบไร้สัมผัส (Non-Contact) หรือแบบไม่ใช้ระบบการกดพิมพ์ เป็นระบบใหม่ที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในระยะ 10 ปีที่ผ่านมา เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ระบบการพิมพ์แต่ละแบบดังกล่าวนี้จะแตกต่างกันในแง่ของคุณลักษณะหมึกการส่งผ่านหมึก และการทำให้ติดบนสิ่งตีพิมพ์ อย่างไรก็ตาม ระบบการพิมพ์ทั้งหมดยกเว้นแบบไร้สัมผัสจะต้องใช้ตัวกลางในการส่งผ่านหมึกที่เรียกว่าแม่พิมพ์ซึ่งมีเพลท (Plate) ที่ติดอยู่

การเลือกระบบการพิมพ์ขึ้นกับปัจจัยหลายๆ ประการ แต่ปัจจัยที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

1. ปริมาณของงานพิมพ์ จำนวนสีที่พิมพ์ต่อหน่วยพื้นที่ (Impression Work) และความละเอียดของงานพิมพ์
2. งานที่ออกแบบ กราฟฟิกที่ออกแบบบนบรรจุภัณฑ์อาจจะเป็นลายเส้น (Line Work) งานพิมพ์หลายสี (Full Colour) ความเร็วของงานพิมพ์ เป็นต้น จะเลือกใช้ระบบที่แตกต่างกัน
3. สิ่งพิมพ์ (Substrate) วัสดุที่ใช้แปรรูปเป็นบรรจุภัณฑ์และใช้พิมพ์งานได้แก่ กระดาษ พลาสติก โลหะ และแก้ว การเลือกใช้วัสดุที่แตกต่างกันจะได้คุณภาพการพิมพ์ที่แตกต่างกัน เนื่องจากความสามารถในการดูดซับสีที่ไม่เหมือนกัน ความนิ่มและความแข็งแตกต่างกันจึงจำเป็นต้องใช้เครื่องพิมพ์ที่เหมาะสมกับวัสดุแต่ละประเภท
4. รูปทรงสิ่งตีพิมพ์ ซึ่งอาจจะเป็นม้วนหรือแผ่นตามที่ได้กล่าวมาแล้ว ตัวบรรจุภัณฑ์ที่จะพิมพ์อาจจะเป็นรูปทรงกลมหรือไม่เป็นรูปทรงเลขาคณิตใดๆ เลย

5. ความต้องการคุณสมบัติพิเศษอื่นๆ เช่น ป้องกันน้ำ ป้องกันสารเคมี หรือเป็นฉนวนความร้อน เป็นต้น

เครื่องปิดฉลากแบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ดังต่อไปนี้

(1) เครื่องปิดฉลากแบบทาขาวแล้วกลิ้งติด

ในกรณีบรรจุภัณฑ์เป็นทรงกลม จะใช้ความเป็นทรงกลมให้เป็นประโยชน์ โดยให้กระป๋องกลิ้งไปตามรางแล้วทาขาวลงบนตัวกระป๋อง เมื่อกลิ้งต่อไปทาบนกระป๋องจะติดเอาฉลากขึ้นมาด้วย เมื่อกลิ้งไปก่อนจะครบรอบของฉลากที่ติดมานั้นจะมีการทาขาวบนปลายฉลากอีกข้างหนึ่ง เพื่อให้บริเวณปลายอีกข้างของฉลากสามารถติดได้แน่นอนสนิท

(2) เครื่องปิดฉลากแบบทาขาวที่ฉลากแล้วส่งผ่านไปติด

เครื่องปิดฉลากบนส่วนหน้าหรือส่วนหลังของบรรจุภัณฑ์ จำพวกขวดแก้วหรือพลาสติก มีหลักการทำงานคือ ฉลากจะถูกทาขาวด้วยลูกกลิ้งก่อน แล้วจึงนำฉลากมาติดบนภาชนะในตำแหน่งที่ต้องการ เครื่องปิดฉลากแบบนี้มีหลักการทำงานแบ่งเป็น 3 แบบ

(3) เครื่องปิดฉลากสติ๊กเกอร์

ตัวฉลากจะมีราคาค่อนข้างแพง แต่มีความสะดวกในการใช้งานไม่ว่าจะติดด้วยมือหรือใช้เครื่องจักร ในกรณีใช้เครื่องจักร ฉลากจะพิมพ์มาเป็นม้วนเว้นช่วงระยะเท่าๆ กัน สืบเนื่องจากความหนาแน่นและความเหนียวของตัวฉลากกับตัวแผ่นกระดาษที่ปะอยู่ข้างหลัง เมื่อแผ่นกระดาษหมุนกลับทิศ 180 องศา จะปล่อยให้ฉลากเผยออก แล้วนำไปติดบนบรรจุภัณฑ์ด้วยลูกกลิ้งติดขาว เครื่องจักรติดฉลากประเภทนี้มีราคาไม่สูงนักและสามารถทำงานได้อย่างสะอาด นอกจากนี้ความเร็วในการติดฉลากยังสามารถทำได้สูงถึงหลายร้อยขวดต่อนาที

การบรรจุ การชั่ง ตวง วัด

ระบบการบรรจุ – เติมผลิตภัณฑ์ลงในบรรจุภัณฑ์

การบรรจุของเหลวลงในบรรจุภัณฑ์สามารถบรรจุได้ 2 ประเภท

1. การบรรจุแบบระดับคงที่

จะใช้ผลิตภัณฑ์ของเหลวที่มีราคาต่ำจนถึงปานกลางซึ่งปริมาณที่ถูกต้องไม่สำคัญนัก การบรรจุแบบระดับคงที่นี้สามารถสังเกตโดยใช้สายดาววัดระดับ ในขณะที่เดียวกันภาชนะบรรจุจะมีปริมาตรบรรจุไม่คงที่ เนื่องจากความหนาของภาชนะไม่สม่ำเสมอ ถ้าทำการบรรจุแบบปริมาตรคงที่ ก็จะทำให้ระดับความสูงในการบรรจุ

แตกต่างกันไป ในขณะที่ผู้บริโภคมองใจที่จะซื้อภาชนะที่บรรจุในระดับเดียวกัน ด้วยเหตุนี้เลยต้องเอาใจลูกค้าให้บรรจุให้ระดับคงที่

2. การบรรจุแบบปริมาตรคงที่

ปริมาตรที่ถูกต้องของผลิตภัณฑ์จะถูกบรรจุในภาชนะที่บรรจุ โดยใช้กระบอกลูบหรือระบบการดอง ซึ่ง ระบบการบรรจุปริมาตรคงที่จะใช้กับ

- ผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูง
- ผลิตภัณฑ์ที่ขายตามน้ำหนัก
- ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคมั่นใจที่สุดท้ายต้องการน้ำหนักหรือปริมาตรที่ถูกต้อง (เช่น แม่สีของกระป๋องสี)
- ผลิตภัณฑ์ทางยาหรือสารเคมี ที่ต้องการปริมาตรการบริโภคและการใช้ที่ถูกต้อง
- ผลิตภัณฑ์ที่มีความเหนียวข้น ไม่สามารถไหลได้ด้วยตนเอง

การปิดและผนึกบรรจุภัณฑ์

เครื่องปิด (Cap Closure Machine)

ฝาที่ใช้ส่วนใหญ่แบ่งเป็น 3 ประเภท ดังนี้ คือ

- (1) ฝาจีบ (Crown Cork) เป็นฝาที่คุ้นเคยเนื่องจากใช้กับขวดน้ำอัดลมเป็นส่วนใหญ่ เครื่องจักรที่ใช้เป็นการกด (Press) บริเวณฝาที่เป็นจีบลงไปในเรื่องของปากขวด
- (2) ฝาเกลียว เป็นฝาที่ใช้กันมากในอุตสาหกรรมอาหารโดยเฉพาะอย่างยิ่งกับบรรจุภัณฑ์พลาสติก เครื่องจักรที่ใช้จะมีตัวหนีบฝา (Chuck) ให้หมุนไปตามเกลียวของขวด ในกรณีใช้ฝาลูมิเนียมกับขวดพลาสติกตัวฝาก็ไม่ได้มีเกลียวมาก่อน แต่ตัวเกลียวจะรัดฝาลูมิเนียมที่มีความนิ่มเข้ากับร่องขวด ทำให้ฝาแนบสนิทกับปากขวดแก้ว
- (3) ฝาลัก ส่วนใหญ่เป็นฝาโลหะที่มีดิ่งอยู่ใต้ฝ่า มักใช้กับขวดปากกว้างสำหรับบรรจุอาหารประเภทต่างๆ ข้อดีของฝ่าประเภทนี้ คือ หมุนฝ่าเพียงเศษ 1 ส่วน 4 รอบก็ จะสามารถปิดฝ่าได้ง่ายตายดั่งเช่นฝ่าที่มี 4Lug การเลือกใช้เครื่องจักรในการปิดฝ่า จะแปรตามประเภทของฝ่าที่ใช้ระบบการทำงานที่นิยมทั่วไป คือ ระบบตัวหนีบทำงานด้วยกลและระบบทำงานด้วยลม ระบบลมจะทำงานได้สะดวกกว่าแบบกล ปัจจุบันเครื่องเป็นแบบผสมผสานทั้ง 2 ระบบเข้าด้วยกัน

เครื่องปิดผนึกแบบร้อนและแบบเย็น (Sealing Machine Hot Seal and Cold Seal)

การปิดผนึกแบบร้อน

เครื่องปิดผนึกแบบร้อน อาจแบ่งประเภทตามความสลับซับซ้อนของเครื่องจักร โดยเริ่มจากประเภทง่าย ๆ เรียงลำดับได้ดังนี้

เครื่องปิดผนึกแบบบาร์ร้อน หลักการทำงานคล้ายเตารีดซึ่งแปลงพลังงานไฟฟ้าเป็นพลังงานความร้อน เครื่องนี้นับเป็นเครื่องที่ใช้กันมากที่สุด ก่อนปิดผนึกจะต้องจับบริเวณปากถุงให้ตั้งเรียบไว้ร่อนย่น จึงจะได้การผนึกที่สมบูรณ์

โดยปกติบาร์ร้อนจะมีเพียงด้านเดียว ด้วยการใช้แรงกดอย่างสม่ำเสมอทั้งบริเวณ เครื่องปิดผนึกแบบนี้ใช้กับพลาสติกที่มีการเคลือบหลายชั้น

เครื่องปิดผนึกแบบสานพาน (Bend Seal) ใช้ระบบการทำงานเช่นเดียวกับแบบแรก แต่มีความเร็วในการทำงานสูงกว่าและแรงดันแต่ละครั้งสม่ำเสมอ สามารถตั้งระยะขีดของสายพานลดความเร็วให้ได้ความดันใกล้เคียงกันตลอดแนวปิดผนึก ความร้อนของสายพานถูกส่งผ่านจากแผ่นความร้อนและลดความร้อน สิ่งที่พึงระวังคล้ายคลึงกับระบบแรก คือเมื่อป้อนถุงเข้าสู่เครื่องนั้น ปากซองจะต้องตั้งเรียบเพื่อให้เกิดการปิดผนึกแบบสมบูรณ์ เครื่องปิดผนึกแบบสานพานนี้จะมีกำลังผลิตสูงกว่าแบบบาร์ร้อน 3 เท่า จึงสมควรจัดหามาใช้ถ้าต้องการเพิ่มกำลังการผลิต

เครื่องปิดผนึกที่กระตุ้นด้วยไฟฟ้า (Impulse Sealer) หลักการทำงานคล้ายคลึงกับที่ได้กล่าวมาแล้ว แต่ความแตกต่างอยู่ที่บริเวณให้ความร้อน เส้นลวดที่ให้ความร้อนนี้ จะมีอุณหภูมิความร้อนหม้อมอยู่เมื่อมีกระแสไฟฟ้าไหลผ่านในระยะเวลาสั้นๆ จะแปลงเป็นความร้อนเชื่อมบริเวณปากถุงให้หลอมเหลวเป็นรอยเส้นปิดผนึกเล็กๆ เครื่องปิดผนึกระบบนี้จะมีระบบสะสมความร้อนน้อยกว่าและปริมาณความร้อนที่แน่นอนกว่าปิดผนึกแต่ละครั้ง เครื่องแบบนี้เหมาะกับการใช้งานกับพลาสติกที่ไม่มีการเคลือบ

การปิดผนึกแบบเย็น

ตามที่อธิบายมาแล้ว องค์ประกอบในการปิดผนึก ประกอบด้วยอุณหภูมิและเวลาที่ปิดผนึก แรงปิดผนึกและการเย็นตัวเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพหรือความเร็วในการปิดผนึกและยังสามารถลดการใช้พลังงานของเครื่อง ได้มีวิวัฒนาการของภาชนะในการเคลือบชั้นในของฟิล์มบรรจุภัณฑ์ โดยสามารถเปิดผนึกด้วยความร้อนที่ต่ำประมาณ 50 องศาเซลเซียส จะใช้เวลาน้อยทั้งในการผนึกและเย็นตัว แต่เพิ่มความดันมากขึ้นเป็นเท่าตัวจากความดันในระบบแบบเดิม ผลจากการใช้ระบบผนึกแบบเย็นทำให้เครื่องจักรสามารถเพิ่มความเร็วได้สูงกว่าเท่าตัว โดยสามารถห่อได้เกินกว่า 500 ซองต่อนาที โดยเฉพาะเครื่อง Form-Fill-Seal แบบแนวราบ

2.7.2 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุ

วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการบรรจุกลุ่มอาหารพร้อมซง (ธัญญาหารพร้อมซง)150

กรัม

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ primary package สำหรับ

ธัญญาหารพร้อมซง ขนาดบรรจุ 150 กรัม

วัสดุที่เหมาะสมควรมีคุณลักษณะดังนี้

- 1 สามารถป้องกันการผ่านเข้าออกของไอน้ำ และอากาศได้เหมาะสมกับอายุของผลิตภัณฑ์
- 2 สามารถป้องกันแสง
- 3 พิมพ์สีได้สวยงาม
- 4 ต้นทุนการผลิตต่ำ
- 5 สะดวกในการใช้งาน (ฉีก)

ตารางการวิเคราะห์ชนิดวัสดุที่ใช้ในการบรรจุอาหารเสริมพร้อมซง

เงื่อนไขความต้องการ	อลูมิเนียมฟอยล์	กระดาษ
ด้านการซึมผ่านของไอน้ำ	3	1
ด้านการซึมผ่านของก๊าซ	3	1
ป้องกันแสง	3	2
พิมพ์สีได้สวย	2	3
ต้นทุนการผลิตต่ำ	3	3
สะดวกต่อการใช้งาน	3	4
รวม	17	14

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

สรุปผลวิเคราะห์: เลือกใช้อลูมิเนียมฟอยล์ เพราะมีคุณสมบัติตามต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการบรรจุกลุ่มอาหารพร้อมซง (ธัญญาหารพร้อมซง)150

กรัม

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ secondary package สำหรับ

ธัญญาหารพร้อมซง ขนาดบรรจุ 150 กรัม

วัสดุที่เหมาะสมควรมีคุณลักษณะดังนี้

- 1 สามารถป้องกันการผ่านเข้าออกของไอน้ำ และอากาศได้เหมาะสมกับอายุของผลิตภัณฑ์
- 2 สวยงามเหมาะกับเป็นภาชนะบรรจุ
- 3 พิมพ์สีได้สวยงาม
- 4 ต้นทุนการผลิตต่ำ
- 5 สะดวกในการใช้งาน (แกะ)

ตารางการวิเคราะห์ชนิดวัสดุที่ใช้ในการบรรจุอาหารเสริมพร้อมซง

เงื่อนไขความต้องการ	กระดาษแข็งเคลือบ	กระดาษอาร์ตการ์ด
ด้านการซึมผ่านของไอน้ำ	4	1
ด้านการซึมผ่านของก๊าซ	3	2
สามารถพับขึ้นรูปได้ง่าย	1	4
พิมพ์สีได้สวย	2	3
ต้นทุนการผลิตต่ำ	1	3
สะดวกต่อการใช้งาน	2	4
รวม	13	17

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

สรุปผลวิเคราะห์: เลือกใช้กระดาษอาร์ตการ์ด เพราะมีคุณสมบัติตามต้องการ

วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการบรรจุกลุ่มอาหารพร้อมซง (ธัญญาหารพร้อมซง)500

กรัม

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ primary package สำหรับ

ธัญญาหารพร้อมซง ขนาดบรรจุ 500 กรัม

วัสดุที่เหมาะสมควรมีคุณลักษณะดังนี้

- 1 สามารถป้องกันการผ่านเข้าออกของไอน้ำ และอากาศได้เหมาะสมกับอายุของผลิตภัณฑ์
- 2 สามารถป้องกันแสง
- 3 พิมพ์สีได้สวยงาม
- 4 ต้นทุนการผลิตต่ำ
- 5 สะดวกในการใช้งาน (ฉีก)

ตารางการวิเคราะห์ชนิดวัสดุที่ใช้ในการบรรจุอาหารเสริมพร้อมซง

เงื่อนไขความต้องการ	แก้ว	PETE	Acrylic
ด้านการซึมผ่านของไอน้ำ	3	2	1
ด้านการซึมผ่านของก๊าซ	3	4	2
ป้องกันแสง	3	4	1
พิมพ์สีได้สวย	2	3	2
ต้นทุนการผลิตต่ำ	3	3	3
สะดวกต่อการใช้งาน	3	5	3
รวม	17	21	12

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

สรุปผลวิเคราะห์: เลือกใช้PETE เพราะมีคุณสมบัติตามต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิเคราะห์การเลือกวัสดุในการบรรจุกลุ่มอาหารพร้อมซง (ธัญญาหารพร้อมซง)30

กรัม

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ secondary package สำหรับ

ธัญญาหารพร้อมซง ขนาดบรรจุ 30 กรัม

วัสดุที่เหมาะสมควรมีคุณลักษณะดังนี้

- 1 สามารถป้องกันการผ่านเข้าออกของไอน้ำ และอากาศได้เหมาะสมกับอายุของผลิตภัณฑ์
- 2 สามารถพับขึ้นรูปได้ง่าย
- 3 พิมพ์สีได้สวยงาม
- 4 ต้นทุนการผลิตต่ำ
- 5 สะดวกในการใช้งาน (แกะ)

ตารางการวิเคราะห์ชนิดวัสดุที่ใช้ในการบรรจุอาหารเสริมพร้อมซง

เงื่อนไขความต้องการ	พลาสติก	กระดาษ	โฟม
ด้านการซึมผ่านของไอน้ำ	4	1	1
ด้านการซึมผ่านของก๊าซ	3	2	1
สามารถพับขึ้นรูปได้ง่าย	1	4	4
พิมพ์สีได้สวย	2	3	2
ต้นทุนการผลิตต่ำ	1	3	3
สะดวกต่อการใช้งาน	2	4	3
รวม	13	17	14

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

สรุปผลวิเคราะห์: เลือกใช้กระดาษ เพราะมีคุณสมบัติตามต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการบรรจุกลุ่มอาหารพร้อมซง (ธัญญาหารพร้อมซง)30 กรัม

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ primary package สำหรับ

ธัญญาหารพร้อมซง ขนาดบรรจุ 30 กรัม

วัสดุที่เหมาะสมควรมีคุณลักษณะดังนี้

- 1 สามารถป้องกันการผ่านเข้าออกของไอน้ำ และอากาศได้เหมาะสมกับอายุของผลิตภัณฑ์
- 2 สามารถป้องกันแสง
- 3 พิมพ์สีได้สวยงาม
- 4 ต้นทุนการผลิตต่ำ
- 5 สะดวกในการใช้งาน (ฉีก)

ตารางการวิเคราะห์ชนิดวัสดุที่ใช้ในการบรรจุอาหารเสริมพร้อมซง

เงื่อนไขความต้องการ	พลาสติก	กระดาษ
ด้านการซึมผ่านของไอน้ำ	3	1
ด้านการซึมผ่านของก๊าซ	3	1
ป้องกันแสง	3	2
พิมพ์สีได้สวย	2	3
ต้นทุนการผลิตต่ำ	3	3
สะดวกต่อการใช้งาน	3	4
รวม	17	14

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

สรุปผลวิเคราะห์: เลือกใช้พลาสติก เพราะมีคุณสมบัติตามต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการบรรจุกลุ่มอาหารเข้า (แผ่นธัญญาหารอบกรอบ)340

กรัม

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ primary package สำหรับ

แผ่นธัญญาหารอบกรอบ ขนาดบรรจุ 340 กรัม

วัสดุที่เหมาะสมควรมีคุณลักษณะดังนี้

- 1 สามารถป้องกันการผ่านเข้าออกของไอน้ำ และอากาศได้เหมาะสมกับอายุของผลิตภัณฑ์
- 2 สามารถป้องกันแสง
- 3 พิมพ์สีได้สวยงาม
- 4 ต้นทุนการผลิตต่ำ
- 5 สะดวกในการใช้งาน (ฉีก)

ตารางการวิเคราะห์ชนิดวัสดุที่ใช้ในการบรรจุอาหารเสริมพร้อมซง

เงื่อนไขความต้องการ	อลูมิเนียมฟอยล์	กระดาษ
ด้านการซึมผ่านของไอน้ำ	3	1
ด้านการซึมผ่านของก๊าซ	3	1
ป้องกันแสง	3	2
พิมพ์สีได้สวย	2	3
ต้นทุนการผลิตต่ำ	3	3
สะดวกต่อการใช้งาน	3	4
รวม	17	14

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

สรุปผลวิเคราะห์: เลือกใช้อลูมิเนียมฟอยล์ เพราะมีคุณสมบัติตามต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการบรรจุกลุ่มอาหารเข้า (แผ่นถัฏญญาหรรอบกรอบ)340

กรัม

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ secondary package สำหรับ

แผ่นถัฏญญาหรรอบกรอบ ขนาดบรรจุ 340 กรัม

วัสดุที่เหมาะสมควรมีคุณลักษณะดังนี้

- 1 สามารถป้องกันการผ่านเข้าออกของไอน้ำ และอากาศได้เหมาะสมกับอายุของผลิตภัณฑ์
- 2 สวยงามเหมาะกับเป็นภาชนะบรรจุ
- 3 พิมพ์สีได้สวยงาม
- 4 ต้นทุนการผลิตต่ำ
- 5 สะดวกในการใช้งาน (แกะ)

ตารางการวิเคราะห์ชนิดวัสดุที่ใช้ในการบรรจุอาหารเสริมพร้อมชง

เงื่อนไขความต้องการ	กระดาษแข็งเคลือบ	กระดาษอาร์ตการ์ด
ด้านการซึมผ่านของไอน้ำ	4	1
ด้านการซึมผ่านของก๊าซ	3	2
สามารถพับขึ้นรูปได้ง่าย	1	4
พิมพ์สีได้สวย	2	3
ต้นทุนการผลิตต่ำ	1	3
สะดวกต่อการใช้งาน	2	4
รวม	13	17

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

สรุปผลวิเคราะห์ : เลือกใช้กระดาษอาร์ตการ์ด เพราะมีคุณสมบัติตามต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการบรรจุกลุ่มอาหารเข้า (แผ่นธัญญาหารอบกรอบ)30 กรัม

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ primary package สำหรับ

แผ่นธัญญาหารอบกรอบ ขนาดบรรจุ 30 กรัม

วัสดุที่เหมาะสมควรมีคุณลักษณะดังนี้

- 1 สามารถป้องกันการผ่านเข้าออกของไอน้ำ และอากาศได้เหมาะสมกับอายุของผลิตภัณฑ์
- 2 สามารถพับขึ้นรูปได้ง่าย
- 3 พิมพ์สีได้สวยงาม
- 4 ต้นทุนการผลิตต่ำ
- 5 สะดวกในการใช้งาน (แกะ)

ตารางการวิเคราะห์ชนิดวัสดุที่ใช้ในการบรรจุอาหารเสริมพร้อมชง

เงื่อนไขความต้องการ	พลาสติก	กระดาษ
ด้านการซึมผ่านของไอน้ำ	4	1
ด้านการซึมผ่านของก๊าซ	3	2
สามารถพับขึ้นรูปได้ง่าย	1	4
พิมพ์สีได้สวย	2	3
ต้นทุนการผลิตต่ำ	1	3
สะดวกต่อการใช้งาน	2	4
รวม	13	17

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

สรุปผลวิเคราะห์: เลือกใช้กระดาษ เพราะมีคุณสมบัติตามต้องการ

วิเคราะห์การเลือกวัสดุในการบรรจุกลุ่มขนมขบเคี้ยว (แห่งธัญญาหาร) 840 กรัม

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ primary package สำหรับ

แห่งธัญญาหาร ขนาดบรรจุ 840 กรัม

วัสดุที่เหมาะสมควรมีคุณลักษณะดังนี้

- 1 สามารถป้องกันการผ่านเข้าออกของไอน้ำ และอากาศได้เหมาะสมกับอายุของผลิตภัณฑ์
- 2 สามารถป้องกันแสง
- 3 พิมพ์สีได้สวยงาม
- 4 ต้นทุนการผลิตต่ำ
- 5 สะดวกในการใช้งาน (ฉีก)

ตารางการวิเคราะห์ชนิดวัสดุที่ใช้ในการบรรจุอาหารเสริมพร้อมชง

เงื่อนไขความต้องการ	อลูมิเนียมฟอยล์	กระดาษ
ด้านการซึมผ่านของไอน้ำ	3	1
ด้านการซึมผ่านของก๊าซ	3	1
ป้องกันแสง	3	2
พิมพ์สีได้สวยงาม	2	3
ต้นทุนการผลิตต่ำ	3	3
สะดวกต่อการใช้งาน	3	4
รวม	17	14

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

สรุปผลวิเคราะห์: เลือกใช้อลูมิเนียมฟอยล์ เพราะมีคุณสมบัติตามต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการบรรจุกลุ่มขนมขบเคี้ยว (แห่งธัญญาหาร) 840 กรัม

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ secondary package สำหรับ

แห่งธัญญาหาร ขนาดบรรจุ 840 กรัม

วัสดุที่เหมาะสมควรมีคุณลักษณะดังนี้

- 1 สามารถป้องกันการผ่านเข้าออกของไอน้ำ และอากาศได้เหมาะสมกับอายุของผลิตภัณฑ์
- 2 สวยงามเหมาะสมกับเป็นภาชนะบรรจุ
- 3 พิมพ์สีได้สวยงาม
- 4 ต้นทุนการผลิตต่ำ
- 5 สะดวกในการใช้งาน (แกะ)

ตารางการวิเคราะห์ชนิดวัสดุที่ใช้ในการบรรจุอาหารเสริมพร้อมชง

เงื่อนไขความต้องการ	กระดาษแข็งเคลือบ	กระดาษอาร์ตการ์ด
ด้านการซึมผ่านของไอน้ำ	4	1
ด้านการซึมผ่านของก๊าซ	3	2
สามารถพับขึ้นรูปได้ง่าย	1	4
พิมพ์สีได้สวยงาม	2	3
ต้นทุนการผลิตต่ำ	1	3
สะดวกต่อการใช้งาน	2	4
รวม	13	17

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

สรุปผลวิเคราะห์: เลือกใช้กระดาษอาร์ตการ์ด เพราะมีคุณสมบัติตามต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการบรรจุกลุ่มขนมขบเคี้ยว (ผลไม้แผ่นอบกรอบ) 80 กรัม

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ primary package สำหรับ

ผลไม้แผ่นอบกรอบ ขนาดบรรจุ 80 กรัม

วัสดุที่เหมาะสมควรมีคุณลักษณะดังนี้

- 1 สามารถป้องกันการผ่านเข้าออกของไอน้ำ และอากาศได้เหมาะสมกับอายุของผลิตภัณฑ์
- 2 สามารถป้องกันแสง
- 3 พิมพ์สีได้สวยงาม
- 4 ต้นทุนการผลิตต่ำ
- 5 สะดวกในการใช้งาน (ฉีก)

ตารางการวิเคราะห์ชนิดวัสดุที่ใช้ในการบรรจุอาหารเสริมพร้อมซง

เงื่อนไขความต้องการ	แก้ว	PETE	Acrylic
ด้านการซึมผ่านของไอน้ำ	3	2	1
ด้านการซึมผ่านของก๊าซ	3	3	2
ป้องกันแสง	3	3	3
พิมพ์สีได้สวยงาม	2	3	1
ต้นทุนการผลิตต่ำ	3	5	4
สะดวกต่อการใช้งาน	3	4	2
รวม	17	20	13

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

สรุปผลวิเคราะห์: เลือกใช้PETE เพราะมีคุณสมบัติตามต้องการ

วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการบรรจุกลุ่มเครื่องดื่ม (น้ำเพื่อสุขภาพ) 750 กรัม

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ primary package สำหรับ

น้ำเพื่อสุขภาพ ขนาดบรรจุ 750 กรัม

วัสดุที่เหมาะสมควรมีคุณลักษณะดังนี้

- 1 สามารถป้องกันการผ่านเข้าออกของไอน้ำ และอากาศได้เหมาะสมกับอายุของผลิตภัณฑ์
- 2 สามารถป้องกันแสง
- 3 พิมพ์สีได้สวยงาม
- 4 ต้นทุนการผลิตต่ำ
- 5 สะดวกในการใช้งาน (ฉีก)

ตารางการวิเคราะห์ชนิดวัสดุที่ใช้ในการบรรจุอาหารเสริมพร้อมชง

เงื่อนไขความต้องการ	แก้ว	PETE	Acrylic
ด้านการซึมผ่านของไอน้ำ	3	2	1
ด้านการซึมผ่านของก๊าซ	3	3	2
ป้องกันแสง	3	5	3
พิมพ์สีได้สวย	2	4	4
ต้นทุนการผลิตต่ำ	3	3	3
สะดวกต่อการใช้งาน	3	5	1
รวม	17	22	14

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

สรุปผลวิเคราะห์: เลือกใช้PETE เพราะมีคุณสมบัติตามต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการบรรจุกลุ่มเครื่องเทศ (เครื่องปรุงรส) 50 กรัม

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ primary package สำหรับ

เครื่องปรุงรส ขนาดบรรจุ 50 กรัม

วัสดุที่เหมาะสมควรมีคุณลักษณะดังนี้

- 1 สามารถป้องกันการผ่านเข้าออกของไอน้ำ และอากาศได้เหมาะสมกับอายุของผลิตภัณฑ์
- 2 สามารถป้องกันแสง
- 3 พิมพ์สีได้สวยงาม
- 4 ต้นทุนการผลิตต่ำ
- 5 สะดวกในการใช้งาน (ฉีก)

ตารางการวิเคราะห์ชนิดวัสดุที่ใช้ในการบรรจุอาหารเสริมพร้อมซง

เงื่อนไขความต้องการ	แก้ว	PETE	Acrylic
ด้านการซึมผ่านของไอน้ำ	3	2	1
ด้านการซึมผ่านของก๊าซ	3	2	2
ป้องกันแสง	3	5	3
พิมพ์สีได้สวยงาม	2	4	2
ต้นทุนการผลิตต่ำ	3	3	1
สะดวกต่อการใช้งาน	3	4	3
รวม	17	20	12

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

สรุปผลวิเคราะห์: เลือกใช้PETE เพราะมีคุณสมบัติตามต้องการ

วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการบรรจุกลุ่มของฝาก (ชุดฉัญญาหารพร้อมชง) 900 กรัม

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ primary package สำหรับ

ชุดฉัญญาหารพร้อมชง ขนาดบรรจุ 30 กรัม x 30 ของ

วัสดุที่เหมาะสมควรมีคุณลักษณะดังนี้

- 1 สามารถป้องกันการผ่านเข้าออกของไอน้ำ และอากาศได้เหมาะสมกับอายุของผลิตภัณฑ์
- 2 สามารถป้องกันแสง
- 3 พิมพ์สีได้สวยงาม
- 4 ต้นทุนการผลิตต่ำ
- 5 สะดวกในการใช้งาน (ฉีก)

ตารางการวิเคราะห์ชนิดวัสดุที่ใช้ในการบรรจุอาหารเสริมพร้อมชง

เงื่อนไขความต้องการ	อลูมิเนียมฟอยล์	กระดาษ
ด้านการซึมผ่านของไอน้ำ	3	1
ด้านการซึมผ่านของก๊าซ	3	1
ป้องกันแสง	3	2
พิมพ์สีได้สวย	2	3
ต้นทุนการผลิตต่ำ	3	3
สะดวกต่อการใช้งาน	3	4
รวม	17	14

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

สรุปผลวิเคราะห์: เลือกใช้อลูมิเนียมฟอยล์ เพราะมีคุณสมบัติตามต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิเคราะห์การเลือกวัสดุในการบรรจุกลุ่มของฝาก (ชุดธัญญาหารพร้อมชง) 600 กรัม

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ secondary package สำหรับ

ชุดธัญญาหารพร้อมชง ขนาดบรรจุ 600 กรัม

วัสดุที่เหมาะสมควรมีคุณลักษณะดังนี้

- 1 สามารถป้องกันการผ่านเข้าออกของไอน้ำ และอากาศได้เหมาะสมกับอายุของผลิตภัณฑ์
- 2 สวยงามเหมาะสมกับเป็นภาชนะบรรจุ
- 3 พิมพ์สีได้สวยงาม
- 4 ต้นทุนการผลิตต่ำ
- 5 สะดวกในการใช้งาน (แกะ)

ตารางการวิเคราะห์ชนิดวัสดุที่ใช้ในการบรรจุอาหารเสริมพร้อมชง

เงื่อนไขความต้องการ	กระดาษแข็งเคลือบ	กระดาษอาร์ตการ์ด
ด้านการซึมผ่านของไอน้ำ	4	1
ด้านการซึมผ่านของก๊าซ	3	2
สามารถพับขึ้นรูปได้ง่าย	1	4
พิมพ์สีได้สวยงาม	2	3
ต้นทุนการผลิตต่ำ	1	3
สะดวกต่อการใช้งาน	2	4
รวม	13	17

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

สรุปผลวิเคราะห์: เลือกใช้กระดาษอาร์ตการ์ด เพราะมีคุณสมบัติตามต้องการ

วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการบรรจุกลุ่มของฝาก (ชุดธัญญาหารพร้อมซง) 600 กรัม

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์รวมหน่วย สำหรับ

ชุดธัญญาหารพร้อมซง ขนาดบรรจุ 600 กรัม

วัสดุที่เหมาะสมควรมีคุณลักษณะดังนี้

- 1 สามารถป้องกันการผ่านเข้าออกของไอน้ำ และอากาศได้เหมาะสมกับอายุของผลิตภัณฑ์
- 2 สวยงามเหมาะสมกับเป็นภาชนะบรรจุ
- 3 พิมพ์สีได้สวยงาม
- 4 ต้นทุนการผลิตต่ำ
- 5 สะดวกในการใช้งาน (แกะ)

ตารางการวิเคราะห์ชนิดวัสดุที่ใช้ในการบรรจุอาหารเสริมพร้อมซง

เงื่อนไขความต้องการ	กระดาษแข็งเคลือบ	กระดาษลูกฟูก
ด้านการซึมผ่านของไอน้ำ	4	1
ด้านการซึมผ่านของก๊าซ	3	2
สามารถพับขึ้นรูปได้ง่าย	1	4
พิมพ์สีได้สวยงาม	2	3
ต้นทุนการผลิตต่ำ	1	3
สะดวกต่อการใช้งาน	2	4
รวม	13	17

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

สรุปผลวิเคราะห์: เลือกใช้กระดาษลูกฟูก เพราะมีคุณสมบัติตามต้องการ

วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการบรรจุกลุ่มอาหารเด็ก (อาหารเสริมพร้อมชง) 200 กรัม

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ primary package สำหรับ

อาหารเสริมพร้อมชงสำหรับเด็กอ่อน ขนาดบรรจุ 200 กรัม

วัสดุที่เหมาะสมควรมีคุณลักษณะดังนี้

- 1 สามารถป้องกันการผ่านเข้าออกของไอน้ำ และอากาศได้เหมาะสมกับอายุของผลิตภัณฑ์
- 2 สามารถป้องกันแสง
- 3 พิมพ์สีได้สวยงาม
- 4 ต้นทุนการผลิตต่ำ
- 5 สะดวกในการใช้งาน (ฉีก)

ตารางการวิเคราะห์ชนิดวัสดุที่ใช้ในการบรรจุอาหารเสริมพร้อมชง

เงื่อนไขความต้องการ	อลูมิเนียมฟอยล์	กระดาษ
ด้านการซึมผ่านของไอน้ำ	3	1
ด้านการซึมผ่านของก๊าซ	3	1
ป้องกันแสง	3	2
พิมพ์สีได้สวยงาม	2	3
ต้นทุนการผลิตต่ำ	3	3
สะดวกต่อการใช้งาน	3	4
รวม	17	14

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

สรุปผลวิเคราะห์: เลือกใช้อลูมิเนียมฟอยล์ เพราะมีคุณสมบัติตามต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิเคราะห์การเลือกวัสดุในการบรรจุกลุ่มอาหารเด็ก (อาหารเสริมพร้อมชง) 200 กรัม

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ secondary package สำหรับ

อาหารเสริมพร้อมชงสำหรับเด็กอ่อน ขนาดบรรจุ 200 กรัม

วัสดุที่เหมาะสมควรมีคุณลักษณะดังนี้

- 1 สามารถป้องกันการผ่านเข้าออกของไอน้ำ และอากาศได้เหมาะสมกับอายุของผลิตภัณฑ์
- 2 สวยงามเหมาะสมกับเป็นภาชนะบรรจุ
- 3 พิมพ์สีได้สวยงาม
- 4 ต้นทุนการผลิตต่ำ
- 5 สะดวกในการใช้งาน (แกะ)

ตารางการวิเคราะห์ชนิดวัสดุที่ใช้ในการบรรจุอาหารเสริมพร้อมชง

เงื่อนไขความต้องการ	กระดาษแข็งเคลือบ	กระดาษอาร์ตการ์ด
ด้านการซึมผ่านของไอน้ำ	4	1
ด้านการซึมผ่านของก๊าซ	3	2
สามารถพับขึ้นรูปได้ง่าย	1	4
พิมพ์สีได้สวยงาม	2	3
ต้นทุนการผลิตต่ำ	1	3
สะดวกต่อการใช้งาน	2	4
รวม	13	17

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

สรุปผลวิเคราะห์: เลือกใช้กระดาษอาร์ตการ์ด เพราะมีคุณสมบัติตามต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการบรรจุกลุ่มอาหารเด็ก (ชุดอาหารเช้า) 25 กรัม

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ primary package สำหรับ

แผ่นธัญญาหารอบกรอบ ขนาดบรรจุ 25 กรัม

วัสดุที่เหมาะสมควรมีคุณลักษณะดังนี้

- 1 สามารถป้องกันการผ่านเข้าออกของไอน้ำ และอากาศได้เหมาะสมกับอายุของผลิตภัณฑ์
- 2 สามารถพับขึ้นรูปได้ง่าย
- 3 พิมพ์สีได้สวยงาม
- 4 ต้นทุนการผลิตต่ำ
- 5 สะดวกในการใช้งาน (แกะ)

ตารางการวิเคราะห์ชนิดวัสดุที่ใช้ในการบรรจุอาหารเสริมพร้อมซง

เงื่อนไขความต้องการ	พลาสติก	กระดาษ
ด้านการซึมผ่านของไอน้ำ	4	1
ด้านการซึมผ่านของก๊าซ	3	2
สามารถพับขึ้นรูปได้ง่าย	1	4
พิมพ์สีได้สวย	2	3
ต้นทุนการผลิตต่ำ	1	3
สะดวกต่อการใช้งาน	2	4
รวม	13	17

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

สรุปผลวิเคราะห์: เลือกใช้กระดาษ เพราะมีคุณสมบัติตามต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการบรรจุกลุ่มอาหารเด็ก (ชุดอาหารเช้า) 250 กรัม

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ primary package สำหรับ

น้ำเพื่อสุขภาพ ขนาดบรรจุ 250 กรัม

วัสดุที่เหมาะสมควรมีคุณลักษณะดังนี้

- 1 สามารถป้องกันการผ่านเข้าออกของไอน้ำ และอากาศได้เหมาะสมกับอายุของผลิตภัณฑ์
- 2 สามารถป้องกันแสง
- 3 พิมพ์สีได้สวยงาม
- 4 ต้นทุนการผลิตต่ำ
- 5 สะดวกในการใช้งาน (ฉีก)

ตารางการวิเคราะห์ชนิดวัสดุที่ใช้ในการบรรจุอาหารเสริมพร้อมชง

เงื่อนไขความต้องการ	กระดาษ	PETE
ด้านการซึมผ่านของไอน้ำ	3	1
ด้านการซึมผ่านของก๊าซ	3	1
ป้องกันแสง	3	2
พิมพ์สีได้สวยงาม	2	3
ต้นทุนการผลิตต่ำ	3	3
สะดวกต่อการใช้งาน	3	4
รวม	17	14

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

สรุปผลวิเคราะห์: เลือกใช้กระดาษ เพราะมีคุณสมบัติตามต้องการ

วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการบรรจุกลุ่มอาหารเด็ก (ชุดอาหารเช้า) 165 กรัม

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ secondary package สำหรับ

ชุดอาหารเช้า ขนาดบรรจุ 165 กรัม

วัสดุที่เหมาะสมควรมีคุณลักษณะดังนี้

- 1 สามารถป้องกันการผ่านเข้าออกของไอน้ำ และอากาศได้เหมาะสมกับอายุของผลิตภัณฑ์
- 2 สวยงามเหมาะสมกับเป็นภาชนะบรรจุ
- 3 พิมพ์สีได้สวยงาม
- 4 ต้นทุนการผลิตต่ำ
- 5 สะดวกในการใช้งาน (แกะ)

ตารางการวิเคราะห์ชนิดวัสดุที่ใช้ในการบรรจุอาหารเสริมพร้อมชง

เงื่อนไขความต้องการ	กระดาษแข็งเคลือบ	กระดาษอาร์ตการ์ด
ด้านการซึมผ่านของไอน้ำ	4	1
ด้านการซึมผ่านของก๊าซ	3	2
สามารถพับขึ้นรูปได้ง่าย	2	4
พิมพ์สีได้สวยงาม	2	3
ต้นทุนการผลิตต่ำ	3	3
สะดวกต่อการใช้งาน	5	4
รวม	19	17

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

สรุปผลวิเคราะห์: เลือกใช้กระดาษแข็งเคลือบ เพราะมีคุณสมบัติตามต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการบรรจุกลุ่มส่งเสริมการขาย

(ชั้นแสดงและจำหน่ายสินค้าแบบตั้งพื้น)

วัสดุที่เหมาะสมควรมีคุณลักษณะดังนี้

- 1 สามารถป้องกันการผ่านเข้าออกของไอน้ำ และอากาศได้เหมาะสมกับอายุของผลิตภัณฑ์
- 2 สามารถป้องกันแสง
- 3 พิมพ์สีได้สวยงาม
- 4 ต้นทุนการผลิตต่ำ
- 5 สะดวกในการใช้งาน (ฉีก)

ตารางการวิเคราะห์ชนิดวัสดุที่ใช้ในการบรรจุอาหารเสริมพร้อมซง

เงื่อนไขความต้องการ	กระดาษอาร์ตการ์ด	กระดาษลูกฟูก
ด้านการซึมผ่านของไอน้ำ	2	1
ด้านการซึมผ่านของก๊าซ	1	1
ป้องกันแสง	2	2
พิมพ์สีได้สวยงาม	1	3
ต้นทุนการผลิตต่ำ	3	3
สะดวกต่อการใช้งาน	2	4
รวม	11	14

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

สรุปผลวิเคราะห์ : เลือกใช้กระดาษลูกฟูก เพราะมีคุณสมบัติตามต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7.3 สรุปผลการเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์แต่ละประเภท

ชนิดของผลิตภัณฑ์	ขนาดบรรจุ	ชั้น	วัสดุ
1. ธัญญาหารพร้อมซง	500 กรัม 150 กรัม (30g x5) 30 กรัม	บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1	ตัวขวด : HDPE ฝาขวด : HDPE ซอง : PETE + PE อลูมิเนียมฟรอยด์ กล่อง : กระดาษการ์ดอาร์ต ถ้วย : กระดาษ
2. แผ่นธัญญาหารอบกรอบ	340 กรัม 30 กรัม	บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1	ซอง : PETE + PE อลูมิเนียมฟรอยด์ กล่อง : กระดาษการ์ดอาร์ต ถ้วย : กระดาษ
3. แท่งธัญญาหาร	840 กรัม (35g x24)	บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2	ซอง : PETE + PE อลูมิเนียมฟรอยด์ กล่อง : กระดาษการ์ดอาร์ต
4. ผลไม้แผ่นอบกรอบ	80 กรัม	บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1	ตัวขวด : HDPE ฝาขวด : HDPE
5. น้ำเพื่อสุขภาพ	750 กรัม	บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1	ตัวขวด : HDPE ฝาขวด : HDPE
6. เครื่องปรุงรส	50 กรัม	บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1	ตัวขวด : HDPE ฝาขวด : HDPE
7. ชุดธัญญาหารพร้อมซง	600 กรัม	บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1	กล่อง : พลาสติก
8. อาหารเสริมพร้อมซงสำหรับเด็กก่อน	200 กรัม	บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2	ซอง : PETE + PE อลูมิเนียมฟรอยด์ กล่อง : กระดาษการ์ดอาร์ต
9. ชุดอาหารเข้าแผ่นธัญญาหารอบกรอบนมข้าวยาคู	165 กรัม	บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2	ซอง : PETE + PE อลูมิเนียมฟรอยด์ กล่อง : กระดาษการ์ดอาร์ต
10. ชั้นจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าตั้งพื้น			กระดาษลูกฟูก

2.8 ข้อบังคับทางกฎหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ

ตามกฎหมาย กำหนดประเภทอาหารที่ต้องแสดงฉลากไว้ 3 ประเภท

1. อาหารควบคุมเฉพาะ หมายความว่า อาหารที่รัฐมนตรีประกาศในราชกิจจานุเบกษาให้เป็นอาหารที่อยู่ในความควบคุมเกี่ยวกับคุณภาพและมาตรฐาน อาหารประเภทนี้ต้องมีคุณภาพและมาตรฐานตามที่กำหนด ต้องขอขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร อนุญาตใช้ฉลากอาหาร จึงสามารถผลิตเพื่อจำหน่ายได้

อาหารควบคุมเฉพาะมี 39 ชนิด ได้แก่

1. น้ำแร่
2. สีสผสมอาหาร
3. น้ำมันและไขมัน
4. น้ำมันถั่วเหลือง
5. น้ำมันปาล์ม
6. น้ำมันมะพร้าว
7. นมโค
8. เนย
9. อาหารสำหรับผู้ที่ต้องการควบคุมน้ำหนัก
10. เนยแข็ง
11. กี้
12. ไอศกรีม
13. นมปรุงแต่ง
14. ผลิตภัณฑ์ของนม
15. นมเปรี้ยว
16. น้ำมันเนย
17. ครีม
18. นมดัดแปลงสำหรับทารกและนมดัดแปลงสูตรต่อเนื่องสำหรับทารก
19. เนยเทียม
20. วัตถุปรุงอาหาร
21. อาหารกึ่งสำเร็จรูป
22. ซอสบางชนิด
23. น้ำส้มสายชู
24. น้ำปลา
25. วัตถุเจือปนอาหาร
26. แยม เยลลี่ และมาร์มาเลดในภาชนะที่ปิดสนิท
27. ชา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มี 170 นำไปใช้

28. น้ำบริโภคในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท
29. เครื่องดื่มในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท
30. เครื่องดื่มเกลือแร่
31. น้านมถั่วเหลืองในภาชนะที่บรรจุสนิท
32. กาแฟ
33. น้ำแข็ง
34. อาหารทารกและอาหารสูตรต่อเนื่องสำหรับทารกและเด็กเล็ก
35. อาหารเสริมสำหรับทารกและเด็ก
36. อาหารในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท
37. รอยัลเยลลี่ และผลิตภัณฑ์รอยัลเยลลี่
38. โซเดียมซัลเฟตและอาหารที่มีโซเดียมซัลเฟต
39. น้ำผึ้ง

2. อาหารกำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน อาหารประเภทนี้มีการกำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน ดังนั้น โรงงานผู้ผลิตและผู้นำเข้า จะต้องขออนุญาตใช้ฉลากอาหาร แต่ไม่ต้องขออนุญาตขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร

อาหารกำหนดคุณภาพหรือมาตรฐานแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

- 1) อาหารกำหนดคุณภาพหรือมาตรฐานที่ต้องขออนุญาตใช้ฉลากอาหาร มีทั้งหมด 5 ชนิด ได้แก่
 1. น้ำที่เหลือจากการผลิตโมโนโซเดียมกลูตาเมต
 2. ซ็อกโกแลต
 3. ไข่เยี่ยวม้า
 4. ผลิตภัณฑ์ปรุงรสที่ได้จากการย่อยโปรตีนของถั่วเหลือง
 5. ข้าวเสริมวิตามิน
- 2) อาหารกำหนดคุณภาพหรือมาตรฐานที่ยกเว้นให้ไม่ต้องขออนุญาตใช้ฉลากอาหาร มี 1 ชนิด ได้แก่
 1. เกลือบริโภค
3. อาหารที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดให้เป็นอาหารที่ต้องมีฉลาก สามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภท คือ
 - 1) อาหารที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดให้เป็นอาหารที่ต้องมีฉลาก ผู้ผลิต และผู้นำเข้าจะต้องยื่นขออนุญาตใช้ฉลาก มีทั้งหมด 12 ชนิด ได้แก่
 1. แป้งข้าวกล้อง
 2. น้ำเกลือปรุงรส
 3. ซอสในภาชนะที่บรรจุปิดสนิท
 4. ขนมอบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีผู้นำไปใช้

5. อาหารที่มีวัตถุประสงค์พิเศษ

- อาหารสำหรับผู้ป่วยเฉพาะโรค หรือผู้ป่วยที่มีสภาพที่ผิดปกติทางร่างกาย
- อาหารที่ใช้สำหรับบุคคลผู้มีวัตถุประสงค์ในการบริโภคอาหารเป็นพิเศษ เช่น ผู้สูงอายุ สตรีมีครรภ์

6.หมากฝรั่ง และลูกอม

7.วันสำเร็จรูป

8.อาหารฉายรังสี

9.อาหารที่มีวัตถุดิบขึ้นรวมอยู่ในภาชนะบรรจุ

10.ผลิตภัณฑ์กระเทียม

11.วัตถุแต่งกลิ่นรส

12.อาหารที่มีส่วนผสมของวานหางจรเข้

2) อาหารที่ต้องมีฉลากแต่ไม่ต้องยื่นขออนุญาตผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าปฏิบัติได้เลย มี 3 ชนิด

1. ผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์ ได้แก่ ลูกชิ้น ไส้กรอก หมูยอ กุนเชียง และผลิตภัณฑ์ลักษณะทำนองเดียวกันที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่าย
2. อาหารสำเร็จรูปพร้อมบริโภค
3. อาหารพร้อมปรุง

3)อาหารนำเข้าหรือสั่งเข้ามาในราชอาณาจักรที่ต้องแจ้งรายละเอียดของอาหาร (จดแจ้ง) ได้แก่ พืช ผัก และผลไม้ที่อยู่ในสภาพสด รวมทั้งแช่เย็นหรือแช่แข็ง

4) อาหารอื่นที่นำเข้าในราชอาณาจักร นอกเหนือจากข้อ 3.1-3.3 จะต้องยื่นขออนุญาตใช้ฉลากอาหาร

รายละเอียดบนฉลากอาหาร

ฉลากของอาหารที่จำหน่ายโดยตรงต่อผู้บริโภค ต้องแสดงข้อความภาษาไทย หรือมีภาษาต่างประเทศด้วยก็ได้ โดยจะต้องมีข้อความแสดง รายละเอียดดังต่อไปนี้

1.ชื่ออาหาร ให้มีข้อความต่อเนื่องกันในแนวนอน หรือในกรณีที่ไม่อาจแสดงได้หมดในบรรทัดเดียวกัน อาจแยกเป็นหลายบรรทัดได้ ขนาดของตัวอักษรต้องเท่ากัน ทั้งด้านความสูงและความหนาของตัวอักษร และให้ใช้สีเดียวกัน ความเข้มของสีเท่ากัน แสดงไว้ที่ส่วนสำคัญของฉลาก (Principal display panel) โดยให้ใช้อย่างใดอย่างหนึ่งดังต่อไปนี้

- ชื่อเฉพาะของอาหาร ชื่อสามัญ หรือชื่อที่ใช้เรียกอาหารตามปกติ เช่น ขนมปัง ข้าว เกรียบกึ่ง น้ำดื่ม

- ชื่อที่แสดงประเภทหรือชนิดของอาหาร เช่น น้ำปลาแท้ ไอศกรีมหวานเย็น ซอสถั่วเหลือง

- ชื่อทางการค้า การใช้ชื่อนี้จะต้องมีข้อความแสดงประเภทหรือชนิดของอาหารกำกับชื่ออาหารด้วย โดยจะอยู่ในบรรทัดเดียวกันหรือคนละบรรทัดกับชื่อทางการค้าก็ได้ ขนาด

ตัวอักษรของประเภทหรือชนิดจะมีขนาดต่างกับชื่อทางการค้าได้ แต่ต้องสามารถเห็นได้ชัดเจน เช่น ขนาดประมาณ 5 มิลลิเมตร

ในกรณีที่ชื่ออาหารเป็นภาษาต่างประเทศด้วย ขนาดของตัวอักษรที่แสดงชื่ออาหารเป็นภาษาไทยต้องมีขนาดไม่เล็กกว่าขนาดของตัวอักษรที่แสดงชื่ออาหารเป็นภาษาต่างประเทศ

2.ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิต หรือผู้แบ่งบรรจุ กรณีเป็นอาหารนำเข้า ให้แจ้งประเทศผู้ผลิตด้วย

3.เลขทะเบียนตำรับอาหาร หรือเลขที่อนุญาตให้ใช้ฉลากอาหาร (ถ้ามี) เพื่อแสดงให้ผู้บริโภคทราบว่าอาหารนี้ผ่านการได้รับอนุญาต เช่น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือจังหวัดที่ผู้ผลิตตั้งภูมิลำเนา กรณีที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยามอบอำนาจให้

4.ปริมาณสุทธิเป็นระบบเมตริก โดยแสดงไว้ที่ส่วนสำคัญของฉลาก (Principal display panel)

- อาหารที่เป็นผง แห้ง หรือก้อน ให้แจ้งเป็นน้ำหนักสุทธิ
- อาหารที่เป็นของเหลว ให้แจ้งเป็นปริมาตรสุทธิ
- อาหารที่มีลักษณะเป็นกึ่งแข็งกึ่งเหลวสามารถแจ้งเป็นน้ำหนักสุทธิ หรือปริมาตรสุทธิก็ได้ กรณีแยกเนื้อกับน้ำได้ ต้องแจ้งน้ำหนักเนื้อ (Drained Weight) ด้วย
- อื่น ๆ แจ้งเป็นน้ำหนักสุทธิ

5.ส่วนประกอบสำคัญคิดเป็นร้อยละของน้ำหนักโดยประมาณ และแสดงเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย กรณีที่เป็นอาหารซึ่งต้องเจือจางหรือละลายก่อนบริโภค ให้แสดงส่วนประกอบที่สำคัญดังกล่าวของอาหารเมื่อเจือจางหรือทำละลายตามวิธีปรุงเพื่อรับประทานตามที่แจ้งไว้บนฉลาก

6.วัน เดือน ปีที่ผลิตอาหาร, เดือน ปีที่ผลิต, วัน เดือน ปีที่หมดอายุของอาหาร หรือวัน เดือน ปีที่อาหารยังมีคุณภาพหรือมาตรฐานดี โดยมีข้อความว่า “ผลิต” “หมดอายุ” “ควรบริโภคก่อน” กำกับไว้ด้วยแล้วแต่กรณี ข้อความนี้อาจแสดงไว้ด้านหน้าหรือด้านบน กรณีแจ้งไว้ด้านล่างของภาชนะบรรจุ ให้แจ้งไว้ส่วนหน้าฉลากว่าดู วัน เดือน ปีที่ผลิต หรือหมดอายุ หรือควรบริโภคก่อนที่ใด

7.ถ้ามีการแต่งสีต้องมีข้อความว่า “เจือสีธรรมชาติ” หรือ “เจือสีสังเคราะห์” แล้วแต่กรณี

8.ถ้ามีการแต่งกลิ่นรสต้องมีข้อความว่า “แต่งกลิ่นธรรมชาติ” “แต่งกลิ่นเลียนธรรมชาติ” “แต่งกลิ่นสังเคราะห์” แต่งรสธรรมชาติ” หรือ “แต่งรสเลียนธรรมชาติ” แล้วแต่กรณี

9.ถ้ามีการใช้วัตถุเจือปนอาหารโดยเฉพาะวัตถุกันเสียต้องมีข้อความว่า “ใช้วัตถุกันเสีย”

10.ถ้ามีการใช้วัตถุปรุงแต่งรสอาหารต้องมีข้อความว่า “ใช้วัตถุปรุงแต่งรสอาหาร”

11.แจ้งวิธีปรุงเพื่อรับประทาน (ถ้ามี)

12.แจ้งคำแนะนำในการเก็บรักษา (ถ้ามี)

13.แจ้งคำเตือน (ถ้ามี)

14. ฉลากอาหารที่มีข้อความ รูป รูปภาพ รอยประดิษฐ์ เครื่องหมายหรือเครื่องหมายการค้า ไม่ว่าจะ เป็นภาษาใดที่ปรากฏในฉลากต้อง

- ไม่เป็นเท็จ หรือหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควร หรือไม่ทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญ

- ไม่แสดงถึงชื่ออาหาร ส่วนประกอบอาหาร อัตราส่วนของอาหาร ปริมาณของอาหาร หรือแสดงถึงสรรพคุณของอาหารอันเป็นเท็จ หรือเกิดหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อ

- ไม่ทำให้เข้าใจว่ามีวัตถุตามข้อความ ชื่อ รูป รูปภาพ รอยประดิษฐ์ เครื่องหมาย หรือเครื่องหมายการค้าดังกล่าวผสมอยู่ในอาหาร โดยที่ไม่มีวัตถุนั้นผสมอยู่ หรือมีผสมอยู่ในปริมาณที่ไม่อาจแสดงสรรพคุณได้

นอกจากไม่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดในสาระสำคัญที่กล่าวข้างต้นแล้ว ฉลากอาหารต้องไม่ทำให้เกิดความเข้าใจผิด หรือขัดกับวัฒนธรรมอันดีงามของไทย หรือส่อไปทางทำลายคุณค่าของภาษาไทยอีกด้วย

15. การแสดงสีของพื้นฉลาก และสีของข้อความ ต้องใช้สีที่ตัดกันเพื่อให้ข้อความที่ระบุอ่านได้ชัดเจน ขนาดอักษรหรือบริเวณพื้นที่ในฉลากที่ระบุข้อความนั้น ต้องมีขนาดตัวอักษรสัมพันธ์กับขนาดพื้นที่ฉลาก เว้นแต่ข้อความดังต่อไปนี้ ต้องมีขนาดตัวอักษรและแบบตามที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กำหนด

- เลขทะเบียนตำรับอาหาร

- ข้อความที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กำหนดให้ต้องมี สำหรับอาหารที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ประกาศกำหนด

16. ฉลากที่มีเครื่องหมายการค้าแสดงไว้ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา อาจกำหนดให้ระบุคำว่า “ตรา” หรือ “เครื่องหมายการค้า” กำกับเครื่องหมายการค้าไว้ด้วย ทั้งนี้เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดเกี่ยวกับอาหารนั้น สำหรับคำว่า “ตรา” ต้องมีขนาดอย่างน้อยครึ่งหนึ่งของชื่อตรา นั้น ๆ

ข้อความที่ต้องแสดงส่วนหน้าของฉลาก

1. ชื่ออาหาร
2. ปริมาณสุทธิ
3. วัน เดือน ปีที่ผลิต , วัน เดือน ปีที่หมดอายุ หรือ ควรบริโภคก่อน
4. เลขทะเบียนตำรับอาหาร
5. อาหารควบคุมเฉพาะที่ผู้ผลิตเข้าข่ายเป็นโรงงานที่ได้รับอนุญาตผลิตอาหาร หรือผู้นำเข้ามาในราชอาณาจักร จะต้องได้รับอนุญาตให้ขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร และผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าต้องแสดงเลขทะเบียนตำรับอาหารนี้ไว้บนฉลากอาหารนั้น ดังนั้น
6. 1.รูปแบบของการแสดงเลขทะเบียนตำรับอาหารเช่น

▼ / ผด. / /

สีของกรอบต้องติดกับสีพื้นฉลาก สีพื้นภายในกรอบต้องเป็นสีขาว ขนาดตัวอักษรที่แสดงเลขทะเบียน หรือเลขอนุญาตให้ฉลากอาหารต้องอยู่ภายในกรอบ ขนาดไม่เล็กกว่า 2 มิลลิเมตร

2. ในกรอบสี่เหลี่ยม ตัวอักษรแรกจะเป็น “ผ” หรือ “ส”

- อักษร “ผ” หมายถึง ผลิตภายในประเทศ

อักษร “ส” หมายถึง นำสิ่งเข้ามาในราชอาณาจักร

3. อักษรตามตัว “ผ” หรือ “ส” จะมี 1 – 3 ตัว เป็นอักษรย่อแสดงประเภทของอาหารควบคุมเฉพาะ เช่น

- “ผด” หมายถึง อาหารควบคุมเฉพาะประเภทช็อกโกแลตซึ่งผลิตในประเทศ

- “วท” หมายถึง อาหารควบคุมเฉพาะประเภทชาและนำเข้าจากต่างประเทศ

4. ตัวเลขหลังตัวอักษรแสดงลำดับที่ได้รับเลขทะเบียนน้ำส้มสายชูซึ่งผลิตในประเทศ ได้รับเลขทะเบียนตำรับอาหารในปีพุทธศักราช 2538 ลำดับที่ 8

เลขที่อนุญาตให้ใช้ฉลากอาหาร

อาหารที่ต้องยื่นขออนุญาตให้ใช้ฉลาก เมื่อได้รับอนุญาตแล้ว ผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าจะต้องแสดงเลขที่อนุญาตให้ใช้ฉลากอาหารบนฉลาก ดังนี้

1. รูปแบบของการแสดงเลขที่อนุญาตฉลากอาหาร เช่น

ผ ส ๑๒๓ / จผขม.121/2536

2. การใช้ตัวอักษรแสดงประเภทของอาหารและแหล่งผลิต เป็นลักษณะเดียวกับการแสดงเลขทะเบียนตำรับอาหาร แต่เพิ่มอักษร “จ” ไว้ข้างหน้า 1 ตัว เช่น

- จผข.25/2529 หมายถึง อาหารประเภทขอสผลิตในประเทศได้รับอนุญาตฉลากอาหารในปีพุทธศักราช 2529 เป็นลำดับที่ 25

ฉลากโภชนาการ

ผลิตภัณฑ์อาหารที่ต้องแสดงฉลากโภชนาการตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ได้แก่

1. อาหารที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ เช่น แคลเซียมสูง ซึ่งรวมถึงอาหารที่มีการแสดงข้อมูลชนิด และปริมาณสารอาหารด้วย เช่น อาหารที่มีการแสดงกรอบข้อมูลโภชนาการ

2. อาหารที่มีการใช้คุณค่าในการส่งเสริมการขาย เป็นคุณค่าทางอาหารหรือโภชนาการ เช่น บำรุงสมอง เพื่อสุขภาพ สดใสแข็งแรง บำรุงร่างกาย

3. อาหารที่ระบุกลุ่มผู้บริโภคในการส่งเสริมการขาย เช่น สำหรับผู้บริหาร สำหรับเด็ก หรือ สำหรับกลุ่มบุคคลต่าง ๆ

4.อาหารที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา อาจประกาศกำหนดให้ต้องแสดงฉลากโภชนาการ เกณฑ์คือ เป็นอาหารที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในด้านคุณค่าคุณประโยชน์ทางโภชนาการอย่างแพร่หลาย

ข้อมูลโภชนาการที่แสดงบนฉลาก แบ่งเป็น

1.ข้อมูล**ที่บังคับ** คือข้อมูลอาหารที่มีความสำคัญหลักสำหรับคนไทย ได้แก่

-คาร์โบไฮเดรต ไขมัน โปรตีน ซึ่งเป็นอาหารที่ให้พลังงาน

-วิตามิน เกลือแร่ โดยเฉพาะที่สำคัญสำหรับภาวะโภชนาการของคนไทยปัจจุบันคือ

วิตามินเอ วิตามินบี 1 วิตามินบี 2 แคลเซียม เหล็ก

-สารอาหารที่ต้องระวังไม่ให้เกินมากไป ได้แก่ คอเรสเตอรอล และโซเดียม

2.ข้อมูล**ที่ไม่บังคับ** เช่น วิตามินเกลือแร่ อื่น ๆ สามารถใส่ในฉลากได้ แต่ต้องเรียงลำดับตามที่กำหนด

สารอาหารบังคับ ในกรอบข้อมูลโภชนาการแบบเต็ม มีทั้งหมด 15 ชนิด ได้แก่	สารอาหารบังคับ ในกรอบข้อมูลโภชนาการแบบย่อ มีทั้งหมด 6 ชนิด ได้แก่
พลังงานทั้งหมด พลังงานจากไขมัน ไขมันทั้งหมด ไขมันอิ่มตัว คอเลสเตอรอล โปรตีน คาร์โบไฮเดรต ใยอาหาร น้ำตาล โซเดียม วิตามินเอ วิตามินบี 1 วิตามินบี 2 แคลเซียม เหล็ก	พลังงานทั้งหมด ไขมันทั้งหมด โปรตีน คาร์โบไฮเดรต น้ำตาล โซเดียม

กรอบข้อมูลโภชนาการแบบย่อให้เลือกใช้ได้หากอาหารนั้นมีสารอาหารบังคับตามแบบเต็ม
จำนวน 8 รายการขึ้นไปจาก 15 รายการ อยู่ในปริมาณน้อยมาก

ข้อมูลโภชนาการ	
หนึ่งหน่วยบริโภค :(.....)	
จำนวนหน่วยบริโภคต่อ :	
คุณค่าทางโภชนาการต่อหนึ่งหน่วยบริโภค	
พลังงานทั้งหมด กิโลแคลอรี	
ร้อยละของปริมาณที่แนะนำต่อวัน*	
ไขมันทั้งหมด ก.%
โปรตีน ก.%
คาร์โบไฮเดรตทั้งหมด ก.%
โซเดียม มก.%
ร้อยละของปริมาณสารอาหารที่แนะนำให้บริโภคต่อวันสำหรับคนไทยอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป (Thai RDI) โดยคิดจากความต้องการพลังงานวันละ 2,000 กิโลแคลอรี	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีก 178 ไปใช้



บทที่ 3

การพัฒนาการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ (Design Data Analysis)

จากข้อมูลในบทที่ผ่านมา สามารถนำมาสรุปและวิเคราะห์ออกมาได้เป็นขั้นตอนเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบได้ดังนี้

ขั้นตอนแรกคือการรวบรวมข้อมูลของบริษัทผู้ผลิต และทำการสรุปแนวความคิดของผลิตภัณฑ์ในโครงการซึ่งเป็นสินค้าตัวใหม่ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากธัญพืช ตราของเตอร์ ซึ่งแนวความคิดและข้อมูลที่ได้รวบรวมมา จะสามารถกำหนดจุดขาย ระบุกลุ่มเป้าหมาย และอาจมีผลต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต่อไป

บริษัท ของเตอร์ ไทย ออร์แกนิก ฟู้ด จำกัด ได้ก่อตั้งขึ้นในปี 2544 ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพและอาหารอเนกมัย ได้แก่ ธัญพืช ผลไม้อบแห้ง ใจักปลอดสารพิษ ผลิตภัณฑ์ที่นำออกจำหน่ายทั้งหมดล้วนเป็นอาหารที่ผลิตขึ้นด้วยกระบวนการปลอดสารพิษทั้งสิ้น จึงสะอาดปลอดภัย และให้คุณค่าที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย

กลุ่มเป้าหมายของบริษัท ของเตอร์ ไทย ออร์แกนิก ฟู้ด จำกัด จึงเป็นบุคคลที่รักและใส่ใจกับสุขภาพ ให้ความสำคัญกับการเลือกบริโภคแต่สิ่งที่ดี มีประโยชน์ และมีราคาไม่แพง ซึ่งผลิตภัณฑ์ในโครงการนี้เกิดขึ้นได้โดยยังคงอยู่ในกรอบแนวความคิดหลักของบริษัทในการผลิตสินค้าอาหารออกจำหน่ายสู่ผู้บริโภค และสามารถกำหนดลักษณะในภาพรวมของผลิตภัณฑ์ในโครงการได้ดังนี้คือ

Brand Concept

ของเตอร์ (Xongdur) เป็นผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปและกึ่งแปรรูปจากธัญพืช ที่ผลิตโดยบริษัท ของเตอร์ ไทย ออร์แกนิก ฟู้ด จำกัด เป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่นำมาผ่านกระบวนการผลิตที่ทันสมัยด้วยระบบปลอดเชื้อที่ทันสมัยและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ดังนั้นชื่อของของเตอร์ จึงเป็นชื่อของอาหารเพื่อสุขภาพที่ให้คุณประโยชน์ต่อร่างกาย ปลอดภัย สำหรับผู้ที่รักและห่วงใยสุขภาพของตนเองและครอบครัว โดยทางบริษัทได้มีการตั้งสโลแกนขึ้นด้วย คือ “ธัญพืชใส่ใจสุขภาพ”

Product Concept

ของเตอร์ เป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่เหมาะสมแก่การรับประทานเป็นอาหารเช้า หรือในช่วงเวลาที่เร่งรีบของแต่ละวัน เนื่องจากไม่ต้องใช้เวลาในการจัดเตรียมนาน อีกทั้งยังให้คุณค่าทางสารอาหารแก่ร่างกายอย่างครบถ้วน มีรสชาติที่แตกต่างจากสินค้าอื่นทั่วไป

นอกจากนี้ ยังคาดการณ์ว่าจะมีราคาขายที่ต่ำกว่าสินค้านำเข้าอื่นๆ เนื่องจากวัตถุดิบที่ใช้ล้วนเป็นผลผลิตที่สามารถปลูกได้เองในประเทศ จึงไม่ต้องเผชิญกับปัญหาค่าเงินบาท หรือภาษีนำเข้านั่นเอง

หากพิจารณาถึงความต้องการของสินค้าในขอบเขตของโครงการทั้งหมด ประกอบกับคุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์ที่พึงจะมี อันได้แก่เงื่อนไข 4 ประการ คือ

1. ด้านการบรรจุ (Containment)

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

จึงสามารถสรุปเงื่อนไขความต้องการในการออกแบบโดยกล่าวเป็นภาพรวมของผลิตภัณฑ์ในโครงการทั้งหมด ซึ่งจำแนกตามแต่ละหน้าที่ได้ดังนี้คือ

ด้านบรรจุภัณฑ์ (Containment)

บรรจุภัณฑ์สามารถบรรจุสินค้าได้ตามขนาดบรรจุที่กำหนดไว้

ด้านการคุ้มครอง (Protection)

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้สินค้าเกิดความเสียหายทั้งทางด้านกายภาพและชีวภาพ อันจะส่งผลกระทบต่อความสดใหม่ และความอร่อยของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ อากาศ ความชื้น ความร้อน และแรงกระทำต่างๆจากภายนอก บรรจุภัณฑ์จึงจำเป็นต้องสามารถคุ้มครองป้องกันสินค้าภายในจากปัจจัยข้างต้นได้อย่างดี ด้วยระยะเวลาที่เหมาะสมกับอายุของผลิตภัณฑ์

ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)

โดยสามารถอำนวยความสะดวกในขั้นตอนต่างๆ ดังต่อไปนี้

สำหรับผู้ผลิต

1) การผลิต

- ผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม
- บรรจุภัณฑ์ที่เป็นกระดาษ ควรมีขนาดที่สามารถผลิตได้โดยใช้กระดาษมาตรฐานและมีปริมาณกระดาษที่เสียน้อยที่สุด

2) การบรรจุ

- มีลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่สะดวกต่อการบรรจุสินค้า
- มีโครงสร้างที่สามารถบรรจุสินค้าได้ด้วยเครื่องจักร หรือแรงงานคนเสริม

3) การขนส่ง

- บรรจุภัณฑ์สามารถพับให้แบนราบเพื่อเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในกลุ่มสินค้า (Corporate Identity) เพื่อสร้างความโดดเด่นบนชั้นวางจำหน่าย ในขณะที่ยังสามารถจำแนกชนิดและความแตกต่างของสินค้าแต่ละอย่างได้ชัดเจน โดยไม่ทำให้สับสน
- มีข้อความแสดงรายละเอียดของสินค้า เช่น ชื่อผลิตภัณฑ์ คำโฆษณา อยู่ในตำแหน่งที่มองเห็นชัดเจน

4) การโฆษณา

- บรรจุภัณฑ์ควรมีรูปแบบที่ดึงดูดความสนใจ สร้างความประทับใจให้แก่ผู้บริโภคเมื่อพบเห็น มีความน่าเชื่อถือ คู่คุณค่า สมราคา โดยดึงดูดขายของสินค้าที่แตกต่างจากคู่แข่งมานำเสนอ

สำหรับผู้บริโภค

1) การสื่อสารความหมายต่อผู้บริโภค

- มีรูปแบบที่ทำให้ผู้บริโภคมีความเข้าใจในตัวสินค้าได้อย่างรวดเร็ว แม้เมื่อเพียงแรกเห็นตัวบรรจุภัณฑ์ เช่น การใช้รูปภาพ หรือคำบรรยาย
- มีข้อความบอกข้อมูลสำคัญ เพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เช่น ข้อมูลโภชนาการ, น้ำหนักสุทธิ, วันหมดอายุ, บริษัทผู้ผลิต เป็นต้น

2) การขนส่ง

- มีขนาดสัดส่วนที่เหมาะสมสำหรับการซื้อสินค้าแล้วนำกลับไปโดยผู้บริโภค

3) การใช้งาน

- มีโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ที่เอื้ออำนวยต่อช่วงเวลาการบริโภคที่เร่งรีบ สามารถใช้งานได้สะดวก และรวดเร็ว มีลักษณะการเปิด-ปิดที่ไม่ซับซ้อนจนยากแก่การเข้าใจ

4) การเก็บรักษา

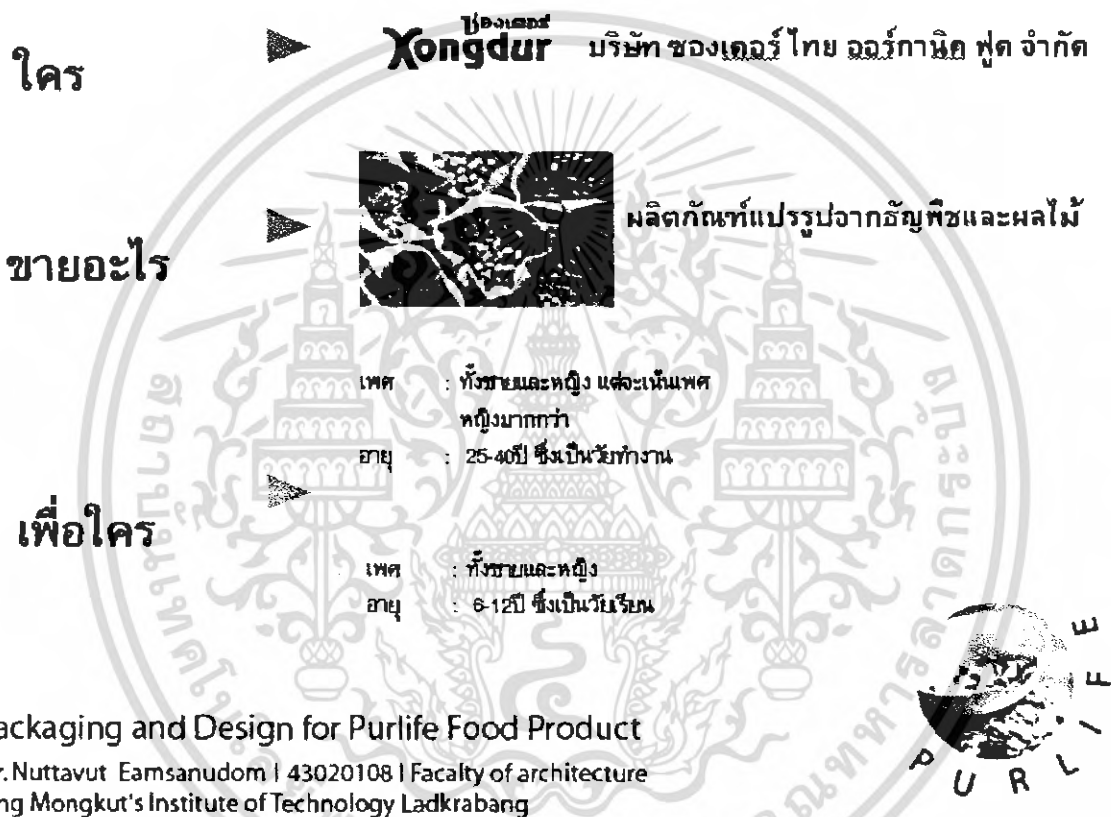
- บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมในการคุ้มครอง รักษาสินค้าเมื่อยังบริโภคไม่หมด

5) การกำจัดซาก

- วัสดุที่นำมาผลิตต้องไม่ก่อให้เกิดมลภาวะ เช่น สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติหรือสามารถย่อยสลายเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ได้อีก (Recycle)
- เมื่อบริโภคสินค้าหมดแล้ว สามารถนำบรรจุภัณฑ์ไปใช้ประโยชน์อื่นได้อีก (Re-use) หรือสินค้ามาเติมเพื่อใช้ประโยชน์ต่อไป (Re-fill)

3.2 การพัฒนาแนวความคิดและการออกแบบ (Idea and Design Development)

จากการรวบรวมข้อมูลที่ผ่านมา จึงสามารถนำมาสรุปผลวิเคราะห์เพื่อหาจุดขาย โดยเริ่มพิจารณา ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้



เมื่อได้จุดขายสำหรับผลิตภัณฑ์ ที่สร้างขึ้นให้มีความแตกต่างจากสินค้าคู่แข่งในท้องตลาด แล้วจึงสามารถสรุปแนวทางการออกแบบได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีก182ไปใช้

ความเป็นห่วงเป็นใย

Design concept



Care

Nutrition

High quality

Attractive

Great Taste

Message



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกา183ไปใช้

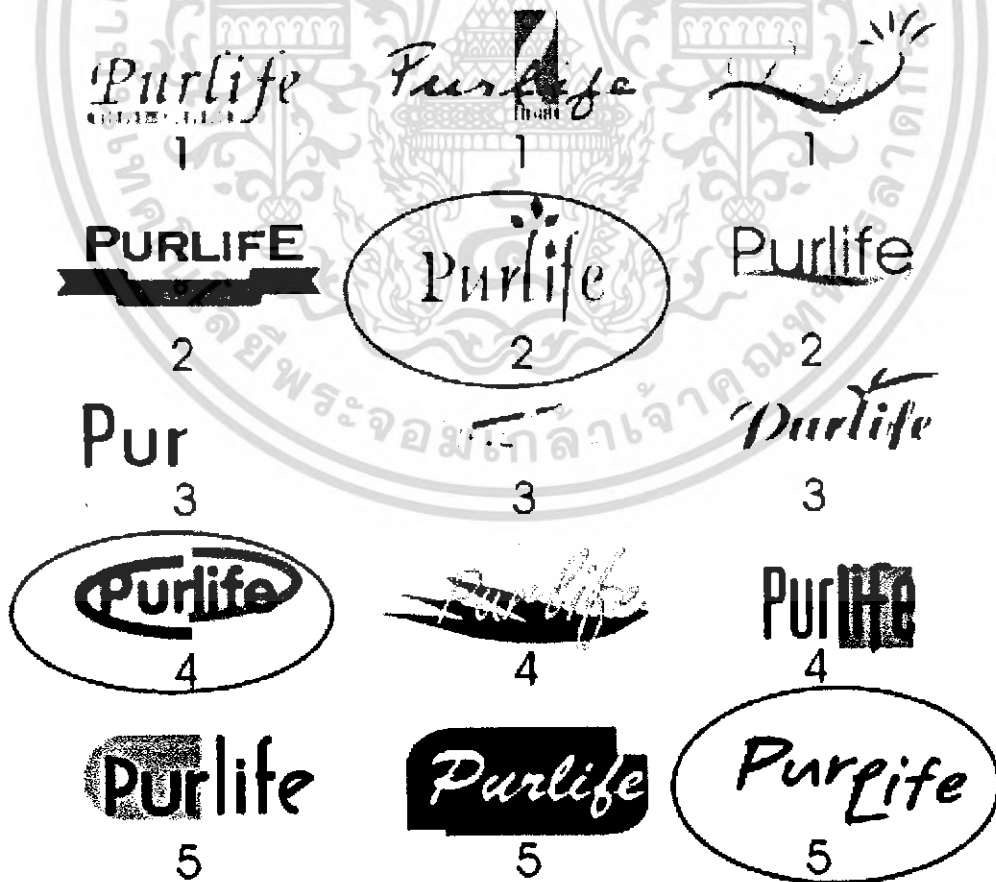
Keyword ร่วมสำหรับทุกแนวทางการออกแบบได้แก่เหล่านี้ได้แก่

1. **Care** แสดงถึงความเป็นห่วงเป็นใย
2. **Nutrition** แสดงถึงการเป็นสินค้าที่มีโภชนาการสูง
3. **High Quality** เนื่องจากคู่แข่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่มาจากต่างประเทศ ดังนั้นการที่เพอร์ไลฟ์ จะแข่งขันกับคู่แข่งได้นั้นภาพลักษณ์ที่ออกมาจะต้องสื่อว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ
4. **Attractive** แสดงถึงความน่าสนใจน่าดึงดูด
5. **Great Taste** ให้รสชาติที่อร่อยถูกปากคนไทย

เมื่อสามารถสรุปหาแนวทางการออกแบบได้แล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการออกแบบโลโก้ เพื่อทำการเลือกสำหรับนำไปใช้ประกอบการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต่อไป การออกแบบโลโก้ที่สามารถแบ่งตามแนวทางได้ 3 แนวทางคือ

1. การบำรุง วิตามิน (NOURISH)
2. วัฒนธรรมไทย (THAI CULTURE)
3. ธรรมชาติ (NATURE)

แบบที่ได้มีดังนี้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกา 184 ไปใช้

จากนั้นจึงวิเคราะห์เลือกแบบ โดยใช้เงื่อนไขในการพิจารณา 4 ข้อ

1. โดดเด่นสะดุดตา
2. มีความสวยงามดึงดูดใจผู้บริโภค
3. สื่อถึงเอกลักษณ์ของสินค้าเพื่อสุขภาพ
4. สร้างความน่าเชื่อถือให้สินค้า

แนวทางที่ 1

เงื่อนไขในการเลือกแบบ	1	2	3	4	5
1. โดดเด่นสะดุดตา	2	3	3	4	3
2. มีความสวยงาม ดึงดูดใจผู้บริโภค	3	3	3	3	2
3. สื่อถึงเอกลักษณ์ของสินค้าเพื่อสุขภาพ	3	4	4	4	4
4. สร้างความน่าเชื่อถือให้สินค้า	2	3	3	4	2
รวม	10	13	13	15	11

แนวทางที่ 2

เงื่อนไขในการเลือกแบบ	1	2	3	4	5
1. โดดเด่นสะดุดตา	2	4	3	3	3
2. มีความสวยงาม ดึงดูดใจผู้บริโภค	3	3	3	3	2
3. สื่อถึงเอกลักษณ์ของสินค้าเพื่อสุขภาพ	3	4	4	4	4
4. สร้างความน่าเชื่อถือให้สินค้า	2	4	3	3	2
รวม	10	15	13	13	11

แนวทางที่ 3

เงื่อนไขในการเลือกแบบ	1	2	3	4	5
1. โดดเด่นสะดุดตา	2	3	3	3	4
2. มีความสวยงาม ดึงดูดใจผู้บริโภค	3	2	3	3	3
3. สื่อถึงเอกลักษณ์ของสินค้าเพื่อสุขภาพ	3	4	4	4	4
4. สร้างความน่าเชื่อถือให้สินค้า	2	2	3	3	4
รวม	10	11	13	13	15



Nourish



Purlife



Thai culture



Purlife



Nature



Purlife

จากการให้คะแนนก็สามารถเลือกแบบโลโก้ได้ 3 แบบ และนำไปใช้กับการออกแบบกราฟิกต่อไป

ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์

สามารถแบ่งได้เป็น 3 ส่วน

1. การออกแบบการใช้งาน
2. การออกแบบกราฟิก
3. การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

การออกแบบการใช้งาน

ขั้นแรกได้ทำการเลือกผลิตภัณฑ์ในโครงการออกมา 4 กลุ่มได้แก่

1. กลุ่มเครื่องดื่มสำเร็จรูปพร้อมชง
 - บรรจุกล่องกระดาษขนาด 150 กรัม
 - บรรจุกระป๋องพลาสติกขนาด 500 กรัม
 - บรรจุถ้วยกระดาษขนาด 30 กรัม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีก 186 ไปใช้

2. กลุ่มอาหารเช้า

บรรจุกล่องกระดาษขนาด 340 กรัม

บรรจุถ้วยกระดาษขนาด 30 กรัม

3. กลุ่มขนมขบเคี้ยว (แห่งสัญญาณอาหาร)

บรรจุซองอลูมิเนียมขนาด 35 กรัม

4. กลุ่มอาหารเด็ก

บรรจุกล่องกระดาษขนาด 200 กรัม

บรรจุถ้วย และกล่องนมขนาด 165 กรัม

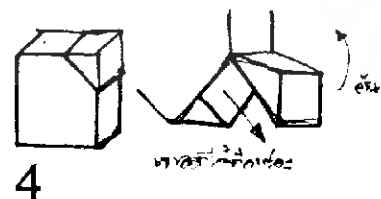
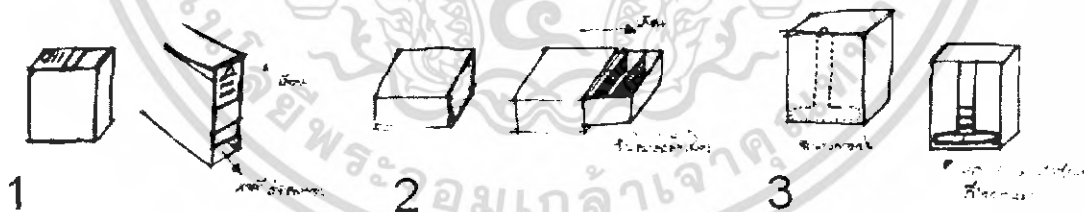
จากนั้นจึงวิเคราะห์เลือกแบบ โดยใช้เงื่อนไขในการพิจารณา 4 ข้อ

1. ให้ความสะดวกสบาย
2. สามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม
3. ต้นทุนในการผลิตต่ำ
4. จับได้ถนัดมือ

กลุ่มเครื่องดื่มสำเร็จรูปพร้อมชง

ประเภทกล่อง (Secondary Package)

- กลุ่มเครื่องดื่มสำเร็จรูปพร้อมชง 160 g



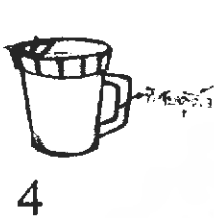
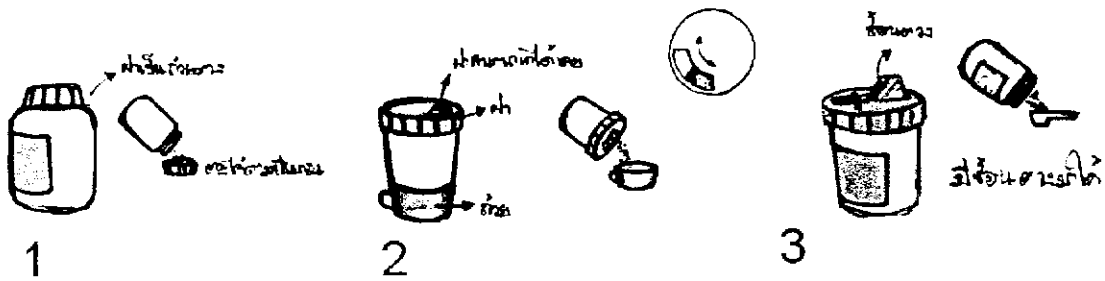
เงื่อนไขในการเลือกแบบ	1	2	3	4
1 ให้ความสะดวกสบาย	4	3	3	4
2 สามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม	2	3	4	4
3 ต้นทุนในการผลิตต่ำ	2	3	4	4
4 จับได้ถนัดมือ	3	3	3	4
รวม	11	12	14	16

5 = 5 บาท 4 = 4 บาท 3 = 3 บาท 2 = 2 บาท 1 = 1 บาท

สรุปเลือกแบบที่ 4

ประเภทกรรป (Primary Package)

- กลุ่มเครื่องดื่มสำเร็จรูปพร้อมชง 500 g



เงื่อนไขในการเลือกแบบ	1	2	3	4
1 ให้ความสะดวกสบาย	2	5	3	2
2 สามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม	2	3	4	3
3 ต้นทุนในการผลิตต่ำ	5	3	3	4
4 จับได้ถนัดมือ	3	3	3	4
รวม	12	14	13	13

5 = ดีมาก 4 = ดี 3 = พอใช้ 2 = ต่ำเกินไป 1 = ไม่ควรนำมาใช้

สรุปเลือกแบบที่ 2

ประเภทถ้วย (Primary Package) (รีไซเคิล)

- กลุ่มเครื่องดื่มสำเร็จรูปพร้อมชง 30 g



เงื่อนไขในการเลือกแบบ	1	2	3
1 ให้ความสะดวกสบาย	4	3	3
2 สามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม	4	3	4
3 ต้นทุนในการผลิตต่ำ	3	3	4
4 จับได้ถนัดมือ	3	3	3
รวม	15	12	14

5 = ดีมาก 4 = ดี 3 = พอใช้ 2 = ต่ำเกินไป 1 = ไม่ควรนำมาใช้

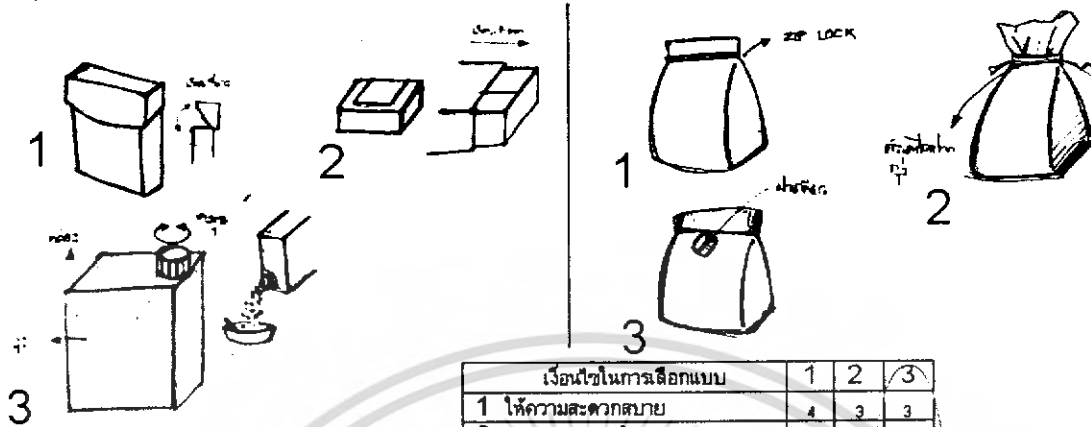
สรุปเลือกแบบที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกา188ไปใช้

กลุ่มอาหารเข้า

ประเภทถุง (Primary Package) และกล่อง (Secondary)

- กลุ่มอาหารเข้า(แผ่นธัญญาหารอบกรอบ) 340 g



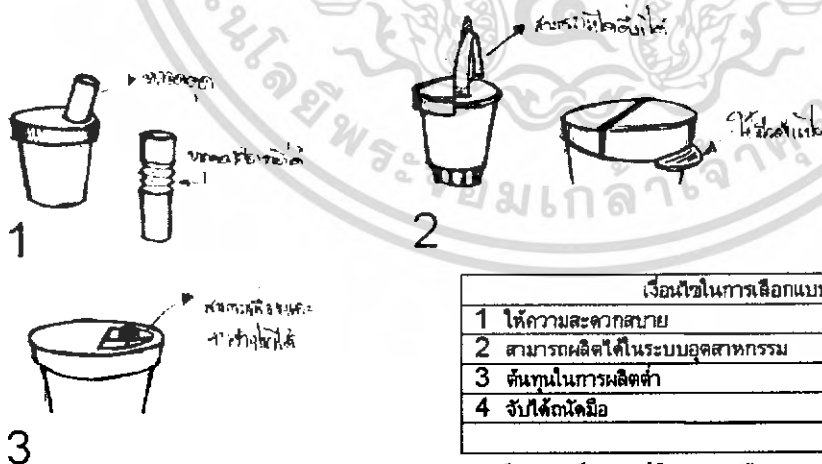
เงื่อนไขในการเลือกแบบ	1	2	3
1 ให้ความสะดวกสบาย	4	3	3
2 สามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม	2	3	4
3 ต้นทุนในการผลิตต่ำ	2	3	4
4 จับได้ถนัดมือ	3	3	3
รวม	11	12	14

5 = ดีมาก 4 = ดี 3 = พอใช้ 2 = ควรปรับปรุง 1 = ไม่ควรนำมาใช้

สรุปเลือกแบบที่ 3

ประเภทถ้วย (Primary Package) (เย็น)

- กลุ่มอาหารเข้า 30 g



เงื่อนไขในการเลือกแบบ	1	2	3
1 ให้ความสะดวกสบาย	4	3	3
2 สามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม	4	3	4
3 ต้นทุนในการผลิตต่ำ	3	3	4
4 จับได้ถนัดมือ	3	3	3
รวม	15	12	14

5 = ดีมาก 4 = ดี 3 = พอใช้ 2 = ควรปรับปรุง 1 = ไม่ควรนำมาใช้

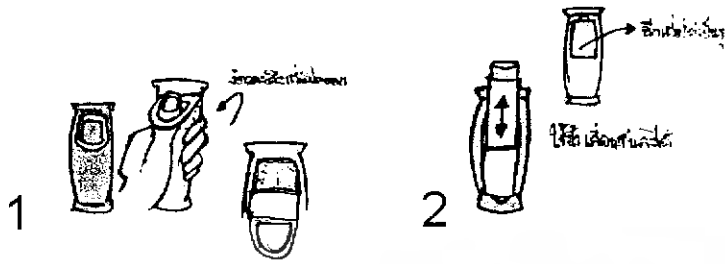
สรุปเลือกแบบที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกาไปใช้

กลุ่มขนมขบเคี้ยว

ประเภทของ (Primary Package)

- กลุ่มขนมขบเคี้ยว(แท่ง รัญญุกหาร) 35 g



สรุปเลือกแบบที่ 1

เงื่อนไขในการเลือกแบบ	1	2	3	4
1 ให้ความสะดวกสบาย	5	5	3	2
2 สามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม	4	3	4	3
3 ต้นทุนในการผลิตต่ำ	3	3	3	4
4 จับได้ถนัดมือ	3	3	3	4
รวม	15	14	13	13

5 = ดีมาก 4 = ดี 3 = พอใช้ 2 = ควรปรับปรุง 1 = ไม่ควรนำมาใช้

กลุ่มอาหารเด็ก

ประเภทกล่อง (Secondary Package)

- กลุ่มอาหารเด็ก(อาหารเสริมพร้อมซงสำหรับเด็กอ่อน) 200 g



สรุปเลือกแบบที่ 1

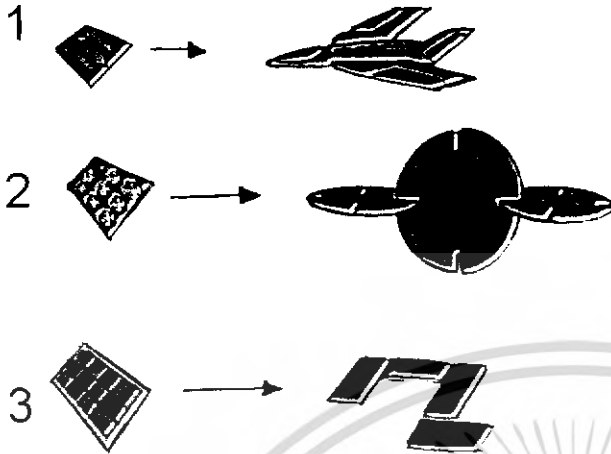
เงื่อนไขในการเลือกแบบ	1	2	3
1 เสริมสร้างพัฒนาการด้านร่างกาย	4	2	3
2 เสริมสร้างพัฒนาการทางคำภาษา	4	2	3
3 สานสัมพันธ์ระหว่างแม่และลูก	4	4	3
4 มีแรงจูงใจในการซื้อครั้งต่อไป	3	2	3
รวม	4	10	13

5 = ดีมาก 4 = ดี 3 = พอใช้ 2 = ควรปรับปรุง 1 = ไม่ควรนำมาใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกา 190 ไปใช้

ประเภทกล่อง (Secondary Package)

- กลุ่มอาหารเด็ก(ชุดอาหารเช้าผ่านวิทยุอาหารรอบพร้อมนมข้าวยาคู) 165 g



เงื่อนไขในการเลือกแบบ	1	2	3
1 เสริมสร้างพัฒนาการด้านร่างกาย	3	4	3
2 เสริมสร้างจินตนาการให้แก่เด็ก	3	4	4
3 เด็กไม่เบื่อง่าย	2	3	3
4 มีแรงจูงใจในการซื้อครั้งต่อไป	2	4	3
รวม	10	15	13

6 = สีเทา 4 = สี 3 = ทอง 2 = ขาวปับปรุง 1 = ไข่ขาวมาใช้

สรุปเลือกแบบที่ 2

การออกแบบกราฟิก

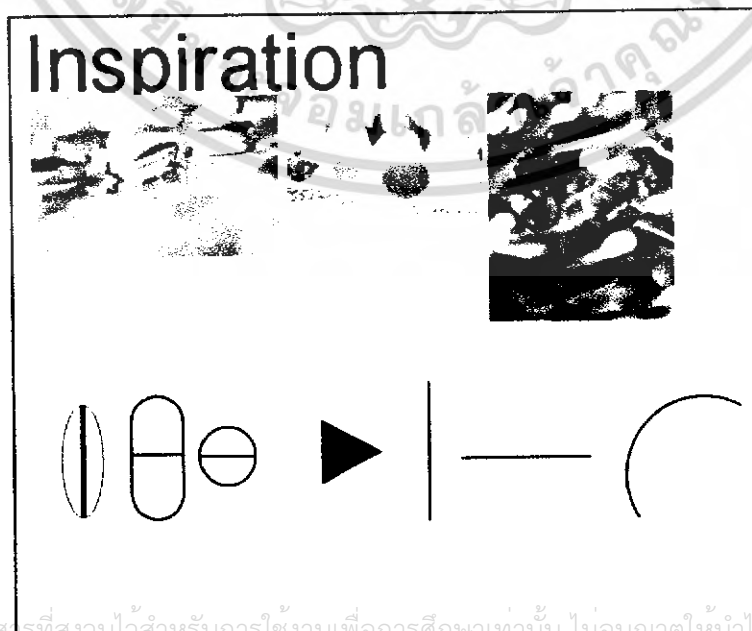
ขั้นแรกได้ทำการแบ่งแนวทางการออกแบบ เป็น 3แนวทางตามที่กำหนดไว้ข้างต้น ได้แก่

1. การบำรุง วิตามิน (NOURISH)
2. วัฒนธรรมไทย (THAI CULTURE)
3. ธรรมชาติ (NATURE)

PRIMARY DESIGN SKETCHES

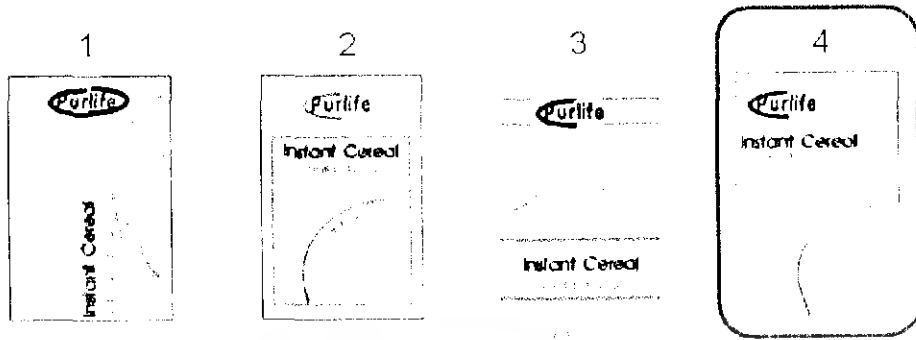
1. Design Route 1 การบำรุง

ลักษณะกราฟิกที่นำมาใช้จะแสดงให้เห็นถึงการบำรุงเป็นอาหารเสริม



ได้ทำการออกแบบมาทั้งหมด 4 แบบ

R 1
Nourish

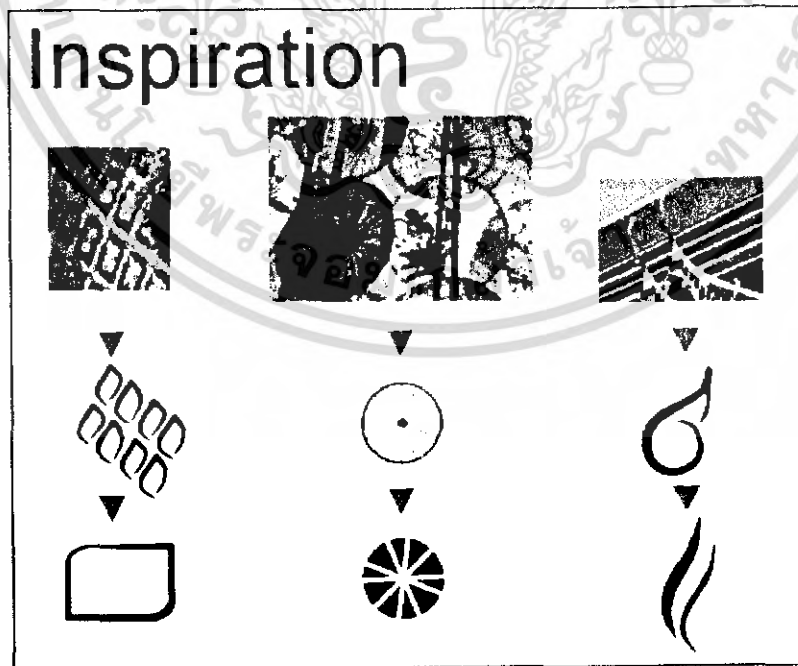


เกณฑ์การประเมิน	1	2	3	4
1. สื่อวิจักษณ์ภาพ	4	3	2	4
2. สื่อข้อความและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง	2	2	2	3
3. สื่อสัมผัสดู สัมผัสฟัง	3	3	3	3
4. สื่อสื่อสัมพันธ์กับบริบท	3	2	3	4
5. สื่อพัฒนาการเชิงสร้างสรรค์	4	4	3	4
รวม	16	14	13	18

5 = ดีมาก 4 = ดี 3 = พอใช้ 2 = ควรปรับปรุง 1 = ไม่ควรทำซ้ำ

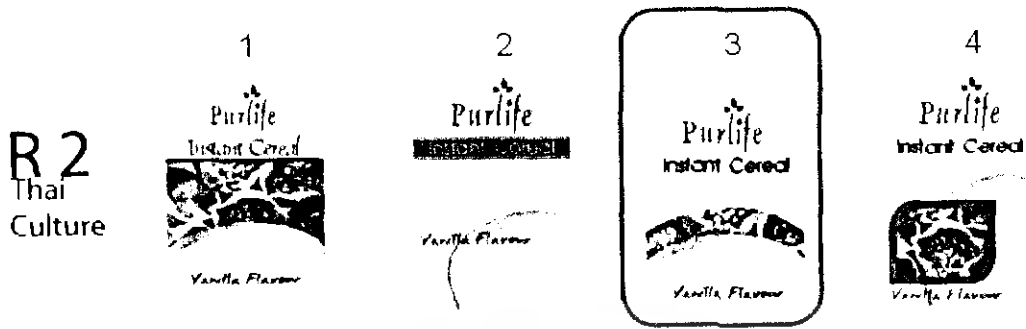
2. Design Route 2 วัฒนธรรมไทย

ลักษณะกราฟิกที่นำมาใช้จะแสดงให้เห็นถึงความเป็นไทย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้ทำการออกแบบมาทั้งหมด 4 แบบ

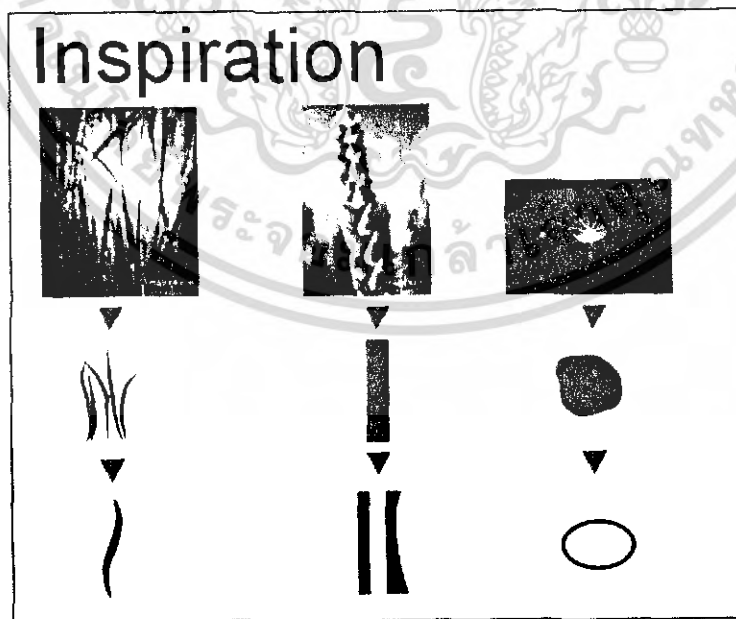


วิธีประเมินผลแบบ	แบบที่ 1	แบบที่ 2	แบบที่ 3	แบบที่ 4
1. สื่อข้อความชัดเจน	2	3	3	2
2. สีภาพ เห็นชัดเจนไม่ซ้ำกัน	2	2	4	3
3. สีสวย สีสันดูน่าสนใจ	3	3	4	3
4. มีเอกลักษณ์เฉพาะไม่ซ้ำกัน	3	2	3	3
5. สื่อภาพน่าสนใจไม่ซ้ำกัน	4	2	3	3
รวม	14	12	17	14

5 = ดีมาก 4 = ดี 3 = พอใช้ 2 = ควรปรับปรุง 1 = ไม่ควรนำมาใช้

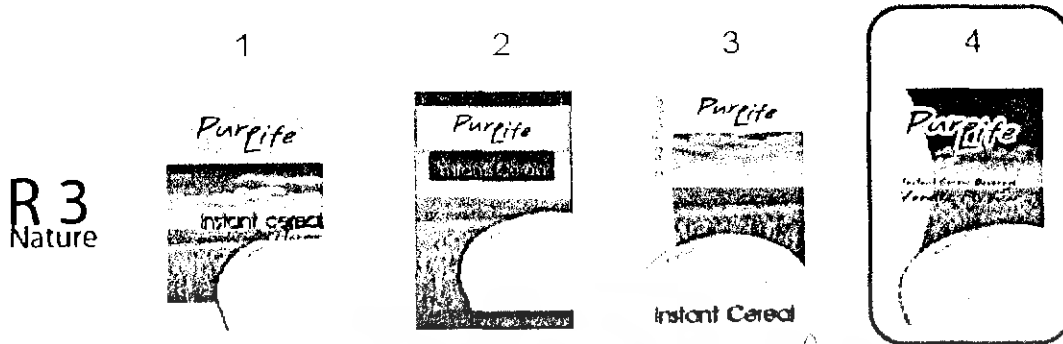
3. Design Route 3 ธรรมชาติ

ลักษณะกราฟิกที่นำมาใช้จะแสดงให้เห็นถึงความ เป็นธรรมชาติ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้ทำการออกแบบมาทั้งหมด 4 แบบ



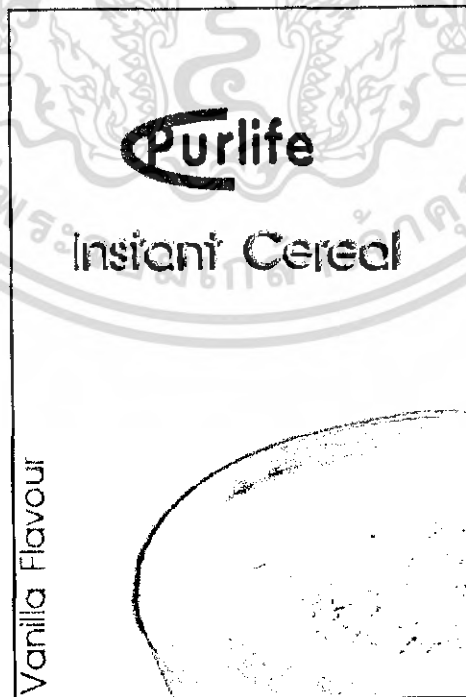
R3
Nature

เกณฑ์ในการเลือกแบบ	1	2	3	4
1. ความเป็นเอกลักษณ์	2	3	3	4
2. ความสะดวกในการใช้	3	2	3	5
3. ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	3	4	4	4
4. วัสดุที่ใช้มีความปลอดภัยและเป็นมิตรต่อผู้บริโภค	2	2	3	4
5. ความเป็นไปได้ในการผลิต	4	2	3	4
รวม	14	13	16	21

5 = ดีมาก 4 = ดี 3 = พอใช้ 2 = ควรปรับปรุง 1 = ไม่ควรเอาไปใช้

DESIGN DEVELOPMENT

1. Design Route 1 การบำรุง
จากการเลือกแบบในขั้นต้นจึงได้นำกราฟิกมาพัฒนา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

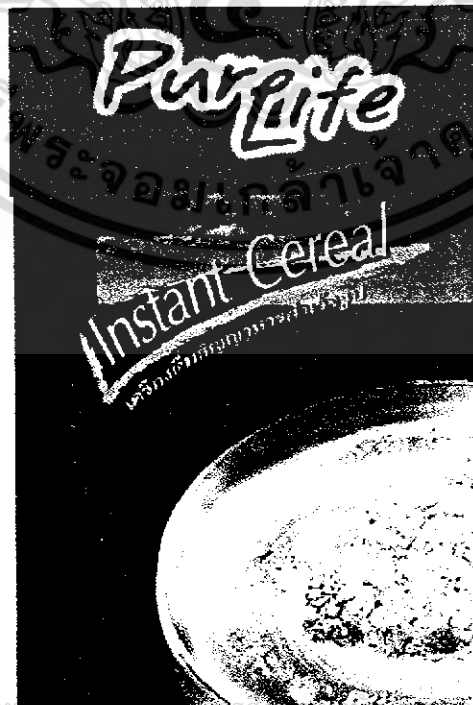
2. Design Route 2 วัฒนธรรมไทย
จากการเลือกแบบในขั้นต้นจึงได้นำกราฟิกมาพัฒนา

PurLife Instant Cereal



Vanilla Flavour

3. Design Route 3 ธรรมชาติ
จากการเลือกแบบในขั้นต้นจึงได้นำกราฟิกมาพัฒนา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในเท่านั้น เมื่อผู้เข้ขาดให้เข้าไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบโครงสร้าง

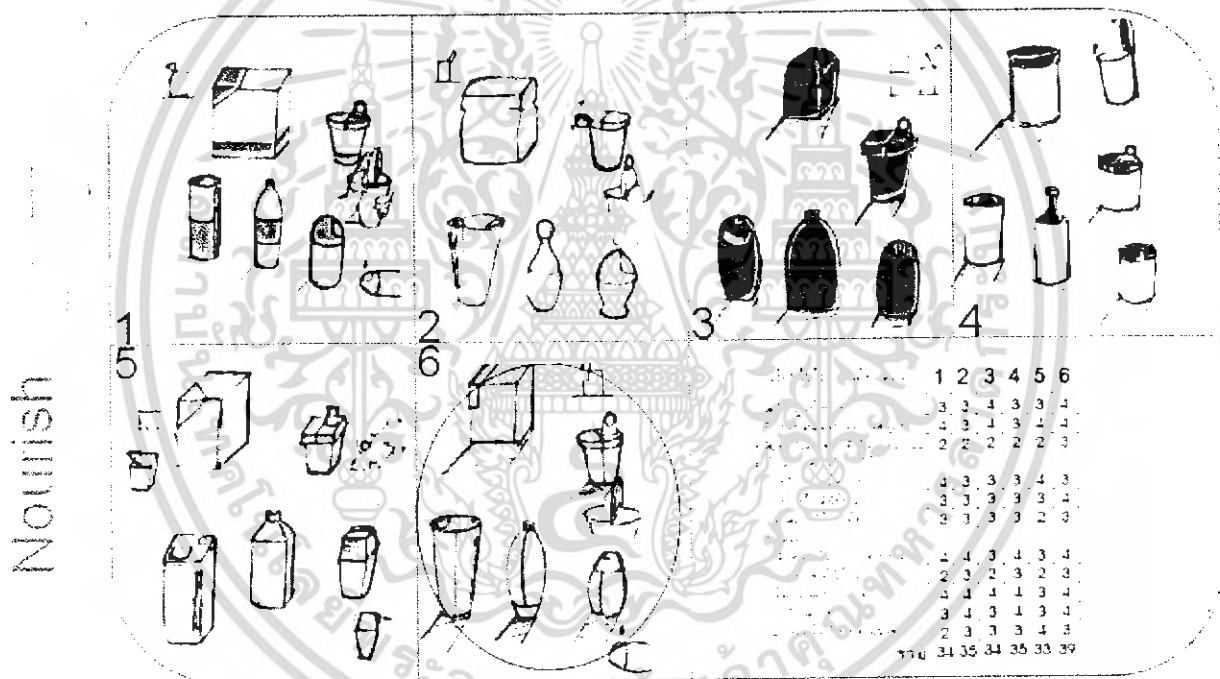
ขั้นแรกได้ทำการแบ่งแนวทางการออกแบบ เป็น 3แนวทางตามที่กำหนดไว้ข้างต้น ได้แก่

1. การบำรุง วิตามิน (NOURISH)
2. วัฒนธรรมไทย (THAI CULTURE)
3. ธรรมชาติ (NATURE)

PRIMARY DESIGN SKETCHES

1. Design Route 1 การบำรุง

ลักษณะโครงสร้างส่วนใหญ่จะได้ออกมาจากการลดทอนเม็ดยาในแบบต่างๆ ได้ทำการออกแบบทั้งหมด 6 แบบ



2. Design Route 2 วัฒนธรรมไทย

ลักษณะโครงสร้างส่วนใหญ่จะได้ออกมาจากการลดทอนเส้นสายและลวดลายแบบไทยๆ ได้ทำการออกแบบทั้งหมด 6 แบบ

Thai culture

รูปสัญลักษณ์	1	2	3	4	5	6
รูปสัญลักษณ์ที่ 1	3	3	3	3	1	4
รูปสัญลักษณ์ที่ 2	4	3	4	3	1	4
รูปสัญลักษณ์ที่ 3	2	2	2	2	3	2
รูปสัญลักษณ์ที่ 4	1	3	4	3	3	3
รูปสัญลักษณ์ที่ 5	3	3	3	3	4	3
รูปสัญลักษณ์ที่ 6	3	3	2	3	3	3
รวม	4	4	3	4	4	3
รูปสัญลักษณ์ที่ 1	2	3	2	3	3	2
รูปสัญลักษณ์ที่ 2	4	4	3	4	4	4
รูปสัญลักษณ์ที่ 3	3	4	3	4	4	3
รูปสัญลักษณ์ที่ 4	2	3	1	3	3	3
รวม	34	35	33	35	39	34

3. Design Route 3 ธรรมชาติ

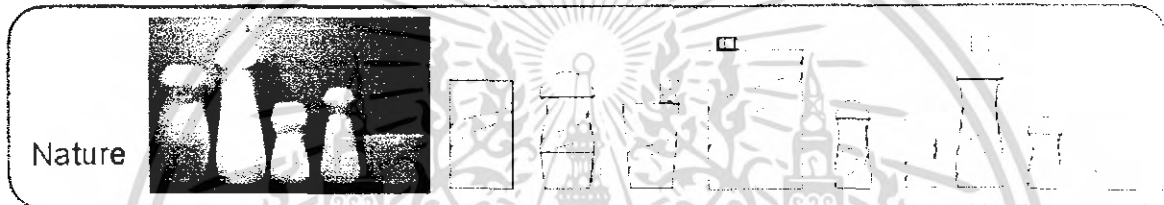
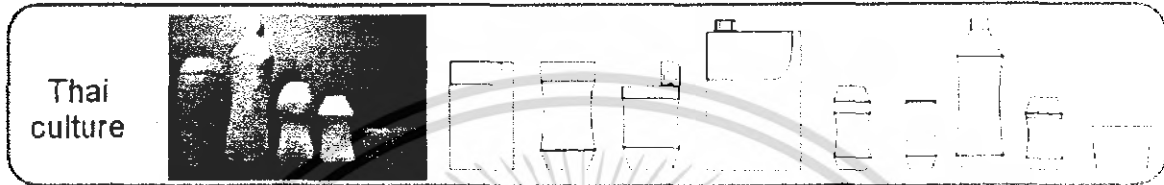
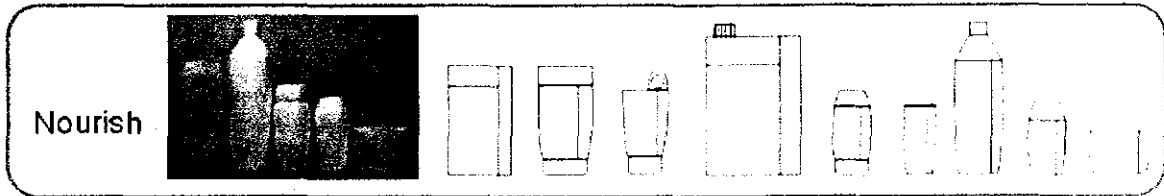
ลักษณะโครงสร้างส่วนใหญ่จะได้รับการลดทอนเส้นสายและลวดลายที่เป็นธรรมชาติ ได้ทำการออกแบบทั้งหมด 6 แบบ

Nature

รูปสัญลักษณ์	1	2	3	4	5	6
รูปสัญลักษณ์ที่ 1	3	3	4	3	3	4
รูปสัญลักษณ์ที่ 2	4	3	4	3	4	4
รูปสัญลักษณ์ที่ 3	2	2	2	2	2	3
รูปสัญลักษณ์ที่ 4	4	3	3	3	4	3
รูปสัญลักษณ์ที่ 5	3	3	3	3	3	4
รูปสัญลักษณ์ที่ 6	3	3	3	3	2	3
รวม	4	4	3	1	3	1
รูปสัญลักษณ์ที่ 1	2	3	2	3	2	3
รูปสัญลักษณ์ที่ 2	4	4	4	3	4	4
รูปสัญลักษณ์ที่ 3	3	4	3	4	3	4
รูปสัญลักษณ์ที่ 4	2	3	3	3	4	3
รวม	34	35	34	35	33	39

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการออกแบบทั้งหมด 3 แนวทางสามารถสรุปโครงสร้างได้เป็น 3 แบบและได้ทำโมเดล เพื่อทำการศึกษารูปแบบการจับการหิ้ว และได้ทำการให้คะแนนเลือกแบบมาพัฒนา

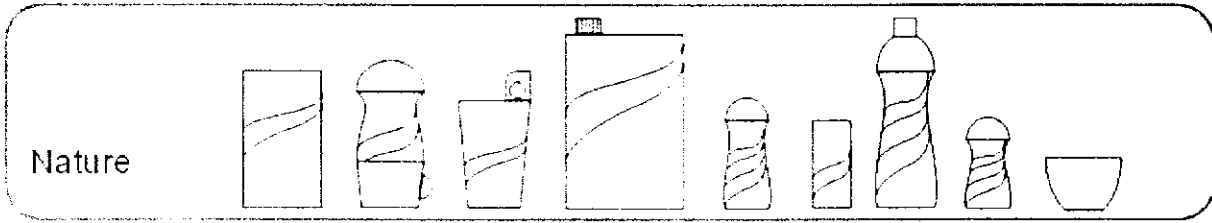


เชิงใช้ให้คะแนน	1	2	3
สีที่ดูสะอาด	3	3	4
จับถนัดมือ และ ใช้งานสะดวก	4	3	4
สีที่ดูทันสมัย และ ดูน่าเชื่อถือ	2	2	3
น้ำหนักเบา และ ใช้งานง่าย	2	3	5
ดูทันสมัย และ สวยงาม	3	3	4
ใช้วัสดุที่ปลอดภัย	3	3	3
ดูน่าเชื่อถือ	4	4	3
น้ำหนักเบา และ ใช้งานง่าย	4	4	3
ดูทันสมัย และ สวยงาม	3	4	3
สะดวกหยิบจับ และ ใช้งานง่าย	2	3	4
รวม	34	35	33

5 = ดีมาก 4 = ดี 3 = พอใช้ 2 = ควรปรับปรุง 1 = ไม่ควรนำมาใช้

สรุปเลือกแบบที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



DESIGN DEVELOPMENT

จากนั้นได้นำแบบที่ 3 มาพัฒนาต่ออีก 3 แบบ

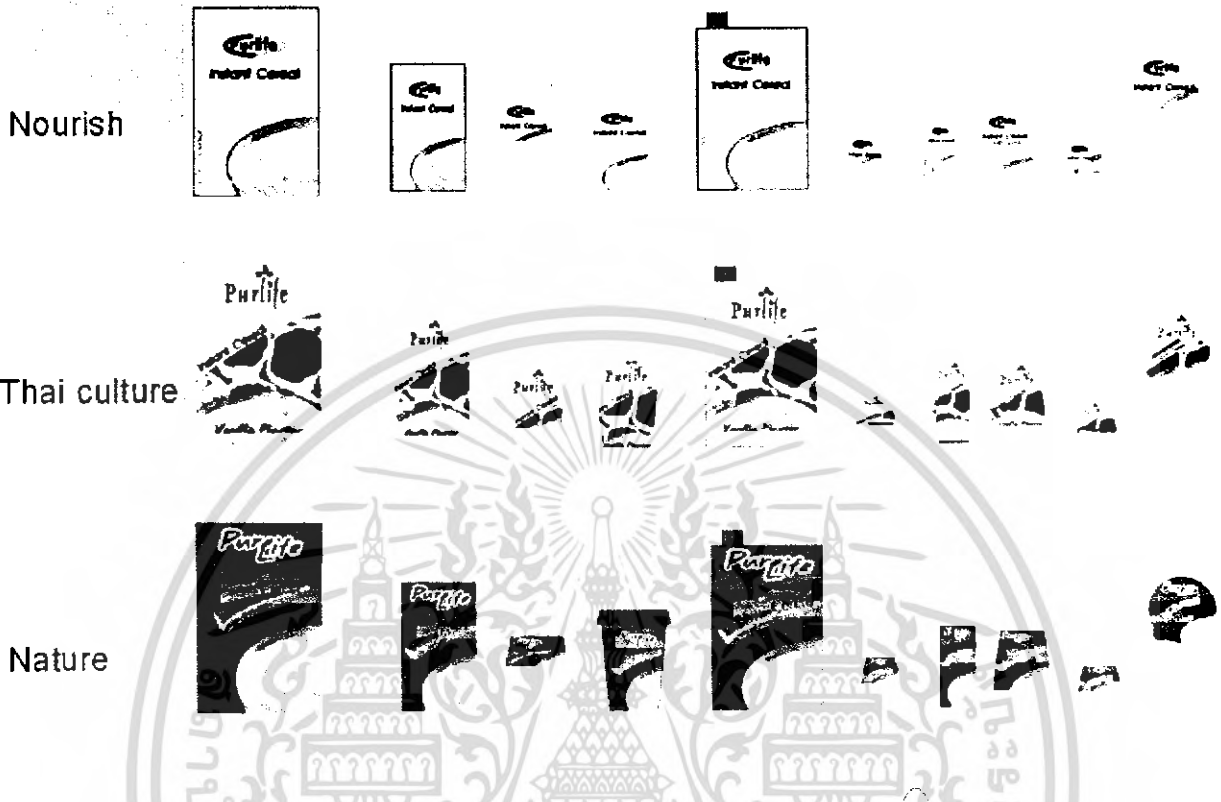


	1	2	3
1. สื่อถึงกลุ่มเป้าหมาย	2	3	4
2. สื่อความหมายผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน	3	2	3
3. สวยงาม ดึงดูด บ่งชี้ราคา	3	4	4
4. มีเอกลักษณ์ร่วมกับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์อื่นๆในโครงการ	2	2	4
5. สร้างความน่าเชื่อถือให้สินค้า	4	2	3
รวม	14	13	18

สรุปเลือกแบบที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขั้นตอนต่อไปเป็นการนำกราฟิกที่ได้ 3 แนวทางมาจัดวางลงในโครงสร้างที่เลือกมาเพื่อหากราฟิกที่มีความเหมาะสมที่สุด



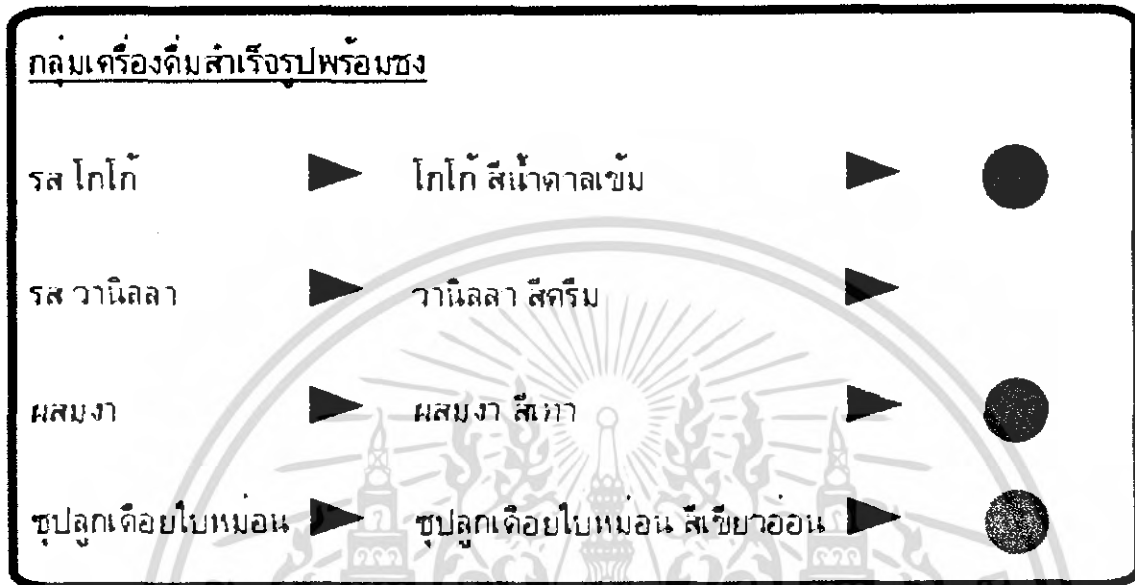
	แนวคิด	แนวคิด	แนวคิด	
	1	2	3	
1. สื่อถึงกลุ่มเป้าหมาย	2	3	4	
2. มีเอกลักษณ์เฉพาะโดดเด่นสะดุดตา	3	2	3	
3. สวยงาม ดึงดูด บนชั้นวาง	3	4	4	
4. มีเอกลักษณ์ร่วมกับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์อื่นๆในโครงการ	2	2	4	
5. สื่อตรงกับแนวความคิดในการออกแบบ	3	2	3	
	รวม	14	13	18



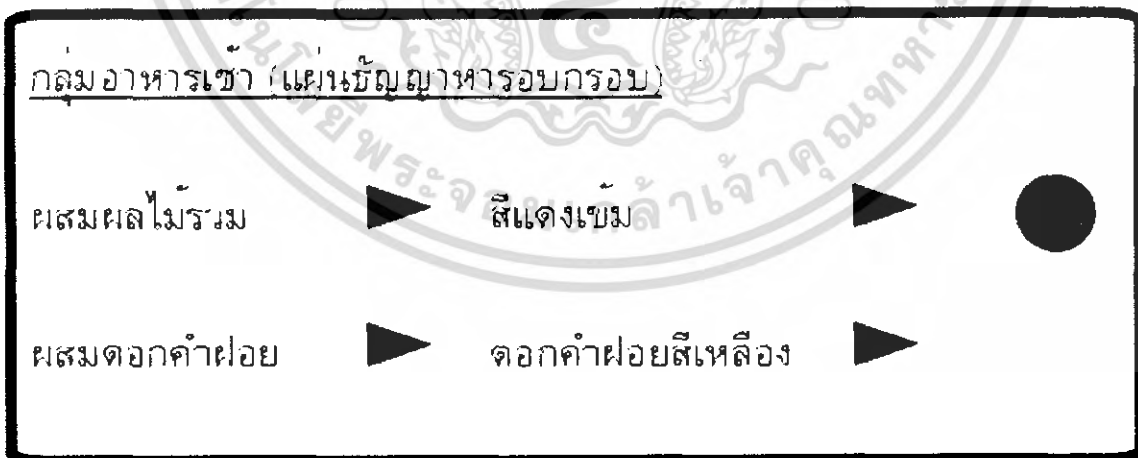
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การแสวงหาสีเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ในกลุ่มต่างๆ

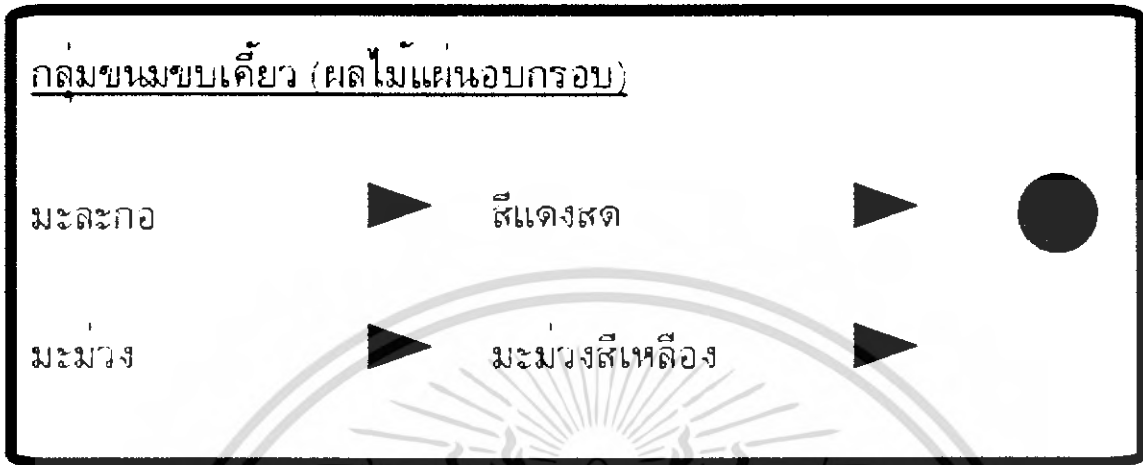
แสวงหาเอกลักษณ์ร่วม



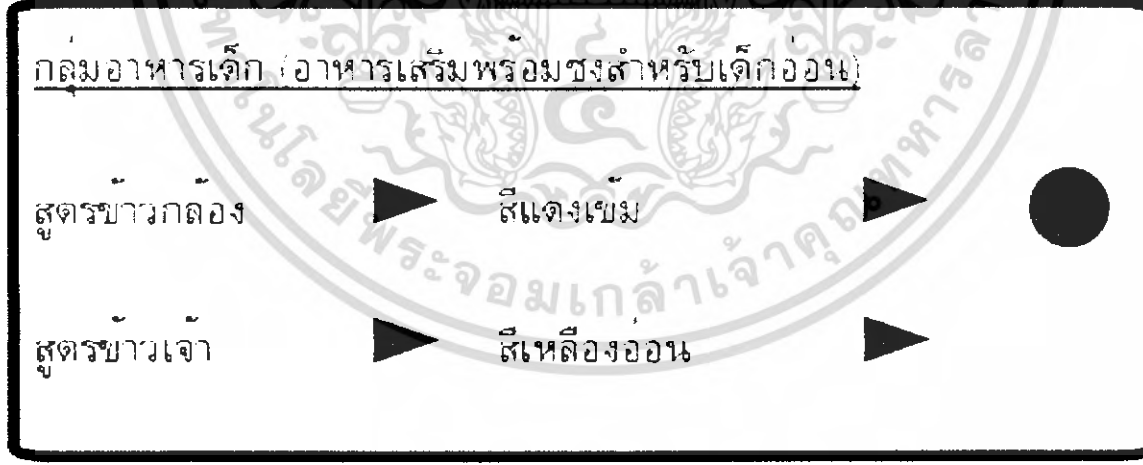
แสวงหาเอกลักษณ์ร่วม



แสวงหาเอกลักษณ์ร่วม



แสวงหาเอกลักษณ์ร่วม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีก2021ไปใช้

Design Refinement (Structure & Graphic)

เป็นการนำโครงสร้างจากการทำ Design Development มาจัดวางฉลากโดยใช้กราฟิกที่ได้เลือกมาโดยมีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มเครื่องดื่มสำเร็จรูปพร้อมชง 150 g




กลุ่มเครื่องดื่มสำเร็จรูปพร้อมชง 150 g



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีก 203 ไปใช้

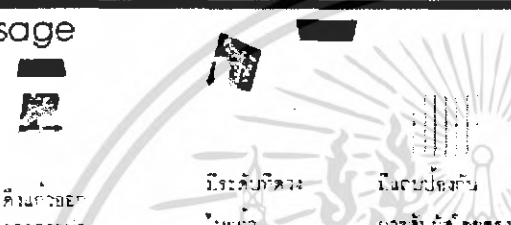
กลุ่มเครื่องดื่มสำเร็จรูปพร้อมชง 500 g

Primary Packaging



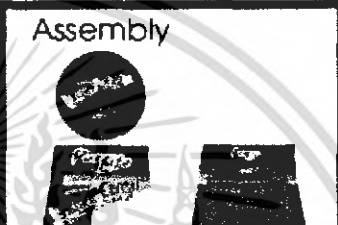
รสโกโก้ ชูปลุกเดียวไหมหอม รสวานิลลา ผสมงาดำ

Usage



ค้างคั่วซองจากกระดาษ โรยตัวปัดผงในแก้ว โปะนมพร้อมการสั่นด้วยเครื่องปั่น

Assembly



กลุ่มเครื่องดื่มสำเร็จรูปพร้อมชง 30 g

Secondary Packaging



รสโกโก้ ชูปลุกเดียวไหมหอม รสวานิลลา ผสมงาดำ

Usage



เปิดฝาลงและฉีกซองเทลงในแก้วและเติมน้ำร้อน สามารถเทเข้าปากได้เลย

Assembly



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีก 204 ไปใช้

กลุ่มอาหารเซา (ซีเรียล) 340 g

Primary Packaging

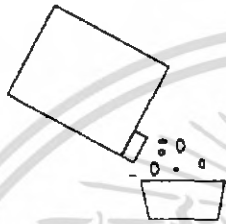
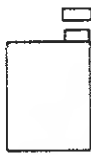


ผลไม้ไม่ปรุงรส



ผลมดอกคำฝอย

Usage



Assembly



กลุ่มอาหารเซา (ซีเรียล) 30 g

Primary Packaging



ผลไม้ไม่ปรุงรส



ผลมดอกคำฝอย

Usage



Assembly



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีก 205 ไปใช้

กลุ่มขนมขบเคี้ยว (แห่งธัญญาหาร) 840 g

Primary Packaging

รสโกโก้

รสวานิลลา

Usage



สามารถเปิดซองได้ด้วยมือเดียวโดยใช้นิ้วโป้งเกี่ยว

Assembly



กลุ่มขนมขบเคี้ยว (แห่งธัญญาหาร) 840 g

Secondary Packaging

รสโกโก้

รสวานิลลา

Usage



Display


Assembly



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีก206ไปใช้


กลุ่มเครื่องเทศ 50 g

Primary Packaging

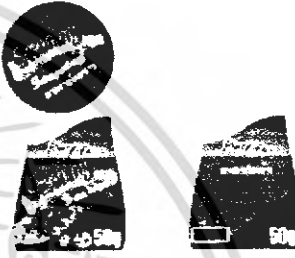


งาหอมโรยขาว สาทรายโรยขาว

Usage




Assembly




กลุ่มของฝาก (ชุดธัญญาหารพร้อมซอง)

Multiple Packaging




Usage


หิ้วได้



เป็น Display ได้

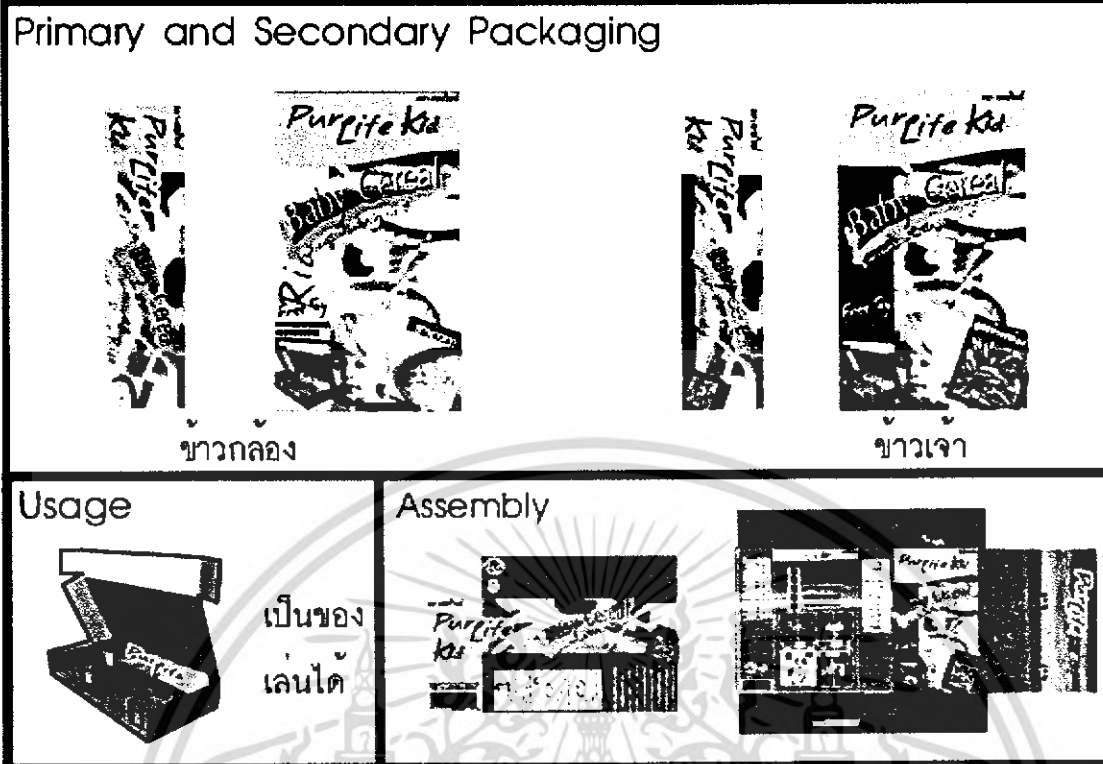


Assembly



กลุ่มอาหารเด็ก (อาหารเสริมพร้อมผงสำหรับเด็กอ่อน)

Primary and Secondary Packaging



ขาวกลอง

ขาวเงา

Usage

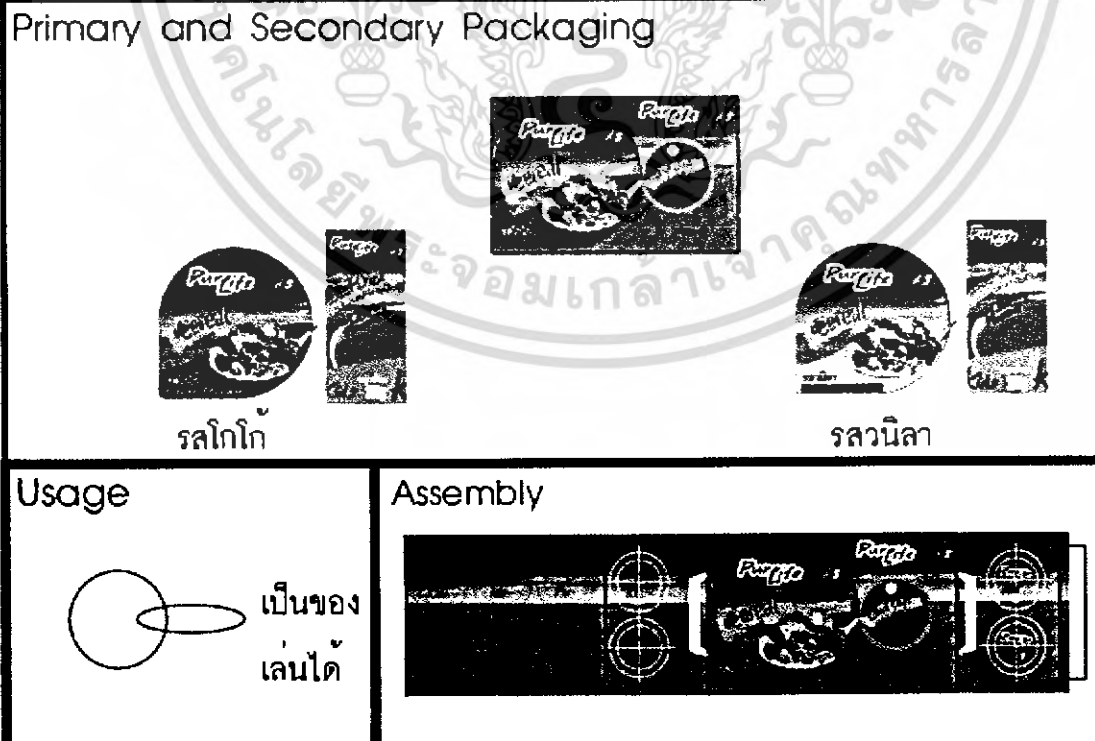
เป็นของเล่นได้

Assembly

เป็นของเล่นได้

กลุ่มอาหารเด็ก (ชุดอาหารเช้า)

Primary and Secondary Packaging



รสโกโก้

รสวานิลลา

Usage

เป็นของเล่นได้

Assembly

เป็นของเล่นได้

กลุ่มส่งเสริมการขาย



จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์ถึงข้อดีและข้อเสียของผลงานในขั้นนี้ เพื่อสรุปหาแนวทางที่จะนำมาพัฒนาและปรับปรุงเพื่อที่จะสรุปแบบในขั้นสุดท้าย โดยผลวิเคราะห์เป็นดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มี 210 ไปใช้

ด้านโครงสร้าง (Structure)

ข้อดี

- ตรงตาม Concept ที่วางไว้

ข้อเสีย

- โครงสร้างที่เป็นประเภทถ้วยกระดาษยังมีรูปทรงที่ไม่ลงตัว
- โครงสร้างขวดที่อยู่ในกลุ่มเครื่องดื่มยังไม่เป็น อัตลักษณ์ (Corporate Identities)

แนวทางการแก้ไข

- ปรับโครงสร้างประเภทถ้วยให้มีความลงตัว
- ปรับโครงสร้างขวดในกลุ่มเครื่องดื่มให้มี อัตลักษณ์ (Corporate Identities) มากขึ้น

ด้านกราฟิก (Graphic)

ข้อดี

- คู่มืออัตลักษณ์ (Corporate Identities) ที่ชัดเจนตรงกลุ่มเป้าหมาย

ข้อเสีย

- Typography บางตัวยังไม่ลงตัวตรงกลุ่มเป้าหมาย
- ยังไม่มีความเป็นไทยมากพอ

แนวทางการแก้ไข

- ปรับ Typography ให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมาย
- ออกแบบโลโก้ภาษาไทย

เมื่อได้แนวทางการแก้ไขปรับปรุงแล้วจึงดำเนินการออกแบบขั้นสุดท้ายต่อไป (Final Design Solution)

FINAL DESIGN SOLUTION

คัดเลือก Typography



6 = ไม่มาก 4 = นี 3 = พอใช้ 2 = ควรปรับปรุง 1 = ไม่ควรนำมาใช้

	1	2	3	4	5	6
1. สื่อถึงคุณค่าของ	3	4	2	3	4	3
2. สื่อความหมายสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์	2	4	3	2	3	3
3. สวยงาม ดึงดูด บ่งชี้ความ	4	4	3	4	4	2
4. มีเอกลักษณ์เฉพาะไปไม่เหมือนใคร	2	4	2	2	3	3
5. สื่อความหมายเชิงสื่อใจให้คน	2	3	4	3	2	4
รวม	13	19	14	14	16	15



โครงสร้างขวดผลิตภัณฑ์ในโครงการ

โครงสร้างขวดเครื่องดื่ม



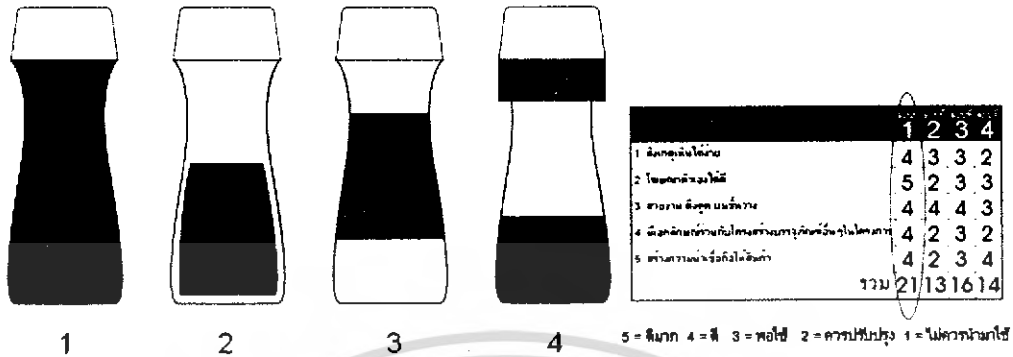
สรุปเลือกแบบที่ 1

	1	2	3	4	5
1. สื่อถึงคุณค่าของ	4	3	2	3	4
2. สื่อความหมายสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์	3	2	3	2	3
3. สวยงาม ดึงดูด บ่งชี้ความ	4	4	3	4	4
4. มีเอกลักษณ์ร่วมกับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์อื่น ๆ ในโครงการ	4	2	2	2	3
5. สื่อความหมายเชิงสื่อใจให้คน	3	2	4	3	2
รวม	18	13	14	14	16

5 = ไม่มาก 4 = นี 3 = พอใช้ 2 = ควรปรับปรุง 1 = ไม่ควรนำมาใช้

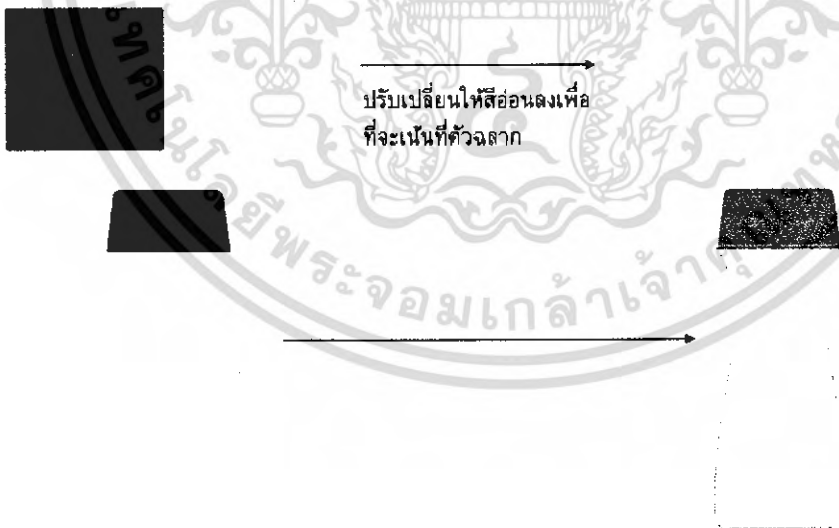
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มี 212 ไปใช้

คัดเลือกฉลากสำหรับบรรจุภัณฑ์ประเภทขวด กระป๋อง



สรุปเลือกแบบที่ 1

คัดเลือกสีสำหรับบรรจุภัณฑ์ประเภทขวด กระป๋อง

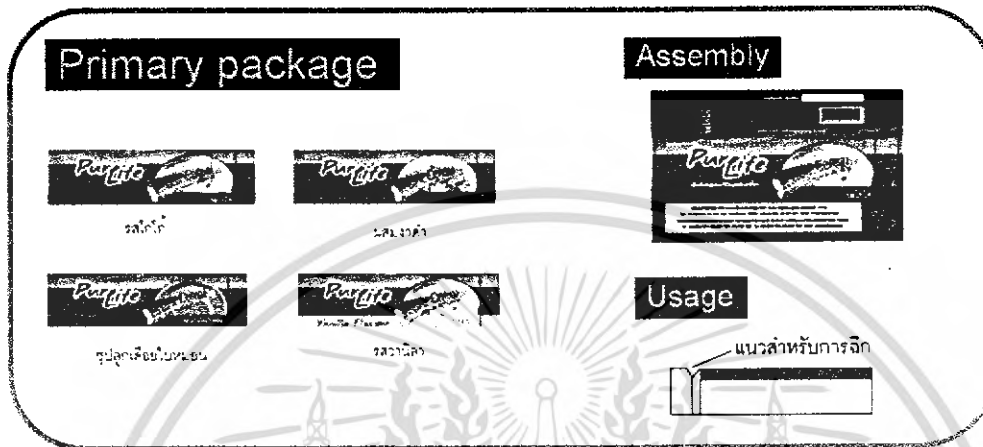


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกา 213 ปใช้

เมื่อทำการวิเคราะห์แสงทองคำประกอบเพื่อที่จะพัฒนาการออกแบบในขั้นสุดท้ายได้แล้ว
จึงเกิดเป็นงานออกแบบดังต่อไปนี้

กลุ่มเครื่องดื่มสำเร็จรูปพร้อมชง

150 กรัม



กลุ่มเครื่องดื่มสำเร็จรูปพร้อมชง

150 กรัม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มเครื่องดื่มสำเร็จรูปพร้อมชง

30 กรัม



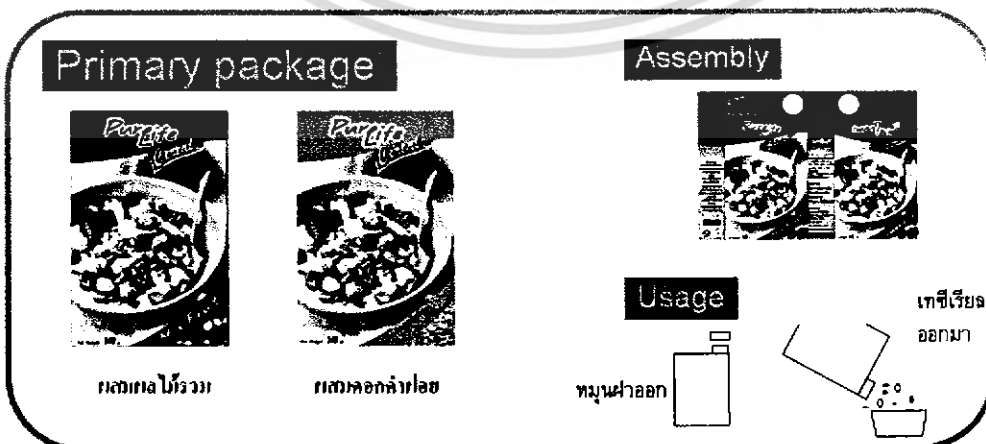
กลุ่มเครื่องดื่มสำเร็จรูปพร้อมชง

600 กรัม



กลุ่มอาหารเข้า

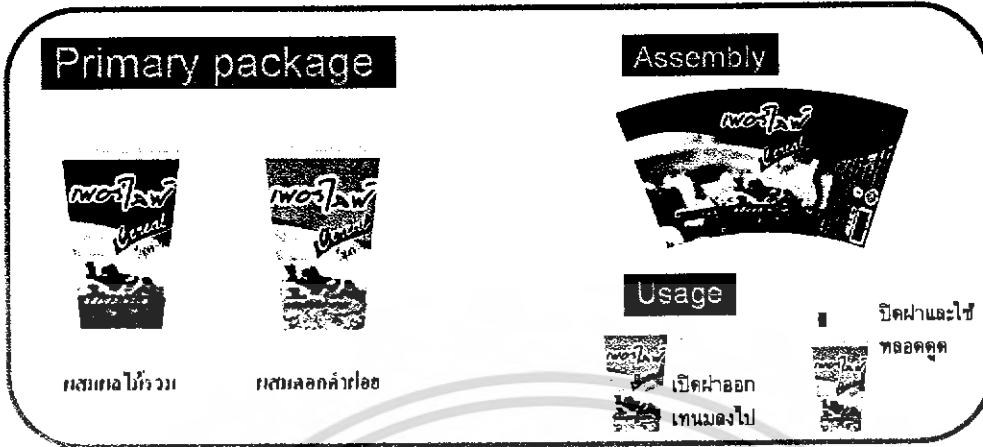
340 กรัม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกา215ไปใช้

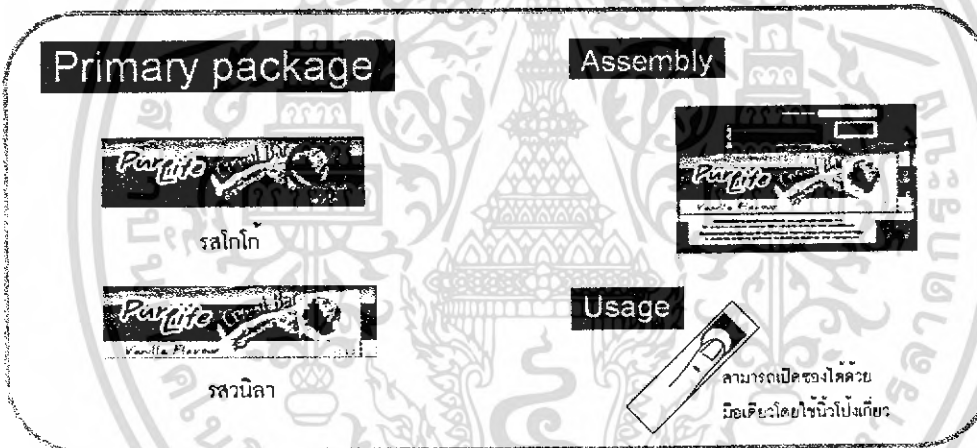
กลุ่มอาหารเช้า

30 กรัม



กลุ่มขนมขบเคี้ยว - ชิวพีชแท่ง

840 กรัม



กลุ่มขนมขบเคี้ยว - ชิวพีชแท่ง

840 กรัม



กลุ่มขนมขบเคี้ยว - ผลไม้แผ่นกรอบ

80 กรัม

Primary package

มะละกอบ มะเขือขี

Assembly

Usage

นำฝามาทางที่
กระป๋อง

หมุนฝาออก เทอาหารออกมา

กลุ่มเครื่องดื่ม

750 กรัม

Primary package

รสสตรอว์เบอร์รี่ รสลูกเลมอน รสโตโก้ รสวานิลลา

Assembly

Usage

หมุนฝาออกและ
สามารถดื่มได้
ทันที

กลุ่มเครื่องดื่ม

60 กรัม

Primary package

ราชมโธซ์ข้าว สาหร่ายโธซ์ข้าว

Assembly

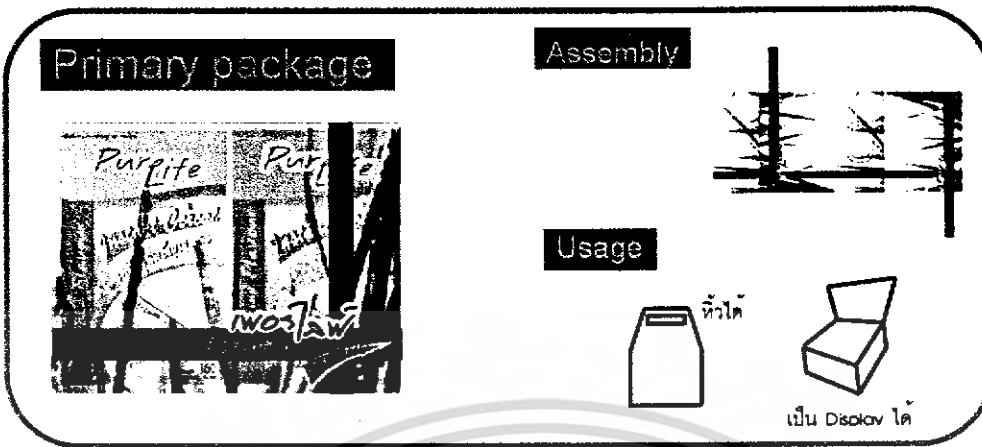
Usage

หมุนฝาออกและ
โรยได้ทันที

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีโอกาสนำไปใช้

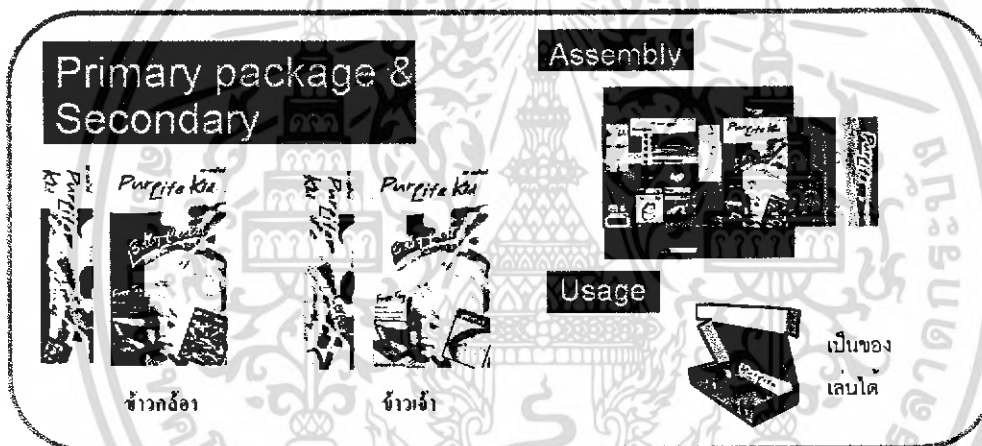
กลุ่มของฝาก

600 กรัม



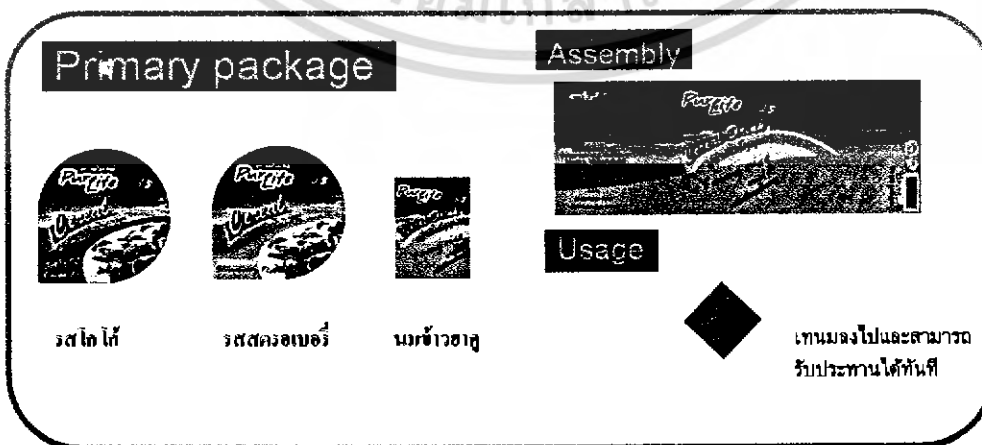
กลุ่มอาหารเด็ก - อาหารสำหรับเด็กอ่อน

200 กรัม



กลุ่มอาหารเด็ก - อาหารสำหรับเด็กโต

165 กรัม




เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้


กลุ่มอาหารเด็ก - อาหารสำหรับเด็กโต

185 กรัม

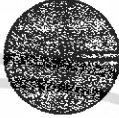
Secondary package



Assembly



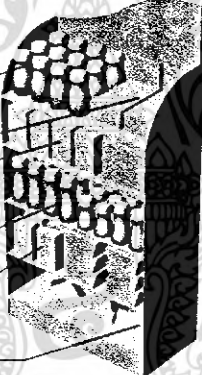
Usage



สามารถนำมาประกอบ
เป็นของเล่นได้

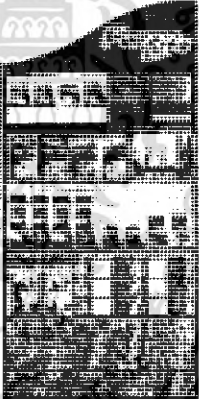
กลุ่มส่งเสริมการขาย

Pop



ชั้นอาหารสำเร็จรูป
ชั้นอาหารแห้ง
ชั้นอาหารสำเร็จรูป
ชั้นกระดาษและขวด
ชั้นอาหารเด็ก
ช่องเส้น

สามารถนำมาประกอบได้
ทำจากกระดาษฉกฟูก



3.3 การวิเคราะห์ออกแบบและการประเมินค่า (Design Analysis Evaluate)

จากขั้นตอนการพัฒนาแนวความคิดและการออกแบบที่กล่าวมาทั้งหมดนั้น สามารถนำมาสรุปผลการออกแบบทั้งทางด้านกราฟิกและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ได้ดังนี้

ด้านกราฟิก

1. บรรจุภัณฑ์สามารถสื่อสารกับผู้บริโภคเพื่อให้เกิดความเข้าใจในตัวสินค้าได้อย่างรวดเร็ว
2. ผู้บริโภคสามารถทราบถึงคุณค่าทางโภชนาการที่จะได้รับเมื่อบริโภคสินค้าแล้ว
3. บรรจุภัณฑ์สามารถแสดงความแตกต่างของสินค้าได้อย่างชัดเจน
4. บรรจุภัณฑ์สามารถสื่อถึงภาพลักษณ์ของผู้ผลิตอย่างเหมาะสม
5. บรรจุภัณฑ์มีความโดดเด่นจากคู่แข่ง
6. บรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้อย่างดี

ด้านโครงสร้าง

1. โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์มีรูปแบบที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เนื่องจากดัดแปลงจากรูปทรงของธรรมชาติ และยังสามารถสื่อให้ผู้บริโภคทราบว่าเป็นสินค้าเพื่อสุขภาพที่ผลิตจากธรรมชาติ
2. บรรจุภัณฑ์สามารถใช้งานได้สะดวก เหมาะแก่การรับประทานในเวลาเร่งรีบ

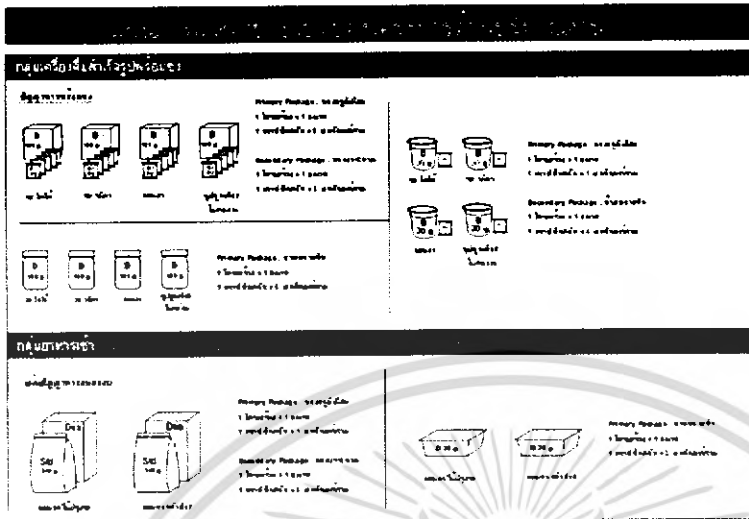


บทที่ 4

การนำเสนอผลงานการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1 ภาพถ่ายย่อแผ่นเสนองานและแบบแสดงรายละเอียด



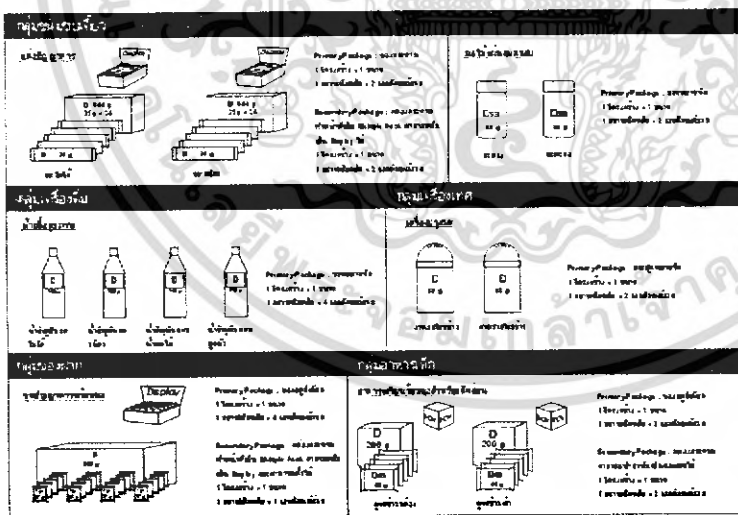
Scope of work

Packaging and Design for PurLife Food Product
 Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
 King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

01



รูปที่ 4.1.1 แผนภาพแสดงขอบเขตของผลิตภัณฑ์ในโครงการ จำแนกตามหมวดหมู่



Scope of work

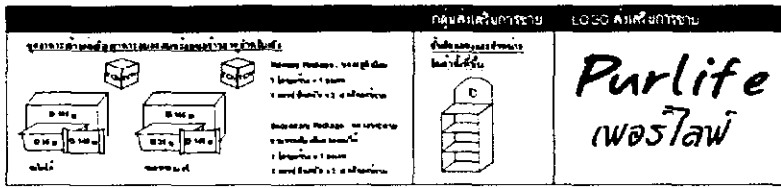
Packaging and Design for PurLife Food Product
 Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
 King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

02



รูปที่ 4.1.2 แผนภาพแสดงขอบเขตของผลิตภัณฑ์ในโครงการ จำแนกตามหมวดหมู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



สรุปผลการออกแบบ

สรุปผลการออกแบบ		สรุปในส่วนที่ออกแบบ	
โครงสร้างออกแบบ	14 โครงสร้าง	ออกแบบขนาด	1 ขนาด
โครงสร้างมาตรฐาน	2 โครงสร้าง	ออกแบบกล่อง	6 กล่อง
กราฟฟิกหลัก	12 กราฟฟิก	ออกแบบตัวย	2 ตัวย
จำนวนชิ้นงานรวม	32 ชิ้นงาน	ออกแบบกระปุก	1 กระปุก
		ออกแบบซอง	2 ซอง
		ออกแบบกระดาษ	1 กระดาษ

Scope of work

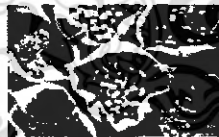
Packaging and Design for Purlife Food Product
 Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
 King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

03



รูปที่ 4.1.3 แผนภาพแสดงขอบเขตของผลิตภัณฑ์ในโครงการ จำแนกตามหมวดหมู่

▶ **Xongdur** บริษัท ซองเดอร์ ไทย ออร์แกนิก ฟู้ด จำกัด



▶ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากธัญพืชและผลไม้

▶ เพศ : ทั้งชายและหญิง แต่จะเน้นเพศหญิงมากกว่า
 อายุ : 25-40 ปี ซึ่งเป็นวัยทำงาน

▶ เพศ : ทั้งชายและหญิง
 อายุ : 6-12 ปี ซึ่งเป็นวัยเรียน

Primary Data

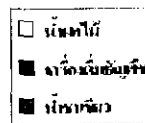
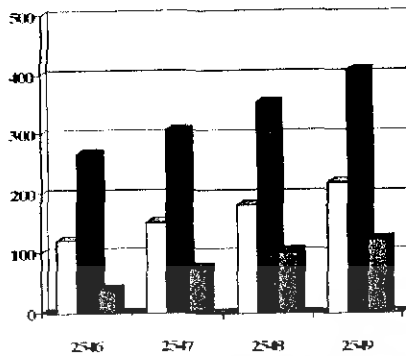
Packaging and Design for Purlife Food Product
 Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
 King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

04



รูปที่ 4.1.4 แผนภาพแสดงลักษณะธุรกิจของ บริษัท ซองเดอร์ไทย ออร์แกนิก ฟู้ด จำกัด

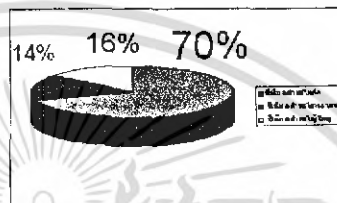
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีนำไปใช้



แนวโน้มการเจริญเติบโตของ
เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในประเทศไทย
(หน่วย : ล้านลิตร)
ที่มา : เอซี นิลเซ็น

ส่วนตลาดซีเรียลมูลค่า 390 ล้าน แยก
ตามเช็กเมนต์

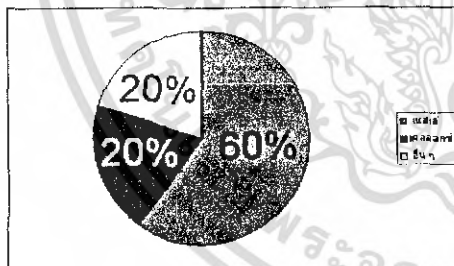
ตลาดซีเรียลสำหรับเด็กมีอายุเด็ก 6-14 ปีจะเป็นตลาด
ที่มีการแข่งขันที่รุนแรงที่สุด



Marketing Data

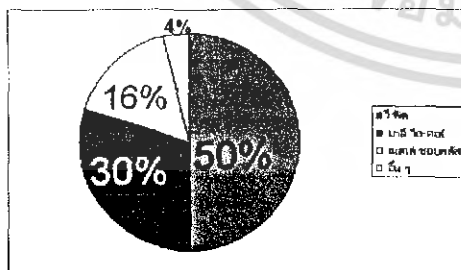
Packaging and Design for PurLife Food Product
Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

รูปที่ 4.1.5 แผนภาพแสดงส่วนแบ่งทางการตลาด



ส่วนแบ่งตลาดแบ่งตาม Corporate Share

ตลาดซีเรียล เนสเล่ได้ครองส่วนแบ่งมากที่สุดถึง 60%
และเคลล็อกซีได้ครองส่วนแบ่ง 20% นอกนั้นเป็น
Brand อื่นๆ 20%



สัดส่วนตลาดเครื่องดื่มอัญญาหามูลค่า

300 ล้าน แยกตาม Corporate Share

ตลาดเครื่องดื่มอัญญาหาม มี วี-ฟิต เป็นผู้ถือครอง
ครองตลาด 50% และมี มาลี ไอ คอยร์ครองตลาด
30% มีเนสเล่ ซอยพลัส 16% ที่เหลือเป็นอื่นๆ 4%

Marketing Data

Packaging and Design for PurLife Food Product
Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

รูปที่ 4.1.6 แผนภาพแสดงส่วนแบ่งทางการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เป็นอาหารที่ใช้วัตถุดิบที่มีคุณค่าทางโภชนาการ และเป็นวัตถุดิบของคนไทยซึ่งมีชื่อเสียง และมีผลไม่ที่เป็นของคนไทย โดยจะมีความแตกต่าง จากผลิตภัณฑ์ของต่างประเทศ



จำหน่ายตามร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาเก็ต โรงพยาบาล คลินิก และในแหล่งสุขภาพ เช่น สปา สถานนวดเพื่อสุขภาพ



จัดจำหน่ายในราคาที่ถูกกว่าของต่างประเทศ เพราะใช้วัตถุดิบที่มีจากในประเทศไทย



ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความแตกต่างจาก Brand อื่น โดยบรรจุภัณฑ์นี้สามารถนำมาพับเพื่อเสริมสร้างพัฒนาการของเด็กได้ ซึ่งจะเป็นการโฆษณาตัวสินค้าได้ด้วย และเพิ่มลูกเล่นให้บรรจุภัณฑ์ที่บริโภคสินค้าหมดแล้ว

Marketing Mix Strategy

Packaging and Design for Purlife Food Product
Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

07



รูปที่ 4.1.7 แผนภาพแสดงส่วนผสมทางการตลาด

- | | |
|---|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1) เป็นอาหารที่ให้ประโยชน์กับร่างกาย 2) วัตถุดิบได้นำมาแปรรูปมีการคัดสรรเป็นอย่างดี 3) เหมาะกับการรับประทานเป็นอาหารเช้า หรือ มื้อต่างๆ ที่ต้องมีการรีบเร่งไม่เสียเวลาในการประกอบอาหาร 5) มีราคาที่สำคัญเพราะมีการใช้วัตถุดิบที่อยู่ในประเทศ 6) อาหารเป็นอาหารที่ปลอดภัยสารพิษ 100 % ไม่ใส่ผงชูรส 7) บรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำมาเป็น After use ได้ | <ol style="list-style-type: none"> 1) มีผู้ประกอบการหลากหลายที่มีจุดเด่นเป็น ธรรมชาติ 2) คนยังมีความเชื่อว่าอาหารที่ได้รับการปรุงเสร็จใหม่มีคุณค่าประโยชน์มากกว่า อาหารที่เป็นอาหารสำเร็จรูป |
|---|--|

- 1) สินค้าประเภทนี้ยังเป็นตลาดที่เล็กเมื่อเทียบกับตลาดอาหารประเภทอื่นๆ
- 2) บริษัทของเดอร์ ไทย ออร์แกนิก ฟู้ด จำกัด ยังเป็นบริษัทที่เล็ก ยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง

- 1) แนวโน้มตลาดทางอาหารเพื่อสุขภาพมีแนวโน้มที่จะเติบโต เนื่องจากคนสนใจและดูแลตัวเองกันมากขึ้น คนไทยมีวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไปมีการเร่งรีบกันสูง ต้องรีบเร่งไปโรงเรียน ไปทำงาน
- 3) มีการสนับสนุนในภาครัฐบาล ธุรกิจ (SME) (OTOP) จึงมีโอกาสประชาสัมพันธ์ได้ง่าย
- 4) ชื่อเสียงของอัญพิชไทยที่มีชื่อเสียงมานาน

Swot Analysis

Packaging and Design for Purlife Food Product
Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

08



รูปที่ 4.1.8 แผนภาพอธิบายการทำ SWOT ANALYSIS

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีผู้นำไปใช้

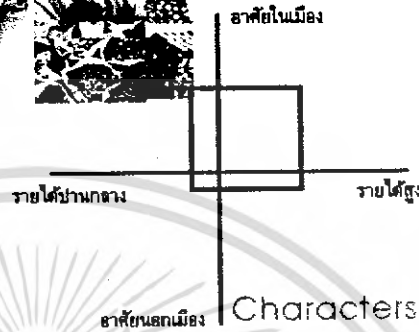
Life style : เป็นผู้ที่ต้องออกจากบ้านไปทำงานแต่เช้า
 มีชีวิตที่เร่งรีบและแข่งขันกับเวลา
 อุปนิสัย : เป็นคนรุ่นใหม่ มีทัศนคติที่ทันสมัย
 ทัศนคติ : ชอบความเรียบง่าย แต่มีสไตล์

Psychographics



Demographics

เพศ : ทั้งชายและหญิง แต่จะเน้นที่เพศหญิงมากกว่า
 อายุ : 25-40 ปี ซึ่งเป็นวัยทำงาน
 รายได้ : เป็นคนมีฐานะ ระดับ B ขึ้นไป
 ระดับการศึกษา : มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป
 อาชีพ : เป็นผู้ที่มีความรู้หรือมีธุรกิจที่ค่อนข้างดี



Target Group 1

Packaging and Design for Purlife Food Product
 Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
 King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

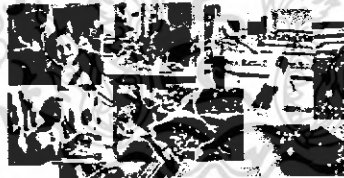
09



รูปที่ 4.1.9 แผนภาพแสดงลักษณะของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

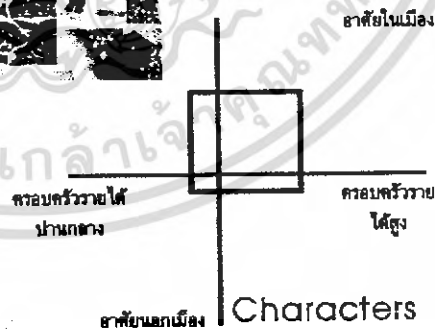
Life style : ออกจากบ้านไปเรียนแต่เช้า
 มีชีวิตที่เร่งรีบ
 อุปนิสัย : เป็นเด็ก generation ใหม่ กระตือรือร้น
 ชอบความสนุกสนาน ความคิดสร้างสรรค์

Psychographics



Demographics

เพศ : ทั้งชายและหญิง
 อายุ : 8-12 ปี ซึ่งเป็นวัยเรียน
 รายได้ : เป็นครอบครัวที่มีฐานะ ระดับ B ขึ้นไป
 ระดับการศึกษา : เป็นวัยที่กำลังเรียนหนังสือ



Target Group 2

Packaging and Design for Purlife Food Product
 Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
 King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

10



รูปที่ 4.1.10 แผนภาพแสดงลักษณะของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย



กลุ่มเครื่องดื่มสำเร็จพร้อมซง

- ัญญาอาหารพร้อมซง



กลุ่มเครื่องเทศ

- เครื่องปรุง



ซูปเปอร์ โปร



โกโรจธ



เนตส์ดำ



อินน่า



มอณโฑธ



โรวินดิน



แคดซิม



ควากธ



กรีน เด็กซ์



เดียวโทะ



แม็กคอมิก

Competitors

Packaging and Design for Purlife Food Product
Mr.Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

11



รูปที่ 4.1.11 แผนภาพแสดงการเปรียบเทียบคู่แข่ง

กลุ่มอาหารเช้า

- แผ่นัญญาอาหารอ.กรอบ



แฟมเลีย



แซนนี่



เดอร็อก



แซนนี่



โวลามิด



อัลเพน

กลุ่มขนมแบบเคียว

- แทงัญญาอาหาร



เนเจอร์วูดเซฟ



นิวทรี



เนตส์ดำ



นิวทรี กรอบ



แคฟตี



ฮอร์เมด

Competitors

Packaging and Design for Purlife Food Product
Mr.Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

12



รูปที่ 4.1.12 แผนภาพแสดงการเปรียบเทียบคู่แข่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มี 226

กลุ่มเครื่องดื่ม

- น้ำเพื่อสุขภาพ



เมจอร์อิฟ



มาลี



รีพล



ไออีซี



ยูนิฟ

กลุ่มอาหารเด็ก

- อาหารเสริมพร้อมซอง
สำหรับเด็กอ่อน



เนตส์



ไฮนซ์



เกอร์เบอร์

Competitors

Packaging and Design for Purlife Food Product

Mr.Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

13



รูปที่ 4.1.13 แผนภาพแสดงการเปรียบเทียบคู่แข่ง

กลุ่มอาหารเด็ก

- ชุดอาหารเสริมในถ้วยอาหาร
พร้อมฝาพร้อมแม่พิมพ์
สำหรับเด็ก



รีพล



โตเน



เนตส์



โพล



เดอล็อก



เวกเกอร์

Competitors

Packaging and Design for Purlife Food Product

Mr.Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

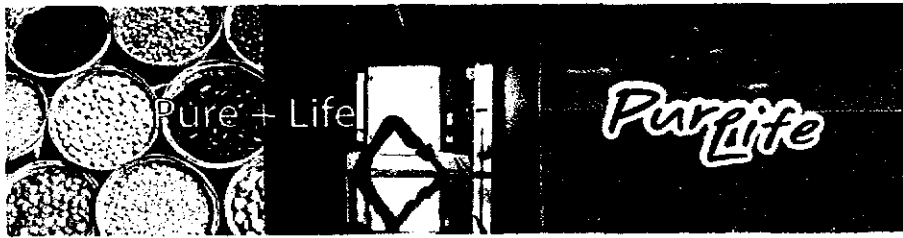
14



รูปที่ 4.1.14 แผนภาพแสดงการเปรียบเทียบคู่แข่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มี 227 มาไปใช้

แนวคิด และที่มาของแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่
เพื่อตอบสนองผู้บริโภคที่มีกลุ่มผู้บริโภค การเลือกซื้อของมาด้วยความถูกต้องจากธรรมชาติ ปุ๋ยคอกใช้ประโยชน์



- PURE** - ความเป็นธรรมชาติ
- ไร้สารเจือปน
- มีประโยชน์ต่อร่างกาย
- LIFE** - ร่างกายที่แข็งแรง
- ใช้ชีวิตอย่างสมดุล
- รับประทานอาหารที่มีประโยชน์

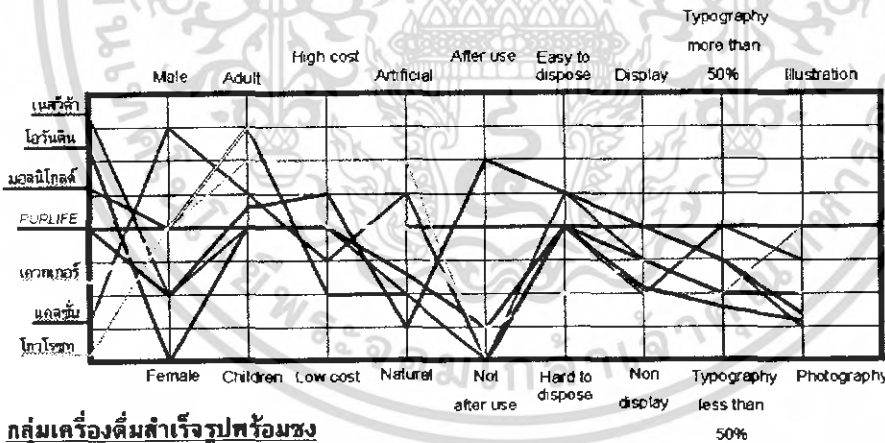
Branding

Packaging and Design for Purlife Food Product
Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

15



รูปที่ 4.1.15 แผนภาพแสดงการตั้งชื่อผลิตภัณฑ์ในโครงการ



กลุ่มเครื่องดื่มสำเร็จรูปพร้อมชง
- ัญญาอาหารพร้อมชง

Brand positioning

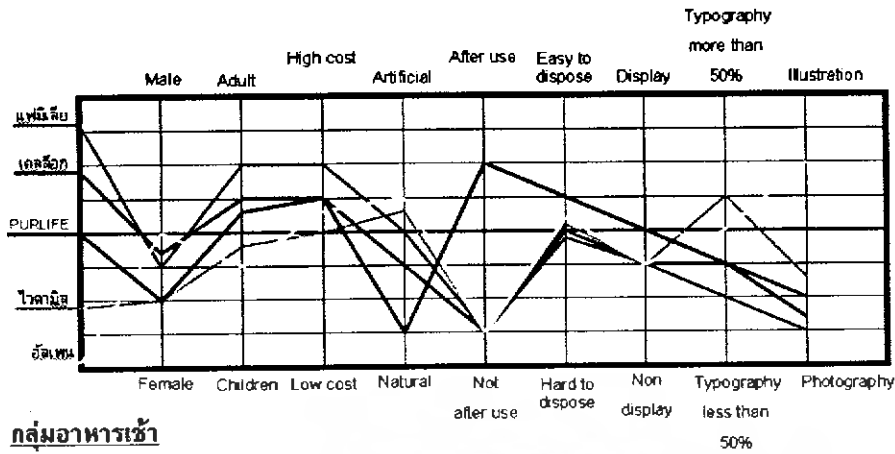
Packaging and Design for Purlife Food Product
Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

16



รูปที่ 4.1.16 แผนภาพแสดงกราฟการเปรียบเทียบลักษณะของกลุ่มคู่แข่งของโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มี 228 มาไปใช้



Brand positioning

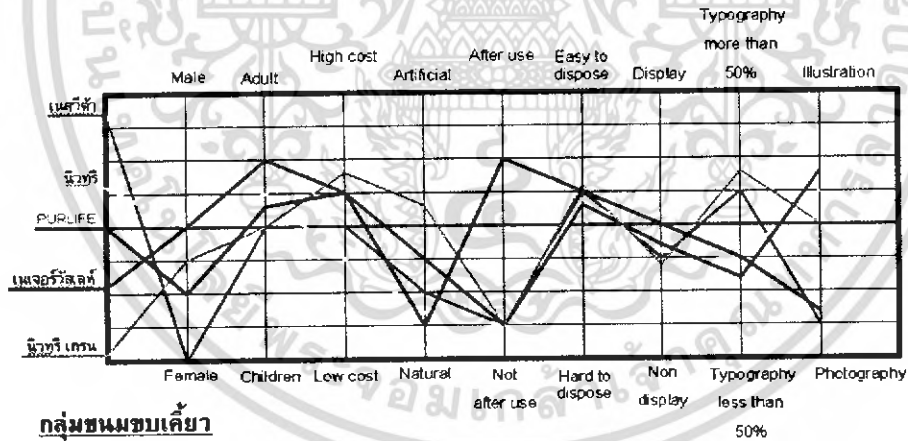
Packaging and Design for Purlife Food Product

Mr. Nuttavut Eamsanudom | 430201081 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

17



รูปที่ 4.1.17 แผนภาพแสดงกราฟการเปรียบเทียบลักษณะของคู่แข่งของโครงการ



Brand positioning

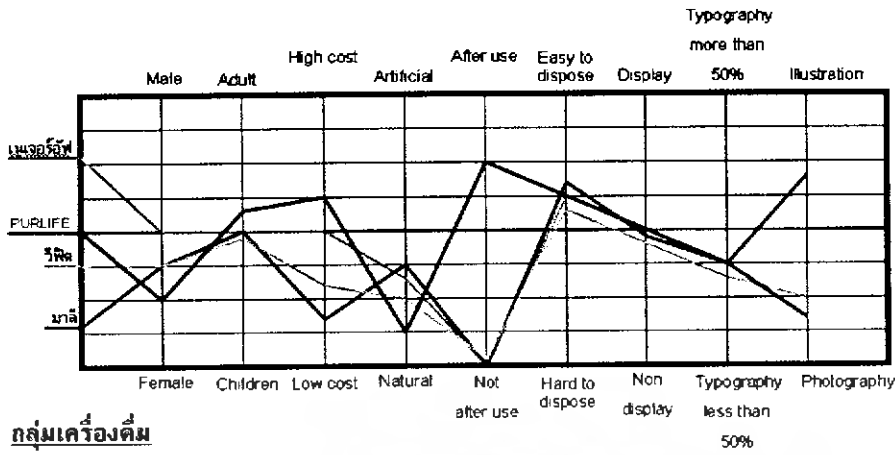
Packaging and Design for Purlife Food Product

Mr. Nuttavut Eamsanudom | 430201081 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

18



รูปที่ 4.1.18 แผนภาพแสดงกราฟการเปรียบเทียบลักษณะของคู่แข่งของโครงการ



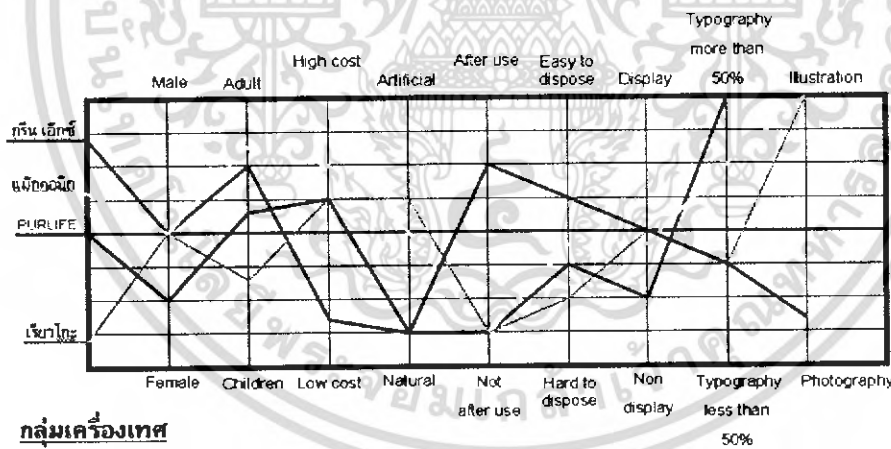
กลุ่มเครื่องดื่ม
- น้ำเพื่อสุขภาพ

Brand positioning

Packaging and Design for Purlife Food Product
Mr.Nuttavut Eamsanudom I 43020108 I Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang



รูปที่ 4.1.19 แผนภาพแสดงกราฟการเปรียบเทียบลักษณะของกลุ่มคู่แข่งของโครงการ



กลุ่มเครื่องเทศ
- เครื่องปรุง

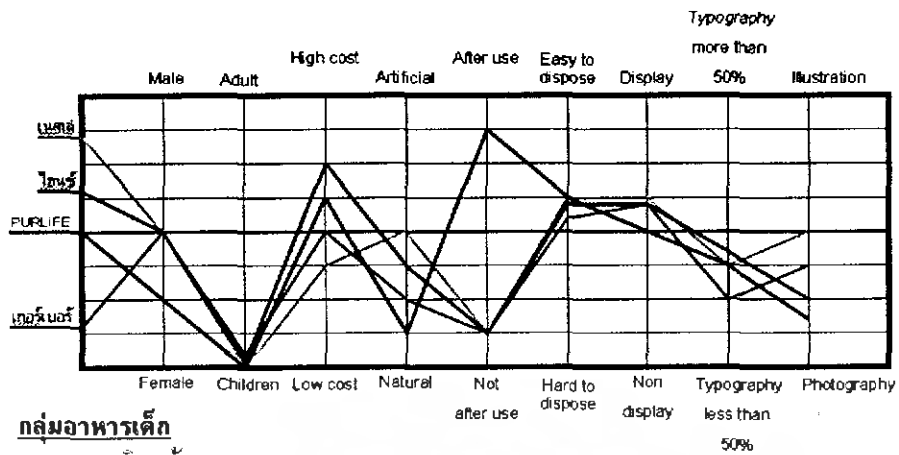
Brand positioning

Packaging and Design for Purlife Food Product
Mr.Nuttavut Eamsanudom I 43020108 I Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang



รูปที่ 4.1.20 แผนภาพแสดงกราฟการเปรียบเทียบลักษณะของกลุ่มคู่แข่งของโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มี 230 ไปใช้



กลุ่มอาหารเด็ก
- อาหารเสริมพร้อมซอง
สำหรับเด็กอ่อน

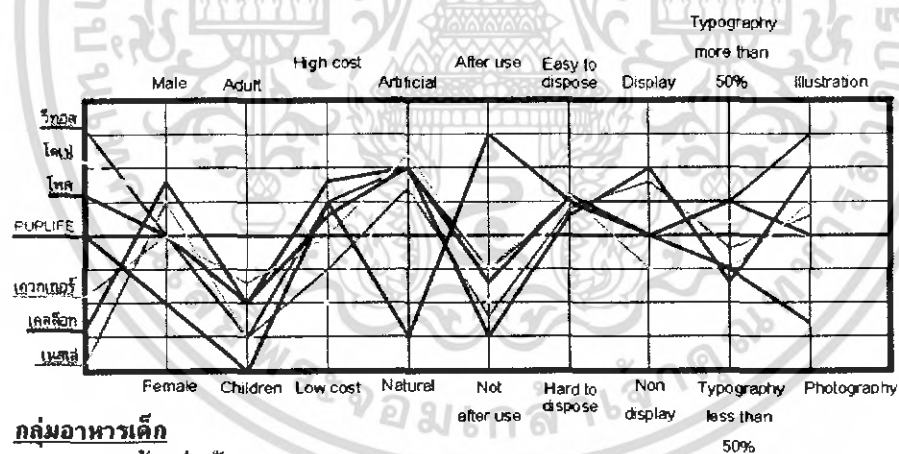
Brand positioning

Packaging and Design for Purlife Food Product
Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

21



รูปที่ 4.1.21 แผนภาพแสดงกราฟการเปรียบเทียบลักษณะของคู่แข่งของโครงการ



กลุ่มอาหารเด็ก
- ชุดอาหารเข้าแผ่นัญญาอาหารอบ
กรอบพร้อมนมข้าวาคูสำหรับเด็ก

Brand positioning

Packaging and Design for Purlife Food Product
Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

22



รูปที่ 4.1.22 แผนภาพแสดงกราฟการเปรียบเทียบลักษณะของคู่แข่งของโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มี 231 มาไปใช้

ผลิตภัณฑ์ อาหารเพื่อสุขภาพ



ชื่อเสียงของรัฐวิสาหกิจไทยที่มีมานาน



รัฐวิสาหกิจไทยที่มีคุณค่า สดจากไร้ไม่มีการปรุงแต่ง เพื่อสุขภาพ



ความเป็นห่วงเป็นใยในสุขภาพที่อยู่คู่กับคนไทยมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

Unique selling point

Packaging and Design for PurLife Food Product
Mr.Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

23



รูปที่ 4.1.23 แผนภาพแสดงการวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

ความเป็นห่วงเป็นใย

- Care
- Nutrition
- High quality
- Attractive
- Great Taste

Nourish

- วิตามิน
- อาหารเสริม



Thai culture

- สถาปัตยกรรมไทย
- ของใช้ที่เป็นไทย



Nature

- พืชพรรณ
- น้ำ

Design concept

Packaging and Design for PurLife Food Product
Mr.Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

24

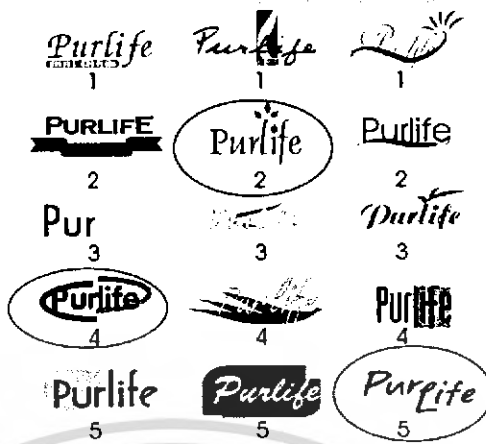


รูปที่ 4.1.24 แผนภาพแสดงแนวคิดในการออกแบบ

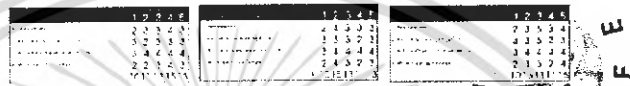
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มี 232 ไปใช้

ความถี่ในท่วงเป็นไอ

- Care
- Nutrition
- High quality
- Attractive
- Great Taste



Logo sketches

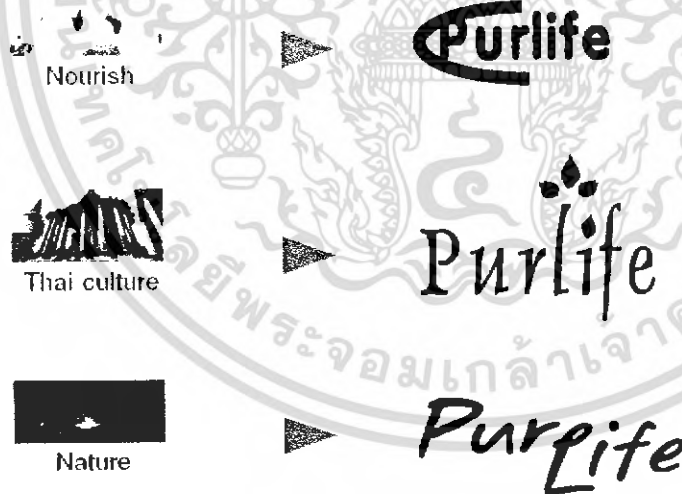


Packaging and Design for Purlife Food Product
 Mr. Nuttavut Eamsanudom I 43020108 I Faculty of architecture
 King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

25



รูปที่ 4.1.25 แผนภาพแสดงการออกแบบโลโก้



Fix logo

Packaging and Design for Purlife Food Product
 Mr. Nuttavut Eamsanudom I 43020108 I Faculty of architecture
 King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

26

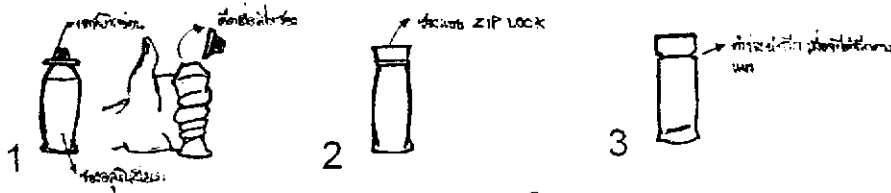


รูปที่ 4.1.26 แผนภาพแสดงการออกแบบโลโก้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มี 233 มาไปใช้

ประเภทซอง (Primary Package)

- กลุ่มเครื่องดื่มสำเร็จรูปพร้อมซอง 30 g
- กลุ่มอาหารแห้ง (ไก่) 30 g
- กลุ่มอาหารเด็กอ่อน 40 g



เงื่อนไขในการเลือกแบบ	1	2	3
1 ให้ความสะดวกสบาย	4	3	3
2 สามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม	2	3	4
3 ต้นทุนในการผลิตต่ำ	2	3	4
4 จับได้คล่องมือ	3	3	3
รวม	11	12	14

5 = ดีมาก 4 = ดี 3 = พอใช้ 2 = ต่ำกว่าพอใช้ 1 = ไม่ควรนำมาใช้

สรุปเลือกแบบที่ 3

Function sketches

Packaging and Design for Purlife Food Product
Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

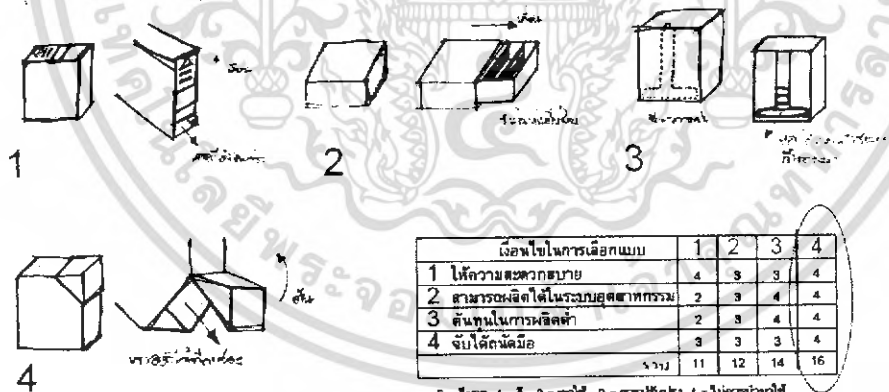
27



รูปที่ 4.1.27 แผนภาพแสดงการออกแบบการใช้งาน

ประเภทกล่อง (Secondary Package)

- กลุ่มเครื่องดื่มสำเร็จรูปพร้อมซอง 30 g
- กลุ่มอาหารแห้ง (ไก่) 30 g



เงื่อนไขในการเลือกแบบ	1	2	3	4
1 ให้ความสะดวกสบาย	4	3	3	4
2 สามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม	2	3	4	4
3 ต้นทุนในการผลิตต่ำ	2	3	4	4
4 จับได้คล่องมือ	3	3	3	4
รวม	11	12	14	16

5 = ดีมาก 4 = ดี 3 = พอใช้ 2 = ต่ำกว่าพอใช้ 1 = ไม่ควรนำมาใช้

สรุปเลือกแบบที่ 4

Function sketches

Packaging and Design for Purlife Food Product
Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

28

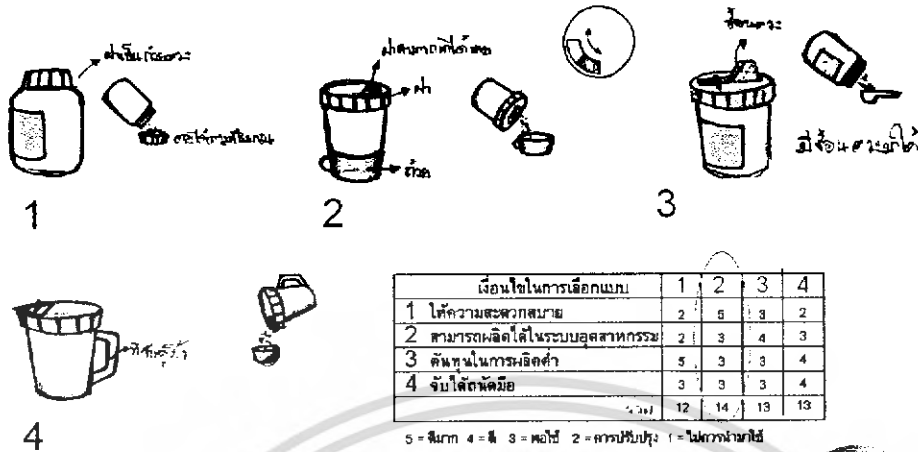


รูปที่ 4.1.28 แผนภาพแสดงการออกแบบการใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มี 234 ไปใช้

ประเภทบรรจุภัณฑ์ (Primary Package)

- กลุ่มเครื่องดื่มสำเร็จรูปพร้อมดื่ม 500 g



Function sketches **สรุปเลือกแบบที่ 2**

Packaging and Design for Purlife Food Product
Mr.Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

29



รูปที่ 4.1.29 แผนภาพแสดงการออกแบบการใช้งาน

ประเภทบรรจุภัณฑ์ (Primary Package) (รอง)

- กลุ่มเครื่องดื่มสำเร็จรูปพร้อมดื่ม



Function sketches

Packaging and Design for Purlife Food Product
Mr.Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

30

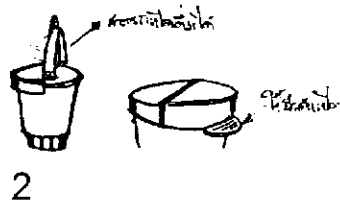
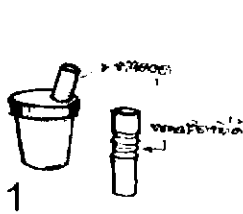


รูปที่ 4.1.30 แผนภาพแสดงการออกแบบการใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มี 235 นำไปใช้

ประเภทกัก (Primary Package) (เป็น)

เนื้ออาหารเข้า 50 g



เงื่อนไขในการเลือกแบบ	1	2	3
1 ให้ความสะดวกสบาย	4	3	3
2 สามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม	4	3	4
3 ต้นทุนในการผลิตต่ำ	3	3	4
4 จับได้ถนัดมือ	3	3	3
รวม	15	12	14

5 = ดีมาก 4 = ดี 3 = พอใช้ 2 = ควรปรับปรุง 1 = ไม่ควรทำใช้

สรุปเลือกแบบที่ 1

Function sketches

Packaging and Design for Purlife Food Product
Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

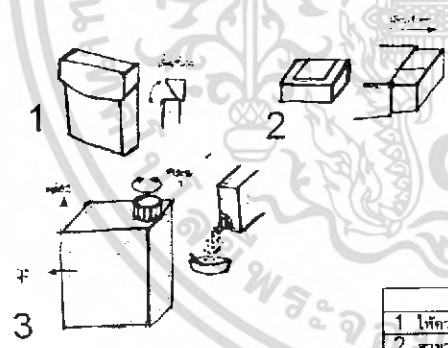
31



รูปที่ 4.1.31 แผนภาพแสดงการออกแบบการใช้งาน

ประเภทกัก (Primary Package) และกัก (Secondary)

เนื้ออาหาร เข้า 50 กรัม บรรจุ 10 ชิ้น



เงื่อนไขในการเลือกแบบ	1	2	3
1 ให้ความสะดวกสบาย	4	3	3
2 สามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม	2	3	4
3 ต้นทุนในการผลิตต่ำ	2	3	4
4 จับได้ถนัดมือ	3	3	3
รวม	11	12	14

5 = ดีมาก 4 = ดี 3 = พอใช้ 2 = ควรปรับปรุง 1 = ไม่ควรทำใช้

Function sketches **สรุปเลือกแบบที่ 3**

Packaging and Design for Purlife Food Product
Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

32

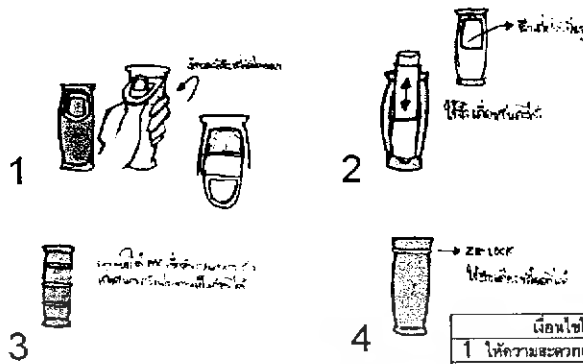


รูปที่ 4.1.32 แผนภาพแสดงการออกแบบการใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มี 236 ไปใช้

ประเภทของ (Primary Package)

- กลุ่มขนาดกลาง (ถ้วยแก้วใส 55 g)



สรุปเลือกแบบที่ 1

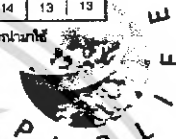
เงื่อนไขในการเลือกแบบ	1	2	3	4
1 ให้ความสะดวกสบาย	5	5	3	2
2 สามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม	4	3	4	3
3 ต้นทุนในการผลิตต่ำ	3	3	3	4
4 จับได้ถนัดมือ	3	3	3	4
รวม	15	14	13	13

5 = ดีมาก 4 = ดี 3 = พอใช้ 2 = ควรปรับปรุง 1 = ไม่ควรนำมาใช้

Function sketches

Packaging and Design for Purlife Food Product
Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

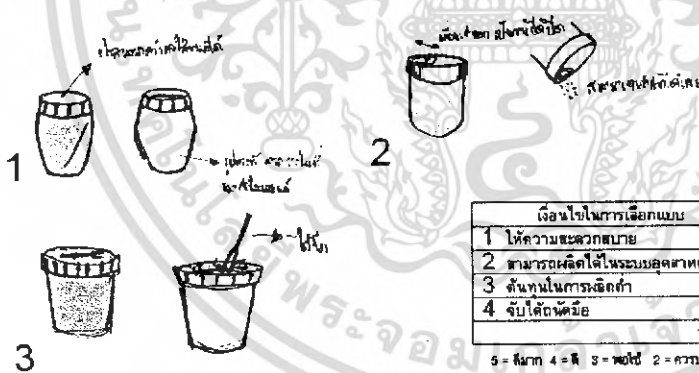
33



รูปที่ 4.1.33 แผนภาพแสดงการออกแบบการใช้งาน

ประเภทการปิด (Primary Package)

- กลุ่มขนาดกลาง (ถ้วยใส 55 g)



เงื่อนไขในการเลือกแบบ	1	2	3
1 ให้ความสะดวกสบาย	4	3	3
2 สามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม	4	3	4
3 ต้นทุนในการผลิตต่ำ	3	3	3
4 จับได้ถนัดมือ	3	3	3
รวม	14	12	13

5 = ดีมาก 4 = ดี 3 = พอใช้ 2 = ควรปรับปรุง 1 = ไม่ควรนำมาใช้

สรุปเลือกแบบที่ 1

Function sketches

Packaging and Design for Purlife Food Product
Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

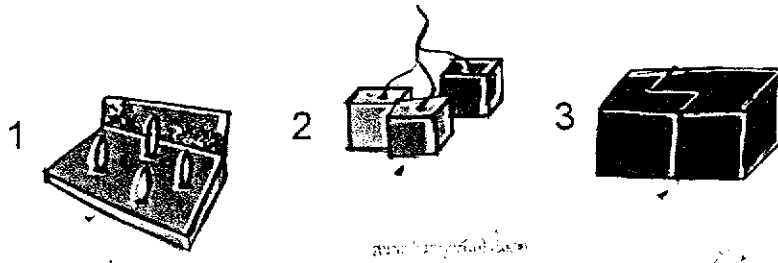
34



รูปที่ 4.1.34 แผนภาพแสดงการออกแบบการใช้งาน

ประเภทกล่อง (Secondary Package)

- กลุ่มอาหารเด็ก (อาหารเสริมพร้อมรับประทานสำหรับเด็ก) 200 g



1. โครงสร้างแบบพับเพื่อเตรียมใช้

2. ส่วนประกอบที่ประกอบกัน

3. ส่วนประกอบที่ประกอบกัน

เงื่อนไขในการเลือกแบบ	1	2	3
1. เสริมสร้างพัฒนาการด้านร่างกาย	4	2	3
2. เสริมสร้างพัฒนาการทางด้านภาษา	4	2	3
3. สามารถพับขึ้นรูปได้ง่าย	4	4	3
4. มีแรงจูงใจในการซื้อครั้งต่อไป	3	2	3
รวม	4	10	13

สรุปเลือกแบบที่ 1

5 = ดีมาก 4 = ดี 3 = พอใช้ 2 = ควรปรับปรุง 1 = ไม่ควรนำมาใช้

Function sketches

Packaging and Design for Purlife Food Product
Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

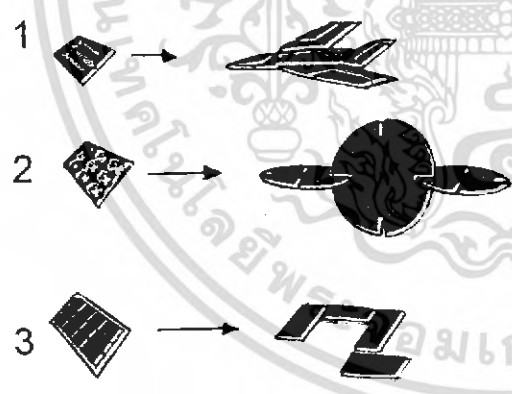
35



รูปที่ 4.1.35 แผนภาพแสดงการออกแบบการใช้งาน

ประเภทกล่อง (Secondary Package)

- กลุ่มอาหารเด็ก (อาหารเสริมพร้อมรับประทานสำหรับเด็ก) 200 g



เงื่อนไขในการเลือกแบบ	1	2	3
1. เสริมสร้างพัฒนาการด้านร่างกาย	3	4	3
2. เสริมสร้างจินตนาการให้แก่เด็ก	3	4	4
3. เด็กไม่เบื่อหน่าย	2	3	3
4. มีแรงจูงใจในการซื้อครั้งต่อไป	2	4	3
รวม	10	15	13

5 = ดีมาก 4 = ดี 3 = พอใช้ 2 = ควรปรับปรุง 1 = ไม่ควรนำมาใช้

สรุปเลือกแบบที่ 2

Function sketches

Packaging and Design for Purlife Food Product
Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

36



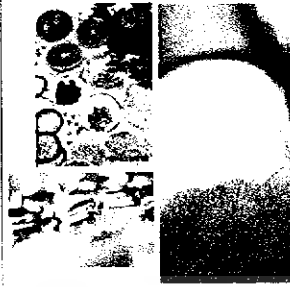
รูปที่ 4.1.36 แผนภาพแสดงการออกแบบการใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มี 238 มาไปใช้

Structure บรรจุภัณฑ์ที่ให้ความรู้สึกถึงความเป็นอาหารเสริมแต่ไม่ซ้ำซาก



Graphio ลวดลายที่สื่อถึงความเป็นอาหารเสริม มีรูปแบบที่เรียบง่าย



NOURISH

ความใส่ใจดูแลในแบบวิทยาศาสตร์

Inspiration Board Route 1

Packaging and Design for Purlife Food Product

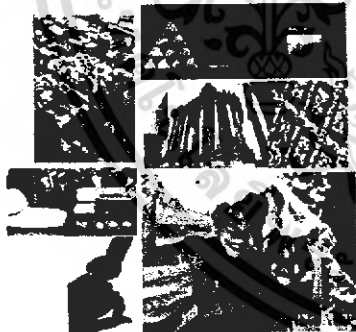
Mr.Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

37

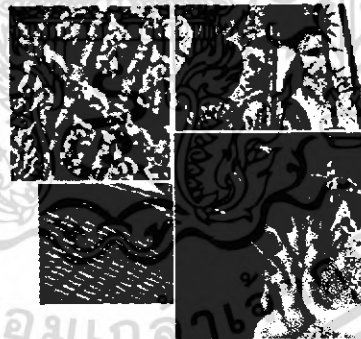


รูปที่ 4.1.37 แผนภาพแสดงต้นความคิดของแนวทางการออกแบบที่ 1

Structure บรรจุภัณฑ์ที่ให้ความรู้สึกถึงความเข้ม ใยช่โดยไม่ดูประหลาดจนเกินไป ภายใต้งานวิจัยกับบรรจุภัณฑ์ผสมผสานกับความเป็นไปได้ในธรรมชาติ



Graphio ลวดลายที่สื่อถึงความเข้มไทยยุค ต่อเนื่องมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน



THAI CULTURE

ความใส่ใจดูแลในแบบคนไทย ความกตัญญู ความเป็นห่วงเป็นใย

Inspiration Board Route 2

Packaging and Design for Purlife Food Product

Mr.Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

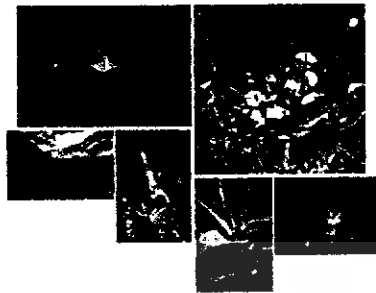
38



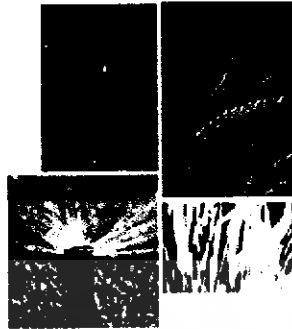
รูปที่ 4.1.38 แผนภาพแสดงต้นความคิดของแนวทางการออกแบบที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีผู้นำไปใช้

Structure บรรจุภัณฑ์ที่ให้ความรู้สึกถึงความมั่นคง
 ธรรมชาติโดยนำรูปทรงที่ลดทอนมาใช้
 กับบรรจุภัณฑ์และผสมผสานกับทามเป็น
 ไปได้ในการผลิต



Graphic ลวดลายที่สื่อถึงความมั่นคงภายใน
 รูปแบบที่มีลักษณะเส้น



NATURE

ความใส่ใจดูแลในแบบธรรมชาติ

Inspiration Board Route 3

Packaging and Design for Purlife Food Product

Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
 King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

39



รูปที่ 4.1.39 แผนภาพแสดงต้นความคิดของแนวทางการออกแบบที่ 3

Nourish

ชื่อสินค้า	1	2	3	4	5	6
กล่องบรรจุภัณฑ์	3	3	4	3	3	4
บรรจุภัณฑ์พลาสติก	4	3	4	3	4	4
บรรจุภัณฑ์กระดาษ	2	2	2	2	2	3
บรรจุภัณฑ์แก้ว	4	3	3	3	4	3
บรรจุภัณฑ์โลหะ	3	3	3	3	3	4
บรรจุภัณฑ์อื่น ๆ	3	3	3	3	2	3
รวม	4	4	3	4	3	4
รวม	2	3	2	3	2	3
รวม	4	4	4	4	3	4
รวม	3	4	3	4	3	4
รวม	2	3	3	3	4	3
รวม	34	35	34	35	33	39

Primary Design Sketches Route 1

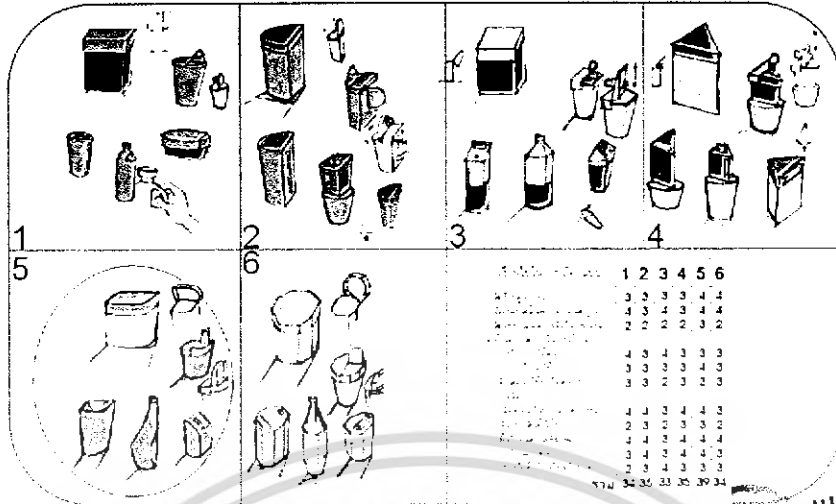
Packaging and Design for Purlife Food Product

Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
 King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

40



รูปที่ 4.1.40 แผนภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างขั้น Primary Design Sketches



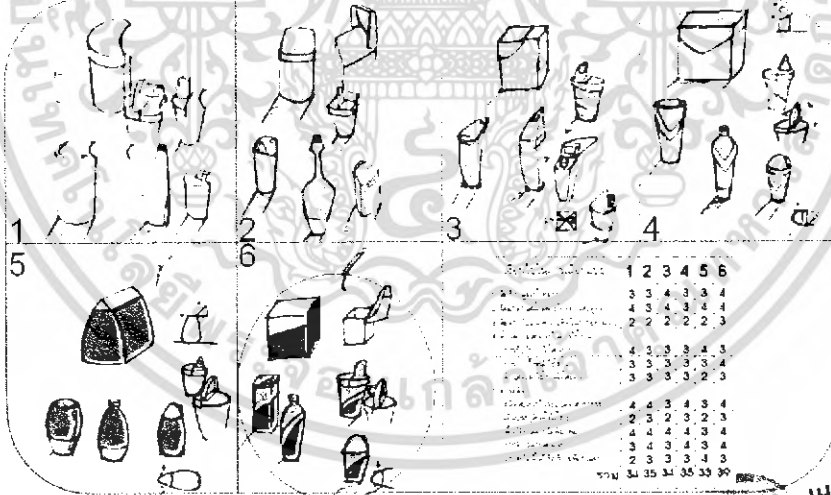
Primary Design Sketches Route 2

Packaging and Design for Purlife Food Product
 Mr.Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
 King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

41



รูปที่ 4.1.41 แผนภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างชั้น Primary Design Sketches



Primary Design Sketches Route 3

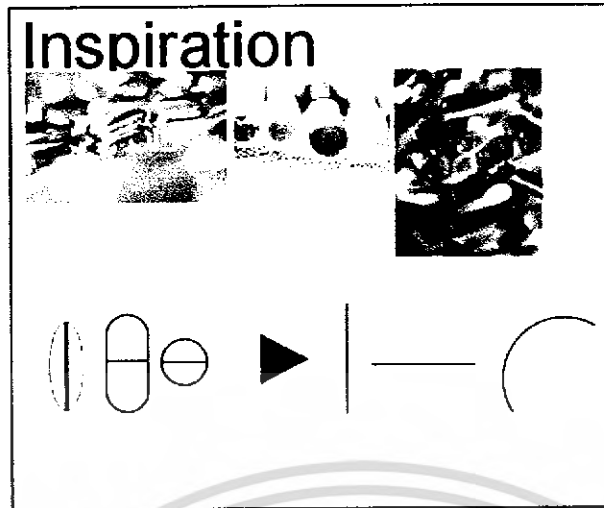
Packaging and Design for Purlife Food Product
 Mr.Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
 King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

42



รูปที่ 4.1.42 แผนภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างชั้น Primary Design Sketches

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มี 241 นำไปใช้



Design Sketches Route 1 Graphic
 Packaging and Design for Purlife Food Product
 Mr. Nuttavut Eamsanudom I 43020108 I Faculty of architecture
 King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

43



รูปที่ 4.1.43 แผนภาพแสดงการออกแบบกราฟิกขั้น Primary Design Sketches

R1 Nourish

	1	2	3	4
ความน่าสนใจ	4	3	2	4
ความสวยงาม	2	2	2	3
ความเหมาะสม	3	3	3	3
ความสอดคล้องกับแบรนด์	3	2	3	4
ความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4	4	3	4
รวม	16	14	13	18

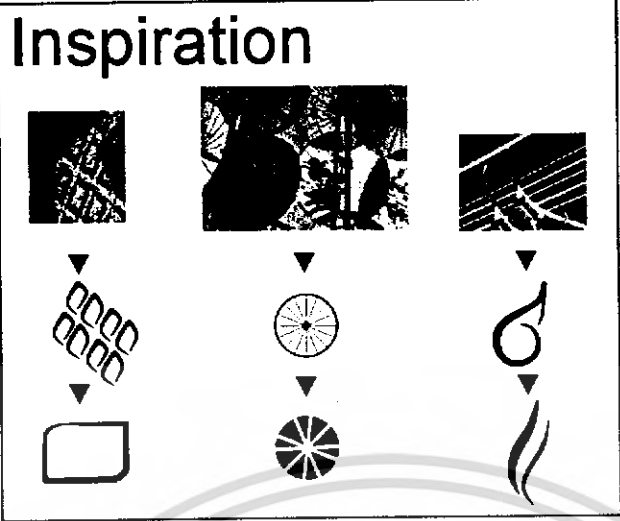
5 = ดีมาก 4 = ดี 3 = พอใช้ 2 = ควรปรับปรุง 1 = ไม่ควรนำไปได้

Design Sketches Route 1 Graphic
 Packaging and Design for Purlife Food Product
 Mr. Nuttavut Eamsanudom I 43020108 I Faculty of architecture
 King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

44



รูปที่ 4.1.44 แผนภาพแสดงการออกแบบกราฟิกขั้น Primary Design Sketches



Design Sketches Route 2 Graphic
 Packaging and Design for Purlife Food Product
 Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
 King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

45



รูปที่ 4.1.45 แผนภาพแสดงการออกแบบกราฟิกขั้น Primary Design Sketches

R2 Thai Culture

	1	2	3	4
1. สีสันกลมๆ หน่อย	2	3	3	2
2. สีขาว ขาวๆ หน่อยๆ หน่อยๆ	2	2	4	3
3. สีสันกลมๆ หน่อยๆ หน่อยๆ	3	3	4	3
4. มีฉากหลัง สีสันขาวๆ หน่อยๆ หน่อยๆ หน่อยๆ	3	2	3	3
5. สีสันกลมๆ หน่อยๆ หน่อยๆ	4	2	3	3
รวม	14	12	17	14

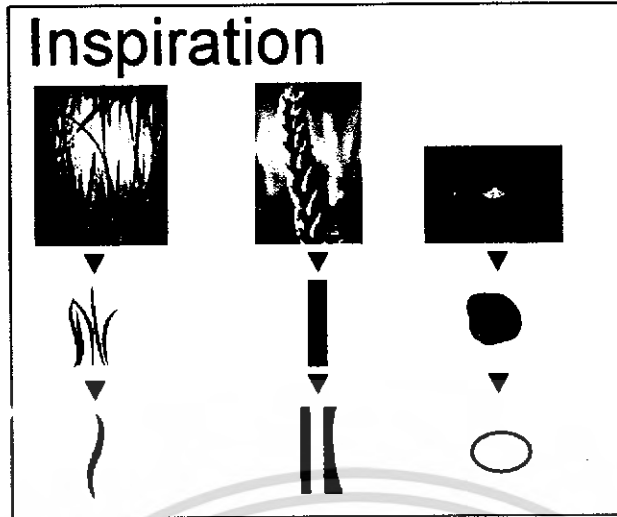
5=สีกลม 4=สี 3=พลาซ่า 2=กรอบสีชมพู 1=ไม่ควรมีหน้าใช้

Design Sketches Route 2 Graphic
 Packaging and Design for Purlife Food Product
 Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
 King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

46



รูปที่ 4.1.46 แผนภาพแสดงการออกแบบกราฟิกขั้น Primary Design Sketches



Design Sketches Route 3 Graphic
 Packaging and Design for Purlife Food Product
 Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
 King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

47



รูปที่ 4.1.47 แผนภาพแสดงการออกแบบกราฟิกขั้น Primary Design Sketches

	1	2	3	4
1. ความสวยงาม	2	3	3	4
2. สื่อความหมาย มีชีวิตชีวาที่ชัดเจน	3	2	3	5
3. ความเป็นเอกลักษณ์ มีที่จดจำ	3	4	4	4
4. มีองค์ประกอบที่รวมกันได้อย่างกลมกลืนและสอดคล้องกัน	2	2	3	4
5. ความเป็นระเบียบเรียบร้อย	4	2	3	4
รวม	14	13	16	21

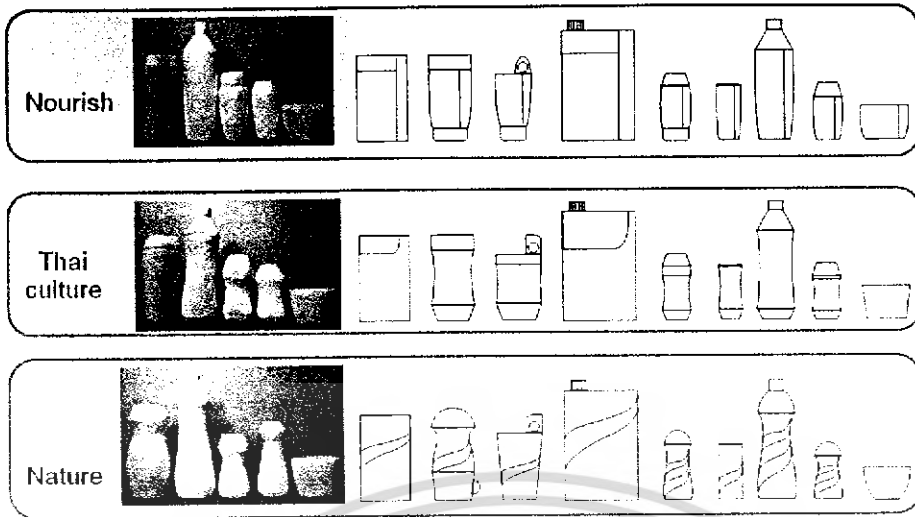
5 = ดีมาก 4 = ดี 3 = พอใช้ 2 = ควรปรับปรุง 1 = ไม่ควรนำมาใช้

Design Sketches Route 3 Graphic
 Packaging and Design for Purlife Food Product
 Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
 King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

48



รูปที่ 4.1.48 แผนภาพแสดงการออกแบบกราฟิกขั้น Primary Design Sketches



Development 1 Design Structure
 Packaging and Design for Purlife Food Product
 Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
 King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

49

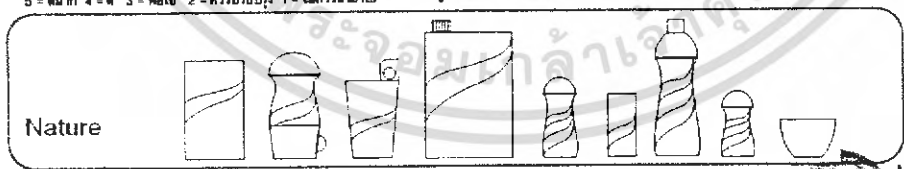


รูปที่ 4.1.49 แผนภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างชั้น Development 1 Design

เงื่อนไขในการเลือกแบบ	1	2	3
1. สีสันที่ดูน่ากิน	3	4	3
2. รูปทรงที่ดูน่าใช้	4	4	3
3. วัสดุที่ดูน่าใช้	2	3	2
4. ราคาที่ดูเหมาะสม	2	5	3
5. ความง่ายในการใช้	3	4	3
6. ความปลอดภัย	3	3	3
7. ความสวยงาม	4	3	4
8. ความแข็งแรง	4	3	4
9. ความคงทน	3	3	4
10. ความปลอดภัยในการใช้	2	4	3
รวม	34	33	35

สรุปเลือกแบบที่ 3

5 = ไม่ทำ 4 = ดี 3 = พอใช้ 2 = ควรปรับปรุง 1 = ไม่ควรทำ

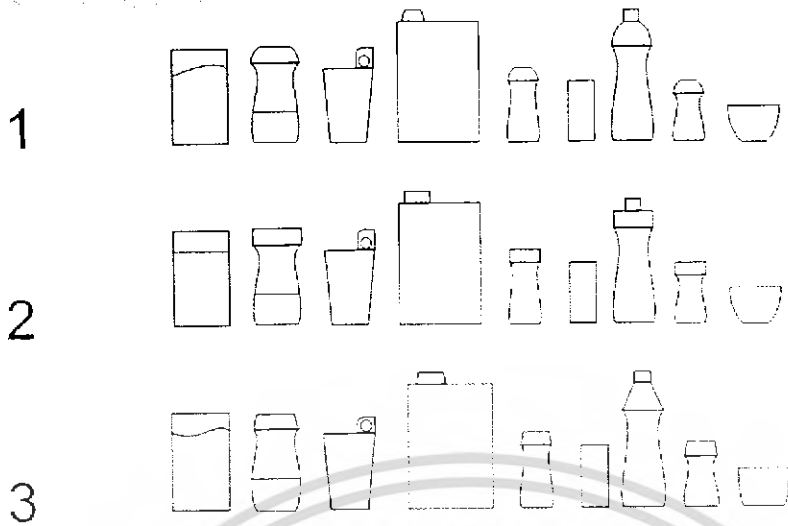


Development 1 Design structure
 Packaging and Design for Purlife Food Product
 Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
 King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

50



รูปที่ 4.1.50 แผนภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างชั้น Development 1 Design



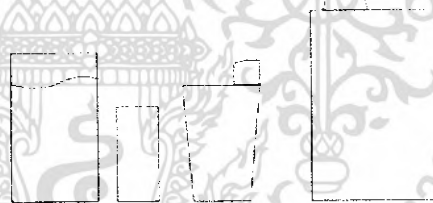
Development 2 Design Structure
 Packaging and Design for Purlife Food Product
 Mr.Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
 King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

51



รูปที่ 4.1.51 แผนภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างขึ้น Development 2 Design

	1	2	3
1. ชื่อกลุ่มเป้าหมาย	2	3	4
2. ชื่อการนำเสนอผลิตภัณฑ์	3	2	3
3. ค่าเวลา สิ่งของ งบประมาณ	3	4	4
4. วัตถุประสงค์ด้านนโยบายการดำเนินงาน	2	2	4
5. ค่าการดำเนินงาน	4	2	3
รวม	14	13	18



สรุปเลือกแบบที่ 3

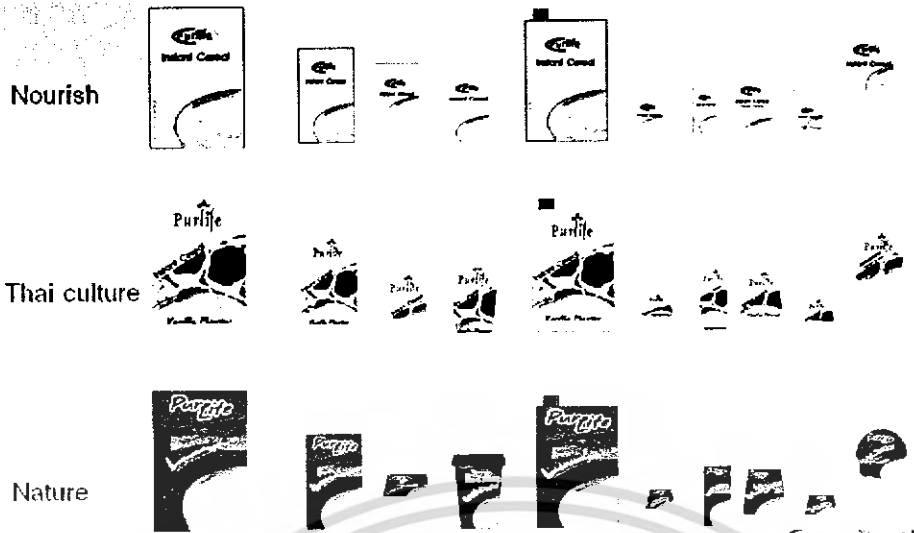


Development 2 Design Structure
 Packaging and Design for Purlife Food Product
 Mr.Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
 King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

52



รูปที่ 4.1.52 แผนภาพแสดงโครงสร้างที่ได้คัดเลือกแล้ว



Development 1 Design Graphic

Packaging and Design for Purlife Food Product

Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

53



รูปที่ 4.1.53 แผนภาพแสดงการออกแบบกราฟิกขั้น Development 1 Design

	1	2	3
1. ล็อกกิจกรรมเป้าหมาย	2	3	4
2. มีเอกลักษณ์เฉพาะโดดเด่นและดูดี	3	2	3
3. สวยงาม ดึงดูด บั่นวาง	3	4	4
4. มีเอกลักษณ์ร่วมกับโครงสร้างร่วมนวัตกรรมอื่นๆในโครงการ	2	2	4
5. สอดคล้องกับแนวความคิดในการออกแบบ	3	2	3
รวม	14	13	18



Development 1 Design Graphic

Packaging and Design for Purlife Food Product

Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

54



รูปที่ 4.1.54 แผนภาพแสดงการออกแบบกราฟิกขั้น Development 1 Design

แสวงหารูปแบบฉลาก สำหรับกลุ่มที่มีภาชนะบรรจุเป็นขวด, กระปุกพลาสติก

	1	2	3	4
1. โดดเด่นสะดุดตา	3	5	3	4
2. มีความสวยงาม ดึงดูดใจผู้บริโภค	3	3	3	4
3. สื่อถึงเอกลักษณ์ของสินค้าเพื่อสุขภาพ	2	1	2	4
4. สร้างความเข้าใจข้อให้สินค้า	2	3	3	3
5. สื่อให้เห็นประโยชน์	4	5	4	3
รวม	14	17	15	18

สรุปเลือกแบบที่ 4

Development 2 Design Graphic

Packaging and Design for Purlife Food Product

Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

55



รูปที่ 4.1.55 แผนภาพแสดงการออกแบบฉลากสำหรับโครงสร้างขวด, กระปุก

กลุ่ม ที่มีบรรจุภัณฑ์เป็นขวด, กระปุก

Route 1 Route 2 Route 3

	1	2	3	4	5	6
1. โดดเด่นสะดุดตา	5	4	3	3	4	3
2. มีความสวยงาม ดึงดูดใจผู้บริโภค	3	3	3	2	3	3
3. สื่อถึงเอกลักษณ์ของสินค้าเพื่อสุขภาพ	3	4	2	2	5	4
4. สร้างความเข้าใจข้อให้สินค้า	2	3	3	2	4	3
รวม	13	14	11	9	15	13

สรุปเลือกแบบที่ 5

Development 2 Design Graphic

Packaging and Design for Purlife Food Product

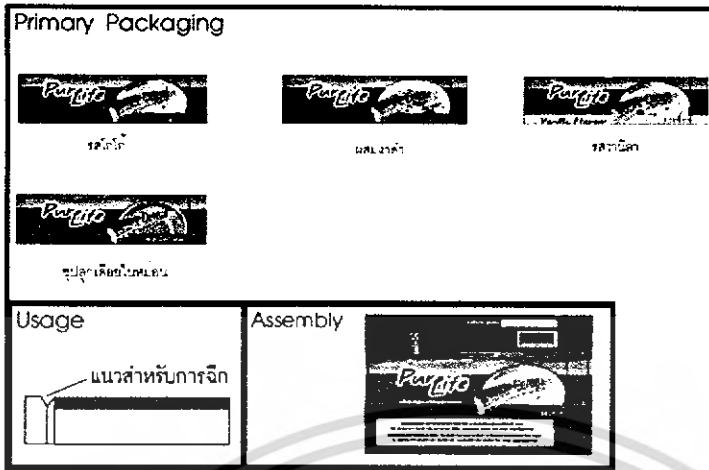
Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

56



รูปที่ 4.1.56 แผนภาพแสดงการออกสีโครงสร้างขวด, กระปุก

กลุ่มเครื่องดื่มสำเร็จรูปพร้อมซง 150 g



Design Refinement

Packaging and Design for Purlife Food Product

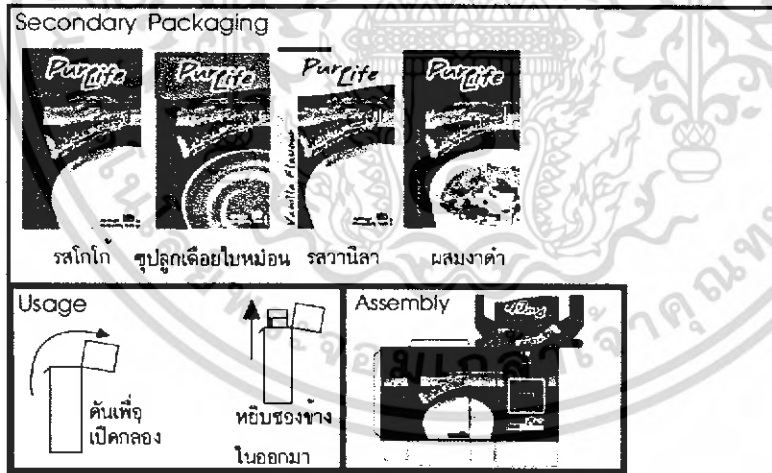
Mr.Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

59



รูปที่ 4.1.59 แผนภาพแสดงการพัฒนาแบบขั้น Design Development

กลุ่มเครื่องดื่มสำเร็จรูปพร้อมซง 150 g



Design Refinement

Packaging and Design for Purlife Food Product

Mr.Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

60



รูปที่ 4.1.60 แผนภาพแสดงการพัฒนาแบบขั้น Design Development

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มี 250 นำไปใช้

กลุ่มเครื่องดื่มสำเร็จรูปพร้อมซง 30 g



Design Refinement

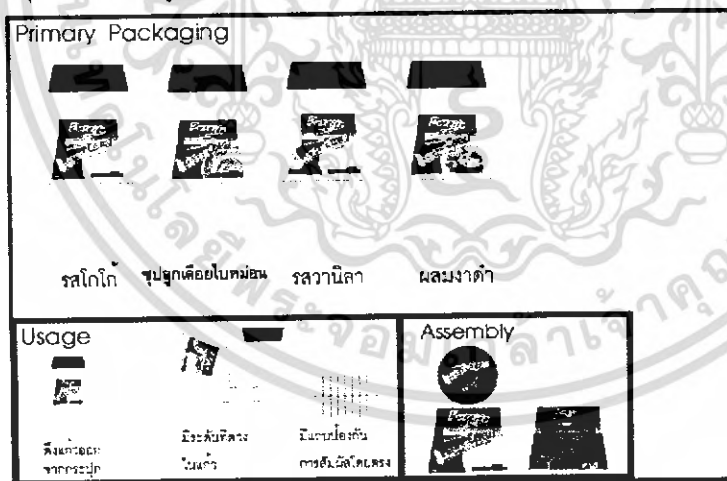
Packaging and Design for Purlife Food Product
Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

61



รูปที่ 4.1.61 แผนภาพแสดงการพัฒนาแบบขั้น Design Development

กลุ่มเครื่องดื่มสำเร็จรูปพร้อมซง 500 g



Design Refinement

Packaging and Design for Purlife Food Product
Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

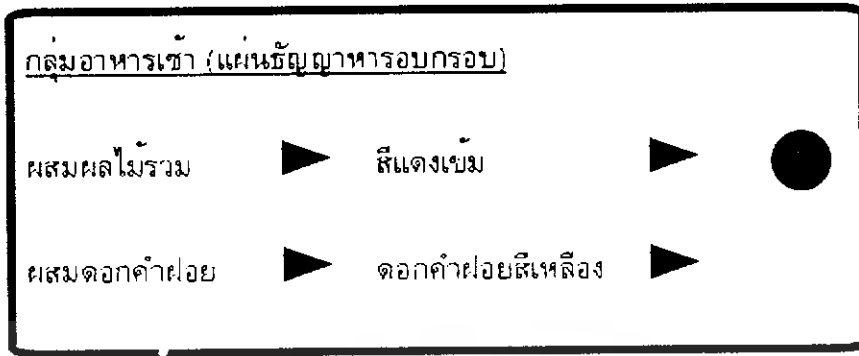
62



รูปที่ 4.1.62 แผนภาพแสดงการพัฒนาแบบขั้น Design Development

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มี 251 มาไปใช้

แสวงหาเอกลักษณ์ร่วม



Corporate identity

Packaging and Design for Purlife Food Product
 Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
 King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

63



รูปที่ 4.1.63 แผนภาพแสดงเอกลักษณ์ร่วม

กลุ่มอาหารเซ้า (ซีเรียล) 340 g

Primary Packaging

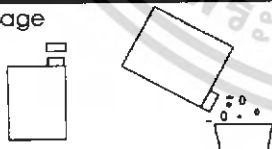


ผสมผลไม้รวม



ผสมดอกคำฝอย

Usage



Assembly



Design Refinement

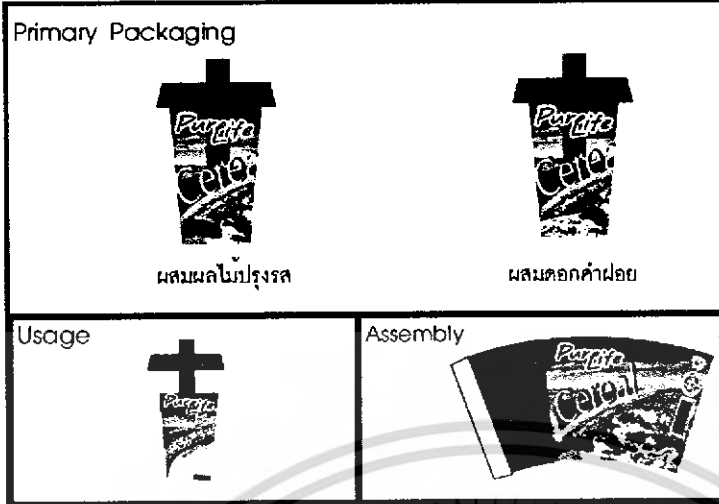
Packaging and Design for Purlife Food Product
 Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
 King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

64



รูปที่ 4.1.64 แผนภาพแสดงการพัฒนาแบบขั้น Design Development

กลุ่มอาหารเช้า (ซีเรียล) 30 g



Design Refinement

Packaging and Design for Purlife Food Product
Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

65



รูปที่ 4.1.65 แผนภาพแสดงการพัฒนาแบบขั้น Design Development

กลุ่มขนมขบเคี้ยว (แท่งธัญญาหาร) 840 g



Design Refinement

Packaging and Design for Purlife Food Product
Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

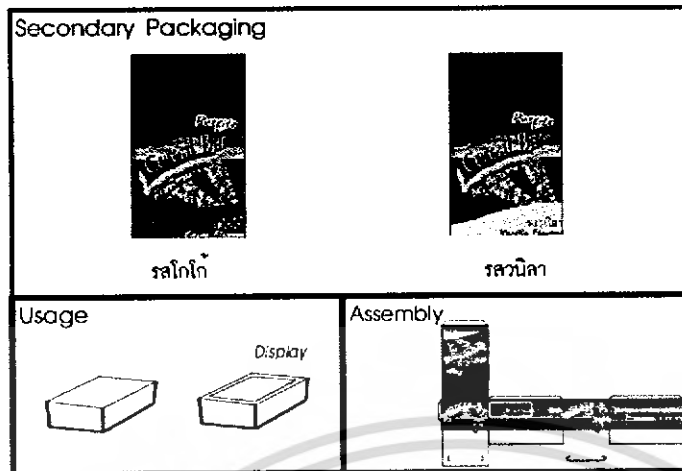
66



รูปที่ 4.1.66 แผนภาพแสดงการพัฒนาแบบขั้น Design Development

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มี 253 มาไปใช้

กลุ่มขนมขบเคี้ยว (แพ่งธัญญาหาร) 840 g



Design Refinement

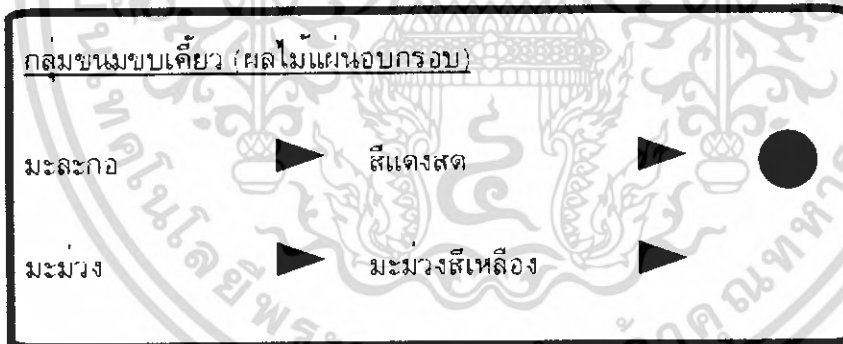
Packaging and Design for Purlife Food Product
Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

67



รูปที่ 4.1.67 แผนภาพแสดงการพัฒนาแบบขั้น Design Development

แสวงหาเอกลักษณ์ร่วม



Corporate identity

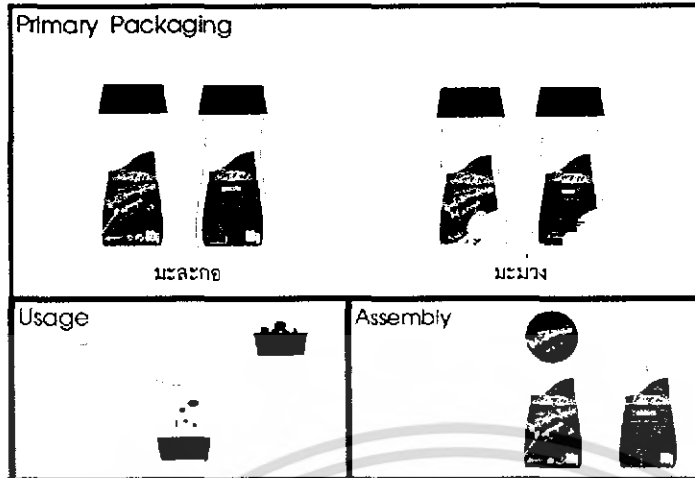
Packaging and Design for Purlife Food Product
Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

68



รูปที่ 4.1.68 แผนภาพแสดงเอกลักษณ์ร่วม

กลุ่มขนมขบเคี้ยว (ผลไม้แผ่นกรอบ) 80 g



Design Refinement

Packaging and Design for Purlife Food Product

Mr.Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

69



รูปที่ 4.1.69 แผนภาพแสดงการพัฒนาแบบขั้น Design Development

กลุ่มเครื่องดื่ม 750 g



Design Refinement

Packaging and Design for Purlife Food Product

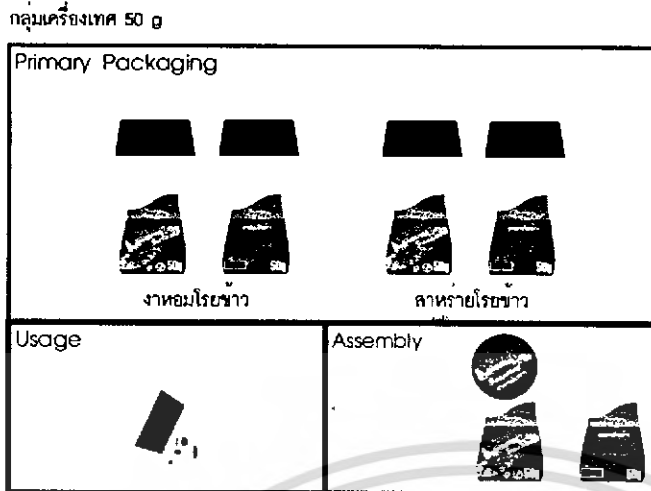
Mr.Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

70



รูปที่ 4.1.70 แผนภาพแสดงการพัฒนาแบบขั้น Design Development

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีให้นำไปใช้



Design Refinement

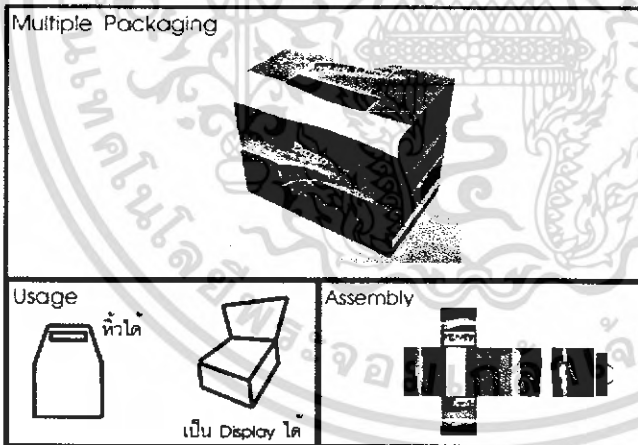
Packaging and Design for Purlife Food Product
 Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
 King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

71



รูปที่ 4.1.71 แผนภาพแสดงการพัฒนาแบบขั้น Design Development

กลุ่มของฝาก (ชุดรับบุญอาหารพร้อมชม)



Design Refinement

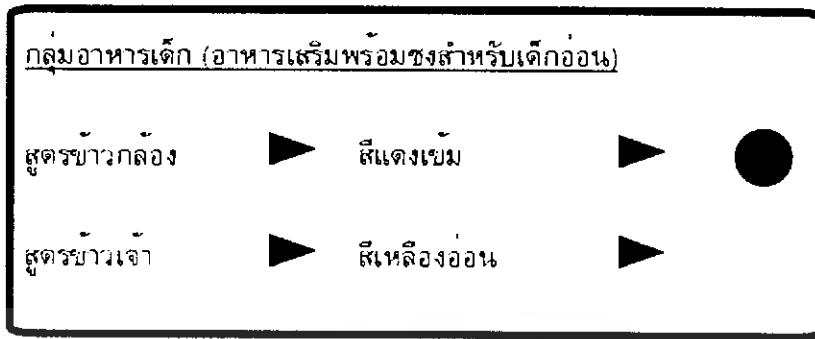
Packaging and Design for Purlife Food Product
 Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
 King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

72



รูปที่ 4.1.72 แผนภาพแสดงการพัฒนาแบบขั้น Design Development

แสวงหาเอกลักษณ์ร่วม



Corporate identity
Packaging and Design for Purlife Food Product
Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

73



รูปที่ 4.1.73 แผนภาพแสดงเอกลักษณ์ร่วม

กลุ่มอาหารเด็ก (อาหารเสริมพร้อมซงสำหรับเด็กอ่อน)

Primary and Secondary Packaging

ข้าวกล้อง		ข้าวเจ้า	
Usage	เป็นของเล่นได้	Assembly	

Design Refinement
Packaging and Design for Purlife Food Product
Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

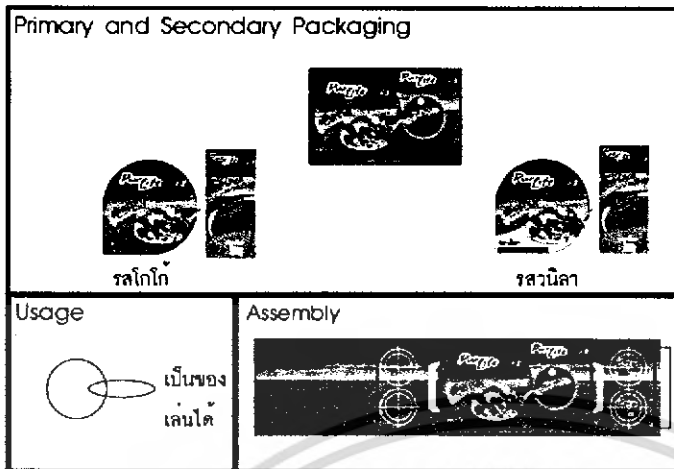
74



รูปที่ 4.1.74 แผนภาพแสดงการพัฒนาแบบขั้น Design Development

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที 257 นำไปใช้

กลุ่มอาหารเด็ก (ชุดอาหารเช้า)



Design Refinement

Packaging and Design for Purlife Food Product

Mr.Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

75



รูปที่ 4.1.75 แผนภาพแสดงการพัฒนาแบบขั้น Design Development

กลุ่มส่งเสริมการขาย



Design Refinement

Packaging and Design for Purlife Food Product

Mr.Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

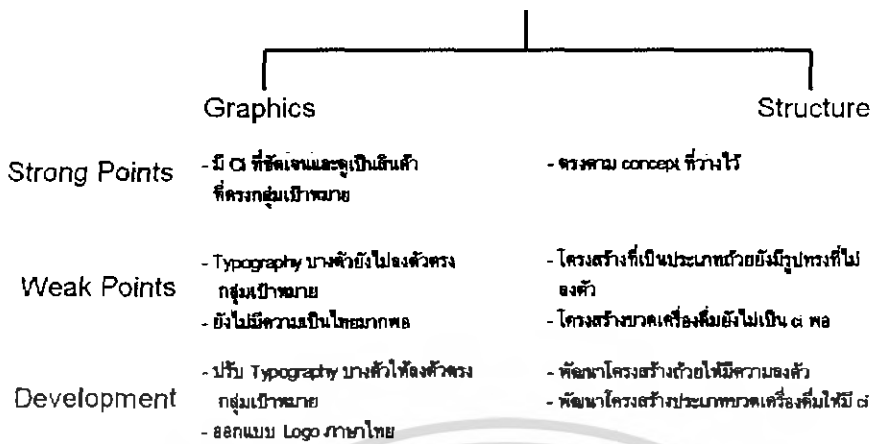
76



รูปที่ 4.1.76 แผนภาพแสดงการพัฒนาแบบขั้น Design Development

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที:258 นำไปใช้

Stage 1 Design Development



Analysis Design Development

Packaging and Design for Purlife Food Product
Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

77



รูปที่ 4.1.77 แผนภาพแสดงการวิเคราะห์จุดดีและจุดด้อยจาก Design Development

คัดเลือก Typography

	1	2	3	4	5	6
1. สีสันไม่เหมาะสม	3	4	2	3	4	3
2. สีสันไม่เหมาะสม	2	4	3	2	3	3
3. สีสันไม่เหมาะสม	4	4	3	4	4	2
4. สีสันไม่เหมาะสม	2	4	2	2	3	3
5. สีสันไม่เหมาะสม	2	3	4	3	2	4
รวม	13	19	14	14	16	15

5 = สีตก 4 = 8 3 = พลา 2 = ตกปัดรูป 1 = ไม่ทาบพลา

Final Design Solution

สรุปเลือกแบบที่ 2

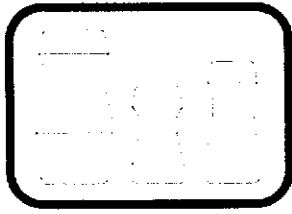
Packaging and Design for Purlife Food Product
Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

78



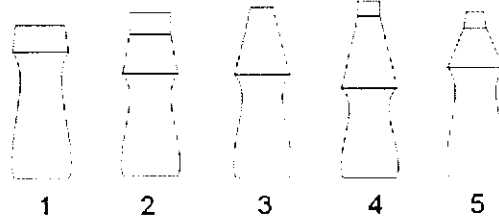
รูปที่ 4.1.78 แผนภาพแสดงขั้นตอนการพัฒนาแบบขั้น Final Design Solution

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มี 259 มาไปใช้



โครงสร้างขวดผลิตภัณฑ์ในโครงการ

โครงสร้างขวดเครื่องดื่ม



รูปเลือกแบบที่ 1

	1	2	3	4	5
1 คือถึงกลุ่มเป้าหมาย	4	3	2	3	4
2 คือความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	3	2	3	2	3
3 ความง่าย ถึงลูกค้า	4	4	3	4	4
4 มีเอกลักษณ์ร่วมกับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ในโครงการ	4	2	2	2	3
5 สร้างความน่าเชื่อถือได้ทันที	3	2	4	3	2
รวม	18	13	14	14	16

Final Design Solution

Packaging and Design for Purlife Food Product

Mr.Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

79



รูปที่ 4.1.79 แผนภาพแสดงขั้นตอนการพัฒนาแบบขั้น Final Design Solution

ถัดเลือกจากสำหรับบรรจุภัณฑ์ประเภทขวด กระป๋อง



	1	2	3	4
1 คือถึงกลุ่มเป้าหมาย	4	3	3	2
2 คือความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	5	2	3	3
3 ความง่าย ถึงลูกค้า	4	4	4	3
4 มีเอกลักษณ์ร่วมกับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ในโครงการ	4	2	3	2
5 สร้างความน่าเชื่อถือได้ทันที	4	2	3	4
รวม	21	13	16	14

5 = หนัก 4 = ดี 3 = พอใช้ 2 = การปรับปรุง 1 = ไม่ควรแก้ไข

Final Design Solution

Packaging and Design for Purlife Food Product

Mr.Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

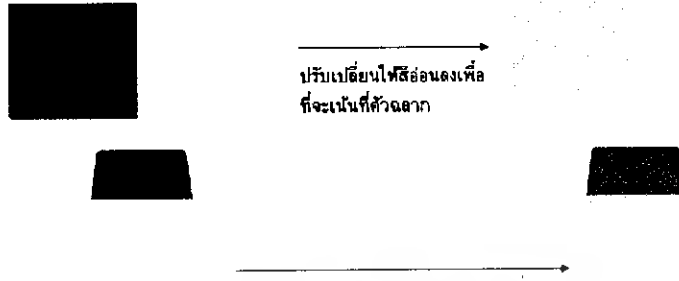
80



รูปที่ 4.1.80 แผนภาพแสดงขั้นตอนการพัฒนาแบบขั้น Final Design Solution

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มี 260 ไปใช้

คัดเลือกสีสำหรับบรรจุภัณฑ์ประเภทขวด กระปุก



Final Design Solution
Packaging and Design for Purlife Food Product
Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

81



รูปที่ 4.1.81 แผนภาพแสดงขั้นตอนการพัฒนาแบบขั้น Final Design Solution

กลุ่มเครื่องดื่มสำเร็จรูปพร้อมชง

150 กรัม



Final Design Solution
Packaging and Design for Purlife Food Product
Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

82

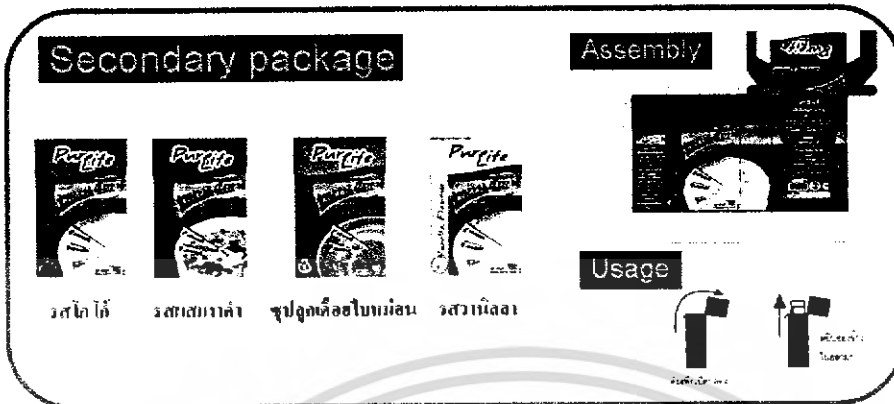


รูปที่ 4.1.82 แผนภาพแสดงการพัฒนาแบบขั้น Final Design Solution

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มี 261 มาไปใช้

กลุ่มเครื่องดื่มสำเร็จรูปพร้อมชง

150 กรัม



Final Design Solution

Packaging and Design for PurLife Food Product

Mr.Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

83



รูปที่ 4.1.83 แผนภาพแสดงการพัฒนาแบบขั้น Final Design Solution

กลุ่มเครื่องดื่มสำเร็จรูปพร้อมชง

30 กรัม



Final Design Solution

Packaging and Design for PurLife Food Product

Mr.Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

84



รูปที่ 4.1.84 แผนภาพแสดงการพัฒนาแบบขั้น Final Design Solution

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มี 262 มาไปใช้

กลุ่มเครื่องดื่มสำเร็จรูปพร้อมชง

500 กรัม



Final Design Solution

Packaging and Design for Purlife Food Product

Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

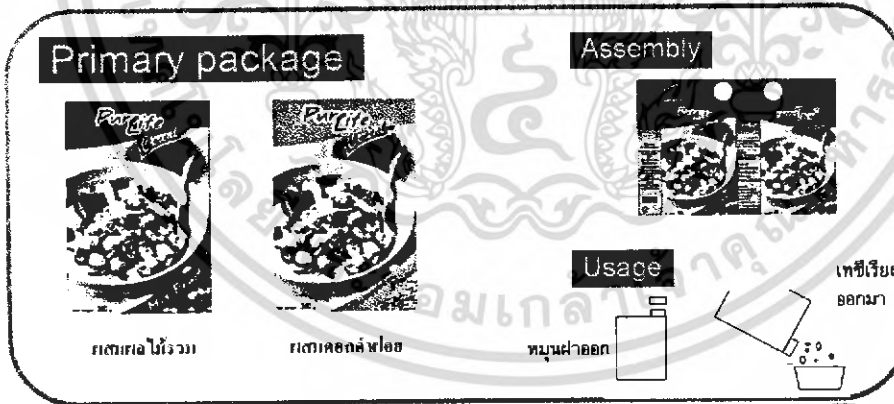
85



รูปที่ 4.1.85 แผนภาพแสดงการพัฒนาแบบขั้น Final Design Solution

กลุ่มอาหารแช่

300 กรัม



Final Design Solution

Packaging and Design for Purlife Food Product

Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

86

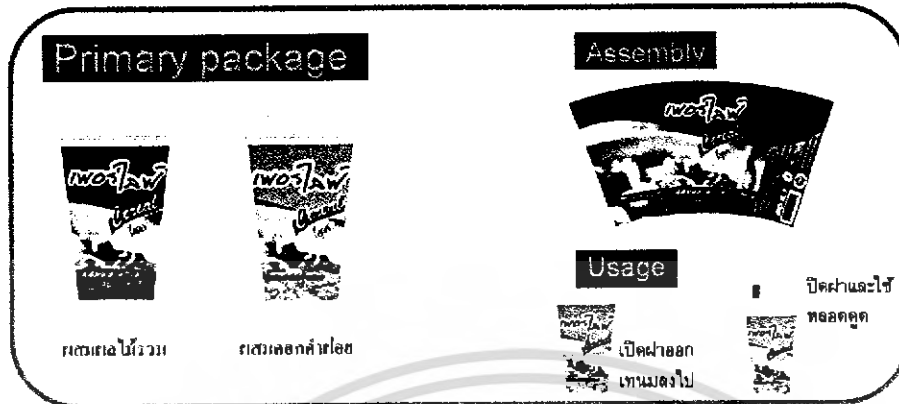


รูปที่ 4.1.86 แผนภาพแสดงการพัฒนาแบบขั้น Final Design Solution

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มี 263 มาไปใช้

กลุ่มอาหารเข้า

30 กรัม



Final Design Solution

Packaging and Design for Purlife Food Product

Mr.Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

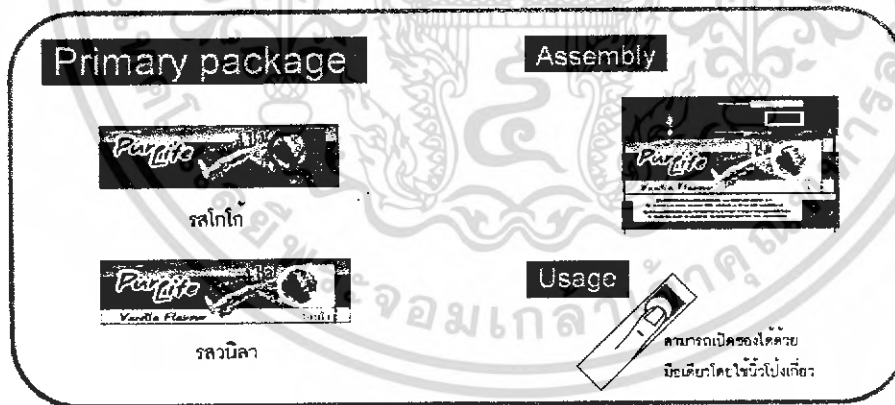
87



รูปที่ 4.1.87 แผนภาพแสดงการพัฒนาแบบขั้น Final Design Solution

กลุ่มขนมขบเคี้ยว - ช็อคโกแลตแท่ง

840 กรัม



Final Design Solution

Packaging and Design for Purlife Food Product

Mr.Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

88

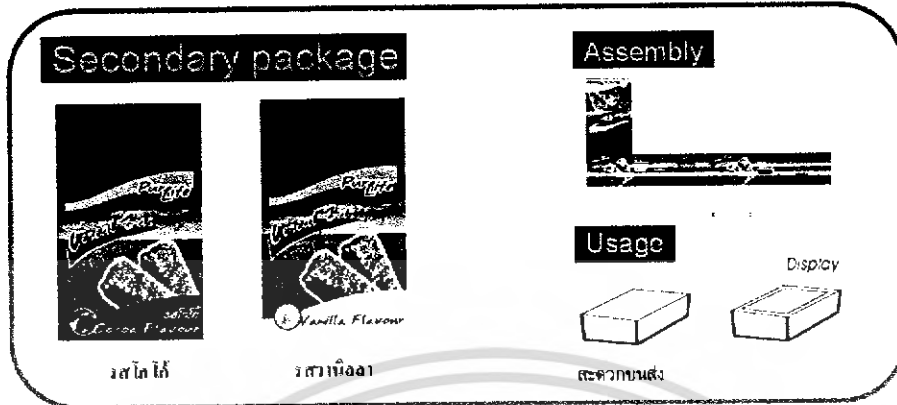


รูปที่ 4.1.88 แผนภาพแสดงการพัฒนาแบบขั้น Final Design Solution

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มี 264 มาไปใช้

กลุ่มขนมขบเคี้ยว - ช็อคชิซแท่ง

840 กรัม



Final Design Solution

Packaging and Design for Purlife Food Product

Mr.Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

89



รูปที่ 4.1.89 แผนภาพแสดงการพัฒนาแบบขั้น Final Design Solution

กลุ่มขนมขบเคี้ยว - ผลไม้แผ่นอบกรอบ

80 กรัม



Final Design Solution

Packaging and Design for Purlife Food Product

Mr.Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

90

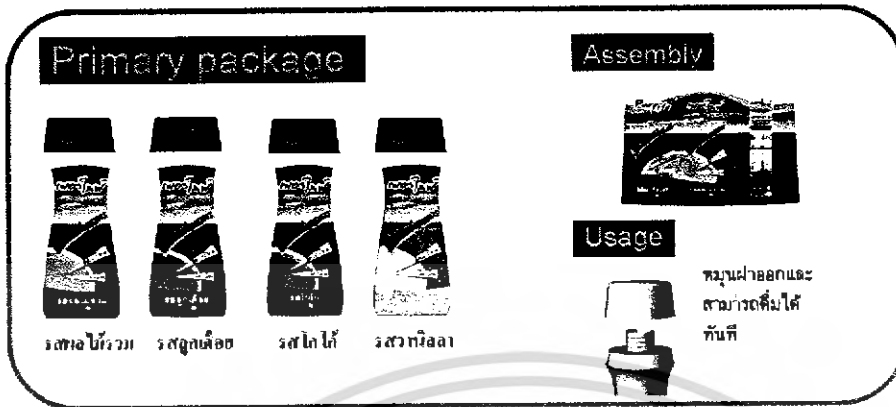


รูปที่ 4.1.90 แผนภาพแสดงการพัฒนาแบบขั้น Final Design Solution

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มี 265 ไปใช้

กลุ่มเครื่องดื่ม

750 กรัม



Final Design Solution

Packaging and Design for Purlife Food Product

Mr.Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

91



รูปที่ 4.1.91 แผนภาพแสดงการพัฒนาแบบขั้น Final Design Solution

กลุ่มเครื่องดื่ม

50 กรัม



Final Design Solution

Packaging and Design for Purlife Food Product

Mr.Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

92

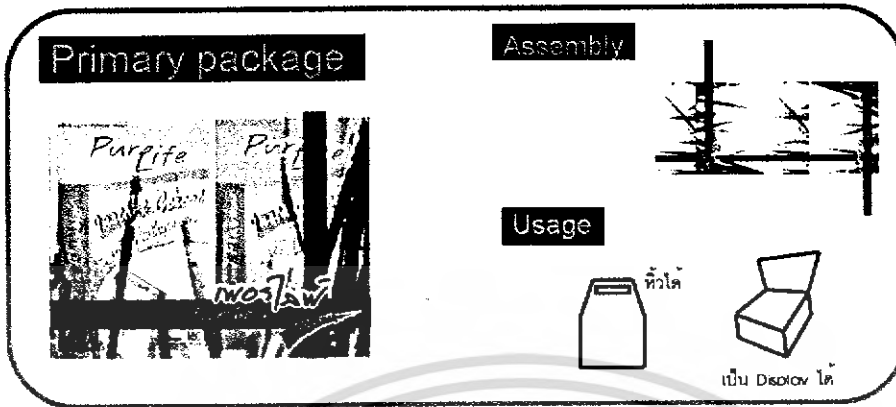


รูปที่ 4.1.92 แผนภาพแสดงการพัฒนาแบบขั้น Final Design Solution

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มี 266 มาไปใช้

กลุ่มของฝาก

600 กรัม



Final Design Solution

Packaging and Design for Purlife Food Product
Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

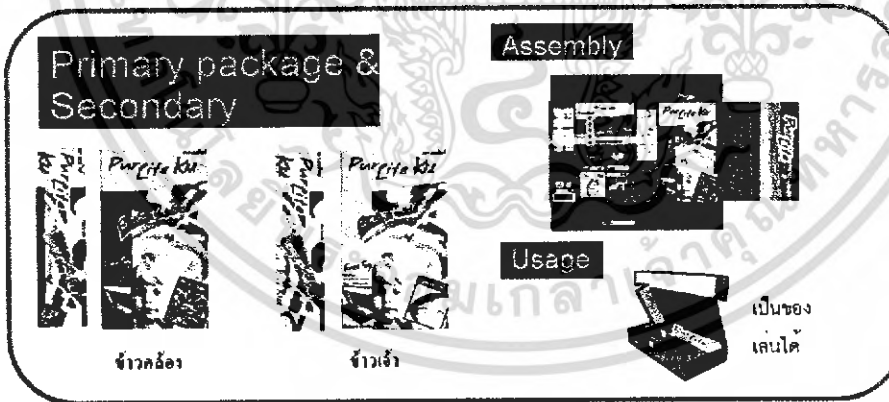
93



รูปที่ 4.1.93 แผนภาพแสดงการพัฒนาแบบขั้น Final Design Solution

กลุ่มอาหารเด็ก - อาหารสำหรับเด็กอ่อน

200 กรัม



Final Design Solution

Packaging and Design for Purlife Food Product
Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

94

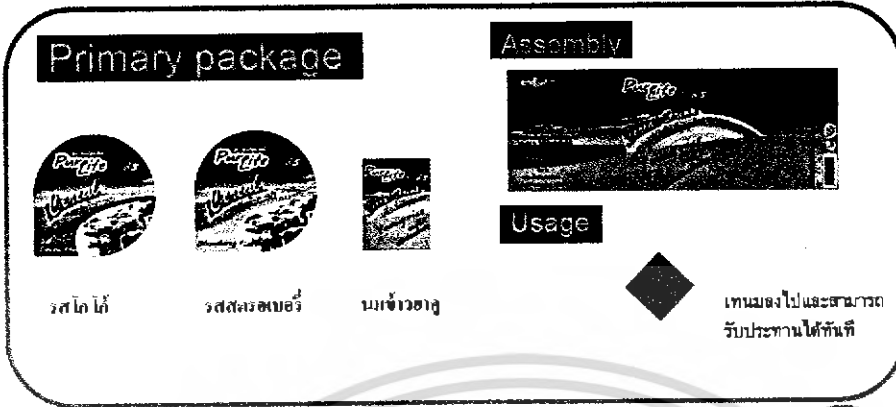


รูปที่ 4.1.94 แผนภาพแสดงการพัฒนาแบบขั้น Final Design Solution

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มี 267 มาไปใช้

กลุ่มอาหารเด็ก - อาหารสำหรับเด็กโต

165 กรัม



Final Design Solution

Packaging and Design for Purlife Food Product
Mr.Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

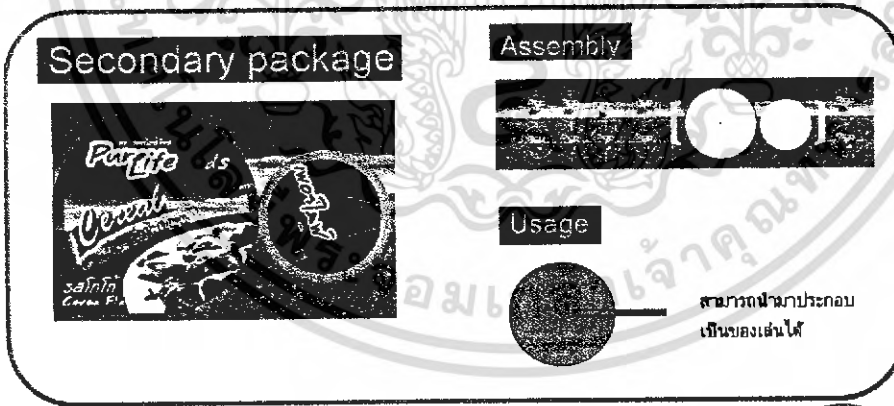
95



รูปที่ 4.1.95 แผนภาพแสดงการพัฒนาแบบขั้น Final Design Solution

กลุ่มอาหารเด็ก - อาหารสำหรับเด็กโต

165 กรัม



Final Design Solution

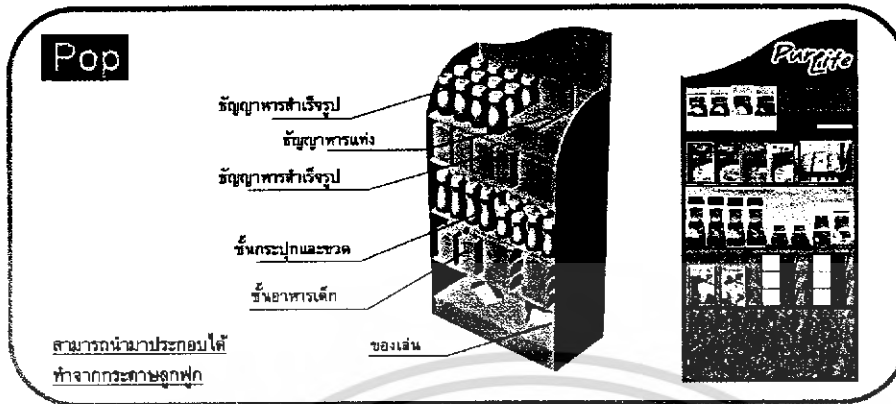
Packaging and Design for Purlife Food Product
Mr.Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

96



รูปที่ 4.1.96 แผนภาพแสดงการพัฒนาแบบขั้น Final Design Solution

กลุ่มส่งเสริมการขาย



Final Design Solution

Packaging and Design for Purlife Food Product

Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

97



รูปที่ 4.1.97 แผนภาพแสดงการพัฒนาแบบขั้น Final Design Solution

ผลิตภัณฑ์	ประเภทบรรจุภัณฑ์	Primary Package					
		Structure				Graphic	
		Body		Closure		Material	Process
		Material	Process	Material	Process		
ออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นต้นคือ มี 3 แบบ คือ - บรรจุอาหารพร้อมซอง 150g - บรรจุอาหารพร้อมซอง 600g - บรรจุอาหารพร้อมซอง 30g รหัสได้ 3 รหัส คือ 1. หมวก 2. ขลุ่ยปาก 3. ขลุ่ยปากมีขา ขลุ่ยปากคือใบหมวก	Design ใช้ทั้ง 3 แบบ และใช้ มี 3 สี คือ สีเขียว สีแดง สีน้ำเงิน	ซองพลาสติก	Heat Sealed	-	-	-	Offset
		ซองพลาสติก	Injection	พลาสติก 502%	Injection	Paper labeling	Offset
		ซองพลาสติก	Heat Sealed	-	-	-	Offset
ออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นต้นอาหารข้าว - ไรซ์ข้าวกล้อง 30g - ไรซ์ข้าวกล้อง 150g - แผ่นบรรจุอาหารพร้อมซอง 50cm แผ่นไม่ปรุงรส-แผ่นทอดค่าหน่วย 34.5g - แผ่นบรรจุอาหารพร้อมซอง 50cm แผ่นไม่ปรุงรส-แผ่นทอดค่าหน่วย 30g	อาหารไม่ปรุงรสใช้ทั้ง 3 ใช้ 3 สี คือ สีเขียว สีแดง สีน้ำเงิน ใช้ 3 สี คือ สีเขียว สีแดง สีน้ำเงิน	ซองพลาสติก	Heat Sealed	-	-	-	offset
		ซองพลาสติก	Heat Sealed	-	-	-	Offset
		ซองพลาสติก	Heat Sealed	-	-	-	Offset
		ซองพลาสติก	Heat Sealed	-	-	-	Offset

Material Process

Packaging and Design for Purlife Food Product

Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

98



รูปที่ 4.1.98 แผนภาพแสดงตารางสรุปการใช้วัตถุดิบและกระบวนการผลิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มี 269 นำไปใช้

ผลิตภัณฑ์	ประเภทบรรจุภัณฑ์	Primary Package					
		Structure				Graphic	
		Body		Closure		Material	Process
Material	Process	Material	Process				
ออกแบบบรรจุภัณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์ - แป้งวีซูอาหาร 35 g	ออกแบบซองปิดสนิท พร้อมฝาปิดพร้อม ฝาครอบ และพลาสติกปิดปาก	ซองสุญญากาศ	Heat Sealed	-	-	-	Blowm
ออกแบบบรรจุภัณฑ์กลุ่มเครื่องดื่ม - น้ำดื่มสุภาพ 750 g. - น้ำดื่มสุภาพ 300 g	ออกแบบโถงปิดสนิท พร้อมฝาปิดพร้อม ฝาครอบและพลาสติกปิดปาก	พลาสติก	Injection	ฝาปิด HDPE	Injection	Paper labeling	offset
ออกแบบบรรจุภัณฑ์กลุ่มเครื่องดื่ม - เครื่องปรุงรส 50 g	ออกแบบบรรจุภัณฑ์ โถงปิดสนิท	พลาสติก	Injection	ฝาปิด PP	Injection	Paper labeling	offset
ออกแบบบรรจุภัณฑ์กลุ่มเครื่องดื่ม - ชุดวีซูอาหารพร้อมชง 30 g - ชุดน้ำดื่มสุภาพ 750 g	ออกแบบโถงปิดสนิท พร้อมฝาปิดพร้อม ฝาครอบและพลาสติกปิดปาก	ซองสุญญากาศ	Heat Sealed	-	-	-	offset
ออกแบบบรรจุภัณฑ์กลุ่มอาหารเด็ก - อาหารเสริมสำหรับเด็ก 40 g	ออกแบบโถงปิดสนิท	ซองสุญญากาศ	Heat Sealed	-	-	-	Blowm
ออกแบบบรรจุภัณฑ์กลุ่มอาหารเด็ก - ชุดอาหารเสริมเด็ก แม่และวีซูอาหารพร้อมชง 25 g แม่และวีซูอาหารพร้อมชง 140 g	ออกแบบโถงปิดสนิท พร้อมฝาปิดพร้อม ฝาครอบและพลาสติกปิดปาก พร้อมฝาครอบพร้อม โถงปิดสนิทพร้อม โถงปิดสนิทพร้อม โถงปิดสนิทพร้อม	ซองสุญญากาศ	Heat Sealed	พลาสติก LDPE	Heat Sealed	พลาสติก LDPE	Blowm

Material Process

Packaging and Design for Purlife Food Product
Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

99



รูปที่ 4.1.99 แผนภาพแสดงตารางสรุปการใช้วัตถุดิบและกระบวนการผลิต

ผลิตภัณฑ์	ประเภทบรรจุภัณฑ์	Secondary Package					
		Structure				Graphic	
		Body		Closure		Material	Process
Material	Process	Material	Process				
ออกแบบบรรจุภัณฑ์กลุ่มเครื่องดื่ม กลุ่มน้ำดื่มพร้อมชง - วีซูอาหารพร้อมชง 150g - วีซูอาหารพร้อมชง 600g - วีซูอาหารพร้อมชง 30g แม่และวีซูอาหารพร้อมชง แม่และวีซูอาหารพร้อมชง แม่และวีซูอาหารพร้อมชง แม่และวีซูอาหารพร้อมชง	ออกแบบซองปิดสนิท พร้อมฝาปิดพร้อม ฝาครอบและพลาสติกปิดปาก พร้อมฝาครอบพร้อม โถงปิดสนิทพร้อม โถงปิดสนิทพร้อม โถงปิดสนิทพร้อม	ซองสุญญากาศ	Do-not	-	-	-	Offset
ออกแบบบรรจุภัณฑ์กลุ่มอาหารทั่วไป - ไข่ขาวคั่ว 30g - ไข่ขาวคั่ว 150g - แม่และวีซูอาหารพร้อมชง 150g แม่และวีซูอาหารพร้อมชง 340g - แม่และวีซูอาหารพร้อมชง 150g แม่และวีซูอาหารพร้อมชง 30g	- - ออกแบบโถงปิดสนิทพร้อม ฝาปิดพร้อม ฝาครอบและพลาสติกปิดปาก พร้อมฝาครอบพร้อม โถงปิดสนิทพร้อม โถงปิดสนิทพร้อม	- - ซองสุญญากาศ	- - Do-not	- - -	- - -	- - -	Offset

Material Process

Packaging and Design for Purlife Food Product
Mr. Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

100



รูปที่ 4.1.100 แผนภาพแสดงตารางสรุปการใช้วัตถุดิบและกระบวนการผลิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้ง: 270 นำไปใช้

ผลิตภัณฑ์	ประเภทบรรจุภัณฑ์	Secondary Package					
		Structure				Graphic	
		Body		Closure		Material	Process
Material	Process	Material	Process	Material	Process		
ออกมบรรจุภัณฑ์ที่กลุ่มผลิตภัณฑ์ - แป้งโรตตีสุก 25 g	กล่องกระดาษแข็งเคลือบ และพลาสติก display M	กล่องกระดาษ	Die-cut	-	-	-	Offset
ออกมบรรจุภัณฑ์ที่กลุ่มเครื่องดื่ม - น้ำพืชมะนาว 750 g - น้ำพืชมะนาว 300 g	-	-	-	-	-	-	-
ออกมบรรจุภัณฑ์ที่กลุ่มเครื่องดื่ม - เครื่องปรุงรส 50 g	-	-	-	-	-	-	-
ออกมบรรจุภัณฑ์ที่กลุ่มของว่าง - ชุดโรตตีสุกพร้อมรส 30 g - ชุดขนมโรตตีสุก 750 g	กล่องกระดาษแข็งเคลือบ และพลาสติก display M	กล่องกระดาษ	Die-cut	-	-	-	Offset
ออกมบรรจุภัณฑ์ที่กลุ่มอาหารเด็ก - อาหารเสริมสำหรับเด็กอ่อน 40 g - ชุดอาหารสำหรับเด็ก	กล่องกระดาษแข็งเคลือบ และพลาสติก display M	กล่องกระดาษ	Die-cut	-	-	-	Offset
แม่โรตตีสุกพร้อมรส 25 g นมที่ต้มสุก 140 g	กล่องกระดาษแข็งเคลือบ และพลาสติก display M	กล่องกระดาษ	Die-cut	-	-	-	Offset

Material Process

Packaging and Design for Purlife Food Product
Mr.Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

101



รูปที่ 4.1.101 แผนภาพแสดงตารางสรุปการใช้วัตถุดิบและกระบวนการผลิต

อุปกรณ์สิ่งเสริมการฉาย	ประเภทบรรจุภัณฑ์	Primary Package			
		Structure		Graphic	
		Body		Material	Process
Material	Process	Material	Process		
ชั้นจัดแสดงสินค้าและ ชั้นขายสินค้าสิ่งตีพิมพ์	กล่องกระดาษแข็งเคลือบ โครงสร้างสิ่งตีพิมพ์ สีเทา ปรังแดง	กระดาษพลาสติก	Die-cut	-	Offset
ชั้นจัดแสดงสินค้าสิ่ง เคลือบสี	กล่องกระดาษแข็งเคลือบ โครงสร้างสิ่งตีพิมพ์ สีเทา ปรังแดง	กระดาษพลาสติก	Die-cut	-	Offset
อุปกรณ์ใช้ขายถ่ายต้นแบบ แว่นตา	กล่องกระดาษแข็งเคลือบ โครงสร้างสิ่งตีพิมพ์ สีเทา ปรังแดง	กระดาษพลาสติก	Die-cut	-	Offset

Material Process

Packaging and Design for Purlife Food Product
Mr.Nuttavut Eamsanudom | 43020108 | Faculty of architecture
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

102



รูปที่ 4.1.102 แผนภาพแสดงตารางสรุปการใช้วัตถุดิบและกระบวนการผลิต

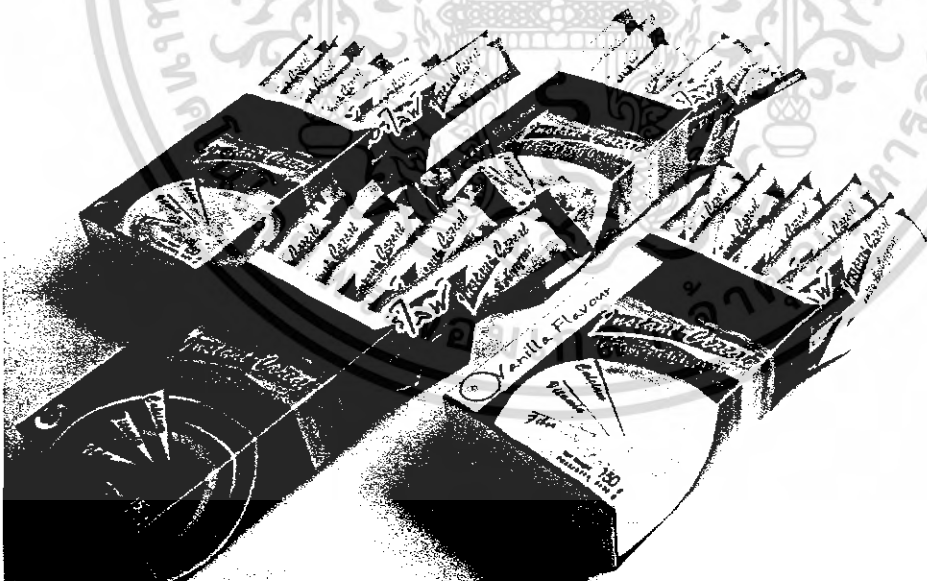
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที 271 นำไปใช้

4.2 ภาพถ่ายหุ่นจำลอง

ภาพถ่ายหุ่นจำลองผลงานขั้นสุดท้ายของผลิตภัณฑ์ในโครงการทั้งหมดมีดังนี้คือ



รูปที่ 4.2.1 แสดงผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ



รูปที่ 4.2.2 เครื่องดื่มธัญญาหารสำเร็จรูปขนาด 150 กรัม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มี 272 นำไปใช้



รูปที่ 4.2.3 เครื่องดื่มธัญญาหารสำเร็จรูปขนาด 30 กรัม



รูปที่ 4.2.4 เครื่องดื่มธัญญาหารสำเร็จรูปขนาด 150 กรัม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที:273 นำไปใช้



รูปที่ 4.2.5 ธัญญาหารอบกรอบขนาด 340 กรัม



รูปที่ 4.2.6 ธัญญาหารอบกรอบขนาด 30 กรัม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มี 274 นำไปใช้



รูปที่ 4.2.7 ธัญญาหารแท่งขนาด 840 กรัม



รูปที่ 4.2.8 ผลไม้แผ่นกรอบขนาด 80 กรัม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่จะนำไปใช้

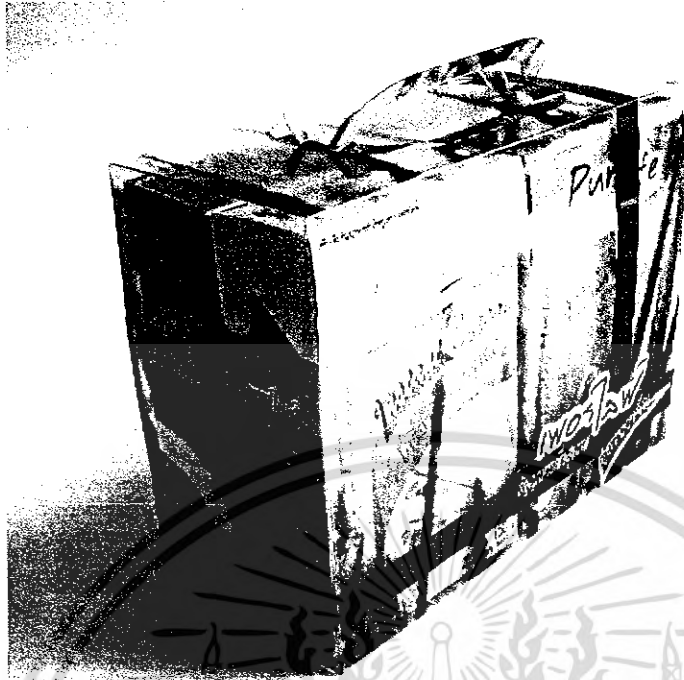


รูปที่ 4.2.9 น้ำเพื่อสุขภาพขนาด 750 กรัม



รูปที่ 4.2.10 เครื่องปรุงรสขนาด 50 กรัม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มี²⁷⁶ นำไปใช้



รูปที่ 4.2.11 ชุดของฝาอกขนาด 600 กรัม



รูปที่ 4.2.12 อาหารเสริมพร้อมซงสำหรับเด็ก่อนขนาด 200 กรัม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มี ²⁷⁷ นำไปใช้



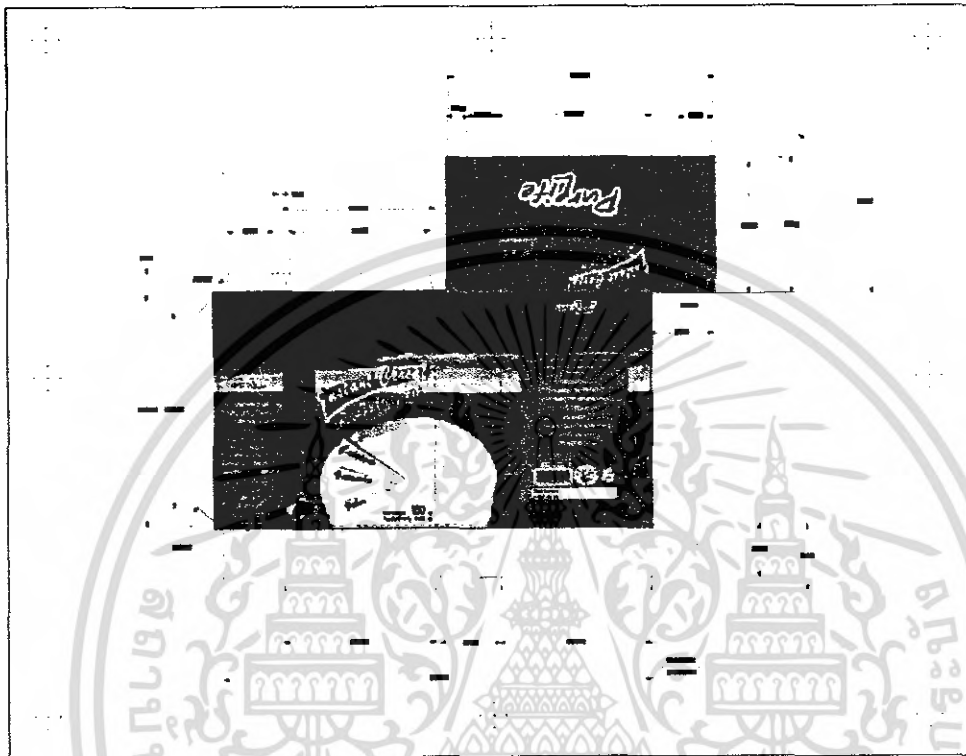
รูปที่ 4.2.13 ชุดธัญญาหารสำหรับเด็กขนาด 165 กรัม



รูปที่ 4.2.14 สื่อส่งเสริมการขาย

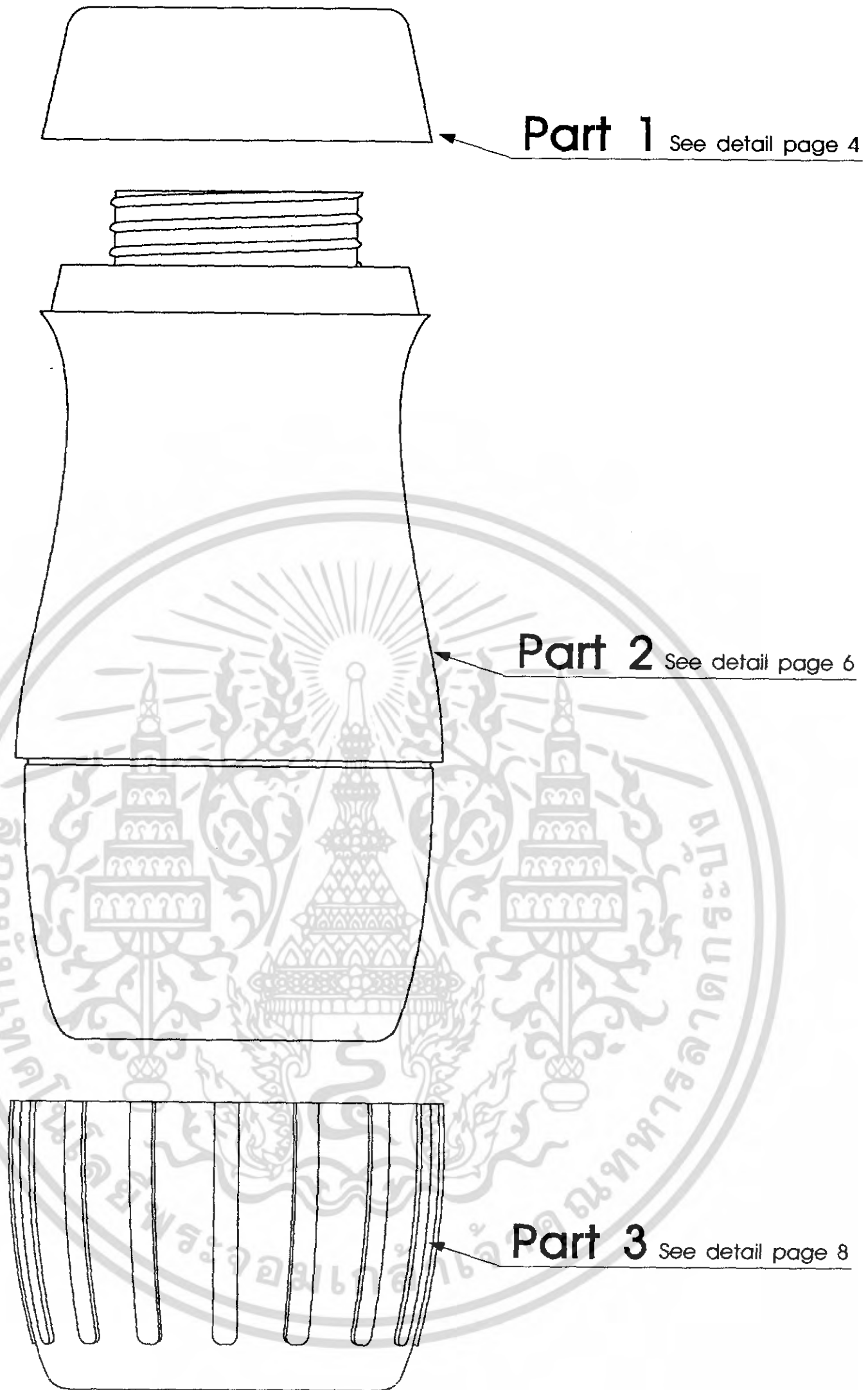
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ART WORK

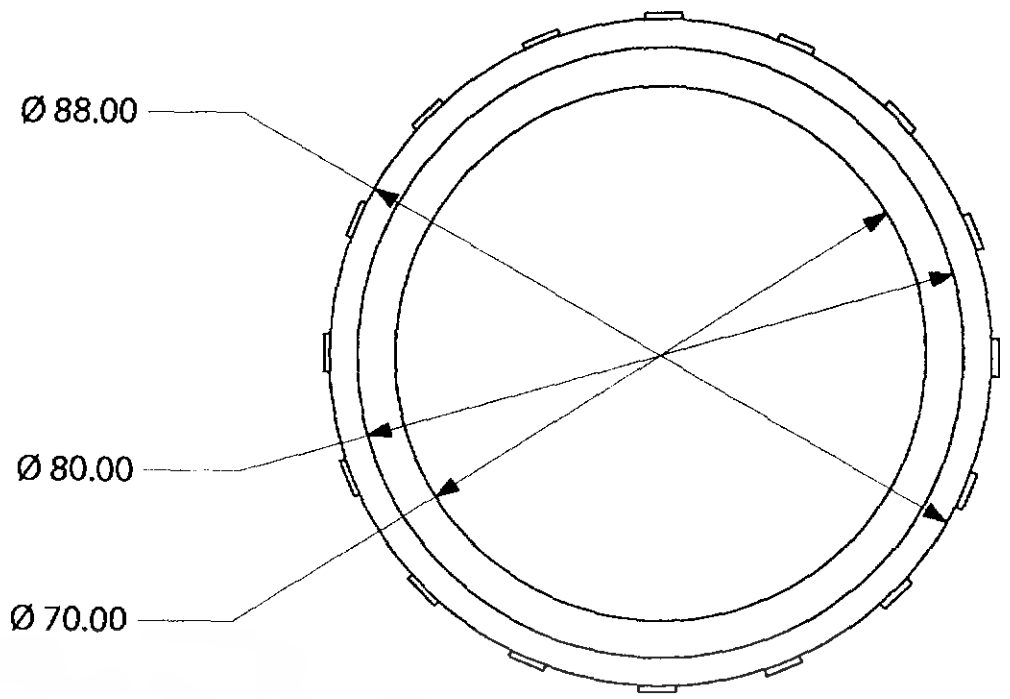


รูปที่ 4.2.15 ภาพแสดง ART WORK ของกล่องเครื่องต้มธัญญาหารสำเร็จรูป
ขนาดบรรจุ 150 กรัม

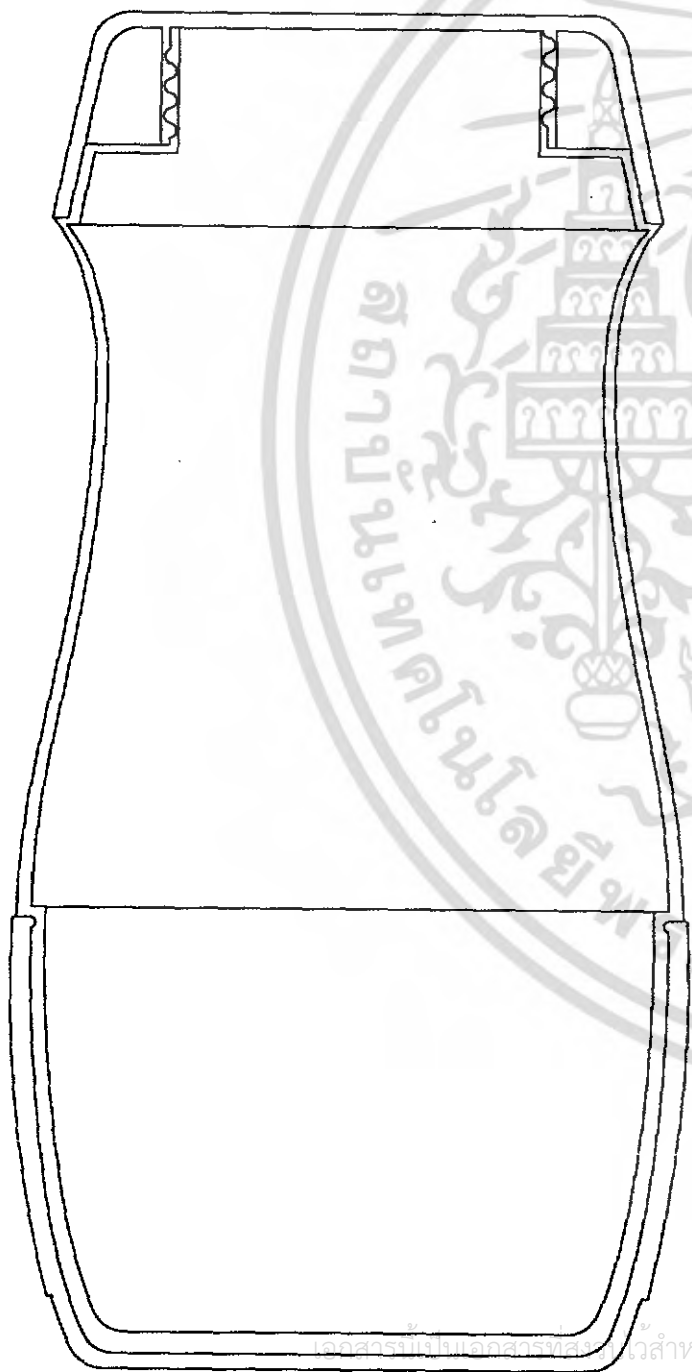
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



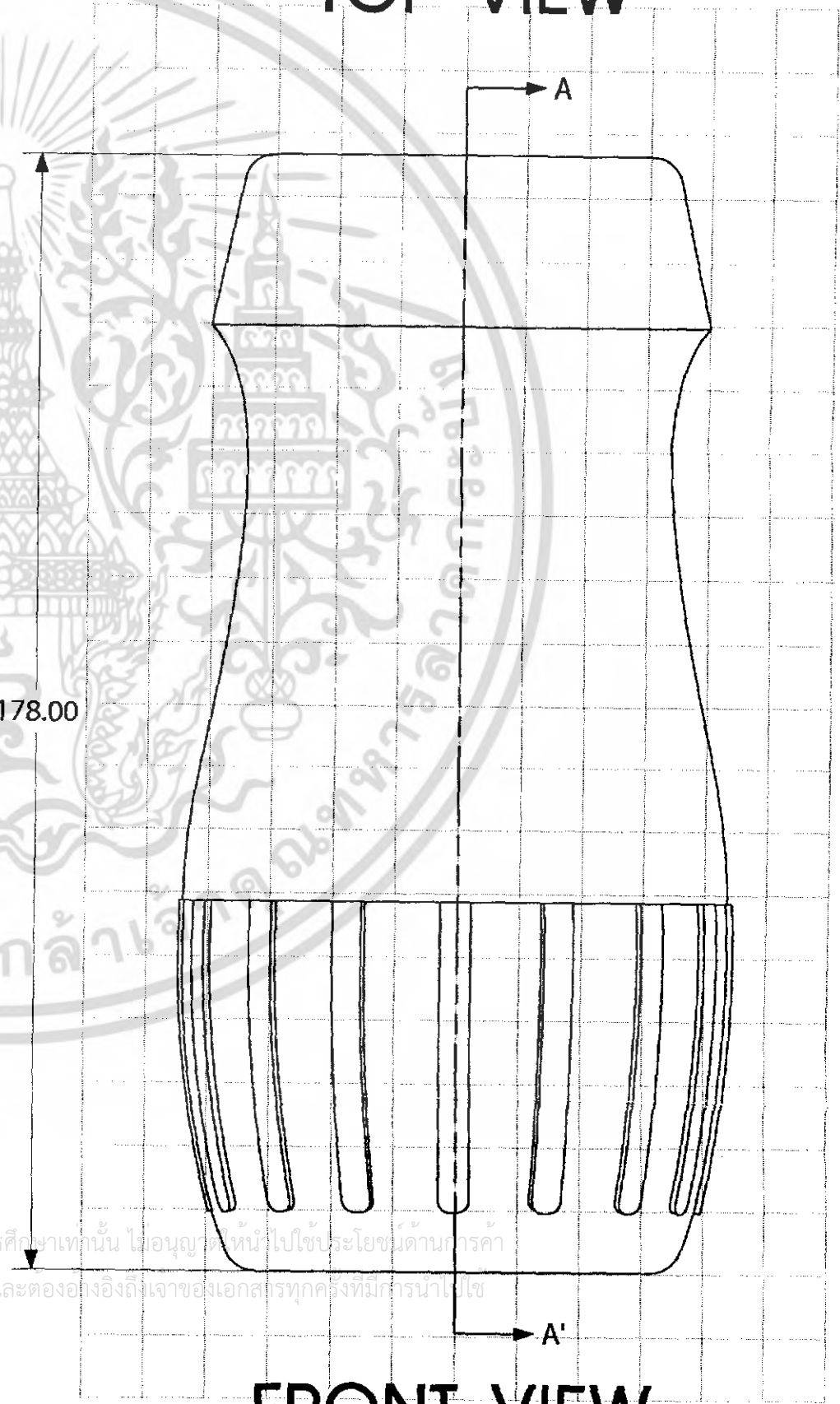
Part	Name	Qty	Color	Material	Process	
1	ฝากระป๋อง	1	ม่วงฟ้า	PP	Injection	
2	ตัวกระป๋อง	1	ครีม	HDPE	Injection-Blow mold	-
3	ถ้วย	1	ครีม	PP	Injection	-



TOP VIEW



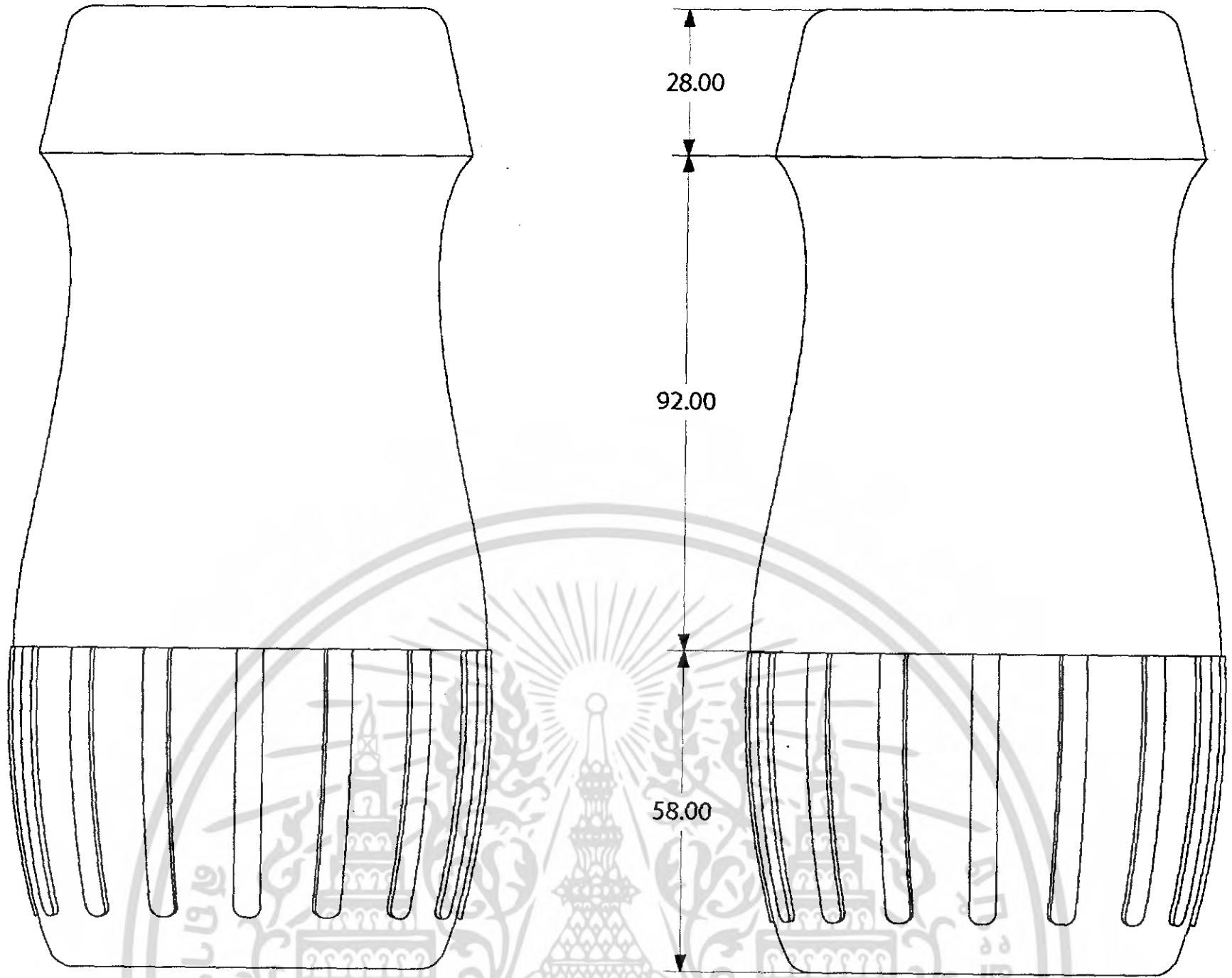
SECTION A-A' VIEW



FRONT VIEW

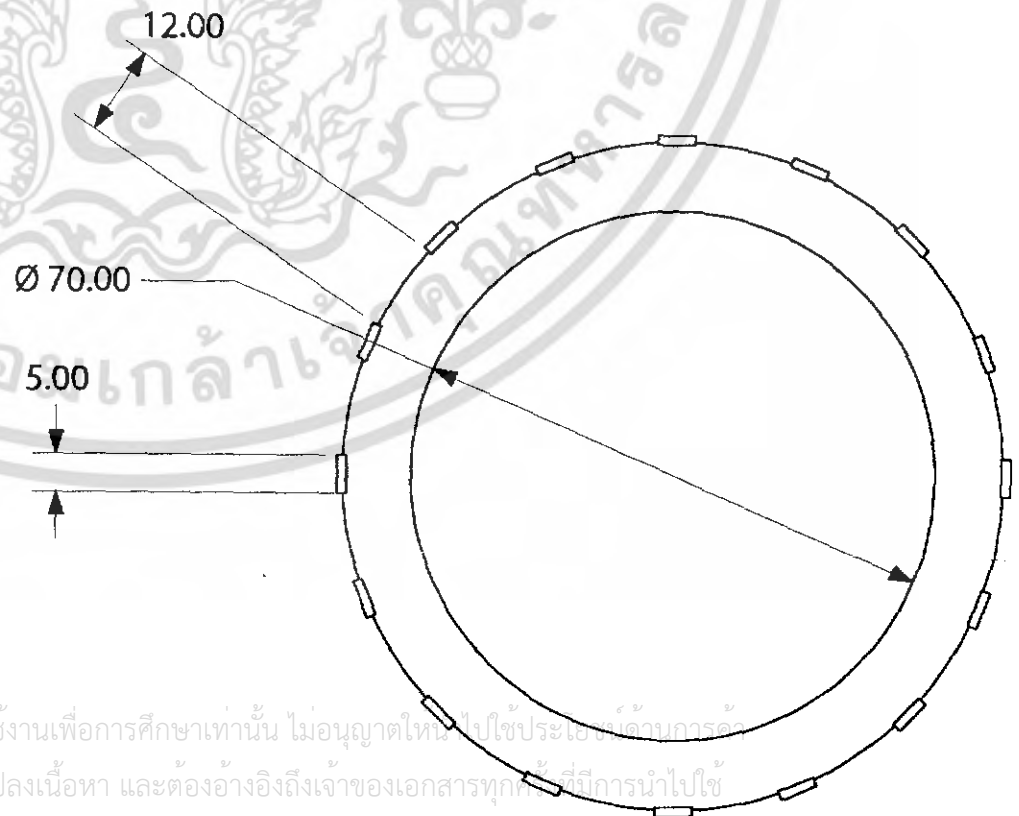
เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Packaging and Graphic design for Purilife Food Product		Drawing by : MR Nuttavut Eamsanudom ID 43020108	
PAGE 2	MULTIVIEW	Subject : Packaging Design Thesis	UNIT mm
		Object : กระปุกถั่วนุญอาหารสำเร็จรูปพร้อมซง ขนาด 500 กรัม	Scale 1:1
		Note : All angle have a radius as 0.25 mm and non specified wall have a taper as 1 degree	



SIDE VIEW

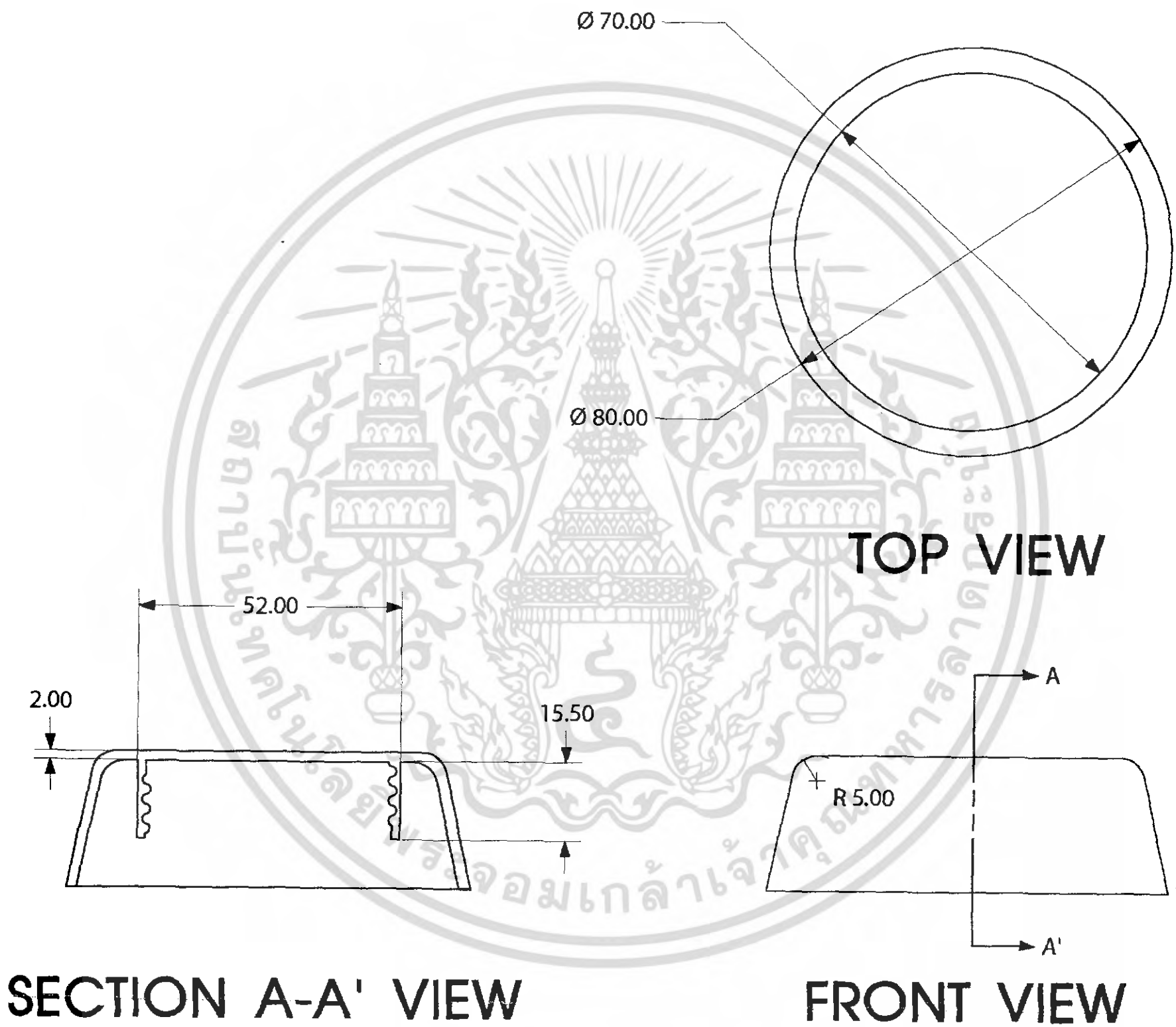
BACK VIEW



BOTTEM VIEW

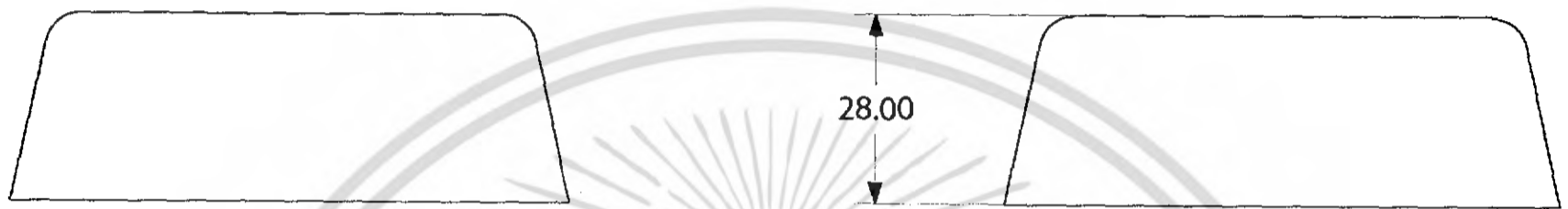
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Packaging and Graphic design for Purlife Food Product		Drawing by : MR Nuttavut Eamsanudom ID 43020108	
PAGE 3	MULTIVIEW	Subject : Packaging Design Thesis	UNIT mm
		Object : กระจุกกล้วยอาหารสำเร็จรูปพร้อมซอง ขนาด 500 กรัม	Scale 1:1
		Note : All angle have a radius as 0.25 mm and non specified wall have a taper as 1 degree	



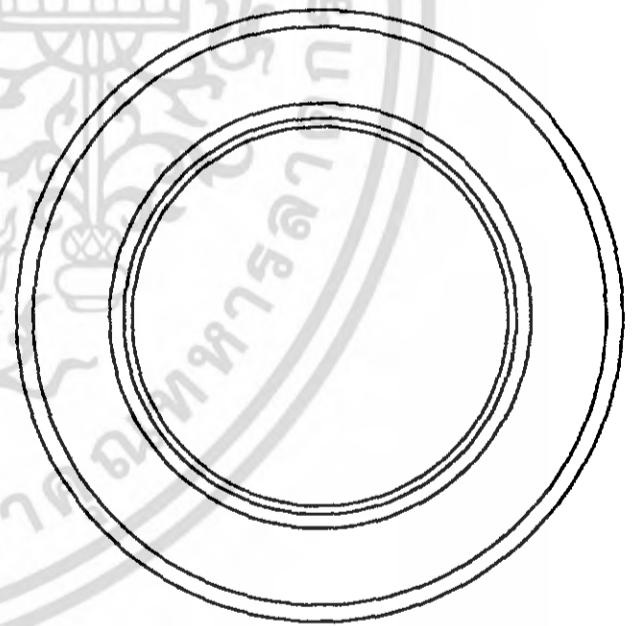
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Packaging and Graphic design for Purilife Food Product		Drawing by : MR Nuttavut Eamsanudom ID 43020108	
PAGE 4	MULTIVIEW PART 1	Subject : Packaging Design Thesis	UNIT mm
		Object : กระปุกถัวยุทธสำเร็จรูปพร้อมซอง ขนาด 500 กรัม	Scale 1:1
		Note : All angle have a radius as 0.25 mm and non specified wall have a taper as 1 degree	



SIDE VIEW

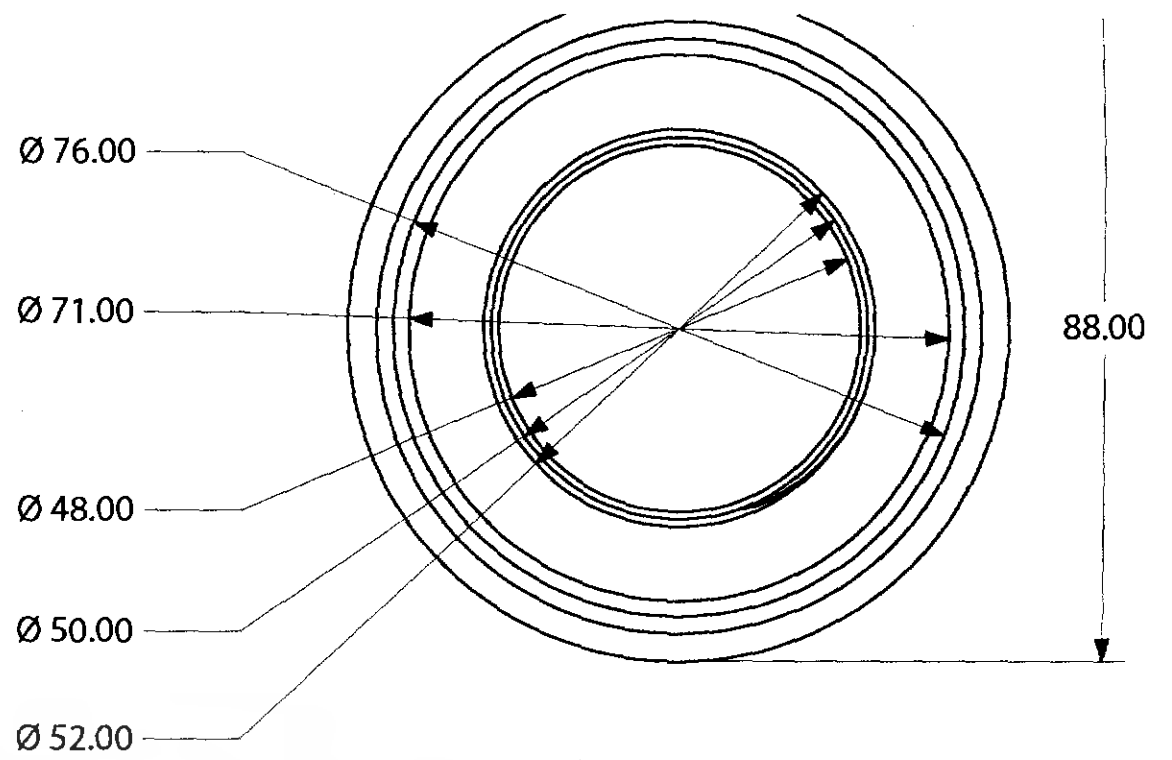
BACK VIEW



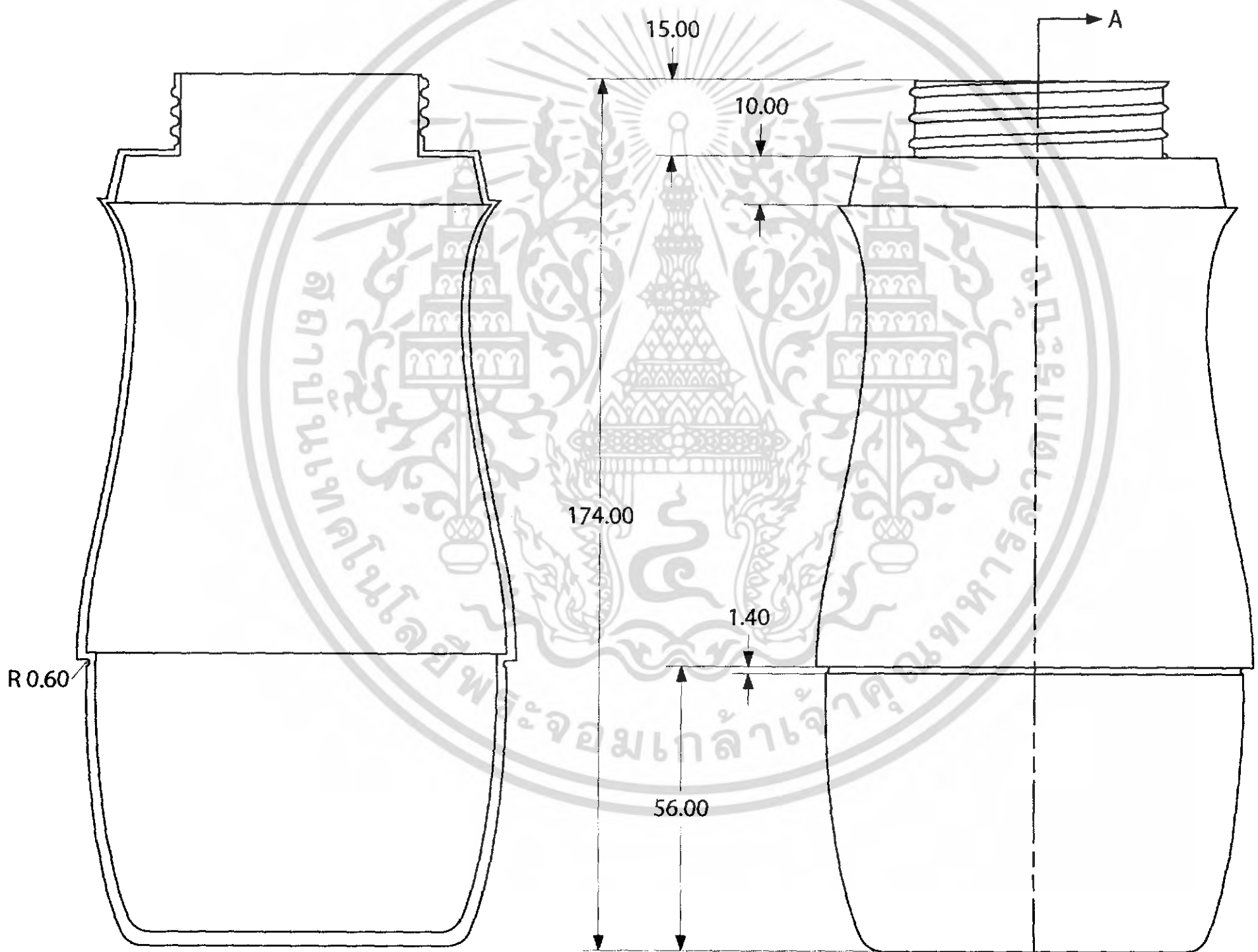
BOTTOM VIEW

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Packaging and Graphic design for Purlife Food Product		Drawing by : MR Nuttavut Eamsanudom ID 43020108	
PAGE 5	MULTIVIEW PART 1	Subject : Packaging Design Thesis	UNIT mm
		Object : กระปุกธัญญาหารสำเร็จรูปพร้อมขง ขนาด 500 กรัม	Scale 1:1
		Note : All angle have a radius as 0.25 mm and non specified wall have a taper as 1 degree	



TOP VIEW

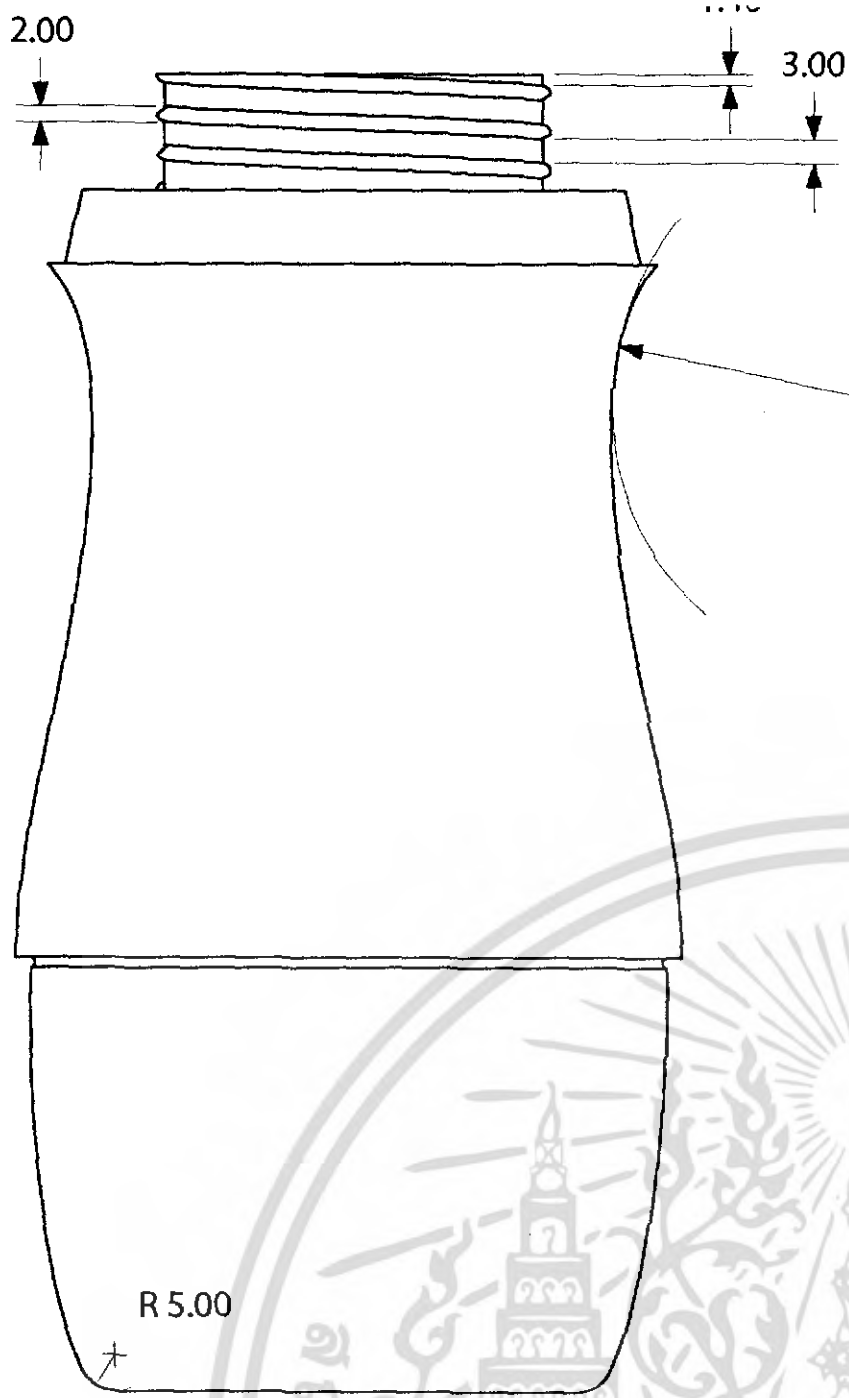


SECTION A-A' VIEW

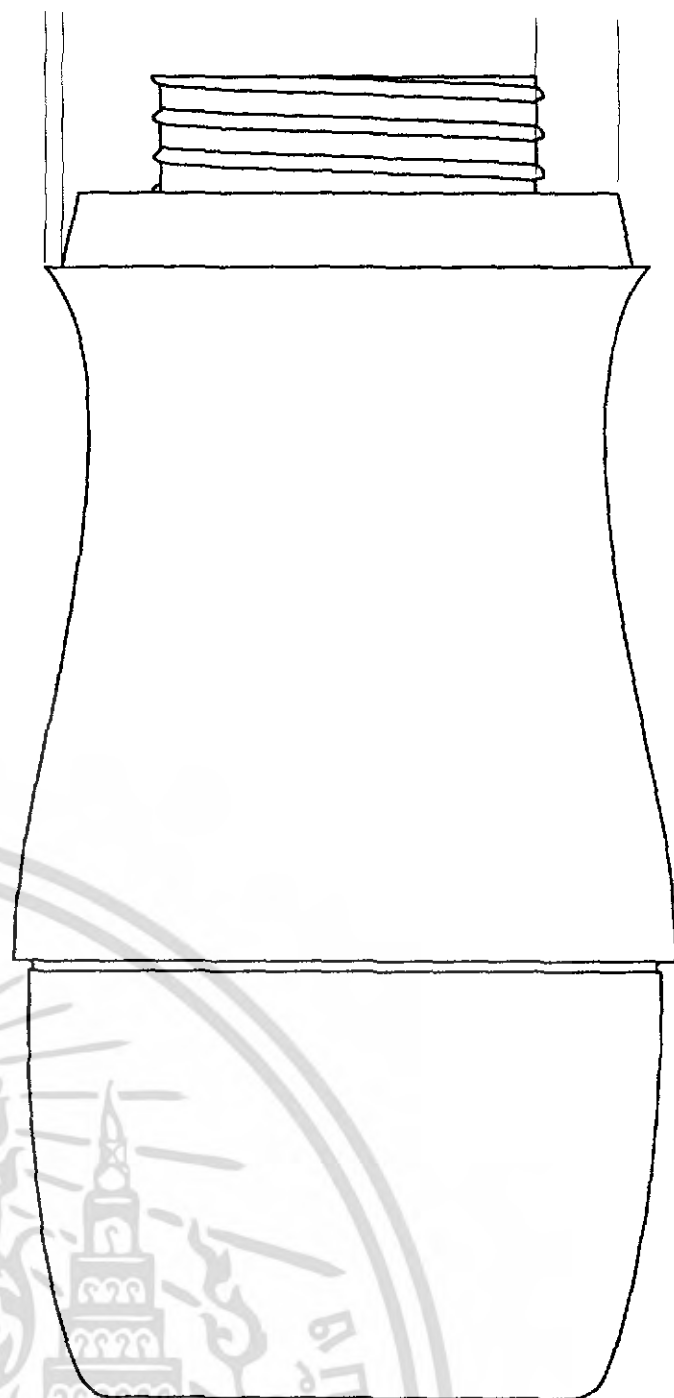
FRONT VIEW

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

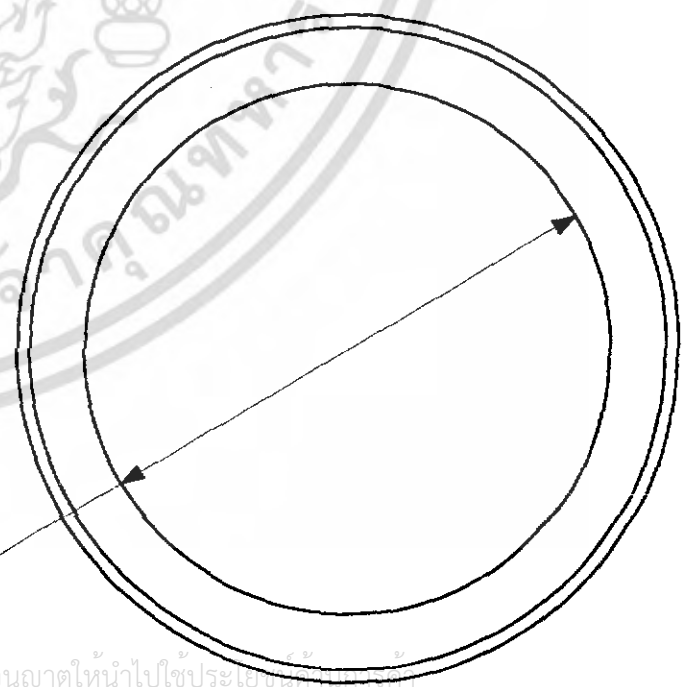
Packaging and Graphic design for Purilife Food Product		Drawing by : MR Nuttavut Eamsanudom ID 43020108	
PAGE 6	MULTIVIEW PART 2	Subject : Packaging Design Thesis	UNIT mm
		Object : กระจุกถัญญาทหารสำเร็จรูปพร้อมขง ขนาด 500 กรัม	Scale 1:1
		Note : All angle have a radius as 0.25 mm and non specified wall have a taper as 1 degree	



SIDE VIEW



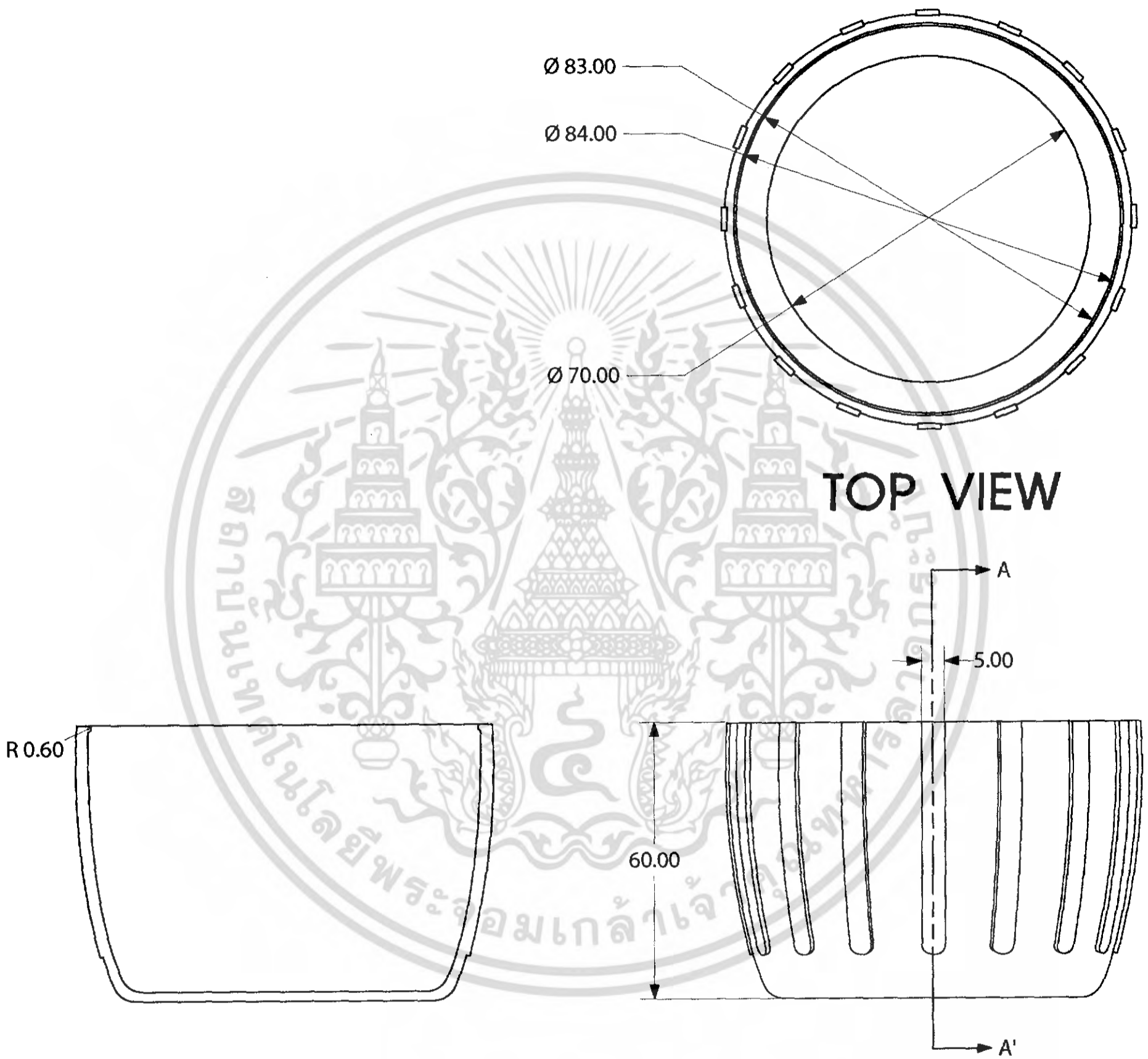
BACK VIEW



Ø 70.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์อื่นใด
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

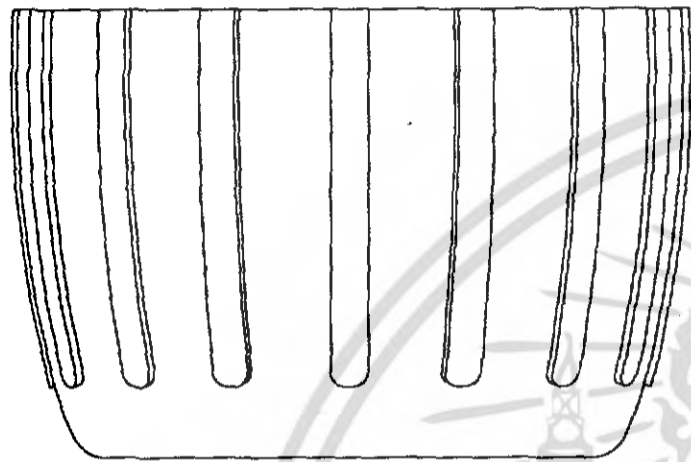
BOTTOM VIEW



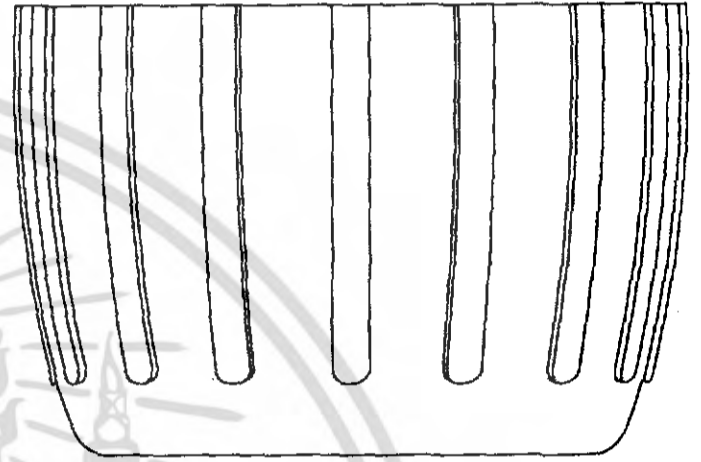
SECTION A-A' VIEW

FRONT VIEW

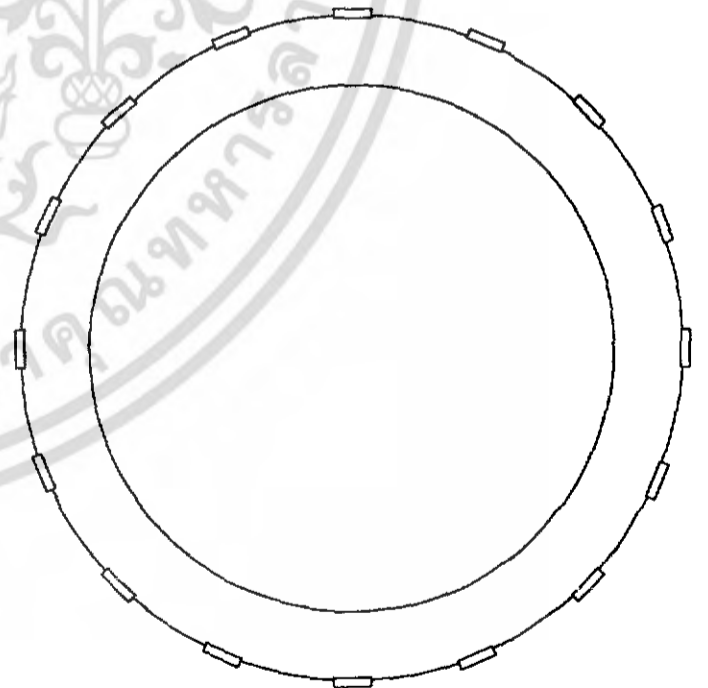
Packaging and Graphic design for Purilife Food Product		Drawing by : MR Nuttavut Eamsanudom ID 43020108	
PAGE 8	MULTIVIEW PART 3	Subject : Packaging Design Thesis	UNIT mm
		Object : กระปุกถั่วน้ำแข็งสำเร็จรูปพร้อมซอง ขนาด 500 กรัม	Scale 1:1
		Note : All angle have a radius as 0.25 mm and non specified wall have a taper as 1 degree	



SIDE VIEW



BACK VIEW



BOTTOM VIEW

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสาร



บทที่ 5 บทสรุป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

.1 สรุปผลการออกแบบ และข้อเสนอแนะของนักศึกษา

สรุปผลการออกแบบ

1. บรรรจุกณ์สามารถสื่อถึงภาพลักษณ์ของบริษัท ของเดอร์ ไทย ออร์แกนิก ฟู้ด จำกัด ได้อย่างเหมาะสม
2. บรรรจุกณ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เป็นอัตลักษณ์เดียวกัน (Corporate Identity) ดีด้วยกัน
3. การออกแบบบรรรจุกณ์มีการคำนึงถึงความเป็นไปได้ในการผลิตจริง รวมถึงราคาค่าต้นทุนในการผลิต และการประหยัดวัสดุ
4. บรรรจุกณ์สามารถแสดงจุดขายและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งได้

ข้อเสนอแนะของนักศึกษา

การทำวิทยานิพนธ์เป็นการฝึกฝนให้นักเรียนรู้จักคิด ค้นคว้าข้อมูล วิเคราะห์ สรุปหาเหตุผลและรู้จักการทำงานอย่างมีระบบ จะเห็นได้ว่ากว่าจะได้ผลสำเร็จจนเป็นผลงานขั้นสุดท้ายออกมานั้น ต้องผ่านอุปสรรคมากมาย ดังนั้นการแบ่งเวลาจะเป็นส่วนสำคัญมากของกระบวนการทำวิทยานิพนธ์ ซึ่งจะนำไปสู่ความสำเร็จในอนาคตต่อไป

.2 สรุปผลการออกแบบ และข้อเสนอแนะของอาจารย์

สรุปผลการออกแบบ

1. กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ยังสามารถพัฒนาได้อีกมาก และยังไม่สามารถตอบ Concept ได้ชัดเจนนัก
2. ไม่สามารถแยกแยะสินค้าได้อย่างชัดเจน

ข้อเสนอแนะของอาจารย์

นักศึกษาควรค้นหาสไตล์ของงานออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวให้พบ เนื่องจากจะช่วยให้เราประสบความสำเร็จในอนาคต



ประวัติการศึกษา

ประถม – มัธยมปลาย : โรงเรียนอัสสัมชัญ
ปริญญาตรี : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

1. พิชิต เลี่ยมพิพัฒน์, พลาสติก. พิมพ์ครั้งที่ 16. กรุงเทพฯ: ท.จ.ก. ป. สัมพันธ์พาณิชย์, 2545.
2. ทานตวรรณ เต็กชั้น, พลาสติก 1. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: บริษัท สกายบุ๊กส์ จำกัด, 2544.
3. www.thaibusiness.com



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์

โครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์

สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ ตรา เพอร์ไลฟ์

ชื่อนักศึกษา

นาย ณัฐวุฒิ เอี่ยมแสนอุดม

รหัสนักศึกษา

43020108

ภาควิชา

ศิลปอุตสาหกรรม

ปีการศึกษา

2547

คำนำ

ด้วยความมุ่งมั่นที่จะสนองโครงการตามพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ที่อยากให้เห็น คนไทยพึ่งตนเอง และกินอยู่อย่างประหยัด ตามรูปแบบของเศรษฐกิจแบบพอเพียง “ชองเดอร์” เป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยผลักดันให้เกษตรกรผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย คือ ไม่มีการใช้สารเคมีและยาฆ่าแมลงในกระบวนการ เพาะปลูก โดยเน้นการแปรรูปพืชโดยใช้เครื่องจักรที่ทันสมัย เพื่อเพิ่มผลผลิตและมูลค่าของกลุ่มสินค้าเกษตรความต้องการผลิตผลทางเกษตรที่แปรรูปมาจากธรรมชาติ หรือ ธรรมชาติ นั้นได้รับความนิยมนจากผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องจากทั้งในและต่างประเทศ

จึงทำให้ในปัจจุบันมีบริษัทที่ต้องการเป็นตัวแทนจำหน่ายเป็นจำนวนมาก รวมถึงผู้ประกอบการขนาดเพื่อสุขภาพจำพวกสปา และกลุ่มบริษัทในเครือสหพัฒน์พินบูล ซึ่งทำให้การแข่งขันในตลาดส่วนนี้ถูกกระตุ้นมากขึ้น การออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ที่ดี ก็เป็นวิธีหนึ่งที่สามารถจะช่วยเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ได้ นอกจากนั้นยังสามารถช่วยในการขนส่ง โดยการถนอมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ตัวผลิตภัณฑ์มีอายุที่ยาวนานขึ้น และส่วนที่สำคัญที่สุดในการออกแบบผลิตภัณฑ์นี้คือสามารถระบุกลุ่มเป้าหมาย ได้ชัดเจนขึ้น ซึ่งที่กล่าวมาทั้งหมดจะสามารถช่วยยกระดับให้สินค้าไทยมีความสามารถที่จะไปสู่ระดับโลกได้ ซึ่งเมื่อพัฒนาได้ถึงขั้นนั้นรัฐพืชมของไทยจะได้รับการจับตามองเนื่องจากมีคุณภาพ และมีราคาที่ไม่แพง เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีอุตสาหกรรมหลักคือภาคเกษตรกรรม ฉะนั้นการพัฒนาการออกแบบ และบรรจุภัณฑ์ที่ดีจะสามารถช่วยส่งเสริมอุตสาหกรรมไปสู่ตลาดสากลได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้