

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

โครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์นมแพะแปรรูปเพื่อสุขภาพ ตรา GOATURE
(Package and Graphic design For GOATURE Milk and Dairy Product)



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตร์บัณฑิต
ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2548

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรม
ศาสตรบัณฑิต



อาจารย์ที่ปรึกษา 
คร. นภาพรรณ สวัสดิชัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์	โครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์นมแพะแปรรูปเพื่อสุขภาพ ตรา GOATURE
ชื่อนักศึกษา	น.ศ.ณัฐรา ตั้งอาชีวะเลิศ
รหัส	4420095
ภาควิชา	ศิลปอุตสาหกรรม
คณะ	สถาปัตยกรรมศาสตร์
	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา	2548-2549

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันสังคมเมืองซึ่งเต็มไปด้วยความเร่งรีบ และมลภาวะต่าง ๆ จากเทคโนโลยีที่พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว เป็นผลให้กระแสรักสุขภาพกำลังได้รับความนิยมและกำลังเติบโตอย่างรวดเร็วในยุคนี้ นำนมแพะได้รับการกล่าวขานมานานถึงสรรพคุณที่มีต่อสุขภาพ นมแพะมีส่วนที่คล้ายกับนมโคทั้งในด้านลักษณะ รส และส่วนประกอบของนม แต่มีประโยชน์ต่อผู้ดื่มมากกว่านมโค

การเข้าสู่ตลาดนมแพะในช่วงนี้นับเป็นโอกาสอันดีของบริษัท เห็นได้จากแนวโน้มของตลาดเครื่องดื่มผลิตภัณฑ์ยังมีโอกาสขยายตัว ปัจจุบันตลาดของสินค้าประเภทนม นั้นคือ นมวัว และนมถั่วเหลืองเป็นหลัก ตลาดนมมีการขยายตัวสูงขึ้นมา เนื่องจากผู้บริโภคที่ความใส่ใจในสุขภาพและคุณภาพประโยชน์ที่ได้รับจากการดื่มนมเพิ่มขึ้น

ดังนั้นโครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงเป็นโครงการเสนอแนะที่เกิดขึ้นเพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน โดยประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ในโครงการดังต่อไปนี้

1. นมสเตอริไลซ์ (Pasteurization)
2. นมเปรี้ยว (Drinking Yogurt)
3. โยเกิร์ต (Yogurt)
4. นมผง (Milk Powder)
5. อาหารเสริมสำหรับเด็กทารก
6. แผ่นธัญญาหารอบกรอบ
7. เครื่องดื่มธัญญาหารสำเร็จรูป
8. เต้าฮวยนมสด
9. คัสตาร์ด
10. เนยสด
11. ครีมชีสชั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์	โครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์นมแพะแปรรูปเพื่อสุขภาพ ตรา GOATURE
ชื่อนักศึกษา	น.ส.ณัฐรา ตั้งอาชีวะเลิศ
รหัส	4420095
ภาควิชา	ศิลปอุตสาหกรรม
คณะ	สถาปัตยกรรมศาสตร์
	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา	2548-2549

คำนำ

สภาวะปัจจุบันกระแสรักสุขภาพที่กำลังได้รับความนิยมและกำลังเติบโตอย่างรวดเร็วในยุคนี้ ตลาดปัจจุบันยังคงตื่นตัวกับกระแสรักสุขภาพอยู่และมีแนวโน้มที่เติบโตไปอีก กระแสในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งเป็นการดูแลรักษาสุขภาพร่างกายของตนให้แข็งแรงนั้นได้รับความสนใจมากขึ้น

บริษัท มานูญครอง แดรี่ โกทส์ เห็นว่านมแพะเป็นสินค้าที่มีคุณภาพเหมาะสมจะเป็นทางเลือกใหม่ในการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพ เป็นการตอบรับกับกระแสสุขภาพซึ่งกำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน ด้วยนมแพะมีลักษณะโดดเด่น มีคุณค่าต่อร่างกายสูง ช่วยบำรุงร่างกาย อีกทั้งยังไม่เคยมีใครพัฒนาเป็นระบบอุตสาหกรรมที่ได้มาตรฐานโดย มุ่งเน้นสร้างความน่าเชื่อถือ ภาพพจน์ที่ดี การพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกเป็นสื่อให้ความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของนมแพะ เพื่อหวังว่าจะให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในการดื่มนม และเพื่อกระตุ้นใจผู้บริโภคหันมาบริโภคเครื่องดื่มนม แพะเพิ่มมากขึ้น อันจะเป็นผลต่อเนื่องให้เกิดความสำเร็จในทางธุรกิจต่อไปในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

ตลอดระยะเวลาในการทำวิทยานิพนธ์ ตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งสำเร็จจนถึงขั้นงานสุดท้าย ได้ให้ความรู้และประสบการณ์ของการเรียนรู้ในมหาวิทยาลัยเป็นอย่างมาก ได้เรียนรู้ถึงวิธีการทำงานเป็นขั้นตอน การวางแผนการทำงานเพื่อให้สามารถทำงานสำเร็จในระยะเวลาได้ ทั้งยังมีกระบวนการคิดวิเคราะห์ที่เป็นระบบมากขึ้น ซึ่งวิทยานิพนธ์นี้สำเร็จได้ด้วยการสนับสนุนของบุคคลเหล่านี้

กราบขอบคุณอาจารย์นภาพรรณ สวัสดิชัย อาจารย์ที่ปรึกษาของโครงการที่คอยช่วยสนับสนุน ท่วงโย ให้คำปรึกษาและคำแนะนำในทุก ๆ เรื่องเป็นอย่างดีโดยตลอด และอาจารย์สมชัย อาจารย์พิมพ์ปราโมทย์ และอาจารย์นภาพรรณ ที่คอยให้คำแนะนำมาโดยตลอดขั้นตอนการตรวจผลงาน

ขอบคุณน้อง สายรหัส ทุก ๆ คนโดยเฉพาะน้องฉัตร ที่คอยช่วยงานในทุกหน้าที่ น้องยัง, น้องโย แรงงานฝีมือดี น้องก๊ก, น้องนะโม, น้องป๊อป, น้องเนย, น้องอร ที่คอยช่วยเหลือในยามวิกฤติช่วยพิมพ์ ตัด พิมพ์ อย่างไม่เกียจหน้าที และให้กำลังใจโดยเสมอมา

ขอบคุณแม่ (สน.) พี่สงวน และพี่แอมที่คอยให้กำลังใจอยู่เสมอ

ขอบคุณเพื่อน ๆ ในกลุ่ม package นะ, ตู, หลี, ยัย, บึง, วิ, ยุ และเต็งที่คอยให้คำแนะนำและปรึกษากันมาโดยตลอด ,บอลที่คอยถามไถ่และให้คำปรึกษา อยู่เสมอ และเพื่อน ๆ นอกภาคกระบี่ที่คอยให้กำลังใจอยู่เสมอ ๆ

สุดท้ายนี้กราบขอบคุณคุณพ่อ และคุณแม่ที่คอยให้การสนับสนุนในทุก ๆ เรื่องจนกระทั่งสามารถทำงานได้สำเร็จ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

อนุมัติผล

บทคัดย่อ

คำนำ

กิตติกรรมประกาศ

บทที่ 1 บทนำ	1
วัตถุประสงค์ของโครงการ	3
ความเป็นไปได้ของโครงการ	4
ขอบเขตของโครงการ	5
ปัญหา เชื้อนไข ความต้องการ และแนวทางแก้ปัญหา	10
แนวทางการศึกษาวิจัย	42
บทที่ 2 การค้นคว้าและสรุปผลข้อมูล	
2.1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับบริษัทผู้ผลิต	43
2.1.1 ประวัติความเป็นมาและลักษณะธุรกิจของบริษัท มาบุญครอง	43
2.1.2 ประวัติความเป็นมาของ บริษัท มาบุญครอง แดรี่ โกทส์ จำกัด	45
2.1.3 กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ของบริษัท มาบุญครอง แดรี่ โกทส์ จำกัด	46
2.1.4 นโยบายทางการตลาดของบริษัท มาบุญครอง แดรี่ โกทส์ จำกัด	47
2.1.5 รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ของบริษัท มาบุญครอง แดรี่ โกทส์ จำกัด	49
2.1.6 วิเคราะห์ และสรุปข้อมูลผู้ผลิตที่มีผลต่อการออกแบบ	51
2.2 ข้อมูลเบื้องต้นของผลิตภัณฑ์	53
2.2.1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับนมแพะ	53
2.2.1.1 ลักษณะทางกายภาพ (Nutrition) ของนมแพะที่แตกต่างจากนมวัว	53
2.2.1.2 ลักษณะการรับรู้ (Perception), ภาพลักษณ์ (Image) ของแพะที่แตกต่างจากวัว	57
2.2.2 ข้อมูลเบื้องต้นผลิตภัณฑ์ในโครงการ	59
2.2.2.1 กลุ่มผลิตภัณฑ์หลักในโครงการ	59
2.2.2.2 กลุ่มผลิตภัณฑ์รองในโครงการ	63
2.2.3 วิเคราะห์ และสรุปข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการออกแบบ	66
2.3 ความต้องการด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์	68
2.3.1 อยุการเก็บ และลักษณะการเสื่อมของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด	68
2.3.2 ปัจจัยที่ทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมและหมดคุณค่า	72
2.3.2 วิเคราะห์ และสรุปสิ่งที่ต้องคำนึงถึงเพื่อการคุ้มครองผลิตภัณฑ์	73

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4	ข้อมูลด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ในโครงการ	74
2.4.1	ขนาดและแนวโน้มของตลาดสินค้าเพื่อสุขภาพ	74
2.4.2	ขนาดตลาด ส่วนแบ่งตลาด และแนวโน้มของตลาดสินค้าประเภทนม	76
2.4.3	ลักษณะการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์	78
2.4.4	สถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์	78
2.4.5	วิเคราะห์ และสรุปข้อมูลด้านการตลาดที่มีผลต่อการออกแบบ	79
2.5	ข้อมูลคู่แข่งของผลิตภัณฑ์ในโครงการ	83
2.5.1	ข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่งในท้องตลาด	83
2.5.2	การวางตำแหน่งสินค้าของผลิตภัณฑ์ในโครงการเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	98
2.6	ข้อมูลผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	104
2.6.1	ลักษณะของกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	104
2.6.2	ลักษณะของกลุ่มผู้บริโภคแบ่งตาม Segmentation	109
2.6.3	ลักษณะเออโกโนมิกส์ (Ergonomics) ที่จำเป็นของกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	112
2.6.4	พฤติกรรมการใช้งาน และเงื่อนไขความต้องการ	113
2.6.5	วิเคราะห์ และสรุปข้อมูลผู้บริโภคที่มีผลต่อการออกแบบ	119
2.7	ข้อมูลด้านวัสดุ และกรรมวิธีการผลิต	120
2.7.1	รูปแบบของบรรจุภัณฑ์	120
2.7.2	วัสดุและกรรมวิธีการผลิตที่เกี่ยวข้อง	125
2.7.3	วิเคราะห์ข้อดี และข้อเสีย ของวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์	113
2.7.4	ฝาและการปิดผนึกที่นิยมใช้ใน	134
2.7.5	สี การพิมพ์ การตกแต่ง และการปิดฉลาก	139
2.8	ข้อบังคับทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ	143
บทที่ 3 การพัฒนาการออกแบบ		
3.1	การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ (Design Data Analysis)	149
3.2	การพัฒนาแนวความคิดและการออกแบบ (Data and Design Development)	152
3.3	การวิเคราะห์การออกแบบ และการประเมินค่า (Design Analysis and Evaluation)	208
บทที่ 4 การนำเสนอผลงานการออกแบบ		
4.1	ภาพถ่ายหุ่นจำลอง	211
บทที่ 5 บทสรุป		
5.1	สรุปผลการออกแบบ และข้อเสนอแนะของนักศึกษา	223
5.2	สรุปผลการออกแบบ และข้อเสนอแนะของอาจารย์	223

ภาคผนวก

บรรณานุกรม

เอกสาร **ประวัติการศึกษา** สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บทที่ 1 บทนำ

วัตถุประสงค์ของโครงการ

ความเป็นไปได้ของโครงการ

ขอบเขตของโครงการ

ปัญหา เสนอแนะ ความต้องการและแนวทางแก้ปัญหา

แนวทางการศึกษาวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทนำ

ในปัจจุบันสังคมเมืองซึ่งเต็มไปด้วยความเร่งรีบ และมลภาวะต่าง ๆ จากเทคโนโลยีที่พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว จากผลการสำรวจทำให้เกิดอัตราผู้ป่วยโรคต่าง ๆ กับคนเมืองมากขึ้นส่งผลให้เกิดกระแสรักสุขภาพ โดยกระแสรักสุขภาพที่กำลังได้รับความนิยมและกำลังเติบโตอย่างรวดเร็วในยุคนี้เห็นได้จากผลิตภัณฑ์ทั้งสินค้าบริโภค ของใช้ต่าง ๆ หรือแม้กระทั่งหนังสือเพื่อสุขภาพต่าง ๆ โดยมีการแข่งขันกันทั้งในด้านความแปลกใหม่ ราคา คุณภาพของสินค้านั้น ๆ ที่ทำให้ผู้บริโภคมั่นใจว่าสะอาด ปลอดภัย ได้รับคุณค่าที่ประโยชน์ต่อร่างกายจริงดังที่โฆษณา ตลาดปัจจุบันยังคงตื่นตัวกับกระแสรักสุขภาพอยู่และมีแนวโน้มที่เติบโตไปอีก กระแสในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งเป็นการดูแลสุขภาพร่างกายของตนให้แข็งแรงนั้นได้รับความนิยมมากขึ้น

นมแพะได้รับการกล่าวขานมานานถึงสรรพคุณที่มีต่อสุขภาพ โดยนมแพะมีส่วนที่คล้ายกับนมโคทั้งในด้านลักษณะ รส และส่วนประกอบของนม แต่มีประโยชน์ต่อผู้ดื่มมากกว่านมโค นมแพะย่อยได้ง่ายกว่าเพราะมีเม็ดไขมันขนาดเล็ก และยังมีค่าความเป็นกรดต่างสูงกว่านมโค ซึ่งเป็นผลดีในการช่วยลดกรดในกระเพาะ ส่วนบางคนที่เป็นภูมิแพ้นมโคควรดื่มนมแพะ จากผลการวิจัยผู้ที่ดื่มนมแพะเป็นประจำมีแนวโน้มที่จะมีสุขภาพแข็งแรงกว่าผู้ที่ดื่มนมโคอย่างเห็นได้ชัด

การเข้าสู่ตลาดนมแพะในช่วงนี้นับเป็นโอกาสดีของบริษัท เห็นได้จากแนวโน้มของตลาดเครื่องดื่มผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพยังมีโอกาสขยายตัว และนมเป็นสินค้าที่มีประโยชน์ต่อร่างกายซึ่งคนส่วนใหญ่ทราบดี ปัจจุบันตลาดของสินค้าประเภทนม นั้นคือ นมวัว และนมถั่วเหลืองเป็นหลัก อุตสาหกรรมนมพร้อมดื่มในปี 2548 มูลค่าตลาดนมพร้อมดื่ม และผลิตภัณฑ์จากนมในประเทศประมาณ 40,000 ล้านบาท โดยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยประมาณร้อยละ 25% และตลาดนมถั่วเหลืองมีมูลค่าประมาณ 2,600 ล้านบาท มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นทุก ๆ ปีเฉลี่ยปีละ 10% เห็นได้ว่าตลาดนมมีการขยายตัวสูงขึ้นมา เนื่องจากผู้บริโภคที่ความใส่ใจในสุขภาพและคุณประโยชน์ที่ได้รับจากการดื่มนมเพิ่มขึ้น จนทำให้ต้องมีการนำเข้านมดิบ ทางบริษัทสามารถเห็นช่องทางการตลาดที่จะเปิดตลาดสินค้าตัวนี้ บริษัทมาบุญครอง แดรี่ โกทส์ ได้ชื่อว่าเป็นผู้บุกเบิกธุรกิจนมแพะ และมีศักยภาพในการผลิต จึงทำการผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องดื่มอุตสาหกรรมนมแพะ

ตลาดของนมแพะเป็นสินค้าที่ค่อนข้างใหม่และยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคมากนัก มีการแข่งขันต่ำ แต่ยังมีผู้บริโภคจำนวนไม่น้อยที่ไม่นิยมดื่มนมแพะเนื่องจากไม่ชินตลอดจนเรื่องราคาที่สูงกว่านมโค และมีทัศนคติที่ไม่ดีกับแพะ ทำให้รู้สึกไม่กล้าที่จะลองสินค้าประเภทนี้ ซึ่งความจริงแล้วนมแพะคล้ายกับนมโคทั้งในด้านลักษณะ รส แต่มีคุณค่าสารอาหารที่เป็นประโยชน์กับร่างกายมากกว่านมโค โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิก สำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากนมแพะ เป็นโครงการเสนอแนะ ตามนโยบาย บริษัท มาบุญครอง แดรี่ โกลด์ จำกัด โดยผลิตภัณฑ์ในโครงการมีทั้งผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมและสินค้าใหม่ ของบริษัทที่นำวัตถุดิบจาก น้่านมแพะ มาแปรรูปเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ ภายใต้แบรนด์ใหม่ ชื่อ GOATURE ผลิตโดยบริษัท มาบุญครอง แดรี่ โกลด์ จำกัด โดยมุ่งเน้นสร้างความน่าเชื่อถือ ภาพพจน์ที่ดี และให้ความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของนมแพะ เพื่อหวังว่าจะให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในการดื่มนม และเพื่อกระตุ้นใจผู้บริโภคหันมาบริโภคเครื่องดื่ม นมแพะเพิ่มมากขึ้น อันจะเป็นผลต่อเนื่องให้เกิดความสำเร็จในทางธุรกิจต่อไปในอนาคต



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์ของโครงการ

วัตถุประสงค์ของโครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิก ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากนมแพะ ให้กับ บริษัท มาบุญครอง แดรี่ โททส์ ซึ่งกำลังมีการพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ ออกมา แบ่งออกเป็น ส่วนสำคัญดังนี้

1. เพื่อพัฒนาในด้านผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์และกราฟิก ให้กับ บริษัท มาบุญครอง แดรี่ โททส์

เนื่องจากทางบริษัทมาบุญครอง แดรี่ โททส์ จำกัด ซึ่งเป็นฟาร์มแพะและ เป็นโรงรีดนมแพะอยู่แล้ว ได้มีโครงการออกนมแพะพาสเจอร์ไรส์ออกมาสู่ตลาด และมีความต้องการขายสินค้าใหม่ ๆ มีทั้งสินค้าประเภทอุปโภคและบริโภค ซึ่งยังไม่เคยมีบรรจุภัณฑ์มาก่อนจึงต้องการบรรจุภัณฑ์ รวมไปถึงรูปแบบกราฟิกที่สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ช่วยในการตัดสินใจซื้อของกลุ่มผู้บริโภคได้ตามตำแหน่งของตัวผลิตภัณฑ์ที่กำหนดไว้ สามารถเป็นที่จดจำได้ง่าย รวมทั้งช่วยส่งเสริมการขายสินค้าให้ได้ โดยนำเสนอเป็นแนวทางให้กับ บริษัท มาบุญครอง แดรี่ โททส์ จำกัด

2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งด้านบรรจุภัณฑ์และกราฟิก ให้สามารถรองรับกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยมีการออกแบบตามลักษณะการใช้งาน และพฤติกรรมการใช้งานของกลุ่มผู้บริโภค เพื่อให้บรรจุภัณฑ์สามารถเอื้อประโยชน์ในด้านการใช้งาน อำนวยความสะดวกสบาย การเก็บรักษาคุ้มครองสินค้าภายใน ช่วยยกระดับสินค้า โดยคำนึงถึงความเป็นไปได้ทางการตลาด และศักยภาพในการผลิตและขนส่งกระจายสินค้า

3. เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของแบรนด์ และสร้างภาพลักษณ์ของน้ำนมแพะ รวมถึงสินค้าแปรรูปที่มีน้ำนมแพะเป็นส่วนประกอบ

แม้ว่านมแพะจะมีคุณค่า ที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย แต่ผู้บริโภคส่วนมากยังมีความเข้าใจผิด ๆ กับภาพลักษณ์ของแพะ และนมแพะอยู่มาก การออกแบบกราฟิก สำหรับบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากนมแพะนี้ เน้นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และความเข้าใจแก่ผู้บริโภค

4. เพื่อพัฒนากระบวนการคิดและแนวความคิดในออกแบบเพื่อใช้เป็นวิทยานิพนธ์

เนื้อหาในการทำวิทยานิพนธ์จำเป็นต้องมีกระบวนการคิดและศึกษา วิเคราะห์ ในขั้นตอนต่างๆ เพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้ทำวิทยานิพนธ์ก่อนจบการศึกษาในหลักสูตรปริญญาตรี

ความเป็นไปได้ของโครงการ

1.ด้านนโยบาย

บริษัทมาบุญครอง แดรี่ โกทส์ จำกัด มีนโยบายสนับสนุนการพัฒนาแปรรูปนมแพะ เป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ โดยมุ่งหวังที่จะเป็นผู้นำตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปนมแพะครบวงจรในส่วนของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ โดยมีแผนการออกสินค้า ใน 2 กลุ่มสินค้าคือ 1.สินค้ากลุ่มบริโภค 2.สินค้ากลุ่มเครื่องสำอางบำรุงดูแลผิวพรรณ โดยใช้กลุ่มเป้าหมายเดียวกัน

2.ด้านเศรษฐกิจ

ผู้คนหันมาใส่ใจสุขภาพและยอมใช้จ่ายเงินเพื่อเลือกสรรสิ่งดี ๆ เป็นรางวัลให้แก่ชีวิต การเข้าสู่ตลาดเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพนับเป็นช่วงที่ดี สำหรับบริษัท เนื่องจากกระแสความใส่ใจในสุขภาพ และควมมีเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูง ดังนั้นส่วนของตลาดสินค้าเพื่อสุขภาพ จึงมีความสามารถในการเติบโตได้ดี

3.ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติในสังคมเมือง ประสบปัญหามลภาวะ เช่น อากาศ, มลภาวะเป็นพิษ, รังสีอันตรายจากแสงแดด มีผลต่อ สุขภาพร่างกาย ผิวพรรณ และจิตใจจึงอ่อนเพลียผู้คนส่วนใหญ่เริ่มใส่ใจกับสุขภาพของตนและคนใกล้ชิดรอบข้าง จึงได้หันมาให้ความสำคัญกับการเลือกสรรสิ่งที่ดีเพื่อสุขภาพทั้งทางร่างกาย และจิตใจ

4.ด้านศักยภาพนักศึกษา

การทำวิทยานิพนธ์นี้ต้องแสดงถึงศักยภาพและค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้อง และมีกระบวนการที่เป็นขั้นตอน เหล่านี้เพื่อทำการศึกษาวิเคราะห์ และสรุปข้อมูลเพื่อหาแนวทางการออกแบบ และทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และกราฟิก

- ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร
- วิเคราะห์การตลาด
- กรรมวิธีการผลิต
- พฤติกรรมของผู้บริโภคด้านต่าง ๆ
- การกระจายสินค้า เพื่อจัดจำหน่าย
- วัสดุและคุณสมบัติที่เหมาะสม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขอบเขตโครงการเชิงคุณภาพ

1. ออกแบบโลโก้

เนื่องจากเป็นแบรนด์ใหม่ โลโก้ที่ออกแบบสามารถสื่อถึงความหมายได้ และสื่อได้ถึงกลุ่มผู้บริโภค จุดจำได้ง่าย และแสดงถึงเอกลักษณ์ของแบรนด์ได้อย่างเหมาะสม

2. ออกแบบกราฟิกและส่วนสื่อสาร

- 1) ออกแบบกราฟิกแสดงเอกลักษณ์ของผู้ผลิต และจำหน่าย
- 2) ออกแบบกราฟิกแสดงลักษณะกลุ่มเป้าหมาย และสามารถจดจำได้ง่าย
- 3) ออกแบบกราฟิกให้ แสดง อัตลักษณ์ในกลุ่มสินค้าเดียวกัน กลุ่มเป้าหมายเดียวกัน และแสดงความแตกต่างถึงกลุ่มเป้าหมายย่อย และความแตกต่างในแต่ละตัวสินค้าด้วย
- 4) แสดงข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในให้ผู้บริโภคได้ทราบ

3. ออกแบบบรรจุภัณฑ์

ออกแบบโครงสร้างให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยสามารถแบ่งกลุ่มเป้าหมายหลัก ๆ เป็น 2 กลุ่ม และแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์หลัก และผลิตภัณฑ์รองในโครงการ กลุ่มผลิตภัณฑ์หลัก

1) นมสดพาสเจอร์ไรส์

- ขนาดบรรจุ 450 มล. : ขวด
- ขนาดบรรจุ 200 มล. : ขวด (สำหรับการทานหมดในครั้งเดียว)

2) นมเปรี้ยวพาสเจอร์ไรส์

- ขนาดบรรจุ 450 มล. : ขวด
- ขนาดบรรจุ 120 มล. : ขวด (สำหรับการทานหมดในครั้งเดียว)

3) โยเกิร์ต

- ขนาดบรรจุ 150 กรัม : ถ้วย (สำหรับการทานหมดในครั้งเดียว)

4) นมผง

- ขนาดบรรจุ 700 กรัม : กระป๋อง
- ขนาดบรรจุ 700 กรัม : ซอง
- ขนาดบรรจุ 360 กรัม : กล่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5) อาหารเสริมสำหรับเด็กทารก

- ขนาดบรรจุ 400 กรัม : กระป๋อง
- ขนาดบรรจุ 400 กรัม : ซอง

6) แผ่นธัญญาหารอบกรอบ

- ขนาดบรรจุ 340 กรัม : กล่อง
- ขนาดบรรจุ 30 กรัม : ถาด

7) เครื่องดื่มธัญญาหารสำเร็จรูป

- ขนาดบรรจุ 300 กรัม : กระป๋อง
- ขนาดบรรจุ 300 กรัม : ซอง
- ขนาดบรรจุ 300 กรัม : กล่อง

8) เต้าฮวยนมสด

- ขนาดบรรจุ 150 กรัม : ถ้วย (สำหรับการทานหมดในครั้งเดียว)

9) คัสตาร์ด

- ขนาดบรรจุ 90 กรัม : ถ้วย (สำหรับการทานหมดในครั้งเดียว)



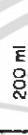



10) เนยสด

- ขนาดบรรจุ 250 กรัม : ถาด

11) ครีมชีสชั้น

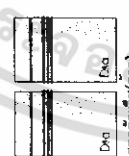
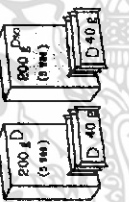
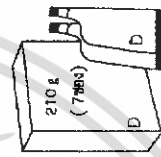
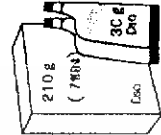
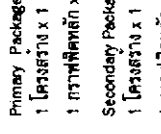
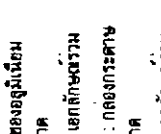
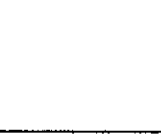
- ขนาดบรรจุ 250 กรัม : ถาด

ขอบเขตโครงการเชิงปริมาณ

ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์และกลุ่มเป้าหมาย			
กลุ่มเป้าหมาย ผลิตภัณฑ์	ทารก แรกเกิด - 1 ปี	หญิงตั้งครรภ์	วัยทำงาน 25 - 44 ปี
1.นมพาสเจอร์ไรส์ (Pasteurized Fresh Milk)	<p>200 ml </p> <p>450 ml </p> <p>รสธรรมชาติ</p> <p>Primary Package : ขวดพาสเจอร์ไรส์ 1 โคนแสรง x 1 ขนาด 1 กราฟฟิคหลัก x 2 เอกลักษณ์ร่วม</p>	<p>200 ml </p> <p>450 ml </p> <p>รสผลไม้</p> <p>Primary Package : ขวดพาสเจอร์ไรส์ 1 โคนแสรง x 2 ขนาด 1 กราฟฟิคหลัก x 3 เอกลักษณ์ร่วม</p>	<p>200 ml </p> <p>450 ml </p> <p>รสผลไม้</p> <p>Primary Package : ขวดพาสเจอร์ไรส์ 1 โคนแสรง x 2 ขนาด 1 กราฟฟิคหลัก x 3 เอกลักษณ์ร่วม</p>
2.นมดื่ม (Drinking Yogurt)	<p>รสธรรมชาติ</p> <p>รสธรรมชาติ</p> <p>รสผลไม้</p> <p>Primary Package : ขวดพาสเจอร์ไรส์ 1 โคนแสรง x 1 ขนาด 1 กราฟฟิคหลัก x 2 เอกลักษณ์ร่วม</p>	<p>รสธรรมชาติ</p> <p>รสผลไม้</p> <p>รสผลไม้</p> <p>Primary Package : ขวดพาสเจอร์ไรส์ 1 โคนแสรง x 2 ขนาด 1 กราฟฟิคหลัก x 4 เอกลักษณ์ร่วม</p>	<p>รสธรรมชาติ</p> <p>รสผลไม้</p> <p>รสผลไม้</p> <p>Primary Package : ขวดพาสเจอร์ไรส์ 1 โคนแสรง x 2 ขนาด 1 กราฟฟิคหลัก x 4 เอกลักษณ์ร่วม</p>
3.โยเกิร์ต (Yogurt)	<p>รสธรรมชาติ</p> <p>รสผลไม้</p> <p>Primary Package : ขวดพาสเจอร์ไรส์ 1 โคนแสรง x 1 ขนาด 1 กราฟฟิคหลัก x 2 เอกลักษณ์ร่วม</p>	<p>รสธรรมชาติ</p> <p>รสผลไม้</p> <p>รสผลไม้</p> <p>Primary Package : ขวดพาสเจอร์ไรส์ 1 โคนแสรง x 2 ขนาด 1 กราฟฟิคหลัก x 2 เอกลักษณ์ร่วม</p>	<p>รสธรรมชาติ</p> <p>รสผลไม้</p> <p>รสผลไม้</p> <p>Primary Package : ขวดพาสเจอร์ไรส์ 1 โคนแสรง x 1 ขนาด 1 กราฟฟิคหลัก x 3 เอกลักษณ์ร่วม</p>
4. นมผง (Milk Powder)	<p>รสธรรมชาติ</p> <p>รสผลไม้</p> <p>รสผลไม้</p> <p>Primary Package : ขวดพาสเจอร์ไรส์ 1 โคนแสรง x 1 ขนาด 1 กราฟฟิคหลัก x 1 เอกลักษณ์ร่วม Secondary Package : กอซองกระดาษ 1 โคนแสรง x 1 ขนาด 1 กราฟฟิคหลัก x 2 เอกลักษณ์ร่วม</p>	<p>รสธรรมชาติ</p> <p>รสผลไม้</p> <p>รสผลไม้</p> <p>Primary Package : ขวดพาสเจอร์ไรส์ 1 โคนแสรง x 1 ขนาด 1 กราฟฟิคหลัก x 1 เอกลักษณ์ร่วม Secondary Package : กอซองกระดาษ 1 โคนแสรง x 1 ขนาด 2 กราฟฟิคหลัก x 2 เอกลักษณ์ร่วม</p>	<p>รสธรรมชาติ</p> <p>รสผลไม้</p> <p>รสผลไม้</p> <p>Primary Package : ขวดพาสเจอร์ไรส์ 1 โคนแสรง x 1 ขนาด 1 กราฟฟิคหลัก x 1 เอกลักษณ์ร่วม Secondary Package : กอซองกระดาษ 1 โคนแสรง x 1 ขนาด 2 กราฟฟิคหลัก x 2 เอกลักษณ์ร่วม</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขอบเขตโครงการเชิงปริมาณ

ตารางแสดงความสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์แต่ละกลุ่มเป้าหมาย		
กลุ่มเป้าหมาย ผลิตภัณฑ์ หลักในโครงการ	ทารก แรกเกิด - 1 ปี	หญิงตั้งครรภ์
5. วิจัยอาหารเข้า	<p>สูตรอ้างอิงจากผลิตภัณฑ์</p>  <p>สูตรอ้างอิงจากผลิตภัณฑ์</p>  <p>Primary Package : ซองอุ้งน้ํานม 1 โครงสร้าง x 1 ขนาด</p> <p>1 กราฟฟิคหลัก x 2 เอกลักษณ์รวม</p> <p>Secondary Package : กล่องกระดาษ 1 โครงสร้าง x 1 ขนาด</p> <p>1 กราฟฟิคหลัก x 2 เอกลักษณ์รวม</p>	<p>Primary Package : ซองอุ้งน้ํานม 1 โครงสร้าง x 1 ขนาด</p> <p>1 กราฟฟิคหลัก x 1 เอกลักษณ์รวม</p> <p>Secondary Package : กล่องกระดาษ 1 โครงสร้าง x 1 ขนาด</p> <p>1 กราฟฟิคหลัก x 3 เอกลักษณ์รวม</p>
6. เครื่องดื่มธัญญาหาร พร้อมชม	<p>รสชาวน้ําเต้า รสผลไม้</p>  <p>รสผลไม้</p>  <p>รสผลไม้</p>  <p>รสผลไม้</p>  <p>รสผลไม้</p> 	<p>Primary Package : ภาชนะหลัก 1 โครงสร้าง x 1 ขนาด</p> <p>1 กราฟฟิคหลัก x 3 เอกลักษณ์รวม</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขอบเขตโครงการเชิงปริมาณ

ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์และกลุ่มเป้าหมาย	
กลุ่มเป้าหมาย / ผลิตภัณฑ์	อายุ / ระยะเวลา / วิทยุทำงาน
7. เตายอยบมสด	หญิงตั้งครรภ์ / 150 g / 25 - 44 ปี
8. คัสตาด	150 g / 80 g
9. เนย	250 g
10. คริมชีสทาน	200 g

แผนภาพแสดงขอบเขตของโครงการตามปริมาณ

- หน่วย D: บรรจุสินค้าที่ตลาดออกแบบใหม่ (Design)
- หน่วย Dco: บรรจุสินค้าที่ตลาดออกแบบแล้วมีการเปิดตัวโดยจัดโปรโมชั่น
- หน่วย Dm: บรรจุสินค้าที่ตลาดออกแบบแล้วมีการเปิดตัวโดยไม่มีการจัดโปรโมชั่น (Standard) หรือ จัดโปรโมชั่น (Special)

โครงการออกแบบกราฟิก, บรรจุภัณฑ์ และสื่อส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ขึ้นรูปจากแม่พิมพ์

สรุปปริมาณงาน

โครงสร้างการออกแบบ	15	โครงสร้าง
โครงสร้างมาตรฐาน	2	โครงสร้าง
กราฟิกผลิตภัณฑ์	14	กราฟิก
โลโก้	3	โลโก้
จำนวนชิ้นงาน	52	ชิ้นงาน

สรุปใบเสร็จที่ออกแบบ

ขวดออกแบบ	3	ขวด
กล่องออกแบบ	4	กล่อง
ภาชนะออกแบบ	2	ภาชนะ
กระดาษออกแบบ	2	กระดาษ
ถ้วยออกแบบ	3	ถ้วย
ซองออกแบบ	1	ซอง

11. โลโก้

โลโก้หลัก 1 โลโก้

โลโก้สำหรับทกรก 1 โลโก้

โลโก้สำหรับหญิงตั้งครรภ์ 1 โลโก้

เงื่อนไขความต้องการในการออกแบบ

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ ของบริษัทมาบุญครอง แครี่ โภทส์ สำหรับวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ ต้องคำนึงถึงหลักหรือคุณสมบัติสำคัญ 4 ประการ ซึ่งเป็นเงื่อนไขของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดี

1. เงื่อนไขทางการออกแบบด้านการบรรจุ
2. เงื่อนไขทางการออกแบบด้านการคุ้มครอง
3. เงื่อนไขการออกแบบด้านอำนวยความสะดวก

ซึ่งอำนวยความสะดวกโดยแบ่งเป็นขั้นตอนได้ดังนี้

3.1 ก่อนผลิตภัณฑ์วางจำหน่าย

- การผลิต
- ด้านการบรรจุ
- ด้านการขนส่ง
- ด้านการจัดจำหน่าย
- การโฆษณา (การให้ข้อมูล)

3.2 หลังผลิตภัณฑ์วางจำหน่าย

- ด้านการใช้งาน
- ด้านสังคมและสภาวะแวดล้อม

4. เงื่อนไขการออกแบบในด้านการสื่อความหมายโฆษณา

เงื่อนไขความต้องการหรือปัญหา และแนวทางในการออกแบบ

เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <p>1. การสร้างตราสินค้า (Brand) และสัญลักษณ์ทางการค้า (logo) เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถจดจำได้ง่ายและทำการเลือกซื้อ ณ จุดขาย โดยสิ่งที่ต้องคำนึงถึงมีดังนี้</p> <p>1.1) สื่อได้ถึงภาพลักษณ์ที่ดีของผู้ผลิต และสามารถสื่อถึงตัวผลิตภัณฑ์และจุดขาย</p> <p>1.2) แสดงถึงความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ในการแบ่งส่วนสินค้าย่อยต่างๆ ได้ โดยสื่อถึงกลุ่มเป้าหมายได้</p> <p>1.3) แสดงถึงความมีคุณภาพทัดเทียมหรือดีกว่าคู่แข่งในตลาด โดยสามารถบ่งถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ได้อีกทั้งยังสามารถจดจำได้โดยง่าย</p> <p>1.4) มีความโดดเด่นเมื่อนำมาวางบนชั้นวางสินค้า</p> <p>2. ส่วนของผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีหลากหลายในเรื่องการใช้งานและ กลุ่มเป้าหมาย สูตร เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค ดังนั้นจึงควรมีส่วนบ่งบอก คุณลักษณะของสินค้า ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ใด เหมาะกับผู้บริโภคกลุ่มใด</p>	<p>1.1) ออกแบบโลโก้ โดยสื่อถึงคุณลักษณะและเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ว่าเป็นผลิตภัณฑ์นมแพะ ด้วยสี รูปภาพหรือลักษณะต่างๆ ที่เป็นจุดเด่นของผลิตภัณฑ์</p> <p>1.2) ออกแบบโดยใช้ตราสินค้าแบบแบ่งย่อย (Sub brand) หรือไอคอน เพื่อแบ่งกลุ่มเป้าหมายตามผลิตภัณฑ์ที่มีความชัดเจน</p> <p>1.3) ออกแบบโดยใช้คำที่ไม่ยาวจนเกินไป เพื่อจดจำได้ง่าย และคำถึงถึงภาพลักษณ์และความหมายที่ดี</p> <p>1.4) ออกแบบโดยให้เกิดความต่อเนื่องของตัวกราฟิกในสินค้าที่วางเรียงต่อกัน</p> <div data-bbox="938 1373 1337 1539" style="text-align: center;"> </div> <p>2. ออกแบบโดยสร้างเอกลักษณ์ร่วม (Corporate Identity) ภายใต้อัตลักษณ์ที่อยู่ในตราสินค้าเดียวกัน แต่สามารถแบ่งแยกความหลากหลายของตัวสินค้าด้วยการออกแบบโครงสร้าง และออกแบบกราฟิก เพื่อบ่งบอกลักษณะการใช้งานให้แก่ผู้บริโภค และเพื่อให้สามารถทำความเข้าใจได้ง่าย</p>

1.นมสดพาสเจอร์ไรส์

ลักษณะทางกายภาพ : ของเหลว

เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p><u>1.ด้านการบรรจุ</u></p> <p>1.1) บรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุนมพาสเจอร์ไรส์พร้อมดื่ม มีขนาดบรรจุ 2 ขนาด</p> <ul style="list-style-type: none">- ขนาดบรรจุ 450 มล.- ขนาดบรรจุ 200 มล. <p>บรรจุภัณฑ์ต้องมีขนาดสัดส่วนเหมาะสมกับขนาดบรรจุ และคำนึงถึงการประหยัดวัสดุในการผลิต</p> <p>1.2) สามารถบรรจุของเหลวลงในบรรจุภัณฑ์ได้ ในระบบอุตสาหกรรม</p> <p><u>2.ด้านการคุ้มครองรักษาผลิตภัณฑ์</u></p> <p>2.1) สามารถปกป้องความเสียหาย และป้องกันสิ่งสกปรกแก่ผลิตภัณฑ์ได้</p> <ul style="list-style-type: none">- ทนต่อการซึมผ่านของอากาศ และ ความชื้นจากภายนอก- รักษากลิ่น, รส, ของผลิตภัณฑ์- ทนต่อแรงกระแทก เสียดสีจากการขนส่ง <p>2.2) มีอายุการใช้งานเหมาะสมกับอายุผลิตภัณฑ์</p> <p><u>3.ด้านความสะดวกสบาย</u></p> <p>3.1) ด้านประโยชน์ใช้สอย เพื่อต่อการหยิบจับ เพื่อสะดวกต่อการเทสินค้า</p>	<p><u>1.ด้านการบรรจุ</u></p> <p>1.1) ใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทขวดพลาสติก โดยมีปริมาตรขนาดบรรจุที่พอดี ตามต้องการ</p> <p>1.2) ออกแบบโดยเอื้อต่อการผลิตในสายการผลิต (โดยคำนึงถึงกรรมวิธีการผลิต และบรรจุ)</p> <p><u>2.ด้านการคุ้มครองรักษาผลิตภัณฑ์</u></p> <p>2.1) ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยเลือกใช้วัสดุที่ตอบรับกับความต้องการได้ มีการผนึกฝาป้องกันการเปิดก่อนถึงมือผู้บริโภค</p> <p><u>3.ด้านความสะดวกสบาย</u></p> <p>3.1) ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ในการหยิบจับ สำหรับดื่มหรือเท</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำ 12 ใช้

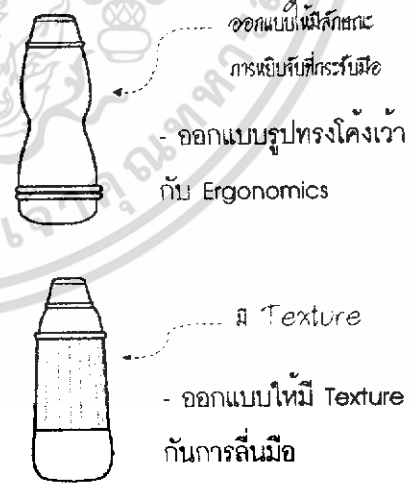
เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p>3.2) ขนาด 200 มล. อยู่ในรูปบรรจุภัณฑ์พร้อมดื่ม</p> <p>3.3) คำนึงถึงเนื้อที่ในการเก็บรักษา และจัดเรียง</p>	<p>3.2) ออกแบบลักษณะฝาปิดให้ เปิด-ปิดง่าย และการเก็บรักษาเมื่อทานไม่หมด</p>  <p>- ออกแบบรูปทรงโค้งงอที่คอรับจับ Ergonomics</p>  <p>- ออกแบบให้มี Texture กันการลื่นมือ</p>

2.นมเปรี้ยวพาสเจอร์ไรส์

ลักษณะทางกายภาพ : ของเหลว ออกกรสเปรี้ยว

เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p><u>1.ด้านการบรรจุ</u></p> <p>1.1) บรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุนมเปรี้ยวพาสเจอร์ไรส์พร้อมดื่ม มีขนาดบรรจุ 2 ขนาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขนาดบรรจุ 450 มล. - ขนาดบรรจุ 120 มล. <p>บรรจุภัณฑ์ต้องมีขนาดสัดส่วนเหมาะสมกับขนาดบรรจุ และคำนึงถึงการประหยัดวัสดุในการผลิต</p> <p>1.2) สามารถบรรจุของเหลวลงในบรรจุภัณฑ์ได้ในระบบอุตสาหกรรม</p>	<p><u>1.ด้านการบรรจุ</u></p> <p>1.1) ใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทขวดพลาสติก โดยมีปริมาตรขนาดบรรจุที่พอดี ตามต้องการ</p> <p>1.2) ออกแบบโดยเชื่อมต่อการผลิตในสายการผลิต (โดยคำนึงถึงกรรมวิธีการผลิต และบรรจุ)</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p><u>2.ด้านการคุ้มครองรักษาผลิตภัณฑ์</u></p> <p>2.1) สามารถปกป้องความเสียหาย และป้องกันสิ่งสกปรกแก่ผลิตภัณฑ์ได้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ทนต่อการซึมผ่านของอากาศ และ ความชื้นจากภายนอก - ทนต่อกรดจากผลไม้ได้ - รักษากลิ่น, รส, ของผลิตภัณฑ์ - ทนต่อแรงกระแทก เสียดสีจากการขนส่ง <p>2.2) มีอายุการใช้งานเหมาะสมกับอายุผลิตภัณฑ์</p> <p><u>3.ด้านความสะดวกสบาย</u></p> <p>3.1) ด้านประโยชน์ใช้สอย เชื้อต่อการหยิบจับ เพื่อสะดวกต่อการเคลื่อนย้าย</p> <p>3.2) ขนาด 120 มล. อยู่ในรูปบรรจุภัณฑ์พร้อมดื่ม</p> <p>3.3) คำนึงถึงเนื้อที่ในการเก็บรักษา และจัดเรียง</p>	<p><u>2.ด้านการคุ้มครองรักษาผลิตภัณฑ์</u></p> <p>2.1) ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยเลือกใช้วัสดุที่ตอบรับกับความต้องการได้ มีการผนึกฝาป้องกันการเปิดก่อนถึงมือผู้บริโภค</p> <p><u>3.ด้านความสะดวกสบาย</u></p> <p>ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ในการหยิบจับ สำหรับดื่มหรือเท</p> <div style="text-align: center;">  </div>

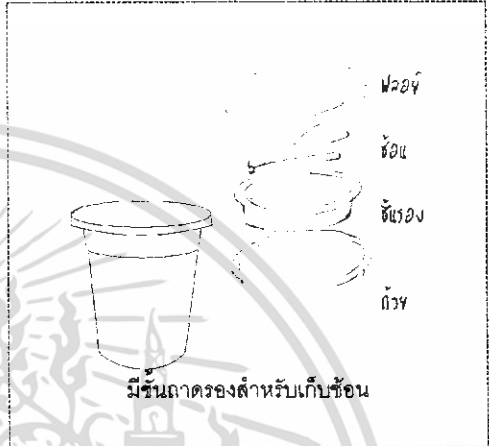

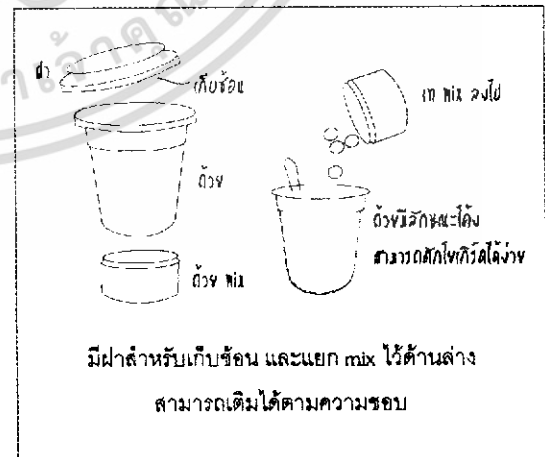
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำ¹⁴ใช้

3.โยเกิร์ต (Yogurt)

ลักษณะทางกายภาพ : ของเหลว ออกรสเปรี้ยว

เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p><u>1.ด้านการบรรจุ</u></p> <p>1.1) บรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุโยเกิร์ต มีขนาดบรรจุ 1 ขนาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขนาดบรรจุ 150 กรัม <p>บรรจุภัณฑ์ต้องมีขนาดสัดส่วน เหมาะสมกับขนาดบรรจุ และคำนึงถึงการประหยัดวัสดุในการผลิต</p> <p>1.2) สามารถบรรจุลงในบรรจุภัณฑ์ได้ ในระบบอุตสาหกรรม</p> <p><u>2.ด้านการคุ้มครองรักษาผลิตภัณฑ์</u></p> <p>2.1) สามารถปกป้องความเสียหาย และป้องกันสิ่งสกปรกแก่ผลิตภัณฑ์ได้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ทนต่อการซึมผ่านของอากาศ และ ความชื้นจากภายนอก - ทนต่อกรดจากผลไม้ซึ่งเป็นส่วนผสมได้ - รักษากลิ่น, รส, ของผลิตภัณฑ์ - ทนต่อแรงกระแทก เสียหายจากการขนส่ง <p>2.2) มีอายุการใช้งานเหมาะสมกับอายุผลิตภัณฑ์</p>	<p><u>1.ด้านการบรรจุ</u></p> <p>1.1) ใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทถ้วยพลาสติก โดยมีปริมาตรขนาดบรรจุที่พอดี ตามต้องการ</p> <p>1.2) ออกแบบโดยเอื้อต่อการผลิตในสายการผลิต (โดยศึกษาถึงกรรมวิธีการผลิต และบรรจุของผู้ผลิต)</p> <p><u>2.ด้านการคุ้มครองรักษาผลิตภัณฑ์</u></p> <p>2.1) ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยเลือกใช้วัสดุที่ตอบสนองกับความต้องการได้ มีการผนึกที่ป้องกันการเปิดก่อนถึงมือผู้บริโภค</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

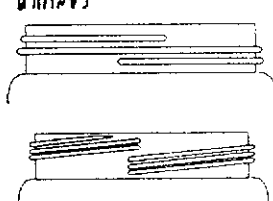
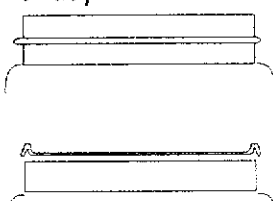
เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p>3.ด้านความสะดวกสบาย</p> <p>3.1) ด้านประโยชน์ใช้สอย เชื้อต่อการหยิบจับ เพื่อสะดวกต่อการเพื่อถือทาน</p> <p>3.2) คำนึงพฤติกรรมการบริโภค</p> <p>3.3) คำนึงถึงเนื้อที่ในการเก็บรักษา และจัดเรียง</p>	<p>3.ด้านความสะดวกสบาย</p> <p>ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ในการหยิบจับถือ มีที่สำหรับเก็บซ่อนในตัว เพื่อพร้อมทาน</p>   

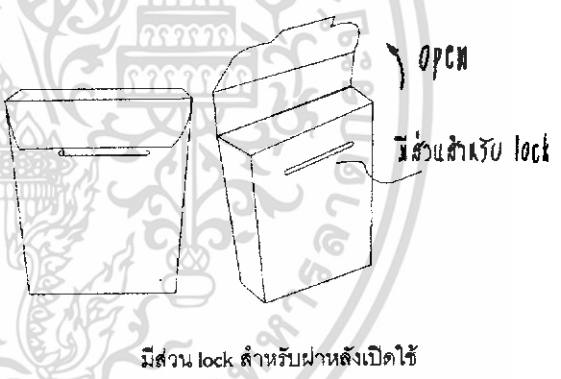
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำ¹⁶ไปใช้

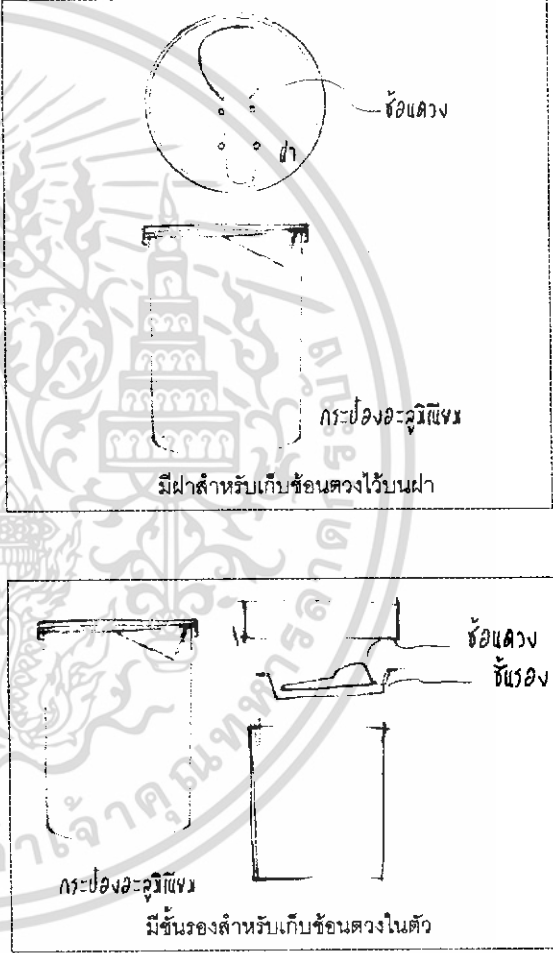
สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

4. นมผง (Milk Powder)

ลักษณะทางกายภาพ : ผง (ของแข็ง)

เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p><u>1.ด้านการบรรจุ</u></p> <p>1.1) บรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุนมผง มีขนาดบรรจุ 2 ขนาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขนาดบรรจุ 700 กรัม - ขนาดบรรจุ 360 กรัม <p>บรรจุภัณฑ์ต้องมีขนาดสัดส่วนเหมาะสมกับขนาดบรรจุ และคำนึงถึงการประหยัดวัสดุในการผลิต</p> <p>1.2) สามารถบรรจุลงในบรรจุภัณฑ์ได้ ในระบบอุตสาหกรรม</p> <p><u>2.ด้านการคุ้มครองรักษาผลิตภัณฑ์</u></p> <p>2.1) สามารถปกป้องความเสียหาย และป้องกันสิ่งสกปรกแก่ผลิตภัณฑ์ได้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ทนต่อการซึมผ่านของอากาศ ความชื้น จากภายนอก และแมลงได้ - รักษากลิ่น, รส, และสีของผลิตภัณฑ์ - ทนต่อแรงกระแทก เสียดสีจากการขนส่ง 	<p><u>1.ด้านการบรรจุ</u></p> <p>1.1) - ขนาดบรรจุ 700 กรัม ใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทกระป๋องอะลูมิเนียม และประเภทของอะลูมิเนียม ฟอยล์ (สำหรับ refill ประเภทกระป๋องอะลูมิเนียม) โดยมีปริมาตรขนาดบรรจุที่พอดี ตามต้องการ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขนาดบรรจุ 360 กรัม แยกบรรจุ บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 (Primary Package) ของอะลูมิเนียมฟอยล์ ของละ 36 กรัมเหมาะแก่การดื่ม 1 แก้ว และบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 (Secondary Package) กล่องกระดาษ บรรจุได้ 10 ของ <p>1.2) ออกแบบโดยยึดถือการผลิตในสายการผลิต (โดยศึกษาถึงกรรมวิธีการผลิต และบรรจุของผู้ผลิตในผลิตภัณฑ์ชนิดนี้)</p> <p><u>2.ด้านการคุ้มครองรักษาผลิตภัณฑ์</u></p> <p>2.1) ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยเลือกใช้วัสดุที่ตอบรับกับความต้องการได้ และสามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ได้ตั้งแต่บรรจุ ไปจนถึงตลอดอายุการใช้งาน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขนาดบรรจุ 700 กรัม : กระป๋อง <p>ออกแบบฝากระป๋องให้สนิท ป้องกัน ความชื้น อากาศ และแมลง</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-end;"> <div style="text-align: center;"> <p>ฝาแก้ว</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>ฝา รสคป</p>  </div> </div> <p>ศึกษาลักษณะฝาที่เหมาะสม</p>

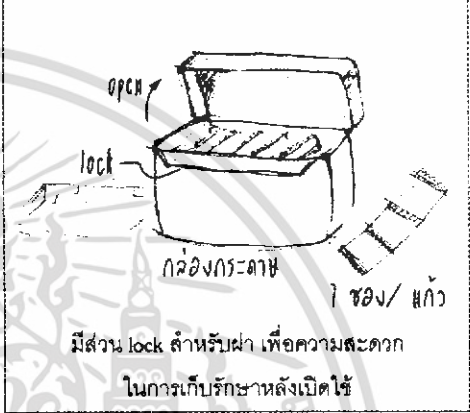
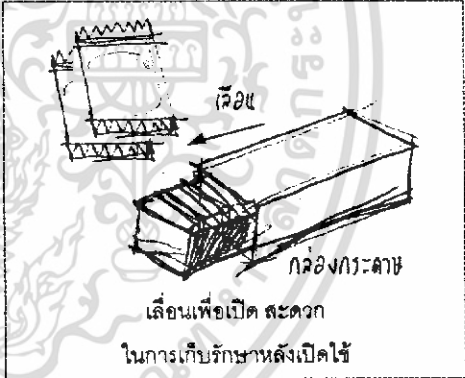
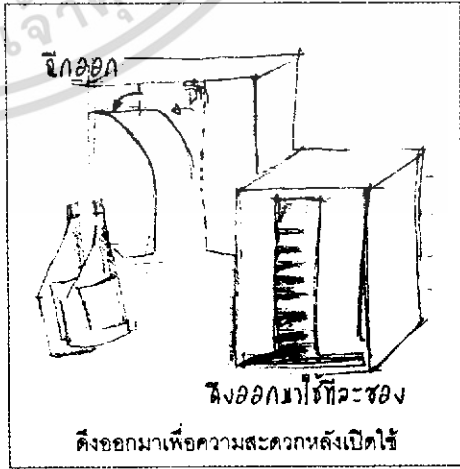
เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p>2.2) มีอายุการใช้งานเหมาะสมกับอายุผลิตภัณฑ์</p>	<p>- ขนาดบรรจุ 700 กรัม : ซอง ออกแบบการปิดผนึกซองให้สนิท ป้องกันความชื้น อากาศ และแมลง</p> <p>- ขนาดบรรจุ 360 กรัม : กล่อง บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 (Primary Package) เป็นซองอะลูมิเนียม ฟอยล์ สามารถป้องกันสินค้าให้คงสภาพเดิมได้</p> <p>บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 (Secondary Package) กล่องกระดาษ ออกแบบให้มีการปิดสนิททั้งก่อนเปิดและการเก็บรักษาหลังเปิดสินค้าแล้ว</p> 

เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p><u>3.ด้านความสะดวกสบาย</u></p> <p>3.1) ด้านประโยชน์ใช้สอย เชื้อต่อการหยิบจับ เพื่อสะดวกต่อการเพื่อถือทาน และ มีความจำเป็นต้องตวงปริมาตรผลิตภัณฑ์ให้ได้ตามปริมาณที่กำหนด ในการชงดื่ม</p> <p>3.2) คำนึงพฤติกรรมการบริโภค</p> <p>3.3) คำนึงถึงเนื้อที่ในการเก็บรักษา และ จัดเรียง</p>	<p><u>3.ด้านความสะดวกสบาย</u></p> <p>ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ในการหยิบจับใช้งาน และมีที่สำหรับเก็บซ่อนตวงไว้ในตัวบรรจุภัณฑ์ เพื่อความสะดวก</p> <p>- ขนาดบรรจุ 700 กรัม : กระจ่อง</p> 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
	<p data-bbox="874 315 1209 353">- ขนาดบรรจุ 700 กรัม : ซอง</p> <p data-bbox="858 376 1417 591">สามารถเก็บผลิตภัณฑ์หลังเปิดใช้ ให้มีการปิดสนิททั้งก่อนเปิด และการเก็บรักษาหลังเปิดสินค้าแล้วให้มีการปิดสนิททั้งก่อนเปิด และสามารถใช้งานได้สะดวก</p> <div data-bbox="884 696 1366 1084" style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 10px 0;">  <p data-bbox="1171 779 1315 869">แกมแพ็ค สำหรับพับ lock</p> <p data-bbox="963 994 1203 1032">ปิดสนิทก่อนการเปิดก่อน</p> <p data-bbox="1027 1043 1251 1077">มีแกนเหล็กสำหรับพับเก็บ</p> </div> <div data-bbox="884 1151 1366 1509" style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 10px 0;">  <p data-bbox="1171 1240 1267 1285">Zip Lock</p> <p data-bbox="979 1464 1267 1498">มี zip lock สำหรับเก็บหลังเปิดใช้</p> </div>


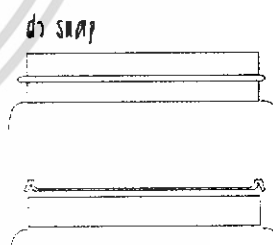
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
	<p data-bbox="858 277 1417 555">- ขนาดบรรจุ 360 กรัม : กล่อง สามารถเก็บผลิตภัณฑ์หลังเปิดใช้ ให้มีการปิดสนิททั้งก่อนเปิด และการเก็บรักษาหลังเปิดสินค้าแล้วให้มีการปิดสนิททั้งก่อนเปิด และสามารถใช้งานได้สะดวก</p> <div data-bbox="890 607 1358 1021">  <p data-bbox="1043 853 1337 920">กล่องกระดาษ ฝาซอง/ แก้ว</p> <p data-bbox="954 936 1294 1010">มีส่วน lock สำหรับฝา เพื่อความสะดวกในการเก็บรักษาหลังเปิดใช้</p> </div> <div data-bbox="895 1055 1358 1435">  <p data-bbox="1102 1301 1299 1339">กล่องกระดาษ</p> <p data-bbox="1034 1352 1246 1426">เลื่อนเพื่อเปิด สะดวกในการเก็บรักษาหลังเปิดใช้</p> </div> <div data-bbox="911 1469 1369 1939">  <p data-bbox="1107 1845 1315 1883">ดึงออกมาให้สะดวก</p> <p data-bbox="979 1895 1310 1933">ดึงออกมาเพื่อความสะดวกหลังเปิดใช้</p> </div>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.อาหารเสริมสำหรับเด็กทารก



ลักษณะทางกายภาพ : ผง (ซองแข็ง)

เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p><u>1.ด้านการบรรจุ</u></p> <p>1.1) บรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุอาหารเสริม มีขนาดบรรจุ 1 ขนาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขนาดบรรจุ 400 กรัม <p>บรรจุภัณฑ์ต้องมีขนาดสัดส่วน เหมาะสม กับขนาดบรรจุ และคำนึงถึงการประหยัดวัสดุ ในการผลิต</p> <p>1.2) สามารถบรรจุลงในบรรจุภัณฑ์ได้ ใน ระบบอุตสาหกรรม</p> <p><u>2.ด้านการคุ้มครองรักษาผลิตภัณฑ์</u></p> <p>2.1) สามารถปกป้องความเสียหาย และ ป้องกันสิ่งสกปรกแก่ผลิตภัณฑ์ได้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ทนต่อการซึมผ่านของอากาศ ความชื้นจากภายนอก และแมลงได้ - รักษากลิ่น, รส, และสีของผลิตภัณฑ์ - ทนต่อแรงกระแทก เสียดสีจากการขนส่ง <p>2.2) มีอายุการใช้งานเหมาะสมกับอายุ ผลิตภัณฑ์</p>	<p><u>1.ด้านการบรรจุ</u></p> <p>1.1) - ขนาดบรรจุ 400 กรัม ใช้บรรจุภัณฑ์ประเภท กระป๋องอะลูมิเนียม และประเภทของอะลูมิเนียม ฟอยล์ (สำหรับ refill ประเภทกระป๋องอะลูมิเนียม) โดยมีปริมาตรขนาดบรรจุที่พอดี ตามต้องการ</p> <p>1.2) ออกแบบโดยเอื้อต่อการผลิตในสายการผลิต (โดยศึกษาถึงกรรมวิธีการผลิต และบรรจุของผู้ผลิต ในผลิตภัณฑ์ชนิดนี้)</p> <p><u>2.ด้านการคุ้มครองรักษาผลิตภัณฑ์</u></p> <p>2.1) ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยเลือกใช้วัสดุที่ตอบรับกับ ความต้องการได้ และสามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ได้ ตั้งแต่บรรจุ ไปจนถึงตลอดอายุการใช้งาน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขนาดบรรจุ 400 กรัม : กระป๋อง <p>ออกแบบฝากระป๋องให้สนิท ป้องกัน ความชื้น อากาศ และแมลง</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>ฝา กว้าง</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>ฝา แคบ</p> </div> </div> <p>ศึกษาลักษณะฝาที่เหมาะสม</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขนาดบรรจุ 400 กรัม : ซอง <p>ออกแบบการปิดผนึกซองให้สนิท ป้องกัน ความชื้น อากาศ และแมลง</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p><u>3.ด้านความสะดวกสบาย</u></p> <p>3.1) ด้านประโยชน์ใช้สอย เชื้อต่อการหยิบจับ เพื่อสะดวกต่อการเพือถือทาน และ มีความจำเป็นต้องตรวจปริมาณผลิตภัณฑ์ให้ได้ตามปริมาณที่กำหนด ในการชั่งตวง</p> <p>3.2) คำนึงพฤติกรรมการบริโภค</p> <p>3.3) คำนึงถึงเนื้อที่ในการเก็บรักษา และ จัดเรียง</p>	<p><u>3.ด้านความสะดวกสบาย</u></p> <p>3.1) ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ในการหยิบจับใช้งาน และมีที่สำหรับเก็บซ่อนดวงไว้ในตัวบรรจุภัณฑ์ เพื่อความสะดวก</p> <p>- ขนาดบรรจุ 400 กรัม : กระป๋อง</p>  

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำ²³ไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
	<p data-bbox="874 378 1401 650">- ขนาดบรรจุ 400 กรัม : ซอง สามารถเก็บผลิตภัณฑ์หลังเปิดใช้ ให้ปิดสนิท ทั้งก่อนเปิด และการเก็บรักษาหลังเปิดสินค้า แล้วให้มีการปิดสนิททั้งก่อนเปิด และสามารถ ใช้งาน ได้สะดวก</p> <div data-bbox="874 703 1362 1086">  <p data-bbox="1171 738 1305 871">แก๊งแฟล็ก สำหรับพับ lock</p> <p data-bbox="959 997 1251 1079">ปิดสนิทก่อนการเปิดก่อน มีแกนเหล็กสำหรับพับเก็บ</p> </div> <div data-bbox="879 1152 1362 1506">  <p data-bbox="1171 1181 1267 1291">Zip Lock</p> <p data-bbox="979 1462 1267 1499">มี zip lock สำหรับเก็บหลังเปิดใช้</p> </div>

6. แผ่นธัญญาหารรอบกรอบ

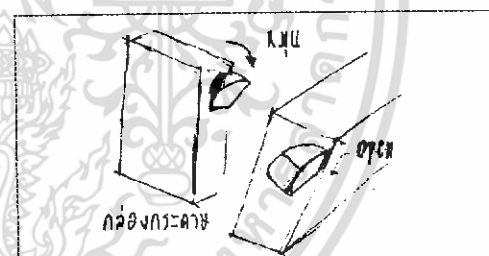
ลักษณะทางกายภาพ : ของแข็งเป็นแผ่น หรือเกล็ด มีลักษณะเปราะแตกหักได้ง่าย

เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p><u>1.ด้านการบรรจุ</u></p> <p>1.1) บรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุธัญญาหารรอบกรอบ มีขนาดบรรจุ 2 ขนาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขนาดบรรจุ 340 กรัม - ขนาดบรรจุ 30 กรัม <p>บรรจุภัณฑ์ต้องมีขนาดสัดส่วนเหมาะสมกับขนาดบรรจุ และคำนึงถึงการประหยัดวัสดุในการผลิต</p> <p>1.2) สามารถบรรจุลงในบรรจุภัณฑ์ได้ ในระบบอุตสาหกรรม</p> <p><u>2.ด้านการคุ้มครองรักษาสภาพผลิตภัณฑ์</u></p> <p>2.1) สามารถปกป้องความเสียหาย และป้องกันสิ่งสกปรกแก่ผลิตภัณฑ์ได้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ทนต่อการซึมผ่านของอากาศ ความชื้น จากภายนอก - รักษาารส, และความกรอบของผลิตภัณฑ์ - ทนต่อแรงกระแทก ซึ่งทำให้ผลิตภัณฑ์แตกหักได้ 	<p><u>1.ด้านการบรรจุ</u></p> <p>1.1) - ขนาดบรรจุ 340 กรัม แยกบรรจุบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 (Primary Package) ของอะลูมิเนียมฟอยล์และบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 (Secondary Package) บรรจุภัณฑ์ประเภทกล่องกระดาษ โดยมีปริมาตรขนาดบรรจุที่พอดีตามต้องการ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขนาดบรรจุ 30 กรัม ใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทถาดพลาสติก ขนาดบรรจุเหมาะแก่การทำงานได้ใน 1 ครั้ง <p>1.2) ออกแบบโดยเอื้อต่อการผลิตในสายการผลิต (โดยศึกษาถึงกรรมวิธีการผลิต และบรรจุของผู้ผลิตในผลิตภัณฑ์ชนิดนี้)</p> <p><u>2.ด้านการคุ้มครองรักษาสภาพผลิตภัณฑ์</u></p> <p>2.1) ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยเลือกใช้วัสดุที่ตอบรับกับความต้องการได้ สามารถกันการกระแทกและสามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ได้ตั้งแต่บรรจุ ไปจนถึงตลอดอายุการใช้งาน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขนาดบรรจุ 340 กรัม : กล่องกล่อง <p>บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 (Primary Package) เป็นของอะลูมิเนียม ฟอยล์ สามารถป้องกันสินค้าให้คงสภาพเดิมได้</p>

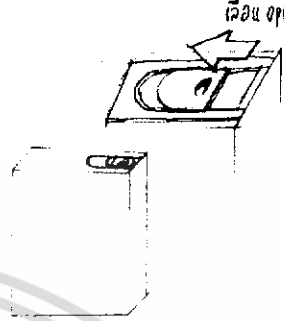

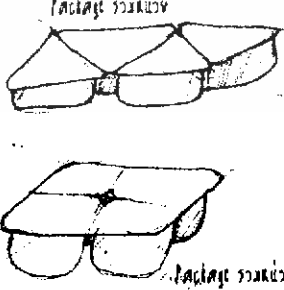
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำ²⁵ใช้

เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p>2.2) มีอายุการใช้งานเหมาะสมกับอายุผลิตภัณฑ์</p> <p>3.ด้านความสะดวกสบาย</p> <p>3.1) ด้านประโยชน์ใช้สอย เชื้อต่อการหยิบจับ เพื่อสะดวกต่อการเพื่อถือทาน</p> <p>3.2) คำนึงพฤติกรรมผู้บริโภค</p> <p>3.3) คำนึงถึงเนื้อหาในการเก็บรักษา และจัดเรียง</p>	<p>บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 (Secondary Package) กล่องกระดาษ ออกแบบให้มีการปิดสนิททั้งก่อนเปิด และการเก็บรักษาหลังเปิดสินค้าแล้ว</p> <div data-bbox="842 431 1396 814"> <p>มี ส่วน lock สำหรับฝาหลังเปิดใช้</p> </div> <div data-bbox="849 851 1401 1278"> <p>มี ส่วน lock สำหรับฝาหลังเปิดใช้</p> </div> <p>- ขนาดบรรจุ 30 กรัม : ถาด</p> <p>ใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทถาดพลาสติก ปิดฝาสนิทด้วยฟอยล์</p> <p>3.ด้านความสะดวกสบาย</p> <p>3.1) ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ในการหยิบจับใช้งาน สามารถใช้งานได้สะดวก</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำ

เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
	<p data-bbox="861 320 1212 364">- ขนาดบรรจุ 360 กรัม : กล่อง</p> <p data-bbox="805 376 1388 652">สามารถเก็บผลิตภัณฑ์หลังเปิดใช้ ให้มีการปิดสนิททั้งก่อนเปิด และการเก็บรักษาหลังเปิดสินค้า แล้วให้มีการปิดสนิททั้งก่อนเปิด และมีที่สำหรับควบคุมปริมาณการเทไว้ในตัวบรรจุภัณฑ์ เพื่อความสะดวก</p> <div data-bbox="869 696 1356 1094">  <p data-bbox="925 1017 1308 1061">หมุนเพื่อเปิด มีส่วนสำหรับควบคุมปริมาณ</p> </div> <div data-bbox="869 1117 1356 1459">  <p data-bbox="957 1316 1069 1360">กล่องกระดาษ</p> <p data-bbox="925 1382 1308 1426">หมุนเพื่อเปิด มีส่วนสำหรับควบคุมปริมาณ</p> </div> <div data-bbox="869 1470 1356 1880">  <p data-bbox="989 1747 1117 1791">กล่องกระดาษ</p> <p data-bbox="957 1791 1308 1880">มีส่วน lock สำหรับฝา เพื่อความสะดวก ในการเก็บรักษาหลังเปิดใช้</p> </div>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำ 27 ใช้

เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
	<div data-bbox="847 322 1353 801" style="border: 1px dashed black; padding: 5px;">  <p data-bbox="916 725 1289 757">เลื่อนเพื่อเปิด มีส่วนสำหรับควบคุมปริมาณ</p> </div> <p data-bbox="815 846 1374 1003">- ขนาดบรรจุ 30 กรัม : ถาด ผลิตภัณฑ์มีการปิดสนิทก่อนเปิด และมีช่องสำหรับทานไว้ในตัวบรรจุภัณฑ์ เพื่อความสะดวก</p> <div data-bbox="874 1048 1385 1480" style="border: 1px dashed black; padding: 5px;">  <p data-bbox="1027 1420 1230 1451">ดึงเพื่อเปิด มีช่องในตัว</p> </div> <div data-bbox="906 1518 1417 1951" style="border: 1px dashed black; padding: 5px;">  <p data-bbox="959 1877 1369 1908">ใช้ฝาในการรวมหน่วยในตัว เพื่อความสะดวก</p> </div>

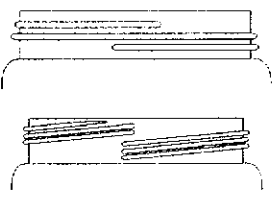
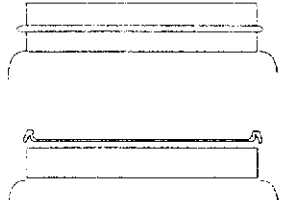
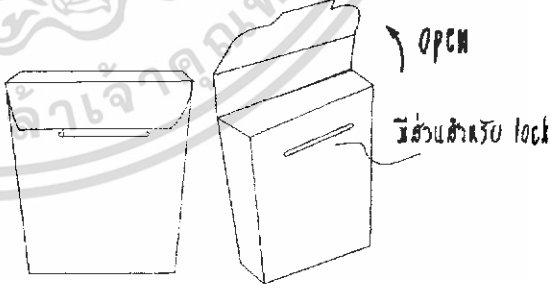
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. เครื่องดื่มธัญญาหารสำเร็จรูป

ลักษณะทางกายภาพ : ผง (ของแข็ง) รวมกับเกล็ดเล็ก ๆ

เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p><u>1.ด้านการบรรจุ</u></p> <p>1.1) บรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุเครื่องดื่มธัญญาหาร มีขนาดบรรจุ 1 ขนาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขนาดบรรจุ 300 กรัม <p>บรรจุภัณฑ์ต้องมีขนาดสัดส่วน เหมาะสมกับขนาดบรรจุ และคำนึงถึงการประหยัดวัสดุในการผลิต</p> <p>1.2) สามารถบรรจุลงในบรรจุภัณฑ์ได้ ในระบบอุตสาหกรรม</p> <p><u>2.ด้านการคุ้มครองรักษาผลิตภัณฑ์</u></p> <p>2.1) สามารถปกป้องความเสียหาย และป้องกันสิ่งสกปรกแก่ผลิตภัณฑ์ได้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ทนต่อการซึมผ่านของอากาศ ความชื้น จากภายนอก - รักษาผล และสีของผลิตภัณฑ์ 	<p><u>1.ด้านการบรรจุ</u></p> <p>1.1) แบ่งการบรรจุได้ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขนาดบรรจุ 300 กรัม ใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทกระปุกพลาสติก และประเภทของอะลูมิเนียม ฟอยล์ (สำหรับ refill ประเภทกระป๋องอะลูมิเนียม) โดยมีปริมาตรขนาดบรรจุที่พอดี ตามต้องการ - ขนาดบรรจุ 300 กรัม แยกบรรจุ บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 (Primary Package) ของอะลูมิเนียม ฟอยล์ ของละ 30 กรัมเหมาะแก่การดื่ม 1 แก้ว และบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 (Secondary Package) กล่องกระดาษ บรรจุได้ 10 ของ <p>1.2) ออกแบบโดยเอื้อต่อการผลิตในสายการผลิต (โดยศึกษาถึงกรรมวิธีการผลิต และบรรจุของผู้ผลิตในผลิตภัณฑ์ชนิดนี้)</p> <p><u>2.ด้านการคุ้มครองรักษาผลิตภัณฑ์</u></p> <p>2.1) ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยเลือกใช้วัสดุที่ตอบรับกับความต้องการได้ สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ได้ตั้งแต่บรรจุ ไปจนถึงตลอดอายุการใช้งาน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขนาดบรรจุ 300 กรัม : กระปุก <p>ออกแบบฝากระป๋องให้สนิท ป้องกัน ความชื้น อากาศ และแมลง</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p>2.2) มีอายุการใช้งานเหมาะสมกับอายุผลิตภัณฑ์</p>	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-start;"> <div style="text-align: center;"> <p>ผ้าเกรียว</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>ผ้า sack</p>  </div> </div> <p style="text-align: center;">ศึกษาลักษณะผ้าที่เหมาะสม</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขนาดบรรจุ 300 กรัม : ซอง <p style="text-align: center;">ออกแบบการปิดผนึกซองให้สนิท ป้องกัน ความชื้น อากาศ และแมลง</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขนาดบรรจุ 300 กรัม : กล่อง <p style="text-align: center;">บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 (Primary Package) เป็นซองอะลูมิเนียม ฟอยล์ สามารถป้องกันสินค้าให้คงสภาพเดิมได้</p> <p style="text-align: center;">บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 (Secondary Package) กล่องกระดาษ ออกแบบให้มีการปิดสนิททั้งก่อนเปิด และการเก็บรักษาหลังเปิดสินค้าแล้ว</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p style="text-align: center;">มีส่วน lock สำหรับฝาทรงเปิดใช้</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p><u>3.ด้านความสะดวกสบาย</u></p> <p>3.1) ด้านประโยชน์ใช้สอย เชื้อต่อการหยิบจับ เพื่อสะดวกต่อการเพื่อถือทาน และ มีความจำเป็นต้องควบคุมปริมาตรผลิตภัณฑ์ให้ได้ตามปริมาณที่ต้องการ ในการชงดื่ม</p> <p>3.2) คำนึงพฤติกรรมการบริโภค</p> <p>3.3) คำนึงถึงเนื้อที่ในการเก็บรักษา และจัดเรียง</p>	<p><u>3.ด้านความสะดวกสบาย</u></p> <p>ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ในการหยิบจับใช้งาน และมีส่วนควบคุมปริมาณการเทในตัวบรรจุภัณฑ์เพื่อความสะดวก</p> <p>- ขนาดบรรจุ 300 กรัม : กระปุกพลาสติก</p>  

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
	<p data-bbox="863 318 1198 356">- ขนาดบรรจุ 300 กรัม : ซอง</p> <p data-bbox="850 378 1398 588">สามารถเก็บผลิตภัณฑ์หลังเปิดใช้ ให้ปิดสนิท ทั้งก่อนเปิด และการเก็บรักษาหลังเปิดสินค้า แล้วให้มีการปิดสนิททั้งก่อนเปิด และสามารถ ใช้งานได้สะดวก</p> <div data-bbox="876 692 1358 1075">  <p data-bbox="1171 769 1302 864">แก๊งเหล็ก สำหรับ zip lock</p> <p data-bbox="954 986 1198 1024">ปิดสนิทก่อนการเปิดก่อน</p> <p data-bbox="1023 1035 1246 1072">มีแกนเหล็กสำหรับพับเก็บ</p> </div> <div data-bbox="876 1141 1358 1490">  <p data-bbox="1171 1240 1262 1300">Zip Lock</p> <p data-bbox="975 1451 1262 1488">มี zip lock สำหรับเก็บหลังเปิดใช้</p> </div>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
	<p data-bbox="852 327 1398 592">- ขนาดบรรจุ 300 กรัม : กล่อง สามารถเก็บผลิตภัณฑ์หลังเปิดใช้ ให้ปิดสนิท ทั้งก่อนเปิด และการเก็บรักษาหลังเปิดสินค้า แล้วให้มีการปิดสนิททั้งก่อนเปิด และสามารถ ใช้งานได้สะดวก</p> <div data-bbox="879 610 1350 1019">  <p data-bbox="1034 864 1326 920">กล่องกระดาษ 1 ซอง/ แก้ว</p> <p data-bbox="948 937 1283 1008">มีส่วน lock สำหรับฝา เพื่อความสะดวก ในการเก็บรักษาหลังเปิดใช้</p> </div> <div data-bbox="887 1057 1350 1433">  <p data-bbox="1091 1141 1139 1174">เคลื่อน</p> <p data-bbox="1166 1300 1289 1333">กล่องกระดาษ</p> <p data-bbox="1027 1351 1219 1422">เคลื่อนเพื่อเปิด สะดวก ในการเก็บรักษาหลังเปิดใช้</p> </div> <div data-bbox="903 1466 1361 1931">  <p data-bbox="938 1517 1018 1550">อีกออก</p> <p data-bbox="1098 1838 1305 1871">ดึงออกมาให้ทะลุซอง</p> <p data-bbox="970 1889 1299 1922">ดึงออกมาเพื่อความสะดวกหลังเปิดใช้</p> </div>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. เค้าชวยนมสด

ลักษณะทางกายภาพ : ของแข็งมีลักษณะเป็นพุดตึง อาจมีส่วนผสมของผลไม้

เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p><u>1.ด้านการบรรจุ</u></p> <p>1.1) บรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุเค้าชวย มีขนาดบรรจุ 1 ขนาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขนาดบรรจุ 150 กรัม <p>บรรจุภัณฑ์ต้องมีขนาดสัดส่วนเหมาะสมกับขนาดบรรจุ และคำนึงถึงการประหยัดวัสดุในการผลิต</p> <p>1.2) สามารถบรรจุลงในบรรจุภัณฑ์ได้ ในระบบอุตสาหกรรม</p> <p><u>2.ด้านการคุ้มครองรักษาผลิตภัณฑ์</u></p> <p>2.1) สามารถป้องกันความเสียหาย และป้องกันสิ่งสกปรกแก่ผลิตภัณฑ์ได้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ทนต่อการซึมผ่านของอากาศ และความชื้นจากภายนอก - ทนต่อการตรวจจากผลไม้ซึ่งเป็นส่วนผสมได้ - รักษากลิ่น, รส, ของผลิตภัณฑ์ - ทนต่อแรงกระแทก เสียดสีจากการขนส่ง <p>2.2) มีอายุการใช้งานเหมาะสมกับอายุผลิตภัณฑ์</p>	<p><u>1.ด้านการบรรจุ</u></p> <p>1.1) ใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทถ้วยพลาสติก โดยมีปริมาตรขนาดบรรจุที่พอดี ตามต้องการ</p> <p>1.2) ออกแบบโดยเอื้อต่อการผลิตในสายการผลิต (โดยศึกษาถึงกรรมวิธีการผลิต และบรรจุของผู้ผลิต)</p> <p><u>2.ด้านการคุ้มครองรักษาผลิตภัณฑ์</u></p> <p>2.1) ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยเลือกใช้วัสดุที่ตอบรับกับความต้องการได้ มีการผนึกที่ป้องกันการเปิดก่อนถึงมือผู้บริโภค</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p><u>3.ด้านความสะดวกสบาย</u></p> <p>3.1) ด้านประโยชน์ใช้สอย เชื้อต่อการหยิบจับ เพื่อสะดวกต่อการถือทาน</p> <p>3.2) คำนึงพฤติกรรมการบริโภค</p> <p>3.3) คำนึงถึงเนื้อที่ในการเก็บรักษา และจัดเรียง</p>	<p><u>3.ด้านความสะดวกสบาย</u></p> <p>ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ในการหยิบจับถือ มีที่สำหรับเก็บซ้อนในตัว เพื่อพร้อมทาน</p> <div data-bbox="874 528 1358 981">  </div> <div data-bbox="874 1028 1358 1406">  </div> <div data-bbox="874 1473 1358 1899">  </div>

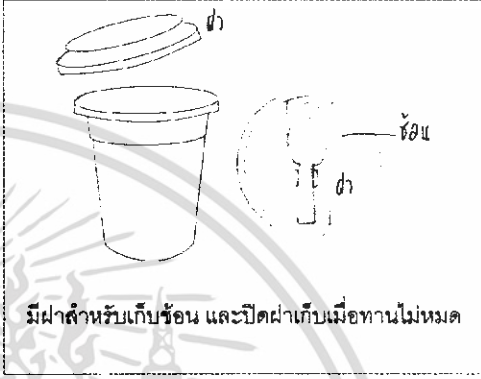
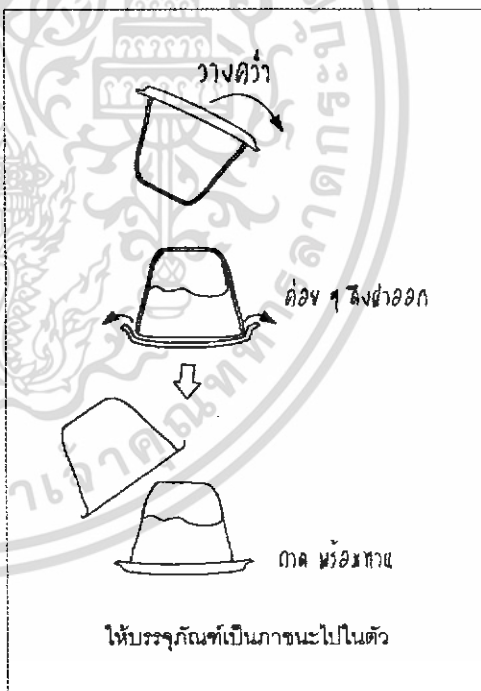
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. คัสตาร์ด

ลักษณะทางกายภาพ : ของแข็งมีลักษณะเป็นพุดดิ้ง อาจมีส่วนผสมของผลไม้

เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p><u>1.ด้านการบรรจุ</u></p> <p>1.1) บรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุคัสตาร์ด มีขนาดบรรจุ 1 ขนาด</p> <ul style="list-style-type: none">- ขนาดบรรจุ 90 กรัม <p>บรรจุภัณฑ์ต้องมีขนาดสัดส่วน เหมาะสมกับขนาดบรรจุ และคำนึงถึงการประหยัดวัสดุในการผลิต</p> <p>1.2) สามารถบรรจุลงในบรรจุภัณฑ์ได้ ในระบบอุตสาหกรรม</p> <p><u>2.ด้านการคุ้มครองรักษาผลิตภัณฑ์</u></p> <p>2.1) สามารถปกป้องความเสียหาย และป้องกันสิ่งสกปรกแก่ผลิตภัณฑ์ได้</p> <ul style="list-style-type: none">- ทนต่อการซึมผ่านของอากาศ และความชื้นจากภายนอก- ทนต่อกรดจากผลไม้ซึ่งเป็นส่วนผสมได้- รักษากลิ่น, รส, ของผลิตภัณฑ์- ทนต่อแรงกระแทก เสียตสีจากการขนส่ง <p>2.2) มีอายุการใช้งานเหมาะสมกับอายุผลิตภัณฑ์</p>	<p><u>1.ด้านการบรรจุ</u></p> <p>1.1) ใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทถ้วยพลาสติก โดยมีปริมาตรขนาดบรรจุที่พอดี ตามต้องการ</p> <p>1.2) ออกแบบโดยเอื้อต่อการผลิตในสายการผลิต (โดยศึกษาถึงกรรมวิธีการผลิต และบรรจุของผู้ผลิต)</p> <p><u>2.ด้านการคุ้มครองรักษาผลิตภัณฑ์</u></p> <p>2.1) ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยเลือกใช้วัสดุที่ตอบรับกับความต้องการได้ มีการฉีกที่ป้องกันการเปิดก่อนถึงมือผู้บริโภค</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p>3.ด้านความสะดวกสบาย</p> <p>3.1) ด้านประโยชน์ใช้สอย เชื้อต่อการหยิบจับ เพื่อสะดวกต่อการเพื่อถือทาน</p> <p>3.2) คำนึงพฤติกรรมการบริโภค</p> <p>3.3) คำนึงถึงเนื้อหาในการเก็บรักษา และจัดเรียง</p>	<p>3.ด้านความสะดวกสบาย</p> <p>ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ในการหยิบจับถือ มีที่สำหรับเก็บซ่อนในตัว เพื่อพร้อมทาน</p>  


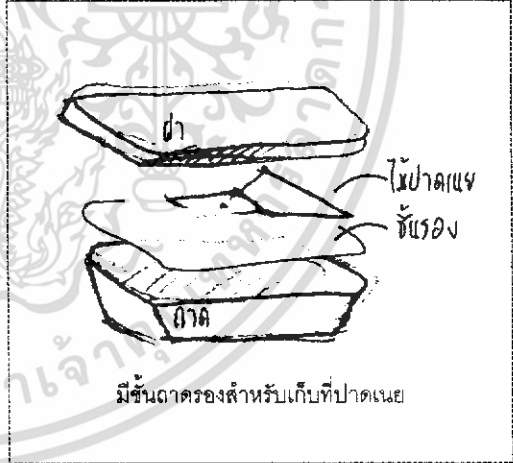
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10. เนยสด

ลักษณะทางกายภาพ : ของเหลวครีมข้น และออกรสเปรี้ยว อาจมีส่วนผสมของผลไม้

เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p><u>1.ด้านการบรรจุ</u></p> <p>1.1) บรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุเนยสด มีขนาดบรรจุ 1 ขนาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขนาดบรรจุ 250 กรัม <p>บรรจุภัณฑ์ต้องมีขนาดสัดส่วน เหมาะสมกับขนาดบรรจุ และคำนึงถึงการประหยัดวัสดุในการผลิต</p> <p>1.2) สามารถบรรจุของเหลวลงในบรรจุภัณฑ์ได้ ในระบบอุตสาหกรรม</p> <p><u>2.ด้านการคุ้มครองรักษาผลิตภัณฑ์</u></p> <p>2.1) สามารถปกป้องความเสียหาย และป้องกันสิ่งสกปรกแก่ผลิตภัณฑ์ได้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ทนต่อการซึมผ่านของอากาศ และความชื้นจากภายนอก - รักษากลิ่น, รส, ของผลิตภัณฑ์ - ทนต่อแรงกระแทก เสียดสีจากการขนส่ง <p>2.2) มีอายุการใช้งานเหมาะสมกับอายุผลิตภัณฑ์</p> <p><u>3.ด้านความสะดวกสบาย</u></p> <p>3.1) ด้านประโยชน์ใช้สอย เชื้อต่อการหยิบจับ เพื่อสะดวกต่อการทาน</p>	<p><u>1.ด้านการบรรจุ</u></p> <p>1.1) ใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทพลาสติก โดยมีปริมาตรขนาดบรรจุที่พอดี ตามต้องการ</p> <p>1.2) ออกแบบโดยเอื้อต่อการผลิตในสายการผลิต (โดยคำนึงถึงกรรมวิธีการผลิต และบรรจุ)</p> <p><u>2.ด้านการคุ้มครองรักษาผลิตภัณฑ์</u></p> <p>2.1) ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยเลือกใช้วัสดุที่ตอบรับกับความต้องการได้ มีการผนึกฝาปิดสนิท รักษาผลิตภัณฑ์ และป้องกันการเปิดก่อนถึงมือผู้บริโภค</p> <p><u>3.ด้านความสะดวกสบาย</u></p> <p>3.1) ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ในการหยิบจับ สำหรับใช้งาน</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p>3.2) เชื้อต่อพฤติกรรมการใช้งาน เพื่อสะดวกต่อการทาน</p> <p>3.3) คำนึงถึงเนื้อที่ในการเก็บรักษา และจัดเรียง</p>	<p>3.2) ออกแบบให้มีที่ปิด ทานเหยอยู่ในตัวบรรจุภัณฑ์</p>  

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

11. คริมชีสขัณฑ์

ลักษณะทางกายภาพ : ของเหลวคริมขัณฑ์หนืด

เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p><u>1.ด้านการบรรจุ</u></p> <p>1.1) บรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุคริมชีสมีขนาดบรรจุ 1 ขนาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขนาดบรรจุ 250 กรัม <p>บรรจุภัณฑ์ต้องมีขนาดสัดส่วนเหมาะสมกับขนาดบรรจุ และคำนึงถึงการประหยัดวัสดุในการผลิต</p> <p>1.2) สามารถบรรจุของเหลวลงในบรรจุภัณฑ์ได้ ในระบบอุตสาหกรรม</p> <p><u>2.ด้านการคุ้มครองรักษาผลิตภัณฑ์</u></p> <p>2.1) สามารถปกป้องความเสียหาย และป้องกันสิ่งสกปรกแก่ผลิตภัณฑ์ได้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ทนต่อการซึมผ่านของอากาศ และ ความชื้นจากภายนอก - รักษากลิ่น, รส, ของผลิตภัณฑ์ - ทนต่อแรงกระแทก เสียหายจากการขนส่ง <p>2.2) มีอายุการใช้งานเหมาะสมกับอายุผลิตภัณฑ์</p> <p><u>3.ด้านความสะดวกสบาย</u></p> <p>3.1) ด้านประโยชน์ใช้สอย เชื้อต่อการหยิบจับ เพื่อสะดวกต่อการทาน</p>	<p><u>1.ด้านการบรรจุ</u></p> <p>1.1) ใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทพลาสติก โดยมีปริมาตรขนาดบรรจุที่พอดี ตามต้องการ</p> <p>1.2) ออกแบบโดยเอื้อต่อการผลิตในสายการผลิต (โดยคำนึงถึงกรรมวิธีการผลิต และบรรจุ)</p> <p><u>2.ด้านการคุ้มครองรักษาผลิตภัณฑ์</u></p> <p>2.1) ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยเลือกใช้วัสดุที่ทนรับกับความชื้นได้ มีการผนึกฝาปิดสนิทรักษาผลิตภัณฑ์ และป้องกันการเปิดก่อนถึงมือผู้บริโภค</p> <p><u>3.ด้านความสะดวกสบาย</u></p> <p>3.1) ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ในการหยิบจับ สำหรับใช้งาน</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p>3.2) เชื้อต่อพฤติกรรมการใช้งาน เพื่อ สะดวกต่อการทาครีมซีส</p> <p>3.3) คำนึงถึงเนื้อหาในการเก็บรักษา และ จัดเรียง</p>	<p>3.2) ออกแบบให้ มีที่แปดอยู่ในตัวบรรจุภัณฑ์</p> <div data-bbox="874 378 1385 884"> </div> <div data-bbox="874 926 1385 1344"> </div> <div data-bbox="874 1386 1385 1871"> </div>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางการศึกษาวิจัย

1. ศึกษาถึงข้อมูลเบื้องต้น นโยบายทางการตลาด และกรรมวิธีการผลิตของบริษัท มาบุญครอง แดรี่ โกลด์ จำกัด
2. ศึกษาถึงข้อมูลเบื้องต้น คุณสมบัติทางกายภาพและการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ
3. ศึกษาถึงข้อมูลรูปแบบ ขนาดสัดส่วน และกรรมวิธีการบรรจุของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ
4. ศึกษาถึงข้อมูลทางการตลาด ช่องว่างทางการตลาดของผลิตภัณฑ์นม และผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพที่มีอยู่ในปัจจุบัน
5. ศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย
6. ศึกษาถึงระบบการพิมพ์ ชนิดต่าง ๆ ชนิดและประเภทของสีบนบรรจุภัณฑ์
7. ศึกษาถึงข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ คุณสมบัติวัสดุ และกรรมวิธีการผลิตที่จะนำมาใช้ในการออกแบบ
8. ข้อกำหนดทางกฎหมายต่าง ๆ พระราชบัญญัติอาหารและยาที่เกี่ยวข้องกับโครงการออกแบบ



บทที่ 2 การค้นคว้าและสรุปผลข้อมูล

ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับบริษัทผู้ผลิต

ข้อมูลเบื้องต้นของผลิตภัณฑ์

ความต้องการด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์

ข้อมูลด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

ข้อมูลคู่แข่งของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

ข้อมูลผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

ข้อมูลด้านวัสดุ และกรรมวิธีการผลิต

ข้อบังคับทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับบริษัทผู้ผลิต

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การทราบถึงบริษัทผู้ผลิตว่ามีความต้องการและมีนโยบายในการผลิตและรูปแบบจัดจำหน่ายสินค้าอย่างไร เพื่อจะทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับศักยภาพการผลิต และตรงกับความต้องการของทางบริษัท

2.1.1 ประวัติความเป็นมาและลักษณะธุรกิจของเครือมาบุญครอง

เครือมาบุญครองก่อตั้งมายาวนานกว่า 30 ปี ซึ่งดำเนินธุรกิจหลายประเภททั้งในด้านการเกษตร และงานบริการมานานนับสิบ ๆ ปี เรามีการพัฒนาตัวเองและริเริ่มธุรกิจใหม่ตลอดเวลา เพราะปรัชญาการทำงานของผู้บริหาร คุณศิริชัย บุญกุล ด้วยแนวความคิดที่ว่า “การเริ่มต้นนำมาซึ่งความภาคภูมิใจ ความท้าทายทำให้เกิดการพัฒนา” พร้อมเจตนารมณ์จะยกระดับมาตรฐานธุรกิจและคุณภาพชีวิตคนไทยที่พร้อมเปิดรับและเรียนรู้สิ่งใหม่ โดยทุกครั้งที่เริ่มโครงการใหม่ผู้บริหารจะทำการศึกษาและดูแล โครงการนั้นอย่างใกล้ชิด ตั้งแต่เริ่มต้นก่อสร้าง เพื่อเรียนรู้ปัญหาและพร้อมดำเนินการแก้ไข รวมถึงจัดทีมงานที่มีความชำนาญ กระจือหรือร้านและมีความคิดสร้างสรรค์กับโครงการนั้น ๆ หลังจากที่โครงการนั้น ดำเนินไปเป็นที่พอใจ จะแต่งตั้งผู้ที่เกี่ยวข้องมารับช่วงบริหารต่อไป โดยจะเป็นที่ปรึกษาให้คำแนะนำทุกครั้งที่มีความปัญหาเกิดขึ้น

เครือมาบุญครอง พัฒนาและดำเนินธุรกิจหลายประเภท โดยแบ่งเป็นกลุ่ม ๆ ดังนี้

ธุรกิจสนามกอล์ฟ



ภาพที่ 2.1.1 LOGO บริษัท บี เค กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จำกัด

บริษัท บี เค กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จำกัด (บางกอกกอล์ฟคลับ)

เป็นสนามกอล์ฟมาตรฐาน 18 หลุม ได้รับเลือกเป็น 1 ใน 500 หลุมสุดยอดของโลก ตั้งอยู่บนพื้นที่กว่า 450 ไร่ ที่ ต. บางกะดี จ. ปทุมธานี และพร้อมจัดเตรียมไฟแสงสว่างอำนวยความสะดวกให้นักกอล์ฟเล่นในตอากลางคืน



ภาพที่ 2.1.2 LOGO บริษัท บางกอก สปอร์ต คลับ จำกัด

บริษัท บางกอก สปอร์ต คลับ จำกัด

เป็นสนามกอล์ฟขนาด 9 หลุม โดยจำลองสุดยอดหลุม พาร์ 3 ของทั่วโลกเข้าด้วยกัน เปิดบริการ ตั้งแต่ 06.00 น. - 24.00 น.

ธุรกิจโรงแรมและสปา



ภาพที่ 2.1.3 LOGO บริษัท บางกอกกอล์ฟ สปา รีสอร์ท จำกัด

บริษัท บางกอกกอล์ฟ สปา รีสอร์ท จำกัด

เป็นธุรกิจด้านโรงแรม ตั้งอยู่ในบางกอกกอล์ฟ คลับ มีจำนวนห้องพัก 168 ห้อง พร้อมสปาเต็มรูปแบบ มีบริการ นวดหน้า นวดตัวแบบน้ำมันและแผนโบราณ มีห้องจัดเลี้ยงและสัมมนา



ภาพที่ 2.1.4 LOGO บริษัท มานูครองประจักษ์ จำกัด

บริษัท มานูครองประจักษ์ จำกัด (ประตูสพาคลับ)

ตั้งอยู่ในซอยเอกมัย สุขุมวิท 63 ลงทุนกว่า 360 ล้านบาท เพื่อเป็นธุรกิจสปาแบบเต็มรูปแบบ โดยตัดแปลง คฤหาสน์หินอ่อน ในเนื้อที่กว่า 3 ไร่ เป็นสถานที่พักผ่อน คลายเครียดจากชีวิตประจำวัน ในกรุงเทพฯ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการใช้

ธุรกิจด้านการเกษตร (มะม่วงหิมพานต์)



ภาพที่ 2.1.5 LOGO บริษัท มาตรฐานของศิริชัย 25 จำกัด

บริษัท มาตรฐานของ ศิริชัย มะม่วงหิมพานต์ จำกัด

เป็นที่ปรึกษาด้านการเกษตรให้ กับเกษตรกรที่ปลูก มะม่วงหิมพานต์ มีนักวิชาการคอย
ควบคุมแนะนำ การปลูก เม็ดมะม่วงในเชิงเศรษฐกิจ และจำหน่ายต้นเม็ดมะม่วงพันธุ์
“ศิริชัย 25”

บริษัท มาตรฐานของ ศิริชัย 25 จำกัด

เป็นโรงงานกะเพาะเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ ตั้งอยู่ที่ อ.สูงเนิน จ.นครราชสีมา จัดตั้งขึ้นเพื่อ
รองรับผลผลิตของ มะม่วงหิมพานต์จากเกษตรกร ตามที่บริษัทได้ให้การ ส่งเสริม ทั้งนี้เป็นการ
ช่วยสนองนโยบายของรัฐบาล ในการกระจายรายได้สู่ชนบท

บริษัท มาตรฐานของ ศิริชัย 25 อินดัสเทรียล โปรดักส์ จำกัด

เป็นโรงงานแปรรูปน้ำมันจากเปลือกเมล็ด มะม่วงหิมพานต์ เป็นสารปรับสภาพผ้าเบรกของ
ยานพาหนะให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยใช้เทคโนโลยีจากประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นโรงงาน
แห่งแรกในประเทศไทยที่ผลิตสาร ประเภทนี้ ซึ่งทำให้เครื่องมาตรฐาน ครบวงจรในด้านเมล็ด
มะม่วง หิมพานต์ อย่างสมบูรณ์แบบ

2.1.2 ประวัติความเป็นมาของ บริษัท มาตรฐาน แครี โททส์ จำกัด

บริษัท มาตรฐาน แครี โททส์ จำกัด ก่อสร้างฟาร์มแพะเป็นโครงการนำร่องที่ จ.ปทุมธานี
ในเนื้อที่ 11 ไร่ ก่อตั้งขึ้นเมื่อ วันที่ 24 ธันวาคม 2545 เพราะเล็งเห็นว่านมแพะเป็นสินค้าที่มี
คุณภาพเหมาะสมจะเป็นทางเลือกใหม่ในการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพ เป็นการตอบรับกับกระแส
สุขภาพซึ่งกำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน ด้วยนมแพะมีลักษณะโดดเด่น มีคุณค่าต่อร่างกาย
สูง ช่วยบำรุงร่างกาย อีกทั้งยังไม่เคยมีใครพัฒนาเป็นระบบอุตสาหกรรมที่ได้มาตรฐาน จึงได้
เริ่มศึกษาอย่างจริงจังได้ส่งทีมผู้เชี่ยวชาญเพื่อไปศึกษากระบวนการเลี้ยงแพะ และจัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการใช้

สภาพแวดล้อม เพื่อผลิตนมแพะพาสเจอร์ไรส์แท้ 100 % ที่ได้มาตรฐานเป็นรายแรก ปัจจุบัน
เลี้ยงแพะได้ประมาณ 400-500 ตัว แต่เมื่อต้องขยายการผลิตเพิ่มขึ้น จึงจำเป็นต้องขยาย สถานที่
ให้กว้างขวางและครบวงจรมากขึ้น ฟาร์มแพะที่ จ.กาญจนบุรี นี้จะเป็นสถานที่หลักในการเลี้ยงดู
แพะ ต่อไป คาดว่าในอนาคตจะรองรับแพะได้ถึง 45,000



ภาพที่ 2.1.6 LOGO ของบริษัท มาบุญครอง แดรี่ โททส์ จำกัด

มาบุญครอง แดรี่ โททส์ จึงเป็นเจ้าของแรกที่มีการนำเข้าแพะและ เครื่องจักรที่ทันสมัยจาก
ต่างประเทศ เป็นโรงรีดนมแพะอัตโนมัติ และโรงงานพาสเจอร์ไรส์นมแพะ แห่งแรกในประเทศไทย
ที่ได้รับ การรับรองคุณภาพจากองค์การ อาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับ
ความมั่นใจสูงสุดในการเลือกดื่มนมแพะศิริชัย

บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับคุณภาพ มาตรฐาน เพื่อสุขภาพร่างกายที่ดีของ จึงได้มุ่งมั่น
พัฒนาระบบการบริหารคุณภาพมาตลอด และได้ผ่านการรับรองมาตรฐานต่าง ๆ

- เครื่องหมาย ออย. จากกระทรวงสาธารณสุข
- เครื่องหมายฮาลาล จากสำนักงานคณะกรรมการอิสลามแห่งประเทศไทย
- เครื่องหมายอาหารปลอดภัย (Q) จากกรมปศุสัตว์
- โรงงานมาตรฐาน GMP จากกระทรวงสาธารณสุข

2.1.3 กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ของบริษัท มาบุญครอง แดรี่ โททส์ จำกัด

กระบวนการผลิตของบริษัทจะใส่ใจตั้งแต่การเลือกพันธุ์แพะ การเตรียมสิ่งแวดล้อมใน
การเลี้ยงแพะ กระบวนการรีดนม ไปจนถึงขั้นตอนการแปรรูปด้วยโรงงานพาสเจอร์ไรส์

กระบวนการเลี้ยงแพะเลี้ยงแพะ ด้วยฟาร์มแพะขนาดใหญ่เนื้อที่กว่า 2,000 ไร่ ซึ่งถือเป็น
ฟาร์มแพะที่ได้มาตรฐานและครบวงจร แบ่งเป็นโซนสำหรับ พ่อพันธุ์ แม่พันธุ์ โรงอนุบาลลูกแพะ
โรงงานผสมอาหารสัตว์ โรงรีดนมแพะอัตโนมัติ โรงพยาบาลแพะ ฯลฯ ทั้งหมดนี้จะตั้งอยู่ริมแม่น้ำ
แควน้อย มีภูเขา เป็นพรมแดนธรรมชาติ แยกฟาร์มออกจากสภาพแวดล้อมภายนอก การจัดการ
จะทำในลักษณะฟาร์มปิด เพื่อให้ แพะอยู่ในสถานที่ปลอดภัย ป้องกันการติดโรคโดยพาหะต่าง ๆ
ลักษณะของโรงเลี้ยงเน้นความสูงโปร่ง กว้างขวาง อากาศถ่ายเทสะดวก เพื่อให้แพะมีสุขภาพกาย
แข็งแรง สุขภาพจิตดี เพื่อให้ผู้บริโภคได้น้ำนมที่มีคุณภาพและมี ความปลอดภัยสูงสุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำ 46

กระบวนการพาสเจอร์ไรส์ของนมแพะศิริชัยน้ำนมจะอยู่ภายในเครื่องจักรปลอดเชื้อตั้งแต่เริ่มต้น จนกระทั่งบรรจุขวด ใช้การควบคุมด้วยระบบอัตโนมัติไม่ได้รับการสัมผัสโดยแรงงานคนเลย แม้แต่ชั้น ตอนเดียว ทั้งยังมีการตรวจสอบคุณภาพน้ำนม ในห้องปฏิบัติการทางวิทยาศาสตร์ทั้งก่อนและหลังการพาสเจอร์ไรส์ ด้วยระบบการทำงานที่ได้มาตรฐาน Good Manufacturing Practice (GMP)



ภาพที่ 2.1.7 โรงพาสเจอร์ไรส์ที่ได้มาตรฐาน ของบริษัท มาบุญครอง แครี่ โททส์ จำกัด

วิธีการพาสเจอร์ไรส์ ถูกเลือกมาใช้ในการรักษาความสดของน้ำนม เพราะเป็นวิธีที่สามารถฆ่าเชื้อโรค ที่อาจเป็นอันตรายต่อร่างกายแต่ ยังคงรักษาคุณค่าทางอาหาร วิตามิน และแร่ธาตุไว้ได้มากที่สุด ลักษณะเด่น ของนมพาสเจอร์ไรส์อยู่ที่การมีอายุเก็บรักษาเพียง 7-10 วัน ทำให้ผู้บริโภคได้ดื่มนมที่มีความสดใหม่ตลอดเวลา นับเป็นวิธีที่ ตอบสนอง แนวคิดการดื่มนมเพื่อสุขภาพได้ดีที่สุด

2.1.4 นโยบายทางการตลาดของบริษัท มาบุญครอง แครี่ โททส์ จำกัด

นมแพะเป็นสินค้าที่ค่อนข้างใหม่ในตลาด ซึ่งในตลาดก็เริ่มมีผู้ประกอบการรายต่าง ๆ ในตลาดทำการผลิตสินค้าออกมาบ้างแล้วแต่ยังไม่ได้ครอบคลุมในตัวสินค้าทั้งหมด บริษัทมุ่งมันจะก้าวสู่ความเป็นผู้นำเจ้าแรกในตลาด จึงจำเป็นต้องมีการศึกษา เพื่อค่านวนทิศทางของตลาดให้ดี และวางตำแหน่งสินค้าในตลาดได้อย่างเหมาะสมเพื่อขยายสินค้าใหม่ ๆ ในเครือของผลิตภัณฑ์แปรรูปนมแพะให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง

ในส่วนของบรรจุภัณฑ์ก็เป็นส่วนสำคัญในการคุ้มครองสินค้า และอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ผลิต ผู้บริโภคและการกระจายสินค้า อีกทั้งยังเป็นกลยุทธ์อย่างหนึ่งทางการตลาดที่มีส่วนช่วยเพิ่มมูลค่าสินค้าพร้อมทั้งสื่อสารข้อมูลให้กับผู้บริโภคได้อย่างครบถ้วน

- นโยบายการเพิ่มปริมาณสินค้าที่นำออกจำหน่าย

จากลักษณะของธุรกิจ ทำให้มีวัตถุประสงค์หลักคือ “นํานมแพะ” ทางบริษัท มาบุญครอง แดรี่ โภทส์ จำกัด มีโครงการที่จะหาช่องทางทางการเติบโตทางการตลาดเพื่อเพิ่มกำไร โดยผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าแปรรูปจากนํานมแพะที่ได้สะอาด และการรับรองคุณภาพต่าง ๆ ช่างต้น มีแผนการผลิตสินค้าออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ ดังนี้

- ทำการเพิ่มความหลากหลายสินค้าในส่วนของ ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม และสินค้าเพื่อการบริโภค เช่น นมเปรี้ยว โยเกิร์ต อาหารเข้าซีเรียล เป็นต้น

- ทำการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในกลุ่มของเครื่องสำอาง และเวชสำอางบำรุงผิวพรรณ

- นโยบายการเพิ่มช่องทางการจำหน่าย

จากแนวโน้มของสินค้าเพื่อสุขภาพที่มีมากขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งด้านความหลากหลายของสินค้า และรูปแบบของผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจำหน่ายเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยในการกระจายสินค้าให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

ช่องทางการจัดผลิตภัณฑ์นมแพะแปรรูปมีดังนี้

1. Health Care Stores จะวางจำหน่ายตามร้านค้าเพื่อสุขภาพทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เช่น Food Land, Lemon Farm, Golden Place เป็นต้น

2. Supermarket ร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ ทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เช่น Villa Market, The Mall, Emporium เป็นต้น

3. Drug & Health Care Stores เช่น Booth, Watson เป็นต้น

- นโยบายทางด้านการประชาสัมพันธ์

ปัจจุบันตลาดสำหรับนมแพะแล้วยังถือเป็นสินค้าที่ค่อนข้างใหม่ของผู้บริโภค จึงจำเป็นต้องมีการประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ และตัวสินค้าให้กับผู้บริโภคก่อนการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

1. ให้ความสำคัญในรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ให้สามารถสื่อถึงกลุ่มเป้าหมาย

2. บริษัทมีโครงการแนะนำผลิตภัณฑ์ ทำการโปรโมชันโดย มีการตั้งบูธเพื่อให้ผู้บริโภค

ได้ทดลองชิมรสชาติ สินค้า

3. บริษัทมีนโยบายที่จะทำสื่อโฆษณาที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายให้ความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของนมแพะที่แตกต่างจากนมวัว ด้วยสื่อต่างๆ เช่น แผ่นโปรชัว โฆษณา งานแสดงสินค้า (Event)

2.1.5 รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ของบริษัท

ปัจจุบันบริษัท มาบุญครอง แดรี่ โททส์ จำกัด มีกลุ่มสินค้าที่ผลิตและจัดจำหน่ายอยู่ดังนี้
ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ในหมวดสินค้าบริโภคแปรรูปจากนมแพะ

1.1 นมสดพาสเจอร์ไรส์



- รสธรรมชาติ
- รสน้ำผึ้ง
- รสช็อกโกแลต

ภาพที่ 2.1.8 ภาพตัวอย่างสินค้า นมสดพาสเจอร์ไรส์

1.2 นมเปรี้ยวพาสเจอร์ไรส์



- รสสตอเบอร์รี่
- รสส้ม
- รสผลไม้รวม

ภาพที่ 2.1.9 ภาพตัวอย่างสินค้า นมเปรี้ยวพาสเจอร์ไรส์

2. ผลิตภัณฑ์ในหมวดสินค้าเวชสำอางมีส่วนผสมหลักของน้ำนมแพะ

2.1 สบู่ นมแพะ

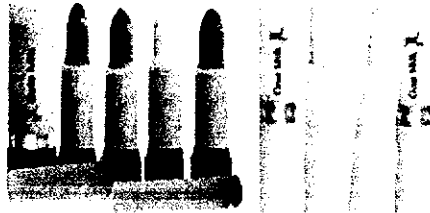


ปริมาณสุทธิ 100 กรัม
ราคา 21.50 บาท (รวมภาษี)
ราคา 20.50 บาท (รวมภาษี) (Net Price 19.50 บาท)

- สบู่ นมแพะ สีฟ้า
- สบู่ นมแพะ สีชมพู
- สบู่ นมแพะ สีน้ำตาล
- สบู่ นมแพะ สีดำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่แจ้งไว้ในเว็บไซต์ของบริษัทฯ ซึ่งเนื้อหาการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 ลิปมัน และ ลิปเมจิก



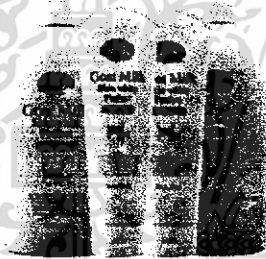
ขนาด 2 กรัม
ราคา 65

ขนาด 2 กรัม
ราคา 85

- ลิปกออสบำรุงฝีปาก
- ลิปเมจิก

ภาพที่ 2.1.11 ภาพตัวอย่างสินค้าลิปมันและลิปเมจิก

2.3 โยชน์สูตรผิวขาว



ปริมาณสุทธิ 200 ml ราคา 119
ปริมาณสุทธิ 500 ml ราคา 225

- ปริมาตร 200 มล.
- ปริมาตร 500 มล.

ภาพที่ 2.1.12 ภาพตัวอย่างสินค้าโยชน์สูตรผิวขาว

โดยสินค้าที่เลือกมาจัดทำในโครงการคือสินค้าในหมวดสินค้าบริโภคแปรรูปจาก
น้ำมันมะพร้าว และจะทำการพัฒนาเพื่อเพิ่มความหลากหลายทั้งในด้านของรสชาติ และความ
หลากหลายของตัวผลิตภัณฑ์ไปด้วย ซึ่งเดิมบริษัทยังมีสินค้าในกลุ่มนี้เพียงแค่ 2 ชนิด คือ
นมสด และนมเปรี้ยวพาสเจอร์ไรส์ เท่านั้น

2.1.6 วิเคราะห์ และสรุปข้อมูลผู้ผลิตที่มีผลต่อการออกแบบ

จากข้อมูลของผู้ผลิตทั้งหมด สามารถสรุปเป็นแนวทางการออกแบบของโครงการ ออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์นมแพะแปรรูปเพื่อสุขภาพได้ดังนี้ คือ

1. ออกแบบโดยพิจารณาตำแหน่งตราสินค้า

ผู้ผลิตเป็นบริษัทที่มีชื่อเสียงรู้จักในตลาดของสินค้าประเภท "เม็ดมะม่วงหิมพานต์" และต้องการแนะนำสินค้าใหม่เข้าสู่ตลาดซึ่งคือ "ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากนมแพะ" การใช้ตราสินค้าเดิม ย่อมทำให้ผู้ซื้อมั่นใจในคุณภาพของสินค้าใหม่นั้น แต่สินค้าตัวใหม่เป็นสินค้าที่แตกต่างจากเดิม โดยสิ้นเชิง การใช้ตราสินค้าเดียวกันกับสินค้าในหมวดเม็ดมะม่วงหิมพานต์ ผู้บริโภคย่อมเกิดความลังเลและสับสนในการยอมรับ และหากสินค้าชนิดใดเกิดความไม่น่าเชื่อถือในตัวสินค้าจะมีผลกระทบต่อสินค้าอีกชนิดได้ด้วย

พิจารณาแล้วจึงเลือกใช้ตราสินค้าใหม่และทำการกำหนดตำแหน่งใหม่ แทนตรา "ศิริชัย" ซึ่งเป็นตราเดิมที่ใช้กับสินค้าเม็ดมะม่วงหิมพานต์

2. ออกแบบโดยคำนึงถึงสภาพตลาด

ในปัจจุบันตลาดอาหารเพื่อสุขภาพเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่และมีการแข่งขันค่อนข้างมาก เนื่องจากผู้บริโภคมีการศึกษา และหันมาใส่ใจในสุขภาพมากขึ้น โดยเฉพาะตลาดเครื่องดื่มประเภทนมมีการแข่งขัน และอัตราการขยายตัวสูง ทำให้บริษัทต้องทำการพัฒนาสินค้าทั้งในด้านคุณภาพ และการสื่อสารถึงกลุ่มเป้าหมายโดยสร้างภาพลักษณ์ที่ชัดให้กับตัวสินค้า อีกทั้งผลิตภัณฑ์จากนมแพะเป็นสินค้าค่อนข้างใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จักทำให้บริษัทเป็นเจ้าแรกที่เข้าสู่ตลาดจึงต้องมีการวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจน เพื่อความเป็นผู้นำทางตลาด และสร้างความน่าเชื่อถือต่อไป พร้อมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์แก่กลุ่มเป้าหมายได้ทราบถึงคุณลักษณะพิเศษด้วย

3. ออกแบบโดยคำนึงถึงสภาพการจัดจำหน่าย

เนื่องจากมีการแข่งขันในการประชาสัมพันธ์กันค่อนข้างสูงเยอะ ทำให้มุ่งเน้นไปที่ผลิตภัณฑ์ที่การสร้างเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ประชาชนมีการศึกษาสูงขึ้น และรู้จักเลือกซื้อสินค้ามากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคกล้าที่จะตัดสินใจซื้อสินค้าโดยคำนึงถึงคุณภาพมากขึ้น โดยอาศัยการศึกษาข้อมูล และพิจารณาที่ตัวผลิตภัณฑ์มากขึ้น

ผลิตภัณฑ์ที่เป็นผลิตภัณฑ์ที่แตกย่อยหลากหลายประเภท มีคู่แข่งกระจายอยู่ทุกกลุ่ม ดังนั้นการออกแบบจึงควรมีเอกลักษณ์ร่วมที่ชัดเจนเพื่อเกิดพลังดึงดูดในการซื้อ และเป็นประโยชน์ต่อการสร้างให้เกิดความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Royalty)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ออกแบบโดยคำนึงถึงกลุ่มผู้บริโภค

ตลาดสินค้าสำหรับสุขภาพในโครงการนี้ เป็นตลาดที่มีกลุ่มผู้บริโภคแบ่งออกตามความต้องการของช่วงวัย ซึ่งแตกต่างกันทางด้านสารอาหารและความต้องการ ทำให้แบ่งกลุ่มผู้บริโภคได้หลายกลุ่ม โดยทั้งหมดเป็นกลุ่มที่ต้องการการดูแลเรื่องสุขภาพเป็นพิเศษ จึงต้องออกแบบให้สามารถสื่อสารถึงกลุ่มผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม แต่ต้องคำนึงถึงความมีเอกลักษณ์ของแบรนด์อีกด้วยโดยแต่ละกลุ่มจะต้องมีเอกลักษณ์ร่วมกัน (Corporate Identity)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 ข้อมูลเบื้องต้นของผลิตภัณฑ์

2.2.1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับน้ำนมแพะ

นมจัดว่าเป็นอาหารเสริมที่มีคุณค่ามาทุกยุคทุกสมัย และรู้จักกันอย่างแพร่หลายในแถบกลุ่มยุโรป เช่น ชาวสวิส ชาวฝรั่งเศส และกลุ่มชนแถบทะเลเมดิเตอร์เรเนียน ปัจจุบันมีการส่งเสริมการบริโภค นมต่อทุกเพศ ทุกวัย อีกทั้ง ในกระแสสังคมปัจจุบัน ผู้คนตื่นตัวถึงเรื่อง การรักษาดูแลสุขภาพ สุขภาพ นมแพะที่ อุดมไปด้วย คุณประโยชน์ มากมายจึงเริ่มได้รับความสนใจมากขึ้นจากผู้คน ในปัจจุบัน โดยเฉพาะ ผู้ที่ห่วงใย สุขภาพ ของครอบครัว, มารดา ที่มีนมเลี้ยงลูกไม่พอและในรายที่ ทารกแพ้นมโค

โดยทั่วไปแล้ว คนส่วนใหญ่จะทราบดีว่านมแพะมีประโยชน์ แต่ไม่ทราบแน่ชัดถึงคุณค่า สารอาหาร และคุณ ประโยชน์ว่ามากเพียงใด วันนี้เรามารู้จักนมแพะกันมากขึ้น ว่าอะไรคือคุณ ค่าที่ทำให้นมแพะได้รับความสนใจ

ความแตกต่างระหว่างนมแพะ กับนมโค

2.2.1.1 ลักษณะทางกายภาพ (Nutrition) ของนมแพะที่แตกต่างจากนมวัว

สารอาหารทั่วไปในน้ำนม

- น้ำ เป็นสื่อกลางให้สารอาหารหลายชนิดละลาย ทำให้สะดวกในการบริโภค โดยเฉพาะ เด็กอ่อนหรือทารกที่ยังไม่มีฟันเคี้ยวอาหาร
- ไขมัน ตามปกติเรียกไขมันจากน้ำนมว่า มันเนย เป็นส่วนประกอบที่สำคัญทางโภชนาการและเศรษฐกิจ ให้พลังงาน ตลอดจนสารอาหาร
- โปรตีน ในน้ำนมเกือบทั้งหมดประกอบด้วยสารอาหารโปรตีน ที่เรียกว่า เคซีน โกลบูลิน (globulin) อัลบูมิน (albumin) ในปริมาณค่อนข้างสูง และมี กรดอะมิโน (amio acid) อยู่ 19 ชนิด ซึ่งมีประโยชน์ต่อการสร้างเนื้อเยื่อ เลือด และกระดูก นอกจากนี้ยังมีเอนไซม์ชนิดต่าง ๆ อีกด้วย
 - แล็กโทส เมื่อถูกย่อยแล้วจะกลายเป็นกลูโคส (glucose) และกาแล็กโทส (galactose) กาแล็กโทสนี้เป็นส่วนประกอบของซีรีโบรไซด์ (cerebroside) ซึ่งพบมากในเยื่อหุ้มสมองและเยื่อหุ้มประสาท ดังนั้นทารกและเด็กจึงมีความต้องการแล็กโทส เพื่อใช้ในการเติบโตของสมอง
 - วิตามิน ในนมมีวิตามินเอ บี 1 (ไทอามีน thiamine) บี 2 บีรวม บี 6 บี 12 ซี ดี และดี 3 ซึ่งช่วยป้องกันโรคโลหิตจาง อัมพาต โรคผิวหนัง โรคลำไส้ โรคฟันผุ เป็นต้น
 - แร่ธาตุ ในน้ำนม มีลักษณะเป็นด่าง ประกอบด้วยโพแทสเซียม แคลเซียม โซเดียม แมกนีเซียม ฟอสฟอรัส คลอไรด์ ซีเทรต เหล็ก ทองแดง และไอโอดีน

สารอาหารในนมแพะ

ตารางแสดงคุณค่าทางโภชนาการเทียบกับความต้องการในแต่ละวัน ของนมแพะ

คุณค่าทางโภชนาการ (Nutrition Facts) ของนมแพะ 244 กรัม (1 ถ้วย)			
พลังงาน	168	แคลลอรี่	% Daily Value
ไขมัน		108	16 %
คอเลสเตอรอล		27 mg	9 %
โซเดียม		122 mg	5 %
คาร์โบไฮเดรต		118	4 %
กากอาหาร		0	0
โปรตีน		98	17 %
วิตามิน เอ	10 %		วิตามิน ซี 5%
แคลเซียม	33 %		เหล็ก 1 %

โปรตีน

นมแพะจะประกอบด้วย เคซีน (Casein) เวย์โปรตีน (Whey protein) รวมถึงกรดอะมิโนถึง 10 ชนิด ชนิดที่สำคัญๆ คือ ฮิสติดีน (Histidine), กรดแอสปาร์ติก (Aspartic acid) และเฟนิลอะลานีน (Phenylalanine) เป็นกรดอะมิโนที่เป็นประโยชน์ต่อการเสริมสร้างโปรตีนในร่างกาย ซึ่งมีส่วนสำคัญที่ช่วยในการเจริญเติบโต และในการบำรุงรวมถึงซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอ

- โปรตีน ซึ่งมีกรดอะมิโนเป็นองค์ประกอบ ดังนั้นโปรตีนนมแพะจึงแตกต่างจากสัตว์ให้นมอื่น ๆ โดยเฉพาะนมโค จึงทำให้นมแพะย่อยได้ง่ายกว่า

ตารางแสดงส่วนประกอบของโปรตีนและกรดอะมิโนในนมแพะ

โปรตีน และกรดอะมิโน	
โปรตีน 9g.	% DV = 17%
ทริฟโตแฟน	107 mg
ธีโรนีน	398 mg
ไอโซลิวซีน	505 mg
ลิวซีน	766 mg
เมทไทโอนีน	195 mg
แพนนิลอะลานีน	378 mg
ไทโรซีน	437 mg
ฮิสทีดีน	217 mg

ไขมัน

เมื่ดไขมัน มีโมเลกุลเล็ก กว่านมวัวถึง 6 เท่า และกรดไขมันเป็นพวกสายโซ่สั้นจึงย่อยง่าย สามารถดูดซึมนำไปใช้ประโยชน์ได้ดี กรดไขมันชนิดพิเศษ คือ คาโรอิก คาพริลิก และคาพริก รวมทั้งกรดไขมันสายโซ่ปานกลาง ใช้ในการรักษาภาวะการดูดซึมสารบกพร่อง และช่วยสลายการสะสมคอเลสเตอรอลด้วย มีคอเลสเตอรอลประมาณ 11 มก./น้ำมัน 100 กรัม ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับนมชนิดอื่น

ตารางแสดงส่วนประกอบของไขมัน กรดไขมันในนมแพะ

ไขมัน 10.1 g. (นม 1 ถ้วย)	% DV = 16%
ไขมันอิ่มตัว	6.5 g.
ไขมันไม่อิ่มตัว	3.1 g.
Mono unsatulate Fat	2.78 gm
Poly unsatulate Fat	0.4 gm

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แร่ธาตุ

- แคลเซียมและฟอสฟอรัสสูง ช่วยป้องกันโรคกระดูกอ่อนในเด็ก ปวดตามข้อตามกระดูก ในผู้สูงอายุ ช่วยป้องกันโรคกระดูกผุ เปราะ และช่วยเสริมสร้างกระดูกและฟัน ให้แข็งแรงด้วย

- คลอรีน มีบทบาทสำคัญในการรักษาสมดุลกรดต่างของร่างกาย ซึ่งเป็นผลดีในการช่วยลดกรดในกระเพาะมีคุณสมบัติเป็นสารบัฟเฟอร์ ที่สามารถปรับค่าความเป็นกรดต่างให้ใกล้เคียงความเป็นกลางได้ดี และการซึมผ่านเข้าออกเยื่อเซลล์ของสารต่างๆ เป็นส่วนสำคัญของน้ำย่อยในกระเพาะ

- โพแทสเซียม แมกนีเซียม และแมงกานีส ยังช่วยเสริมสร้างให้ร่างกายแข็งแรงขึ้นด้วย

วิตามิน

- วิตามินบี1, วิตามินบี 2, กรดนิโคตินิก และไนอาซิน ช่วยป้องกันอาการผิวหนังไหม้เกรียม และอักเสบ ยังช่วยด้านการบำรุงผิว และเส้นผม

- กรดนิโคตินิกในการควบคุมการสร้างไขมัน และคอเลสเตอรอล ช่วยลดคอเลสเตอรอลในเส้นเลือด

- วิตามินเอ ก็พบได้ในนมแพะซึ่งมีช่วยสำคัญในการบำรุง สายตา

ตารางเปรียบเทียบส่วนประกอบของวิตามิน . เกลือแร่, ในนมต่าง ๆ

เปรียบเทียบ วิตามิน เกลือแร่ ของ นมคน , แพะ, และนมวัว : ต่อ 100 cc ของนม			
	นํานมคน	นํานมแพะ	นํานมวัว
วิตามิน เอ (A)	64	56	53
วิตามิน ดี (D)	0.03	0.03	0.03
วิตามิน ซี (C)	5	1.3	1.0
วิตามิน อี (E)	0.3	0.7	0.7
วิตามิน บี (B Complex)			
วิตามิน บี 1 (Thiamin)	140	480	400
วิตามิน บี 2 (Riboflavin)	3	138	162
วิตามิน บี 5 (Pantothenec acid)	200	300	300
ไบโอติน (Biotin)	0.8	2.0	2.0
วิตามิน บี 3 (Nicotinic)	200	200	100
โฟลิก (Folic acid)	5.2	1	5
วิตามิน บี 12	0.3	0.1	0.4
วิตามิน บี 6	11	4.6	4.2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้ผู้ใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยสรุป

1. นมแพะเป็นผลิตภัณฑ์นมที่คล้ายนมแม่มากที่สุด ได้สารอาหารที่มีประโยชน์คล้ายนมคน
2. นมแพะ ประกอบด้วย ไขมัน ของกรดไขมัน และมีกรดอะมิโน, โปรตีน ขนาดเล็ก ดูดซึมหมด ภายใน 20 นาที เปรียบเทียบกับนมวัว 2 ช.ม.และไขมันส่วนใหญ่จัดอยู่ในห่วงโซ่ขนาดกลาง (Medium-chain fatty acid) เด็กทารกดูดซึมง่าย จึงใช้เลี้ยงทารกได้
3. เด็กที่แพ้นมวัว (ประมาณ 20-7%) สามารถดื่มนมแพะได้ เพราะไม่มีกรดอะมิโนและโปรตีนที่ทำให้เกิด การแพ้เหมือนนมวัว
4. การศึกษาของแพทย์ตะวันออก (Chinese Medical Encyclopedia)พบว่าในนมแม่และนมแพะมีส่วนประกอบ ของ อีพีเดอมาลโกรท แฟคเตอร์สูง (Epidermal Growth Factor) ช่วยให้ ร่างกายเจริญเติบโต ฟันสภาพได้เร็ว
5. นมแพะมีเอนไซม์ชนิดหนึ่งเรียกว่า Platelet Activating Acetyl Hydrolase สามารถสลายตัว ก่อนให้เกิดการแพ้ คือ Antigen หรือ Allergen จึงทำให้คนที่แพ้นมวัว นมถั่วเหลืองสามารถดื่มนมแพะได้
6. นมแพะมีสาร "Buffering Properties" ถ่วงความเป็นกรดมากไปในกระเพาะ จึงใช้ใน Sippy diet ในการรักษา โรคกระเพาะ
7. นมแพะมีไขมันของไขมัน และโปรตีนขนาดเล็กอยู่แล้ว จึงไม่ต้องไปตีให้แตกเป็นอนุขนาดเล็ก เหมือนนมวัว (Homogenized Cow milk) ในกระบวนการ Homogenize จะทำให้เกิดส่วนที่ เรียกว่า Xanthine oxidase ซึ่ง เป็นต้นตอของคลอเลสเตอรอล ตกตะกอนที่หลอดเลือดแดงทำให้ หลอดเลือดแคบลง

2.2.1.2 ลักษณะการรับรู้ (Perception), ภาพลักษณ์ (Image)ของแพะที่แตกต่างจากวัว ความเข้าใจของผู้บริโภคระหว่าง นมแพะ กับนมวัว มาจากภาพลักษณ์ส่วนหนึ่งของแพะกับ วัวที่แตกต่างกัน

ภาพลักษณ์ของวัว

ลักษณะของโคนม ลายพรางขาว-ดำ กลายเป็นสัญลักษณ์ของนมวัว



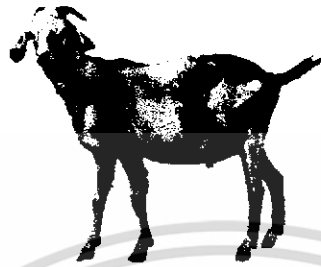
ภาพที่ 2.2.1 ลักษณะของนมวัว

- ภาพของวัวที่เห็นคือวัวสีขาว ลายพรางสีดำ ดูสะอาด
 - ภาพลักษณ์ของวัวที่ปลูกฝังมา สู่ถึงความสะอาด
- ปลอดภัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- มีความน่าเชื่อถือในคุณภาพของน้ำนม ซึ่งรู้จักกันดี
- มีประโยชน์ทางโภชนาการ

ภาพลักษณ์ของแพะ



ภาพที่ 2.2.2 ลักษณะของแม่วัว

- ภาพลักษณ์แพะที่เห็นคือฝูงแพะในทุ่งหญ้าทั่วไป
- แพะตัวสีน้ำตาล-ดำ ดูไม่ค่อยสะอาด มีกลิ่น
- ยังไม่รู้จักนมแพะว่ามีประโยชน์อย่างไร และไม่เคยลองทานน้ำนมแพะมาก่อน

- นมแพะสามารถทานได้ด้วยหรือ
- จะมั่นใจได้อย่างไรว่าดื่มนมแพะแล้วปลอดภัย และมีความสะอาด เพราะปกติแพะดูไม่น่าจะสะอาดเลย
- แพะมีกลิ่นสาป แล้วนมแพะจะไม่มีกลิ่นหรือ
- น้ำนมแพะมีความเข้มข้น มาจากไขมันที่สูง จึงมีคอเลสเตอรอลสูงกว่านมวัว แล้วจะฉ่ำกว่าไหม

ตามหลักกระบวนการผลิตและผลวิจัย ปรากฏว่า



ภาพที่ 2.2.3 ภาพแพะสำหรับให้นม จะเป็นแพะพันธุ์สีขาวล้วน

- ในการรีดนมที่มีมาตรฐานการผลิตที่สะอาด รวมทั้งดูแลควบคุมการให้อาหารแพะที่เหมาะสม ก็จะทำให้ น้ำนมแพะปลอดภัยจากกลิ่นสาบ
- มาตรฐาน และกระบวนการผลิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- มีคอเลสเตอรอลประมาณ 11 มก./น้ำหนัก 100 กรัม ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับนมชนิดอื่น ๆ

2.2.2 ข้อมูลเบื้องต้นผลิตภัณฑ์ในโครงการ

2.2.2.1 กลุ่มผลิตภัณฑ์หลักในโครงการ

1. นมสเตพาสเจอร์ไรส์ (Pasteurization)

นมสด คือ นมที่รีดมาจากแม่วัวโดยตรงซึ่งหาดื่มได้ยาก ส่วนใหญ่มักเป็นนมสดที่นำมาผ่านกรรมวิธีให้ความร้อนแบบต่าง ๆ เรียกว่า "นมพร้อมดื่ม" คือ

"พาสเจอร์ไรส์" เป็นกระบวนการผลิต ซึ่งตั้งขึ้นเพื่อเป็นเกียรติแก่ หลุยส์พาสเตอร์ (Louis Pasteur) นักวิทยาศาสตร์ชาวฝรั่งเศส ผู้ค้นพบวิธีการนี้ซึ่งมีประโยชน์ต่อวงการอาหารนมเป็นอย่างมาก กรรมวิธีการผลิตโดยกระบวนการนี้จะทำให้ได้นมที่ปราศจากจุลินทรีย์ ที่เป็นต้นเหตุของโรค แต่คุณค่าทางอาหารของน้ำนมยังคงอยู่เหมือนเดิม การผลิตในระบบพาสเจอร์ไรส์นี้ในประเทศไทย เป็นนมที่ผ่านการฆ่าเชื้อเพียงบางส่วนโดยใช้หลักวิธีอุณหภูมิสูง แต่ระยะเวลาสั้น (High Temperature Short Time - HTST) คือ ที่อุณหภูมิประมาณ 72 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 15 วินาที

นมที่ผลิตในระบบนี้ จะคงคุณค่าทางอาหารในนมครบถ้วนมีคุณค่าทางอาหารสูงกว่านมชนิดอื่นๆ และให้กลิ่น รสชาติพร้อมความสดใหม่อร่อยกว่า นมที่ผลิตโดยกรรมวิธีอื่นๆ แต่ต้องแช่เย็นตลอดเวลาที่อุณหภูมิตู้เย็น (2-8 องศาเซลเซียส) ซึ่งอายุการเก็บรักษา ประมาณ 14 วัน ขึ้นอยู่กับอุณหภูมิที่เก็บรักษานั้น และควรดื่มให้หมดใน 3 วันหลังจากเปิดขวด

โดยมี 3 รส คือ รสจืด รสน้ำผึ้ง รสโกโก้มอลต์



ภาพที่ 2.2.4 นมสด มีลักษณะเป็นของเหลวสีขาวครีม

2. นมเปรี้ยว (Drinking Yogurt)

นมเปรี้ยวนมเปรี้ยว หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยนำนมสดมาทำให้มีรสเปรี้ยว เป็นนมที่หมักจากเชื้อจุลินทรีย์ที่มีประโยชน์ต่อร่างกายลงไป โดยส่วนใหญ่จะใช้เชื้อจุลินทรีย์เชื้อแลคโตบา เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซิลแล็ค และสเตรปโตคอคคัส หลังจากนั้นนำไปผ่านการบ่มในอุณหภูมิที่เหมาะสมทำให้มีค่า pH 0.75 - 0.8 ของกรดแลคติก และทำให้น้ำตาลแลคโตสที่เป็นองค์ประกอบของนมแตกตัว ทำให้ย่อยง่าย ดังนั้นคนที่ดื่มนมแล้วท้องเสีย จึงควรมาดื่มนมเปรี้ยวแทน ความเปรี้ยวของนมนอกจากยับยั้งการเจริญเติบโตของแบคทีเรียแล้ว ยังทำลายจุลินทรีย์ที่ทำให้เกิดโรคได้หลายชนิด

นมเปรี้ยวเป็นอาหารที่มีคุณประโยชน์ต่อร่างกาย ทางอาหารนมเปรี้ยวพร้อมดื่มนี้จะน้อยกว่าโยเกิร์ต สำหรับการเก็บรักษา คือ ต้องแช่เย็นตลอดเวลา

โดยมี 4 รสคือ รสธรรมชาติ รสเกรปฟรุต รสเบอร์รี่มิกซ์ รสผลไม้รวม

ประโยชน์ของการบริโภคนมเปรี้ยว

1. ช่วยในระบบการย่อยอาหาร เนื่องจากถูกย่อยสลายง่ายกว่าโปรตีนในนมสด เพราะผลจากแบคทีเรียที่ใช้ในกระบวนการผลิต และดูดซึมไปใช้ประโยชน์ได้มาก
2. มีคุณค่าทางโภชนาการทั้งโปรตีน, วิตามิน และเกลือแร่
3. เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการควบคุมน้ำหนัก เพราะให้พลังงานน้อยกว่านมสด เพราะน้ำตาลบางส่วนถูกเปลี่ยนไปเป็นกรดแลคติก

3. โยเกิร์ต (Yogurt)

โยเกิร์ต เป็นผลิตภัณฑ์หมักจากนม หรือเป็นนมเปรี้ยวชนิดข้น ซึ่งเกิดจากการเติมแบคทีเรียแลคติก สายพันธุ์กลุ่มแลคโตบาซิลลัส และสเตรปโตคอคคัส ลงไปในนมและทิ้งไว้ให้เกิดการหมัก ทำให้เกิดรสเปรี้ยว สามารถรับประทานทดแทนอาหารประจำมื้อ สำหรับผู้ที่ต้องการลดน้ำหนัก โดยจะให้แคลอรีต่ำกว่าแต่มีคุณค่าทางอาหารสูง

จะมีลักษณะเป็นของเหลวข้น ขาวเนียน และออกรสเปรี้ยว ซึ่งจะรับประทานโดยตรง หรือจะเลือกที่มีผลไม้ผสมอยู่ ในแง่ของประโยชน์และคุณค่าทางโภชนาการจะเท่าเทียมกัน แต่ประเภทที่ผสมผลไม้จะให้แคลอรีสูงกว่า เนื่องจากผลไม้ผสมไปนั้นจะมีน้ำตาลผสมอยู่ด้วย สำหรับการเก็บรักษานั้นปกติโยเกิร์ตจะมีอายุการเก็บประมาณ 10 วัน เมื่อเก็บที่อุณหภูมิประมาณ 5 องศาเซลเซียส การเก็บในอุณหภูมิที่ร้อนอาจจะทำให้รสชาติเปลี่ยนไป และอายุของผลิตภัณฑ์จะสั้นลง การแบ่งประเภทของโยเกิร์ตจะแบ่งตามลักษณะกลิ่นรส

1. โยเกิร์ตชนิดธรรมชาติ (Plain หรือ Natural Yoghurt) เป็นโยเกิร์ตที่ผลิตได้ตามวิธีดั้งเดิม มีรสเปรี้ยว เป็นโยเกิร์ตธรรมชาติที่ไม่มีการเติมกลิ่นรสหรือผลไม้ลงไป

2. โยเกิร์ตที่ปรุงแต่งด้วยผลไม้ (Fruit Yoghurt) โยเกิร์ตชนิดนี้จะได้จากการเติมผลไม้ต่างๆ และสารให้ความหวานลงไปใน Natural Yoghurt

3. โยเกิร์ตที่ปรุงแต่งด้วยสารสังเคราะห์ (Flavoured Yoghurt) ได้จากการเติมกลิ่นรสและสี

แทนส่วนของผลไม้ ซึ่งอาจแบ่งได้อีก 2 แบบ คือ แบบสวิตซึ่งเป็นโยเกิร์ตที่มีเนื้อผลไม้ผสมรวม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระจายอยู่ในเนื้อโยเกิร์ต มีการปรุงแต่งสี เนื้อ ให้เกิดรสชาติที่ดีและสวยงาม และแบบขันเดย์ จะมีเนื้อผลไม้ที่อยู่ในบริเวณกันภาชนะ เช่น ส้ม สับปะรด สตอเบอร์รี่ ลิ้นจี่ แอปเปิ้ล ลูกพีช เวลารับประทานจะต้องคนให้เนื้อผลไม้และโยเกิร์ตเข้ากันเสียก่อน

โดยในโครงการมี 5 รส คือ รสธรรมชาติ รสเกรปฟรุต รสเลมอน รสกีวีฟรุต รสเชลลันท์

ภาพที่ 2.2.5 ภาพโยเกิร์ต มีลักษณะเป็นของเหลวครีมข้น

ประโยชน์ของการบริโภคโยเกิร์ต

โยเกิร์ตมีเชื้อจุลินทรีย์ที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย คือ

1. ช่วยในระบบการย่อยอาหาร และขับถ่ายให้เป็นปกติ แบคทีเรียแลคติกผลิตเอนไซม์เพื่อย่อยน้ำตาลแลคโตสในนมให้เป็นกรดแลคติก
2. โยเกิร์ตรักษาอาการท้องเสีย ในลำไส้มนุษย์อุดมด้วยเชื้อโรคนานาพันธุ์ บ้างก็เป็นประโยชน์ แต่บางชนิดก็เป็นโทษ เหล่านี้จะคุมกำลังกันอยู่ในสภาพสมดุลย์ และโยเกิร์ตยังสามารถป้องกันอาการท้องเดินได้
3. โยเกิร์ตช่วยยกระดับภูมิคุ้มกันโรค โยเกิร์ตไม่เพียงป้องกันและรักษาโรคได้ด้วยฤทธิ์ที่เป็นยาฆ่าเชื้อเท่านั้น แต่ยังมีคุณสมบัติกระตุ้นภูมิคุ้มกันในร่างกายให้สูงขึ้นด้วย และโยเกิร์ตยังช่วยกระตุ้นการสร้างแอนติบอดีและสารต้านโรคอื่น ๆ
4. ช่วยลดความเสี่ยงจากการเกิดมะเร็งบริเวณเนื้อเยื่อกระดูก
5. โยเกิร์ตกับแคลในกระเพาะ โยเกิร์ตอุดมด้วยสารไขมันธรรมชาติที่มีฤทธิ์คล้ายฮอร์โมน ซึ่งทำหน้าที่ช่วยปกป้องผนังกระเพาะ จากสาร กระตุ้นหลายตัว เช่น แอลกอฮอล์และบุหรี่
6. ช่วยลดระดับโคเลสเตอรอลในเลือด
7. ช่วยบำรุงผิวพรรณ ช่วยทำให้ผิวพรรณดี จิตใจแจ่มใสไม่หงุดหงิดง่ายคนยุโรปเชื่อว่าโยเกิร์ตเป็นเสมือนยาอายุวัฒนะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. นมผง (Milk Powder)

นมสดที่ทำให้น้ำระเหยออกด้วยวิธีต่างๆ เช่น นมผงธรรมดา นมผงพร้อมมันเนย นมผงขาดมันเนย นมผงธรรมดา คือ นมสดที่ผ่านกรรมวิธีระเหยนํ้าออกเกือบหมด เหลือนํ้าอยู่เพียงไม่เกิน ร้อยละ 3-5 จะมีนํ้าอยู่ 2.5-5% ซึ่งจะไม่มีการเจริญเติบโตของแบคทีเรียเกิดขึ้น การระเหยเอานํ้าออกยิ่งมาก ก็ยิ่งเก็บไว้ได้นาน การทำให้แห้งนี้เป็นการช่วยยืดอายุของนมและลดน้ำหนักกับปริมาตรลงไปในเวลาเดียวกันซึ่งนำมาถึงค่าใช้จ่ายที่ลดลงในการขนส่ง การทำให้ผลดีที่สุดคือ Freeze-drying นํ้าจะถูกระเหยออกจากนมที่สภาวะสูญญากาศ โปรตีนจะไม่มีผลกระทบ แต่นมชนิดนี้จะสูญเสียวิตามินบี 1 และวิตามินซีไปในระหว่างกรรมวิธีการผลิต

ลักษณะกายภาพจะมีลักษณะเป็นผง เกล็ดแก้วเติมนํ้าร้อนก็สามารถรับประทานได้อย่างรวดเร็ว ให้คุณค่าโปรตีน คาร์โบไฮเดรต วิตามินจากนํ้านม มีระยะเวลาเก็บรักษาได้นานเป็นปี

โดยมี 3 สูตร คือ สูตรสำหรับคุณแม่ตั้งครรภ์ และ สูตรสำหรับทารก-3 เดือน สูตรเด็ก 3 เดือน - 1 ขวบ



ภาพที่ 2.2.6 นมผง มีลักษณะเป็นผง

5. เครื่องดื่มธัญญาหารสำเร็จรูป

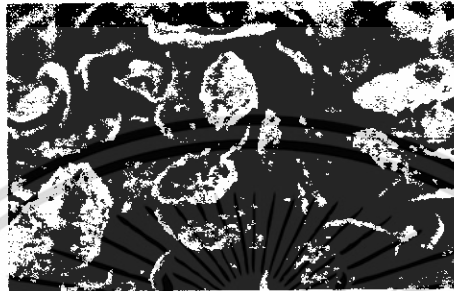
มีลักษณะเป็นผงประกอบด้วยนมสดที่ทำให้น้ำระเหยออกด้วยวิธีต่างๆ เช่น นมผงและธัญพืชที่ขังสำเร็จรูปหลายชนิด เช่นมอลต์, แป้งข้าวเจ้า, ลูกเดือย, เกล็ดข้าวโอ๊ต และน้ำตาล ใสแก้วเติมนํ้าร้อนก็สามารถรับประทานได้อย่างรวดเร็ว ให้คุณค่าโปรตีนจากนมและ คาร์โบไฮเดรต วิตามินจากธัญญาหารต่างๆ และช่วยให้อิ่มได้อีกด้วย มี 2 รส คือ รสผสมธัญญาพืช และ รสผสมงาดำ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงภาพที่ 2.2.7 ธัญญาหารสำเร็จรูป มีลักษณะเป็นผงและเมล็ดธัญพืชต่างๆไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. แผ่นธัญญาหารรอบกรอบ

มีลักษณะเป็นแผ่น ทำจากธัญพืชบดผสมกับสารให้กลิ่น รส เช่นมอลต์ เกลือ น้ำตาล เเสริมวิตามินและแร่ธาตุต่าง ๆ ที่มีประโยชน์ต่อร่างกายจากนั้นจะถูกบีบอัดผ่านลูกกลิ้งผิวเรียบ ได้ผลิตภัณฑ์ออกมาเป็นลักษณะแผ่นแบน ๆ ทานเป็นอาหารเช้า พร้อมกับนมสด มี 3 รส คือ รสข้าวโอ๊ตผสมธัญญาพืช รสผลไม้อบแห้ง และรสข้าวโพด



ภาพที่ 2.2.8 ธัญพืชรอบกรอบ มีลักษณะเป็นแผ่น

2.2.2.2 กลุ่มผลิตภัณฑ์รองในโครงการ

7. เต้าฮวยนมสด

มีลักษณะเป็นของแข็งเป็นก้อนพุดding วิธีทำนํานมสดตั้งบนไฟอ่อน ๆ พออุ่น ใส่ผงวุ้น หรือนํ้าผลไม้สดราดบนเต้าหู้เสริมวิตามินที่มีประโยชน์ต่อร่างกายนำไปแช่เย็นให้เซตตัว ได้ผลิตภัณฑ์ออกมาเป็นลักษณะก้อนพุดdingพร้อมรับประทาน เป็นขนมทานเล่นที่ได้ประโยชน์ โดยมี 2 รส คือ รสฟรุ๊ตสลัด และรสธัญพืช

8. คัสตาด

มีลักษณะเป็นก้อนพุดding มีส่วนผสมจากจากนมสด ไข่ไก่ นํ้ามาตีเข้ากัน และนำไปแช่เย็นให้เซตตัว ปรุงแต่งรสด้วยคาราเมล ผลิตภัณฑ์ออกมาเป็นลักษณะก้อนพุดdingพร้อมรับประทานเป็นขนมทานเล่นที่ โดยมี 1 รส คือ รสคาราเมล



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. เนยสด

เนยเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากส่วนที่เป็นไขมันนม ซึ่งผ่านกรรมวิธีการผลิต อาจมีการเติมวิตามินหรือสารประกอบที่จำเป็นต่อกรรมวิธีการผลิต ประกอบด้วยมันเนยไม่น้อยกว่า 80 % มีธาตุน้ำนมไม่รวมมันเนย(Milk Solid Non Fat : Snf) ไม่เกิน 2 % เกลือโซเดียมคลอไรด์ไม่เกิน 4 % และมีน้ำได้ไม่เกิน 13 % ซึ่งอาจจัดประเภทของเนยได้ดังนี้

1. Sweet cream salted butter เป็นเนยที่ผลิตจาก sweet cream หรือครีมสด มีการเติมเกลือ 1.6 % ไม่มีการหมักด้วยจุลินทรีย์
2. Neutralized sour cream butter เป็นเนยที่ผลิตมาจากครีมเปรี้ยว (sour cream) ผ่านขั้นตอน การทำให้เป็นกลาง หรือทำให้ความเป็นกรดลดลง มีการเติมเกลือ 1.6 % จุดประสงค์ของการทำให้ครีมเป็นกลางเพื่อควบคุมกลิ่น ลักษณะเนื้อเนย และยืดอายุการเก็บรักษาลดการสูญเสียของไขมันขณะนำไปปั่นเป็นเนย อย่างไรก็ตามเนยที่ทำจากsweet cream จะเก็บไว้ได้นานกว่า และอีกประการหนึ่งคือ ในการทำครีมเป็นกลางอาจเกิดกลิ่นหืนที่เรียกว่า tallow flavor โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อครีมมีค่าความเป็นด่างมากเกินไป
1. Whey butter เป็นเนยที่ผลิตได้จากเวย์ โดยการแยกไขมัน หรือครีมออกจากเวย์ นำเวย์ครีมมาทำเป็นเนยและมีการเติมเกลือประมาณ 1.6 %
2. Ripened cream salted butter เป็นเนยที่ผลิตจากครีมที่ผ่านการหมักด้วยจุลินทรีย์ เพื่อให้ได้กลิ่นที่ดัก่อนนำครีมเปรี้ยวมาปั่นเป็นเนย และมีการเติมเกลือเล็กน้อย

สีของเนยธรรมชาติมีสีเหลืองอ่อน บางครั้งต้องการให้มีสีเข้มขึ้นและเพื่อให้สีของผลิตภัณฑ์มีความสม่ำเสมอ จึงมีการเติมสีของเม็ดดอกคำเสด (Annatto) ซึ่งมีแหล่งของพืชชนิดนี้คือ บราซิล อินเดีย และหมู่เกาะอินเดียตะวันตก หรือสีที่ใช้เติมในเนยอีกชนิดหนึ่ง คือ บีตาแคโรทีน (β -carotene) ที่สกัดได้จากแครอท หรือได้จากการการสังเคราะห์

การเก็บรักษาเนยเพื่อให้มีคุณภาพดีขณะเก็บ ควรเก็บที่อุณหภูมิ 32 องศาฟาเรนไฮต์ ซึ่งสามารถลด หรือยับยั้งปฏิกิริยาเคมีที่อาจเกิดขึ้นได้ หากเก็บนานประมาณ 6 เดือนขึ้นไปต้องเก็บที่อุณหภูมิประมาณ 0 – 10 องศาฟาเรนไฮต์ (จุดเยือกแข็งของเนยเท่ากับ 16 องศา ฟาเรนไฮต์)

มีลักษณะเป็นครีมมัน ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากส่วนที่เป็นไขมันของนมซึ่งผ่านกรรมวิธีการผลิต และอาจเติมวิตามินหรือวัตถุอื่นใดที่จำเป็นต่อกรรมวิธีการผลิต มี 2 รส คือ รสจืด และ รสเค็ม



ภาพที่ 2.2.10 เนยสด มีลักษณะเป็นครีมข้น

10. ครีมชีสข้น

มีลักษณะเป็นครีมข้นเหนียว เป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่ได้จากนํ้านมวัว อุดมด้วยคุณค่าทางโภชนาการ มีสารอาหาร วิตามิน แร่ธาตุโดยเฉพาะแคลเซียมซึ่งเป็นแร่ธาตุที่ช่วยเสริมสร้างกระดูก และฟันให้แข็งแรง เหมาะสำหรับเด็กในวัยเจริญเติบโต ช่วยให้ร่างกายสูงใหญ่ และแข็งแรง



ภาพที่ 2.2.11 ครีมชีสข้น มีลักษณะเป็นครีมข้น เหนียว

2.2.3 วิเคราะห์ และสรุปข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการออกแบบ

จากข้อมูลของผลิตภัณฑ์ทั้งหมด สามารถสรุปเพื่อการออกแบบของโครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์นมแพะแปรรูปเพื่อสุขภาพได้ดังนี้ คือ

1. คำนึงถึงลักษณะทางกายภาพของนมแพะที่มีความแตกต่าง โดยดึงเอาลักษณะของประโยชน์ และข้อดี ขึ้นมาเพื่อใช้เป็นจุดขายของผลิตภัณฑ์ และกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสม โดยจากข้อดีของนมแพะสามารถสรุปได้ดังนี้

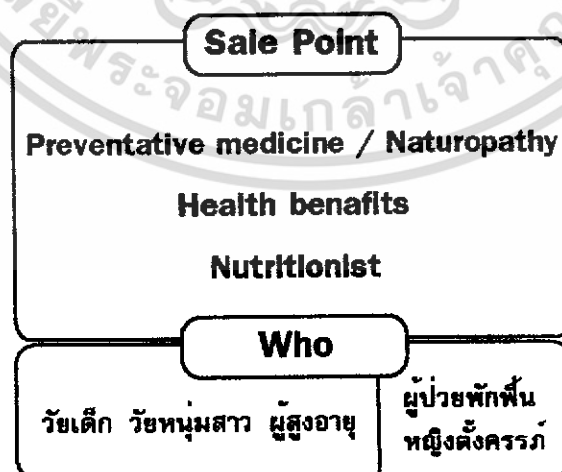
ข้อเด่นของผลิตภัณฑ์นมแพะ (SALE POINT)

เน้นคุณค่าจากนมแพะซึ่งเป็นสินค้าเพื่อสุขภาพที่แตกต่างจากนมวัว และนมจากพืชในตลาดสะดวก อ่อนโยน ไม่เกิดการแพ้ เป็นพิเศษเหมาะกับผู้ป่วยพักฟื้น ผู้มีปัญหาระบาย และผู้ใส่ใจในสุขภาพ = ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ และโภชนาการบำบัด (Healthy)

กลุ่มผู้บริโภคที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์นมแพะ

- วัยเด็ก : ต้องการพัฒนาร่างกาย
- วัยหนุ่มสาว : ต้องการพลังงานพร้อมที่จะเริ่มต้นการทำงานในแต่ละวัน
- ผู้สูงอายุ : ต้องใส่ใจในเรื่องสุขภาพมาก ช่วยบำรุงพร้อมซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอ
- ผู้ป่วยพักฟื้น : นมแพะที่มีคุณสมบัติเด่นที่ย่อยง่ายและร่างกายดูดซึมสารอาหารได้เร็วจะช่วยให้อิ่มท้องและระบบต่าง ๆ ในร่างกายพัฒนาได้ดียิ่งขึ้น
- หญิงตั้งครรภ์ : นมแพะที่มีแคลเซียมและสารอาหารที่เป็นประโยชน์สูง เหมาะกับหญิงตั้งครรภ์

แผนภาพแสดงการกำหนดจุดขาย และลักษณะโดยรวมของกลุ่มเป้าหมาย

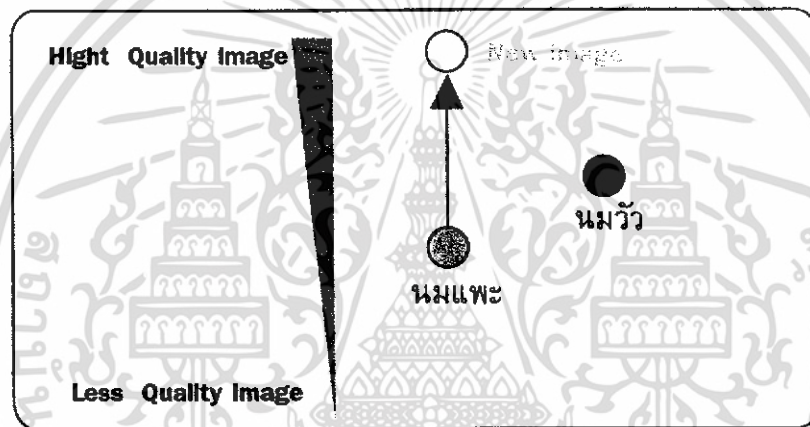


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. คำนึงถึงลักษณะการรับรู้ (Perception), ภาพลักษณ์ (Image) ของแพะที่แตกต่างจากวัว โดยเน้นการแก้ความเข้าใจผิดของนมแพะในทางลบ สร้างความเข้าใจถึงประโยชน์ ภาพลักษณ์ที่ดี และสร้างความน่าเชื่อถือใน Brand เพื่อรับรองคุณภาพ โดยทำการกำหนด ภาพลักษณ์ของแบรนด์ได้ดังนี้

Brand image

- มีความเชี่ยวชาญ-ความรู้ด้านนมแพะ
- มีองค์การที่น่าเชื่อถือรับรองคุณภาพมาตรฐานการผลิต
- มีทีมวิจัยคุณค่าทางโภชนาการโดยเฉพาะ



ภาพที่ 2.2.12 แสดงการเปลี่ยนภาพลักษณ์ของนมแพะจากเดิมสู่ภาพลักษณ์ใหม่

3. คำนึงถึงลักษณะกายภาพ การเก็บรักษา อายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ในโครงการ เพื่อตอบสนองความต้องการการปกป้อง คุ้มครอง ของแต่ละผลิตภัณฑ์

2.3 ความต้องการด้านการคุ้มครอง

2.3.1 อายุการเก็บ และลักษณะการเสื่อมของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด

ลักษณะทางกายภาพ กรรมวิธีการผลิต และส่วนผสมต่าง ๆ มีผลต่ออายุการบริโภค และการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์ เพื่อที่จะได้วิเคราะห์ถึงภาชนะบรรจุ กรรมวิธีการบรรจุและปิดผนึกบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นตัวช่วยยืดอายุการเก็บรักษาและการเสื่อมของผลิตภัณฑ์ไว้ได้ ซึ่งผลิตภัณฑ์ในโครงการมีดังนี้คือ

1. นมสดพาสเจอร์ไรส์ (Pasteurization)

ลักษณะทางกายภาพ : ของเหลว

อายุของผลิตภัณฑ์ : อายุการเก็บรักษาประมาณ 14 วัน (ขึ้นอยู่กับอุณหภูมิที่เก็บรักษา) ควรดื่มให้หมดภายใน 3 วันหลังจากเปิดขวด

การเก็บรักษา : ปิดฝาให้สนิท แช่เย็นที่อุณหภูมิตู้เย็น (2-8 องศาเซลเซียส)

ด้านการบรรจุ : บรรจุ 2 ขนาดคือ

- ขนาดบรรจุ 450 มล. : ขวด

- ขนาดบรรจุ 200 มล. : ขวด (สำหรับการทานหมดในครั้งเดียว)

ด้านการคุ้มครอง

คุ้มครองผลิตภัณฑ์เพื่อรักษาไม่ให้สัมผัสกับอากาศซึ่งจะทำปฏิกิริยากับนมเกิดจุลินทรีย์ ทำให้นมบูดได้ และรักษากลิ่น รสชาติ และสีส้ม ให้คงเดิม

2. นมเปรี้ยว (Drinking Yogurt)

ลักษณะทางกายภาพ : ของเหลว ออกรสเปรี้ยว

อายุของผลิตภัณฑ์ : อายุการเก็บรักษาประมาณ 14 วัน (ขึ้นอยู่กับอุณหภูมิที่เก็บรักษา) ควรดื่มให้หมดภายใน 3 วันหลังจากเปิดขวด

การเก็บรักษา : ปิดฝาให้สนิท แช่เย็นที่อุณหภูมิตู้เย็น (2-8 องศาเซลเซียส)

ด้านการบรรจุ : บรรจุ 2 ขนาดคือ

- ขนาดบรรจุ 450 มล. : ขวด

- ขนาดบรรจุ 120 มล. : ขวด (สำหรับการทานหมดในครั้งเดียว)

ด้านการคุ้มครอง

คุ้มครองผลิตภัณฑ์เพื่อรักษาไม่ให้สัมผัสกับก๊าซ และออกซิเจนซึ่งจะทำปฏิกิริยากับไขมัน ในนมทำให้นมบูดได้ และไม่ให้เกิดผลิตภัณฑ์โดนแสงซึ่งเป็นตัวเร่งปฏิกิริยา บรรจุภัณฑ์ต้องมีลักษณะทนต่อกรดได้ และรักษากลิ่น รสชาติ และสีส้ม ให้คงเดิม

3. โยเกิร์ต (Yogurt)

- ลักษณะทางกายภาพ : ของเหลวครีมข้น และออกรสเปรี้ยว อาจมีส่วนผสมของผลไม้
- อายุของผลิตภัณฑ์ : อายุการเก็บรักษาประมาณ 10 วัน (ขึ้นอยู่กับอุณหภูมิที่เก็บรักษา)
ควรทานให้หมดภายในครั้งเดียว หลังจากเปิด
- การเก็บรักษา : แช่เย็นที่อุณหภูมิตู้เย็น (5 องศาเซลเซียส)
- ด้านการบรรจุ : บรรจุ 1 ขนาดคือ
- ขนาดบรรจุ 150 กรัม : ถ้วย (สำหรับการทานหมดในครั้งเดียว)

ด้านการคุ้มครอง

คุ้มครองผลิตภัณฑ์เพื่อรักษาไม่ให้สัมผัสกับก๊าซ ออกซิเจน และความชื้นซึ่งจะทำให้ปฏิกิริยากับไขมันในนมทำให้เหม็นบูดได้ บรรจุภัณฑ์ต้องมีลักษณะทนต่อกรดจากผลไม้ได้ และรักษากลิ่น รสชาติ ให้คงเดิม

4. นมผง (Milk Powder)

- ลักษณะทางกายภาพ : ผง (ของแข็ง)
- อายุของผลิตภัณฑ์ : อายุการเก็บรักษานานเป็นปีนับแต่วันผลิต โดยเฉลี่ยประมาณ 3 ปี แต่เมื่อเปิดให้ผลิตภัณฑ์ได้สัมผัสอากาศหรือความชื้น ระยะเวลาในการเก็บจะลดน้อยลงเหลือเพียง 1 เดือนหลังจากเปิดฝา
- การเก็บรักษา : เก็บรักษาที่อุณหภูมิห้อง ไม่ให้โดนความชื้น
- ด้านการบรรจุ : บรรจุ 2 ขนาดคือ
- ขนาดบรรจุ 700 กรัม : กระป๋อง
- ขนาดบรรจุ 700 กรัม : ซอง
- ขนาดบรรจุ 360 กรัม : กล่อง

ด้านการคุ้มครอง

คุ้มครองผลิตภัณฑ์เพื่อรักษาไม่ให้สัมผัสกับก๊าซ ออกซิเจน และความชื้นซึ่งจะทำให้ปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์ ทำให้ผลิตภัณฑ์เปลี่ยนรูปโดยจับตัวเป็นก้อน

5. อาหารเสริมสำหรับเด็กทารก

- ลักษณะทางกายภาพ : ผง (ของแข็ง)
- อายุของผลิตภัณฑ์ : อายุการเก็บรักษานาน 3 ปีนับแต่วันผลิต แต่เมื่อเปิดให้ผลิตภัณฑ์ได้สัมผัสอากาศหรือความชื้น ระยะเวลาในการเก็บจะลดน้อยลงเหลือ

เพียง 1 เดือนหลังจากเปิดฝาสําหรับกระป๋อง และอายุการเก็บ 2 สัปดาห์ สําหรับแบบบรรจุกล่อง

- การเก็บรักษา : เก็บรักษาที่อุณหภูมิห้อง ไม่ให้โดนความชื้น
- ด้านการบรรจุ : บรรจุ 1 ขนาดคือ
- ขนาดบรรจุ 400 กรัม : กระป๋อง
 - ขนาดบรรจุ 400 กรัม : ซอง

ด้านการคุ้มครอง

คุ้มครองผลิตภัณฑ์เพื่อรักษาไม่ให้สัมผัสกับก๊าซ ออกซิเจน และความชื้นซึ่งจะทำให้ปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์ ทำให้ผลิตภัณฑ์เปลี่ยนรูปโดยจับตัวเป็นก้อน และเปลี่ยนสีจางลงได้

6. แผ่นฉนวนหอรอบกรอบ

- ลักษณะทางกายภาพ : ของแข็งเป็นแผ่น หรือเกล็ด มีลักษณะเปราะแตกหักได้ง่าย
- อายุของผลิตภัณฑ์ : อายุการเก็บรักษานาน 1 ปีนับแต่วันผลิต
- การเก็บรักษา : เก็บรักษาที่อุณหภูมิห้อง ไม่ให้โดนความชื้น และอากาศเป็นเวลานาน
- ด้านการบรรจุ : บรรจุ 2 ขนาดคือ
- ขนาดบรรจุ 340 กรัม : กล่อง
 - ขนาดบรรจุ 30 กรัม : ภาชนะ

ด้านการคุ้มครอง

คุ้มครองผลิตภัณฑ์เพื่อรักษาไม่ให้สัมผัสกับก๊าซ ออกซิเจน และความชื้นซึ่งจะทำให้ปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์ ทำให้ผลิตภัณฑ์นิ่ม ไม่กรอบ และทำให้เกิดกลิ่นเหม็นหืนไม่น่ารับประทาน อีกทั้งยังต้องการการคุ้มครองจากการกระแทกทำให้ผลิตภัณฑ์แตกหัก ไม่น่ารับประทาน

7. เครื่องดื่มฉนวนหอรสําเร็จรูป

- ลักษณะทางกายภาพ : ผง (ซองแข็ง) รวมกับเกล็ดเล็ก ๆ
- อายุของผลิตภัณฑ์ : อายุการเก็บรักษานานเป็นปีนับแต่วันผลิต แต่เมื่อเปิดให้ผลิตภัณฑ์ได้สัมผัสอากาศหรือความชื้น ระยะเวลาในการเก็บจะลดน้อยลงหลังจากเปิดฝาส
- การเก็บรักษา : เก็บรักษาที่อุณหภูมิห้อง ไม่ให้โดนความชื้นและอากาศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สําหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ด้านการบรรจุ : บรรจุ 1 ขนาดคือ
- ขนาดบรรจุ 300 กรัม : กระปุก
 - ขนาดบรรจุ 300 กรัม : ซอง
 - ขนาดบรรจุ 300 กรัม : กล่อง

ด้านการคุ้มครอง

คุ้มครองผลิตภัณฑ์เพื่อรักษาไม่ให้สัมผัสกับก๊าซ ออกซิเจน และความชื้นซึ่งจะทำให้ปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์ ทำให้ผลิตภัณฑ์เปลี่ยนรูปโดยจับตัวเป็นก้อน และเปลี่ยนสีจางลงได้

8. เต้าฮวยนมสด

- ลักษณะทางกายภาพ : ของแข็งมีลักษณะเป็นพุดดิ้ง อาจมีส่วนผสมของผลไม้
- อายุของผลิตภัณฑ์ : อายุการเก็บรักษาประมาณ 10 วัน (ขึ้นอยู่กับอุณหภูมิที่เก็บรักษา) ควรทานให้หมดภายในครั้งเดียว หลังจากเปิด
- การเก็บรักษา : แช่เย็นที่อุณหภูมิตู้เย็น (5 องศาเซลเซียส)
- ด้านการบรรจุ : บรรจุ 1 ขนาดคือ
- ขนาดบรรจุ 150 กรัม : ถ้วย (สำหรับการทานหมดในครั้งเดียว)

ด้านการคุ้มครอง

คุ้มครองผลิตภัณฑ์เพื่อรักษาไม่ให้สัมผัสกับก๊าซ และออกซิเจนซึ่งจะทำให้ปฏิกิริยากับไขมัน ในนมทำให้ผลิตภัณฑ์เสียได้ บรรจุภัณฑ์ต้องมีลักษณะทนต่อกรดจากผลไม้ได้พอสมควร และรักษากลิ่น รสชาติ และสีสันทให้คงเดิม

9. คัสตาร์ด

- ลักษณะทางกายภาพ : ของแข็งมีลักษณะเป็นพุดดิ้ง อาจมีส่วนผสมของผลไม้
- อายุของผลิตภัณฑ์ : อายุการเก็บรักษาประมาณ 10 วัน (ขึ้นอยู่กับอุณหภูมิที่เก็บรักษา) ควรทานให้หมดภายในครั้งเดียว หลังจากเปิด
- การเก็บรักษา : แช่เย็นที่อุณหภูมิตู้เย็น (2-8 องศาเซลเซียส)
- ด้านการบรรจุ : บรรจุ 1 ขนาดคือ
- ขนาดบรรจุ 90 กรัม : ถ้วย (สำหรับการทานหมดในครั้งเดียว)

ด้านการคุ้มครอง

คุ้มครองผลิตภัณฑ์เพื่อรักษาไม่ให้สัมผัสกับก๊าซ และออกซิเจนซึ่งจะทำให้ปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์ทำให้เสียได้ และรักษากลิ่น รสชาติ และสีสันทให้คงเดิม

10. เนยสด

- ลักษณะทางกายภาพ : ของเหลวครีมข้น และออกรสเปรี้ยว อาจมีส่วนผสมของผลไม้
- อายุของผลิตภัณฑ์ : อายุการเก็บรักษาประมาณ 3-4 เดือน (ขึ้นอยู่กับอุณหภูมิที่เก็บรักษา)
ควรทานให้หมดภายในครั้งเดียว หลังจากเปิด
- การเก็บรักษา : แช่เย็นที่อุณหภูมิตู้เย็น (2-8 องศาเซลเซียส)
- ด้านการบรรจุ : บรรจุ 1 ขนาดคือ
- ขนาดบรรจุ 250 กรัม : ถาด

11. ครีมชีสข้น

- ลักษณะทางกายภาพ : ของเหลวครีมข้นหนืด
- อายุของผลิตภัณฑ์ : อายุการเก็บรักษาประมาณ 3-4 เดือน (ขึ้นอยู่กับอุณหภูมิที่เก็บรักษา)
ควรทานให้หมดภายในครั้งเดียว หลังจากเปิด
- การเก็บรักษา : แช่เย็นที่อุณหภูมิตู้เย็น (5 องศาเซลเซียส)
- ด้านการบรรจุ : บรรจุ 1 ขนาดคือ
- ขนาดบรรจุ 250 กรัม : ถาด

2.3.2 ปัจจัยที่ทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมและหมดคุณค่า

การเสื่อมสภาพนั้นมีได้ 2 กรณีคือทางกายภาพ เช่น การแตกหัก และทางด้านชีวภาพ เช่น การบูด เกิดกลิ่นเหม็นหืน ซึ่งอาจเกิดจากปัจจัยหลาย ๆ อย่าง ดังนี้

1. ก๊าซและอากาศ ซึ่งไปทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดการเสื่อมคุณภาพ เช่น เกิดการบูดเสีย นิ่ม หรือเกิดกลิ่นไม่ชวนทาน ทำให้ไม่อร่อย
2. ความชื้น จะส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นผงทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง จับตัวเป็นก้อน และมีกลิ่นเหม็นหืน
3. ความร้อน อุณหภูมิที่สูงจะทำให้ผลิตภัณฑ์เสียเร็ว สำหรับผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นต้องเก็บในอุณหภูมิตู้เย็น
4. แร่กระแทก ซึ่งทำให้บรรจุภัณฑ์เกิดการรั่วซึมได้ และทำให้ผลิตภัณฑ์แตกหักเสียรูป เกิดความไม่น่าทานได้

2.3.3 วิเคราะห์ และสรุปสิ่งที่ต้องคำนึงถึงเพื่อการคุ้มครองผลิตภัณฑ์

1. บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถป้องกันการซึมผ่านของอากาศหรือความชื้นจากภายนอกได้
2. สามารถปกป้องรส และกลิ่นให้คงสภาพและคุณสมบัติเหมือนตอนก่อนการทำการบรรจุให้ได้มากที่สุด
3. บรรจุภัณฑ์ต้องไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์
4. มีความแข็งแรง สามารถกันการกระแทก และเสียดสีได้พอสมควรขณะทำการขนส่ง และเก็บรักษา
5. มีอายุการใช้งานได้นานเหมาะสมกับอายุผลิตภัณฑ์
6. มีราคาที่เหมาะสม

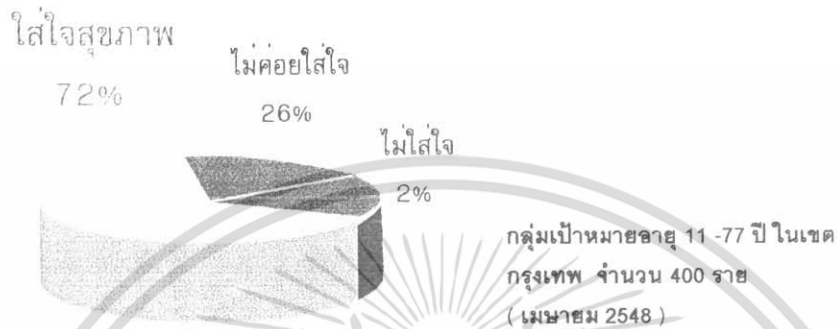


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 ข้อมูลด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

2.4.1 ขนาดและแนวโน้มของตลาดสินค้าเพื่อสุขภาพ

จากการวิจัย "สุขภาพคนกรุงเทพฯดีแค่ไหน" ของซีวิจิตโพล พบว่าเปอร์เซ็นต์ของกลุ่มผู้ดูแลและใส่ใจสุขภาพของตนเองมีถึง 72 %



ภาพที่ 2.4.1 แผนภาพแสดงแนวโน้มการดูแลสุขภาพของคนกรุงเทพฯ

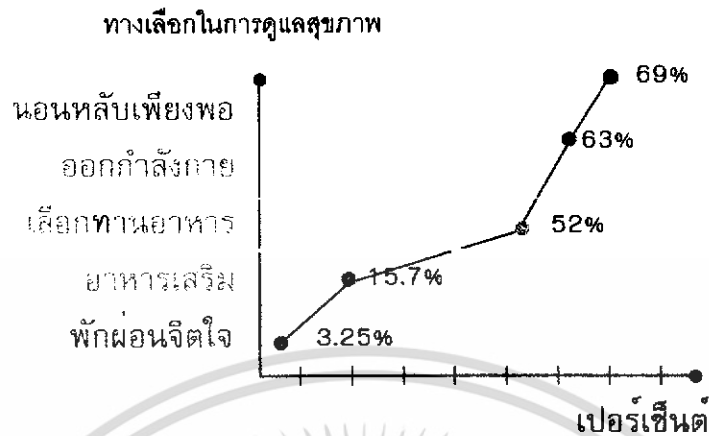
และจากผลการวิจัยสุขภาพกลุ่มเป้าหมายและบุคคลในครอบครัวพบว่า 15.6% มีโรคประจำตัว และ 47.25% ของครัวเรือนมีอย่างน้อย 1 คนเป็นโรค พบว่าโรคที่เป็นมากที่สุดคือ "โรคภูมิแพ้" ซึ่งเกือบทุกช่วงอายุเป็นมากที่สุด ในขณะที่โรคอื่น ๆ จะเริ่มเป็นมากขึ้นเมื่ออายุมากขึ้น

ตารางแสดงโรคประจำตัวแยกตามอายุ

เด็กและวัยรุ่น (ต่ำกว่า 20 ปี)	85% ของผู้ป่วยวัยนี้เป็นโรคภูมิแพ้
วัยทำงาน (20-40ปี)	55.9% และป่วยเป็นโรคอื่น ๆ มากขึ้น
กลุ่มอายุ 41-60 ปี	35.21% เป็นโรคภูมิแพ้ , ความดันสูง 27 % , เบาหวาน 14%
ผู้สูงอายุ (60 ปีขึ้นไป)	ความดันสูง 43%, เบาหวาน 21.8%, โรคหัวใจ 20%

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีในการดูแลสุขภาพของคนกรุงเทพ ทั้งของตนเองและครอบครัวด้วยวิธีการต่อไปนี้



ภาพที่ 2.4.2 แผนภาพแสดงทางเลือกในการดูแลสุขภาพของคนกรุงเทพ

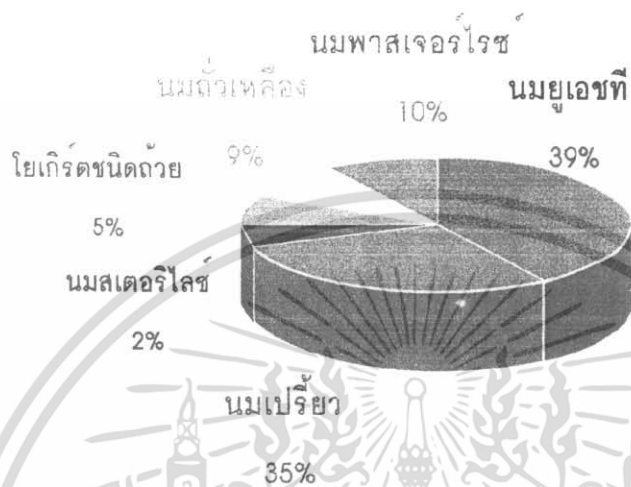
ซึ่งจะเห็นได้ว่าวิธีในการดูแลสุขภาพที่ได้รับการใส่ใจเป็นอันดับต้น ๆ คือการเลือกทานอาหารที่มีประโยชน์เพื่อป้องกัน และเสริมสร้างภูมิคุ้มกัน อีกทั้งยังเป็นการทานเพื่อซ่อมแซมและบำรุงรักษาให้ถูกกับโรคได้อีกด้วย จึงเป็นช่องทางการเติบโตอย่างหนึ่ง ของตลาดของสินค้าเพื่อสุขภาพ ซึ่งตอบรับกับสภาวะความเป็นอยู่ของคนกรุงเทพที่มีอัตราความเสี่ยงต่อการเป็นโรคสูงทำให้ต้องมีการใส่ใจดูแลสุขภาพเป็นพิเศษ

เพียงเท่านี้ก็ทำให้เข้าใจได้ว่า ปัจจุบันผู้บริโภคมีการให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้น อีกทั้งยังมีอัตราผู้ที่มีโรคประจำตัวเพิ่มกลุ่มผู้รักสุขภาพจึงแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มคือ มีโรคและต้องดูแลรักษา และกลุ่มที่ไม่ได้มีโรคประจำตัวแต่ดูแล เพื่อป้องกัน แนวโน้มกระแสสุขภาพยังมีอัตราขายดี และแนวโน้มเติบโตสังเกตจากการเติบโตของสินค้าเพื่อสุขภาพ และหนังสือ นิตยสารเพื่อสุขภาพ ซึ่งผู้บริโภคศึกษาเกี่ยวกับสุขภาพมากขึ้น

2.4.2 ขนาดตลาด ส่วนแบ่งตลาด และแนวโน้มของตลาดสินค้าประเภทนม

ขนาดตลาดและส่วนแบ่งการตลาด

ตลาดนมพร้อมดื่มมีมูลค่าตลาดรวมประมาณ 23,000 ล้านบาท



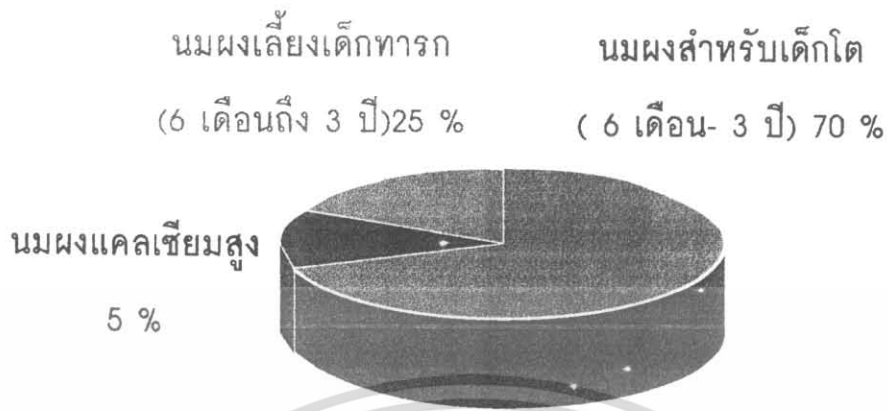
ภาพที่ 2.4.3 แผนภาพแสดงส่วนแบ่งตลาดนมพร้อมดื่ม

1. นมยูเอชที มีขนาดใหญ่ที่สุดประมาณ 9,000 ล้านบาท หรือ 39% ตลาดนี้มีแบรนด์พรีเมสต์ เป็นผู้นำตลาด
2. นมเปรี้ยว มีส่วนแบ่งตลาด 8,000 ล้านบาท หรือ 35% ผู้นำตลาดคือแบรนด์ดัชมิลล์
3. นมพาสเจอร์ไรซ์ มีส่วนแบ่งตลาด 2,300 ล้านบาท หรือ 10% ผู้นำตลาดคือแบรนด์เมจิ
4. นมถั่วเหลือง มีส่วนแบ่งตลาด 2,000 ล้านบาท หรือ 9% ผู้นำตลาดคือแบรนด์ไวตาลี
5. โยเกิร์ตชนิดถ้วย มีส่วนแบ่งตลาด 1,200 ล้านบาท หรือ 5% 6. นมสเตอริไลซ์ มีส่วนแบ่งตลาด 500 ล้านบาท หรือ 2% ผู้นำตลาดคือแบรนด์ตราหมี

นมพาสเจอร์ไรซ์แม้จะมีสัดส่วนกำไรมากกว่านมยูเอชที แต่กลับมีข้อจำกัดในเรื่องของอายุสินค้าที่ไม่สามารถเก็บไว้ได้นาน ดังนั้นจึงมีการแข่งขันกันสร้างความแข็งแกร่งด้านช่องทางการกระจายสินค้า เพราะหากมีสินค้าคือนเป็นสัดส่วนที่สูงแล้วย่อมไม่คุ้มทุน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตลาดนมผง มูลค่าตลาดนมผง 20,000 ล้านบาท



ภาพที่ 2.4.4 แผนภาพแสดงส่วนแบ่งตลาดนมผง

1. นมผงสำหรับเด็กโตแบ่งตลาดเป็นนมผงธรรมชาติและนมผงปรุงแต่ง หรือนมผงสูตรต่อเนื่อง
2. นมผงเลี้ยงเด็กทารก เพื่อกลุ่มคุณแม่ที่ต้องทำงานนอกบ้าน ซึ่งไม่ประสบผลสำเร็จนัก มีอัตราการจำหน่ายลดลง 2% ต่อปี เนื่องจากได้รับการสนับสนุนให้ใช้นมแม่เลี้ยงทารก
3. นมผงแคลเซียมสูง ตลาดนมผงแคลเซียมสูงมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคเป็นห่วงเป็นใยสุขภาพมากขึ้น

ส่วนตลาดผลิตภัณฑ์นมอื่น ๆ คาดว่ามีมูลค่าแต่ละปีสูงกว่า 10,000 ล้านบาท โดยแยกเป็นผลิตภัณฑ์นมที่สำคัญคือ นมข้นหวาน, ไอศกรีม, ผลิตภัณฑ์เนย, เครื่องดื่มต่าง ๆ และขนมคบเคี้ยวบางประเภท

แนวโน้มของตลาด

"นม" เครื่องดื่มที่ทุกคนรู้ว่า มีประโยชน์และเข้าถึงคนไทยทุกหย่อมหญ้า แต่หนีไม่พ้นถูกกระทบจากเครื่องดื่มอื่นๆ ด้วยลูกค้าหลักที่เป็นกลุ่มเดิมๆ ขณะที่ลูกค้าใหม่เข้ามายาก หน้าที่กระตุ้นและเพิ่ม ทั้ง Value และ Volume จึงทำให้ตลาดนมมีหลายเช็กเมนต์และเป็นมากกว่าเครื่องดื่ม นมตัวเดียวไม่สามารถสนองความต้องการลูกค้าทุกกลุ่มได้อีกต่อไป ลูกค้าแต่ละวัยมีความต้องการต่างกัน นมจึงเป็นเครื่องดื่มที่ไม่ต้องอิงกับความสนุกสนานและต้องเกาะติดความทันสมัย (Trend) วาสนา พงศ์พิสุทธิโกศล ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท ฟรீสแลนด์ ฟู้ดส์ โฟร์ โมสต์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เล่าถึง จุดเปลี่ยนของการทำตลาดนมในประเทศไทย จึงจำเป็นต้องกระตุ้นให้ตลาดนี้เติบโตทั้งในด้าน Value และ Volume ด้วยการแบ่งนมออกเป็นเช็กเมนต์ตามประโยชน์และกลุ่มลูกค้า ทำให้ตลาดนมก้าวเข้าสู่ยุคเฉพาะด้านหรือที่เรียกว่า

Functional milk

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การแบ่งกลุ่มลูกค้า(แบ่งเซ็กเมนต์) ให้แต่ละตลาดแข่งขันกันที่ประโยชน์และความต้องการ เฉพาะที่แต่ละกลุ่มต้องการ เพื่อหวังขยายผลไปยังผู้บริโภคใหม่และเพิ่มการตีตลาดเดิมแล้ว เช่น กรณีลูกค้าเด็ก กลุ่มวัยรุ่นจะเน้นโยเกิร์ตและโยเกิร์ตพร้อมดื่ม ส่วนผู้ใหญ่มีนมชาตมันเนย ไขมัน 0% กลุ่มครอบครัว หรือสำหรับผู้ที่ต้องการแคลเซียม เช่นกลุ่มผู้หญิงมีครรภ์ เป็นต้น อีกทั้ง ยังต้องสร้างความหลากหลาย เพื่อให้ลูกค้าไม่จำเจและเพิ่มทางเลือกสำหรับลูกค้า โดยมี รสชาติ และแพ็คเกจจิ้ง เป็น 2 เครื่องมือหลักในการกระตุ้นลูกค้าเดิมและลูกค้าใหม่ โดยเฉพาะ กลุ่มเป้าหมายปัจจุบันที่มองเรื่อง สุขภาพ และคุณค่าของนมเป็นหลัก ซึ่ง"นมฟังก์ชันแนล" จะ กลายเป็นทั้งเทรนด์ของตลาดนมและเทรนด์ความต้องการลูกค้า ซึ่งคาดว่าจะมีบริษัทผู้ผลิตนม รายอื่นเปิดตัวนมฟังก์ชันแนลมากขึ้น

2.4.3 ลักษณะการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในโครงการจะเป็นลักษณะวางสินค้าแบ่งแยกตามประเภทของ ผลิตภัณฑ์คู่ไปกับสินค้าของคู่แข่งในส่วนของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดในชั้นวางสินค้าของ ห้างสรรพสินค้า คอนวีเนียนสโตร์ หรือ ซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไป จึงต้องทำให้เกิดเอกลักษณ์ร่วมใน ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดเพื่อให้เกิดการจดจำและน่าเชื่อถือ อีกทั้งยังต้องคำนึงถึงความโดดเด่นสะดุด ตา และมีความชัดเจนในรูปภาพลักษณะของสินค้าและกลุ่มเป้าหมาย เมื่อนำมาวางบนชั้นแข่งกับ สินค้าของคู่แข่ง

2.4.4 สถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

สถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในโครงการจะอยู่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑลเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากความเหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคที่มีลักษณะการดำเนินชีวิตที่เร่งรีบ และปัญหาด้านการ ดูแลสุขภาพซึ่งเป็นปัญหาของคนเมือง ดังที่ได้มีการทำการสำรวจมาข้างต้น

2.4.5 วิเคราะห์ และสรุปข้อมูลด้านการตลาดที่มีผลต่อการออกแบบ

จากข้อมูลทางการตลาดทั้งหมด สามารถสรุปเป็นแนวทางไปใช้ในการวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดและเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการออกแบบของโครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์นมแพะแปรรูปเพื่อสุขภาพได้ดังนี้ คือ

การกำหนดค่าความสำคัญทางการตลาดในโครงการ



ภาพที่ 2.4.5 แผนภาพแสดงค่าความสำคัญทางการตลาดของโครงการ

BRAND

กำหนดค่า Brand 20% เนื่องจากเป็น brand ใหม่ยังไม่เป็นที่รู้จักในระยะแรกจึงยังไม่เน้น การใช้ตราสินค้าเป็นจุดขาย แต่จะเน้นสร้างความน่าเชื่อถือในคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้กับ brand

PRODUCT

กำหนดค่าความสำคัญกับ Product 50% เนื่องจากตัวผลิตภัณฑ์เองมีคุณลักษณะเด่นที่ไม่มีในผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันสามารถนำเสนอกับกลุ่มเป้าหมายได้

TARGET

กำหนดค่าความสำคัญ Target 30% เนื่องจากผู้บริโภคเป็น Nich Market มีลักษณะ life style เฉพาะกลุ่ม และเป็นกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่ในตลาดสินค้าประเภทนมจึงให้ความสำคัญรองลงมา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

SWOT ANALYSIS

Strengths

ผู้ผลิตมีมีศักยภาพสูงในด้านการผลิตมีฟาร์มแพะเป็นของตัวเองอยู่แล้ว และผ่านกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพนำเข้าเทคโนโลยีจากต่างประเทศ มีการควบคุมคุณภาพการผลิตทั้งยังได้ศึกษาจนมีความรู้ และเป็นผู้เชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะ ผลิตภัณฑ์นมแพะเป็นสินค้าที่คุณภาพ และคุณประโยชน์ที่แตกต่างจากคู่แข่งนมโคจับกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะ มีการแบ่ง segment ของตัวผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มผู้บริโภคทั้งทางด้านความต้องการทางโภชนาการและด้านทัศนคติในแต่ละวัย

Weaknesses

มีการนำเข้าซึ่งวัตถุดิบ และเทคโนโลยีจากต่างประเทศ จากกระบวนการผลิตที่มีต้นทุนสูง ทำให้การวางราคาสินค้าอยู่ในระดับราคาค่อนข้างสูง นมแพะเป็นสินค้าใหม่ชื่อเสียงยังไม่เป็นที่รู้จักนัก และผู้บริโภคยังไม่มีความคุ้นเคย และมีส่วนที่ยังมีทัศนคติในทางลบไม่ทราบถึงคุณค่าที่แตกต่างของนมแพะ การทำตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์จึงจำเป็นต้องอาศัยการตลาดเข้ามาช่วยมาก

Opportunity

โอกาสของผลิตภัณฑ์มีแนวโน้มไปในทางที่ดี จากภาวะการใส่ใจสุขภาพถึง 72% และการเพิ่มขึ้นของผู้มีโรคที่ต้องดูแลสุขภาพเป็นพิเศษ ทั้งในกลุ่มนี้ยังมีกำลังซื้อสูง โดยการดูแลสุขภาพด้วยการทานอาหารที่ดีกับสุขภาพอยู่ในอันดับต้น ๆ ในตลาดยังไม่มีผู้ผลิตสินค้านี้โดยตรงทางบริษัทจึงเป็นผู้ผลิตรายแรกในตลาด

Threat

การแข่งขันในตลาดประเภทนมมีการแย่งชิงพื้นที่บนตลาดค่อนข้างสูง มีการทำการตลาดและผลิตสินค้าใหม่ ๆ ออกมาแข่งกันสูง อีกทั้งยังมีคู่แข่งในส่วนของสินค้าเพื่อสุขภาพอื่น ๆ ได้อีก

MARKETING TOOL (4P)

Product

What

ผลิตภัณฑ์แปรรูปเพื่อสุขภาพจากนมแพะแบ่งเป็น 2 กลุ่มหลัก ๆ

1. สินค้าหลักในโครงการเน้นสุขภาพเป็นหลัก

- นมพาสเจอร์ไรส์
- นมเปรี้ยวพร้อมดื่ม
- โยเกิร์ต
- นมผงพร้อมชง
- เครื่องดื่มธัญญาหารพร้อมชง
- ซีเรียลอาหารเช้า

2. สินค้ารองในโครงการ เพิ่มทางเลือกและความหลากหลายในตัวสินค้า

- เต้าฮวยนมสด
- คัสตาร์ด
- ครีมชีสชั้น
- เนยสด

who, when, where, why

กลุ่มผู้บริโภคที่รักและใส่ใจสุขภาพเป็นพิเศษ ทั้งชาย-หญิง ฐานะ B+ ขึ้นไปอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล โดยสินค้าแต่ละประเภทจะจับกลุ่มวัย ความต้องการที่แตกต่างกัน เป็นสินค้าพร้อมดื่มและกึ่งสำเร็จรูป เพื่อสุขภาพที่ดีของตน

Price

ปัจจุบันยังไม่มีผู้นำตลาดอยู่ก่อน เป็นเจ้าแรกที่จะวางสินค้าสู่ตลาด จากต้นทุนการผลิตและลักษณะเด่นของนมดิบแพะและการวางตำแหน่งให้เป็นสินค้ามีระดับ จึงตั้งราคาสูงเพื่อคุณภาพที่คุ้มค่าสำหรับผลิตภัณฑ์นมแพะ ส่วนผลิตภัณฑ์แปรรูปอื่นๆ จะวางตำแหน่งในระดับราคาสูงกว่าสินค้าในตลาดแต่ไม่เท่าตัวนมแพะ

Place

การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมแพะแปรรูปมีดังนี้

1. Health Care Stores เช่น Lemon Farm, Gloden Place
2. Health & Beauty care stores (Ex. Booth)
3. Hospital (ในสวนแผนกผู้ป่วยพักฟื้น)
4. Supermarket

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Promotion

1. สร้างความน่าเชื่อถือ

- ทำกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ร่วมกับทางโรงพยาบาลต่าง ๆ
- ทำการประชาสัมพันธ์โดยมีการรับรองคุณภาพจากบุคคลหรือองค์กรที่น่าเชื่อถือ

2. ให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้า, ประโยชน์กับผู้บริโภค

- สร้างเว็บไซต์แนะนำเกี่ยวกับสินค้า และให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพ
- จัดทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสุขภาพ
- ออกนิติตดลองชิม เพื่อสร้างความคุ้นเคยแก่ผู้บริโภค

3. ให้ความสำคัญในรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ให้สามารถสื่อถึงกลุ่มเป้าหมาย และสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภครู้สึกถึงความเหมาะสมกับวิถีชีวิต และความต้องการ

MARKETING STRATEGY

กลยุทธ์ที่เหมาะสมในการนำมาใช้ ในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายคือการกระจายสินค้า และเจาะไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยตรง โดยการแบ่งกลุ่มลูกค้า (แบ่งเชิงเมานท์) ให้แต่ละตลาดแข่งขันกันที่ประโยชน์และความต้องการเฉพาะของแต่ละกลุ่มต้องการ ซึ่งแบ่งกลุ่มลูกค้าออกได้เป็น 6 กลุ่ม

- คือ
- 1) ทารก 6-11 เดือน
 - 2) วัยเด็ก 5-12 ปี
 - 3) วัยรุ่น 13- 22 ปี
 - 4) วัยทำงาน 23 - 44 ปี
 - 5) วัยทำงานตอนปลาย-สูงอายุ 45 ปีขึ้นไป
 - 6) หญิงตั้งครรภ์และให้นมลูก

2.5 ข้อมูลด้านคู่แข่ง

2.5.1 เปรียบเทียบภาพลักษณ์โดยรวมคู่แข่งชั้นผลิตภัณฑ์นมในท้องตลาด



พิจารณาคู่แข่งขันในระดับตราสินค้าของผู้ผลิตซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อผลิตภัณฑ์ในโครงการ โดยยังไม่รวมถึงผู้ผลิตรายย่อยต่าง ๆ โดยพฤติกรรมการซื้อนมแพะจะใกล้เคียงกับการบริโภคนมโค ดังนั้นในส่วนของผู้แข่งขันกลุ่มเด็กทารกและหญิงตั้งครรภ์จะพิจารณาผลิตภัณฑ์นมผงพร้อมชงเป็นหลัก ส่วนกลุ่มวัยทำงาน (25-44ปี) จะพิจารณาถึงอุตสาหกรรมนมพร้อมดื่มส่วนใหญ่เป็นนมวัว และนมถั่วเหลือง ซึ่งเป็นเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่มีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่องสรุปได้ดังนี้

กลุ่มเด็กทารกและหญิงตั้งครรภ์

1. บริษัท มิซัน เฮลท์ ฟู้ด จำกัด

ตารางแสดงผลิตภัณฑ์ ของบริษัท มิซัน เฮลท์ ฟู้ด จำกัด







แรกเกิด	6 เดือน - 1ปี	1 ปี - 3 ปี	หญิงตั้งครรภ์	หญิงให้นมบุตร
		 <p>นมผงมิซันชนิดธรรมดา ชนิดละลายได้ทันที สำหรับเด็กวัย 1 ขวบขึ้นไป จำหน่ายในรูปแบบซองฟอลด์ ขนาด 700 กรัม</p>	 <p>นมผงมิซัน มีมี-แคร์ นมผงปรุงแต่ง พร้อมวิตามิน กลิ่นวานิลลา สำหรับสตรีมีครรภ์ จำหน่ายในรูปแบบซองขนาด 350 กรัมและ 700 กรัม</p>	

บริษัท มิซัน เฮลท์ ฟู้ด จำกัด ได้ร่วมมือกับบริษัทในเครือ คือ บริษัท แชนนิทาเรียม จากประเทศออสเตรเลีย ทำการขยายฐานทางธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ ให้หลากหลาย มากขึ้น โดยทางบริษัทแชนนิทาเรียม ได้ส่งบุคลากรมาร่วมทำงานในบริษัท มิซันเฮลท์ฟู้ด ตั้งแต่บัดนั้น เป็นต้นมา จนถึงปัจจุบัน เพื่อการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมผงมิซัน แทนโรงพยาบาลมิซัน จึงทำให้มีความน่าเชื่อถือในตัวผู้ผลิต แต่ยังไม่ให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์และ การโฆษณามากนัก

2.บริษัท เนสท์เล่ แครี่ (ประเทศไทย) จำกัด

ตารางแสดงผลิตภัณฑ์ ของบริษัท เนสท์เล่ แครี่ (ประเทศไทย) จำกัด

Nestlé

นมเด็ก 6 เดือน - 1ปี	1 ปี - 3 ปี	หญิงตั้งครรภ์	
 นมเด็ก 1 แลคโตเจน สูตร 1 สำหรับทารก 6 เดือน - 1ปี			
 แลคโตเจน สูตร 1 ทารก 6 เดือน - 3 ปี	 นมแม่ สูตร 2 ทารก 6 เดือน - 3 ปี		
			

เนสท์เล่เป็นผู้ผลิตสินค้าที่เป็นที่รู้จักมีผลิตภัณฑ์อาหารอยู่หลากหลาย โดยเป็นที่รู้จักจากการเริ่มต้นด้วยอาหารประเภทนมและอาหารสำหรับเด็กทารก เนสท์เล่เน้นกลุ่มเป้าหมายอาหารคุณภาพเพื่อทุกช่วงวัย

3.บริษัท ดูเม็กซ์ จำกัด

ตารางแสดงผลิตภัณฑ์ ของบริษัท ดูเม็กซ์ จำกัด



ตราสินค้า	6 เดือน - 1 ปี	1 ปี - 3 ปี	หญิงตั้งครรภ์	หญิงให้นมบุตร
 Duoce นมผงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี	 Duoce 1 Duoce 2	โดคิว 1 พลัส สูตรผสมนมวัวกับปลา + นมไขมันสกัดจากนมผงและ ไอโซฮาทาร์ สำหรับเด็กอายุ 1 ปีขึ้นไป มี 2 รส ช็อคโกแลต	 Duoce	 Duoce
 Dupro นมผงคัดแปดสูตรคัดเลือก สำหรับทารกและเด็กเล็ก 6 เดือน - 1 ปี	 Dupro 1 Dupro 2	ดูโปร 1 พลัส สูตรผสมนมผงคัดคัด และไอโซฮาทาร์ สำหรับเด็กอายุ 1 ปี ขึ้นไป มี 2 รส ช็อคโกแลต	โดคิวมาวา สูตรผสมนมวัวกับปลา + นมไขมันสกัดจากนมผงและ ไอโซฮาทาร์ สำหรับสตรีตั้งครรภ์ มี 2 รส	 Dupro
	 Guan	ดูโกร 1 พลัส สูตรผสมนมโกลบและไอโซฮาทาร์ สำหรับเด็กอายุ 1 ปีขึ้นไป มี 1 รส ช็อคโกแลต		
	 Guan	ดูมิกค์ นมปรุงแต่งรสพิเศษ และ นมผงธรรมชาติรสชาติน้ำผึ้ง สำหรับเด็กอายุ 1 ปีขึ้นไป		








ดูเม็กซ์ ผู้นำตลาดและผู้เชี่ยวชาญด้านโภชนาการและผลิตภัณฑ์นมสำหรับเด็ก ซึ่งมีชื่อเสียงในประเทศไทยมากกว่า 50 ปี เป็นผู้นำเข้าตลาดผลิตภัณฑ์นมสำหรับเด็กในประเทศไทย โดยสัดส่วนทางการตลาดของดูเม็กซ์ในปีที่ผ่านมา มีมากกว่า 30 % ถือเป็นอันดับหนึ่งของตลาด การเติบโตทางธุรกิจของดูเม็กซ์ประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง เพราะดูเม็กซ์เป็นรายแรกที่ พัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ ในตัวสินค้าโภชนาการสำหรับเด็กที่มีประโยชน์ต่อผู้บริโภคมาโดยตลอด และยังหันมาใส่ใจในความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง และยังจัดกิจกรรมให้ความรู้ เพื่อส่งเสริมการขายอีกด้วย

4.บริษัท บริดจอล-ไมเยอร์ส สควิบบ์

มีสินค้าภายใต้ชื่อตรา เอ็นฟามีด เอ็นฟาแล็ค และอะแล็คต้า-เอ็นเอฟ

ตารางแสดงผลิตภัณฑ์ ของบริษัท บริดจอล-ไมเยอร์ส สควิบบ์ ตรา เอ็นฟา








แรกเกิด	6 เดือน - 1ปี	1 ปี - 3 ปี	หญิงตั้งครรภ์	หญิงให้นมบุตร
	 เมมเบคัดแปลงสำหรับทารกที่ประกอบด้วยโปรตีนจากนมวัว 100% ปราศจากแล็คโตส มีกลิ่นและรสชาติเช่นเดียวกับเมมเบคัดแปลงสำหรับทารกสูตรปกติ สำหรับทารกที่มีปัญหาแพ้แล็คโตสหรือน้ำตาลนม   เอ็นฟาแล็ค ดีเอช อาร์เอ ผลิตภัณฑ์นมชนิดละลายทันที สูตรผสมน้ำมันสกัดจากสาหร่ายทะเล สำหรับเด็กแรกเกิด- 1 ปี	  เอ็นฟาโปร ดีเอช อาร์เอ ผลิตภัณฑ์นมชนิดละลายทันที สูตรผสมน้ำมันสกัดจาก สาหร่ายทะเล สำหรับเด็กอายุ 1 ปีขึ้นไป และทุกคนในครอบครัว	 เอ็นฟาม่า	
	 เอ็นฟาโปร ดีเอช อาร์เอ ผลิตภัณฑ์นมชนิดละลายทันที สูตรผสมน้ำมันสกัดจาก สาหร่ายทะเล สำหรับเด็กอายุ 6 เดือน - 3 ปี			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางแสดงผลิตภัณฑ์ ของบริษัท เมดจอห์นสัน-ไมเยอร์ส สควิบบ์ ตราอะแล็คต้า



แรกเกิด	6 เดือน - 1 ปี	1 ปี - 3 ปี	หญิงตั้งครรภ์	หญิงให้นมบุตร
 อะแล็คต้า-เอ็นเอฟ สูตร 1 สำหรับทารกแรกเกิด - วัย 1 ขวบ	 อะแล็คต้า-เอ็นเอฟ แคลซินบงก นมผงปรุงแต่งกลิ่นวานิลลา ชนิดละลายได้วัย 1 ขวบขึ้นไป	 อะแล็คต้า-เอ็นเอฟ ไอแมก้า แคลซินบงก 1 หลั สำหรับ 1 ขวบขึ้นไป		
 อะแล็คต้า-เอ็นเอฟ สูตร 2 สำหรับทารก 6 เดือน - 1 ขวบ	 อะแล็คต้า-เอ็นเอฟ ไอแมก้า แคลซินบงก 3 หลั สำหรับ 3 ขวบขึ้นไป			

บริษัทมีเป้าหมายในการผลิตสินค้าด้านโภชนาการเวชภัณฑ์และสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีคุณภาพสูงสุด เพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิต และสุขภาพที่ดีของผู้บริโภค และเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายในการเป็นผู้นำด้านสินค้าเพื่อสุขภาพ โดยมีศูนย์วิจัยมีด จอห์นสัน มีความน่าเชื่อถือในด้านผู้เชี่ยวชาญด้านโภชนาการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มวัยทำงาน (25-44 ปี)

1. บริษัท โฟร์โมสต์ ฟรีแลนด (ประเทศไทย) จำกัด

ตารางแสดงผลิตภัณฑ์ ของบริษัท โฟร์โมสต์ ฟรีแลนด (ประเทศไทย) จำกัด



Get ready for life

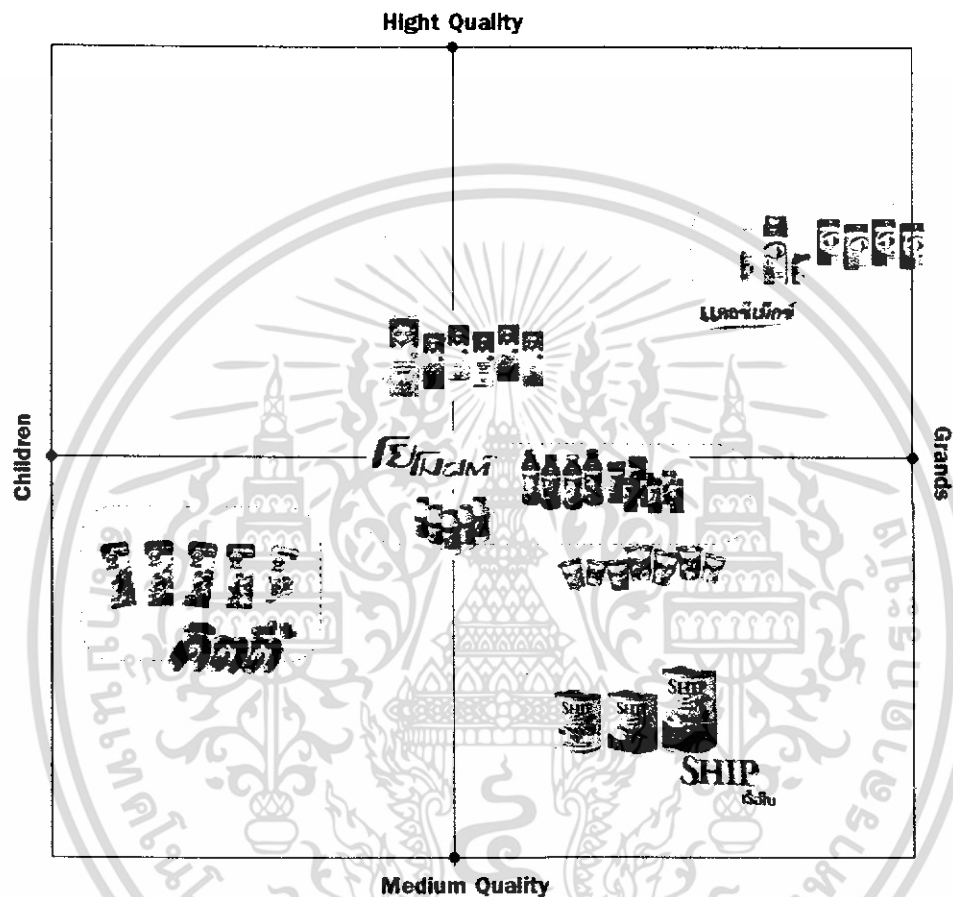
ผลิตภัณฑ์

นมพาสเจอร์ไรส์	นมผง	ซีเรียลอาหารเช้า	นมธัญพืชปรุงแต่งรส	นมเปรี้ยว	โยเกิร์ตพร้อมดื่ม
คิดดี แคนซีเบ็กซ์	แคนซีเบ็กซ์	-	-	Foremost	คิดดี ยิปซัม
โยเกิร์ต	เต้าฮวยนมสด	ไอศกรีมนมสด	คัสตาส	นมขันทหวาน	ครีมชีสขั่น
Foremost	-	Foremost	-	SHIP เร่งโบ	Foremost
เนยสด	นมอัดเม็ด	ลูกอมเคี้ยวหนึบ	คุกกี้		
-	-	-	-		

โฟร์โมสต์ เป็นผู้ผลิตที่มีชื่อเสียงในกลุ่มผลิตภัณฑ์นมและเป็นผู้นำตลาดนม U.H.T มีความหลากหลายในตัวผลิตภัณฑ์โดยโฟร์โมสต์ในฐานะผู้นำตลาดนมพร้อมดื่มที่มีส่วนแบ่งการตลาดประมาณ 50 % แบ่งนมออกเป็น Segment ตามประโยชน์และกลุ่มลูกค้าทำให้ตลาดนมก้าวสู่คุณมเฉพาะด้าน ตามประโยชน์ที่กลุ่มผู้บริโภคต่าง ๆ กันต้องการ โดยแบ่งเป็น สำหรับกลุ่มลูกค้าวัยเด็ก คือ โฟร์โมสต์ คิดดี, กลุ่มวัยรุ่น คือ โยเกิร์ตและโยเกิร์ตพร้อมดื่ม, กลุ่มผู้ใหญ่ คือ นมขาดมันเนยไขมัน 0% กลุ่มครอบครัวจะเป็นรสชาติพื้นฐาน, กลุ่มผู้สูงอายุ โฟร์โมสต์ไอแม็ก 3, เอกสารเป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นมแคลซีแม็ก ที่ต้องการแคลเซียม มุ่งเน้นตลาดระดับบน สังเกตได้จากภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์และราคาจำหน่าย

เนื่องจากมีการแบ่งสินค้าในหลายส่วนของตลาดจึงมีการใช้ตราสินค้าที่หลากหลาย ภายใต้ตราหลักของโฟร์โมสต์



แสดงการกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ในเครือโฟร์โมสต์

โดยปัจจุบัน โฟร์โมสต์แบ่งส่วนลูกค้า เป็น 4 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ kid, teen, Adult, Family และมีการวางตำแหน่งของสินค้าที่มีความหลากหลายทั้งในด้านกลุ่มเป้าหมาย และความหลากหลายของตัวสินค้าในรสชาติต่าง ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.บริษัท ดัชมิลล์ จำกัด

ตารางแสดงผลิตภัณฑ์ของบริษัท ดัชมิลล์ จำกัด



ดัชมิลล์คุณค่าสู่สากล

ผลิตภัณฑ์

นมพาสเจอร์ไรส์	นมผง	ซีเรียลอาหารเช้า	นมธัญพืชปรุงแต่งรส	นมเปรี้ยว	โยเกิร์ตพร้อมดื่ม
	-	-	-	-	ดัชมิลล์ โยเกิร์ต ไอที ดัชมิลล์
โยเกิร์ต	เต้าหู้ยัดนมสด	ไอศกรีมนมสด	คัสตาร์ด	นมขุ่นหวาน	ครีมชีสขุ่น
 ดู-ทีน 	-	-	-	-	-
เนยสด	นมอัดเม็ด	ลูกอมเคี้ยวหนึบ	คุกกี้		
-	-	-	-		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการใช้ 90 ใช้

3.บริษัท เนสท์เล่ แดรี่ (ประเทศไทย) จำกัด

ตารางแสดงผลิตภัณฑ์ ของบริษัท เนสท์เล่ แดรี่ (ประเทศไทย) จำกัด

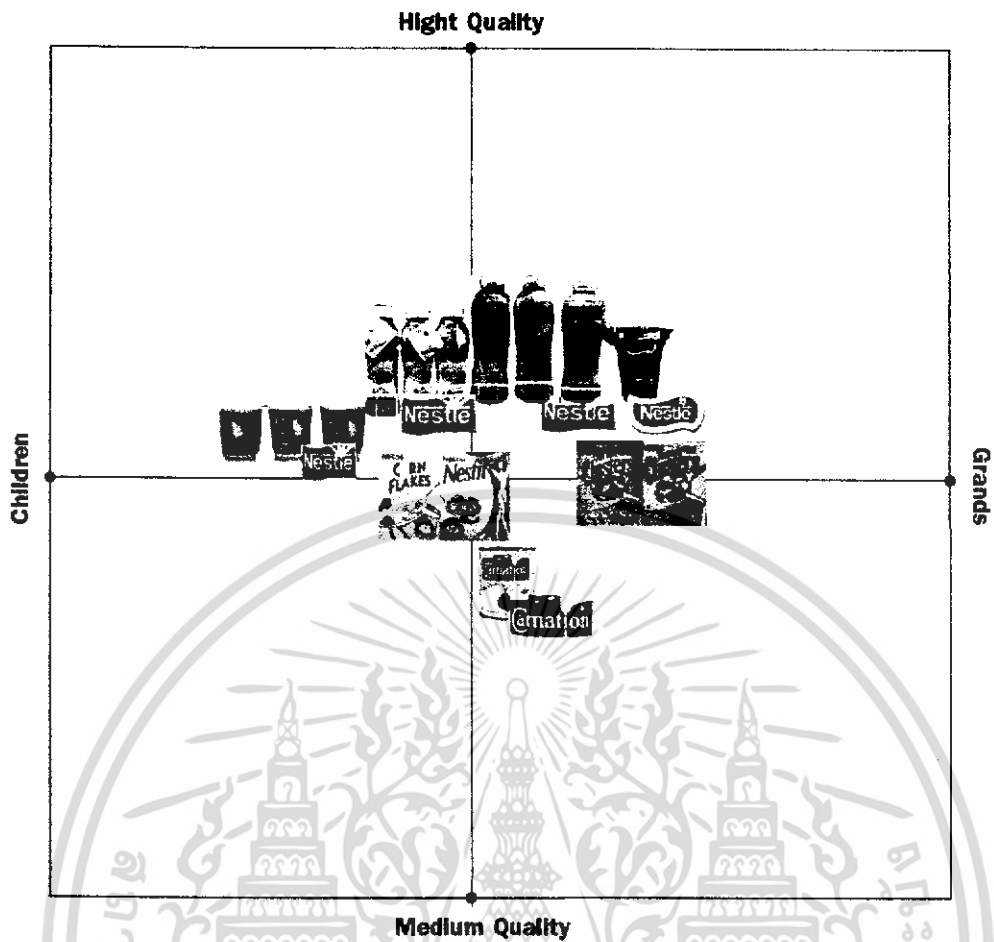


Good food, Good life

ผลิตภัณฑ์

นมพาสเจอร์ไรส์	นมผง	ซีเรียลอาหารเช้า	นมธัญพืชปรุงแต่งรส	นมเปรี้ยว	โยเกิร์ตพร้อมดื่ม
 			-	-	
โยเกิร์ต	เต้าหู้ยักนมสด	ไอศกรีมนมสด	คัสตาร์ด	นมข้นหวาน	ครีมชีสขุ่น
	-	-	-	 	-
เนยสด	นมอัดเม็ด	ลูกอมเคี้ยวหนึบ	คุกกี้		
-	-	-	-		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการใช้



แสดงการกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ในเครือเนสท์เล่

เนสท์เล่เป็นผู้ผลิตสินค้าที่เป็นที่รู้จักมีผลิตภัณฑ์อาหารอยู่หลากหลาย โดยเป็นที่รู้จักจากการเริ่มต้นด้วยอาหารระเภทนมและอาหารสำหรับเด็กทารก เนสท์เล่เน้นกลุ่มเป้าหมายอาหารคุณภาพเพื่อทุกช่วงวัย เน้นกลุ่มหลักคือ กลุ่มครอบครัวและกลุ่มผู้ใหญ่ มีความน่าเชื่อถือ เพราะมีการตั้งศูนย์วิจัยรับรองสำหรับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ

4. บริษัท ซีพี เมจิ จำกัด

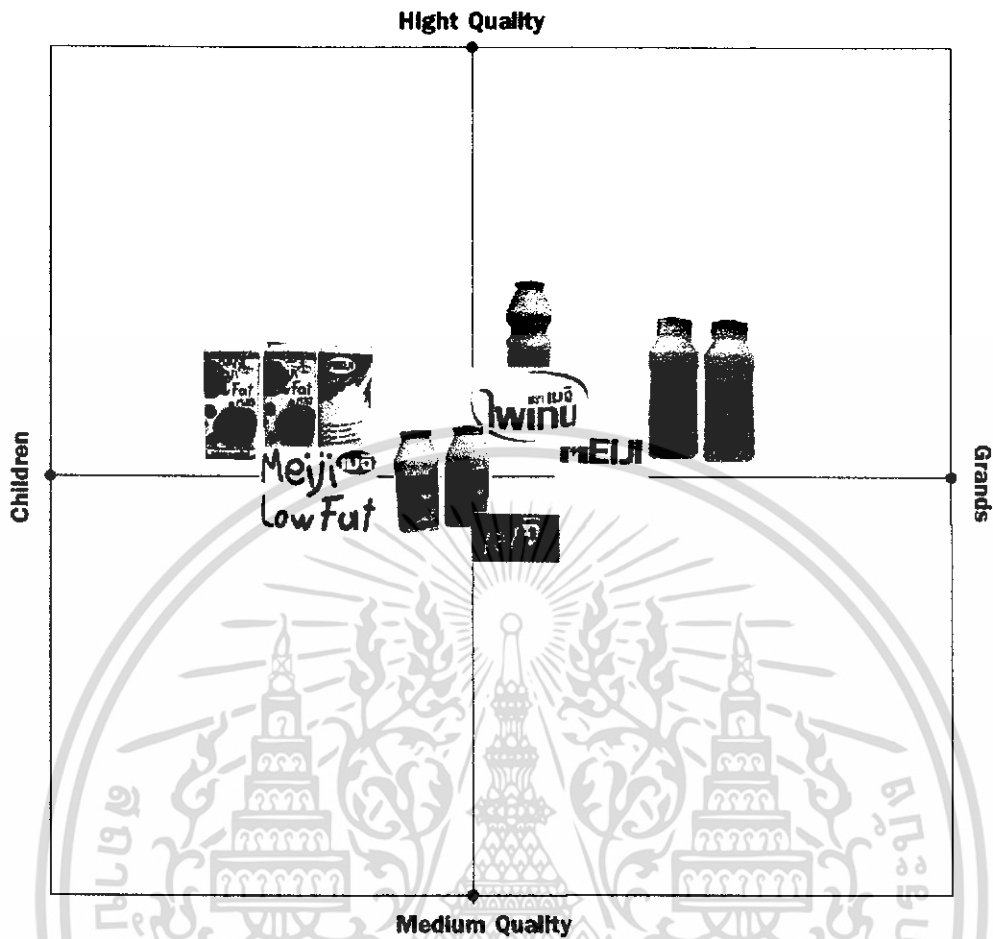
ตารางแสดงผลิตภัณฑ์ ของบริษัท ซีพี เมจิ จำกัด

ผลิตภัณฑ์

นมพาสเจอร์ไรส์	นมผง	ซีเรียลอาหารเช้า	นมธัญพืชปรุงแต่งรส	นมเปรี้ยว	โยเกิร์ตพร้อมดื่ม
	-	-	-		
โยเกิร์ต	เต้าหู้ยัดนมสด	ไอศกรีมนมสด	คัสตาร์ด	นมข้นหวาน	ครีมชีสขัณฑ์
					
เนยสด	นมอัดเม็ด	ลูกอมเคี้ยวหนึบ	คุกกี้		

ซีพี-เมจิ เป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทนมด้วยการร่วมมือของเครือเจริญโภคภัณฑ์ 60% และ บริษัทเมจิ แครี่ คอร์ปอเรชั่น 40 % ภายใต้แบรนด์เมจิ-ไทเกน เป็นผู้จำหน่ายในด้านผลิตภัณฑ์นมพาสเจอร์ไรส์ เน้นกลุ่มเป้าหมายหลักที่เด็ก และวัยรุ่น

โดยให้ความสำคัญกับบรรพบุรุษ มีการพัฒนาบรรพบุรุษที่อยู่เสมอ ๆ มีความได้เปรียบในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางของเครือโภคภัณฑ์



แสดงการกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ในเครือซีที-เมจิ

จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จะมีกลุ่มเป้าหมายหลักร่วมกันคือกลุ่มวัยรุ่นจึงเน้นความสดใ
 ของสีส้มและไม่ได้เน้นในเรื่องคุณภาพแต่เน้นรสชาติที่อร่อย แปกใหม่ มีการผลิตรสชาติใหม่
 ขึ้นมาเพื่อตอบสนองวัยรุ่นเช่น นมสดรสชาเขียว นมสดเน้นกลุ่มวัยรุ่น, วิทยาลัยทำงานตอนต้นยังไม่ค่อย
 มีความหลากหลายมากนักในตัวผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เน้นที่นมพาสเจอร์ไรส์

5. โรงงานผลิตถนอมปราณบุรี

ตารางแสดงผลิตภัณฑ์ ของโรงงานผลิตถนอมปราณบุรี



เพื่อคนไทย เศรษฐกิจไทย แข็งแรง

ผลิตภัณฑ์

นมพาสเจอร์ไรส์	นมผง	ซีเรียลอาหารเช้า	นมธัญพืชปรุงแต่งรส	นมเปรี้ยว	โยเกิร์ตพร้อมดื่ม
	—	—	—	—	
โยเกิร์ต	เต้าฮวยนมสด	ไอศกรีมนมสด	คัสตาร์ด	นมขันทหวาน	ครีมชีสขัณฑ์
	—	—	—	—	—
เนยสด	นมอัดเม็ด	ลูกอมเคี้ยวหนึบ	คุกกี้		
—	—	—	—		

ผู้ผลิตภัณฑ์ประเภทนม ภายใต้แบรนด์ไทย-เดนมาร์กไทย-เดนมาร์ก มีเอกลักษณ์คือรูปวัวแดง ยังไม่มีความหลากหลายของตัวผลิตภัณฑ์มากนัก และเน้นช่องทางจัดจำหน่ายโดยตรงมากกว่าโดยเน้นความสดใหม่ของนม แต่ก็มีบางส่วนที่มีช่องทางจำหน่ายตามซูเปอร์มาเก็ต กลุ่มเป้าหมายเป็นตลาดล่าง และไม่มีการเน้นกลุ่มผู้บริโภคอย่างชัดเจนมากนัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการใช้

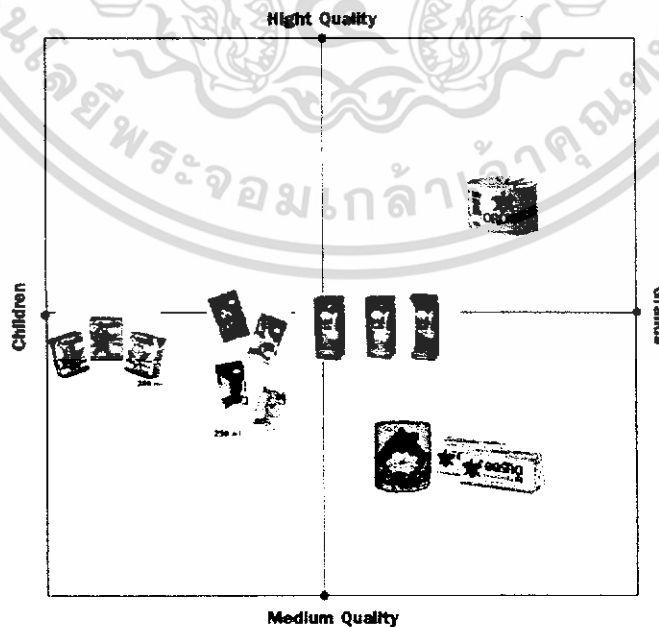
6.บริษัทอุตสาหกรรมนมไทย

ตารางแสดงผลิตภัณฑ์ ของบริษัทอุตสาหกรรมนมไทย

ผลิตภัณฑ์

นมพาสเจอร์ไรส์	นมผง	ซีเรียลอาหารเช้า	นมธัญพืชปรุงแต่งรส	นมเปรี้ยว	โยเกิร์ตพร้อมดื่ม
	-	-	-	-	-
โยเกิร์ต	เต้าหอยนมสด	ไอศกรีมนมสด	คัสตาร์ด	นมข้นหวาน	ครีมชีสขัณฑ์
-	-	-	-	 	-
เนยสด	นมอัดเม็ด	ลูกอมเคี้ยวหนึบ	คุกกี้		
	-	-	-		

บริษัท อุตสาหกรรมนมไทย ผู้ผลิตได้แบรนด์มะลิ และออริคิดเป็นผู้นำในส่วนของผลิตภัณฑ์นมข้นหวาน และเนยออริคิดได้รับความนิยม โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นตลาดต่างจังหวัด ส่วนผลิตภัณฑ์



แสดงการกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ในเครืออุตสาหกรรมนมไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการใช้

2.5.2 การวางตำแหน่งสินค้าของผลิตภัณฑ์ในโครงการเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง
กลุ่มเด็กทารกและหญิงตั้งครรภ์

ตารางแสดงผลิตภัณฑ์คู่แข่ง ของกลุ่มเด็กทารก

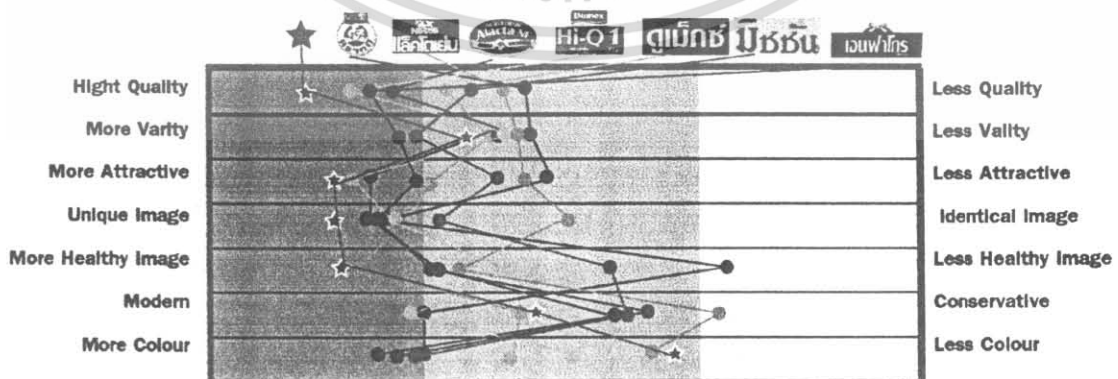
นมผงพร้อมชง



อาหารเสริมสำหรับทารก



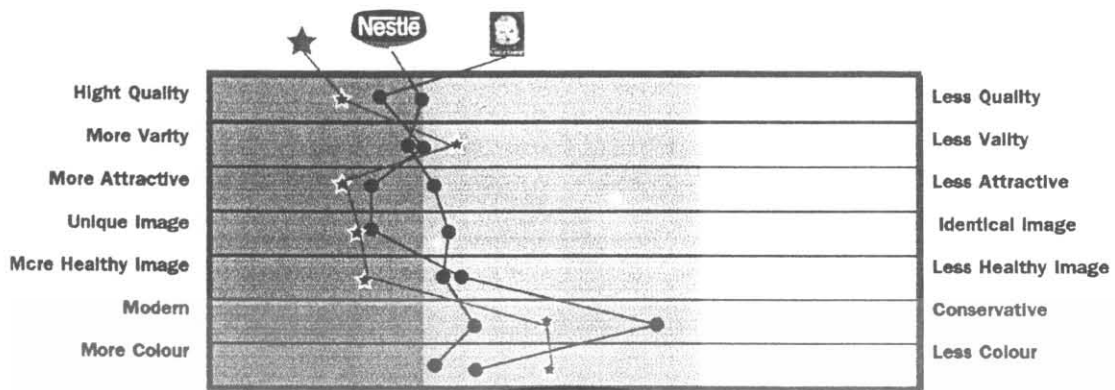
แผนภาพแสดงตำแหน่งผลิตภัณฑ์นมผง สำหรับทารก



* แทนดาวเขียวเป็นตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในโครงการ


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการน้98ใช้

แผนภาพแสดงตำแหน่งผลิตภัณฑ์อาหารเสริม สำหรับทารก

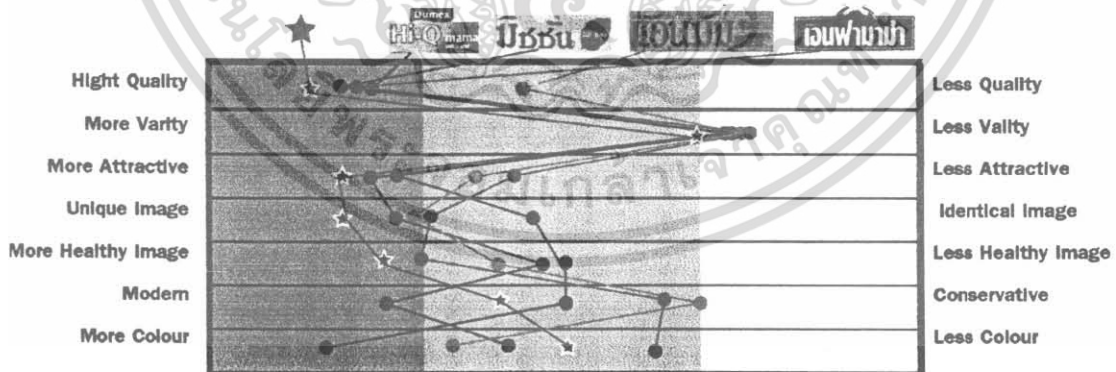


* แทนดาวเขียวเป็นตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในโครงการ

ตารางแสดงผลิตภัณฑ์คู่แข่ง ของกลุ่มเด็กทารกและหญิงตั้งครรภ์

นมสดพาสเจอร์ไรส์	โยเกิร์ต	นมผงพร้อมชง
ยังไม่มีความ จึงเป็นผู้นำตลาดเป็นรายแรก	ยังไม่มีความ จึงเป็นผู้นำตลาดเป็นรายแรก	   
		มิชชั่น แอนมัม เอนฟา ไฮคิว-มามา

แผนภาพแสดงตำแหน่งผลิตภัณฑ์นมผง สำหรับหญิงตั้งครรภ์







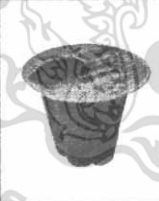

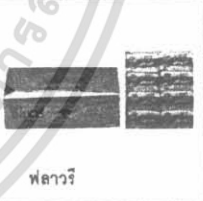





* แทนดาวเขียวเป็นตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

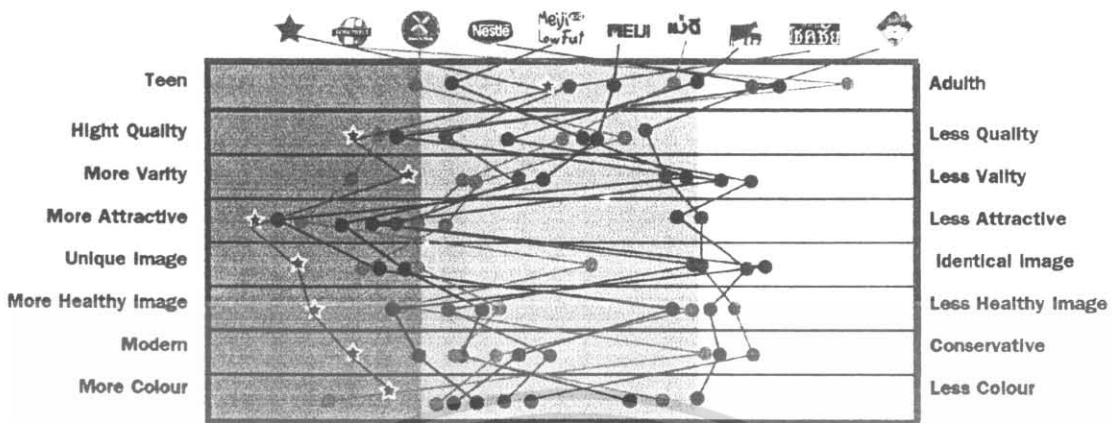
กลุ่มวัยทำงาน (25-44 ปี)

ตารางแสดงผลิตภัณฑ์คู่แข่ง ของกลุ่มวัยทำงาน (25-44 ปี)

นมสดพาสเจอร์ไรส์			นมเปรี้ยวพาสเจอร์ไรส์		
 <p>ไรลชี ดันมิลล์ เนทส์เล โฟร์โมสต์ เมจิ ไทยเดนมาร์ค</p>			 <p>โฟร์โมสต์ เนทส์เล เมจิ ดันมิลล์</p>		
โยเกิร์ต			ซีเรียลอาหารเช้า		
 <p>ดันชี โนมโธ แอลซี 1 เนทส์เล ไรลชี</p>			 <p>Alpen Fennile</p>		
 <p>เนทส์เล เมทส์พิค แคลลอคคิต</p>					
เดาชวอนนมสด	คีตาคาร	เนยสด			
 <p>อังไมคั้ง จึงเป็นผู้นำตลาดเป็นรายแรก</p>		 <p>เนยสด</p>		 <p>ฟลาววี</p>	
ครีมชีสขน					
 <p>ออร์คิด</p>	 <p>โฟร์โมสต์</p>	 <p>เมทส์พิค</p>			

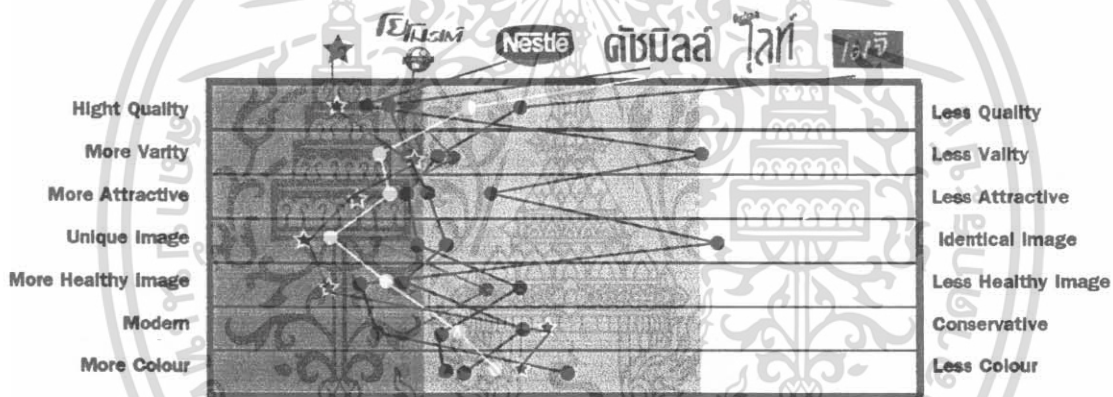
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการใช้

แผนภาพแสดงตำแหน่งผลิตภัณฑ์นมสดพาสเจอร์ไรด์



* แทนดาวเขียวเป็นตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในโครงการ

แผนภาพแสดงตำแหน่งผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวพาสเจอร์ไรด์



* แทนดาวเขียวเป็นตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในโครงการ

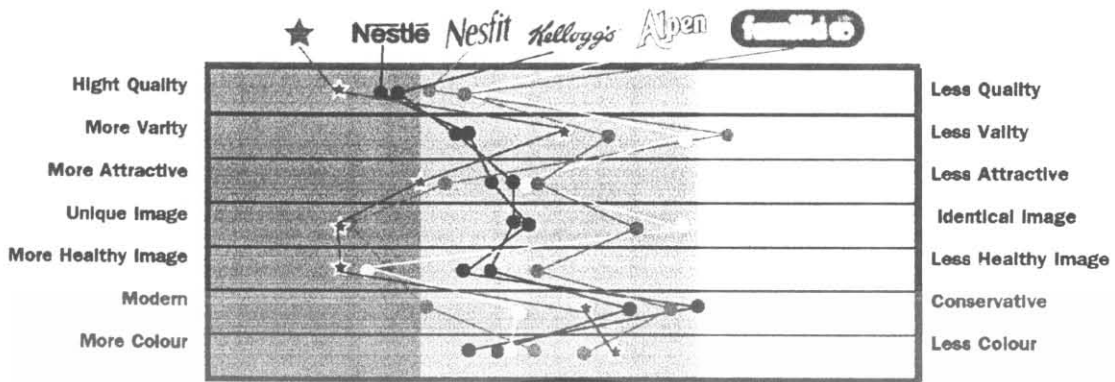
แผนภาพแสดงตำแหน่งผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต



* แทนดาวเขียวเป็นตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในโครงการ

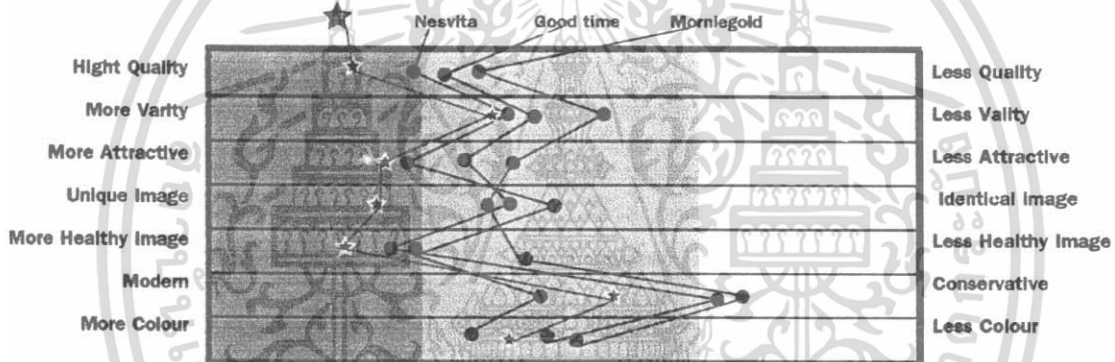
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผนภาพแสดงตำแหน่งผลิตภัณฑ์ธัญญาหารอบกรอบ



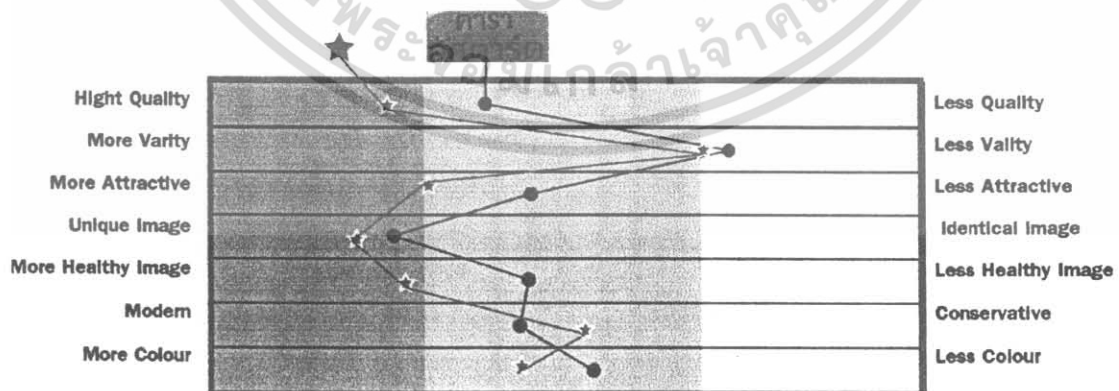
* แทนดาวเขียวเป็นตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในโครงการ

แผนภาพแสดงตำแหน่งผลิตภัณฑ์ธัญญาหารส้ใจรูปพร้อมซอง



* แทนดาวเขียวเป็นตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในโครงการ

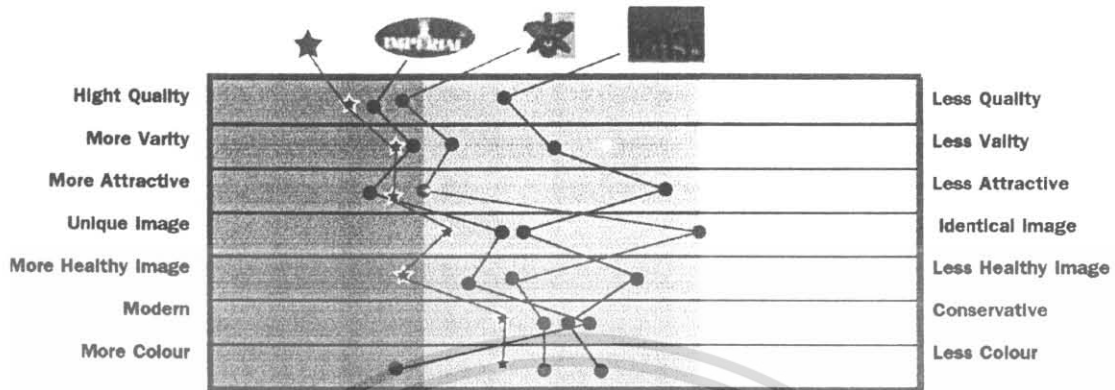
แผนภาพแสดงตำแหน่งผลิตภัณฑ์คัสตาร์ด



* แทนดาวเขียวเป็นตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในโครงการ

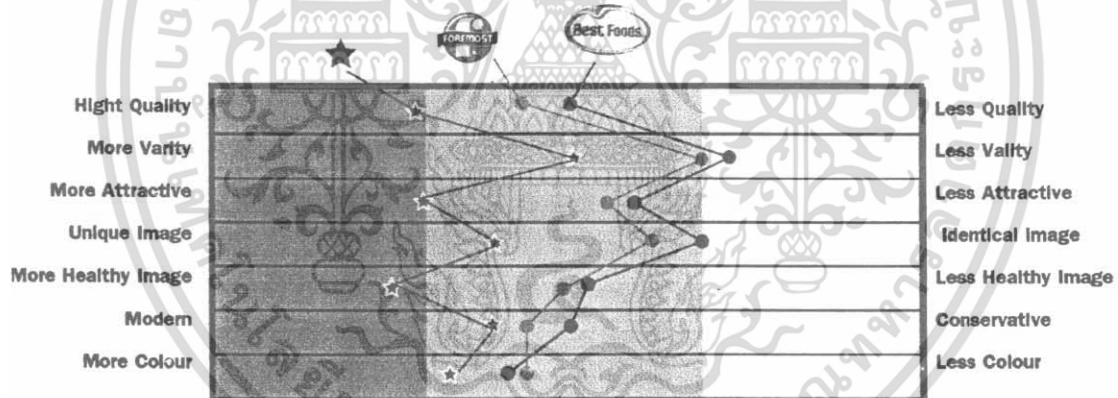
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผนภาพแสดงตำแหน่งผลิตภัณฑ์เนยสด



* แทนดาวเขียวเป็นตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในโครงการ

แผนภาพแสดงตำแหน่งผลิตภัณฑ์ครีมชีสขุ่น



* แทนดาวเขียวเป็นตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการใช้

2.7 ข้อมูลด้านวัสดุ และกรรมวิธีการผลิต

2.7.1 รูปแบบของบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์รูปแบบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบครั้งนี้

1.ขวด (Bottles)

ใช้บรรจุภัณฑ์ได้มากมายหลากหลาย ทั้งในรูปแบบของเหล็ก ของเหลวกิ่งแข็ง และของแข็ง อาจใช้เป็นขวดแก้ว หรือขวดพลาสติก โดยมีมาตรฐานชนิดของแก้วและพลาสติกตามคุณสมบัติต่าง ๆ กัน ขวดพลาสติกที่ใช้อยู่ในวงการบรรจุภัณฑ์เป็นที่นิยมเช่นกัน ส่วนใหญ่ทำจาก Polyethylene เพราะมีราคา และคุณสมบัติที่เหมาะสม บางครั้งใช้ขวด PVC หรือ PET ก็ได้ และมีแนวโน้มจะนำมาใช้แทนขวดแก้วกันมากขึ้นเรื่อย ๆ



รูปที่ 2.7.1 ส่วนประกอบของขวดพลาสติก

2.หลอดบีบ (Tube)

เป็นรูปแบบภาชนะบรรจุภัณฑ์ที่ใช้เฉพาะดับสารกึ่งหนืด และเจล สามารถใช้บรรจุสารที่มีปริมาตรน้อยไปจนถึงปานกลาง นิยมใช้กันมากเพราะพกพาได้ง่าย และบีบใช้ได้สะดวก หลอดบีบที่ใช้กันทั่วไปในการบรรจุบรรจุภัณฑ์แบ่งเป็น 2 จำพวกใหญ่ ๆ ได้แก่

- หลอดลามิเนต (Laminate Tube) มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับหลอดโลหะ ประกอบด้วยชั้นของวัสดุ 7 ชั้น แผ่นลามิเนตหนาประมาณ 0.33 มม. ทำขึ้นโดยการประกบแบบอัดรีด (Extrusion lamination) ตัวหลอดมีแผ่นเปลวอะลูมิเนียมเป็นตัวสกัดกั้นความชื้นและออกซิเจน

- หลอดบีบอะลูมิเนียม (Aluminium Collapsible) หมายถึง ภาชนะบรรจุทรงกระบอกทำด้วยอะลูมิเนียม ผ่านการอบอ่อน เมื่อบีบหลอดจะทำให้สิ่งที่บรรจุอยู่ภายในออกตามที่ต้องการ

และมีฝาที่ปิดได้สนิท แบ่งออกเป็น ประเภทไม่เคลือบผิวด้านใน และประเภทเคลือบผิวด้านใน อะลูมิเนียมที่ใช้ทำหลอดควรมีความบริสุทธิ์ไม่น้อยกว่าร้อยละ 99.7

ตารางแสดงมิติและเกณฑ์ความคลาดเคลื่อนของหลอด (มอก. 636-5259 หลอดบีบอะลูมิเนียม)

เส้นผ่านศูนย์กลาง ภายนอกของ หลอด (D)	เกณฑ์ความคลาด เคลื่อนของเส้นผ่าน ศูนย์กลางภายนอก	ความยาว (L)	เกณฑ์ ความคลาด เคลื่อนของความ ยาว	ความหนาผนัง หลอด (W)		ความหนา ปาต่ำสุด (S)
				ต่ำสุด	สูงสุด	
12.5				0.10	0.13	0.6
13.5				0.10	0.13	0.6
16.0				0.10	0.13	0.6
17.5				0.10	0.13	0.8
19.0		เป็นไป		0.10	0.13	0.8
22.0		ตาม		0.10	0.13	1.0
23.0	+ 0.2	ข้อตกลง	± 0.4	0.12	0.15	1.0
25.5	- 0.1	ระหว่างผู้		0.12	0.15	1.0
25.5		ซื้อกับ		0.12	0.16	1.0
28.5		ผู้ขาย		0.12	0.16	1.0
31.5				0.12	0.16	1.2
34.0				0.14	0.17	1.2
35.0				0.14	0.17	1.2
38.0				0.14	0.17	1.2

- หมายเหตุ : 1. ขนาดปากหลอดให้เป็นไปตามข้อตกลงระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย
2. ในกรณีที่ปากของหลอดไม่เรียบ ให้วัดความหนาปาตรงส่วนที่บางที่สุดของปา

- หลอดบีบพลาสติก ส่วนใหญ่แล้วนิยมใช้ LDPE ในการผลิต เพราะมีคุณสมบัติที่เหมาะสม สามารถขึ้นรูปทรงได้ภายหลังบีบ ทำให้ไม่สูญเสียความสวยงามและรูปทรงการเก็บรักษา แต่มีปัญหาเรื่องการดูดกลับของอากาศเข้าไปภายในหลอดบีบ ในปัจจุบันจึงมีการนำหลอดลามิเนตมาเคลือบพลาสติกด้านนอกเช่นเดียวกับหลอดบรรจุยาสีฟัน

3.บรรจุภัณฑ์อ่อนตัว (Flexible Packing)

ในปัจจุบันบรรจุภัณฑ์อ่อนตัว มีการเจริญเติบโตอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งบรรจุภัณฑ์ที่ใช้กับอาหาร เนื่องจากอำนวยความสะดวกทั้งในขั้นตอนการจัดจำหน่ายและบริโภค เช่นการคุ้มครอง การเก็บรักษา อีกทั้งยังมีราคาที่ไม่สูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัสดุที่นิยมใช้มี พลาสติก กระดาษ และอลูมิเนียมฟอยล์ประกอบกันเป็นวัสดุที่สำคัญในการผลิตแบ่งตามลักษณะได้เป็น 2 ประเภทหลัก คือ

1. แผ่นและห่อ (Sheet and Wraps)

- Top seal film
- Shrink film
- Stretch film
- Air bubble
- Wrappers

2. ถุงและซอง (Bag and Pouches)

ถุงพับสำเร็จ (Preformed bags) โดยแบ่งย่อยได้อีก 2 ประเภทตามชนิดของวัสดุ

- ถุงพับสำเร็จชนิดผลิตด้วยกระดาษ มีใช้อยู่ทั่วไป กระดาษที่ใช้กันมาก ได้แก่ กระดาษคราฟท์ (Kraft papers) กระดาษซัลไฟท์ และกระดาษทนโซ ปิดปากถุงด้วยการผูกติดกาว ความร้อน เย็บจักร เป็นต้น

- ถุงพับสำเร็จชนิดผลิตด้วยพลาสติก วัสดุที่ใช้กันมาก ได้แก่

- LDPE ราคาถูก สะดวกต่อการปิดปากถุงด้วยความร้อน
- HDPE ราคาสูงกว่า ขุ่น ทนต่ออุณหภูมิได้สูงกว่า
- PP แห้งกว่า ตึกว่า ไสกว่า

ซอง (Pouches) เป็นการผลิตแบบ Form - Fill – Seal แบ่งเป็น 3 ประเภทคือ

- Pouch sealed on four side ปิดผนึกทั้ง 4 ด้าน
- Horizontal form fill seal pouch (HFFS) หรือ Pillow pack
- Vertical form fill seal pouch (VFFS)

โดยมีรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ดังนี้

1) Center seal bag

Center-seal bags

- Pillow pouch



- Be able to use FFS machine or supply in pre-form bags.
- At center seal can be either lap or fin seal.
- Must be proved for good seal strength.

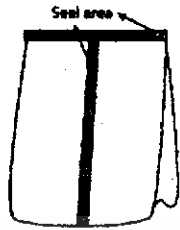
รูปที่ 2.7.2 บรรจุภัณฑ์แบบ Center seal bag

2) Gusset bags

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Gusset bags

Center and top seals



- Most used for powdered/granulated products.
- Can stand by weight of filling products.
- Hold up high weight product (15-20Kg)

รูปที่ 2.7.3 บรรจุภัณฑ์แบบ Gusset bags

3) Flat pouches

Flat Pouches

• 3-side seal pouches



- Most basic type of packages.
- Need to have good seal strength.

รูปที่ 2.7.4 บรรจุภัณฑ์แบบ Flat pouches

4) Standing pouches

Standing pouches



- Good standing on shelf.
- Can be both dry and liquid products.

รูปที่ 2.7.5 บรรจุภัณฑ์แบบ Standing pouches

4. กล่อง (Boxes)

กล่องที่จะใช้ในโครงการนี้ เป็นกล่องกระดาษที่สามารถขนส่งได้เพื่อความสะดวก ประหยัดค่าขนส่ง และประหยัดวัสดุ มีลักษณะเบื้องต้นดังนี้
กล่องกระดาษแข็งพับได้ สามารถขึ้นรูปและจัดส่งเป็นแผ่นแบนราบ เมื่อถึงโรงงานบรรจุอาจนำไป ทากาวพร้อมกับบรรจุสินค้า หรือตัวกล่องอาจทากาวตามขอบข้างกล่องให้เรียบร้อยเพื่อบรรจุและ ปิดฝาได้ทันที อาจแบ่งย่อยเป็นแบบท่อ (Tube) และแบบถาด (Tray)

1) แบบท่อ (Tube)

กระดาษแข็งที่ใช้ในการแปรรูปเป็นกล่องมีอยู่หลากหลาย และมีคุณสมบัติต่างกันตาม ความหนาของกระดาษก็เป็นอีกสิ่งที่เราสามารถเลือกใช้ได้



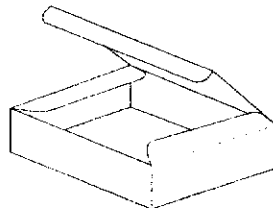
ภาพที่ 2.7.6 ตัวอย่างกล่องกระดาษพับได้แบบท่อ

น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ และความหนาของกระดาษแข็งที่เหมาะสม

น้ำหนักโดยประมาณ	ความหนาของกระดาษแข็ง
ไม่เกิน 200 กรัม	0.380 มม. – 0.450 มม.
231 – 450 กรัม	0.500 มม. – 0.600 มม.
451 – 900 กรัม	0.700 มม. – 0.800 มม.
มากกว่า 900 กรัม	0.900 มม. หรือพิจารณาใช้ กระดาษลูกฟูกลอน E

2) แบบถาด (Tray)

กล่องประเภทนี้จะมีส่วนด้านล่างรองรับผลิตภัณฑ์ เป็นด้านเต็มเรียบไม่มีรอย และมี ด้านข้างของกล่อง 2 ด้านซึ่งเป็นความลึก



ภาพที่ 2.7.7 ตัวอย่างกล่องกระดาษพับได้แบบถาด

2.7.2 วัสดุและกรรมวิธีการผลิตที่เกี่ยวข้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาชนะบรรจุจะทำได้จากวัสดุหลายชนิด ได้แก่ กระดาษ แก้ว พลาสติก และโลหะ ซึ่งวัสดุเหล่านี้จะมีคุณสมบัติแตกต่างกัน แต่ละชนิดก็มีทั้งข้อดีและข้อเสีย การจะเลือกใช้ให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดก็ควรจะต้องทราบถึงส่วนประกอบของวัสดุเหล่านี้และคุณสมบัติที่สำคัญบางประการเพื่อเป็นแนวทางขั้นต้นในการพิจารณาเลือกใช้ คุณสมบัติที่จะต้องพิจารณา ได้แก่

- สามารถป้องกันผลิตภัณฑ์จากสิ่งแวดล้อม
- สามารถคุ้มครองจากปัจจัยที่ทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมสภาพ
- ไม่เกิดปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์ และไม่ปนเปื้อน
- มีความเหมาะสมในราคาที่ไม่แพงเกินไป
- ผลิตได้ง่าย

1. แก้ว (Glass)

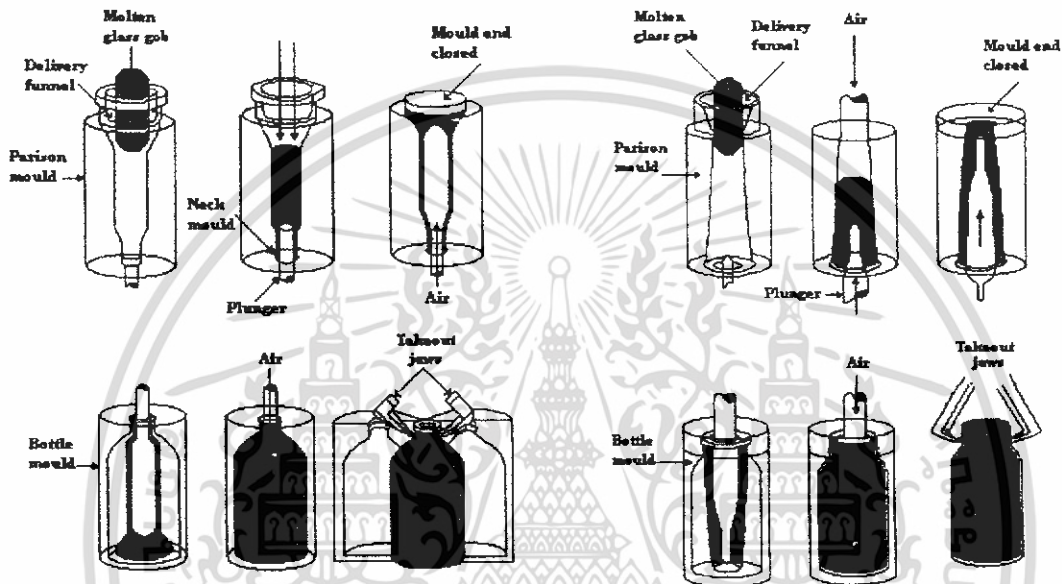
แก้วสามารถใช้บรรจุผลิตภัณฑ์ได้แทบทุกชนิด เป็นวัสดุที่แข็ง เปราะ และโปร่งใส มีข้อดีและข้อเสียแยกกันไว้ ดังนี้

ข้อดี	ข้อเสีย
1. เป็นวัสดุที่มีความเฉื่อยต่อปฏิกิริยาเคมี ยกเว้นกับกรดไฮโดรฟลูออริกและผลิตภัณฑ์ที่มีความไวต่อต่าง	1. แตกง่าย ทำให้ค่าขนส่งแพง
2. ไม่ยอมให้อุณหภูมิและก๊าซชนิดต่าง ๆ ซึมผ่าน และยังเก็บรักษากลิ่นของผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี	2. มีน้ำหนักมาก
3. ทนทานต่ออุณหภูมิสูง จึงทำให้ปราศจากเชื้อได้ทุกวิธี	3. ภาชนะแก้วจะมีผนังหนากว่าภาชนะพลาสติก จึงทำให้เปลืองเนื้อที่ในการขนส่งและเก็บรักษา
4. ไม่มีการเปลี่ยนรูปร่างเมื่อใช้เป็นระยะเวลานาน และไม่มีการหดหรือร้าวที่จะปนหลอมไปกับผลิตภัณฑ์ภายใน	4. ถ้าใช้บรรจุของเหลวอาจมีค้างหรือขึ้นส่วนที่ไม่ละลายหลุดออกมาปะปนได้ จะแก้ไขได้โดยการเลือกใช้ประเภทของแก้วให้เหมาะสม
5. ความใสทำให้ตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ภายในได้ และมีความแวววาวทำให้ดูสวยงาม	
6. นำมาใช้ซ้ำหรือหลอมทำเป็นภาชนะใหม่ได้	
7. การปิดผนึกทำได้โดยการใช้ฝา/จุกได้หลายแบบ และโดยการหลอมให้ติดกัน	

วิธีการผลิตภาชนะแก้ว ทำได้ 2 วิธี คือ

1. วิธีการเป่าในแม่แบบ (Blow Moulded Container)

วิธีนี้ แก้วที่หลอมละลายจากเตาหลอมออกมาเป็นสายท่อกว้างจะถูกตัดออกมาเป็นก้อนตามขนาดที่ต้องการสำหรับทำภาชนะแต่ละใบ แล้วส่งเข้าไปในแม่แบบ เป่าอากาศเข้าไปให้เป็นรูปร่างของขวดตามแม่แบบ ใช้ผลิตขวดขนาดใหญ่ มีสองวิธี คือ วิธีการเป่า-เป่า (Blow-Blow Process) และวิธีการอัด-เป่า (Press-Blow Process)



ภาพที่ 2.7.8 การผลิตขวดแก้วโดยวิธีการ เป่า-เป่า

ภาพที่ 2.7.9 การผลิตขวดแก้วโดยวิธีการ อัด-เป่า

โดยทั่วไปวิธีการเป่า-เป่า จะใช้สำหรับผลิตขวดปากแคบ ส่วนวิธีการอัด-เป่าจะใช้ผลิตขวดปากกว้าง ข้อดีของวิธีการอัด-เป่า คือ จะทำให้ขวดแก้วมีผนังสม่ำเสมอ จึงสามารถผลิตขวดที่มีผนังบางลง ทำให้ได้ขวดที่มีน้ำหนักน้อยลง

2. วิธีดึงจากหลอดแก้ว (Container Made from Tubing)

วิธีนี้จะผลิตเป็นหลอดแก้วก่อน แล้วจึงผ่านกรรมวิธีการให้ความร้อนแล้วดึงทำให้เป็นรูปภาชนะต่อไป เป็นภาชนะขนาดเล็ก

2. พลาสติก (Plastics)

ความนิยมใช้พลาสติกกับเภสัชภัณฑ์ในปัจจุบันนิยมเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเพราะมีข้อดีในแง่ของการมีน้ำหนักเบา ราคาถูก ผลิตได้ง่ายเป็นจำนวนมากและไม่แตกง่าย ทำให้การขนส่งสะดวก และค่าขนส่งต่ำ และใช้ผลิตทำเป็นภาชนะได้หลายรูปแบบทั้งแบบอ่อน (flexible package) และแบบแข็ง (rigid package) จะทำเป็นภาชนะแบบใส แบบขุ่น หรือทึบแสงก็ได้

1) พอลิเอทิลีน (Polyethylene, PE)

เป็นพลาสติกที่ใช้กันมากที่สุดในอุตสาหกรรมการบรรจุเพราะสามารถทำเป็นภาชนะได้หลายรูปแบบและราคาถูก มีจุดหลอมเหลวต่ำเมื่อเทียบกับพลาสติกอื่นๆทำให้มีต้นทุนในการผลิตต่ำ

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 เป็นพลาสติก ที่ใช้กันแพร่หลาย มีชื่อสามัญว่า ถุงเย็น มักใช้ทำถุงฟิล์มหัดและฟิล์มยืด ขวดน้ำดื่ม และฝาขวดเป็นต้น เนื่องจากสามารถยืดหดตัวได้ดี ทนต่อการทิ่มทะลุและการฉีกพร้อมทั้งสามารถใช้ความร้อนในการเชื่อมติดผนึกได้ดี สามารถป้องกันความชื้นได้ดีพอสมควร ข้อเสียของ LDPE คือ ไขมันสามารถซึมผ่านได้ง่ายแต่จะทนต่อกรดและด่างต่างๆไป นอกจากนี้

- LDPE ยังมีคุณสมบัติในการดึงดูดฝุ่นละอองในอากาศ ทำให้มักมีฝุ่นละอองเกาะตามผิวของบรรจุภัณฑ์ที่ทำด้วย LDPE เมื่อตั้งทิ้งไว้

- LLDPE นิยมใช้เป็นชั้นปกป้องความชื้นโดยมักใช้การเคลือบผิว PE ด้วย คุณสมบัติที่เหนือกว่า ทำให้ LLDPE สามารถชิงตลาดของ LDPE มาครองได้ แต่ด้วยจุดอ่อนของ LLDPE ที่มีความขุ่นของพลาสติกมากกว่า LDPE นั้น จึงนิยมผสมเม็ดพลาสติกทั้ง 2 ชนิดเข้าด้วยกันได้ พลาสติกที่มีความเหนียวและสามารถทนต่อการซึมผ่านได้ดีกว่า

แม้ PE แต่ละชนิด จะมีความหนาแน่น ในระดับต่างๆ กัน แต่ก็ยังไม่สามารถป้องกันการซี้นของก๊าซได้ดีเท่าที่ควร แต่จากการใช้ HDPE มาแทนที่ LDPE นั้นทำให้สามารถลดน้ำหนักของขวดลงได้มากกว่า 40% เนื่องจากสามารถเป่าขวดที่มีผิวบางกว่าได้ นอกจากนี้ HDPE ยังสามารถใช้เป่าเป็นฟิล์ม หรือทำเป็นถาดที่ไม่ต้องการความใสมากนักอีกด้วย

คุณสมบัติของพอลิเอทิลีน

คุณสมบัติ	LDPE	HDPE	MDPE
ความหนาแน่น (กรัม/ลบ.ซม.)	0.910 – 0.925	0.926 – 0.940	0.941 – 0.965
ความทนทาน ต่อความร้อน (องศา C)	82 - 100	104 - 121	121
ความใส	โปร่งแสง	โปร่งแสง	ทึบแสง
การดูดซึมน้ำ (%)	< 0.015	< 0.01	< 0.01
การซึมผ่านของก๊าซ (ฟิล์ม)	1.0	0.33	0.33
ความทนทานต่อกรด	ทนทาน	ทนทานมาก	ทนทานมาก
ความทนทานต่อด่าง	ทนทาน	ทนทานมาก	ทนทานมาก
ความทนทาน ต่อตัวทำละลาย อินทรีย์	ทนทานที่อุณหภูมิ ต่ำกว่า 60 องศาC	ทนทานที่อุณหภูมิ ต่ำกว่า 60 องศาC	ทนทานที่อุณหภูมิ ต่ำกว่า 60 องศาC
ความทนทาน ต่อแสงแดด	สีคล้ำ	เหลือง	เหลือง

- LDPE จะมีความยืดหยุ่นมากกว่า สามารถใช้ทำหลอดบีบได้
- PE เป็นพลาสติกที่สามารถเติมสารเสริมต่าง ๆ ได้เพื่อช่วยเพิ่มคุณสมบัติได้หลากหลายประการ เช่นเติมสารตัวกันไฟฟ้าสถิต สารป้องกันการเกิดออกซิเดชัน และสามารถทำให้ทึบแสงได้ด้วยการเติมไทเทเนียมไดออกไซด์

2) พอลิโพรพิลีน (Polypropylene, PP)

คุณสมบัติมีปริมาณการใช้ 1 ใน 10 ของ PE ป้องกันการซึมผ่านของก๊าซและความชื้นได้ดี มีความไวต่อการออกซิเดชันมากกว่า PE จึงต้องใส่พินอลในการลดค่าการออกซิเดชัน เป็นพลาสติกที่มีน้ำหนักเบาที่สุด มีความใส ผิวหน้ามันวาว ทนต่อความร้อนได้ดี ทนต่อน้ำมันได้ดี

- มีคุณสมบัติเด่นคือมีความใสและป้องกันความชื้นได้ดี แต่การป้องกันการซึมผ่านยังสู้พลาสติกชนิดอื่น ๆ ไม่ได้ดีนัก เนื่องจากอุณหภูมิหลอมละลายอยู่ในช่วงสั้น

- PP มีจุดหลอมเหลวสูง ทำให้ใช้เป็นบรรจุภัณฑ์บรรจุอาหารสำหรับการบรรจุใน
ขณะที่ยังร้อนได้ดี

- ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ได้เหมือน PE แต่มีราคาแพงกว่า ใช้ทำฝาเกลียวชนิดที่ไม่ต้องมี
แผ่นรองใต้ฝา

3) พอลิเอสเตอร์ (Polyester, PET)

มีคุณสมบัติเด่นด้านความใส ทำให้ได้รับความนิยมในการบรรจุน้ำดื่ม และน้ำมันพืช
สามารถป้องกันการซึมผ่านอากาศได้ดีจึงมีการนำไปเคลือบซ้อนกันหลายชั้นเพื่อทำเป็นของ
สำหรับบรรจุอาหารที่มีความไวต่อก๊าซ เช่น ขนมขบเคี้ยว เป็นต้น

- ทนต่อการยืดตัว และแรงกระแทกเสียดสีได้ดี

- มีจุดหลอมเหลวสูง แต่มีข้อด้อยคือ ไม่สามารถปิดผนึกด้วยความร้อนได้ และเปิด
(ฉีก) ได้ยาก ส่วนมากจึงนำมาใช้เป็นชั้นเคลือบซ้อนกันร่วมกับพลาสติกชนิดอื่น ๆ

- สามารถนำมาขึ้นรูปเป็นภาชนะได้

- ใสเหมือนขวดแก้ว ป้องกันการซึมผ่านของก๊าซและกลิ่นได้ดี ทนต่อสารเคมีแทบทุก
ชนิดรวมทั้งไขมัน และน้ำมัน ทนความร้อนได้สูง

- ทำเป็นของชนิดปิดตายสี่ด้าน ส่วนใหญ่จะใช้ลามิเนตกับ PP

- สามารถนำกลับมาเป็นพลาสติกโมโนเมอร์ เพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ได้อีกครั้ง

4) พอลิไวนิลคลอไรด์ (Polyvinyl Chloride, PVC)

เป็นพลาสติกที่สามารถแปรเปลี่ยนคุณสมบัติได้ โดยการเติมสารเคมีปรุงแต่ง ทำให้
นิยมใช้ในอุตสาหกรรมประเภทอื่น ๆ มากกว่าบรรจุภัณฑ์อาหาร

- มีความโปร่งใสเหมือนแก้ว แต่ใสสีเพื่อให้ทึบแสงได้ ทนต่อสารเคมีต่าง ๆ ได้ดี

ป้องกันการซึมผ่านของน้ำมัน และออกซิเจนได้ดี

- ใช้สำหรับบิลสเตอร์ แต่จะเคลือบด้วย PVCD ในการป้องกันความชื้น และใช้ทำ

หลอดบีบสำหรับ PVC ชนิดอ่อน

- มีสารปรุงแต่งอยู่หลายชนิดและในปริมาณที่มาก ทำให้ FDA มีข้อจำกัดในการใช้

พิวซีอยู่มาก

5) พอลิสไตรีน (Polystyrene, PS)

PS ใช้ผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์ โดยการอัดรูปด้วยความร้อนเป็นรูปถ้วยรูปภาชนะ
ที่มีการเติมสารพองตัว PS จะสามารถผลิตออกมาเป็นโฟมที่เรียกว่า EPS ซึ่งนำมาใช้เป็นวัสดุ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

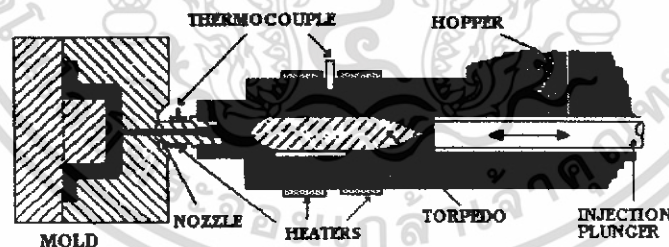
ป้องกันการสั่นกระแทกได้เมื่อทำเป็นฟิล์มจะมีความใสมาก แต่เนื่องจากฉีกขาดง่าย รวมถึงป้องกันการซึมผ่านของความชื้นและก๊าซได้ดีกว่าการใช้ฟิล์ม PS ดังนั้นการใช้งานจึงถูกจำกัดอยู่เพียงการใช้ห่อสินค้าหรือทำเป็น บลิสเตอร์แพค เท่านั้น ส่วนภาคที่ทำจากแผ่น Pp จะมีความใสและแข็งแรงพอสมควรในสภาวะปกติ PS จะเปราะ จึงมีการพัฒนา โดนการ ผสมสารบางชนิดเพื่อเพิ่มแข็งแรง

พลาสติกที่กล่าวมาทั้ง 5 ประเภทนี้ เป็นพลาสติกที่นิยมใช้ในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ โดยนอกจากพลาสติกที่กล่าวแล้ว ยังมีพลาสติกบางประเภท เช่น Polycarbonate (PC) เป็นต้น ที่มีการใช้งาน แต่เป็นการใช้ในปริมาณน้อย หรือไม่เป็นที่นิยม จึงขอละไว้ไม่กล่าวถึงในที่นี้

วิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก

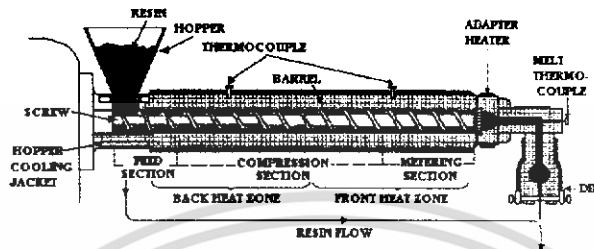
กรรมวิธีการขึ้นรูปพลาสติกนั้นมีที่ใช้กันมากในการทำภาชนะบรรจุมี 4 วิธี ดังนี้

1. การอัดแบบชนิดฉีด (Injection Moulding) เหมาะกับเทอร์โมพลาสติก ผลิตได้ปริมาณมากในเวลาอันรวดเร็ว ทำโดยการเทเม็ดพลาสติกลงในช่องเท (Hopper) ลูกสูบ (Plunger) จะอัดพลาสติกให้ผ่านเข้าไปในส่วนทำความร้อน (Heating Chamber) ซึ่งร้อนประมาณ 150 – 315 องศาเซลเซียส พลาสติกจะถูกหลอมละลายแล้วถูกดันโดยลูกสูบผ่านช่องเล็ก ๆ เข้าไปในแม่แบบที่ปิดอยู่ด้วยแรงดัน พลาสติกจะเย็นและแข็งตัวโดยระบบระบายความร้อนด้วยน้ำ เมื่อเปิดแม่แบบออกก็จะได้ชิ้นงานของพลาสติกตามรูปร่างแม่แบบ



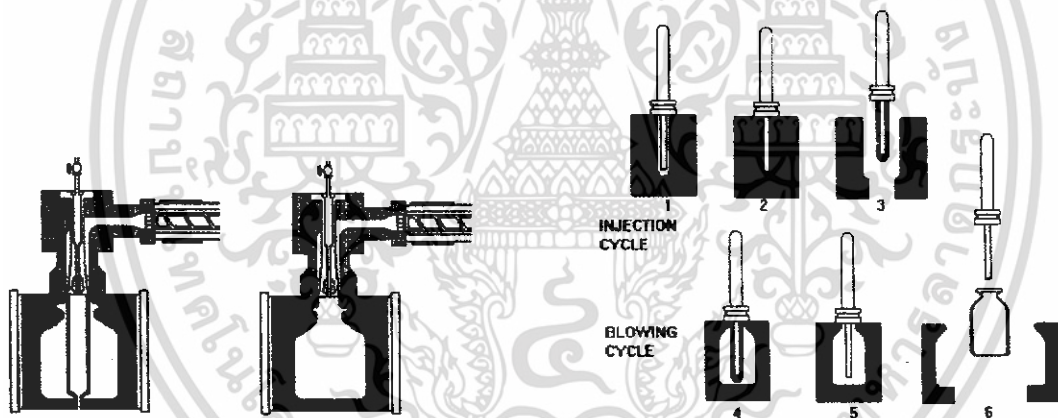
ภาพที่ 2.7.10 การอัดแบบชนิดฉีด

2. การอัดแบบชนิดรีด (Extrusion Moulding) เป็นการอัดแบบเพื่อให้ได้พลาสติกในรูปของแผ่น (sheet) ฟิล์ม (film) หรือเป็นท่อกลวง (parison) ที่จะนำไปผ่านกรรมวิธีการอัดแบบชนิดเป่าให้เป็นรูปภาชนะต่อไป



ภาพที่ 2.7.11 การอัดแบบชนิดรีด

3. การอัดแบบชนิดเป่า (Blow Moulding) มักจะเป็นขั้นตอนต่อจากกรรมวิธีการอัดแบบชนิดรีดหรือการอัดแบบชนิดรีด



ภาพที่ 2.7.12 การอัดชนิดเป่าที่ต่อเนื่องจากการอัดแบบชนิดรีด

ภาพที่ 2.7.13 การอัดชนิดเป่าที่ต่อเนื่องจากการอัดแบบชนิดรีด

4. การอัดแบบชนิดแรงอัด (Compression Moulding) เหมาะกับพลาสติกเทอร์โมเซตติง โดยมากใช้ผลิตภาชนะรูปร่างแบน ๆ เช่น จาน ชาม

3. โลหะ (Metals)

โลหะสามารถนำมาใช้ทำภาชนะบรรจุได้หลายรูปแบบ ตั้งแต่ภาชนะชนิดอ่อนจนถึงภาชนะชนิดแข็ง ที่นิยมใช้กันมาก คือ ทำเป็นฟอยล์โลหะ ทำเป็นหลอดตีบ และทำเป็นภาชนะแข็ง เช่น พวกกระป๋องชนิดต่าง ๆ โลหะที่นำมาใช้ทำภาชนะบรรจุภาสัรภัณฑ์ได้อย่างปลอดภัย คือ อะลูมิเนียม และดีบุก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

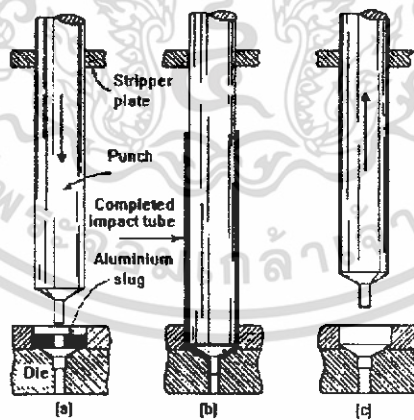
1. อะลูมิเนียม (Aluminium)

สามารถใช้ทำเป็นภาชนะแข็งหรือภาชนะคงรูปได้ เป็นหลอดบีบก็ได้ มีราคาถูกลงกว่าหลอดบีบที่ทำจากดีบุก อะลูมิเนียมฟอยล์ก็เป็นที่ยอมรับใช้อย่างแพร่หลายเพราะสามารถป้องกันความชื้น ออกซิเจน และก๊าซอื่น ๆ ได้สมบูรณ์ สามารถเปลี่ยนส่วนผสมของโลหะให้มีคุณสมบัติตามที่ต้องการได้

นิยมใช้กับการบรรจุแบบสตรีป บิลสเตอร์ ทำของปิดตายสี่ด้าน ใช้มันหล่อ ใช้ห่อยา เหน็บแต่ละแห่ง ใช้ทำถุงชั้นนอก ใช้ทำแผ่นผนึกบนปากขวด แต่อะลูมิเนียมก็ยังคงมีข้อควรระวังอยู่ด้วยเช่นกัน

- ไม่ควรใช้ทำบรรจุภาชนะภัณฑ์ครีมที่มีสารประกอบอินทรีย์ของพวกโปรทเป็นสารกันเสีย
- ไม่ควรใช้บรรจุของเหลวที่เป็นกรด และแอมโมเนียเข้มข้น
- หลากยาที่ทำจากกระดาษที่มีคลอไรด์อยู่มากกว่า 0.05% ไม่ควนใช้กับภาชนะอะลูมิเนียม เพราะจะทำให้ฝูกร่อนเป็นรูได้
- กาวที่ใช้ปิดฉลากจะต้องมีค่าพีเอชระหว่าง 5.5 – 8.5 เช่นเดียวกับกล่องกระดาษที่ใช้ห่อหุ้มภาชนะอะลูมิเนียม ถ้ามีคลอไรด์อยู่ก็จะทำให้ผิวหน้าภาชนะเกิดการฝูกร่อนเช่นกัน

การผลิตหลอดบีบอะลูมิเนียม



ภาพที่ 2.7.14 ขั้นตอนการทำหลอดบีบอะลูมิเนียม

ขั้นตอนการทำหลอดบีบอะลูมิเนียม โดยวิธีอิมแพคต์เอกูชัน

- ใส่แท่งอะลูมิเนียมกลมแบนในเบ้า
- ตอกอัดด้วยสาก
- หลอดบีบที่ได้ออกมา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการใช้

2. ดีบุก (Tin) และเหล็กเคลือบดีบุก (Tinplate)

เป็นโลหะที่มีความทนทานทางเคมีดีกว่าอะลูมิเนียม แต่ราคาแพงกว่า สามารถทำเป็นฟอยล์ และหลอดบีบได้เหมือนอะลูมิเนียม แต่คุณสมบัติต่าง ๆ จะดีกว่า

2.7.3 วิเคราะห์ข้อดี และข้อเสีย ของวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์

วัสดุ	ข้อดี	ข้อเสีย
แก้ว	<ul style="list-style-type: none">- มีความทนต่อสารเคมีดีมาก- ป้องกันการซึมผ่านของสารต่าง ๆ ได้ดี- จุดหลอมเหลวสูง เป็นอันตรายที่ต่ำ	<ul style="list-style-type: none">- แตกได้ง่าย ต้องอาศัยความระมัดระวังสูง- มีน้ำหนักมาก สิ้นเปลืองค่าขนส่ง- ราคาค่อนข้างสูง และหาซื้อยากขึ้นทุกวัน
พลาสติก	<ul style="list-style-type: none">- น้ำหนักเบา ไม่แตกหักง่าย สะดวกในการขนส่ง- ผลิตได้ง่าย และจำนวนมาก- สามารถผลิตได้หลากหลายรูปแบบ	<ul style="list-style-type: none">- ต้องมีการเติมสารเสริมเพื่อสร้างคุณสมบัติของภาชนะบรรจุ
โลหะ	<ul style="list-style-type: none">- มีความทนทานสูง- ป้องกันการซึมผ่านของสารได้ดี	<ul style="list-style-type: none">- ผุกร่อน- อาจปลดปล่อยสารที่เป็นอันตรายได้

2.7.4 ผ่า (Closer) และการปิดผนึกที่นิยมใช้ใน

ภาชนะบรรจุทุกชนิดจะต้องมีการปิดโดยวิธีหนึ่งวิธีใดที่เหมาะสม ซึ่งจะขึ้นกับวัสดุที่ใช้ทำภาชนะบรรจุ ชนิดของภาชนะ ผลิตภัณฑ์ที่บรรจุภายใน และวัตถุประสงค์ปิดภาชนะบรรจุ

- ป้องกันการระเหยของสารที่ระเหยได้ในผลิตภัณฑ์นั้น
- ป้องกันสิ่งปนเปื้อนต่าง ๆ จากภายนอก เช่น ฝุ่นละออง เชื้อจุลินทรีย์และแมลง
- ป้องกันการเสื่อมคุณภาพของผลิตภัณฑ์เนื่องจากสิ่งแวดล้อม เช่น ความชื้น ออกซิเจน คาร์บอนไดออกไซด์
- ลดอิทธิพลของการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม เช่น การเปลี่ยนแปลงความชื้นสัมพัทธ์ อุณหภูมิ และความดัน

วิธีการปิดภาชนะบรรจุ

การปิดภาชนะบรรจุแบ่งได้เป็น 2 วิธี ดังนี้

1. การปิดแบบเปิดใช้ได้ครั้งเดียว การปิดแบบนี้จะใช้กับภาชนะบรรจุที่บรรจุผลิตภัณฑ์สำหรับการใช้ให้หมดภายในครั้งเดียว ได้แก่

- 1.1 การพับทบ (Folding) จะใช้กับวัสดุพวกกระดาษและฟิล์มเซลลูโลส โดยใช้กาวยเป็นตัวผนึกให้ติดกัน วิธีนี้ไม่ค่อยใช้ในการบรรจุเพราะคุณสมบัติในการป้องกันผลิตภัณฑ์จากสิ่งแวดล้อมมีน้อย
- 1.2 การหลอม (Fusion) จะใช้กับวัสดุที่สามารถหลอมให้ติดกันได้ด้วยความร้อน เช่น แก้ว และเทอร์โมพลาสติกบางชนิด สำหรับภาชนะแก้วที่ปิดผนึกวิธีนี้ คือ แอมพูลที่บรรจุยาฉีด ส่วนเทอร์โมพลาสติกได้แก่ PE PP PVC เป็นต้น อุณหภูมิที่ใช้ในการหลอมให้ติดกันก็แล้วแต่ชนิดของพลาสติก

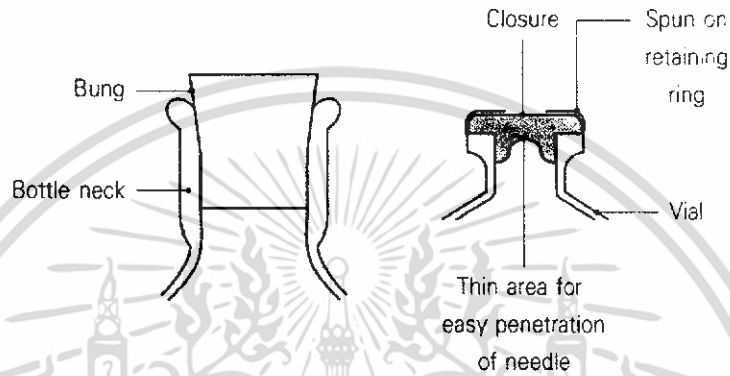
2. การปิดแบบเปิดใช้ได้หลายครั้ง การปิดแบบนี้จะทำได้โดยการใช้เครื่องปิดชนิดต่าง ๆ ซึ่งเป็นชิ้นส่วนที่แยกออกจากภาชนะบรรจุได้ สามารถปิด-เปิดได้ง่าย และเมื่อเปิดแล้วจะต้องปิดได้สนิทเหมือนเดิม

ประเภทของเครื่องปิด

1. เครื่องปิดประเภทจุก (Plug Type Closures)

เครื่องปิดประเภทนี้ใช้กันมานานแล้ว โดยมากจะทำเป็นรูปกรวยใช้สวมดันเข้าไปในปากภาชนะ บางทีเรียกว่า "Bung Closures" วัสดุที่ใช้ทำจะต้องมีความยืดหยุ่นพอสมควรเพื่อให้ปิดได้แนบสนิทกับปากขวด เช่น

- ไม้คอร์ก
- ยาง เป็นวัสดุที่ดีสำหรับทำเป็นจุก แต่ไม่เหมาะสำหรับภาชนะที่บรรจุพวกน้ำมันและตัวทำละลาย เพราะจุกยางจะพองตัวได้ และไม่เหมาะสำหรับภาชนะที่บรรจุสารหล่อลื่น เพราะจุกจะลื่นหลุดได้ง่าย
- พลาสติก เช่น PE มักจะทำให้มีส่วนยื่นออกมาด้านล่างสำหรับป้องกันการเคลื่อนไหวของเม็ดยา และบางทีตรงที่ยื่นออกมานี้จะทำการบรรจุสารดูดความชื้นด้วย
- แก้ว มีราคาแพงจึงไม่เหมาะกับการบรรจุทั่ว ๆ ไป

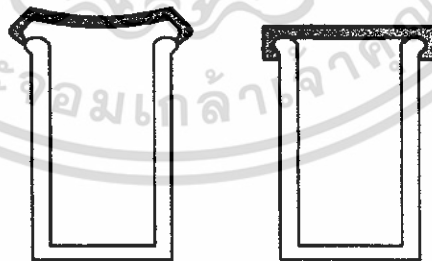


ภาพที่ 2.7.15 เครื่องปิดประเภทจุก

2. เครื่องปิดประเภทฝา (Cap Closures)

เครื่องปิดประเภทนี้ที่ใช้กันมากในการบรรจุมี 2 แบบ คือ

- 1.1 ฝาด (Push-on หรือ Snap-on Closures) เป็นฝานิยมใช้สำหรับภาชนะรูปหลอดทรงกระบอก วัสดุที่ใช้ทำโดยมากเป็น PE เพราะมีความยืดหยุ่นและปิดได้งอได้ดี ทำให้เปิดปิดได้ง่าย และแนบสนิทกับขอบของปากภาชนะได้ดี

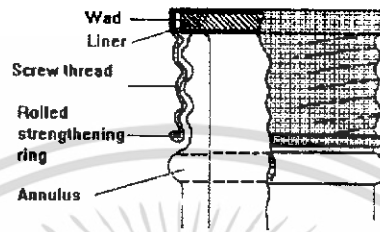


ภาพที่ 2.7.16 ฝาด

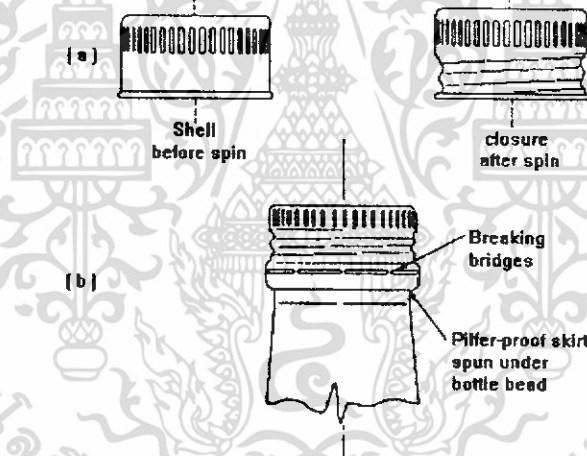
- 1.2 ฝาเกลียว (Screw หรือ Threaded Closures) เป็นฝานิยมใช้กันมากที่สุด สำหรับการบรรจุ ลักษณะของฝาจะเป็นเกลียวที่หมุนเข้าได้กับเกลียวที่ปากขวด วัสดุที่ใช้ทำฝาเกลียวมีมากมายหลายอย่าง เช่น โลหะพวกอะลูมิเนียม และเหล็กเคลือบดีบุก พลาสติกทั้ง PS, PE, PP, เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการใช้

ฝาเกลียวถ้าจะให้ปิดได้แน่นสนิทกับปากขวดจะต้องมีแผ่นรองใต้ฝา (Wads) ซึ่งทำจากวัสดุที่มีความยืดหยุ่นได้ดีพอสมควร เวลาปิดแน่นกับปากขวดจะถูกกดให้แนบมีรูปร่างแบนเดียวกับขอบปากขวดและเมื่อเปิดฝาดอกจะสามารถขยายตัวกลับสู่ลักษณะเดิมได้ แผ่นรองใต้ฝานี้มักจะติดได้กับใต้ฝาโดยใช้กาวจำพวกลาเท็กซ์ วัสดุที่ใช้ทำแผ่นรองใต้ฝา ได้แก่ กระดาษ ไม้คอร์ก ยาง หรือแผ่นเทอร์โมพลาสติกบางชนิดได้



ภาพที่ 2.7.17 ฝาเกลียวที่ทำจากโลหะ



ภาพที่ 2.7.18 ฝาเกลียวรีด (a) ฝาเกลียวรีดธรรมดา และ (b) ฝาเกลียวรีดแบบป้องกันการลักลอบเปิด

การบรรจุที่มีเครื่องบ่งชี้ถึงการลักลอบเปิด (Tamper-evident Packaging)

ลักษณะของภาชนะบรรจุหีบห่อที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาของสหรัฐอเมริการะบุว่าเป็นภาชนะที่มีเครื่องบ่งชี้ถึงการลักลอบเปิด ได้แก่

1. การห่อด้วยฟิล์ม (Film Wrappers)

ฟิล์มที่ใช้ห่อขวดใส มีความเหนียว และปิดผนึกด้วยความร้อนได้ และมีการออกแบบหรือพิมพ์ข้อความเฉพาะของผลิตภัณฑ์ ถ้าจะเอาผลิตภัณฑ์ออกมาจะต้องตัดหรือฉีกฟิล์มนี้ออก การห่อด้วยฟิล์มทำได้หลายแบบ ได้แก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการใช้

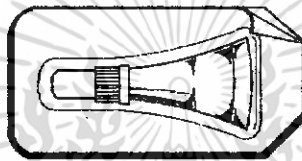
- การห่อแบบพับส่วนปลาย (End-folded Wrapper)
- การห่อแบบผนึกเป็นครีบ (Fin Seal Wrapper)
- การห่อแบบฟิล์มหด (Shrink Wrapper) เป็นที่นิยมมากที่สุดเพราะใช้เครื่องมือง่าย ๆ และราคาถูก

2.การบรรจุแบบบลิสเตอร์ (Blister Package)

3.การบรรจุแบบสตรีป (Strip Package)

4.การบรรจุแบบบับเบิล (Bubble Package)

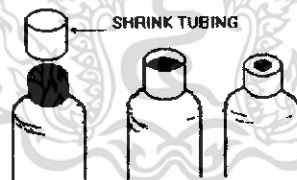
เป็นการบรรจุผลิตภัณฑ์และภาชนะบรรจุไว้ตรงกลางวัสดุที่นำมาอัดขึ้นรูปเป็นกระเปาะ มีแผ่นปะด้านหลังเป็นวัสดุแข็ง เช่น กระดาษแข็ง



ภาพที่ 2.7.19 การบรรจุแบบบับเบิล

5.การผนึกด้วยฟิล์มหดหรือแถบหด (Shrink Seals and Bands)

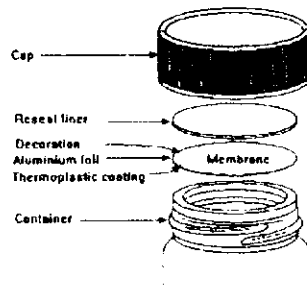
ใช้ฟิล์มพลาสติกหด ส่วนมากเป็น PVC มีการพิมพ์สัญลักษณ์แล้วตัดเป็นท่อน ๆ สวมหุ้มฝาปิดก่อนผ่านความร้อน



ภาพที่ 2.7.20 การผนึกฝาด้วยฟิล์มหด

6.ถุงปิดผนึก (Pouches) วัสดุที่ใช้มักเป็นลามิเนตที่ด้านในจะต้องปิดผนึกด้วยความร้อนได้

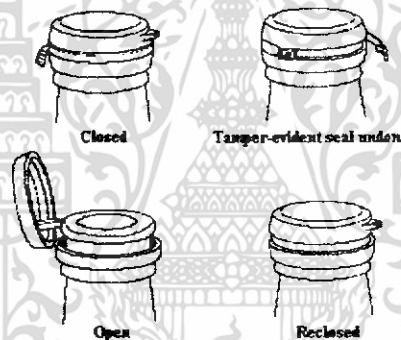
7.ขวดปิดผนึก (Bottle Seals) ใช้แผ่นวัสดุปิดผนึกกับขอบของปากขวด ส่วนมากเป็นกระดาษไข หรือลามิเนตของอะลูมิเนียมฟอยล์



ภาพที่ 2.7.21 การใช้แผ่นวัสดุปิดผนึกปากขวด

8. แถบปิดผนึก (Tape Seals) ใช้เทปกาวหรือเทปที่ปิดด้วยแรงกด (Pressure-sensitive Tape) ปิดรอบครอบฝาปิดของภาชนะ ส่วนมากใช้กับการปิดผนึกกล่องกระดาษ

9. ฝาปิดขาด (Breakable Caps) เช่น ฝาเกลียวรีดปิดขาด (Roll-on Pilfer-proof) ที่ทำจากอะลูมิเนียม หรือพลาสติกที่ต้องดึงแถบพลาสติกที่เชื่อมฝากับส่วนที่ยึดตัวภาชนะออกจึงจะเปิดฝาได้



ภาพที่ 2.7.22 ฝาพลาสติกชนิดฉีกขาด

10. หลอดปิดผนึก (Sealed Tubes) หลอดบีบที่บรรจุจะต้องปิดทั้งสองด้าน ด้านปากหลอดจะมีเยื่อบาง ๆ ของอะลูมิเนียมหนา 3-5 มม. ปิดอยู่

11. ภาชนะแอโรโซล (Aerosol Containers) เป็นภาชนะที่ป้องกันการลักลอบเปิดได้ด้วยลักษณะของภาชนะเอง

12. กล่องปิดผนึก (Sealed Cartons) เป็นการปิดผนึกกล่องชั้นนอกด้วยกาวหรือสิ่งอื่นที่จะต้องทำลายก่อนเปิดออก

2.7.5 สี การพิมพ์ การตกแต่ง และการปิดฉลาก

สี

สี หมายถึง ลักษณะความเข้มของแสงที่ปรากฏแก่ตา สีเป็นส่วนที่สำคัญโดยเฉพาะสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเด็ก ในแง่ของการมีส่วนร่วมช่วยสร้างอารมณ์และสร้างความสนใจได้อย่างดี สีนับเป็นสิ่งที่สำคัญมาก เด็กมักจะเลือกสิ่งของที่มีสีสันสวย ๆ มีภาพประกอบที่เต็มไปด้วยสีสันมากกว่าภาพขาวดำ

การใช้สีกับผลิตภัณฑ์ ควรคำนึงถึงอิทธิพลของสีต่อความรู้สึก และเลือกใช้ให้ถูกต้องเหมาะสมด้วย คำนึงถึงภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือสำหรับผู้ซื้ออีกด้วย นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงการใช้สีของผลิตภัณฑ์คู่แข่งอีกด้วย

สีอาจแบ่งเป็น 2 วรรณะ คือ วรรณะอุ่น และวรรณะเย็น

สีวรรณะอุ่น : ให้ความรู้สึกตื่นเต้น คึกคัก ร่าเริง เร่งเร้า กระฉับกระเฉง และมีชีวิตชีวา ทำให้ดูใกล้กว่าสีอื่น สีในวรรณะอุ่นมีหลากหลาย เช่น

สีแดง - เร้าประสาท กระตุ้นการเคลื่อนไหว

สีส้ม - ร้อน โกรธ

สีส้มเหลือง - อบอุ่น มีชีวิตจิตใจ

สีวรรณะเย็น : ให้ความรู้สึกสงบ เยือกเย็น สวย ทำให้ดูไกลกว่าสีวรรณะอุ่น สีในวรรณะเย็นก็มีหลากหลาย เช่น

สีเหลืองเขียว - ความยินดี ร่าเริง

สีเขียว - สงบ พักผ่อน

สีน้ำเงิน - เยียบ มีน้ำใจ และความเยือกเย็น

สีน้ำเงินเขียว - มีดี เยียบขี้น

สีฟ้า - สงบ เย็น หมายถึงน้ำ ความร่มเย็น หรือฤดูหนาว

สีม่วงและสีเหลือง เป็นสีที่เข้าได้ทั้งสองวรรณะ ถือเป็นสีตัวกลาง ให้ความรู้สึกดังนี้

สีม่วง - ใ้อ่ำ ร่ำรวย สูงส่ง และยศศักดิ์

สีเหลือง - สนุกสนาน เบิกบาน

เครื่องพิมพ์

ทำหน้าที่ถ่ายน้ำหมึกเหลวลงตัวรับหมึก (Substrate) ตามตำแหน่ง (Image Area) และแบบ (Pattern) ที่ต้องการ ระบบการพิมพ์มีอยู่หลายประเภท แต่ที่วาระบบการพิมพ์กว่า 80% ที่ใช้กับบรรจุภัณฑ์จะมี 4 ประเภทดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการใช้

1. แบบถ่ายผ่าน (Relief) ระบบพิมพ์ประเภทนี้ อาจเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า ระบบการพิมพ์พื้นนูน ได้แก่ แบบเฟล็กโซกราฟี (Flexography) แบบเลตเตอร์เพรส ซึ่งเป็นการพิมพ์โดยตรง (Direct Printing)
2. แบบแบนราบ (Plano Graphic) ที่นิยมใช้ ได้แก่ ระบบลิโทกราฟี (Lithography) หรือแบบออฟเซตลิโทกราฟี (Offset Lithography)
3. แบบโรโตกราฟี (Rotogravure) หรือที่เรียกแบบย่อว่า กราฟัวร์
4. แบบไร้สัมผัส (Non-contact) หรือแบบไม่ใช้ระบบการกดพิมพ์ เป็นระบบใหม่ที่ได้รับ ความนิยมอย่างสูงในระยะ 10 ปีที่ผ่านมา เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี คอมพิวเตอร์

ระบบการพิมพ์แต่ละแบบดังกล่าวนี้จะแตกต่างกันในแง่ของคุณลักษณะหมึก การส่งผ่าน หมึกและการทำให้ติดบนสิ่งตีพิมพ์ อย่างไรก็ตามระบบการพิมพ์ทั้งหมดยกเว้นแบบไร้สัมผัส จะต้องใช้ตัวกลางในการส่งผ่านหมึก ที่เรียกว่าไมลแมพิมพ์ซึ่งมีเพลท (Plate) ติดอยู่

นอกจากการแบ่งด้วยระบบการพิมพ์ดังกล่าว เครื่องพิมพ์ยังสามารถแบ่งตามวิธีการป้อน แบบเป็นแผ่น ป้อนเป็นม้วน โดยปกติเครื่องพิมพ์ที่ป้อนเป็นม้วนจะใช้กับกระดาษที่ยืดตัวได้ง่าย เช่น กระดาษหนังสือพิมพ์ เป็นต้น ในกรณีที่แปรรูปวัสดุบรรจุภัณฑ์สำหรับเครื่องบรรจุ Form-Fill-Seal มักจะใช้วัสดุที่เป็นม้วน เพราะตัวเครื่องจะทำการขึ้นรูปเอง ดังนั้นวัสดุจึงต้องพิมพ์ส่งเป็น ม้วน และมีจุดหรือเส้นดำหนาประมาณครึ่งเซนติเมตรไว้ให้ตาแมว (Photoelectric cell) ของ เครื่องคอยจับจุดรวมจาก (Registration) เพื่อให้ขึ้นรูปได้ขนาดแต่ละถุงตามต้องการ

การเลือกระบบการพิมพ์ขึ้นกับปัจจัยหลาย ๆ ประการ แต่ปัจจัยที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

1. ปริมาณของงานพิมพ์ : จำนวนสีที่พิมพ์ต่อหน่วยพื้นที่ (Impression Work) และความ ละเอียดของงานพิมพ์
2. งานที่ออกแบบ : กราฟิกที่ออกแบบบนบรรจุภัณฑ์อาจเป็นลายเส้น งานพิมพ์หลายสี ความแวววังของงานพิมพ์ จะเลือกใช้ระบบที่แตกต่างกัน
3. สิ่งพิมพ์ (Substrate) : วัสดุที่ใช้แปรรูปเป็นบรรจุภัณฑ์และใช้พิมพ์งาน ได้แก่ กระดาษ พลาสติก โลหะ และแก้ว การเลือกใช้วัสดุที่แตกต่างกันจะได้คุณภาพการพิมพ์ที่ แตกต่างกันไป
4. รูปทรงสิ่งตีพิมพ์ : เป็นม้วน หรือแผ่นก็ได้ ตัวบรรจุภัณฑ์ที่จะพิมพ์อาจจะเป็นรูปทรง กลมหรือไม่เป็นรูปทรงเรขาคณิตใด ๆ เลย
5. ความต้องการคุณสมบัติพิเศษอื่น ๆ เช่น ป้องกันน้ำ ป้องกันสารเคมี หรือเป็นฉนวน ความร้อน เป็นต้น

เครื่องปิดฉลาก

เครื่องปิดฉลากสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ ดังต่อไปนี้

1. เครื่องปิดฉลากแบบทากาวแล้วกลิ้งติด : ในกรณีบรรจุภัณฑ์เป็นทรงกลม เช่น กระจปอง กระจปองจะใช้ความเป็นทรงกลมให้เป็นประโยชน์ โดยให้บรรจุภัณฑ์กลิ้งไปตามราง เมื่อกำลังไปทากาว ก็จะกลิ้งผ่านฉลาก เพื่อนำฉลากขึ้นมาติดบนบรรจุภัณฑ์ด้วย
2. เครื่องปิดฉลากแบบทากาวที่ฉลากแล้วส่งผ่านไ้ติด : เครื่องปิดฉลากบนส่วนหน้าหรือ ส่วนหลังของบรรจุภัณฑ์ จำพวกขวดแก้วหรือพลาสติก มีหลักการทำงานคือ ฉลากจะถูกทากาวด้วยลูกกลิ้งก่อน แล้วจึงนำฉลากมาติดบนภาชนะในตำแหน่งที่ต้องการ
3. เครื่องปิดฉลากสติ๊กเกอร์ : เครื่องปิดฉลากที่มีกาวในตัว แม้ว่าตัวฉลากจะมีราคา ค่อนข้างแพง แต่มีความสะดวกในการใช้งาน ไม่ว่าจะติดด้วยมือหรือใช้เครื่องจักร ในกรณีใช้เครื่องจักรแรกจะพิมพ์มาเป็นม้วน วนช่วงระยะเท่า ๆ กัน เนื่องจากความหนาแน่นและความเหนียวของตัวฉลากกับตัวแผ่นกระดาษที่ปะอยู่ข้างหลัง เมื่อแผ่นกระดาษหมุนกลับทิศ 180 องศา จะปล่อยให้ฉลากแยกออก แล้วนำไปติดบนบรรจุภัณฑ์ด้วยลูกกลิ้งติดกาว เครื่องจักรติดฉลากประเภทนี้มีราคาไม่สูงนัก และสามารถทำงานได้อย่างสะดวก นอกจากนี้ความเร็วในการติดฉลากยังสามารถทำได้สูงถึงหลายร้อยขวดต่อนาที

คุณสมบัติของพลาสติกชนิดต่าง ๆ

คุณสมบัติ	PE		PET	PETG	PVC	PS	PP	
	LDPE	HDPE					Regular	Oriented
ความหนาแน่น (กรัม/ลบ.ซม.)	0.91 – 0.925	0.94 – 0.965	1.35 – 1.40	1.27	1.35	1.0 – 1.1	0.89 – 0.91	0.90
ความใส	ขุ่นแต่ โปร่งใส	ขุ่นแต่ โปร่งใส	ใส	ใส	ใส	ใส	ขุ่นแต่ โปร่งใส	ใส
การป้องกันไอน้ำ	ดี	ดีมาก	ปานกลาง	ปานกลาง	ปาน กลาง	ไม่ดี	ดีมาก	ดีมาก
การป้องกัน ออกซิเจน	ไม่ดี	ไม่ดี	ดี	ดี	ดี	ไม่ดี	ไม่ดี	ไม่ดี
การป้องกัน คาร์บอนไดออก ไซด์	ไม่ดี	ไม่ดี	ดี	ดี	ดี	ไม่ดี	ปานกลาง	ปานกลาง
ความต้านทานต่อ กรด	ปาน กลางถึงดี มาก	ปาน กลางถึง ดีมาก	ปานกลาง ถึงดี	ปานกลาง	ดีถึงดี มาก	ปานกลาง ถึงดี	ปานกลาง ถึงดีมาก	ปานกลาง ถึงดีมาก
ความต้านทานต่อ แอลกอฮอล์	ปาน กลางถึงดี มาก	ดี	ดี	ดี	ดี	ปานกลาง	ดี	ดี
ความต้านทานต่อ ด่าง	ดีถึงดี มาก	ดีถึงดี มาก	ไม่ดีถึง ปานกลาง	ไม่ดีถึง ปานกลาง	ดีถึงดี มาก	ดี	ดีมาก	ดีมาก
ความต้านทานต่อ น้ำมันแร่	ไม่ดี	ปาน กลาง	ดี	ดี	ดี	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ความต้านทานต่อ ตัวทำละลาย	ไม่ดีถึง ปาน กลาง	ไม่ดีถึงดี	ดี	ไม่ดีถึงดี	ไม่ดีถึงดี	ไม่ดี	ไม่ดีถึงดี	ไม่ดีถึงดี
ความทนทานต่อ ความร้อน	ปาน กลาง	ปาน กลางถึง ดี	ไม่ดีถึง ปานกลาง	ไม่ดีถึง ปานกลาง	ไม่ดีถึง ปาน กลาง	ปานกลาง	ดี	ดี
ความทนทานต่อ ความเย็น	ดีมาก	ดีมาก	ดี	ดี	ปาน กลาง	ไม่ดี	ไม่ดีถึง ปานกลาง	ดีมาก
ความทนต่อแรง กระแทก	ดีมาก	ดีถึงดี มาก	ดีถึงดีมาก มาก	ไม่ดีถึง ปานกลาง	ปาน กลางถึง ดี	ไม่ดีถึงดี	ไม่ดีถึงดี	ดีมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการ 142 ปีใช้

2.8 ข้อบังคับทางกฎหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ

ตามกฎหมาย กำหนดประเภทอาหารที่ต้องแสดงฉลากไว้ ดังนี้

1. อาหารควบคุมเฉพาะ หมายความว่า อาหารที่รัฐมนตรีประกาศในราชกิจจานุเบกษาให้เป็นอาหารที่อยู่ในความควบคุมเกี่ยวกับคุณภาพและมาตรฐาน อาหารประเภทนี้ต้องมีคุณภาพและมาตรฐานตามที่กำหนด ต้องขอขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร อนุญาตให้ฉลากอาหาร 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

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกา143ไปใช้

- 25) วัตถุเจือปนอาหาร
- 26) แยม เยลลี่ และมาร์มาเลตในภาชนะที่ปิดสนิท
- 27) ชา
- 28) น้ำบริโภคในภาชนะบรรจุปิดสนิท
- 29) เครื่องดื่มในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท
- 30) เครื่องดื่มเกลือแร่
- 31) น้านมถั่วเหลืองในภาชนะที่บรรจุสนิท
- 32) กาแฟ
- 33) น้ำแข็ง
- 34) อาหารทารกและอาหารสูตรต่อเนื่องสำหรับทารกและเด็กเล็ก
- 35) อาหารเสริมสำหรับทารกและเด็ก
- 36) อาหารในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท
- 37) รอยัลเยลลี่ และผลิตภัณฑ์รอยัลเยลลี่
- 38) โยเกิร์ตแช่เย็นและอาหารที่มีโยเกิร์ตแช่เย็น
- 39) น้ำผึ้ง

2.อาหารกำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน อาหารประเภทนี้มีการกำหนดคุณภาพหรือมาตรฐานดังนั้น โรงงานผู้ผลิตและผู้นำเข้า จะต้องอนุญาตใช้ฉลากอาหาร แต่ไม่ต้องอนุญาตขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร

- 1) อาหารกำหนดคุณภาพหรือมาตรฐานที่ต้องขออนุญาตมีทั้งหมด 5 ชนิดแก่
 1. น้ำที่เหลือจากการผลิตโยเกิร์ตแช่เย็น
 2. ช็อกโกแลต
 3. โยเกิร์ต
 4. ผลิตภัณฑ์ปรุงรสที่ได้จากการย่อยโปรตีนของถั่วเหลือง
 5. ข้าวเสริมวิตามิน
- 2) อาหารกำหนดคุณภาพหรือมาตรฐานที่ยกเว้นให้ไม่ต้องขออนุญาตใช้ฉลากอาหาร มี 1 ชนิดได้แก่
 1. เกลือบริโภค
- 3) อาหารที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดให้เป็นอาหารที่ต้องมีฉลาก สามารถแบ่งได้คือ
 1. แป้งข้างกล้าง
 2. น้ำเกลือปรุงรส

3. ขอสโภชนาการที่บรรจูปิดสนิท
4. ขนมัน
5. อาหารที่มีวัตถุประสงคพิเศษ
6. หมากฝรั่ง และ ลูกอม
7. คุกกี้สำเร็จรูป
8. อาหารฉายรังสี
9. อาหารที่มีวัตถุกันขึ้นรวมอยู่ในภาชนะบรรจุ
10. ผลิตภัณฑ์กระเทียม
11. วัตถุแต่งกลิ่นรส
12. อาหารที่มีส่วนผสมของวานหางจระเข้

- 4) อาหารสำหรับผู้ป่วยเฉพาะโรค หรือผู้ป่วยที่มีสภาพที่ผิดปกติทางร่างกาย
- 5) อาหารที่ใช้สำหรับบุคคลผู้มีวัตถุประสงค์ในการบริโภคอาหารเป็นพิเศษ เช่น ผู้สูงอายุ หญิงตั้งครรภ์
- 6) อาหารที่ต้องมีฉลากแต่ไม่ต้องยื่นขออนุญาตผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าปฏิบัติได้เลย มี 3 ชนิด

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

- 7) อาหารนำหรือสั่งเข้ามาในราชอาณาจักรที่ต้องแจ้งรายละเอียดของอาหาร (จุดแจ้ง) ได้แก่ พืช ผัก และผลไม้ที่อยู่ในสภาพ รวมทั้งแช่เย็นหรือแช่แข็ง

3. อาหารอื่นที่นำเข้ามาในราชอาณาจักร นอกเหนือจากข้อ 1 และ 2 ข้างต้นจะต้องยื่นขออนุญาตฉลากอาหาร

รายละเอียดบนฉลากอาหาร

ฉลากของอาหารที่จำหน่ายโดยตรงต่อผู้บริโภคต้องแสดงข้อความภาษาไทย หรือมีภาษาต่างประเทศด้วยก็ได้ โดยจะต้องมีข้อความแสดง รายละเอียดดังต่อไปนี้

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

- ชื่อเฉพาะของอาหาร ชื่อสามัญหรือชื่อที่ใช้เรียกอาหารตามปกติเช่น ขนมปัง ข้าว เกรียบกึ่งน้ำต้ม
- ชื่อที่แสดงประเภทหรือชนิดของอาหาร เช่น น้ำปลาแท้ ไส้กรอกรมหวานเย็น ซอสถั่วเหลือง
- ชื่อทางการค้า การใช้ชื่อนี้ จะต้องมีข้อความ แสดงประเภท หรือชนิดของอาหาร กำจัดชื่ออาหารโดยจะอยู่ในบรรทัดเดียวหรือคนละบรรทัดกับชื่อทางการค้าเลยก็ได้ ขนาดตัวอักษรหรือประเภทหรือชนิดจะมีขนาดต่างกับชื่อทางการค้าแต่ต้องสามารถเห็นได้ชัดเจนเช่น ขนาดประมาณ 5 มิลลิเมตร

ในกรณีที่ไม่ใช่ชื่ออาหารเป็นภาษาต่างประเทศด้วย ขนาดของตัวอักษรที่แสดงชื่ออาหารเป็นภาษาไทยต้องมีขนาดไม่เล็กกว่าขนาดของตัวอักษรที่แสดงชื่ออาหารเป็นภาษาต่างประเทศ

2. ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิตหรือผู้แปรรูป กรณีเป็นอาหารนำเข้า ให้แจ้งประเทศผู้ผลิตด้วย
 3. เลขทะเบียนตำรับอาหาร หรือเลขที่อนุญาตให้ใช้ฉลากอาหาร(ถ้ามี) เพื่อแสดงให้ผู้บริโภคทราบว่าอาหารนี้ผ่านการได้รับอนุญาต เช่น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาหรือจังหวัดที่ผู้ผลิตตั้งภูมิลำเนา กรณีที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยามอบอำนาจให้
 4. ปริมาตรสุทธิเป็นระบบเมตริก โดยแสดงไว้ที่ส่วนสำคัญของฉลาก(Principal display panel)
 - อาหารที่เป็นผง แห้ง หรือก้อน ให้แสดงเป็นน้ำหนักสุทธิ
 - อาหารที่เป็นของเหลวให้แจ้งปริมาตรสุทธิ
 - อาหารที่ลักษณะเป็นกึ่งแข็งกึ่งเหลวสามารถแสดงน้ำหนักสุทธิ หรือปริมาตรสุทธิก็ได้ กรณีแยกเนื้อกับน้ำได้ ต้องแจ้งน้ำหนักเนื้อ (Drained Weight) ด้วย
 - อื่นๆแจ้งเป็นน้ำหนักสุทธิ
 5. ส่วนประกอบสำคัญคิดเป็นร้อยละของน้ำหนักโดยประมาณ และแสดงเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย กรณีที่เป็นอาหาร ซึ่งต้องเจือจางหรือละลายก่อนบริโภค ให้แสดงส่วนประกอบที่สำคัญดังกล่าวของอาหารเมื่อเจือจาง หรือทำละลายตามวิธีปรุง เพื่อรับประทานตามที่แจ้งไว้บนฉลาก
 6. วัน เดือน ปีที่ผลิตอาหาร,เดือนปีที่ผลิต วัน เดือน ปี ที่หมดอายุของอาหาร หรือวันเดือนปีที่อาหารยังมีคุณภาพหรือมาตรฐานดี โดยมีข้อความว่า "ผลิต" "หมดอายุ" "ควรบริโภคก่อน "
- กำกับไว้ด้วยแล้วแต่กรณี ข้อความนี้อาจแสดงไว้ด้านหน้าหรือด้านบน กรณีแจ้งไว้ ด้านล่างของภาชนะบรรจุ ให้แจ้งไว้ส่วนหน้าของฉลาก ว่าดู วัน เดือน ปีที่ผลิต หรือหมดอายุ หรือควรบริโภคก่อนที่ใด
7. ถ้ามีการแต่งสีต้องมีข้อความว่า "เจือสีธรรมชาติ" หรือ "เจือสีสังเคราะห์" แล้วแต่กรณี

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

9. ถ้ามีการใช้วัตถุเจือปนอาหาร โดยเฉพาะวัตถุกันเสีย ต้องมีข้อความว่า “ใช้วัตถุกันเสีย”

10. ถ้ามีการใช้วัตถุปรุงแต่งรสอาหารต้องมีข้อความว่า “ใช้วัตถุปรุงแต่งรสอาหาร”

11. แจ้งวิธีปรุงเพื่อรับประทาน(ถ้ามี)

12. แจ้งคำแนะนำให้การเก็บรักษา(ถ้ามี)

13. แจ้งคำเตือน(ถ้ามี)

14. ฉลากอาหารที่ข้อความรูป รูปภาพ รอยประดิษฐ์ เครื่องหมาย หรือเครื่องหมายการค้า ไม่ว่าจะ เป็น ภาษาใดที่ปรากฏในฉลากต้อง

- ไม่เป็นเท็จ หรือหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควร หรือไม่ทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญ

- ไม่แสดงถึงชื่ออาหาร ส่วนประกอบอาหาร อัตราส่วนของอาหาร ปริมาตรของอาหาร หรือแสดงถึงสรรพคุณของอาหารอันเป็นเท็จ หรือหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อ

- ไม่ทำให้เข้าใจว่ามีวัตถุตามข้อความ ชื่อ รูป รูปภาพ รอยประดิษฐ์ เครื่องหมาย หรือเครื่องหมายการค้าดังกล่าวอยู่ผสมอยู่ในอาหาร โดยที่ไม่มีวัตถุนั้นผสมอยู่ หรือมีผสมอยู่ในปริมาณที่ไม่อาจแสดงสรรพคุณได้

นอกจากไม่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดในสาระสำคัญที่กล่าวข้างต้นแล้ว ฉลากอาหารต้องไม่ทำให้เกิดความเข้าใจผิด หรือขัดกับวัฒนธรรมอันดีงามของไทย หรือส่อไปในทางทำลายคุณค่าของภาษาไทยอีกด้วย

15. การแสดงสีของพื้นฉลาก และสีของข้อความ ต้องใช้สีที่ตัดกันเพื่อให้ข้อความที่ระบุอ่านได้ชัดเจนขนาดอักษรหรือบริเวณพื้นที่ในฉลากที่ระบุข้อความนั้นต้องมีขนาดตัวอักษรสัมพันธ์กับขนาดพื้นที่ฉลากเว้นแต่ข้อความดังต่อไปนี้ ต้องมีขนาดตัวอักษร และแบบตามที่ตั้งสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากำหนด

- เลขทะเบียนตำรับอาหาร

- ข้อความที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากำหนดให้ต้องมีสำหรับอาหารที่สำนักงานกรรมการอาหารและยาประกาศกำหนด

16. ฉลากที่มีเครื่องหมายการค้าแสดงไว้ สำนักงานกรรมการอาหารและยา อาจกำหนดให้ระบุคำว่า “ตรา” หรือ “เครื่องหมายการค้า” กำกับเครื่องหมายการค้าไว้ด้วยทั้งเพื่อป้องกันไม่ให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดเกี่ยวกับอาหารนั้นสำหรับคำว่า “ตรา” ต้องมีขนาดอย่างน้อยครึ่งหนึ่งของชื่อตรานั้นๆ

17. ข้อความที่ต้องแสดงส่วยหน้าของฉลาก

1. ชื่ออาหาร
2. ปริมาณสุทธิ
3. วัน เดือน ปีที่ผลิต วัน เดือน ปีที่หมดอายุ หรือควมบริโภคก่อน
4. เลขทะเบียนตำรับอาหาร

18. อาหารควบคุมเฉพาะที่ผู้ผลิตเข้าข่ายเป็นโรงงานที่ได้รับอนุญาตผลิตอาหารหรือผู้นำเข้า มาในราชอาณาจักรจะต้องได้รับอนุญาตให้ขึ้นทะเบียนตำรับอาหารและผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าต้องแสดงทะเบียนตำรับอาหารที่ไว้บนฉลากอาหารนั้น





บทที่ 3 การพัฒนาการออกแบบ

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ (Design Data Analysis)

การพัฒนาแนวความคิดและการออกแบบ (Data and Design Development)

การวิเคราะห์การออกแบบ และการประเมินค่า (Design Analysis and Evaluate)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ

จากข้อมูลในบทที่ผ่านมา สามารถนำมาสรุปและวิเคราะห์ออกมาได้เป็นขั้นตอนเพื่อนำไปใช้ในขั้นตอนการออกแบบได้ดังนี้

ขั้นตอนแรกคือการรวบรวมข้อมูลของบริษัทผู้ผลิต และการทำการสรุปแนวความคิดของผลิตภัณฑ์ในโครงการซึ่งเป็นสินค้าตัวใหม่ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากนมแพะ ภายใต้ตรา GOATURE ซึ่งแนวความคิดและข้อมูลที่ได้รวบรวมมา จะสามารถกำหนดจุดขาย ระบุกลุ่มเป้าหมาย และอาจมีผลต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต่อไป



ภาพที่ 3.1.1 ภาพลักษณ์ของบริษัท

บริษัท มาบุญครองแตรโกสท์ จำกัด เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านนมแพะ สินค้ามีคุณค่าเหมาะจะเป็นทางเลือกใหม่ในการบริโภคเพื่อสุขภาพที่ดีของคนไทย ซึ่งนำมาพัฒนาเป็นระบบอุตสาหกรรมที่ได้มาตรฐานอย่างจริงจัง เป็นรายแรก มีการนำเข้าแพะและเครื่องจักรที่ทันสมัยจากต่างประเทศ เป็นโรงรีดนมแพะอัตโนมัติและโรงงานพาสเจอร์ไรส์นมแพะ ได้รับการรับรองคุณภาพจากองค์การอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข มีจุดมุ่งหมายในการค้นคว้าวิจัยเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้บริโภคทุกเพศ ทุกวัย ตลอดทุกช่วงชีวิตเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความมั่นใจสูงสุด ซึ่งผลิตภัณฑ์ในโครงการนี้เกิดขึ้นได้โดยยังคงอยู่ในกรอบแนวคิดหลักของบริษัทในการผลิตสินค้าอาหารออกจำหน่ายสู่ผู้บริโภค และสามารถกำหนดลักษณะในภาพรวมของผลิตภัณฑ์ในโครงการได้ดังนี้คือ

Brand Concept

GOATURE ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ดีแปรรูปจากน้ำนมแพะ มอบคุณค่าสิ่งที่ดีเพื่อสุขภาพอย่างแท้จริง ที่มีสรรพคุณปกป้องสุขภาพที่ดีและช่วยรักษา, บำบัดสำหรับผู้ที่สุขภาพไม่ค่อยแข็งแรง เพื่อบำรุงร่างกายให้มีภูมิคุ้มกัน และให้ คุณประโยชน์ต่อร่างกาย ปลอดภัยสำหรับผู้รักและห่วงใยสุขภาพของตนเองและครอบครัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการใช้

Product Concept

เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ดีในส่วนของน้ำมันมะพร้าว และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากน้ำมันมะพร้าว ผ่านกระบวนการผลิตด้วยระบบการทำงาน ที่ได้มาตรฐาน รักษาคุณค่าทางอาหาร วิตามิน และแร่ธาตุไว้ได้มากที่สุด ที่มีสรรพคุณปกป้องสุขภาพที่ดีและช่วยรักษา, บำบัดสำหรับผู้ที่สุขภาพไม่ค่อยแข็งแรง เพื่อบำรุงร่างกายให้มีภูมิคุ้มกัน และให้คุณประโยชน์ต่อ

ร่างกาย ปลอดภัยสำหรับผู้ที่ยังรักและห่วงใยสุขภาพของตนเองและครอบครัว

- เน้นคุณค่าจากนมมะพร้าวซึ่งเป็นสินค้าเพื่อสุขภาพที่แตกต่างจากนมวัว และนมจากพืชในตลาดมีโมเลกุลของไขมันที่เล็กไม่เกิดการแพ้ สามารถย่อย

และดูดซึมง่ายเป็นพิเศษเหมาะสำหรับเด็กตามข้อกำหนดกับผู้ป่วยพักฟื้น ผู้มีปัญหาการย่อย

- เน้นคุณค่าจากธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์จะได้จากวัตถุดิบที่ผ่านกรรมวิธีการปรุงให้น้อยที่สุด แบ่งไม่ผ่านการพอกขาว น้ำตาลไม่พอกสี ไม่ใส่สารกันบูด และเลือกวัตถุดิบที่ได้คุณค่าของอาหารอย่างเหมาะสม พอดีกับความต้องการของร่างกายในแต่ละวัย

หากพิจารณาถึงความต้องการของสินค้าในขอบเขตของโครงการทั้งหมด ประกอบกับคุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์ที่พึงจะมี อันได้แก่ 4 ประการคือ

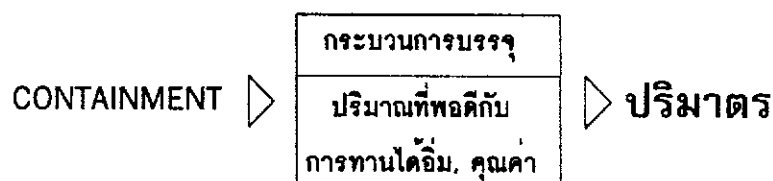
1. ด้านการบรรจุ (Containment)
2. ด้านการคุ้มครอง (Protection)
3. ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)
4. ด้านการสื่อโฆษณา (Promotion)

จึงสามารถสรุปเงื่อนไขความต้องการในการออกแบบโดยกล่าวเป็นภาพรวมของผลิตภัณฑ์ในโครงการได้ดังนี้

ด้านการบรรจุ (Containment)

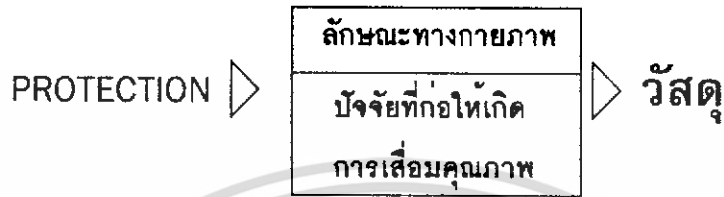
ผู้ผลิต - สามารถบรรจุสินค้าได้ในระบบการผลิต

ผู้บริโภค - มีปริมาณพอดีกับขนาดการทำงานได้หมดเหมาะสมกับความต้องการ และระยะเวลาการเก็บรักษาที่เหมาะสมกับอายุผลิตภัณฑ์



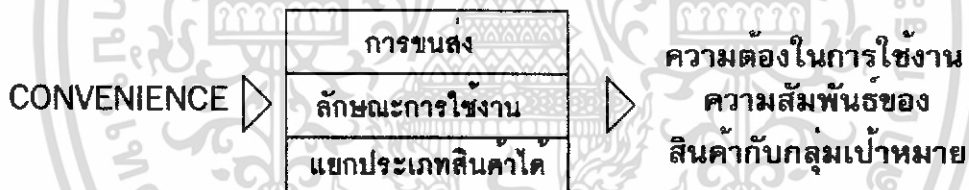
ด้านการคุ้มครอง (Protection)

- ป้องกันคุณภาพสินค้า ตั้งแต่ในระบบการผลิตไปจนถึงมือผู้บริโภค
- รักษาคุณภาพสินค้าที่เหลือหลังการเปิดใช้งานครั้งแรก ได้อย่างเหมาะสม



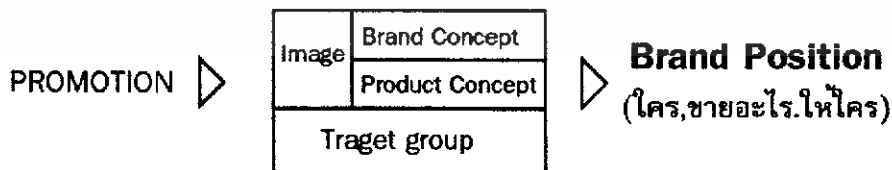
ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)

- ผู้ผลิต - สะดวกต่อการบรรจุ เก็บบรรจุภัณฑ์ก่อนบรรจุแยกประเภท
- ผู้ขนส่ง - สำเลียง เคลื่อนย้ายได้สะดวก
- ผู้ขาย - สามารถจัดเรียงสินค้า และแยกประเภทได้ชัดเจน
- ผู้บริโภค - สามารถนำกลับ และทานได้ง่าย แยกประเภทสินค้าได้ชัดเจนไม่สับสน



ด้านการสื่อสาร (Promotion)

- สื่อถึงภาพลักษณ์ของตัวสินค้า ตราสินค้า และกลุ่มเป้าหมายได้
- บอกถึงคุณลักษณะ รายละเอียดที่ถูกต้องของสินค้าที่ควรทราบ
- สร้างแรงดึงดูดใจในการตัดสินใจซื้อ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 การพัฒนาแนวความคิดและการออกแบบ (Idea and Design

Development)

จากการรวบรวมข้อมูลที่ผ่านมา จึงสามารถนำผลสรุปผลวิเคราะห์เพื่อหาจุดขาย โดยเริ่มพิจารณา ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

การวางตำแหน่ง BRAND POSITION

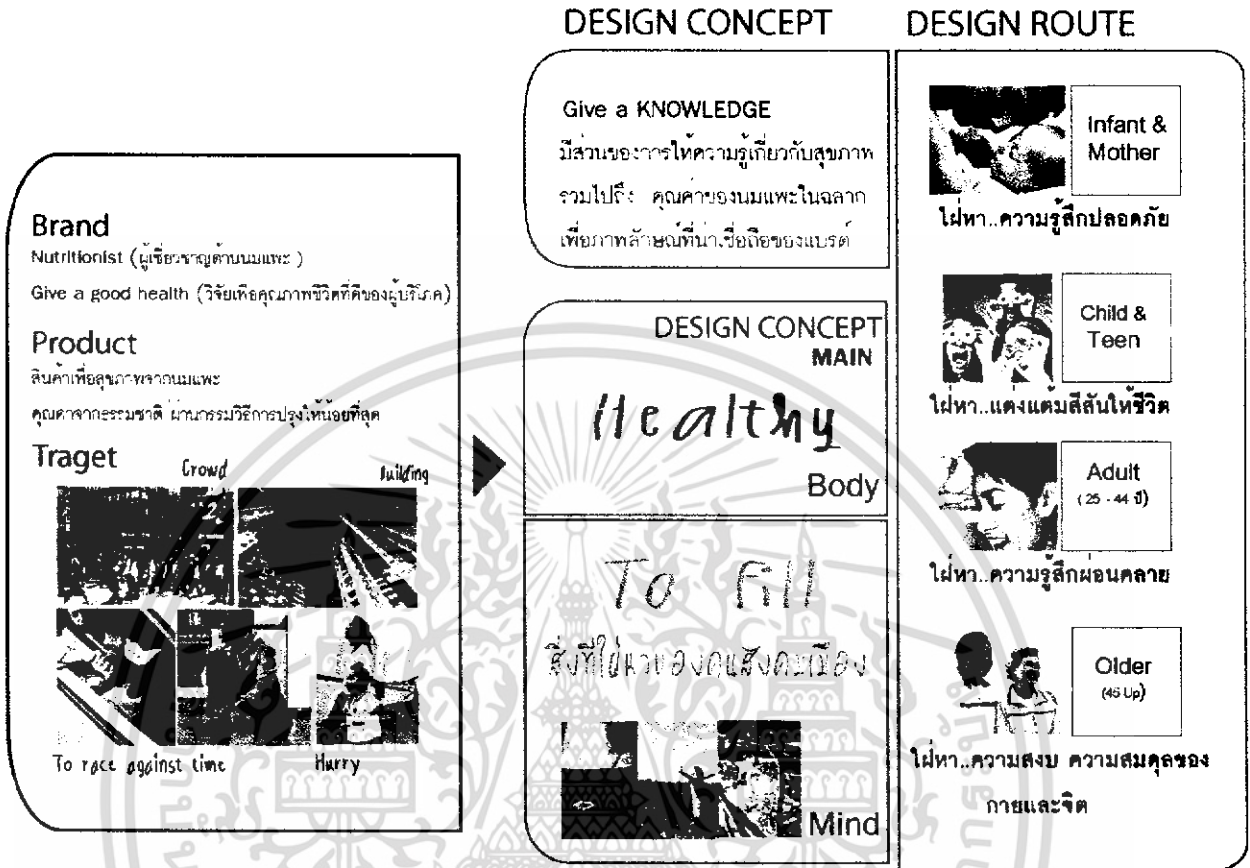
Brand	ใคร	 <p>บริษัท มานแมนูรีชีส์ ฟาร์มนมแพะ ผู้นำในตลาดนมแพะ รายแรก</p>	 <p>1. ผู้เชี่ยวชาญด้านนมแพะ มีจุดมุ่งหมายในการค้นคว้า 2. มีวิจัยเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้บริโภคทุกเพศ ทุกวัยและ ให้ผู้บริโภคได้รับความมั่นใจสูงสุด</p>
	ขายอะไร	<ul style="list-style-type: none"> - Hypo-Allergenic - Non Toxic - Natural Made - More Nutritious - เหมาะสมกับแต่ละวัย <p>Product Concept</p> <p>1. สินค้าเพื่อสุขภาพจากนมแพะ</p> <p>2. คุณค่าจากธรรมชาติ ผลลัพธ์ที่ได้จากวัตถุดิบที่ผ่านกรรมวิธีการปรุงให้น้อยที่สุด</p>	
	ให้ใคร	 <p>1. ผู้มีโรคประจำตัวดูแลสุขภาพเป็นพิเศษ เพื่อการบำบัดรักษา</p>	 <p>2. ผู้ที่ใส่ใจสุขภาพเป็นพิเศษ ทานเพื่อสร้างภูมิคุ้มกัน</p>

ภาพที่ 3.1.2 แสดงการวางตำแหน่งของ Brand

เมื่อได้จุดขายสำหรับผลิตภัณฑ์ ที่สร้างขึ้นให้มีความแตกต่างจากสินค้าคู่แข่งใน
ท้องตลาดแล้วจึงสามารถสรุปแนวทางการออกแบบได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวความคิดการออกแบบ DESIGN CONCEPT



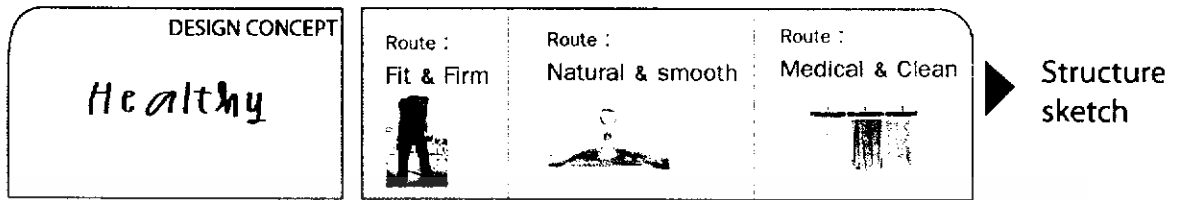
จากการกำหนดจุดขายสำหรับผลิตภัณฑ์ ที่สร้างขึ้น แล้วจึงสามารถสรุปแนวทางการออกแบบได้ดังนี้

Keyword หลักสำหรับแนวทางการออกแบบแบ่งเป็น 2 ส่วนคือ

1. Healthy แสดงถึงความใส่ใจ ห่วงใย และการมีสุขภาพที่ดี
2. To Fill เพื่อเติมเต็มในสิ่งที่ใฝ่หาของสังคมเมือง โดยแนวทางการออกแบบจะแบ่งย่อยไปในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย 4 กลุ่มหลัก
 - สำหรับกลุ่มทารกและหญิงตั้งครรภ์ ไม่หา...ความรู้สึกปลอดภัย
 - สำหรับกลุ่มเด็กและวัยรุ่น ไม่หา...การแต่งแต้มสีสันให้ชีวิต
 - สำหรับกลุ่มผู้ใหญ่ ไม่หา...ความรู้สึกผ่อนคลาย
 - สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ไม่หา...ความสงบและสมดุลของกายและจิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

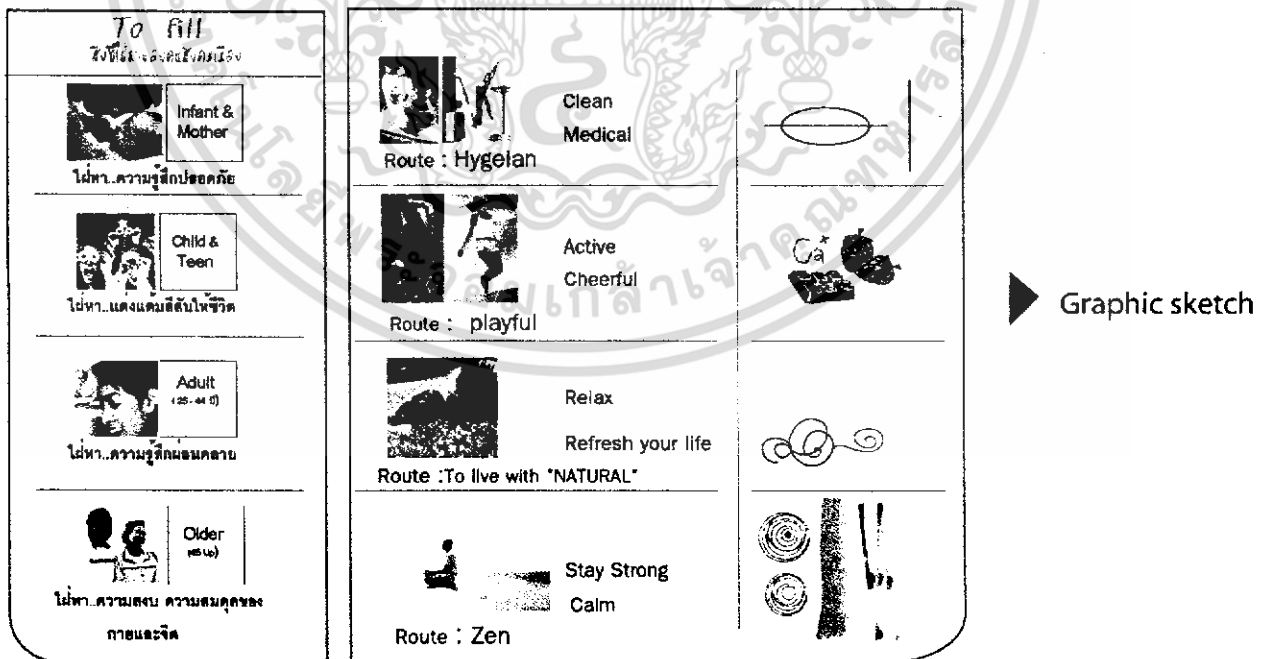
แนวทางการออกแบบด้านโครงสร้าง DESIGN ROUTE (Structure)



Healthy แสดงถึงความใส่ใจ ห่วงใย และการมีสุขภาพที่ดี เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบส่วนของโครงสร้างของกลุ่มเป้าหมายทั้งหมดโดยแบ่งเป็นแนวทางย่อย ได้อีก 3 แนวทาง คือ

- Fit & Firm แสดงถึงลักษณะสรีระที่มีความแข็งแรง และมีสุขภาพ
- Natural & Smooth แสดงถึงผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติ นุ่มนวล
- Medical & Clean แสดงถึงความสะอาด น่าเชื่อถือ

แนวทางการออกแบบด้านภาพลักษณ์ DESIGN ROUTE (Graphic)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

“To Fill” ซึ่งเป็นแนวทางสำหรับการออกแบบด้านภาพลักษณ์ โดยมี Keyword หลักสำหรับ
แนวทางการออกแบบแต่ละกลุ่มเป้าหมายแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มหลักคือ

ทารกและหญิงตั้งครรภ์ ใฝ่หา...ความรู้สึกปลอดภัย

Route : Hygeian

- Clean
- Medical

กลุ่มเด็กและวัยรุ่น ใฝ่หา...การแต่งแต้มสีสันให้ชีวิต

Route : Playful

- Active
- Cheerful

กลุ่มผู้ใหญ่ ใฝ่หา...ความรู้สึกผ่อนคลาย

Route : Live with Natural

- Relax
- Refresh your life

กลุ่มผู้สูงอายุ ใฝ่หา...ความสงบและสมดุลของกายและจิต

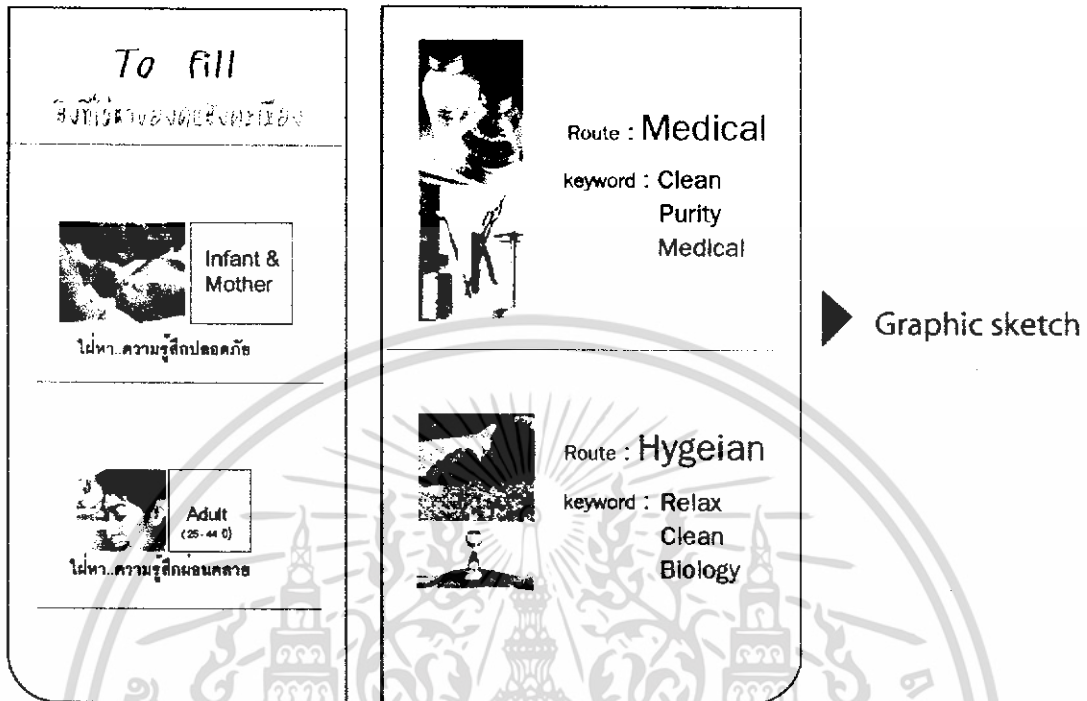
Route : Zen

- Stay strong
- Calm

แต่เพื่อให้ขอบเขตของงานสามารถทำได้ในขอบเขตเวลาของการทำวิทยานิพนธ์ จึง
ได้มีการปรับลดกลุ่มเป้าหมาย โดยพิจารณาจากกลุ่มที่ตรงกับ Product concept ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์
เพื่อสุขภาพเป็นหลัก จึงเหลือกลุ่มเป้าหมายหลัก 2 กลุ่มคือ

1. กลุ่มหญิงตั้งครรภ์ และทารก
2. กลุ่มวัยทำงาน (อายุ 25 -44 ปี)

จึงได้มีการปรับแนวทางในการออกแบบให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย และตำแหน่งของ
แบรนด์มากขึ้น ดังนี้



“To Fill” ซึ่งเป็นแนวทางสำหรับการออกแบบด้านภาพลักษณ์ โดยมี Keyword หลักสำหรับ
แนวทางการออกแบบแต่ละกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่มหลักเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์
ต่อไป คือ

1.ทารกและหญิงตั้งครรภ์ ไม่หา...ความรู้ที่ปลอดภัย

Route : MEDICAL

- Clean
- Purity

2.วัยทำงาน (อายุ 25-44 ปี) ไม่หา...ความรู้ที่ผ่อนคลาย

Route : HYGEIAN

- Relax
- Clean
- Biology

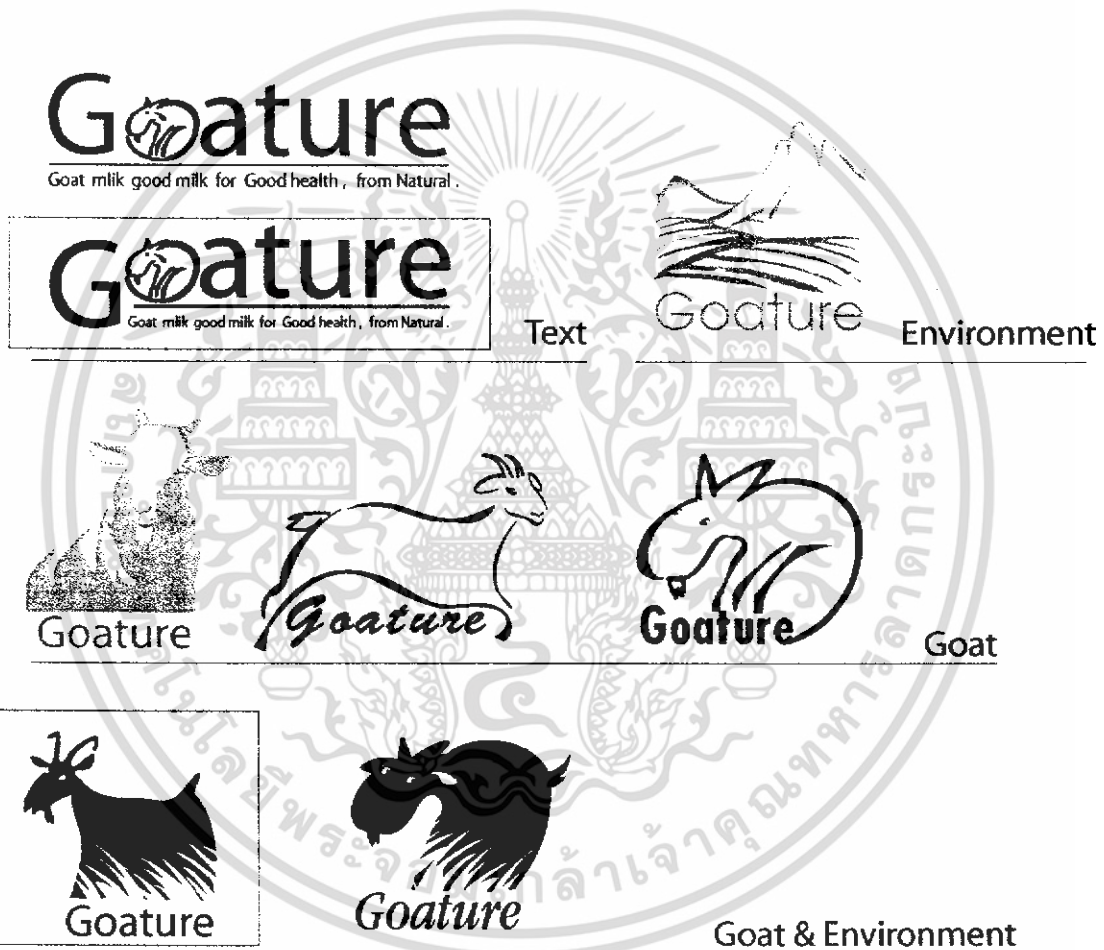
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อสรุปหาแนวทางการออกแบบได้แล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการออกแบบโลโก้ เพื่อทำการเลือกไปใช้ประกอบในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ต่อไป

DESIGN LOGO

การออกแบบโลโก้ สามารถแบ่งตามแนวทางได้ 4 แนวทาง คือ

1. ใช้ตัวอักษรในการสื่อ
2. ใช้ภาพของสภาวะแวดล้อมที่ดีของแพะเป็นตัวสื่อ
3. ใช้ภาพแพะโดยตรง เป็นตัวสื่อ
4. ใช้ภาพแพะ ร่วมกับภาพสิ่งแวดล้อม



พิจารณาเลือกโลโก้ที่ตรงภาพลักษณ์ของแบรนด์จากเงื่อนไขดังนี้

1. มีความน่าเชื่อถือ
2. แสดงออกถึงว่าเป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ
3. สื่อได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจาก น้้านมแพะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นำโลโก้ที่เลือก (ในกรอบสี่เหลี่ยม) มาทำการพัฒนาต่อได้ดังนี้

Official Logo

Commercial Logo



Goature
Good Goat milk for Good health. from Natural.



Goature
Good Goat milk for Good health. from Natural.



Goature
Good Goat milk for Good health. from Natural.



Goature
Good Goat milk for Good health. from Natural.

เลือกโลโก้ที่พัฒนาแล้ว นำโลโก้ที่เลือก (ในกรอบสี่เหลี่ยม) มาทำการปรับใช้กับกลุ่มเป้าหมาย ทั้ง 2 กลุ่มได้ดังนี้

สรุปโลโก้ที่จะนำมาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ได้ดังนี้



Adult
(25 - 44 ปี)

ไม่หา... ความรู้สึกผ่อนคลาย



Infant & Mother

ไม่หา... ความรู้สึกปลอดภัย

Goature
Goat milk for Good health

Main

Goature
Goat milk for pregnant women

Goature
Good Goat milk for infant

■ Pantone 2727 C

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกา 158 ปใช้

การออกแบบบรรจุภัณฑ์

ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์สามารถแบ่งได้ออกเป็น 3 ส่วน

1. การออกแบบการใช้งาน
2. การออกแบบกราฟิก
3. การออกแบบโครงสร้าง

การออกแบบการใช้งาน

ทำการแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ต้องการใช้งานออกเป็นกลุ่มต่าง ๆ ดังนี้

1. โยเกิร์ต (Yogurt)

- ขนาดบรรจุ 150 กรัม : ถ้วย

เงื่อนไขในการเลือกแบบ	แบบที่				การให้คะแนน
	1	2	3	4	
1. ใช้งานได้สะดวก	9	6	9	6	3
2. จับถือได้ถนัดมือ	9	9	9	6	2
3. ง่ายต่อการผลิต	3	2	3	3	1
4. ต้นทุนในการผลิตต่ำ	2	1	3	2	3
	23	18	24	17	3

การให้คะแนน
ดีมาก 3
ดี 2
ปานกลาง 1
ค่าความสำคัญ
มาก x3
ปานกลาง x2
น้อย x1

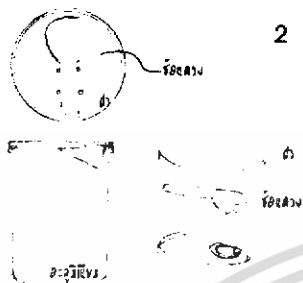
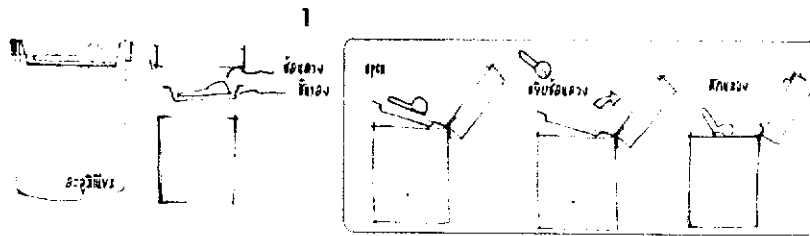
เลือกแบบที่ 3

สรุปเลือกแบบที่ 3 ซึ่งสามารถเก็บช้อนได้โดยมีฝา 2 ชั้น ชั้นแรกเป็นการ Seal ปิดฝาฟอยล์ ส่วนชั้นที่ 2 เป็นกระดาษรองสำหรับเก็บช้อน โดยไม่รบกวนต่อกราฟิกข้างนอก และมีต้นทุนที่ประหยัด สามารถใช้งานได้สะดวก

2. นมผง (Milk Powder) และอาหารเสริมสำหรับเด็กทารก

- ขนาดบรรจุ 700 กรัม : กระป๋อง
- ขนาดบรรจุ 400 กรัม : กระป๋อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการไปใช้



เงื่อนไขในการเลือกแบบ	แบบที่	
	1	2
1. ใช้งานสะดวก	3	9
2. จับถือได้ถนัดมือ	3	6
3. สะดวกต่อการเก็บรักษา	2	6
4. ง่ายต่อการผลิต	1	2
5. ต้นทุนในการผลิตต่ำ	1	2
	25	22

ค่าที่ใช้คะแนน
 ดีมาก 3
 ดี 2
 ปานกลาง 1
 พอควร 0
 น้อย 0
 มาก 3
 ปานกลาง 2
 น้อย 1

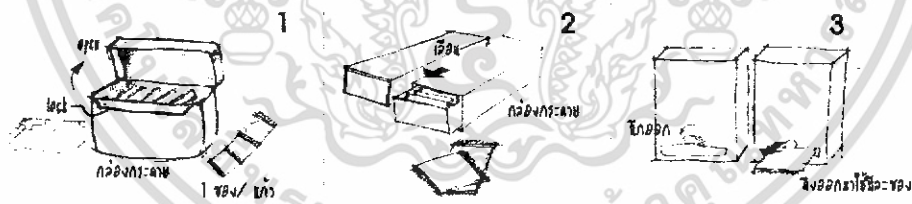
เลือกแบบที่ 1

สรุปเลือกแบบที่ 1 ซึ่งสามารถเก็บซ่อนได้โดยมีฝา 2 ชั้น ชั้นแรกเป็นการปิดฝากระป๋อง ส่วนชั้นที่ 2 ฝาสุญญากาศรักษาลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์และสำหรับเก็บซ่อนในตัว โดยไม่รบกวนต่อภาพที่ข้างนอก และมีต้นทุนที่ประหยัด สามารถใช้งานได้สะดวก

3.นมผง (Milk Powder) และเครื่องต้มถนอมอาหารสำเร็จรูป

- ขนาดบรรจุ 360 กรัม : กล่อง

- ขนาดบรรจุ 300 กรัม : กล่อง



เงื่อนไขในการเลือกแบบ	แบบที่			
	1	2	3	4
1. ใช้งานสะดวก	3	9	3	9
2. จับถือได้ถนัดมือ	3	6	9	6
3. สะดวกต่อการเก็บรักษา	2	4	4	4
4. ง่ายต่อการผลิต	1	3	3	2
5. ต้นทุนในการผลิตต่ำ	1	2	3	2
	24	19	23	23

ค่าที่ใช้คะแนน
 ดีมาก 3
 ดี 2
 ปานกลาง 1
 พอควร 0
 น้อย 0
 มาก 3
 ปานกลาง 2
 น้อย 1

เลือกแบบที่ 1

สรุปเลือกแบบที่ 1 ซึ่งฝามีล๊อคในตัว เมื่อเปิดใช้งานแล้ว สามารถปิดเพื่อเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ได้ ใช้งานได้อย่างสะดวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. เครื่องดื่มธัญญาหารสำเร็จรูป

- ขนาดบรรจุ 300 กรัม : กระป๋อง

เงื่อนไขในการเลือกแบบ	แบบที่			
	1	2	3	4
1. ใช้งานได้สะดวก	3	6	6	9
2. จับถือได้มั่นคงมือ	6	6	9	9
3. ถ่ายต่อการผลิต	3	2	2	2
4. ต้นทุนในการผลิตต่ำ	3	3	2	2
	15	17	19	22

การให้คะแนน
 ดีมาก 3
 ดี 2
 ปานกลาง 1
 ไม่ดีพอ 0
 ไม่มีความสำคัญ
 มาก x3
 ปานกลาง x2
 น้อย x1

เลือกแบบที่ 4

สรุปเลือกแบบที่ 4 ซึ่งสามารถเปิดฝาได้โดยการดันฝาขึ้นมาล็อก และสามารถควบคุมปริมาณผลิตภัณฑ์ และยังสามารถรักษาลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ได้อีกด้วย สามารถใช้งานได้สะดวก

5. แผ่นธัญญาหารอบกรอบ

- ขนาดบรรจุ 340 กรัม : กล่อง

เงื่อนไขในการเลือกแบบ	แบบที่			
	1	2	3	4
1. ใช้งานได้สะดวก	9	9	9	6
2. จับถือได้มั่นคงมือ	6	6	6	9
3. ถ่ายต่อการผลิต	3	2	2	3
4. ต้นทุนในการผลิตต่ำ	2	1	2	1
	20	18	19	19

การให้คะแนน
 ดีมาก 3
 ดี 2
 ปานกลาง 1
 ไม่ดีพอ 0
 ไม่มีความสำคัญ
 มาก x3
 ปานกลาง x2
 น้อย x1

เลือกแบบที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปเลือกแบบที่ 1 ซึ่งสามารถเปิดฝาได้โดยการหมุนเปิด และสามารถควบคุมปริมาณผลิตภัณฑ์ และยังสามารถรักษาลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ได้อีกด้วย สามารถใช้งานได้ง่าย

6. เค้าช่วยนมสด

- ขนาดบรรจุ 150 กรัม : ถ้วย

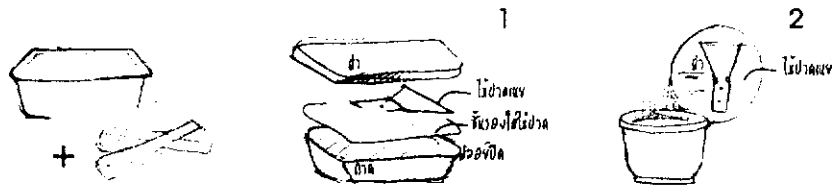
เงื่อนไขในการเลือกแบบ		แบบที่				เกณฑ์คะแนน
		1	2	3	4	
1. ใช้งานได้สะดวก	5	9	6	6	9	ภายในคะแนน รวม 3
2. จับถือได้ถนัดมือ	5	9	9	9	9	มี 2
3. ง่ายต่อการผลิต	1	3	2	3	3	ปานกลาง 1
4. ต้นทุนในการผลิตต่ำ	1	1	1	3	2	ค่าความสำคัญ มาก x3
		22	18	21	23	ปานกลาง x2
						น้อย x1

เลือกแบบที่ 4

สรุปเลือกแบบที่ 4 ซึ่งสามารถเก็บซ่อนได้ด้วยตัวฉลาก สามารถใช้งานได้ง่าย และสามารถเพิ่มพื้นที่สำหรับกราฟิกได้อีกด้วย

7. เนยสด

- ขนาดบรรจุ 250 กรัม : ถาด



เงื่อนไขในการเลือกแบบ		แบบที่	
		1	2
1. ใช้งานโปกงคอก	✕3	6	6
2. จับถือโปกงคอกมือ	✕3	6	6
3. ง่ายต่อการผลิต	✕1	3	2
4. ต้นทุนในการผลิตต่ำ	✕1	2	1
		17	15

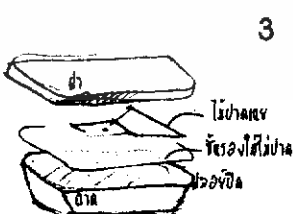
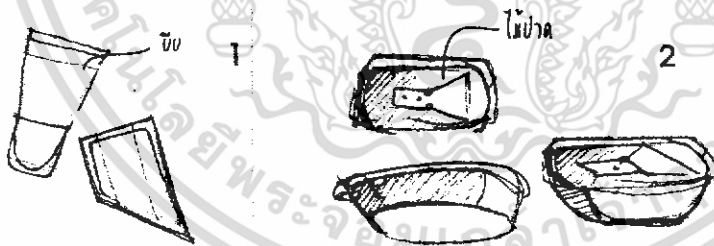
การให้คะแนน
ปริมาณ 3
ดี 2
ปานกลาง 1
ความสะดวก ง่าย ง่าย ง่าย
ต้นทุน ง่าย ง่าย ง่าย
น้อย ง่าย ง่าย

เลือกแบบที่ 1

สรุปเลือกแบบที่ 1 ซึ่งสามารถเก็บที่ปิดเนยได้โดยมีฝา 2 ชั้น ชั้นแรกเป็นการปิดเพื่อรักษาผลิตภัณฑ์ ส่วนชั้นที่ 2 เป็นถาดรองสำหรับเก็บชั้น โดยไม่รบกวนต่อกราฟิกข้างนอก และสามารถใช้งานได้สะดวก

8. ครีมชีสชั้น

- ขนาดบรรจุ 250 กรัม : ถาด



เงื่อนไขในการเลือกแบบ		แบบที่		
		1	2	3
1. ใช้งานโปกงคอก	✕3	9	6	6
2. จับถือโปกงคอกมือ	✕3	6	6	6
3. ง่ายต่อการผลิต	✕1	2	2	3
4. ต้นทุนในการผลิตต่ำ	✕1	2	2	2
		19	16	17

การให้คะแนน
ปริมาณ 3
ดี 2
ปานกลาง 1
ความสะดวก ง่าย ง่าย ง่าย
ต้นทุน ง่าย ง่าย ง่าย
น้อย ง่าย ง่าย

เลือกแบบที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปเลือกแบบที่ 1 ซึ่งสามารถบีบให้ตัวผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเป็นครีมข้น บริเวณหัวเป็นลักษณะคล้ายที่ปาดเนยไปในตัว สามารถใช้งานได้สะดวก

สรุป การออกแบบด้านการใช้งานแต่ละผลิตภัณฑ์ ในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย

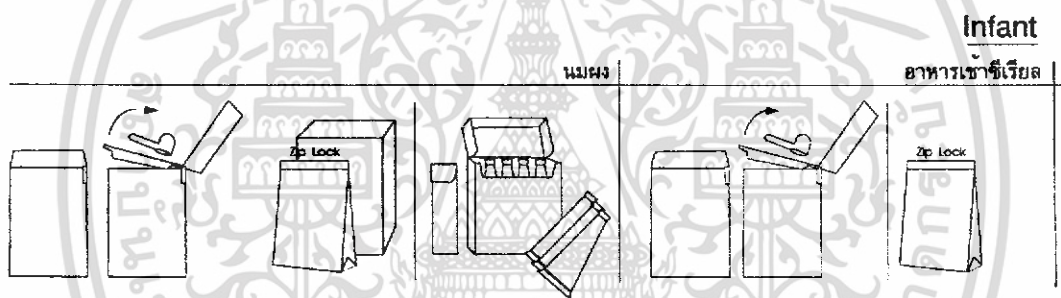
1.ทารก

นมผงจะมี 3 ลักษณะคือ

- บรรจุกระป๋อง ใช้ลักษณะการปิดฝา 2 ชั้นเพื่อเก็บชื้น
- บรรจุของ Refill
- แบบกล่อง ฝากล่องมีลักษณะเป็นลิ้นในตัว

อาหารเข้าซีเรียล 2 ลักษณะคือ

- บรรจุกระป๋อง ใช้ลักษณะการปิดฝา 2 ชั้นเพื่อเก็บชื้น
- บรรจุของ Refill



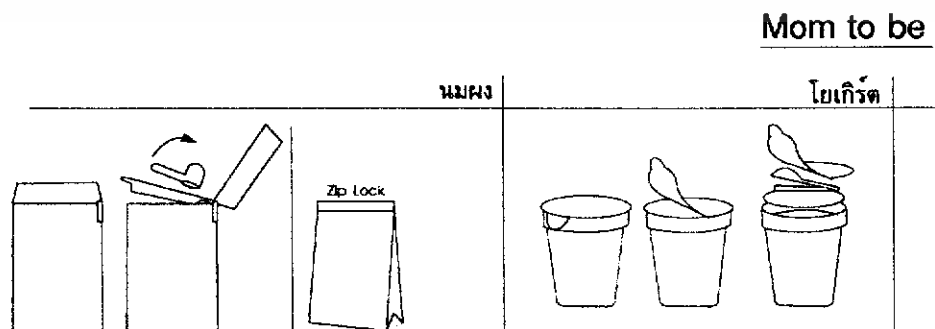
2.หญิงตั้งครรภ์

นมผงจะมี 2 ลักษณะคือ

- บรรจุกระป๋อง ใช้ลักษณะการปิดฝา 2 ชั้นเพื่อเก็บชื้น
- บรรจุของ Refill

โยเกิร์ต

- ลักษณะฝา 2 ชั้นเพื่อเก็บชื้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.วัยทำงาน (อายุ 25-44 ปี)

โยเกิร์ต

- ลักษณะฝา 2 ชั้นเพื่อเก็บชื้น

อาหารเข้า

- บรรจุกล่อง 2 ชั้นคือ เป็นแบบ Bag In
- บรรจุถ้วยพร้อมทาน มีที่สำหรับถือ

เครื่องดื่มธัญญาหาร

- บรรจุกระป๋อง มีฝาล็อคและควบคุมปริมาณ
- บรรจุของ Refill
- แบบกล่อง ฝากล่องมีลักษณะเป็นล็อคในตัว

เต้าหอยนมสด

- ฉลากสำหรับเก็บชื้น

คัสตาร์ด

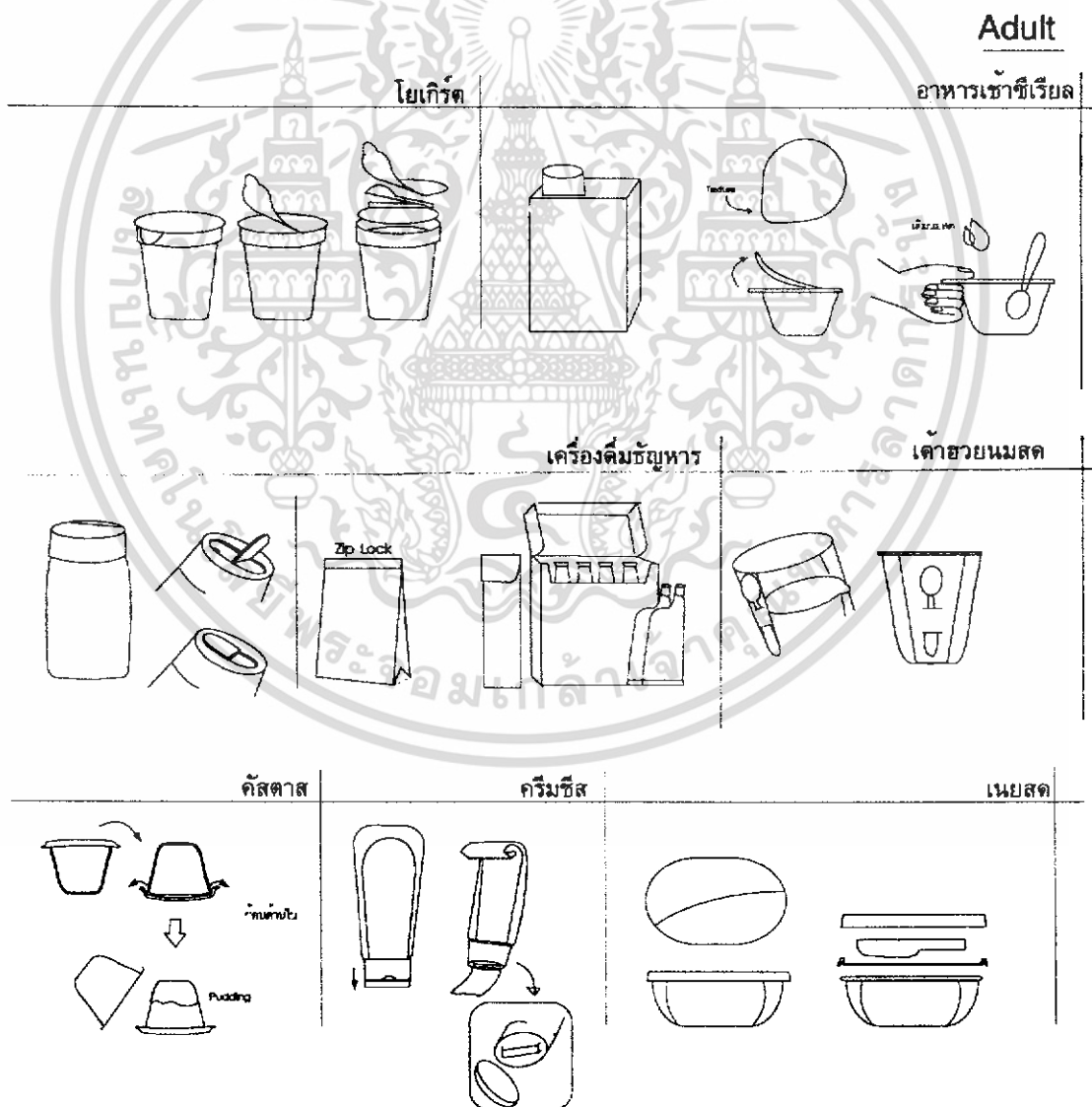
- บรรจุภัณฑ์สามารถเป็นถาดพร้อมทาน

ครีมชีส

- บรรจุหลอดสามารถบีบตัวผลิตภัณฑ์ได้

เนยสด

- บรรจุถาดฝา 2 ชั้นเพื่อเก็บที่ปาด

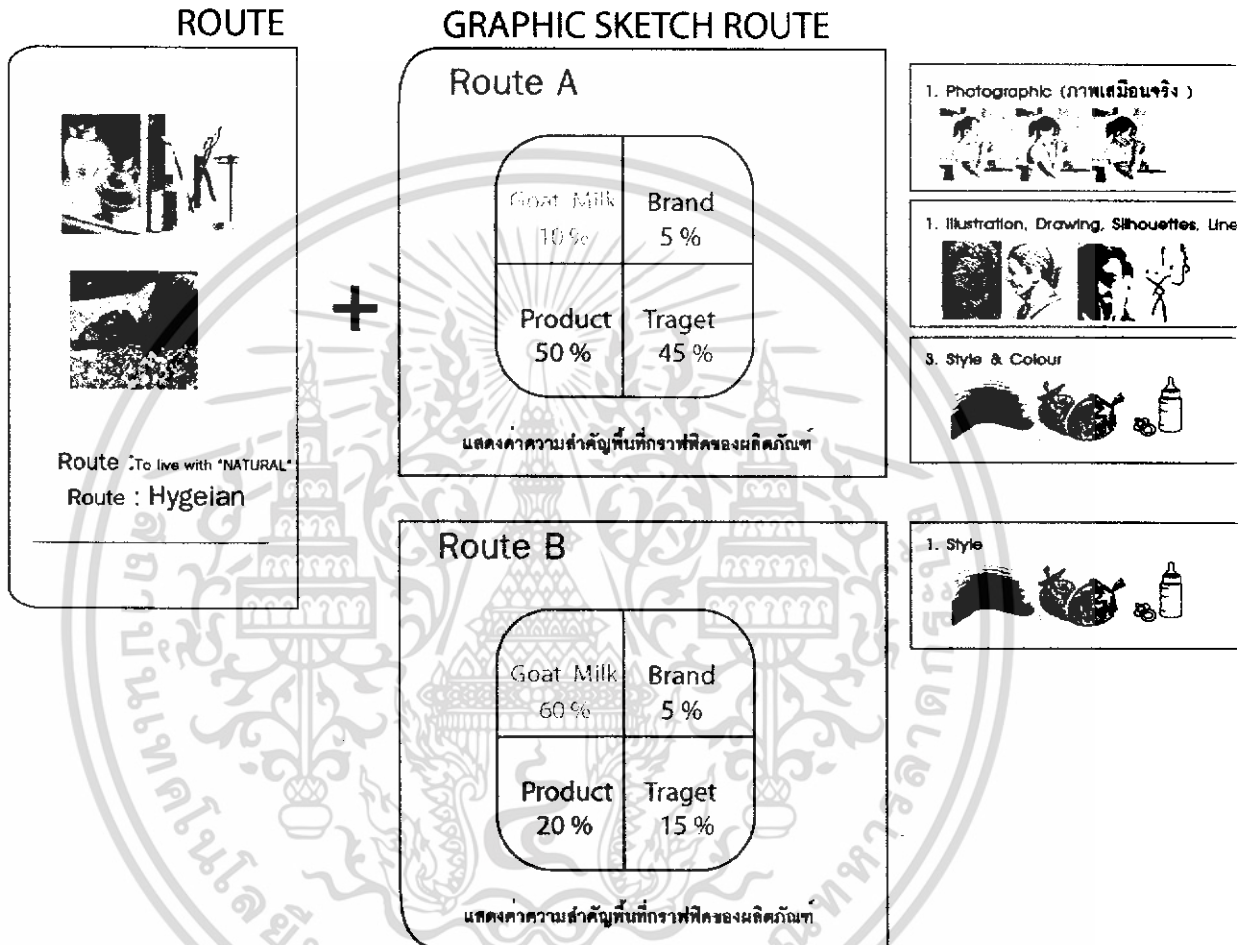


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบกราฟิก

แบ่งแนวทางแสวงหาการให้ความสำคัญในการใช้ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ดังนี้

1. Route A จะเน้นค่าความสำคัญของ ผลิตภัณฑ์และกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก
2. Route B จะเน้นค่าความสำคัญของวัตถุดิบผลิตภัณฑ์ที่มาจากนมแพะเป็นหลัก



SKETCH DESIGN

แบ่งการออกแบบกราฟิกตามกลุ่มเป้าหมายได้ดังนี้

1.ทารก ไร้หา...ความรู้สึกปลอดภัย

Route : MEDICAL

- Clean
- Purity

SKETCH GRAPHIC



Route A

<p>1. Photographic (ภาพเหมือนจริง)</p>			
<p>2. Illustration, Drawing, Silhouettes, Line</p>			
<p>3. Style</p>			

Route B

<p>1. ไรท์ภาพปะ</p>			
---------------------	--	--	--

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการใช้

นำเสกิตทั้ง 4 แนวทางไปทำแบบสอบถาม เพื่อทดสอบกับความต้องการที่แท้จริงของ
กลุ่มเป้าหมายทารกและหญิงตั้งครรภ์

แบบสอบถามนี้ เป็นแบบสอบถามประกอบในการทำการวิจัย
โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์นมและทารกวัย 1 ปี

โดย น.ร. นิตยา มีนพิพัฒน์ 0 ศึกษาศาสตรบัณฑิต
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

1 จากภาพรวมข้อ 4 ผู้วิจัยขอเลือกข้อด้วย 1 ข้อในแบบสอบถาม
2 โปรดระบุรายการที่เลือกใน 4 ข้อนี้

ลำดับที่ 1	ลำดับที่ 2																																																		
<table border="1"> <tr> <td>ไม่มีนม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> </tr> <tr> <td>ไม่มีนม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> </tr> <tr> <td>ไม่มีนม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> </tr> <tr> <td>ไม่มีนม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> </tr> <tr> <td>ไม่มีนม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> </tr> </table>	ไม่มีนม	นม	นม	นม	นม	ไม่มีนม	นม	นม	นม	นม	ไม่มีนม	นม	นม	นม	นม	ไม่มีนม	นม	นม	นม	นม	ไม่มีนม	นม	นม	นม	นม	<table border="1"> <tr> <td>ไม่มีนม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> </tr> <tr> <td>ไม่มีนม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> </tr> <tr> <td>ไม่มีนม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> </tr> <tr> <td>ไม่มีนม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> </tr> <tr> <td>ไม่มีนม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> </tr> </table>	ไม่มีนม	นม	นม	นม	นม	ไม่มีนม	นม	นม	นม	นม	ไม่มีนม	นม	นม	นม	นม	ไม่มีนม	นม	นม	นม	นม	ไม่มีนม	นม	นม	นม	นม
ไม่มีนม	นม	นม	นม	นม																																															
ไม่มีนม	นม	นม	นม	นม																																															
ไม่มีนม	นม	นม	นม	นม																																															
ไม่มีนม	นม	นม	นม	นม																																															
ไม่มีนม	นม	นม	นม	นม																																															
ไม่มีนม	นม	นม	นม	นม																																															
ไม่มีนม	นม	นม	นม	นม																																															
ไม่มีนม	นม	นม	นม	นม																																															
ไม่มีนม	นม	นม	นม	นม																																															
ไม่มีนม	นม	นม	นม	นม																																															
ลำดับที่ 3	ลำดับที่ 4																																																		
<table border="1"> <tr> <td>ไม่มีนม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> </tr> <tr> <td>ไม่มีนม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> </tr> <tr> <td>ไม่มีนม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> </tr> <tr> <td>ไม่มีนม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> </tr> <tr> <td>ไม่มีนม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> </tr> </table>	ไม่มีนม	นม	นม	นม	นม	ไม่มีนม	นม	นม	นม	นม	ไม่มีนม	นม	นม	นม	นม	ไม่มีนม	นม	นม	นม	นม	ไม่มีนม	นม	นม	นม	นม	<table border="1"> <tr> <td>ไม่มีนม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> </tr> <tr> <td>ไม่มีนม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> </tr> <tr> <td>ไม่มีนม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> </tr> <tr> <td>ไม่มีนม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> </tr> <tr> <td>ไม่มีนม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> <td>นม</td> </tr> </table>	ไม่มีนม	นม	นม	นม	นม	ไม่มีนม	นม	นม	นม	นม	ไม่มีนม	นม	นม	นม	นม	ไม่มีนม	นม	นม	นม	นม	ไม่มีนม	นม	นม	นม	นม
ไม่มีนม	นม	นม	นม	นม																																															
ไม่มีนม	นม	นม	นม	นม																																															
ไม่มีนม	นม	นม	นม	นม																																															
ไม่มีนม	นม	นม	นม	นม																																															
ไม่มีนม	นม	นม	นม	นม																																															
ไม่มีนม	นม	นม	นม	นม																																															
ไม่มีนม	นม	นม	นม	นม																																															
ไม่มีนม	นม	นม	นม	นม																																															
ไม่มีนม	นม	นม	นม	นม																																															
ไม่มีนม	นม	นม	นม	นม																																															

แบบสอบถามเพื่อให้เลือกแบบที่ชอบจาก
เสกิตทั้งหมด มา 4 แบบเรียงตามลำดับ
ความชอบและมีเกณฑ์เพื่อประกอบการเลือก
แบบ ดังนี้

1. มีอนามัย สะอาด ปลอดภัย
2. มีคุณค่าทางโภชนาการ
3. มีความน่าเชื่อถือในตัวผลิตภัณฑ์
4. มีความน่าสนใจ โดดเด่นสะดุดตา

ตัวอย่างแบบสอบถาม ประกอบการให้คะแนนเลือกแบบ
(* รายละเอียดในภาคผนวก)

จากแบบสอบถามสรุปแบบที่มีคะแนนในการเลือกสูงสุดคือแนวทางการใช้ภาพจริงของ
เด็กทารก แรกเกิด - 1 ปี

SELECTED SKETCH



ภาพแนวทางการได้รับการเลือก เพื่อพัฒนาต่อ

จากแบบสอบถามคุณแม่ลูกอ่อนและหญิงตั้งครรภ์
จำนวน 15 คน

- สรุปข้อเสนอแนะ -

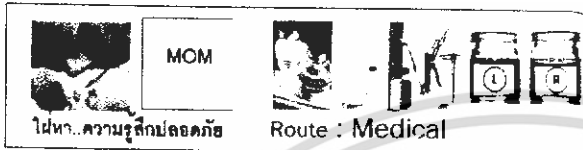
1. ลักษณะของภาพเด็กมีความน่าสนใจ ดึงดูด
2. รองลงมาคือการใช้ภาพลายเส้นการ์ตูน

2. หญิงตั้งครรภ์ ไข้หวัด...ความรู้สึกปลอดภัย

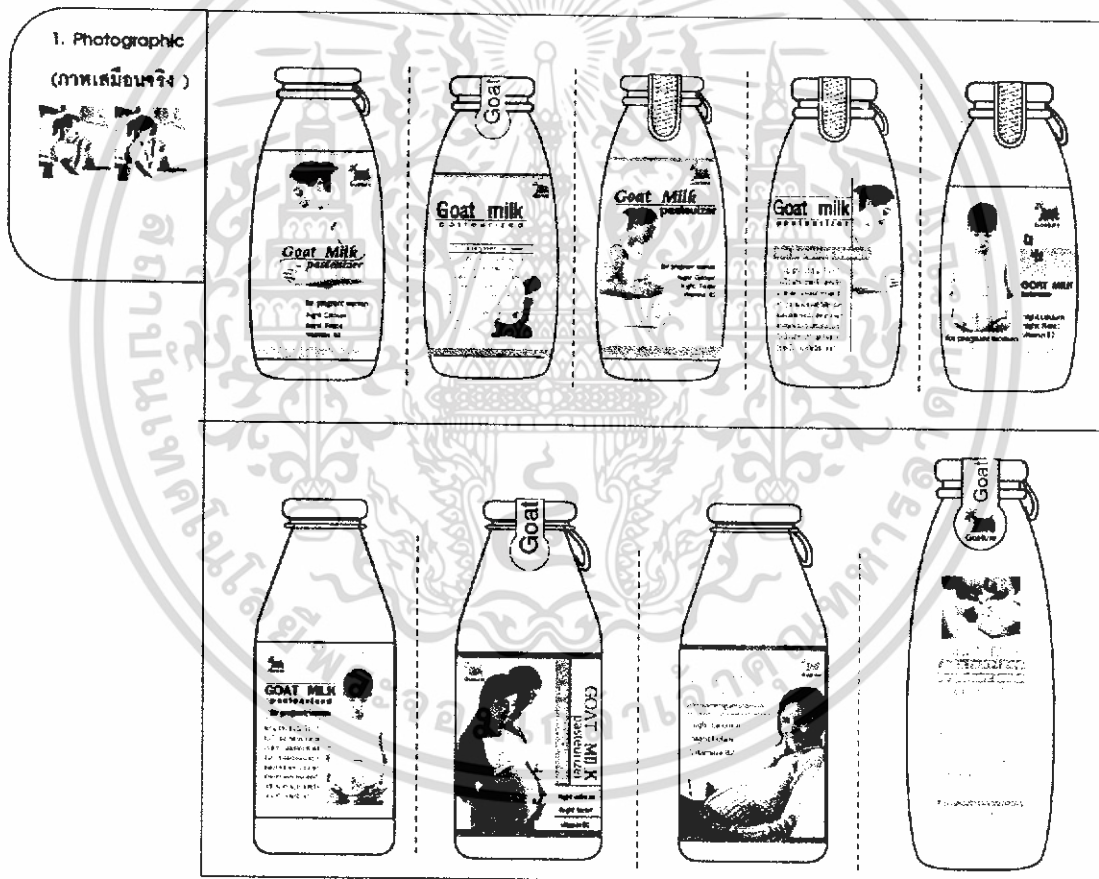
Route : MEDICAL

- Clean
- Purity

SKETCH GRAPHIC



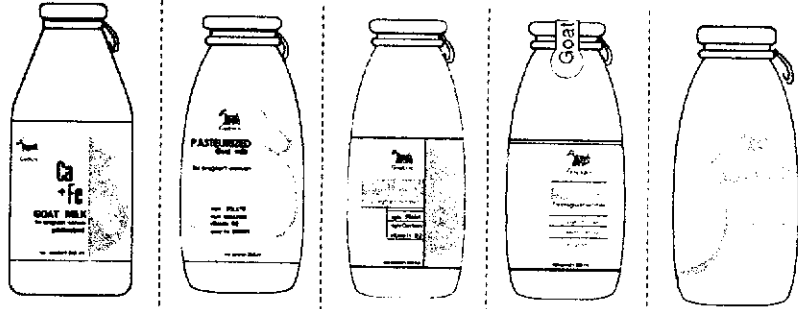
Route A



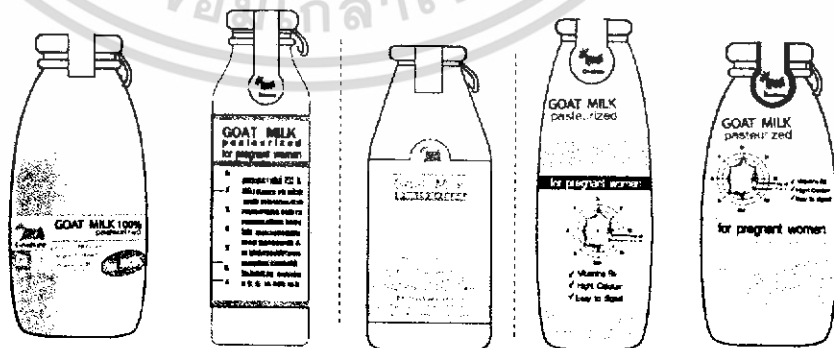
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. Illustration, Drawing.

Silhouettes, Line

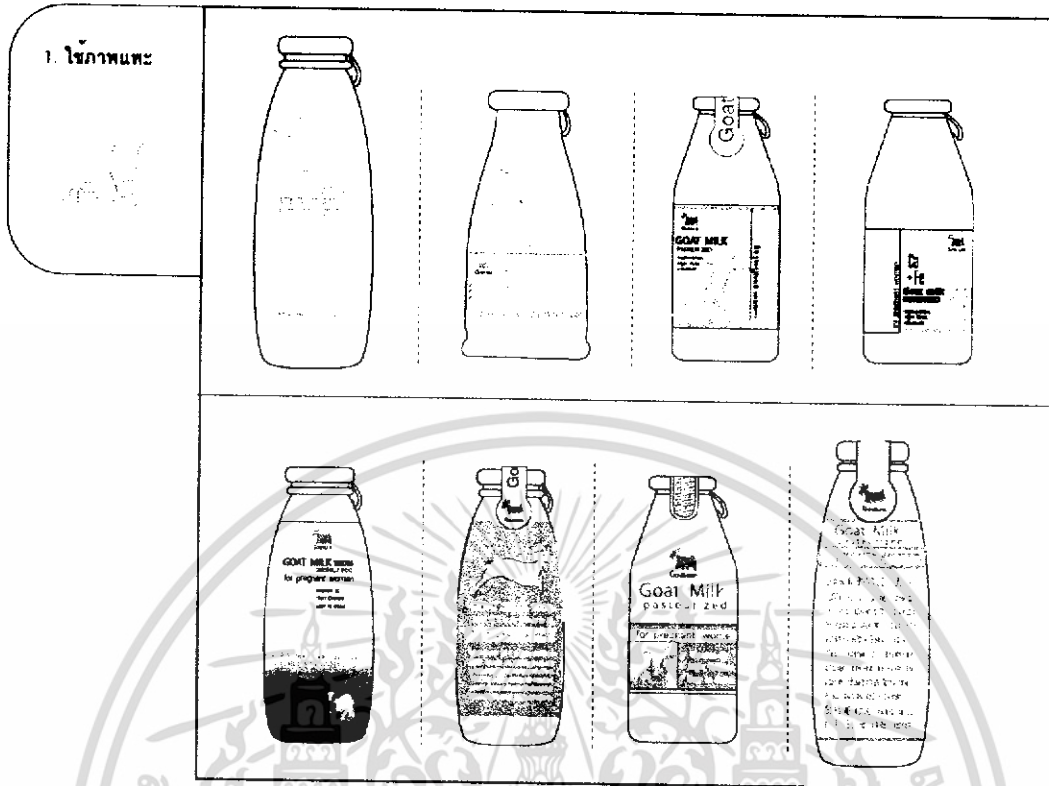


3. Style



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้











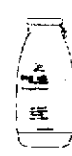



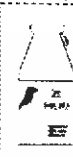

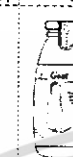


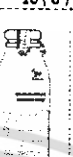


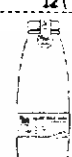







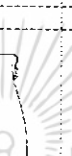





Route B







นำสเก็ตทั้ง 4 แนวทางไปทำแบบสอบถาม(ชำรงต้น) เพื่อทดสอบกับความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมายให้คัดเลือก 4 อันดับทีกลุ่มเป้าหมายชอบ และให้คะแนน นำมาวิเคราะห์ข้อดี - ข้อเสียของแต่ละแบบ เพื่อนำไปพัฒนาต่อ

นำคะแนนที่ได้ในแต่ละอันดับที่ได้มาจากการทำแบบสอบถามมาทำการสรุปผลคะแนน
ได้ดังนี้

สรุปผลคะแนนจากการทำแบบสอบถาม

											
10 (3)*		20 (8)		4 (2)		8 (2)		16 (6)		2 (1)	
											
8 (2)				12 (6)						16 (5)	
											
						4 (2)		8 (3)			

	ลำดับที่ 1	ลำดับที่ 2	ลำดับที่ 3	ลำดับที่ 4
				
	20 (8)	16 (6)	16 (6)	10 (3)
ถือเกณฑ์, คะแนน, ปกติ	2 2 2 1 1 2 2 2 2 1 4 0 1 1 1 1 2 6	2 2 2 2 1 2 1 1 1 2 1 1 1 2 1 1 5	2 2 2 2 1 2 1 1 1 2 1 1 2 1 1 5	2 2 1 2 2 1 1 0 2 1 1 1 4
มีคุณค่าทางโภชนาการ	2 1 1 1 2 2 1 2 1 2 1 2 0 2 1 1 3	1 1 0 2 2 1 7 2 2 2 2 8	1 2 2 1 1 2 1 2 2 2 2 8	1 2 2 1 1 2 9 2 1 1 4
มีความน่าเชื่อถือ	1 1 2 1 2 2 1 2 1 2 1 2 1 1 1 0 1 5	2 1 1 1 2 1 8 1 1 2 2 6	1 1 1 1 1 2 7 2 2 1 1 6	1 1 1 1 1 2 7 2 1 1 4
มีความปลอดภัย, สะอาด	1 1 2 1 2 1 2 1 1 2 2 2 2 2 2 1 2 12	2 1 1 1 1 1 7 2 2 1 1 6	2 1 1 2 1 1 8 2 2 1 1 6	2 1 1 2 1 1 8 2 2 1 5

จากแบบสอบถามหญิงตั้งครรภ์

จำนวน 11 คน

* 12 (3)

คะแนนที่ได้ จำนวนคนที่เลือก

สรุป 4 อันดับที่มีคะแนนสูงสุด จากแบบสอบถามหญิงตั้งครรภ์ จำนวน 11 คน

- สรุปข้อเสนอนะ-
- รูปทรงของขวดมีลักษณะโค้งมน ป้อมๆ ให้ความรู้สึกน่าสัมผัส ดูเป็นมิตร น่าทาน
- การใช้ภาพคุณจริง หรือภาพสีน้ำ สามารถทำให้สะดุดตาในการรับรู้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะ
- ภาพคุณแม่ที่มองมาที่กล้อง หรือสบตาให้ความรู้สึกน่าสนใจมากกว่า ภาพคุณแม่ไม่ได้สบตา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ลักษณะการให้ข้อมูลคุณค่าของนมแพะ และปริมาณที่ควรทานฉลากด้านหน้าทำให้น่าสนใจ และดูน่าเชื่อถือ
- การใช้ภาพสีฟ้าดูสุขภาพดี มีอนามัย แต่ยังไม่มีความเชื่อถือเท่าที่ควร

2.วัยทำงาน (อายุ 25 -44 ปี) ใฝ่หา...ความรู้สึกผ่อนคลาย

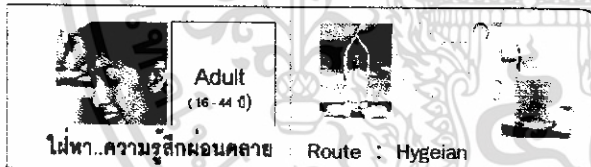
Route : HYGEIAN

- Relax
- Clean
- Biology

Route : HYGEIAN



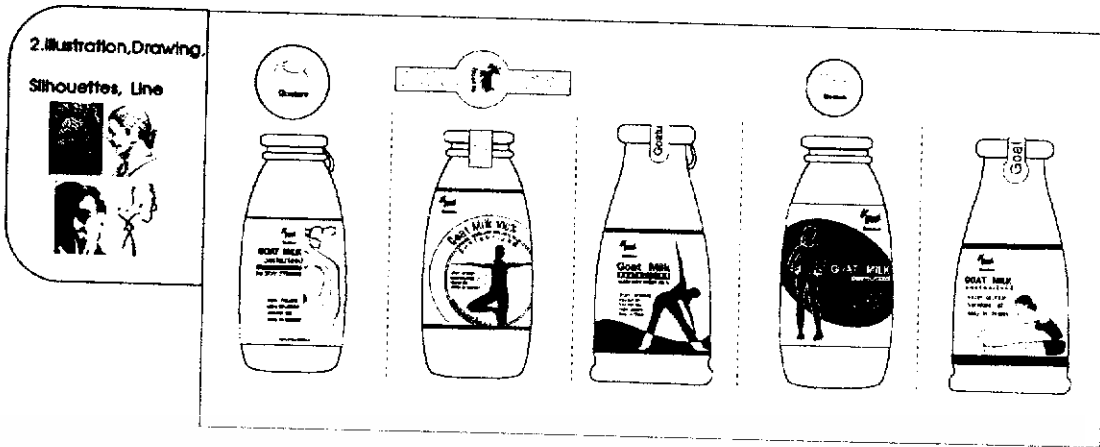
SKETCH GRAPHIC



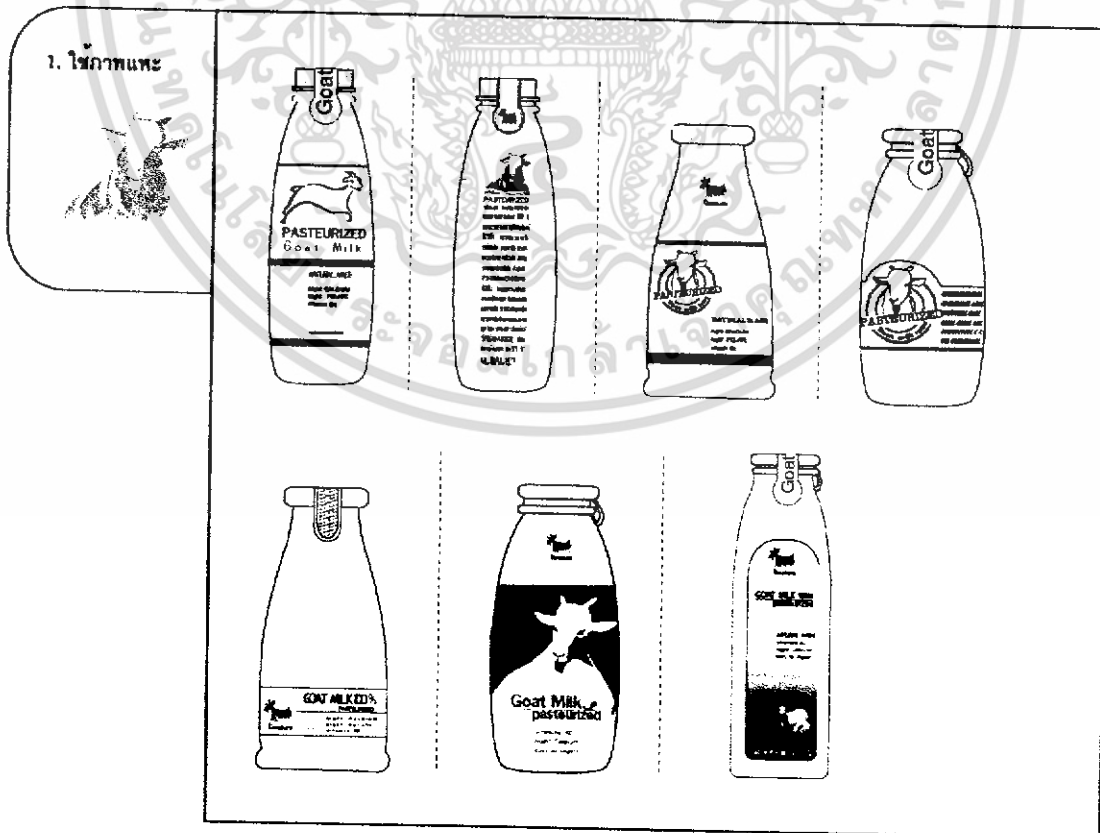
Route A



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



Route B



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นำสเก็ททั้ง 4 แนวทางไปทำแบบสอบถาม เพื่อทดสอบกับความต้งการที่แท้จริงของ
กลุ่มเป้าหมาย ให้คัดเลือก 4 อันดับที่กลุ่มเป้าหมายชอบ และให้คะแนน นำมาวิเคราะห์ข้อดี -
ข้อเสียของแต่ละแบบ เพื่อนำไปพัฒนาต่อ

แบบสอบถามนี้ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการทำวิทยานิพนธ์
โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และแพคเกจจิ้ง

โคก บ.ร. อัญญา ศัลย์พิพัฒน์ นักศึกษาคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
อาชีวศึกษาปวช.พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

1. จากสเก็ททั้งหมด 4 อันดับให้เรียงตามลำดับ โลงในแบบสอบถาม
2. ให้คะแนนสเก็ทแบบที่เลือกที่ 2 อันดับ

ลำดับที่ 1	<input type="text"/>	ลำดับที่ 2	<input type="text"/>
ให้ความรู้สึก	คะแนน -2 -1 0 1 2	ให้ความรู้สึก	คะแนน -2 -1 0 1 2
มีสุขภาพดี		มีสุขภาพดี	
มีคุณค่าทางโภชนาการ		มีคุณค่าทางโภชนาการ	
มีความน่าเชื่อถือ		มีความน่าเชื่อถือ	
มีความน่าสนใจ, สะดุดตา		มีความน่าสนใจ, สะดุดตา	
ลำดับที่ 3	<input type="text"/>	ลำดับที่ 4	<input type="text"/>
ให้ความรู้สึก	คะแนน -2 -1 0 1 2	ให้ความรู้สึก	คะแนน -2 -1 0 1 2
มีสุขภาพดี		มีสุขภาพดี	
มีคุณค่าทางโภชนาการ		มีคุณค่าทางโภชนาการ	
มีความน่าเชื่อถือ		มีความน่าเชื่อถือ	
มีความน่าสนใจ, สะดุดตา		มีความน่าสนใจ, สะดุดตา	
ชื่อและนามสกุล			

ตัวอย่างแบบสอบถาม ประกอบการให้คะแนนเลือกแบบ

























แบบสอบถามเพื่อให้เลือกแบบที่ชอบจาก
สเก็ททั้งหมด มา 4 แบบเรียงตามลำดับ
ความชอบและมีเกณฑ์เพื่อประกอบการ
เลือกแบบ ดังนี้






1. มีสุขภาพดี
2. มีคุณค่าทางโภชนาการ
3. มีความน่าเชื่อถือในตัวผลิตภัณฑ์
4. มีความน่าสนใจ โดดเด่นสะดุดตา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นำคะแนนที่ได้ในแต่ละอันดับที่ได้มาจากการทำแบบสอบถามมาทำการสรุปผลคะแนน
ได้ดังนี้

สรุปผลคะแนนจากการทำแบบสอบถาม

							
16 (8)	7 (3)	9 (3)	22 (6)	6 (2)	2 (1)		10 (4)
							
	13 (6)	8 (3)					
							
	4 (4)	6 (2)					7 (3)

	อันดับที่ 1	อันดับที่ 2	อันดับที่ 3	อันดับที่ 4	
					
	22 (6)	16 (8)	13 (6)	10 (6)	10 (4)
มีความสะอาด, ปลอดภัย	2 1 1 2 2 2	1 1 1 2 2 1 1 1 1	1 2 1 1 1 1	1 2 2 1 0 2	1 1 2 2
มีคุณภาพโภชนาการ	2 2 2 1 2 2	1 2 1 2 2 1 1 1	2 1 1 1 2 2	2 1 2 1 1 1	1 1 0 1
มีคุณภาพแข็งแรง	1 2 1 2 2 2	2 2 2 1 2 1 2 2	2 0 1 2 2 2	1 2 2 1 1 1	2 1 1 1
มีความน่าสนใจ, สะดุดตา	2 2 2 2 1 0	1 2 0 0 2 2 1 1	2 2 2 1 2 1	1 2 2 1 1 1	2 2 2 2

จากแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 15 คน * 12 (3) คะแนนที่ได้ จำนวนคนที่เลือก

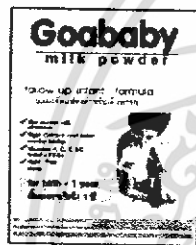
สรุป 4 อันดับที่มีคะแนนสูงสุด จากแบบสอบถามหญิงตั้งครรภ์ จำนวน 11 คน
- สรุปข้อเสนอแนะ
- รูปทรงของขวดที่มีลักษณะทรงเพียว ดูมีสุขภาพดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

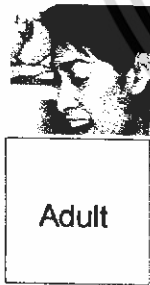
- การใช้ภาพคุณจริงให้ความรู้สึกมีคุณภาพดี แต่ไม่สะดุดตา และน่าสนใจเท่าการใช้ภาพนางา
- ลักษณะการให้ข้อมูลคุณค่าของนมแพะ และปริมาณที่ควรทานฉลากด้านหน้า ทำให้น่าสนใจ ดูน่าเชื่อถือ ซึ่งเป็นปัจจัยอันดับต้นๆในการตัดสินใจซื้อ
- อยากให้ระบุลักษณะข้อดีให้เด่น เพราะปัจจุบันรู้แล้วว่าดี แต่ไม่ได้มีการนำเสนอ
- การเปิดฝาอยากให้เห็นสามารถเปิดได้ง่าย

สรุป แนวทางการออกแบบกราฟิกจากการทำแบบสอบถาม เพื่อไปทำการพัฒนาต่อ ในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย

1.ทารกและหญิงตั้งครรภ์



2.วัยทำงาน (อายุ 25 -44 ปี)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

GRAPHIC DEVELOPMENT

1. ทารกและหญิงตั้งครรภ์ สำหรับกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่มนี้จะใช้การจัดวาง (layout) เดียวกัน



แบบผลิตภัณฑ์ที่เลือกมา Develop ในขั้นต่อไป

ทำการพัฒนาแบบจากสเก็ตช์ที่ได้วิเคราะห์การให้
คะแนนในหลักเกณฑ์เรื่อง

- ความสะอาด มีอนามัย
- ความน่าเชื่อถือ
- มีคุณค่าทางโภชนาการ
- ความน่าสนใจ สะดุดตา

เลือกสเก็ตช์มาจาก 4 อันต้นในขั้นตอนการทำ
แบบสอบถาม เหลือแบบเพื่อนำมาพัฒนาแบบ
โดยนำข้อดี ของแต่ละแบบมารวมกัน ประกอบ
กับข้อเสนอแนะของกลุ่มเป้าหมาย

DEVELOPMENT GRAPHIC

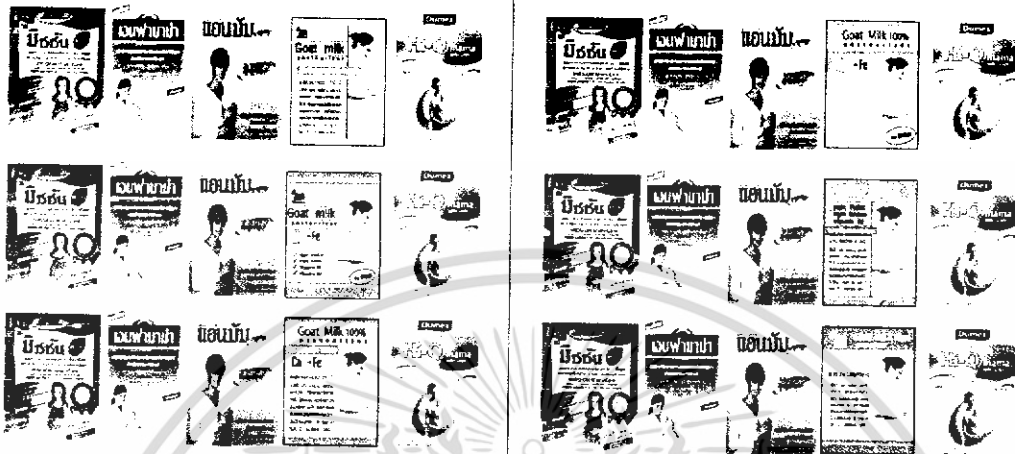
จากการเลือกแบบในขั้นต้นจึงได้นำกราฟิกมาพัฒนา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบที่พัฒนามาทำการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง เพื่อเลือกแบบที่โดดเด่น และดึงดูดกลุ่มเป้าหมายได้ เมื่อนำผลิตภัณฑ์ออกจำหน่าย

MARKET TEST



เกณฑ์ในการเลือกแบบ	แบบที่						
	1	2	3	4	5	6	
สะดุดตา น่าสนใจ	1	2	2	3	1	2	การให้คะแนน สมาชิก 3
เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	3	3	3	3	3	3	ดี 2
	4	6	6	9	4	6	ปานกลาง 1

เลือกแบบที่ 4

เลือกแบบที่ผ่านการพัฒนาแล้ว ด้วยเกณฑ์ดังนี้

- 1.สะดุดตา น่าสนใจ เมื่อเทียบกับคู่แข่ง
2. เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

ได้แบบที่ 4 (จากภาพ) เพื่อนำไปใช้กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ของกลุ่มเป้าหมายทารกและหญิงตั้งครรภ์

2.วัยทำงาน (อายุ 25 -44 ปี)



ทำการพัฒนาแบบจากสเก็ตช์ที่ได้
วิเคราะห์การให้คะแนนในหลักเกณฑ์เรื่อง

- ความมีสุขภาพดี
- ความน่าเชื่อถือ
- มีคุณค่าทางโภชนาการ
- ความน่าสนใจ สะดุดตา

เลือกสเก็ตช์มาจาก 4 อันต้นในขั้นตอน
การทำแบบสอบถาม เหลือแบบเพื่อนำมา
พัฒนาแบบ โดยนำข้อดี ของแต่ละแบบ
มารวมกันประกอบกับข้อเสนอแนะของ
กลุ่มเป้าหมาย

แบบสเก็ตช์ที่เลือกมา Develop ในขั้นต่อไป

DEVELOPMENT GRAPHIC

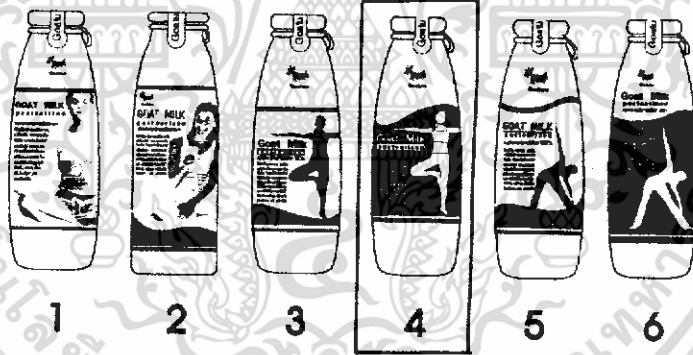
จากการเลือกแบบในขั้นต้นจึงได้นำกราฟิกมาพัฒนา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบที่พัฒนามาทำการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง เพื่อเลือกแบบที่โดดเด่น และดึงดูดกลุ่มเป้าหมายได้ เมื่อนำผลิตภัณฑ์ออกจำหน่าย

MARKET TEST



เงื่อนไขในการเลือกแบบ	แบบที่						การให้คะแนน
	1	2	3	4	5	6	
สะดุดตา น่าสนใจ	1	2	2	3	2	2	3
เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	3	3	3	3	3	3	2
	3	6	6	9	6	6	1

เลือกแบบที่ 4

เลือกแบบที่ผ่านการพัฒนาแล้ว ด้วยเกณฑ์ดังนี้

- 1.สะดุดตา น่าสนใจ เมื่อเทียบกับคู่แข่ง
2. เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

ได้แบบที่ 4 (จากภาพ) เพื่อนำไปใช้กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ของกลุ่มเป้าหมายนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกร181ไปใช้

การออกแบบโครงสร้าง

แบ่งแนวทางการออกแบบ เป็น 3 แนวทางตามที่กำหนดไว้ข้างต้น ได้แก่

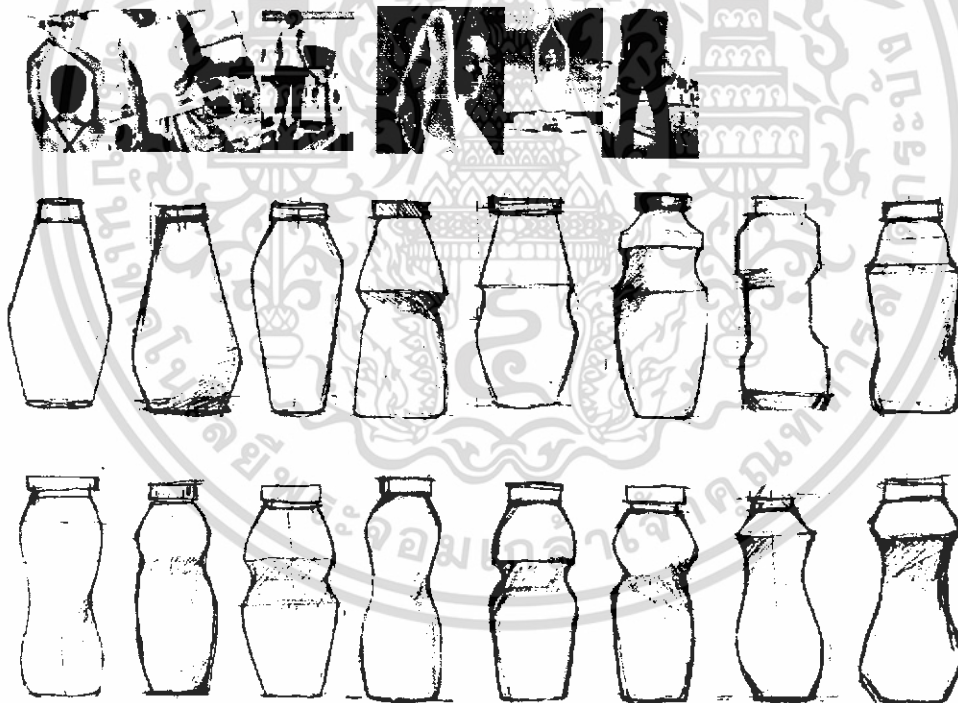
1. Fit & Firm
2. Natural & Smooth
3. Medical & Clean

โดยในการสเก็ตช์จะยึดรูปแบบของขวดนมพาสเจอร์ไรด์เป็นหลัก เป็นแนวทางสำหรับการออกแบบส่วนโครงสร้างของผลิตภัณฑ์ชนิดอื่น ๆ ในโครงการ เนื่องจากเป็นสินค้าหลักที่จะออกวางจำหน่ายเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดแรก

PRIMARY DESIGN SKETCHES

1. Design Route : Fit & Firm

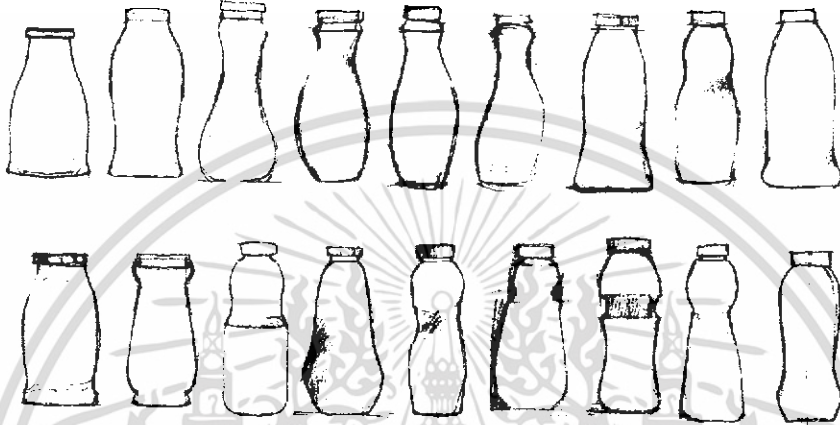
ลักษณะโครงสร้างจะได้จากรูปร่างของสรีระ หรือรูปทรงที่ดูกระชับ คล่องแคล่ว มีสุขภาพดี



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. Design Route : Natural & Smooth

ลักษณะโครงสร้างจะได้จากรูปทรงอิสระจากธรรมชาติ ความโค้งมน ที่ถูกลดทอนลงมา
ให้ความรู้สึกสะอาด เป็นมิตร



3. Design Route : Medical & Clean

ลักษณะโครงสร้างจะได้จากรูปทรงจากขวดยาที่มีลักษณะเป็นเส้นตรงและเส้นขนานเรียบ
ดูสะอาด น่าเชื่อถืออาจมีการใช้วัสดุที่ดูใสและอะลูมิเนียมที่มีความมันวาวเข้ามาช่วยให้ได้
ภาพลักษณ์ที่ต้องการ และโครงสร้างจากรูปทรงโค้งของเม็ดยา อาหารเสริม ที่ให้ความรู้สึก
ถึงการบำรุง

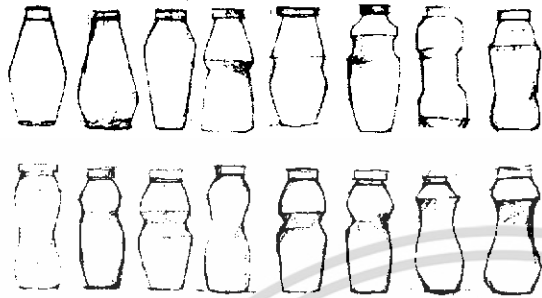


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นำโครงสร้างที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อให้คะแนน ตามความเหมาะสมในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย
ทั้ง 2 กลุ่มได้ดังนี้

1. ทารกและหญิงตั้งครรภ์

ROUTE : Fit & Firm



ROUTE : Natural & Smooth



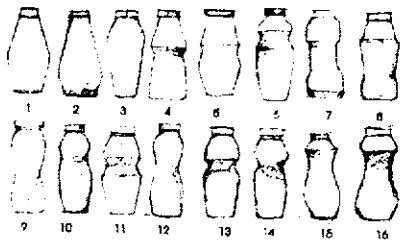
ROUTE : Medical & Clean



จากการออกแบบทั้งหมด 3 แนวทางสามารถ
สรุปเลือกโครงสร้าง ด้วยเกณฑ์

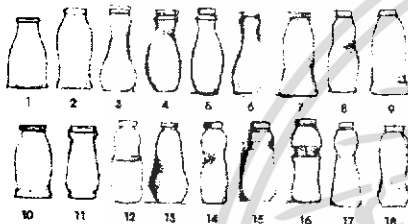
1. เหมาะกับภาพลักษณ์ของสินค้า
2. เหมาะกับบุคลิกลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย
3. สวยงามสะดุดตาเมื่อวางบนชั้นสินค้า
4. นำเช็ถือ
5. จับถือได้ถนัดมือ
6. ง่ายต่อการผลิต

ตารางวิเคราะห์ ให้คะแนนในการเลือกแบบ Design Route : Fit & Firm



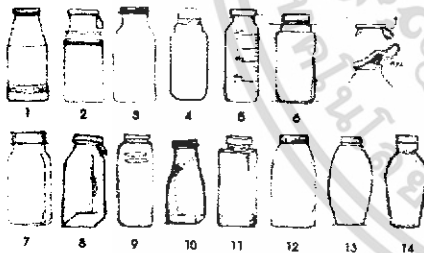
เงื่อนไขในการเลือกแบบ	*	แบบที่															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1. เน้นกะทัดรัดทันสมัย	1	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
2. เน้นกะทัดรัดภาพทรงกลมปานกลาง	2	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	
3. สอดคล้องความยาวของเส้นสินค้า	3	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	
4. น่าเชื่อถือ	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5. จับถือได้ถนัดมือ	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
6. ง่ายต่อการผลิต	6	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
		31	31	31	28	28	35	37	30	33	33	30	35	35	35	33	

ตารางวิเคราะห์ ให้คะแนนในการเลือกแบบ Design Route : Natural & Smooth



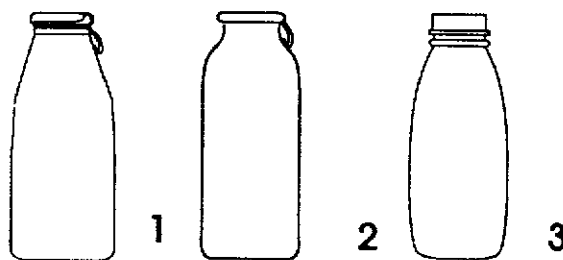
เงื่อนไขในการเลือกแบบ	*	แบบที่																
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
1. เน้นกะทัดรัดทันสมัย	1	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	
2. เน้นกะทัดรัดภาพทรงกลมปานกลาง	2	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	
3. สอดคล้องความยาวของเส้นสินค้า	3	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	
4. น่าเชื่อถือ	4	6	6	4	4	4	4	4	4	6	6	4	6	4	4	4	4	
5. จับถือได้ถนัดมือ	5	4	6	6	6	6	6	6	4	4	6	6	6	6	6	6	6	
6. ง่ายต่อการผลิต	6	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
		30	32	33	36	39	33	33	28	30	32	30	32	30	33	30	30	

ตารางวิเคราะห์ ให้คะแนนในการเลือกแบบ Design Route : Medical & Clean



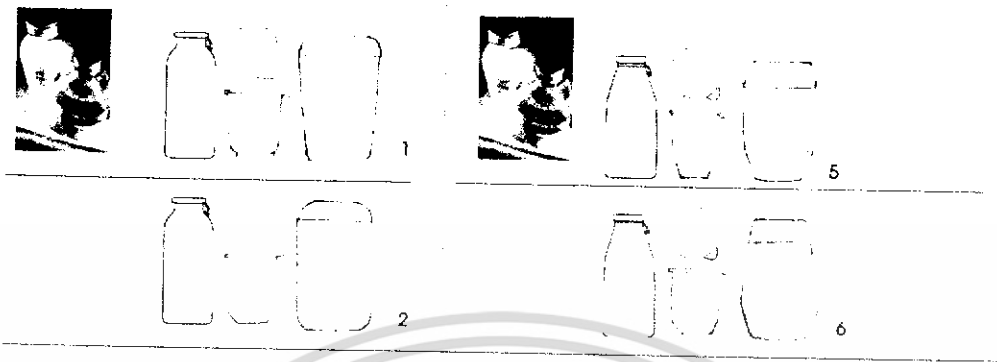
เงื่อนไขในการเลือกแบบ	*	แบบที่													
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1. เน้นกะทัดรัดทันสมัย	1	9	9	6	6	9	6	6	9	6	9	6	6	9	6
2. เน้นกะทัดรัดภาพทรงกลมปานกลาง	2	9	9	9	6	9	6	6	6	6	6	6	9	9	6
3. สอดคล้องความยาวของเส้นสินค้า	3	9	6	6	6	6	6	6	9	6	9	6	6	9	6
4. น่าเชื่อถือ	4	6	6	6	6	9	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5. จับถือได้ถนัดมือ	5	4	6	4	4	4	4	4	2	2	4	2	2	4	4
6. ง่ายต่อการผลิต	6	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2
		40	42	33	30	39	30	30	34	28	35	28	31	40	30

ได้แบบที่ 1, 2, และ 13 จาก Route medical & clean เป็น 3 รูปแบบโครงสร้างหลักเพื่อนำไปใช้กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ของกลุ่มเป้าหมายทารกและหญิงตั้งครรภ์ดังนี้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จาก 3 รูปแบบโครงสร้างหลัก นำไปสก็ตกับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ของกลุ่มเป้าหมายทารกและหญิงตั้งครรภ์ได้เป็น 6 แบบทางดังนี้



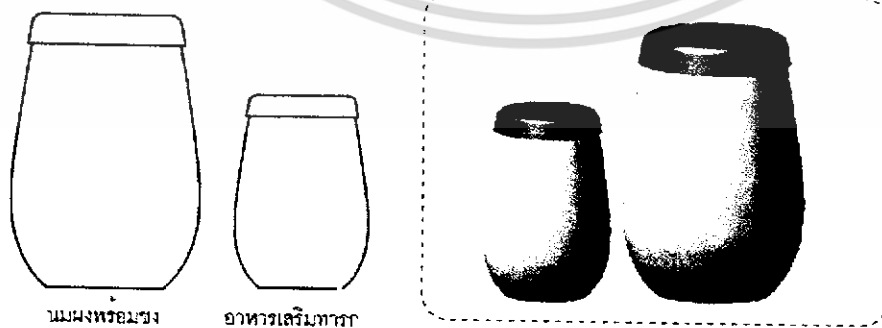
เงื่อนไขการเลือกแบบ	*	แบบที่					
		1	2	3	4	5	6
1. เหมาะสมกับบุคลิกภาพของกลุ่มเป้าหมาย	2	4	4	6	6	4	4
2. สวยงาม สะอาดตามีความน่าใช้สินค้า	3	6	6	9	6	9	6
3. มีเอกลักษณ์จำค่าได้ชัด	3	9	9	6	6	6	6
4. มีความเป็น C.I.	2	6	6	6	6	6	6
5. มีความน่าเชื่อถือในคุณภาพ	1	3	3	2	2	3	3
		28	28	29	26	28	25

เลือกแบบที่ 3

จากตารางวิเคราะห์ที่ได้แบบที่ 3 ซึ่งเป็นรูปแบบจาก "อาหารเสริม" มีลักษณะโค้งมน เป็นรูปทรงวงรี ดูอุดมสมบูรณ์ซึ่งตรงกับความต้องการในแบบสอบถามและข้อเสนอแนะของกลุ่มเป้าหมาย

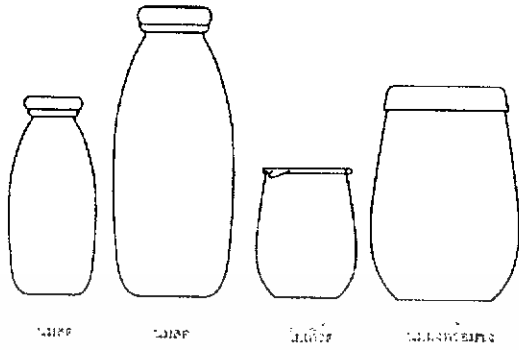
สรุป โครงสร้างสำหรับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ในกลุ่มเป้าหมาย ทารกและหญิงตั้งครรภ์ได้ ดังนี้

1. ทารก

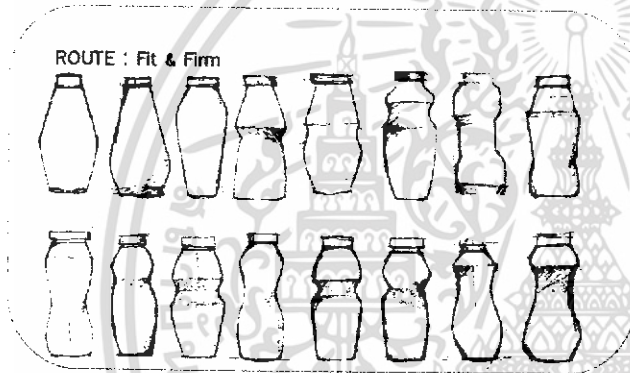


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

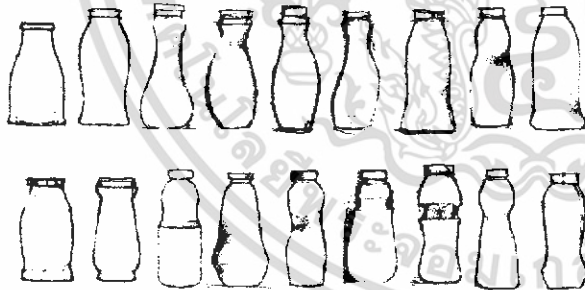
2.หญิงตั้งครรภ์



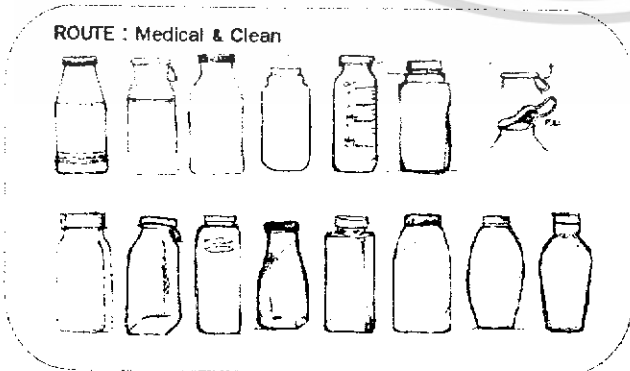
2.วัยทำงาน (อายุ 25-44 ปี)



ROUTE : Natural & Smooth



ROUTE : Medical & Clean



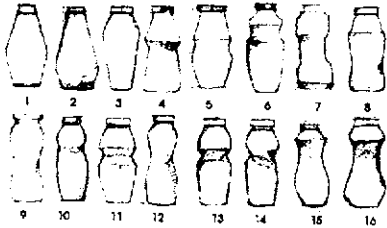
จากการออกแบบทั้งหมด 3 แนวทาง
สามารถสรุปเลือกโครงสร้างจาก 2 แนวทาง

- Natural & Smooth
 - Medical & Clean
- ด้วยเกณฑ์

1. เหมาะกับภาพลักษณ์ของสินค้า
2. เหมาะกับบุคลิกภาพของกลุ่มเป้าหมาย
3. สวยงามสะดุดตาเมื่อวางบนชั้นสินค้า
4. นำเช็ถือ
5. จับถือได้ถนัดมือ
6. ง่ายต่อการผลิต

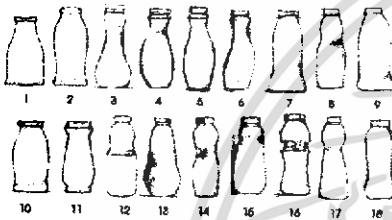
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกรนำไปใช้

ตารางวิเคราะห์ ให้คะแนนในการเลือกแบบ Design Route : Fit & Firm



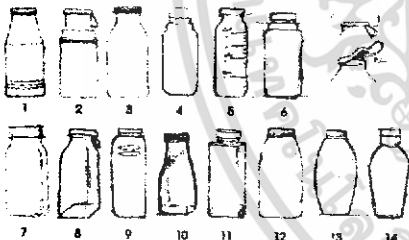
เงื่อนไขในการเลือกแบบ	*	แบบที่															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1. เกณฑ์การคัดเลือกของสินค้า	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2. เกณฑ์การคัดเลือกของลักษณะภายนอก	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3. เกณฑ์การคัดเลือกเมื่อวางบนพื้นโต๊ะ	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4. ง่ายใช้ถือ	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5. ง่ายถือโดยคนวัย	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6. ง่ายต่อการผลิต	6	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
		31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31

ตารางวิเคราะห์ ให้คะแนนในการเลือกแบบ Design Route : Natural & Smooth



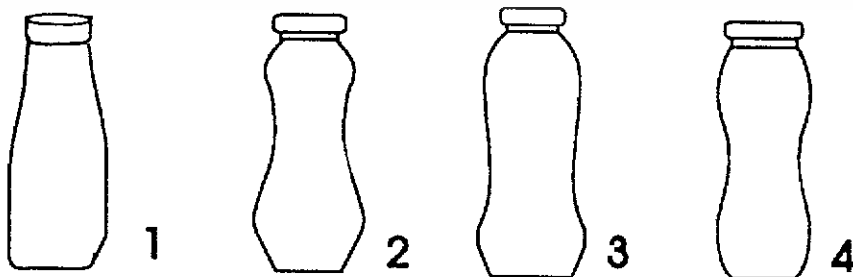
เงื่อนไขในการเลือกแบบ	*	แบบที่																
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
1. เกณฑ์การคัดเลือกของสินค้า	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2. เกณฑ์การคัดเลือกของลักษณะภายนอก	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3. เกณฑ์การคัดเลือกเมื่อวางบนพื้นโต๊ะ	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4. ง่ายใช้ถือ	4	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5. ง่ายถือโดยคนวัย	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6. ง่ายต่อการผลิต	6	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
		40	32	33	36	36	33	33	28	30	32	33	32	30	33	33	30	32

ตารางวิเคราะห์ ให้คะแนนในการเลือกแบบ Design Route : Medical & Clean



เงื่อนไขในการเลือกแบบ	*	แบบที่													
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1. เกณฑ์การคัดเลือกของสินค้า	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2. เกณฑ์การคัดเลือกของลักษณะภายนอก	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3. เกณฑ์การคัดเลือกเมื่อวางบนพื้นโต๊ะ	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4. ง่ายใช้ถือ	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5. ง่ายถือโดยคนวัย	5	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	2	2	4	4
6. ง่ายต่อการผลิต	6	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2
		34	35	33	30	30	30	30	31	28	40	28	31	40	30

ได้แบบที่ 1 จาก Route natural & smooth และแบบที่ 10, 13 จาก Route medical & clean เป็น 4 รูปแบบโครงสร้างหลักเพื่อนำไปใช้กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ของวัยทำงานดังนี้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จาก 4 รูปแบบโครงสร้างหลัก นำไปเสกกับผลิตภัณฑ์ชนิดอื่น ๆ ของวัยทำงานได้เป็น

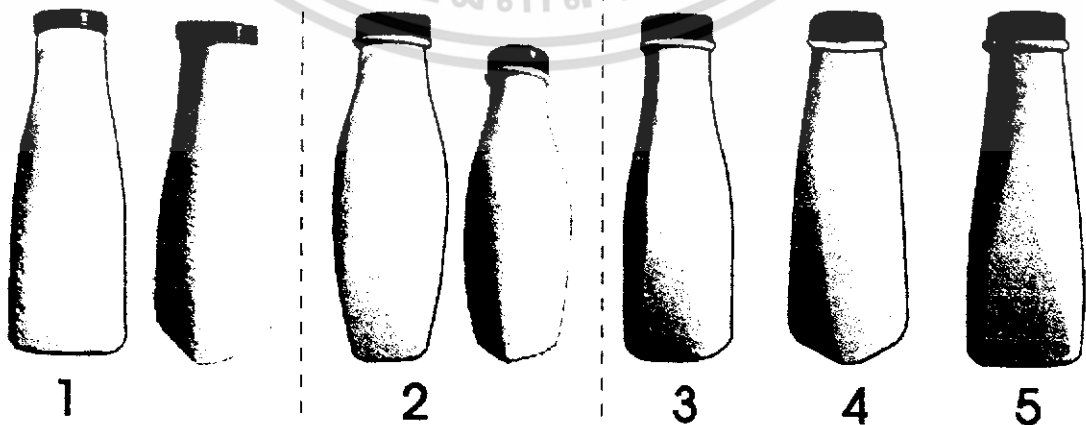
6 แบบดังนี้

เงื่อนไขในการเลือกแบบ	*	แบบที่					
		1	2	3	4	5	6
1. เหมาะสมกับบุคลากรของกลุ่มเป้าหมาย	2	6	6	6	4	6	6
2. สวยงาม, สะอาดตามีวางบนชั้นสินค้า	3	9	9	9	6	6	3
3. มีเอกลักษณ์จำง่าย	3	9	9	6	6	9	6
4. มีความเป็น C.I.	2	6	6	6	6	6	6
5. มีความน่าสนใจในทุกภาพ	3	3	2	2	2	3	2
		33	32	29	24	30	23

เลือกแบบที่ 1

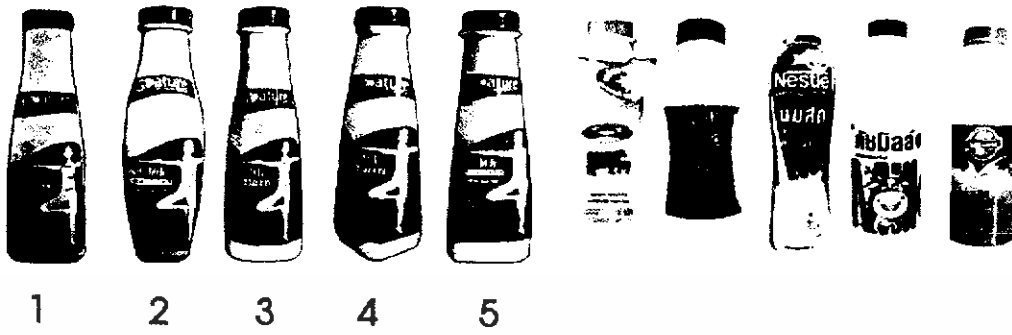
จากตารางวิเคราะห์ที่ได้แบบที่ 1 ซึ่งเป็นรูปแบบที่มีลักษณะสี่เหลี่ยมลดมุมและทรงวงกลม เป็น
 คู่มีความเปรียบซึ่งตรงกับความต้องการในแบบสอบถามและข้อเสนอแนะของกลุ่มเป้าหมาย

นำรูปทรงขวดสำหรับสินค้า นมสดพาสเจอร์ไรส์ มา Develop และทำ Model study
 เนื่องจากสินค้ากลุ่มนี้เป็นผลิตภัณฑ์หลักที่จะออกทำตลาดเป็นตัวแรก และมีคู่แข่งอยู่มาก ซึ่ง
 กลุ่มหญิงตั้งครรภ์ยังไม่มีคู่แข่งในตลาดส่วนนี้ ได้เป็น 5 รูปแบบดังนี้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นักกราฟิกที่ได้มาจัดวางลงในโครงสร้างเพื่อหา โครงสร้างที่เหมาะสมลงตัว และสะดวกตา เมื่อนำไปวางเทียบกับคู่แข่งในท้องตลาด



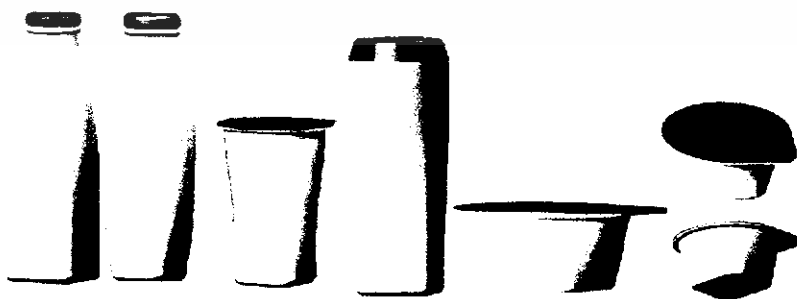
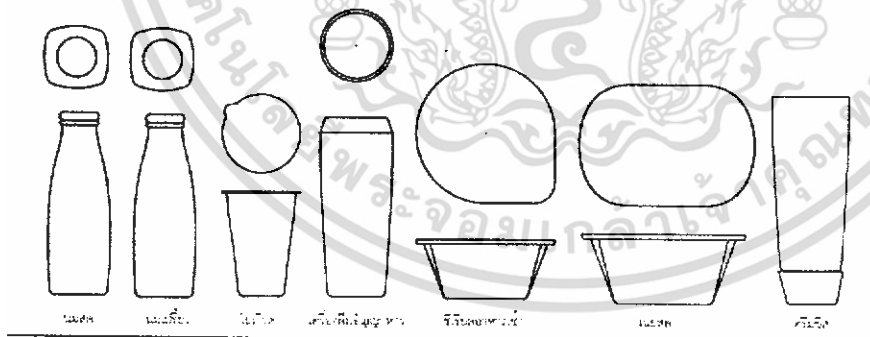
เงื่อนไขในการเลือกแบบ	แบบที่				
	1	2	3	4	5
สะดวกตา น่าสนใจ	2	3	2	3	3
รู้สึกมีคุณภาพดี	3	2	2	2	2
ฉลากอ่านได้ง่าย	3	2	1	1	2
	8	7	5	6	7

เลือกแบบที่ 1

เมื่อนักกราฟิกที่ได้มาจัดวางลงในโครงสร้างเพื่อหา และวิเคราะห์เลือกแบบ ได้แบบที่ 1 ซึ่งสามารถอ่านฉลากได้ง่ายและ ให้ความรู้สึกถึงคุณภาพที่ดี

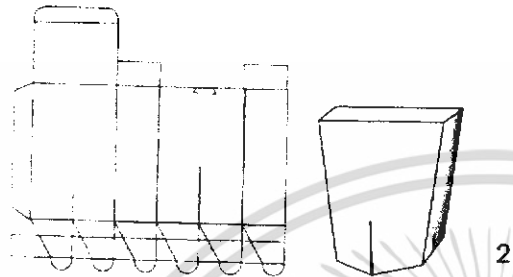
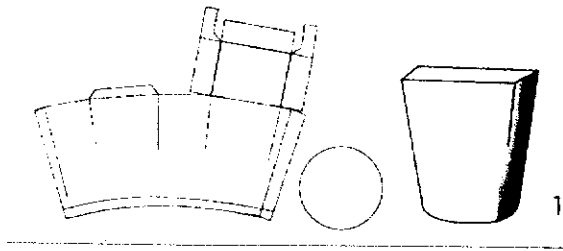
สรุป โครงสร้างสำหรับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ในกลุ่มเป้าหมายวัยทำงานได้ ดังนี้

1. โครงสร้างขวด, ถ้วย, ถาด และกระปุก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. โครงสร้างกล่อง



เงื่อนไขในการเลือกแบบ		แบบที่	
		1	2
1. ครบถ้วน Concept	3	9	9
2. มีความสวยงาม	3	9	6
3. สะดวกในการใส่	2	6	6
4. ง่ายต่อการผลิต	1	2	3
		26	24

เลือกแบบที่ 1

ขั้นตอนต่อไปเป็นการนำกราฟิกหลักที่ได้ มาพัฒนาให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ในโครงการ และจัดวางลงในโครงสร้างที่เลือกมาเพื่อวางเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง

1. ทารกและหญิงตั้งครรภ์

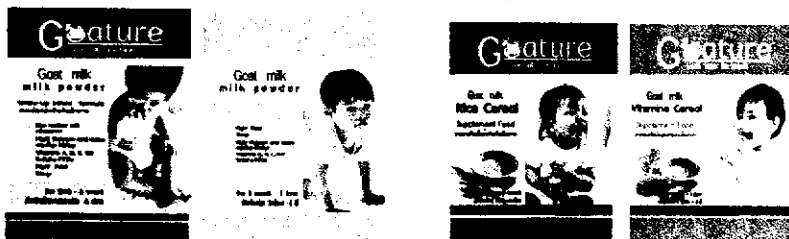
Shelf Test



นมผงพร้อมชง

แม้ว่าผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งยี่ห้อ เนสเล่ และมิชชั่นจะมีการใช้สีน้ำเงินอยู่แล้ว แต่ยังไม่มียี่ห้อใด ใช้ภาพถ่ายเด็กบนบรรจุภัณฑ์ จึงทำให้บรรจุภัณฑ์มีความโดดเด่นสะดุดตา

สรุป กราฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ในกลุ่มทารก



นมผงพร้อมชง

อาหารเสริมทารก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Shelf Test



นมผงพร้อมขง

แม้ว่าผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งโดยรวมจะมีการใช้ภาพถ่ายของหญิงตั้งครรภ์บนบรรจุภัณฑ์ แต่ยังไม่มียี่ห้อใดใช้โทนสีน้ำเงินบนบรรจุภัณฑ์ จึงทำให้บรรจุภัณฑ์มีความโดดเด่นแตกต่างจากสินค้าของคู่แข่ง

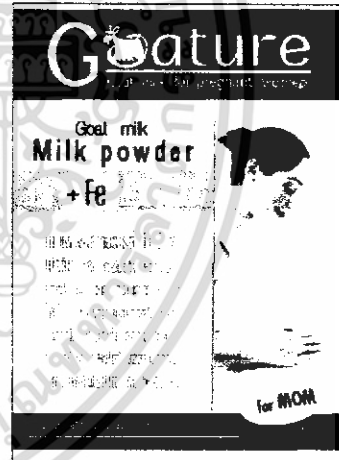
สรุป กราฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ในกลุ่มหญิงตั้งครรภ์



นมพาสเจอร์ไรส์



โยเกิร์ต



นมผงพร้อมขง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.วัยทำงาน (อายุ 25 -44 ปี)

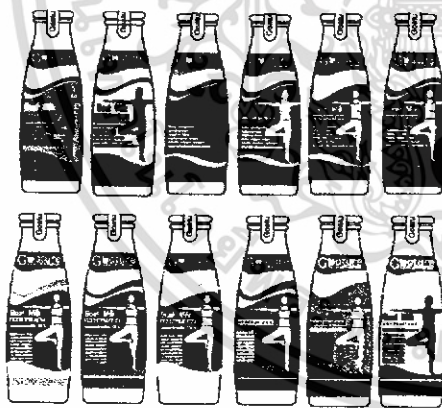
Shelf Test



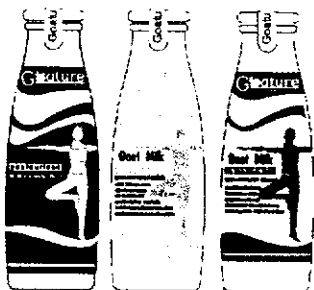
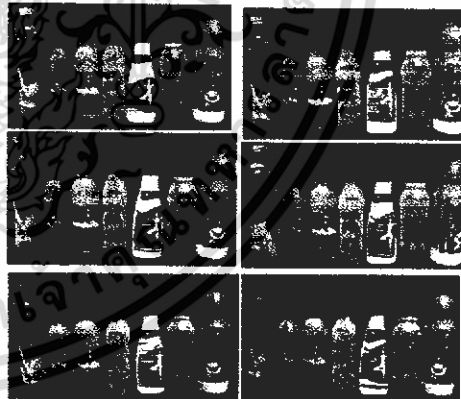
นมสดพาสเจอร์ไรส์

แม้ว่าผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งโดยรวมจะยังไม่มีการใช้ของกลุ่มเป้าหมายบนบรรจุภัณฑ์ แต่ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่มีการใช้โทนสีน้ำเงินบนบรรจุภัณฑ์ จึงทำให้บรรจุภัณฑ์ยังไม่มีความโดดเด่นแตกต่างจากสินค้าของคู่แข่ง จึงทำการปรับแก้ในสีของกราฟิกหลัก (นมสดพาสเจอร์ไรส์) โดยการปรับเพิ่มสี หรือเปลี่ยนโทนสีให้น่าสนใจมากขึ้น ดังนี้

ทำการปรับแก้สีเพื่อนำไปเทียบกับคู่แข่งในตลาด



Shelf Test



เลือกแบบกราฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์หลัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกรำไปใช้

สรุป กราฟิกร้านรับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ในกลุ่มวัยทำงาน 25-44 ปี



นมสดพาสเจอร์ไรส์

นมเปรี้ยวพาสเจอร์ไรส์



โยเกิร์ต

เตาช่วยนมสด

คีลคาร์ล



แผ่นธัญพืชอบกรอบ



ธัญอาหารพร้อมซอส






เนยสด

ครีมชีส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



















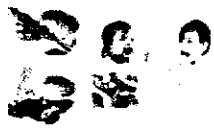
สรุปรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์และเอกลักษณ์ร่วม (CI) ของกลุ่มเป้าหมายทั้ง 2 กลุ่ม
ดังนี้

ตารางแสดงเอกลักษณ์ร่วมของกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

COLOUR SYSTEM	
Adult	Infant & Mom
 Pantone 600 C  Pantone 2727 C MAIN	
CORPORATE IDENTITY	
Adult	Infant & Mom
  	
<ul style="list-style-type: none"> - แถบโค้งจากทรงการเคลื่อนไหวของ น้ำนมรู้สึกผอนคลาย ธรรมชาติ - เปลี่ยนรสชาติด้วยสีที่แถบด้านล่าง - ผลิตภัณฑ์ต่างชนิดกัน จะใช้ Layout ต่างกันแต่ใช้แถบสีเหมือนกัน 	<ul style="list-style-type: none"> - แถบตรงดูน่าเชื่อถือ ปลอดภัย - เปลี่ยนรสชาติด้วยสีโดยรวม - ผลิตภัณฑ์ต่างชนิดกัน จะใช้ Layout เดียวกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกรำไปใช้

ตารางแสดงรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ของกลุ่มเป้าหมายทั้ง 2 กลุ่ม

PRODUCT	TRAGET	COLOUR	PICTURE
		 MAIN	
1. นมพาสเจอร์ไรส์ (Pasteurized Fresh Milk)	 Adult	รสธรรมชาติ ▷ ● รสน้ำผึ้ง ▷ ● รสโกโก้ - มอลต์ ▷ ●	
	 Mom	รสธรรมชาติ ▷ ●	
2. นมเปรี้ยว (Drinking Yogurt)	 Adult	รสธรรมชาติ ▷ ● รสเกรปฟรุต ▷ ● รสเบอร์รี่รสกลัด ▷ ● รสผลไม้รวม ▷ ●	
	 Adult	รสธรรมชาติ ▷ ● รสเลมอน ▷ ● รสกีวี่ฟรุตสลัด ▷ ● รสเฮเซลนัท ▷ ●	
3. โยเกิร์ต (Yogurt)	 Mom	รสธรรมชาติ ▷ ● รสเกรปฟรุต ▷ ●	
	 Mom	รสวานิลลา ▷ ●	
4. นมผง (Milk Powder)	 Infant	สูตรวัยเริ่มต้น ▷ ● สูตรวัยเติบโต ▷ ●	
	 Adult	รสข้าวโพด ▷ ● รสข้าวโอ๊ตผสมธัญพืช ▷ ● รสผลไม้อบแห้ง ▷ ●	
5. ซีเรียลอาหารเช้า	 Infant	สูตรวิตามินจากข้าว ▷ ● สูตรวิตามินจากผักและผลไม้ ▷ ●	

PRODUCT	TRAGET	COLOUR		PICTURE
		■	MAIN	
6. เครื่องดื่มธัญญาหาร พร้อมขง	 Adult	รสผสมธัญพืช	▷	
7. เต้าฮวยนมสด	 Adult	รสธัญพืช	▷ ●	
8. คัสตาส	 Adult	รสคาราเมล	▷	
9. เนย	 Adult	รสจืด	▷ ●	
10. ครีมชีสข้น	 Adult	รสธรรมชาติ	▷ ●	

Design Refinement (Structure&Graphic)

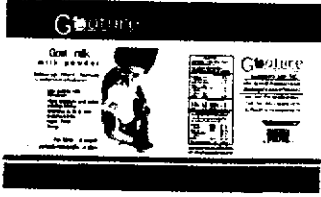
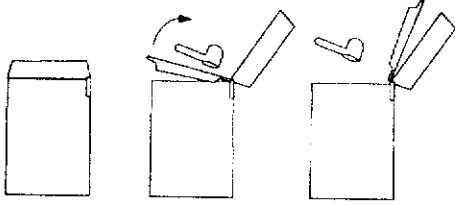
นำโครงสร้างที่ผ่านการ Development แล้วมาจัดวางกราฟิกที่ได้เลือกมา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ทารกและหญิงตั้งครรภ์




นมผง (Milk Powder) สำหรับทารก

- ขนาดบรรจุ 700 กรัม : กระป๋อง

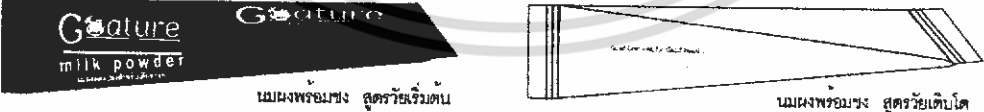



<h3>Assembly</h3> 	<h3>Usage</h3>  <p>- เปิด</p> <p>- นำ 2 ชั้นที่ติดกันตาม - หรือชนตรง เป็นชั้นที่ 2</p> <p>- ตักผสมให้เข้ากัน ใช้ได้เลย รวดเร็ว</p>
---	--

- ขนาดบรรจุ 700 กรัม : ซอง

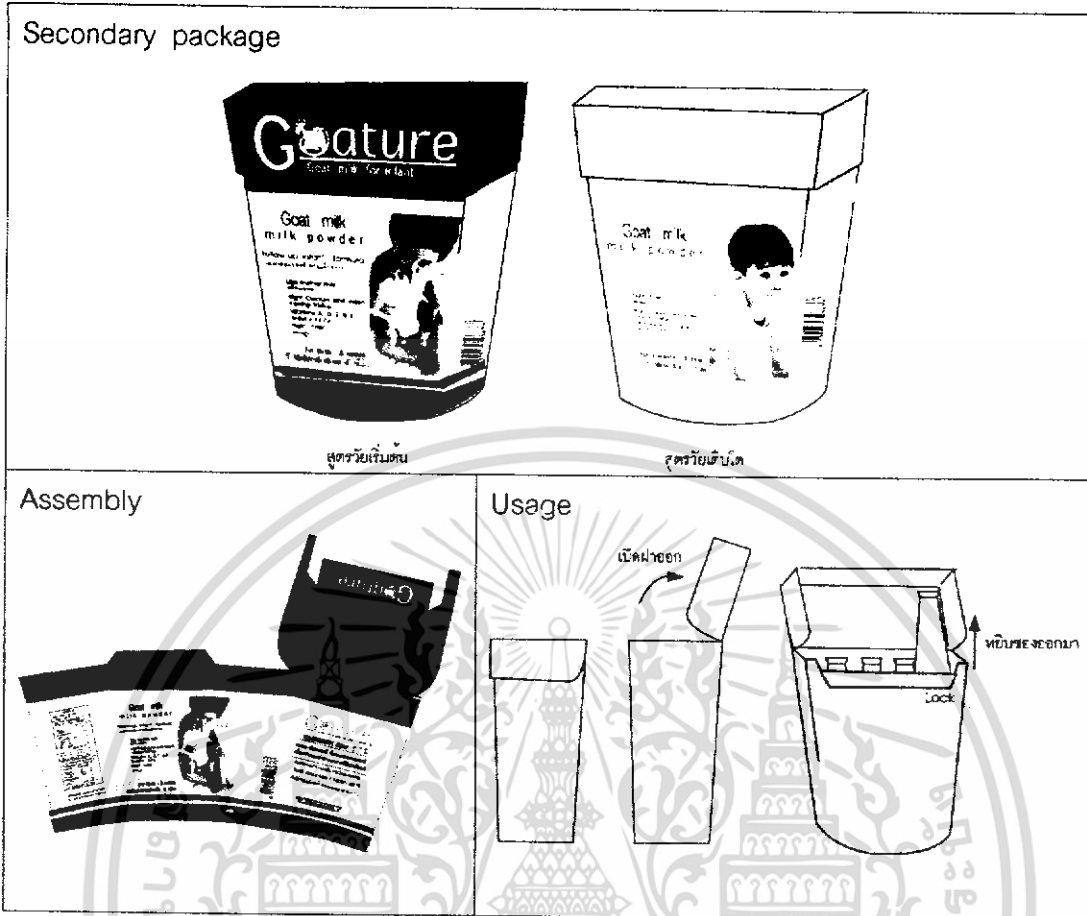
<h3>Primary package</h3>  <p>สุตรวัยเริ่มต้น</p> <p>สุตรวัยเติบโต</p>	<h3>Assembly</h3>  <h3>Usage</h3>  <p>แนวสำหรับกรีด</p> <p>Zip Lock</p>
---	---

- ขนาดบรรจุ 360 กรัม : กล่อง

<h3>Primary package</h3>  <p>แมงพรมบร่ง สุตรวัยเริ่มต้น</p> <p>แมงพรมบร่ง สุตรวัยเติบโต</p>
<h3>Usage</h3>  <p>แนวสำหรับกรีด</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกรำไปใช้

- ขนาดบรรจุ 360 กรัม : กล่อง

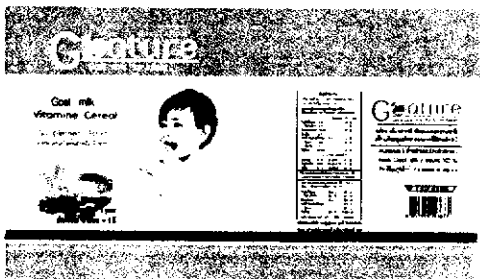
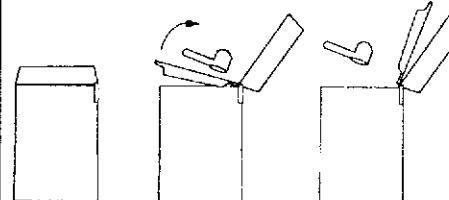


อาหารเสริมสำหรับเด็กทารก


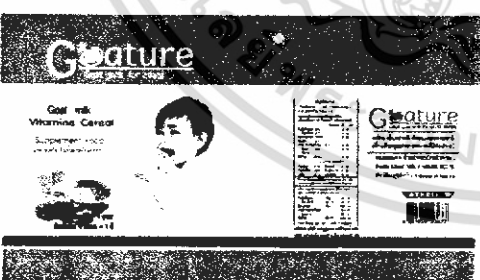
- ขนาดบรรจุ 400 กรัม : กระป๋อง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีควรรำนำไปใช้

<p>Assembly</p>  <p>Goat milk Vitamins Cereal</p> <p>Goature</p>	<p>Usage</p>  <p>- เปิด</p> <p>- นำ 2 ชั้นเพื่อปิดกั้น - ปิดชั้นตรง เปิดชั้นที่ 2</p> <p>- คั่วเมล็ดข้าวกับข้าว พริกแดง รสเข้มข้น</p>
--	--


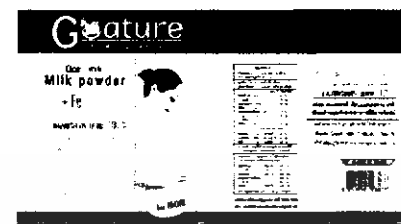
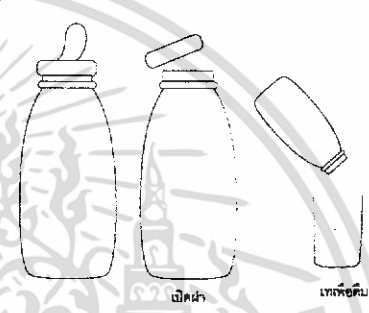
- ขนาดบรรจุ 400 กรัม : ของ

<p>Primary package</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="438 817 726 1220">  <p>Goature</p> <p>Goat milk Rice Cereal</p> <p>Supplement Food</p> <p>สูตรธัญพืช ข้าว</p> </div> <div data-bbox="853 817 1141 1220">  <p>Goature</p> <p>Goat milk Vitamins Cereal</p> <p>Supplement Food</p> <p>สูตรผักและผลไม้</p> </div> </div>	
<p>Assembly</p>  <p>Goature</p> <p>Goat milk Vitamins Cereal</p> <p>Supplement Food</p>	<p>Usage</p>  <p>แนวสำหรับพับ</p> <p>Zip lock</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



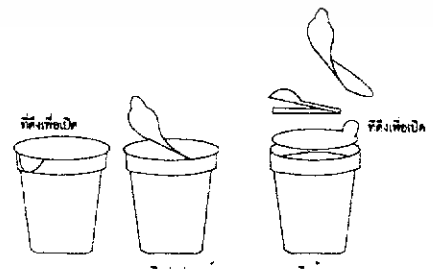
นมสดพาสเจอร์ไรส์ (Pasteurization) สำหรับหญิงตั้งครรภ์

- ขนาดบรรจุ 200 มล. : ขวด
- ขนาดบรรจุ 450 มล. : ขวด

<p>Primary package</p> 	<p>Assembly</p> 
	<p>Usage</p> 

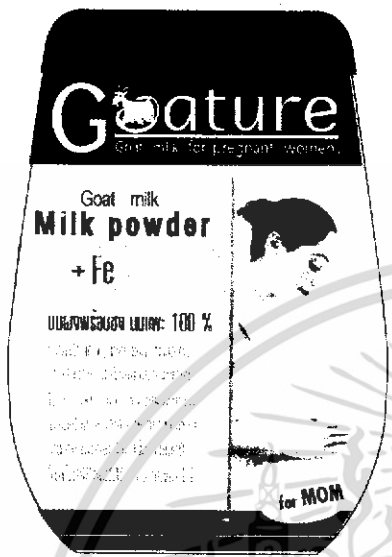
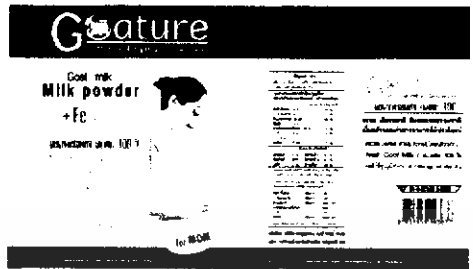
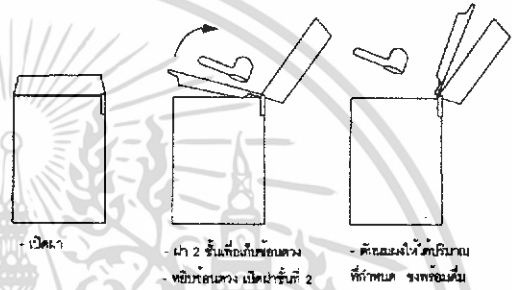
โยเกิร์ต (Yogurt) สำหรับหญิงตั้งครรภ์

- ขนาดบรรจุ 150 กรัม : ถ้วย

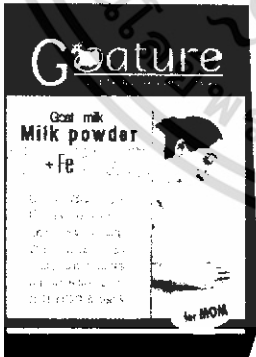

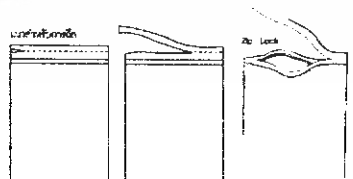
<p>Primary package</p>  <p>รสธรรมชาติ รสผลไม้</p>	<p>Assembly</p> 
	<p>Usage</p>  <p>ทิ้งพลาสติก พร้อมดื่ม</p> <ul style="list-style-type: none"> - เปิดพลาสติก - แช่ 2 ชั่วโมงก่อน - ดื่มเย็น - ดื่มหรือแช่เย็นที่ 2 องศา

นมผง (Milk Powder) สำหรับหญิงตั้งครรภ์

- ขนาดบรรจุ 700 กรัม : กระป๋อง

<p>Primary package</p> 	<p>Assembly</p>  <p>Usage</p> 
--	--

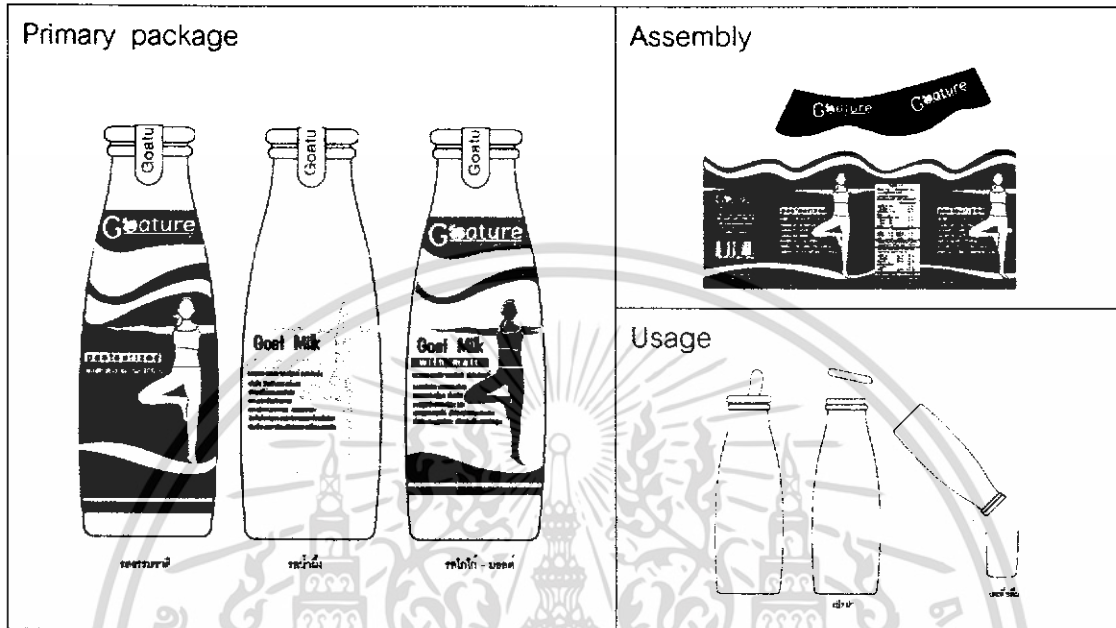
- ขนาดบรรจุ 700 กรัม : ซอง

<p>Primary package</p> 	<p>Assembly</p>  <p>Usage</p> 
--	--

2.วัยทำงาน (อายุ 25-44 ปี)

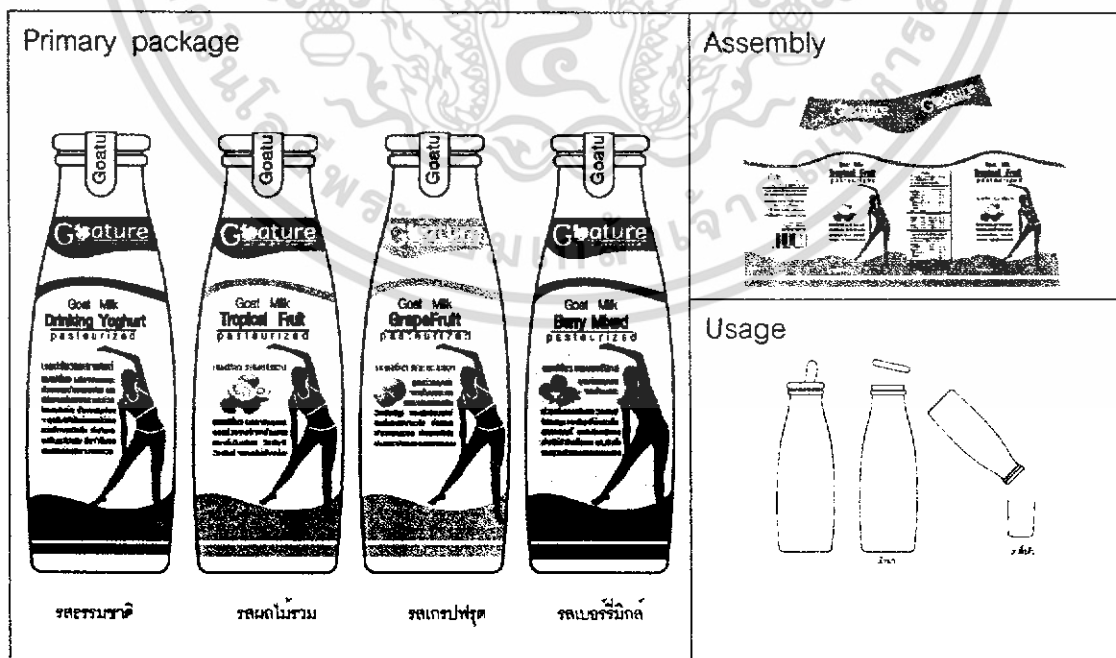
นมสดพาสเจอร์ไรส์ (Pasteurization)

- ขนาดบรรจุ 200 มล. : ขวด
- ขนาดบรรจุ 450 มล. : ขวด



นมเปรี้ยว (Drinking Yogurt)


- ขนาดบรรจุ 120 มล. : ขวด
- ขนาดบรรจุ 450 มล. : ขวด



โยเกิร์ต (Yogurt)


-ขนาดบรรจุ 150 กรัม : ถ้วย

Primary package




รสธรรมชาติ รสทิวผลไม้ รสเลมอน รสเฮเซลนัท

Assembly



Usage



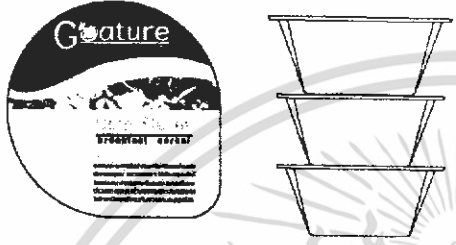
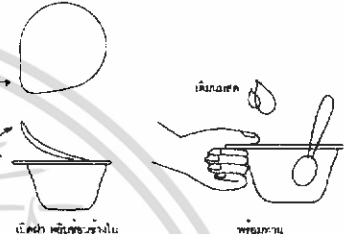


- รับประทาน
- 2 ชั้นคัสเทรียน
- ทิ้งชั้น
- สามารถรับประทานได้ 2 ชั้น



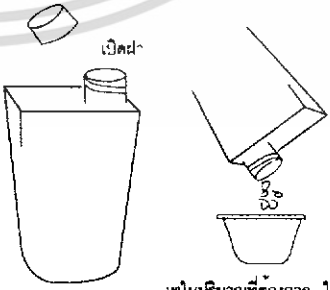
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกา 204 ไปใช้

แผนฉลากอาหารรอบกรอบ

- ขนาดบรรจุ 30 กรัม : ถาด

<p>Primary package</p> 	<p>Assembly</p> 
	<p>Usage</p>  <p>เปิดฝาด้านบน</p> <p>เทนม</p>

- ขนาดบรรจุ 340 กรัม : กล่อง



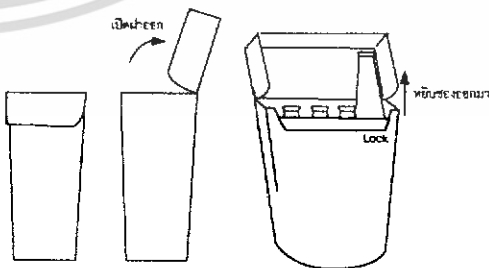
<p>Primary package</p>  <p>ผลไม้อบแห้ง รสข้าวโพด รสข้าวโอตผสมธัญพืช</p>		
<p>Assembly</p> 	<p>Usage</p>  <p>เปิดฝาด้านบน</p> <p>เทในปริมาณที่ต้องการ</p>	

เครื่องดื่มธัญญาหารสำเร็จรูป

- ขนาดบรรจุ 300 กรัม : กระป๋อง





<p>Primary package</p>  <p>รสผสมธัญพืช ธัญพืชเมล็ดงาดำ</p>	<p>Assembly</p>  <p>Usage</p>  <p>เปิดฝาด้านบน Lock - ปิดฝาด้านบน</p>
--	--

- ขนาดบรรจุ 300 กรัม : กล่อง

<p>Primary package</p>  <p>รสผสมธัญพืช ธัญพืชเมล็ดงาดำ</p>	<p>Assembly</p>  <p>Usage</p>  <p>เปิดฝาด้านบน Lock - ปิดฝาด้านบน</p>
--	--




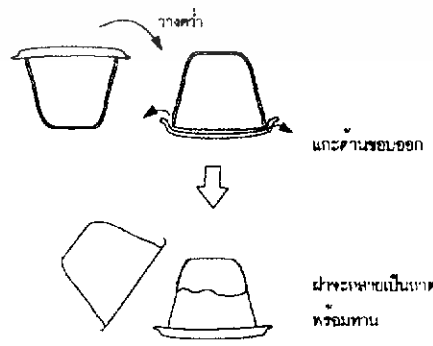
เต้าหู้ยวงนมสด

- ขนาดบรรจุ 150 กรัม : ถ้วย

<p>Primary package</p> 	<p>Assembly</p> 
 <p>รสทุผลสด รสธัญพืช</p>	<p>Usage</p>  <p>แกะกระดาษออก พับซอง เปิดฝา พร้อมทาน</p>





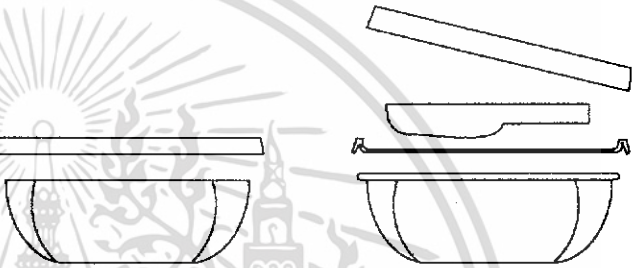
คัสตาร์ด

- ขนาดบรรจุ 90 กรัม : ถ้วย

<p>Primary package</p> 	<p>Assembly</p> 
	<p>Usage</p>  <p>วางฝา แกะด้านซองออก ผ่าซองแยกเป็นแท่งพร้อมทาน</p>

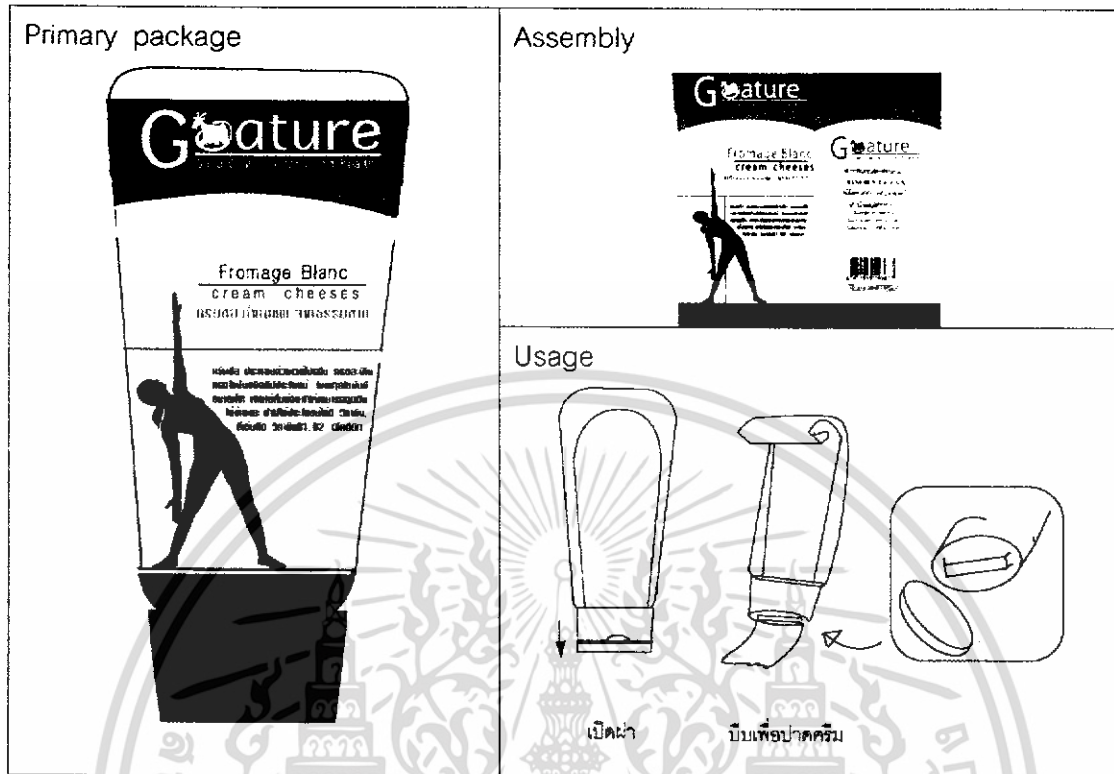
เนยสด

- ขนาดบรรจุ 250 กรัม : ถาด

<p>Primary package</p>  <p>รสเค็ม</p>	<p>Assembly</p> 
 <p>รสจืด</p> 	<p>Usage</p>  <p>เปิดฝา</p> <ul style="list-style-type: none">- พยายามอย่ากด เปิดฝาด้านที่ 2- ทานเลย

ครีมชีสขั้ว

- ขนาดบรรจุ 250 กรัม : หลอด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีก 209 ไปใช้

3.3 วิเคราะห์การออกแบบและประเมินค่า (Design Analysis Evaluation)

จากขั้นตอนการพัฒนาแนวความคิด และกระบวนการการออกแบบ ที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ สามารถนำมาสรุปผลทางการออกแบบทั้งทางด้านกราฟิกและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ได้ดังนี้

ด้านกราฟิก

1. บรรจุภัณฑ์สามารถสื่อสารกับผู้บริโภคเพื่อให้เกิดความเข้าใจในตัวสินค้า (สินค้าเพื่อสุขภาพ) ได้อย่างรวดเร็ว
2. บรรจุภัณฑ์สามารถสื่อถึงภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือของผู้ผลิตได้
3. บรรจุภัณฑ์สามารถสื่อถึงภาพลักษณ์ของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มได้
4. ผู้บริโภคสามารถทราบถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ซึ่งยังไม่มีคู่แข่ง เช่นนมแพะ
5. ที่จะได้รับ เมื่อบริโภคสินค้าแล้วได้เป็นอย่างดี
6. บรรจุภัณฑ์สามารถแสดงความแตกต่างของสินค้าได้ อย่างชัดเจน
7. บรรจุภัณฑ์สามารถแสดงความแตกต่างในแต่ละกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน
8. บรรจุภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์ร่วม) ในแต่ละกลุ่มสินค้า และแต่ละกลุ่มผู้บริโภค
9. บรรจุภัณฑ์มีความโดดเด่นจากคู่แข่งในท้องตลาด

ด้านโครงสร้าง

1. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว เนื่องจากมีรูปทรงมาจากรูปทรงของ Medical & Clean และมีความเป็นเอกลักษณ์ร่วม ในแต่ละกลุ่มผู้บริโภค
2. บรรจุภัณฑ์สามารถใช้งานได้อย่างสะดวก และเหมาะสมกับแต่ละผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน



**บทที่ 4 การนำเสนอผลงานการออกแบบ
ภาพถ่ายหุ่นจำลอง**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1 ภาพถ่ายหุ่นจำลอง

ภาพถ่ายของหุ่นจำลองผลงานขั้นสุดท้ายของผลิตภัณฑ์ในโครงการทั้งหมดมีดังนี้ คือ

1. ทารกและหญิงตั้งครรภ์

นมผง (Milk Powder) สำหรับทารก

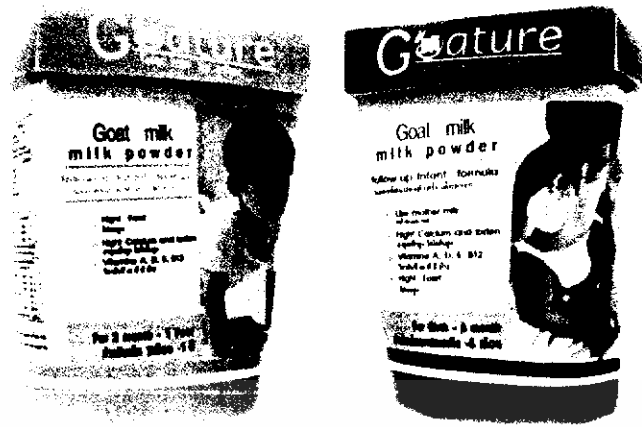


ภาพที่ 4.1.1 แสดงผลิตภัณฑ์นมผงขนาด 700 กรัม (กระป๋อง) สำหรับทารก



ภาพที่ 4.1.2 แสดงผลิตภัณฑ์นมผงขนาด 700 กรัม (ของ) สำหรับทารก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกา²¹¹ไปใช้



ภาพที่ 4.1.3 แสดงผลิตภัณฑ์นมผงขนาด 360 กรัม (กล่อง) สำหรับทารก

อาหารเสริม สำหรับเด็กทารก



ภาพที่ 4.1.4 แสดงผลิตภัณฑ์อาหารเสริมขนาด 400 กรัม (กระป๋อง) สำหรับทารก



ภาพที่ 4.1.5 แสดงผลิตภัณฑ์อาหารเสริมขนาด 400 กรัม (ซอง) สำหรับทารก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นมสดพาสเจอร์ไรส์ (Pasteurization) สำหรับหญิงตั้งครรภ์



ภาพที่ 4.1.6 แสดงผลิตภัณฑ์นมสดพาสเจอร์ไรส์ขนาด 200, 450 มล. สำหรับหญิงตั้งครรภ์

โยเกิร์ต (Yogurt) สำหรับหญิงตั้งครรภ์



ภาพที่ 4.1.7 แสดงผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตขนาด 150 กรัม สำหรับหญิงตั้งครรภ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นมผง (Milk Powder) สำหรับหญิงตั้งครรภ์



ภาพที่ 4.1.8 แสดงผลิตภัณฑ์นมผงขนาด 700 กรัม (กระป๋อง/ซอง) สำหรับหญิงตั้งครรภ์

2.วัยทำงาน (อายุ 25 -44 ปี)

นมสดพาสเจอร์ไรส์ (Pasteurization)



ภาพที่ 4.1.10 แสดงผลิตภัณฑ์นมสดพาสเจอร์ไรส์ขนาด 200 มล.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกรนำไปใช้



ภาพที่ 4.1.11 แสดงผลิตภัณฑ์นมสดพาสเจอร์ไรส์ขนาด 450 มล.

นมเปรี้ยว (Drinking Yogurt)



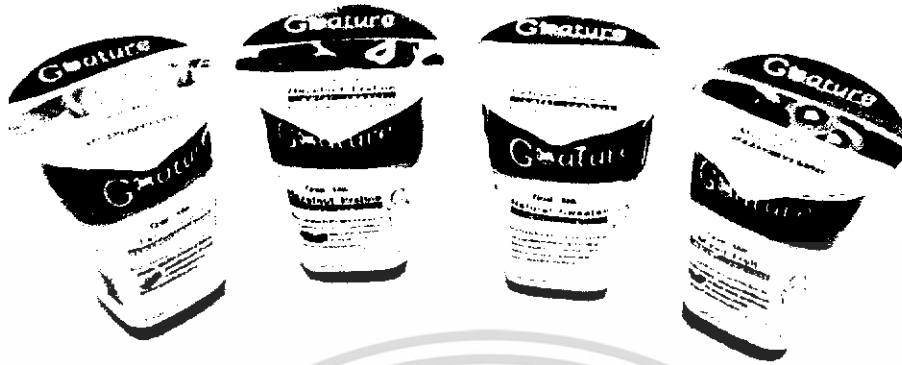
ภาพที่ 4.1.12 แสดงผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวพาสเจอร์ไรส์ขนาด 120 มล.



ภาพที่ 4.1.13 แสดงผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวพาสเจอร์ไรส์ขนาด 450 มล.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โยเกิร์ต (Yogurt)



ภาพที่ 4.1.12 แสดงผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตขนาด 150 กรัม

แผ่นธัญญาหารอบกรอบ



ภาพที่ 4.1.13 แสดงผลิตภัณฑ์ธัญญาหารอบกรอบขนาด 30 กรัม (ถาด)



ภาพที่ 4.1.14 แสดงผลิตภัณฑ์ธัญญาหารอบกรอบขนาด 340 กรัม (กล่อง)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการไปใช้

เครื่องดื่มธัญญาหารสำเร็จรูป



ภาพที่ 4.1.15 แสดงผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มธัญญาหารสำเร็จรูปขนาด 300 กรัม (กระป๋อง)



ภาพที่ 4.1.16 แสดงผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มธัญญาหารสำเร็จรูปขนาด 300 กรัม (กล่อง)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เต้าฮวยนมสด



ภาพที่ 4.1.17 แสดงผลิตภัณฑ์เต้าฮวยนมสดขนาด 150 กรัม

คัสตาร์ด



ภาพที่ 4.1.18 แสดงผลิตภัณฑ์คัสตาร์ดขนาด 90 กรัม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีก218ไปใช้

เนยสด



ภาพที่ 4.1.19 แสดงผลิตภัณฑ์เนยสดขนาด 250 กรัม

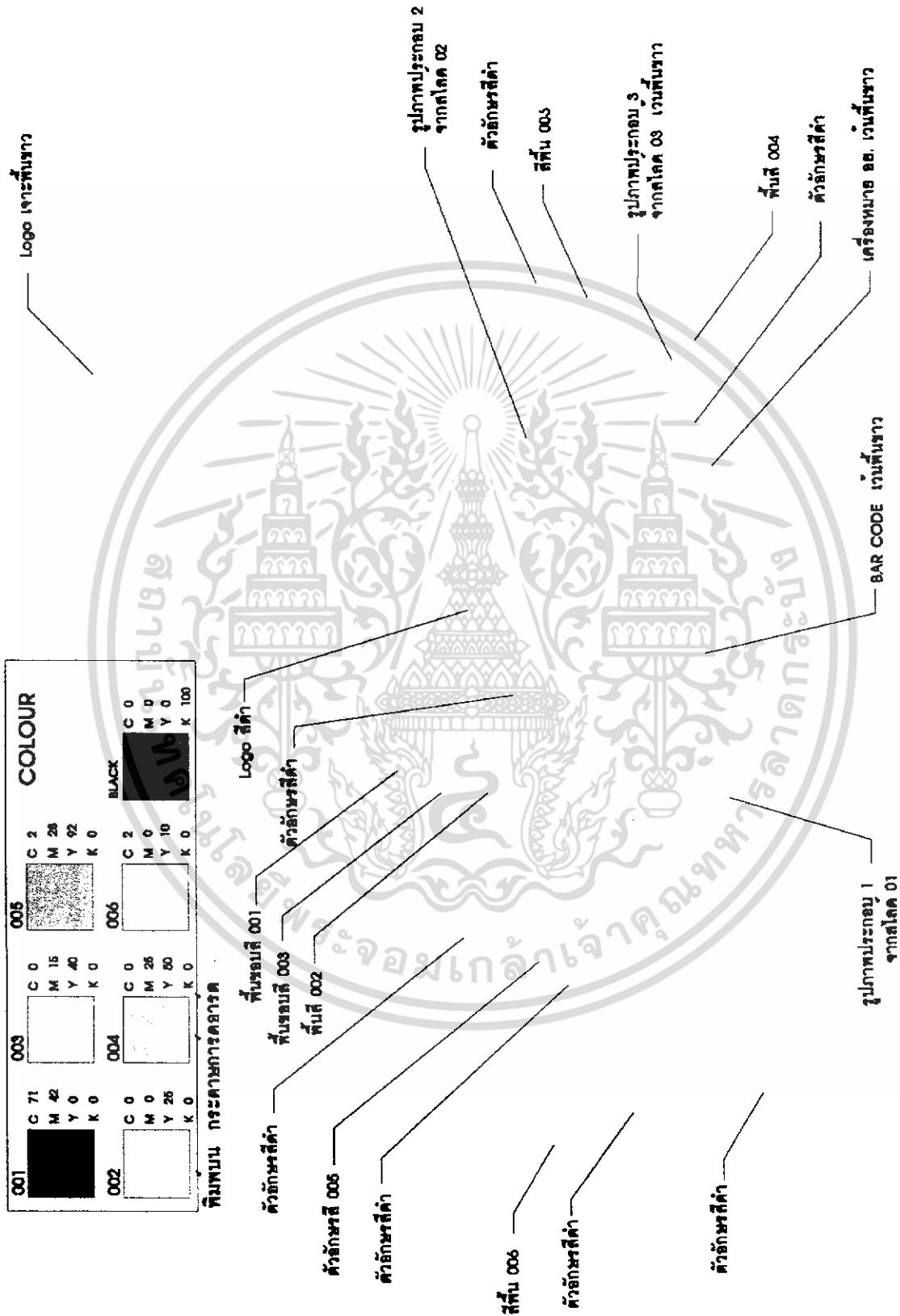
ครีมที่สดชื่น



ภาพที่ 4.1.20 แสดงผลิตภัณฑ์ครีมที่สดชื่นขนาด 250 กรัม

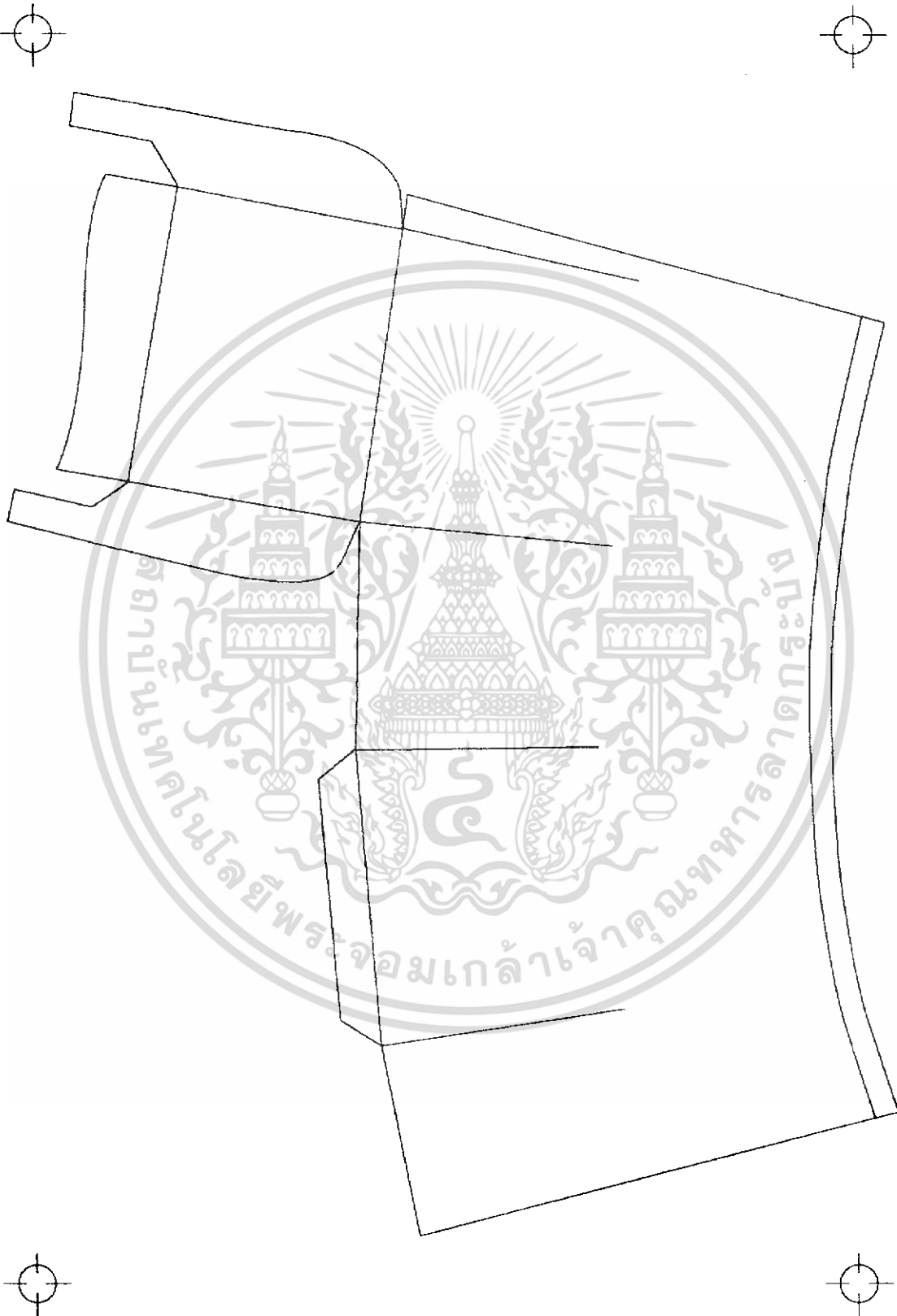
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกร 219 ไปใช้

ART WORK



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการใช้

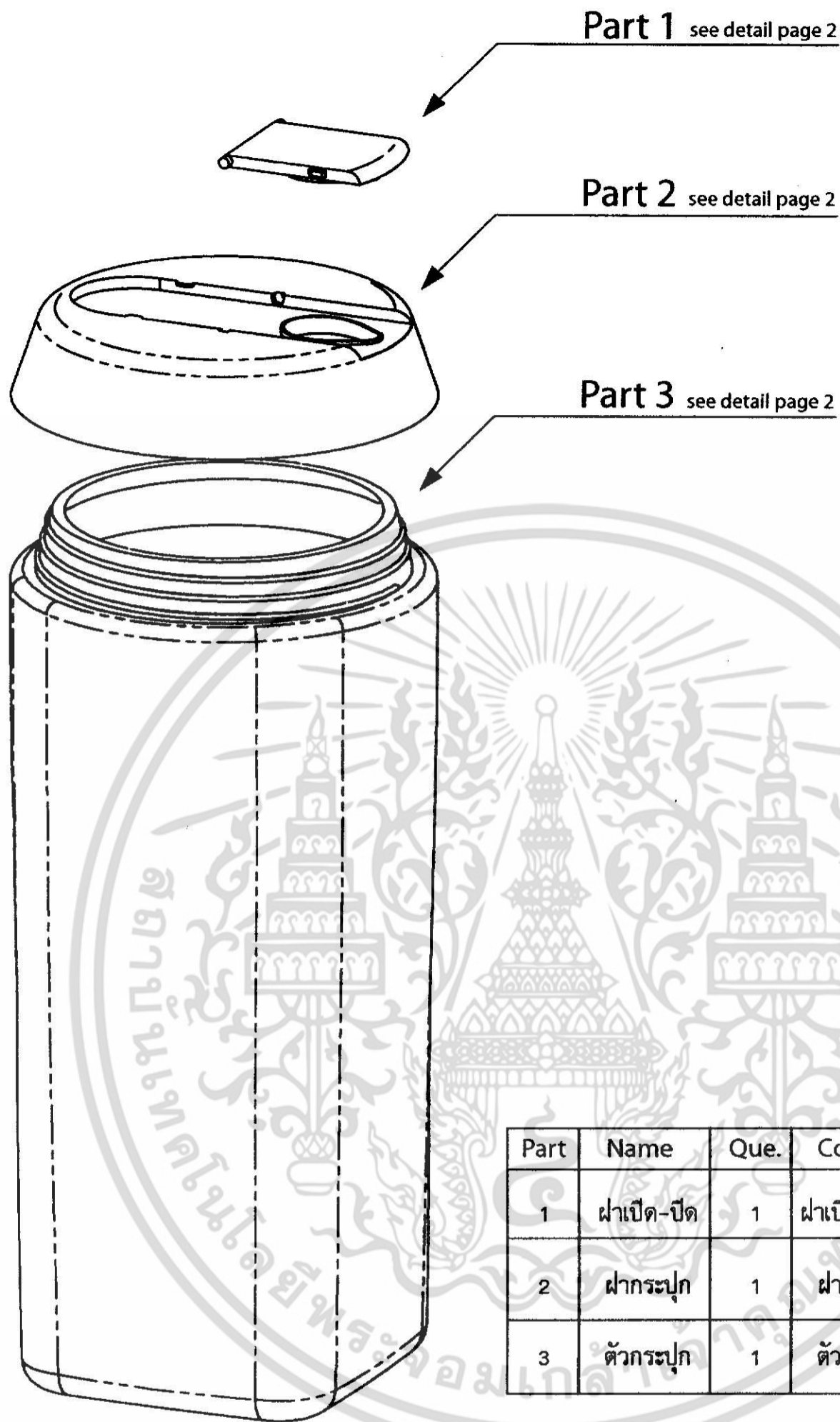
ART WORK



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการ 222 ไปใช้



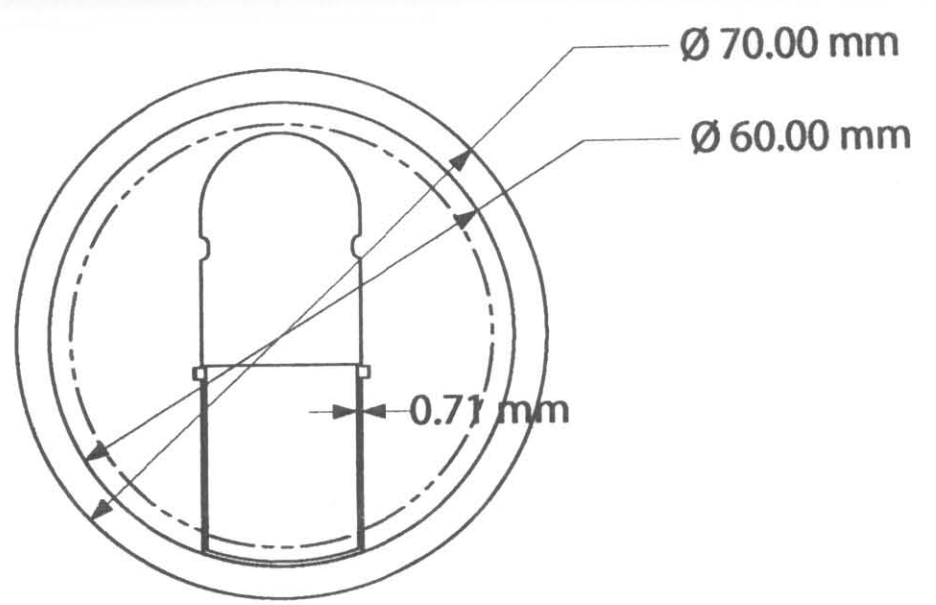
Part	Name	Que.	Colour	Material	Process
1	ฝาเปิด-ปิด	1	ฝาเปิดกระปุก	PP	Injection
2	ฝากระปุก	1	ฝากระปุก	PP	Injection
3	ตัวกระปุก	1	ตัวกระปุก	HDPE	Injection-Blow mold

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

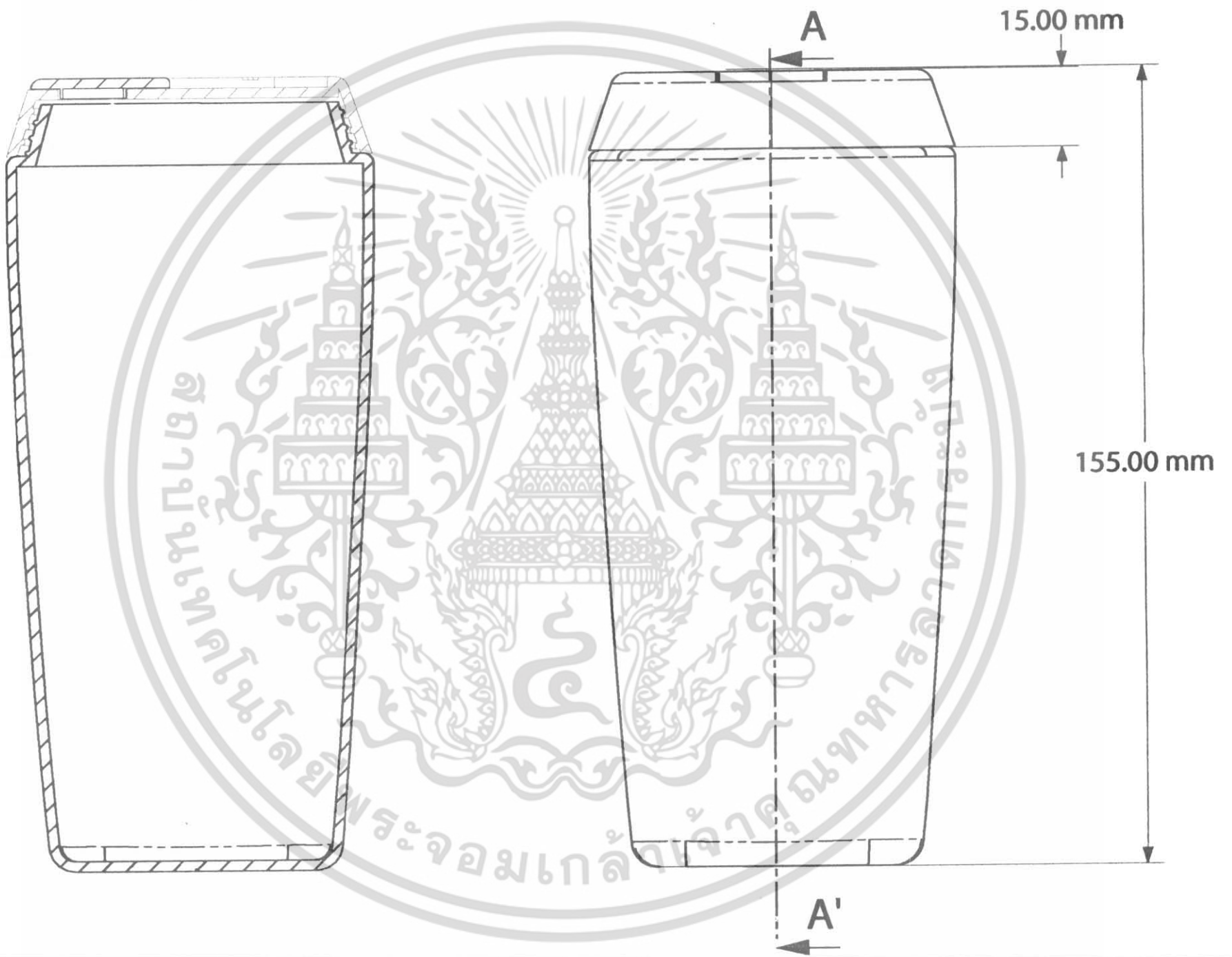
Packaging and Graphic For Goature Milk and Dairy Products			
Page 1	ASSEMBLY & SPECIFICATION	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
		Faculty of Architecture	Division of Industrial
		Drawing by : Miss Nattha Tangachivalerd	
		Subject: Packaging Design Thesis	UNIT: mm
		Object : กระปุกถัณูอาหารสำเร็จรูปพร้อมซอง ขนาด 250 กรัม	Scale 1 : 1



Perspective



Top View

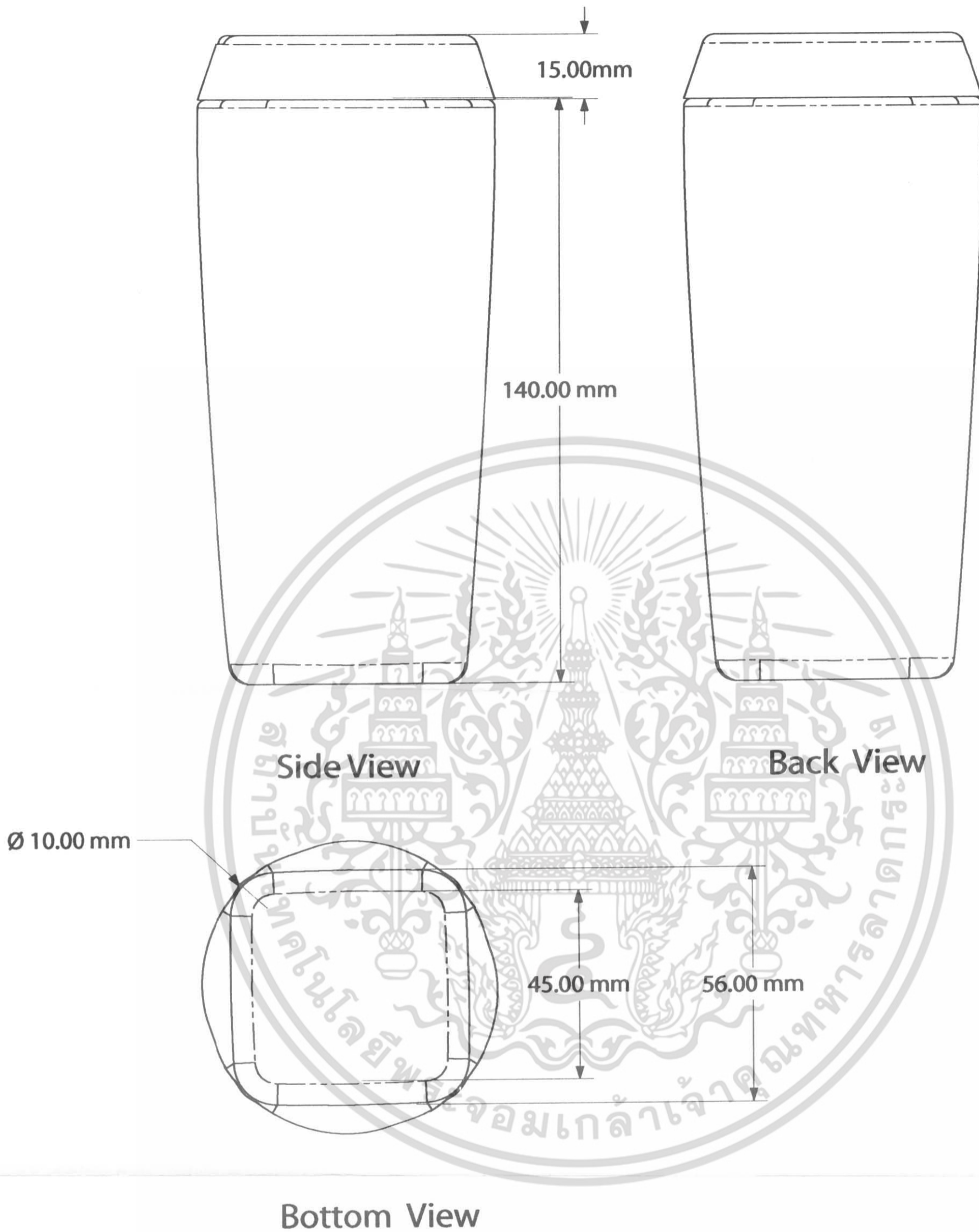


Section A-A' View

Front View

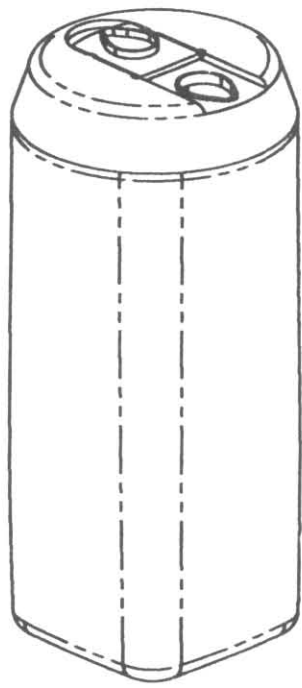
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Packaging and Graphic For Goature Milk and Dairy Products			
Page 2	MULTIVIEW (ปิดฝา)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
		Faculty of Architecture	Division of Industrial
		Drawing by : Miss Nattha Tangachivalerd	
		Subject: Packaging Design Thesis	UNIT: mm
		Object : กระป๋องโยเกิร์ตสำเร็จรูปพร้อมซอง ขนาด 250 กรัม	Scale 1 : 1

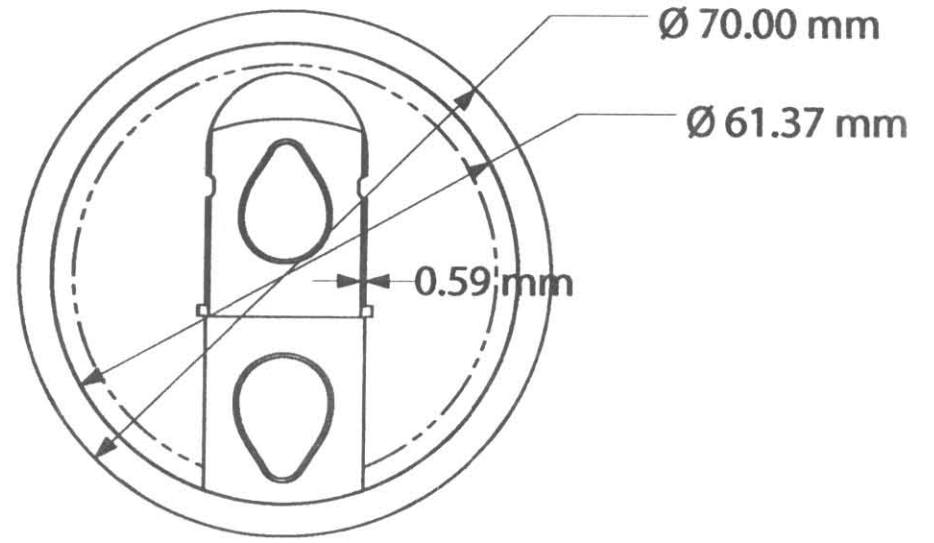


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

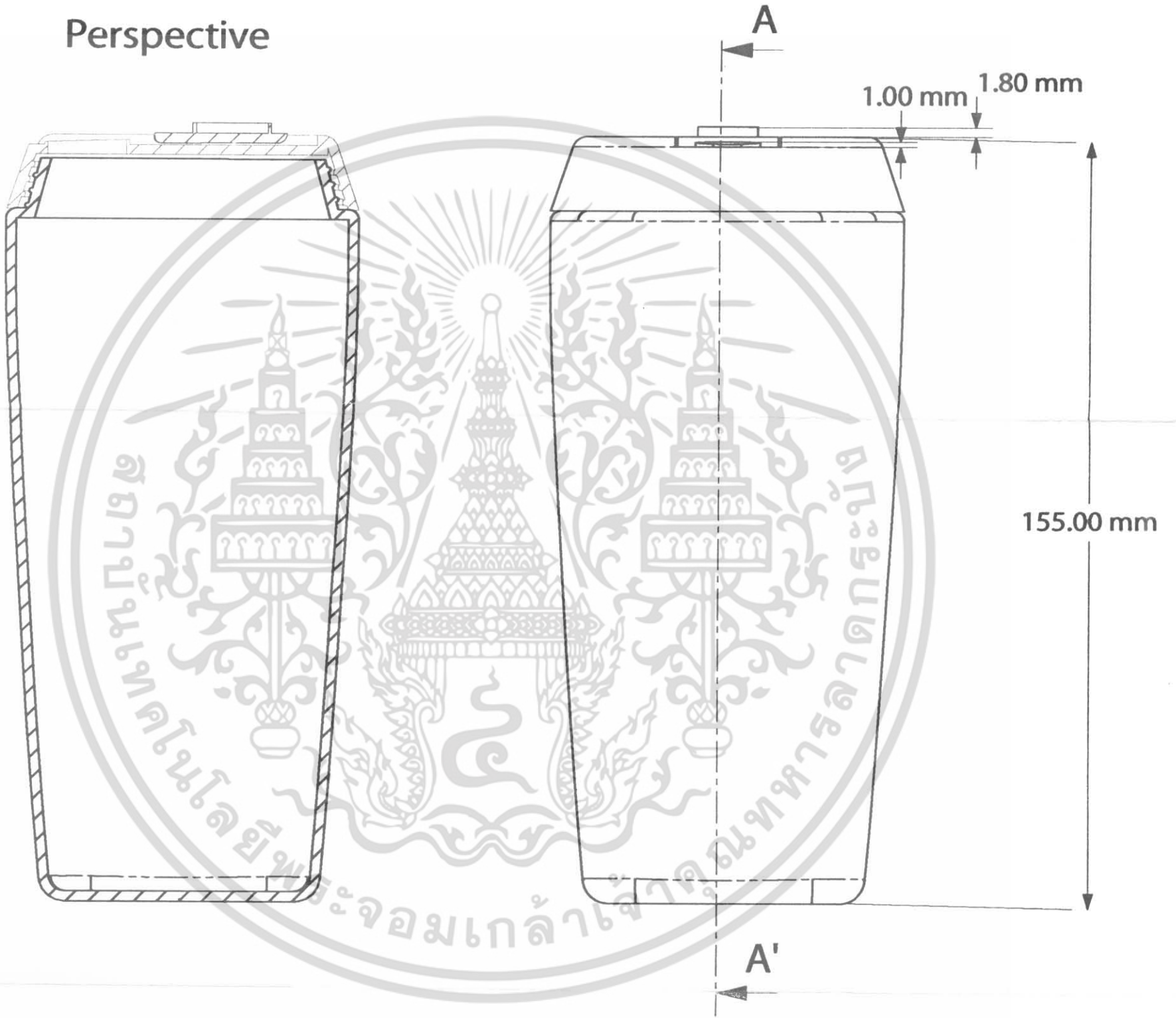
Packaging and Graphic For Goature Milk and Dairy Products			
Page 3	MULTVIEW (ปิดฝา)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
		Faculty of Architecture	Division of Industrial
		Drawing by : Miss Nattha Tangachivalerd	
		Subject: Packaging Design Thesis	UNIT: mm
		Object : กระปุกถนอมอาหารสำเร็จรูปพร้อมฝา ขนาด 250 กรัม	Scale 1:1



Perspective



Top View

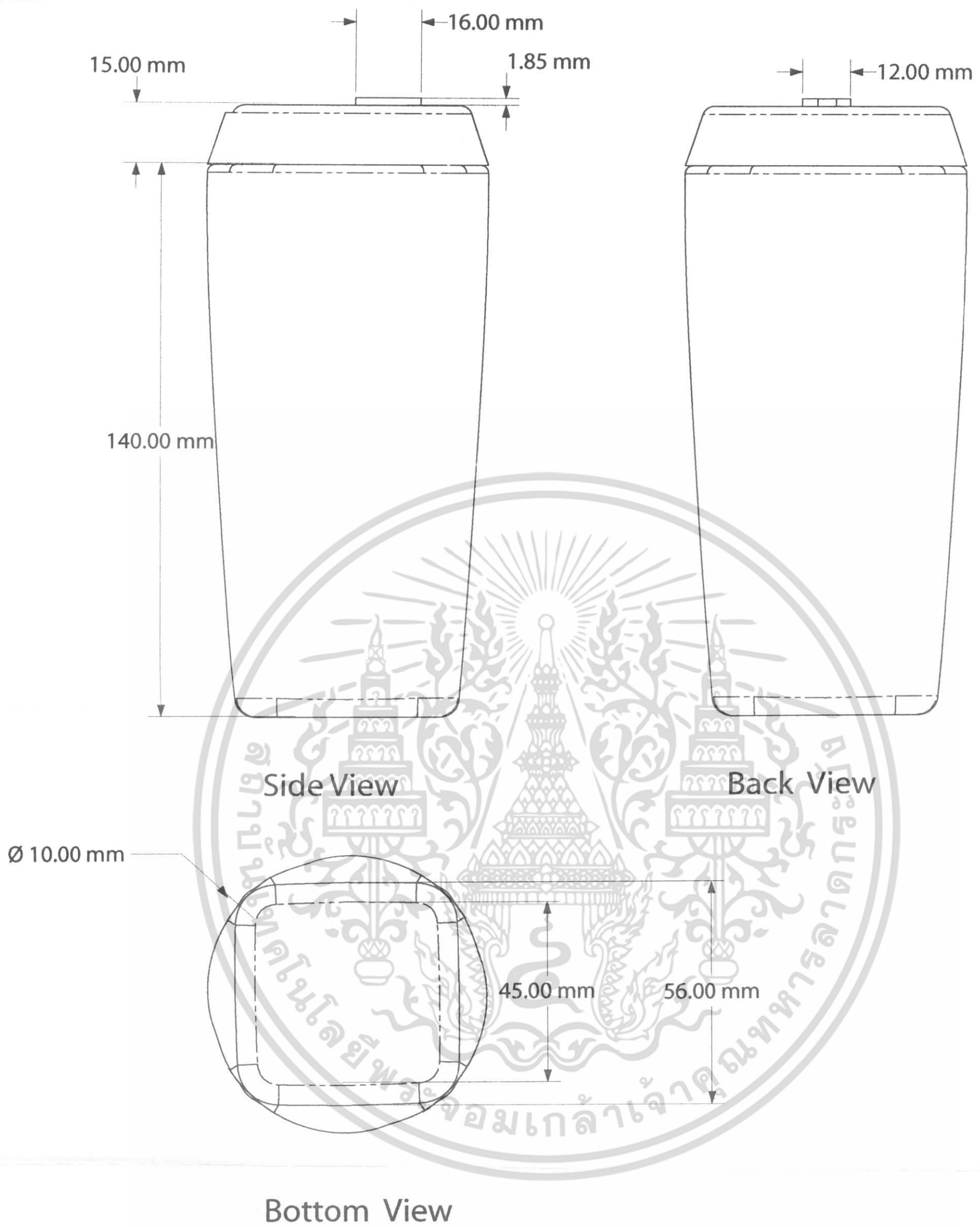


Section A-A' View

Front View

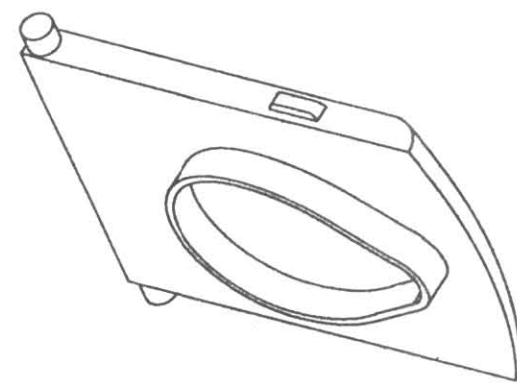
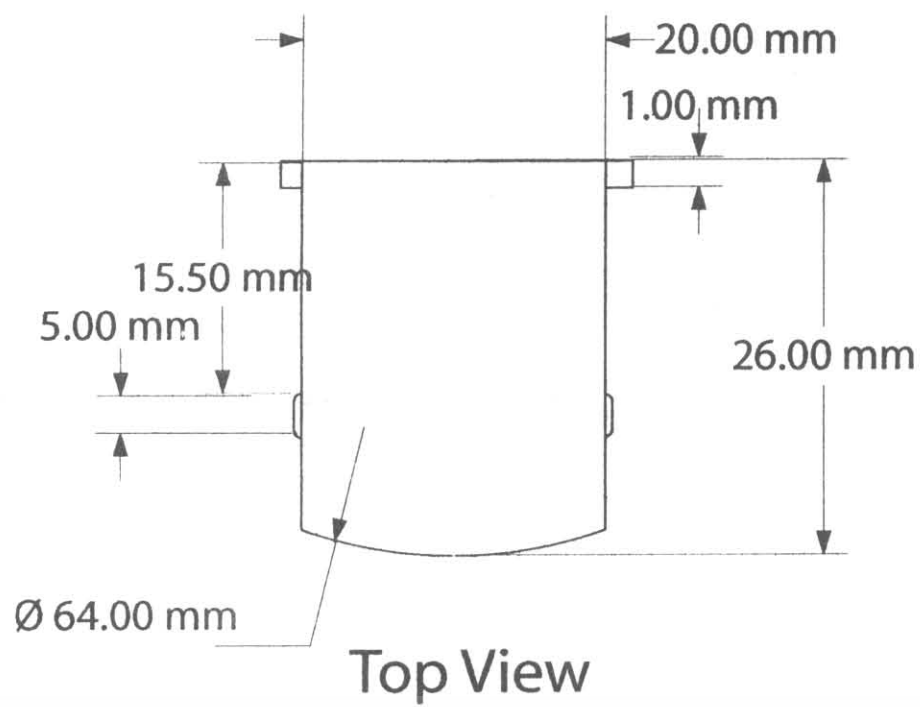
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Packaging and Graphic For Goature Milk and Dairy Products			
Page 4	MULTIVIEW (เปิดฝา)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
		Faculty of Architecture	Division of Industrial
		Drawing by : Miss Nattha Tangachivalerd	
		Subject: Packaging Design Thesis	UNIT: mm
		Object : กระปุกถัวยูทการอำรจุรูปพร้อมชง ขนาด 250 กรัม	Scale 1 : 1

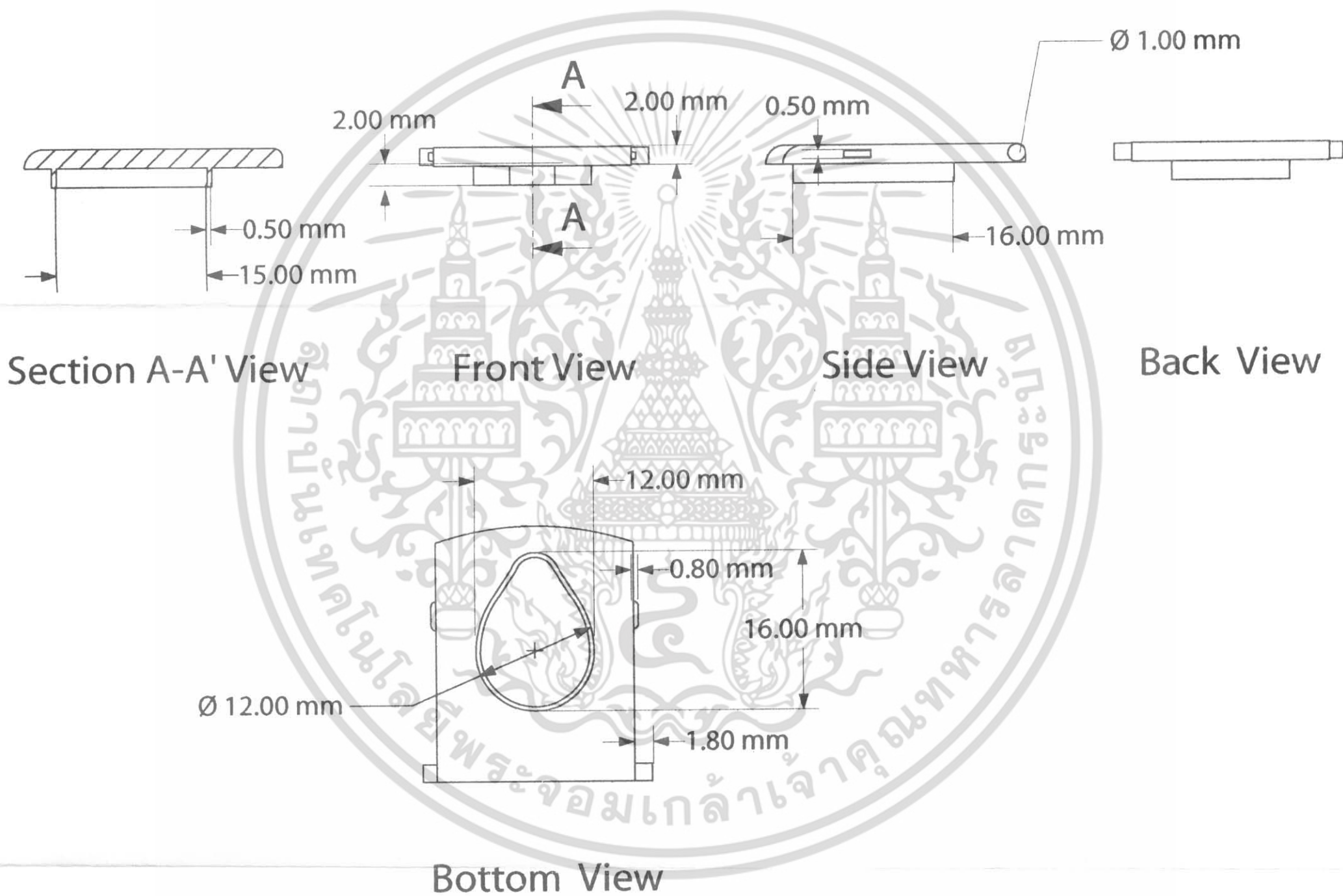


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Packaging and Graphic For Goature Milk and Dairy Products			
Page 5	MULTIVIEW (เปิดฝา)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
		Faculty of Architecture	Division of Industrial
		Drawing by : Miss Nattha Tangachivalerd	
		Subject: Packaging Design Thesis	UNIT : mm
		Object : กระปุกถั่วนมสำเร็จรูปพร้อมซอง ขนาด 250 กรัม	Scale 1 : 1

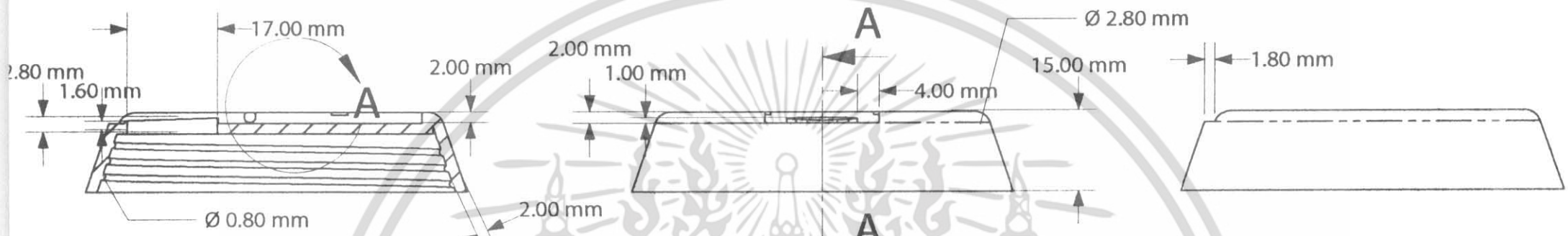
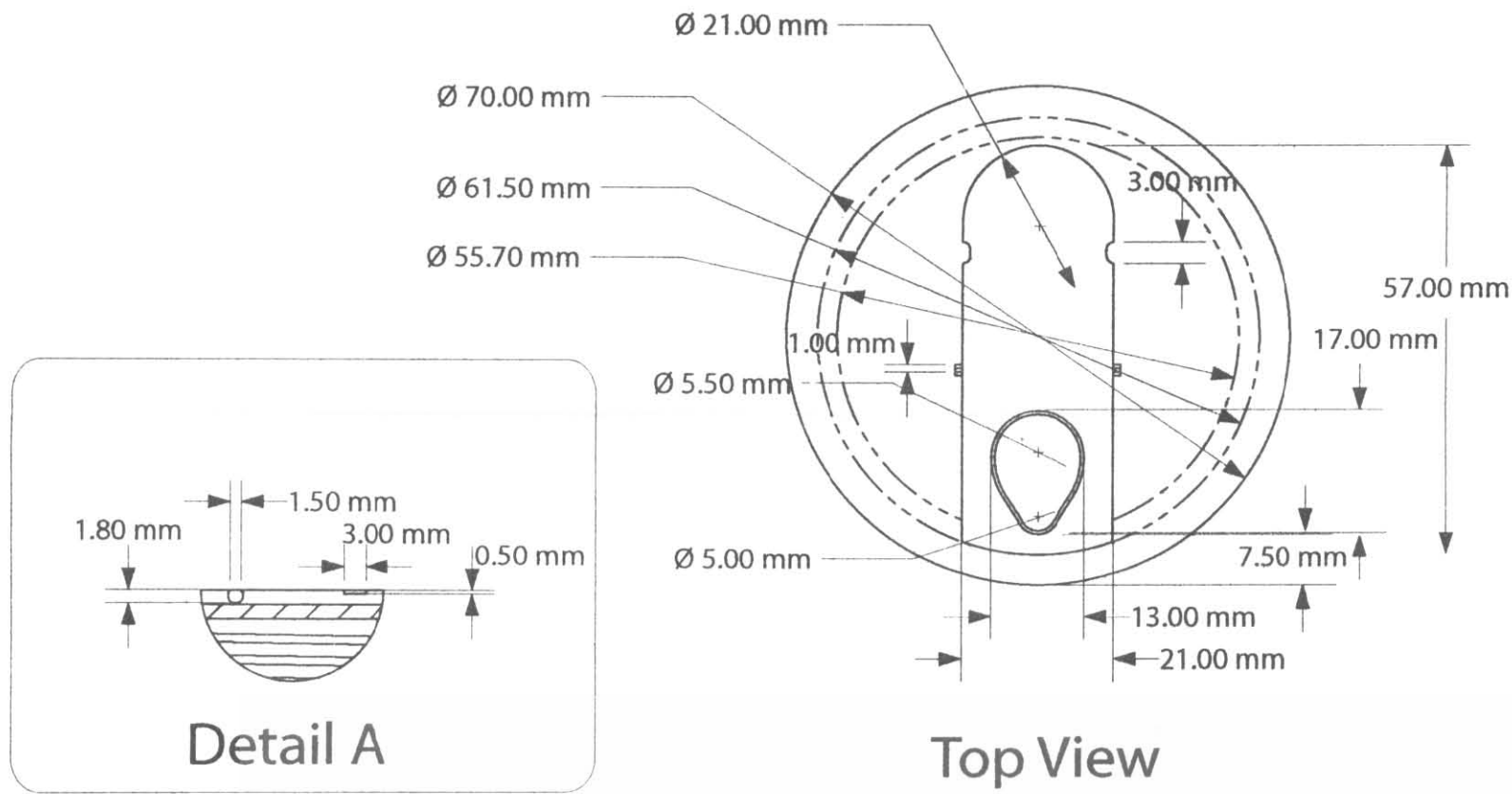


Perspective



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

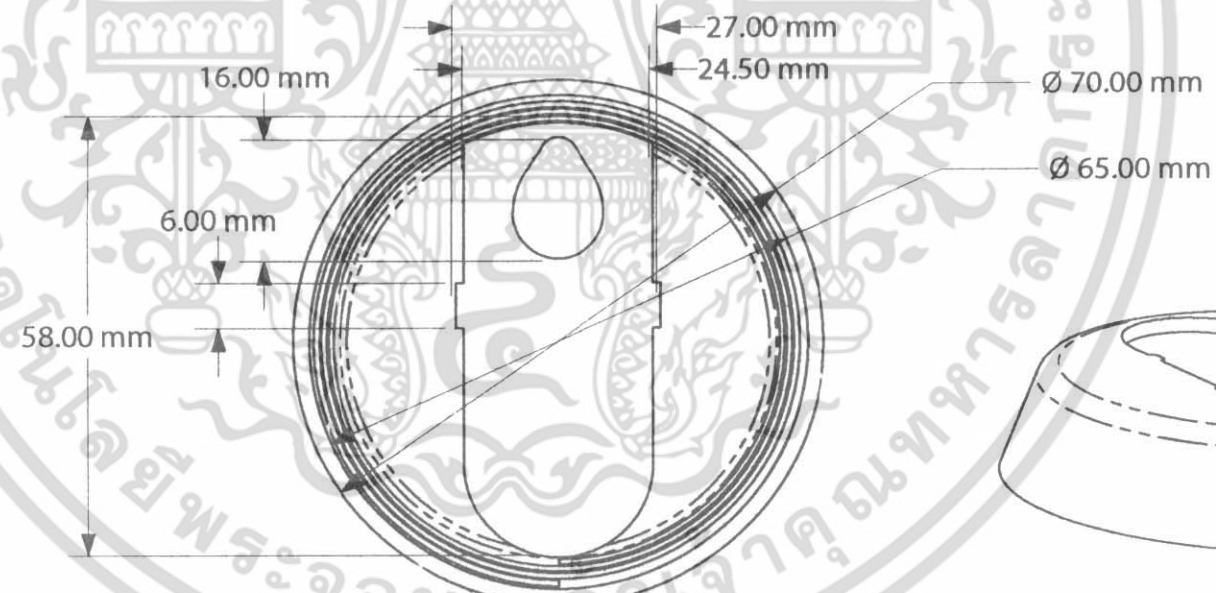
Packaging and Graphic For Goature Milk and Dairy Products			
Page 6	MULTIVIEW Part 1	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
		Faculty of Architecture	Division of Industrial
		Drawing by : Miss Nattha Tangachivalerd	
		Subject: Packaging Design Thesis	UNIT: mm
		Object : กระปุกโยเกิร์ตสำเร็จรูปพร้อมซอง ขนาด 250 กรัม	Scale 2: 1



Section A-A' View

Front View

Side View

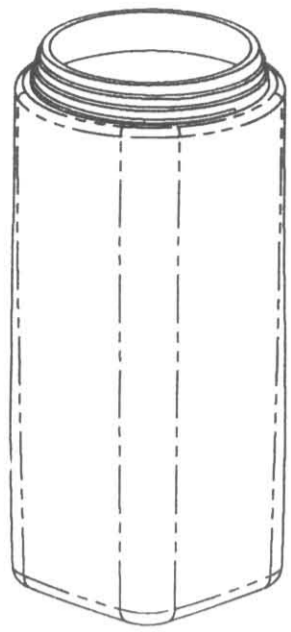


Bottom View

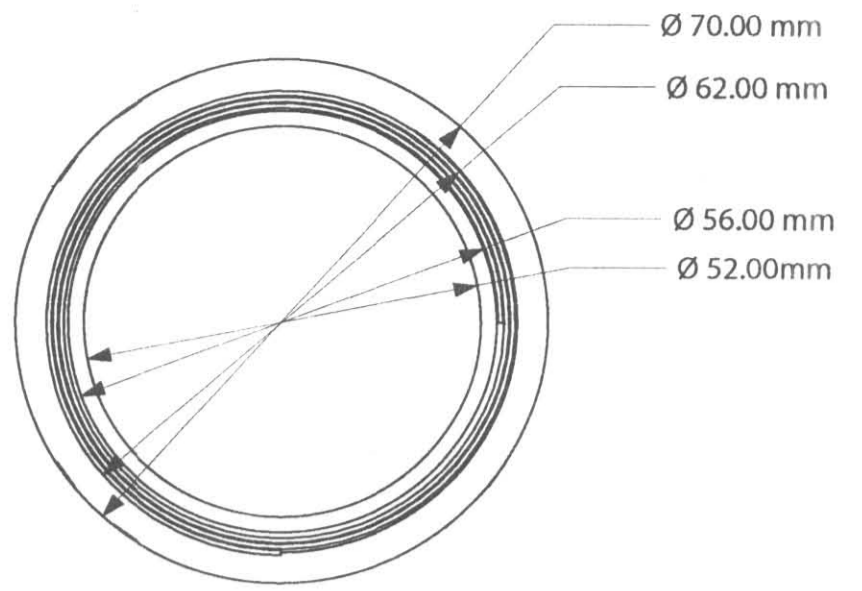
Perspective

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Packaging and Graphic for Goature Milk and Dairy Products			
Page 7	MULTIVIEW Part 2	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
		Faculty of Architecture	Division of Industrial
		Drawing by : Miss Nattha Tangachivalerd	
		Subject: Packaging Design Thesis	UNIT: mm
		Object : กระปุกถนอมอาหารสำเร็จรูปพร้อมชง ขนาด 250 กรัม	Scale 1 : 1

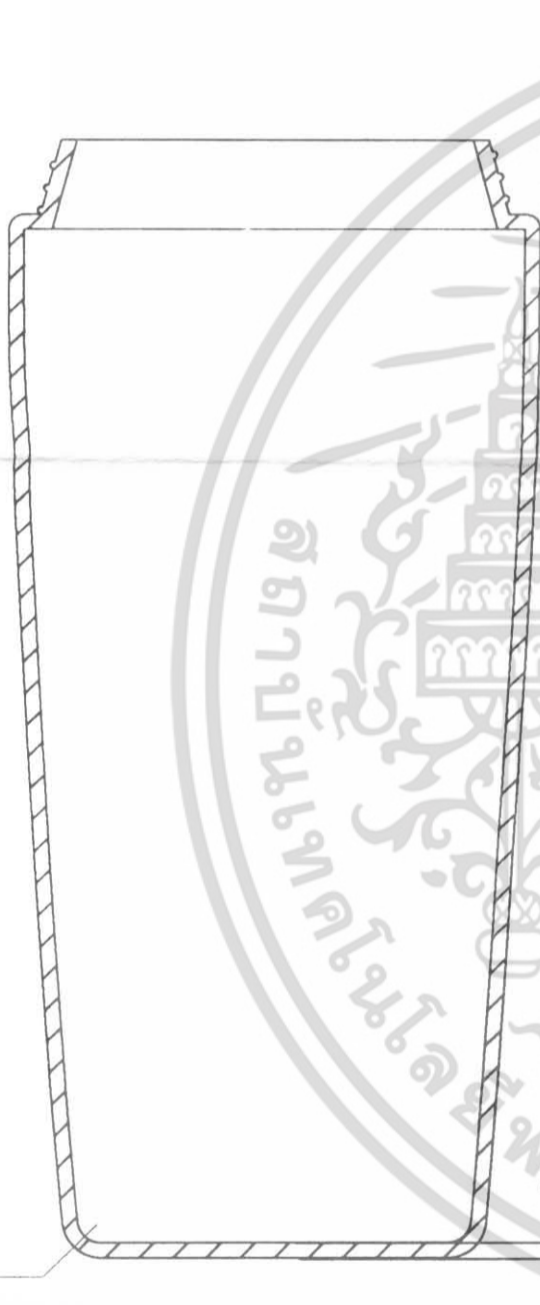


Perspective



Top View

Ø 70.00 mm
 Ø 62.00 mm
 Ø 56.00 mm
 Ø 52.00 mm

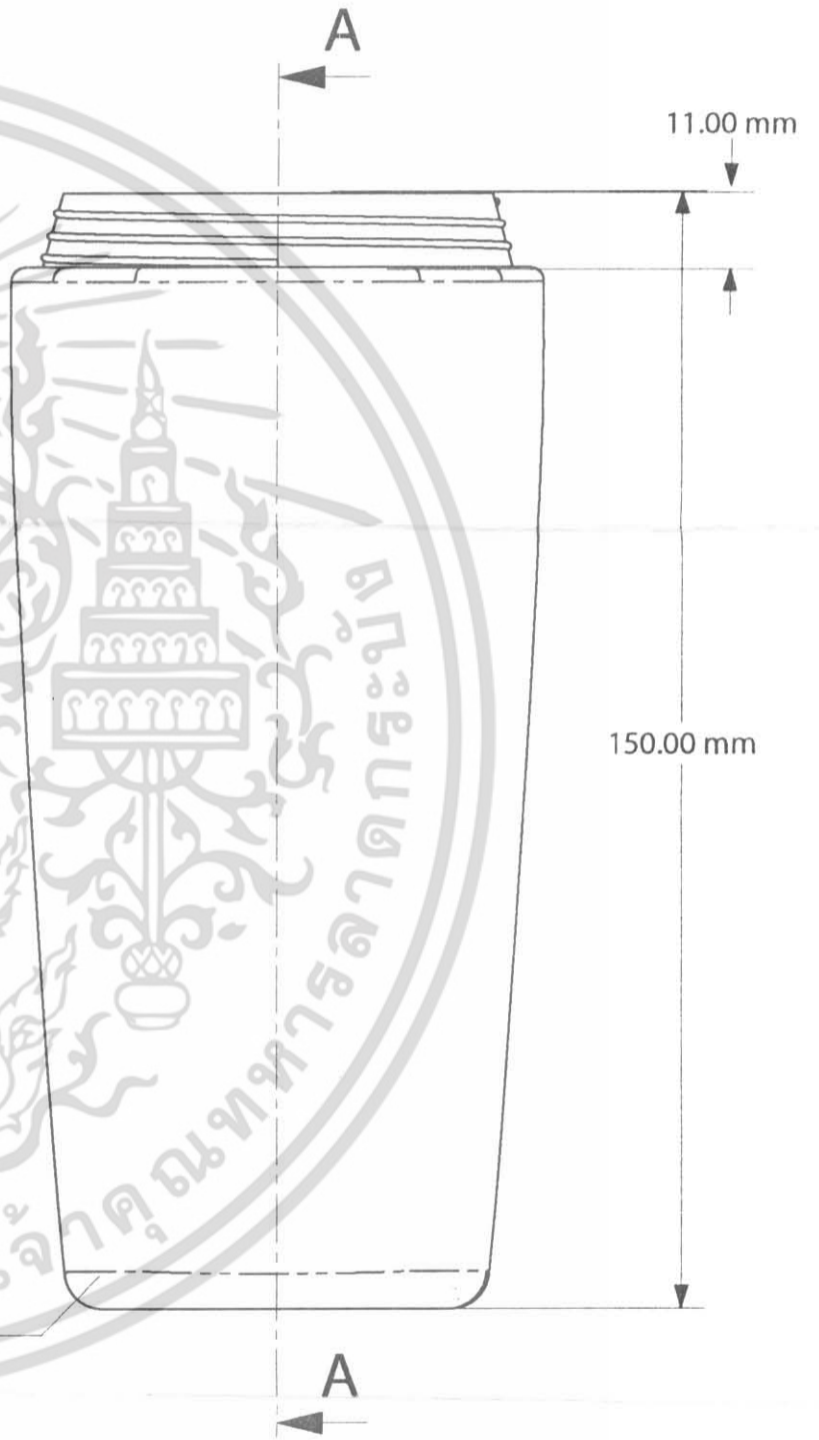


Section A-A' View

Ø 3.00 mm

2.00 mm

Ø 5.00 mm



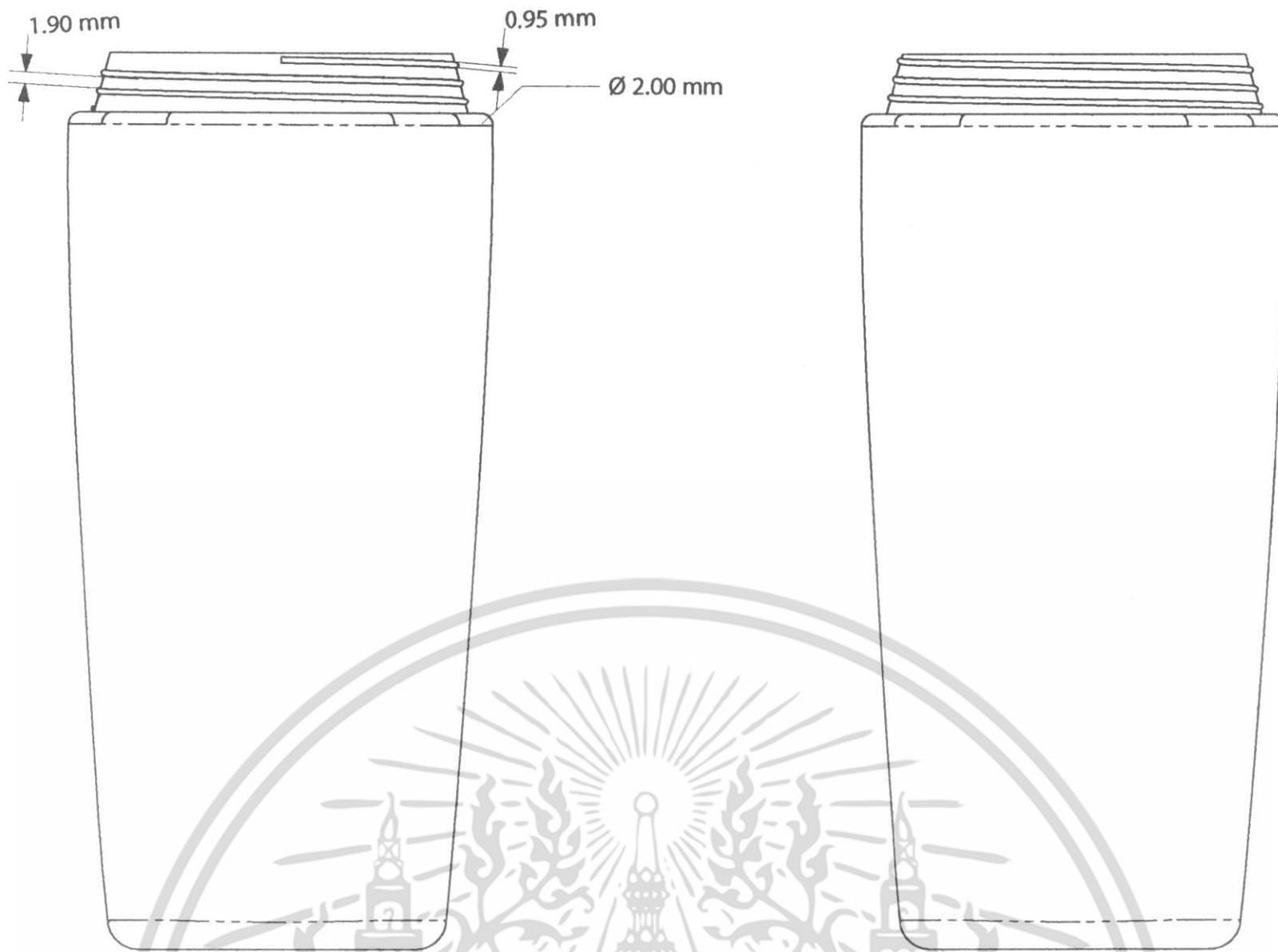
Front View

11.00 mm

150.00 mm

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Packaging and Graphic For Goature Milk and Dairy Products			
Page 8	MULTIVIEW Part 3	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
		Faculty of Architecture	Division of Industrial
		Drawing by : Miss Nattha Tangachivalerd	
		Subject: Packaging Design Thesis	UNIT : mm
		Object : กระปุกถั่วนมสำเร็จรูปพร้อมซอง ขนาด 250 กรัม	Scale 1 : 1



Side View

Back View

Ø 70.00 mm

Ø 10.00 mm

56.00 mm

56.00 mm

Bottom View

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Packaging and Graphic For Goature Milk and Dairy Products			
Page 9	MULTIVIEW Part 3	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
		Faculty of Architecture	Division of Industrial
		Drawing by : Miss Nattha Tangachivalerd	
		Subject: Packaging Design Thesis	UNIT: mm
		Object : กระปุกถัวยูทอาหารสำเร็จรูปพร้อมซง ขนาด 250 กรัม	Scale 1 : 1



บทที่ 5 มทสรุป

สรุปผลการออกแบบ และข้อเสนอแนะของนักศึกษา

สรุปผลการออกแบบ และข้อเสนอแนะของอาจารย์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1 สรุปผลการออกแบบ

สรุปผลการออกแบบ

1. บรรรจุภัณฑ์สามารถสื่อถึงภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือเกี่ยวกับคุณภาพ และกรรมวิธีการผลิตซึ่งได้มาตรฐาน ของ บริษัท มานูญครอง แตรี โททส์ จำกัด ได้อย่างเหมาะสม
2. บรรรจุภัณฑ์สามารถสื่อถึงภาพลักษณ์บุคลิกภาพ ของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม
3. บรรรจุภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว เป็นอัตลักษณ์เดียวกัน ทั้งในด้านโครงสร้าง และ กราฟิก
4. บรรรจุภัณฑ์สามารถแสดงความแตกต่างของกลุ่มสินค้าในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย และแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน
5. บรรรจุภัณฑ์สามารถแสดงจุดขายและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งได้
6. การออกแบบมีการคำนึงถึงความเป็นไปได้ในการผลิตจริง และการประหยัดวัสดุ

ข้อเสนอแนะของนักศึกษา

การทำวิทยานิพนธ์เป็นการฝึกฝน ประมวลผลความรู้ที่ได้ศึกษามา เพื่อค้นคว้าข้อมูล คิดวิเคราะห์ สรุปหาเหตุผล และรู้จักทำงานอย่างมีระบบ ขั้นตอน จนกว่าจะได้ผลสำเร็จ เป็นชิ้นงานชิ้นสุดท้าย ในระยะเวลาที่กำหนด ดังนั้นการแบ่งเวลาและวางแผนกระบวนการทำงานจึงเป็นส่วนสำคัญมากของกระบวนการทำวิทยานิพนธ์

5.2 สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะของอาจารย์

สรุปผลการออกแบบ

1. บรรรจุภัณฑ์สามารถสื่อถึงภาพลักษณ์ และแนวความคิดที่วางไว้ได้อย่างเหมาะสม
2. นมสดพาสเจอร์ไรส์ รสน้ำผึ้ง และนมเปรี้ยวรสเลมอน ยังมีความใกล้เคียงกันมากเกินไป ไม่สามารถแยกได้อย่างชัดเจนอาจทำให้เกิดการสับสนได้
3. กราฟิกบนบรรรจุภัณฑ์ ยังสามารถปรับแก้ในจุดบกพร่องบางประการได้อีก

ข้อเสนอแนะของนักศึกษา

นักศึกษาสามารถรวบรวมความรู้ที่ได้ศึกษามา และได้รู้จักทำงานอย่างมีระบบ ขั้นตอน เพื่อพัฒนาโครงการและตัวนักศึกษาเอง จนได้ผลสำเร็จเป็นชิ้นงานชิ้นสุดท้าย

บรรณานุกรม

1. บริษัทมานูญครอง แดรี่ โกทส์ จำกัด
2. <http://www.peoplepowerinstitute.com>
3. <http://www.sirichaigoatmilk.com>
4. ชีวจิตโพล (โดยนิตยสารชีวจิต)
5. บริษัท นาโน เซิร์ช จำกัด
6. ข้อมูลฐานเศรษฐกิจ (พ.ศ. 2548)
7. พิชิต เลี่ยมพิพัฒน์, พลาสติก .พิมพ์ครั้งที่ 15. กรุงเทพฯ: ห.จ.ก. ป. สัมพันธ์พาณิชย์, 2545.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติการศึกษา

- ประถม : โรงเรียนถนนอมพิศวิทยา
มัธยม : โรงเรียนนวมินทราชินูทิศ บดินทรเดชา
ปริญญาตรี : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก

แบบสอบถามนี้ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบในการทำวิทยานิพนธ์
โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์นมแพะพาสเจอร์ไรส์

โดย น.ส. ณัฏฐา ตั้งอาชีวะเลิศ นักศึกษาคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

1. จากภาพกรุณาเลือก 4 อันดับที่ชอบเรียงตามลำดับ ใส่ลงในแบบสอบถาม
2. ให้คะแนนจากแบบที่เลือกทั้ง 4 อันดับ

<p>ลำดับที่ 1</p> <div style="border: 1px solid black; width: 150px; height: 40px; margin: 0 auto;"></div> <p style="text-align: center;">คะแนน</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 30%;">ให้ความรู้สึก</th> <th style="width: 10%;">-2</th> <th style="width: 10%;">-1</th> <th style="width: 10%;">0</th> <th style="width: 10%;">1</th> <th style="width: 10%;">2</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>มีอนามัย, สะอาด, ปลอดภัย</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>มีคุณค่าทางโภชนาการ</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>มีความน่าเชื่อถือ</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>มีความน่าสนใจ, สะดุดตา</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </tbody> </table>	ให้ความรู้สึก	-2	-1	0	1	2	มีอนามัย, สะอาด, ปลอดภัย						มีคุณค่าทางโภชนาการ						มีความน่าเชื่อถือ						มีความน่าสนใจ, สะดุดตา						<p>ลำดับที่ 2</p> <div style="border: 1px solid black; width: 150px; height: 40px; margin: 0 auto;"></div> <p style="text-align: center;">คะแนน</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 30%;">ให้ความรู้สึก</th> <th style="width: 10%;">-2</th> <th style="width: 10%;">-1</th> <th style="width: 10%;">0</th> <th style="width: 10%;">1</th> <th style="width: 10%;">2</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>มีอนามัย, สะอาด, ปลอดภัย</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>มีคุณค่าทางโภชนาการ</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>มีความน่าเชื่อถือ</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>มีความน่าสนใจ, สะดุดตา</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </tbody> </table>	ให้ความรู้สึก	-2	-1	0	1	2	มีอนามัย, สะอาด, ปลอดภัย						มีคุณค่าทางโภชนาการ						มีความน่าเชื่อถือ						มีความน่าสนใจ, สะดุดตา					
ให้ความรู้สึก	-2	-1	0	1	2																																																								
มีอนามัย, สะอาด, ปลอดภัย																																																													
มีคุณค่าทางโภชนาการ																																																													
มีความน่าเชื่อถือ																																																													
มีความน่าสนใจ, สะดุดตา																																																													
ให้ความรู้สึก	-2	-1	0	1	2																																																								
มีอนามัย, สะอาด, ปลอดภัย																																																													
มีคุณค่าทางโภชนาการ																																																													
มีความน่าเชื่อถือ																																																													
มีความน่าสนใจ, สะดุดตา																																																													
<p>ลำดับที่ 3</p> <div style="border: 1px solid black; width: 150px; height: 40px; margin: 0 auto;"></div> <p style="text-align: center;">คะแนน</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 30%;">ให้ความรู้สึก</th> <th style="width: 10%;">-2</th> <th style="width: 10%;">-1</th> <th style="width: 10%;">0</th> <th style="width: 10%;">1</th> <th style="width: 10%;">2</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>มีอนามัย, สะอาด, ปลอดภัย</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>มีคุณค่าทางโภชนาการ</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>มีความน่าเชื่อถือ</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>มีความน่าสนใจ, สะดุดตา</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </tbody> </table>	ให้ความรู้สึก	-2	-1	0	1	2	มีอนามัย, สะอาด, ปลอดภัย						มีคุณค่าทางโภชนาการ						มีความน่าเชื่อถือ						มีความน่าสนใจ, สะดุดตา						<p>ลำดับที่ 4</p> <div style="border: 1px solid black; width: 150px; height: 40px; margin: 0 auto;"></div> <p style="text-align: center;">คะแนน</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 30%;">ให้ความรู้สึก</th> <th style="width: 10%;">-2</th> <th style="width: 10%;">-1</th> <th style="width: 10%;">0</th> <th style="width: 10%;">1</th> <th style="width: 10%;">2</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>มีอนามัย, สะอาด, ปลอดภัย</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>มีคุณค่าทางโภชนาการ</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>มีความน่าเชื่อถือ</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>มีความน่าสนใจ, สะดุดตา</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </tbody> </table>	ให้ความรู้สึก	-2	-1	0	1	2	มีอนามัย, สะอาด, ปลอดภัย						มีคุณค่าทางโภชนาการ						มีความน่าเชื่อถือ						มีความน่าสนใจ, สะดุดตา					
ให้ความรู้สึก	-2	-1	0	1	2																																																								
มีอนามัย, สะอาด, ปลอดภัย																																																													
มีคุณค่าทางโภชนาการ																																																													
มีความน่าเชื่อถือ																																																													
มีความน่าสนใจ, สะดุดตา																																																													
ให้ความรู้สึก	-2	-1	0	1	2																																																								
มีอนามัย, สะอาด, ปลอดภัย																																																													
มีคุณค่าทางโภชนาการ																																																													
มีความน่าเชื่อถือ																																																													
มีความน่าสนใจ, สะดุดตา																																																													
<p>ข้อเสนอแนะ</p> <hr style="border: 0; border-top: 1px dashed black;"/> <hr style="border: 0; border-top: 1px dashed black;"/>																																																													

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามนี้ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบในการทำวิทยานิพนธ์
โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์นมแพะพาสเจอร์ไรส์

โดย น.ส. ณัฏฐา ตั้งอาชีวะเลิศ นักศึกษาคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

1. จากภาพกรุณาเลือก 4 อันดับที่ชอบเรียงตามลำดับ โสกลงในแบบสอบถาม
2. ให้คะแนนจากแบบที่เลือกทั้ง 4 อันดับ

<p>ลำดับที่ 1</p> <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 40px; margin: 0 auto;"></div> <p style="text-align: center;">คะแนน</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th style="width: 15%;"></th> <th style="width: 10%;">-2</th> <th style="width: 10%;">-1</th> <th style="width: 10%;">0</th> <th style="width: 10%;">1</th> <th style="width: 10%;">2</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ให้ความรู้สึก</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>มีสุขภาพดี</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>มีคุณค่าทางโภชนาการ</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>มีความน่าเชื่อถือ</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>มีความน่าสนใจ, สะดุดตา</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </tbody> </table>		-2	-1	0	1	2	ให้ความรู้สึก						มีสุขภาพดี						มีคุณค่าทางโภชนาการ						มีความน่าเชื่อถือ						มีความน่าสนใจ, สะดุดตา						<p>ลำดับที่ 2</p> <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 40px; margin: 0 auto;"></div> <p style="text-align: center;">คะแนน</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th style="width: 15%;"></th> <th style="width: 10%;">-2</th> <th style="width: 10%;">-1</th> <th style="width: 10%;">0</th> <th style="width: 10%;">1</th> <th style="width: 10%;">2</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ให้ความรู้สึก</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>มีสุขภาพดี</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>มีคุณค่าทางโภชนาการ</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>มีความน่าเชื่อถือ</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>มีความน่าสนใจ, สะดุดตา</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </tbody> </table>		-2	-1	0	1	2	ให้ความรู้สึก						มีสุขภาพดี						มีคุณค่าทางโภชนาการ						มีความน่าเชื่อถือ						มีความน่าสนใจ, สะดุดตา					
	-2	-1	0	1	2																																																																				
ให้ความรู้สึก																																																																									
มีสุขภาพดี																																																																									
มีคุณค่าทางโภชนาการ																																																																									
มีความน่าเชื่อถือ																																																																									
มีความน่าสนใจ, สะดุดตา																																																																									
	-2	-1	0	1	2																																																																				
ให้ความรู้สึก																																																																									
มีสุขภาพดี																																																																									
มีคุณค่าทางโภชนาการ																																																																									
มีความน่าเชื่อถือ																																																																									
มีความน่าสนใจ, สะดุดตา																																																																									
<p>ลำดับที่ 3</p> <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 40px; margin: 0 auto;"></div> <p style="text-align: center;">คะแนน</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th style="width: 15%;"></th> <th style="width: 10%;">-2</th> <th style="width: 10%;">-1</th> <th style="width: 10%;">0</th> <th style="width: 10%;">1</th> <th style="width: 10%;">2</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ให้ความรู้สึก</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>มีสุขภาพดี</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>มีคุณค่าทางโภชนาการ</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>มีความน่าเชื่อถือ</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>มีความน่าสนใจ, สะดุดตา</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </tbody> </table>		-2	-1	0	1	2	ให้ความรู้สึก						มีสุขภาพดี						มีคุณค่าทางโภชนาการ						มีความน่าเชื่อถือ						มีความน่าสนใจ, สะดุดตา						<p>ลำดับที่ 4</p> <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 40px; margin: 0 auto;"></div> <p style="text-align: center;">คะแนน</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th style="width: 15%;"></th> <th style="width: 10%;">-2</th> <th style="width: 10%;">-1</th> <th style="width: 10%;">0</th> <th style="width: 10%;">1</th> <th style="width: 10%;">2</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ให้ความรู้สึก</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>มีสุขภาพดี</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>มีคุณค่าทางโภชนาการ</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>มีความน่าเชื่อถือ</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>มีความน่าสนใจ, สะดุดตา</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </tbody> </table>		-2	-1	0	1	2	ให้ความรู้สึก						มีสุขภาพดี						มีคุณค่าทางโภชนาการ						มีความน่าเชื่อถือ						มีความน่าสนใจ, สะดุดตา					
	-2	-1	0	1	2																																																																				
ให้ความรู้สึก																																																																									
มีสุขภาพดี																																																																									
มีคุณค่าทางโภชนาการ																																																																									
มีความน่าเชื่อถือ																																																																									
มีความน่าสนใจ, สะดุดตา																																																																									
	-2	-1	0	1	2																																																																				
ให้ความรู้สึก																																																																									
มีสุขภาพดี																																																																									
มีคุณค่าทางโภชนาการ																																																																									
มีความน่าเชื่อถือ																																																																									
มีความน่าสนใจ, สะดุดตา																																																																									
<p>ข้อเสนอแนะ</p> <hr style="border: 0; border-top: 1px solid black; margin-bottom: 5px;"/> <hr style="border: 0; border-top: 1px solid black; margin-bottom: 5px;"/>																																																																									

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้