

**สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง**

โครงการออกแบบสิ่งพิมพ์โฆษณาของบริษัท แบล็ค แคนยอน จำกัด

โดย

นายประภากร วาณิชยานนท์



ภาคนี้พร้อมฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งในวิชา โครงการพิเศษ ออกแบบสิ่งพิมพ์ ๒

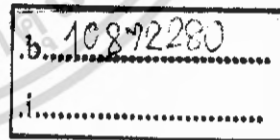
ให้เป็นไปตามหลักสูตรของการศึกษา

ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต (นิเทศศิลป์)

ร.พ.  
๑/๙๕ ๓  
๑๕๑/ - ๑๕๑๒

เลขหมู่.....  
เลขทะเบียน..... 86731  
วัน,เดือน,ปี 14 ส.ค. 2552

๓ an



คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง

๑,๑ - ๑๐

เดือนมีนาคม พ.ศ. ๒๕๓๒

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## คำนำ

ภาคผนวกฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการพิเศษออกแบบสิ่งพิมพ์ ๒ ในหัวข้อ ออกแบบ  
โฆษณาของบริษัท แบล็ค แคนยอน จำกัด ซึ่งเป็นร้านขายกาแฟ และเพื่อให้มีแนวคิดที่กว้างขวาง  
ยิ่งขึ้น ข้าพเจ้าจำเป็นต้องศึกษาค้นคว้าข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับกาแฟ ทั้งที่ไม่ใช่แค่ดื่มกาแฟ  
ที่เก่งฉกาจ แต่ด้วยความที่เห็นสไตลของร้านกาแฟ แบล็ค แคนยอน มีลักษณะที่ดูใจ แต่ไม่เห็น  
มีโฆษณาจึงได้คิดที่จะหยิบเอาโครงการนี้มาเสนอและทำออกมาเป็นชิ้นงาน เป็นการหา  
ประสบการณ์ในการทำงานออกแบบโฆษณาที่เป็นชุดต่อเนื่องกัน รวมไปถึงการวางแผนงาน  
โฆษณา เพื่อให้ทีมงานบรรลุถึงจุดประสงค์ที่ตั้งไว้

ข้าพเจ้าหวังว่าภาคผนวกฉบับนี้คงจะเป็นแนวทางและมีประโยชน์สำหรับนักศึกษาใน  
รุ่นต่อ ๆ ไปที่สนใจในโครงการนี้หรือคล้ายคลึงกัน.

ประกาศ วาดิชยานนท์

กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒

ประกาศคุณูปการ

ขอขอบพระคุณ

คุณสิงห์โต	ฉัตรสุริยอาภา
คุณพรทิวา	ทองคงเยาว์
คุณสมมาตร	ตั้งวงศ์กิจ



ข.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
ประกาศคุณูปการ	ข
บทที่ ๑ ความสำคัญของโครงการ	๑
- ประวัติความเป็นมา	๑
บทที่ ๒ ข้อมูลทางการตลาด	๔
- ลักษณะสินค้า	๔
- กลุ่มเป้าหมาย	๔
- คู่แข่ง	๔
- การตลาด	๔
- จุดขายของคู่แข่ง	๖
- จุดขายของแบล็ค แคนยอน	๖
บทที่ ๓ ธุรกิจระบบแฟรนไชส์	๖
- สถานที่ตั้ง	๖
บทที่ ๔ คำนานกาแฟ	๑๐
บทที่ ๕ ขอบเขตของโครงการ	๑๒
- วิเคราะห์สื่อโฆษณา	๑๒
บทที่ ๖ แนวความคิดในการออกแบบ	๑๔
บทที่ ๗ ผลสรุปและข้อ เสนอแนะจากการออกแบบ	๒๒
บรรณานุกรม	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสำคัญของโครงการ

บริษัทแบล็ค แคนยอน จำกัด เป็นบริษัทที่ผลิตกาแฟสูตร แบล็ค แคนยอน ซึ่งเป็นสูตรที่คนไทยคิดค้นขึ้น และเป็นกาแฟสูตรสากลที่เป็นเอกลักษณ์ของบริษัทฯ นอกจากกาแฟสูตรแบล็ค แคนยอน ที่เป็นกาแฟที่มีรสและกลิ่นเข้มข้นใกล้เคียงสูตรเอสเพรสโซ แร่หนุ่มนวลกว่าแล้ว ทางบริษัทฯ ยังได้คิดสูตรกาแฟอื่นขึ้นมาอีก ได้แก่

- สูตรฝรั่งโก
- สูตรอรานีก้า เวียงหิงค์
- สูตร แอล. แบล็ค แคนยอน (กาแฟผสมวิสกี้)
- สูตรยอน แคนตาอูป (น้ำผลไม้)

ทางด้านกาแฟโฆษณา ยังไม่ได้มีการโฆษณาอย่างเป็นหลักเป็นฐาน แต่จะรู้จักในหมู่คอกาแฟ โดยอาศัยการบอกต่อ ดังนั้นจึงคิดที่จะทำโฆษณาให้กับบริษัทนี้ เพื่อที่ว่าจะได้เป็นที่รู้จักกันมากขึ้น และจะยังเป็นการส่งเสริมการขายให้กับบริษัทอีกทางหนึ่งด้วย

ประวัติความเป็นมา

ย้อนไปราวปี ๒๕๕๔ ที่จังหวัดอุตรธานี มีร้านกาแฟเล็ก ๆ แห่งหนึ่ง เป็นที่รู้จักและนิยมในหมู่นักชิมชาวกาแฟ ด้วยเจ้าของร้านเป็นคนตัวกาแฟเอง ชงในถุงผ้าบริการลูกค้าแบบใหม่ ๆ สด ๆ ทุกวัน กลิ่นและรสกาแฟของร้าน "ชิน เอง นครเพ็ญ" หอมกรุ่นและเข้มข้น เป็นที่ติดใจของคอกาแฟ นอกจากนั้นเจ้าของร้านยังเอาใจใส่ เรื่องการบริการลูกค้า คือจะจัดกาแฟรสที่แต่ละคนชอบไว้บริการลูกค้าให้เป็นพิเศษ ทำให้ร้านชิน เอง ไม่ใช่ร้านกาแฟธรรมดาเหมือนร้านอื่น ๆ มีข้าราชการชั้นผู้ใหญ่เกือบทุกคนเป็นลูกค้าประจำ

ครอบครัวของร้านชิน เอง เป็นชาวจีนอพยพมาจากผืนแผ่นดินใหญ่ และอาศัยวิชาความรู้เรื่องการตัวกาแฟ นำมาเปิดเป็นร้านกาแฟ ลูก ๆ ส่วนใหญ่ไม่ได้สืบทอดการตัวกาแฟจากพ่อ มีเพียงลูกชายคนหนึ่งที่เป็นลูกมือคอยคั่วและคัดเมล็ดกาแฟ จึงมีความรู้พื้นฐานด้านกาแฟมาแต่เด็ก ต่อมาลูกชายคนนี้ได้มาเรียนหนังสือที่กรุงเทพฯ จนจบมัธยมศึกษา เมื่อพ่อเสียชีวิตลงไม่มีใครดูแล

ร้านกาแฟ เพราะลูกทุกคนไปทำงานอย่างอื่นหมด ร้านกาแฟซึ่งเปิดไปโดยปริยาย ท่ามกลาง ความเสียดายของลูกค้ายาประจำ

ส่วนลูกชายที่เป็นลูกมือ ได้ไปทำงานรับเหมาก่อสร้างอยู่ ๑๑ ปี ก็กิจการดำเนินไปได้ไม่ดี ประสบปัญหาขาดทุนอย่างหนัก จึงเลิกธุรกิจนี้ตั้งใจจะมาเปิดร้านกาแฟเจริญรอยตามพ่อ ลูกชาย คนนี้ชื่อ คุณสิงห์โต ฉัตรสุริยอาภา ได้รวบรวมเงินก้อนสุดท้ายมาซื้อตึกแถวบริเวณซอยข้างธนาคาร กสิกรไทย จำกัด สำนักงานใหญ่ แรก ๆ วางแผนให้กาแฟเป็นตัวแทนเหมือนที่ร้านพ่อ แต่เมื่อ พิจารณาตลาดและสภาพแวดล้อมแล้ว ตัดสินใจเปิดเป็นร้านอาหารไทยชื่อ "ไหมไทย" พร้อมกับ ขายกาแฟเป็นตัวเสริม โดยจัดเป็นเคาน์เตอร์กาแฟโชว์ไว้ที่ด้านหน้าของร้าน ลงมือคั่วกาแฟเอง ครั้งละ ๑๐๐ - ๒๐๐ กรัม บริการลูกค้าด้วยกาแฟแก้วใหม่ ๆ บดและชงทีละถ้วยด้วยเครื่องกระต๊าก กรอง ต่างจากเคาน์เตอร์กาแฟอื่น ๆ ที่เปิดขายกันอยู่ในขณะนั้น ที่บดกาแฟเป็นผงเอาไว้ แล้วชง ด้วยเครื่องหลอดแก้วแบบที่ใช้ในห้องทดลอง

หลังจากเปิดร้านไหมไทยแล้ว คุณสิงห์โตจึงได้ศึกษาเรื่องราวรสชาติของกาแฟต่าง ๆ ทั่วโลก อาศัยที่มีญาติศึกษาอยู่ต่างประเทศหลายคน และช่วยกันรวบรวมตัวอย่างและสูตรกาแฟส่งมาให้ เป็นประจำ ตัวอย่างกาแฟที่ได้มาคัดเฉพาะสูตรและตราที่นิยมดื่มกัน นำมาบริการลูกค้าประจำที่เริ่ม มีประปรายบ้างแล้ว เป็นที่นิยมอย่างมาก แต่เมื่อตัวอย่างหมดไม่รู้จะหาที่ไหนมาขายอีก จึงทดลอง คั่วกาแฟสากลด้วยสูตรต่างประเทศที่ได้มา โดยคัดเมล็ดกาแฟที่มีสายพันธุ์ใกล้เคียงกับกาแฟที่ มา จากต่างประเทศ ตอนคั่วคอยสังเกตุสี และกลิ่นให้ใกล้เคียงกันมากที่สุด แล้วให้ชาวเยอรมันชื่อ Akzander Zielinski ซึ่งเป็นนักคั่วกาแฟที่เคยชิมกาแฟมาทั่วโลก และเป็นลูกค้าประจำ เป็นผู้ทดสอบรสชาติกาแฟสูตรต่าง ๆ ที่คั่วออกมา จนเป็นที่ยอมรับจึงจัดทำเป็นมาตรฐานกำหนดสูตรคั่ว เอาไว้ เหตุที่ต้องใช้ชาวต่างประเทศเป็นผู้ทดสอบนั้น เพราะต้องการให้กาแฟที่ร้านมีมาตรฐาน แบบสากล ไม่ใช่เป็นกาแฟสูตรนอกแต่รสชาติเป็นแบบไทย

ความจริงกาแฟสูตรต่าง ๆ ที่รลพิเศษนั้นเป็นกาแฟคั่วในเมืองไทยทั้งหมด เนื่องจาก รัฐบาลห้ามนำเข้ากาแฟเม็ดจากต่างประเทศ ทั้งเม็ดคั่วและเม็ดที่คั่วแล้ว มีการนำเข้าเม็ดกาแฟ คั่วพิเศษอยู่บ้างเหมือนกัน แต่ปริมาณน้อยมาก เพราะกาแฟคั่วนี้หากทิ้งไว้ระยะหนึ่งกลิ่นและรสชาติ จะเปลี่ยนไป ไม่ชวนดื่ม

หลังจากที่สามารถคว้ากาแฟสูตรสากลจนได้รสที่ใกล้เคียงกับกาแฟต่างประเทศ และเป็นที่ยอมรับของนักดื่มประจำที่ไม่ต้องคอยกาแฟจากนอก เกิดความคิดที่จะคว้ากาแฟที่เป็นสูตรของร้าน เพื่อที่จะได้ขยายตลาดออกไปภายนอก จึงทดลองคว้ากาแฟ "สูตรฝรั่งโก" ขึ้นเป็นรสแรก จัดทำเมนูกาแฟ เพื่อส่งเสริมการขายกาแฟสูตรนี้ให้กับนักดื่มขาประจำของร้าน ลูกค้าส่วนใหญ่บอกว่ารสอ่อนไป กาแฟสูตรนี้จึงไม่ประสบผลสำเร็จในระยะแรก ต่อมาได้พยายามค้นคว้าหาสูตรกาแฟต่าง ๆ ทั่วโลกเพื่อนำมาดัดแปลงให้ถูกกับรสนิยมของคอกาแฟไทย โดยขอความร่วมมือจากญาติที่เรียนอยู่ในอเมริกา

ราวปี ๒๕๒๗ ญาติผู้หนึ่งที่กำลังเรียนปริญญาโทที่อเมริกา ได้มีโอกาสไปเที่ยวที่หุบเขา แคว้นแคนยอน รัฐอริโซนา พบชาวอินเดียแดงระดับหัวหน้าเผ่าผู้หนึ่งกำลังต้มกาแฟต้มอยู่ที่หน้าที่พัก ในบริเวณหุบเขา และเชื้อเชิญให้ลองชิมกาแฟด้วยกัน กาแฟของอินเดียแดงผู้นี้คั่วด้วยมือ เป็นสูตรที่ตกทอดกันมานานหลายชั่วอายุคน มีรสชาติที่เข้มข้นแตกต่างจากกาแฟที่คั่วด้วยเครื่องที่มีวางขายอยู่ทั่วไปในอเมริกา เมื่อลองขอสูตรการคั่วกาแฟ อินเดียแดงผู้นี้ยินดีมอบให้ด้วยความเต็มใจ จึงได้ส่งสูตรนี้มาทดลองที่ร้านใหม่ไทย

กาแฟสูตรที่ได้มาลองคั่วออกมาแล้ว ทดสอบให้ลูกค้าประจำชิมดูหลายครั้งและหลายคน ผลปรากฏว่าเป็นที่ติดใจของคอกาแฟส่วนใหญ่กว่ารสเข้มข้นดี น่าจะเหมาะกับคอกาแฟไทย เทียบกับกาแฟสูตรสากลที่รสเข้มข้นคือ เอสเพรสโซ่ เป็นเมล็ดกาแฟคั่วสีเข้มที่ต้องบดให้ละเอียด แล้วชงผ่านเครื่อง เอสเพรสโซ่ที่ใช้แรงอัดของไอน้ำที่มีกำลังสูง กรองเอาเนื้อแท้ของกลิ่นและรสกาแฟที่เข้มข้น จนต้องดื่มทีละน้อยในถ้วยเล็ก ๆ ซึ่งคอกาแฟไทยส่วนใหญ่จะดื่มกินไป ส่วนกาแฟสูตรนี้ชงด้วยเครื่องกระตาศกรองธรรมดา ให้รสและกลิ่นเข้มข้นใกล้เคียงกับเอสเพรสโซ่ แต่มีกลิ่นและรสที่นุ่มนวลกว่าแต่ไม่รุนแรง เมื่อเป็นที่นิยมและยอมรับของคอกาแฟส่วนใหญ่แล้ว ได้เพิ่มกาแฟสูตรใหม่ในเมนูกาแฟประจำร้าน โดยตั้งชื่อว่า "แบล็ค แคนยอน (BLACK CANYON)" แสดงถึงความเข้มของสีน้ำกาแฟที่ดำสนิท และเป็นการระลึกถึงที่มาแห่งสูตรกาแฟนี้ คือหุบเขาแกรนแคนยอน ในสหรัฐอเมริกา

และนี่เองคือที่มาของ "ร้านกาแฟแบล็ค แคนยอน" ซึ่งนำมาเป็นสัญลักษณ์ของร้านพร้อม  
ทั้งจดทะเบียนชื่อ เครื่องหมายรูปประติมากรรม ประกอบของคำว่า "แบล็ค แคนยอน" เพื่อเตรียมแนวทาง  
ในการขยายธุรกิจแฟรนไชส์ต่อไป.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อมูลทางการตลาด

ลักษณะสินค้า

บริษัท แบล็ค แคนยอน จำกัด เป็นร้านกาแฟที่ขายกาแฟคั่วและบดจากเมล็ด มีสูตรเฉพาะของร้านคือ สูตรแบล็ค แคนยอน สไตล์ของร้านเป็นแบบตะวันตก ยุคเคาบอย ก่อกำเนิดโดยคนไทยคือ คุณสิงห์โต ฉัตรสุริยธาดา มีระบบการขยายสาขาโดยระบบแฟรนไชส์ สำนักงานกลางตั้งอยู่ที่ร้านอาหารไหมไทย ซอยประจักษ์วิทยชลโยธิน กรุงเทพฯ

กลุ่มเป้าหมาย

- นักธุรกิจที่นิยมดื่มกาแฟ

คู่แข่ง

- ร้านกาแฟ UCC.
- ร้านกาแฟ คาราวาน
- กาแฟผงสำเร็จรูป (เป็นคู่แข่งทางอ้อม)

การตลาด

ร้านกาแฟแบล็ค แคนยอน มีระบบการตลาดโดยการขยายสาขาในระบบแฟรนไชส์ คือเป็นการดำเนินธุรกิจในรูปแบบร่วมกันขยายงาน โดยเจ้าของลิขสิทธิ์ (สำนักงานกลาง) จะเป็นผู้ขายเทคนิคความรู้ สูตร กระบวนการ ฯลฯ ให้กับผู้ที่สนใจจะมาลงทุนขยายตลาดให้กับทางร้าน

ส่วนคู่แข่งของร้านกาแฟแบล็ค แคนยอน คือ ร้านกาแฟ UCC และร้านคาราวาน มีการขยายงานแบบธรรมดาทั่วไป แต่มีกลุ่มเป้าหมายเดียวกันคือ นักธุรกิจ ทั้ง ๓ ร้านนี้ขายกาแฟในราคาต่ำสุด ๒๐ บาท และทั้ง ๓ ร้านนี้ก็เป็นร้านกาแฟที่คั่วและบดเมล็ดกาแฟมาชง ณ จุดขายเหมือนกัน

จุดขายของคู่แข่ง

- ร้านกาแฟ UCC. มีจุดขายอยู่ที่อาหารและมีกาแฟเป็นตัวเสริม
- ร้านกาแฟ คาราวาน ส่วนใหญ่จะเป็นไปทาง "ชา" ที่มีรสชาติต่าง ๆ เช่น ชารสตรอเบอรี่ ชามินท์ ฯลฯ
- กาแฟผงสำเร็จรูป เน้นที่ความสะดวกสบายในการชงทั้งที่บ้านและที่ทำงาน

จุดขายของแบล็ค แคนยอน

คือ สูตรที่สามารถคิดค้นขึ้นมาได้เอง จนเป็นที่รู้จักของผู้ที่นิยมดื่มกาแฟ ได้แก่

- สูตรกาแฟร้อน , เย็น แบล็ค แคนยอน
- สูตรกาแฟ ฟรังโก
- สูตรกาแฟ อร่าณิกา เวียงพิงค์
- สูตรกาแฟผสมวิสกี้ แอล. แบล็ค แคนยอน
- สูตรน้ำผลไม้ ยอน แคนตาลูป

ธุรกิจระบบ แฟรนไชส์

ระบบธุรกิจแบบแฟรนไชส์ เป็นแนวศึคการดำเนินงานธุรกิจในรูปแบบร่วมกันขยายงาน โดยที่เจ้าของลิขสิทธิ์หรือ เจ้าของแฟรนไชส์ จะเป็นผู้ขายเทคนิคความรู้ สูตรและกระบวนการในการดำเนินธุรกิจนั้นให้กับผู้ที่สนใจ ที่จะเข้าร่วมแฟรนไชส์ โดยที่ผู้ที่ซื้อสามารถเริ่มทำธุรกิจชนิดนั้น ๆ ได้ทันทีไม่ต้องเสียเวลามาเรียนรู้ หรือค้นคว้าหาสูตรสำเร็จกันอีก เจ้าของแฟรนไชส์จะเป็นผู้ให้คำปรึกษาแนะนำ แก้ไขปัญหานับแต่ เรื่องการตกแต่งร้าน, การฝึกอบรมพนักงาน, การตลาดและการสนับสนุนอื่น ๆ ซึ่งเจ้าของแฟรนไชส์จะได้รับค่าลิขสิทธิ์ ค่าสินค้าวัตถุดิบต่าง ๆ เป็นการตอบแทนถือว่าเป็นวิธีการขยายตลาดอย่างหนึ่ง ที่ดึงเอาคนอื่นมาร่วมลงทุนขยายตลาดให้กับสินค้านั้น พร้อมทั้งเป็นการกระจายการลงทุนและผลประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการรายย่อย จากการรวบรวมตัวเลขการขายของร้านค้าที่อยู่ในระบบแฟรนไชส์ ส่วนมากจะมียอดขายสูงกว่าร้านที่ทำในรูปแบบสาขาทั่ว ๆ ไป ประมาณ ๑๐ % โดยเฉลี่ย ทั้งนี้เพราะร้านในระบบนี้ผู้ลงทุนมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของกิจการ จึงเกิดแรงกระตุ้นในการทำงานมากกว่าผู้จัดการร้านสาขาที่เป็นเพียงพนักงานลูกจ้าง

สำหรับธุรกิจอาหารในประเทศไทยนั้น ยังมีการสืบสนกันอยู่ว่า ร้านอาหารที่มีชื่อที่เปิดร้านสาขาหลายแห่ง จัดอยู่ในรูปแบบสาขา (CHAIN) แต่เจ้าของกิจการร้านเหล่านี้ได้ให้ความสนใจที่จะขยายกิจการในรูปแบบแฟรนไชส์เหมือนกัน ที่ประกาศตัวไปอย่างเป็นทางการ มี S & P และลีฟ้า กิจการทั้งสองแห่งนี้มีทั้งอาหาร และเครื่องดื่ม

สำหรับร้านกาแฟแบล็ค แคนยอนนั้น เมื่อได้กาแฟสูตรที่เป็นเอกลักษณ์ของร้านแล้ว ขึ้นต่อไปคือ โครงการขยายการขายกาแฟในลักษณะรูปแบบเป็นร้านกาแฟโดยเฉพาะ ทั้งนี้ หากจะขายกาแฟสูตรแบล็ค แคนยอน นี้ให้กับร้านกาแฟและแคเฟ่เตอร์ต่าง ๆ ก็จะมีเหมือนกับโรงงานค้ากาแฟอื่น ๆ ที่ทำกันอยู่แล้ว ที่สำคัญคือ แบล็ค แคนยอนอาจจะกลายเป็นเพียงชื่อกาแฟรสหนึ่งในเมนูของร้านหรือเปลี่ยนชื่อไปตามความประสงค์ของผู้เป็นเจ้าของร้าน รูปแบบของการดื่มกาแฟที่แท้จริงจึงไม่อาจเกิดขึ้นได้ ขณะนั้น เริ่มมีแฟรนไชส์ของต่างประเทศเข้ามาเปิดในเมืองไทยกันบ้างแล้ว จากการได้พูดคุยกับเจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาดคนหนึ่งของแฟรนไชส์ต่างประเทศ ได้

ทราบถึงหลักเกณฑ์ของการขยายธุรกิจแบบแฟรนไชส์ เกิดความคิดที่จะขยายกิจการร้านกาแฟแบบแฟรนไชส์ ขึ้นมาบ้าง

การขายกาแฟพิเศษต่าง ๆ ตามเคาน์เตอร์ ตามห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ ขณะนั้น แม้จะตั้งชื่อเป็นเคาน์เตอร์กาแฟ แต่ส่วนใหญ่ที่ขายได้คือ เครื่องดื่มต่าง ๆ เพราะยังขาดความรู้ในเรื่องการขายทั้งผู้ขายและผู้ดื่ม ที่นิยมทำกันเนื่องจากไปเห็นรูปแบบการขายกาแฟจากประเทศญี่ปุ่น และนำมาลองเปิดขายกัน จะเห็นว่ากาแฟรูปแบบของญี่ปุ่นนั้น ใช้เครื่องชงกาแฟแบบหลอดแก้วทดลอง เป็นการโชว์ให้ดูมากกว่า การได้ดื่มกาแฟที่แท้จริง ประเทศในแถบยุโรป ซึ่งเป็นคอกาแฟที่แท้จริงนั้นใช้เครื่องกระตาศกรองเกือบทั้งหมด

ร้านกาแฟในระบบแฟรนไชส์แบบลด แคนยอนแห่งแรก ถือกำเนิดขึ้นเมื่อวันที่ ๒๕ ธันวาคม ๒๕๒๕ ที่บริเวณข้างไนท์บาซาร์ จังหวัด เชียงใหม่ เนื่องจากพื้นที่สำคัญในกรุงเทพฯ ถูกจับจองกันเกือบหมดแล้ว จึงไปเปิดตัวที่จังหวัด เชียงใหม่ก่อนเป็นอันดับแรก

สถานที่ตั้ง    กรุงเทพฯ

- ร้านไหมไทย (สำนักงานกลาง)
- มาบุญครอง
- หน้าสนามกีฬาแห่งชาติ
- ร้าน OLD WEST
- โอเรียนเต็ล พลาซ่า
- เซ็นทรัลพลาซ่า
- พาต้าปิ่นเกล้า
- วิทยาลัย เอแบค
- หน้ารามคำแหง (ทั้ง ๒ แห่ง)

ต่างจังหวัด

- เชียงใหม่
- สงขลา
- ภูเก็ต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- นครราชสีมา
- อุตรดิตถ์
- สุโขทัย
- ขอนแก่น
- กระบี่
- พัทธยา (ทั้ง ๒ แห่ง)
- สุราษฎร์ธานี (๒ แห่ง)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตำนานกาแฟ

นักประวัติศาสตร์เชื่อว่า มนุษย์รู้จักดื่มกาแฟตั้งแต่ศตวรรษที่ ๑๒ แถบประเทศเอธิโอเปีย มีเรื่องเล่าต่อมาว่า ประมาณปี ค.ศ. ๑๔๖๐ คนเลี้ยงแพะชื่อ คัลโด ในเอธิโอเปียสังเกตเห็นแพะที่เขาเลี้ยง กระโดดเด่นอย่างสนุกสนาน เมื่อกินผลไม้สีแดง ๆ คัลโดลองรับประทานดูก็รู้สึกสดชื่น ภรรยาของคัลโดจึงนำไปถวายพระ พระท่านนำไปเผาไฟหวังลดอำนาจของผลไม้ดังกล่าวลง แต่กลับมีกลิ่นหอมที่น่าพิศมัย จึงนำมาทุบและใส่น้ำเพื่อดับไฟ เมื่อลองดื่มนี้ดังกล่าวก็นึกถึงกระป๋อง กระเป๋ารวมของปลอดโปร่ง ต่อมาพวกพ่อค้าจึงนำออกไปเผยแพร่

อีกตำนานหนึ่ง กล่าวถึงความเป็นมาของกาแฟว่า มนุษย์รายแรกที่รู้จักและดื่มกาแฟคือ มัฟฟี่ แห่งเอเตนสมัยนั้น ศตวรรษที่ ๘

ยังมีอีกตำนาน บอกว่ารายแรกที่ดื่ม รู้จักรสชาติกาแฟคือ พระในศาสนาอิสลามชื่อ เดลี ชาวตะวันออกกลาง นักบวชผู้นี้มักจะนั่งเฝ้าหาวนอนอยู่เป็นนิจ ขณะสวดมนต์ได้กลิ่นคั่ว ต่อมานักบวชผู้นี้ได้พิศิตความง่วงด้วยการดื่มน้ำต้มจากกาแฟที่มีคนมาบอกอีกต่อหนึ่ง ต่อมานักบวชในศาสนาอิสลาม นิยมดื่มกันอย่างพร้อมเพรียงกัน หลังจากนั้นจึงกระจายสู่ฆราวาส ชาวตะวันออกกลางยึดเอากาแฟเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน

เกือบจะศตวรรษที่ ๑๗ ชาวยุโรปเริ่มรู้จักกาแฟเข้าแล้ว โดยนักแสวงโชค และผู้ที่ทำให้กาแฟฮิตในยุโรปยิ่งขึ้นก็คือ สุไลมาน ฮัลกา ราชทูตประจำราชสำนักพระเจ้าหลุยส์ที่ ๑๔ แห่งฝรั่งเศส ซึ่งตกরাปี พ.ศ. ๒๒.๒ จากนั้นกาแฟเริ่มมีราคาสูงขึ้น เพราะขุนนางฝรั่งเศสติดกาแฟกันงอมแงม ชาวยุโรปเริ่มรู้จักและนิยมดื่มกาแฟประมาณศตวรรษที่ ๒๒ แต่อยู่ในกลุ่มนักเขียน นักประพันธ์ และผู้มีฐานะดีเท่านั้น ชาวฝรั่งเศสได้นำไปทดลองปลูกในตอนใต้ของประเทศ แต่ไม่ได้ผล ชาวฮอลแลนด์นำไปทดลองปลูกในเกาะสังกาและหมู่เกาะอินเดียนตะวันออกได้สำเร็จ ฝรั่งเศสจึงทำตาม ทั้งสองประเทศนี้หวงพันธุ์กาแฟมาก เมื่อฝรั่งเศสกับฮอลแลนด์มีปัญหาเรื่องพรมแดนในกาน่า กษัตริย์บราซิลได้ส่งทูตไปไกล่เกลี่ย และได้แอบนำกาแฟมาขยายพันธุ์ในบราซิล จนเป็นแหล่งผลิตกาแฟที่ใหญ่ที่สุดในโลกทุกวันนี้

กาแฟ ๔ พันธุ์นิยมปลูกเพื่อการตลาด

อาราบิก้า - มีถิ่นกำเนิดในเอธิโอเปีย ปลูกมากในอินโดนีเซีย, อัฟริกาตะวันออก และในอเมริกาใต้ กาแฟพันธุ์นี้ชอบดินตามไหล่เขา บริเวณที่สูงกว่าระดับน้ำทะเล ๓,๐๐๐ - ๕,๐๐๐ ฟุต

โรบัสต้า - กำเนิดในคองโก มีความต้านทานโรคสูง ปลูกง่าย ได้ผลตก

ไลเบอร์ร่า และ เอ็กซ์เซลซ่า - สองพันธุ์ที่ว่านี้มีถิ่นกำเนิดในอัฟริกาตะวันออกและไซบีเรีย ให้ผลผลิตมากที่สุด ราคาจึงตก รสชาติก็ไม่ดี หวังถิ่นปลูกหรือส่งไปโรงงานที่ผลิตกาแฟสำเร็จรูป ประเภทตนเอง

ในทัศนะของผู้ชำนาญการ ได้สรุปคุณลักษณะของกาแฟที่ดีว่า มีองค์ประกอบคือ .-

รูป - รส และ กลิ่น

กลิ่น - นอกจากหอมโดยสุดดมทางจมูกแล้ว ผู้บริโภคจะต้องได้กลิ่นหอมของกาแฟที่ดีขึ้นมาตามลำคอทุกครั้งทีกลืนกาแฟ

รส - ต้องเป็นรสของกาแฟแท้ ปราศจากสิ่งเจือปนใด ๆ

สรุป กาแฟที่ดีควรมีสีน้ำตาลปนดำ ปราศจากตะกอน เมื่อดื่มแล้วจะให้ความรู้สึกชุ่มชื้น และหนักแน่น

สำหรับประเทศไทย ตำนานกาแฟระบุว่า ได้ถูกนำมาปลูกโดยชาวไทยอิสลามคนหนึ่งชื่อ นายดีหมื่น โดยในปี พ.ศ. ๒๔๔๗ นายดีหมื่นได้กลับจากการเดินทางไปแสวงบุญที่เมกกะ และได้้นำเมล็ดพันธุ์กาแฟกลับมา แล้วเอามาปลูกในเมืองไทยที่ตำบลบ้านโหนด อำเภอสบ้าย้อย จังหวัดสงขลา

กาแฟที่นำมาปลูกเป็นพันธุ์ โรบัสต้า ซึ่งหลังจากนั้นการปลูกกาแฟก็กระจายกันไปจนทั่วทุกจังหวัดภาคใต้ และถูกเผยแพร่จนปลูกกันโดยทั่วไปทุกภาคของประเทศในปัจจุบัน .

ขอบเขตของโครงการ

จากข้อมูลของร้านกาแฟแบล็ค แคนยอน ทำให้ทราบว่าแบล็ค แคนยอนใช้สื่ออะไรเป็นการประชาสัมพันธ์ตัวเอง ซึ่งนั่นเป็นสาเหตุให้ขอบเขตของโครงการถูกกำหนดขึ้นมา และสื่อโฆษณาที่ร้านกาแฟแบล็ค แคนยอนมีอยู่หรือเคยทำมาแล้วก็คือ

๑. โปสเตอร์
๒. โบปสิว (แจกในวาระเปิดสาขาใหม่)
๓. เมนู
๔. โฆษณาทางทีวี ในรายการเอ็มแบ่น กับรายการแม่บ้านวันนี้ ในรูปแบบผู้สนับสนุนรายการ

ทั้งหมดนี้เป็นการโฆษณา ณ จุดขายทั้งสิ้น (ยกเว้นข้อ ๔) สำหรับขอบเขตของโครงการนี้ได้เลือกทำ

๑. ออกแบบสิ่งพิมพ์โฆษณาลงในนิตยสารขนาด ๘ หน้ายกพิเศษ จำนวน ๔ ชิ้น
๒. ออกแบบเมนูตั้งโต๊ะ ๑ ชิ้น (ปรับปรุง)

วิเคราะห์สื่อโฆษณา

๑. MAGAZINE AD.

เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย ชัดเจน และเข้าใจ เหตุที่เลือก MAGAZINE AD. เพราะเห็นว่าสื่อโฆษณามีอยู่แล้วนั้น เป็นโฆษณา ณ จุดขายทั้งสิ้น ยังไม่สามารถกระจายไปถึงกลุ่มเป้าหมายคนอื่น ๆ ได้อย่างทั่วถึง และ MAGAZINE AD. นั้นมีความสำคัญตั้งได้กล่าวไว้แล้วข้างต้น

สำหรับนิตยสารที่จะนำ MAGAZINE AD. ไปลงนั้นก็จะต้องเป็นนิตยสารที่มีกลุ่มเป้าหมายเดียวกัน ได้แก่

- สารคดี
- คู่แข่ง

- มีเดีย
- การตลาด
- ผู้จัดการ
- คลังสมอง
- บ้านและสวน
- บ้าน

ฯ ล ฯ

นิตยสารที่ยกตัวอย่างมานี้เป็นนิตยสารที่บุคคลที่จะอ่านส่วนใหญ่เป็นนักธุรกิจ

๒. เมนูกาแฟ

แต่เดิมเมนูของร้านกาแฟแบล็ค แคนยอน มีลักษณะ คล้ายปฏิทินตั้งโต๊ะ ทำให้ดูไม่น่าสนใจ รวมทั้งสีสรรก็ยังไม่ดีพอ จึงคิดที่จะนำเมนูนี้มาปรับปรุงใหม่ให้น่าดูน่าสนใจยิ่งขึ้น เป็นการเสริมให้กลุ่มเป้าหมายที่มาจากร้านเกิดความประทับใจ ทั้งในรสชาติกาแฟ สไตล์การแต่งร้าน และเมนูกาแฟ

แนวความคิดในการออกแบบ

แนวความคิดส่วนใหญ่จะจับเอาสไตล์ของร้านมาเล่น ซึ่งสไตล์ของร้านเป็นแบบคาบอย ตะวันตก งาน DESIGN จึงออกมาแบบคาบอย มีการนำเอาเทคนิคการถ่ายภาพมาใช้ ดังจะกล่าวต่อไปนี้.-

MAGAZINE AD.

จะแสดงภาพกาแฟแต่ละรสชาติ ที่ทางร้านคิดขึ้นเองอันประกอบไปด้วย

๑. กาแฟร้อน แบล็ค แคนยอน
๒. กาแฟเย็น แบล็ค แคนยอน
๓. กาแฟสูตร อรานิก้า เวียงพิงค์
๔. กาแฟสูตร ฟรังโก

ซึ่งกาแฟทั้ง ๔ นี้จะมีถ้วยกาแฟ เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวอยู่ จึงได้นำมาถ่ายภาพโดยให้มี BLACKGROUND เป็นรูปคาบอยหรือหัวทศน์ที่เกี่ยวข้องกับรสชาติกาแฟ เป็นรูปสี่เหลี่ยม ส่วนรูปกาแฟเป็นรูปสี่เหลี่ยมของประกอบฉากที่ไปกันได้กับรสชาติของกาแฟ ดอกไม้ไปด้วยสูตรภาพที่มีบอกไว้ในงานแต่ละชิ้น โดยจะมี HEAD ว่า "ในตำนานกล่าวไว้ว่า "สาเหตุที่ใช้คำว่า "ตำนาน" ก็เพราะจะได้สอดคล้องกับสไตล์กันของร้านแบล็ค แคนยอน ซึ่งมีว่า "ตำนานกาแฟ" หรือ " COFFEE LEGEND "

COPY

"กาแฟขึ้นเสดต้องดำเหมือนปีศาจ... ร้อนถึงนรก บริสุทธิ์ประตุนางฟ้า และหอมประหนึ่งความรัก" รสชาติของกาแฟจะกลายเป็น "เครื่องดื่มจากสวรรค์" ก็ต่อเมื่อได้ผ่านการปรุงแต่งผสมผสานจากผู้เชี่ยวชาญที่สามารถรู้จักเบื้องหลังของกาแฟแต่ละเมล็ดเป็นอย่างดี และต่อไปนี้ท่านกำลังจะได้สัมผัสกับสูตรกาแฟพิเศษสุดซึ่งผ่านการปรุงแต่งแล้ว ด้วยประสบการณ์ที่สะสมอย่างเนิ่นนาน จากผู้เชี่ยวชาญของ "แบล็ค แคนยอน" เพื่อให้กาแฟกลายเป็นเครื่องดื่มจาก

สารคดีสมคำโบราณรำลึก

SUBHEAD

เลือกสรรสัมผัสกับ "ตำนานกาแพ" แต่ละสูตรโคที่ .....

สูตรกาแพ

แบล็ค แคนยอน

"ดำเหมือนปีศาจ... ขึ้นเต็มคราบ ร้อนแรงตามแบบฉบับบราซิล จิบแล้วต้องคุย  
เป็นภาษาลาติน"

กาแพเย็นแบล็ค แคนยอน

"นมสดจากเต้า เอามาเคล้ากับ "ปีศาจดำ" เจ้าเก่า ผ่านละอองหนาวจากเกล็ด  
น้ำแข็ง หวานแรงชื่นใจ "

อราบิก้า เวียงพิงค์

"กาแพผู้ดีสูตรพิเศษ สำหรับผู้มีรสนิยม... เข้ม เข้มแข็งผู้ดีอังกฤษ แต่อ่อนหวานปาน  
น้ำผึ้งนิด ๆ เช่น กุลสตรีไทย"

ฟรังโก

"เมล็ดกาแพที่เติบโตจากเนื้อดินในเม็กซิโก แล้วมาทำโก๋อยู่ในเมืองไทย กสน์รส  
ละมุนหอมขริบ"

SKETCH 1



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้





SKETCH 2



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

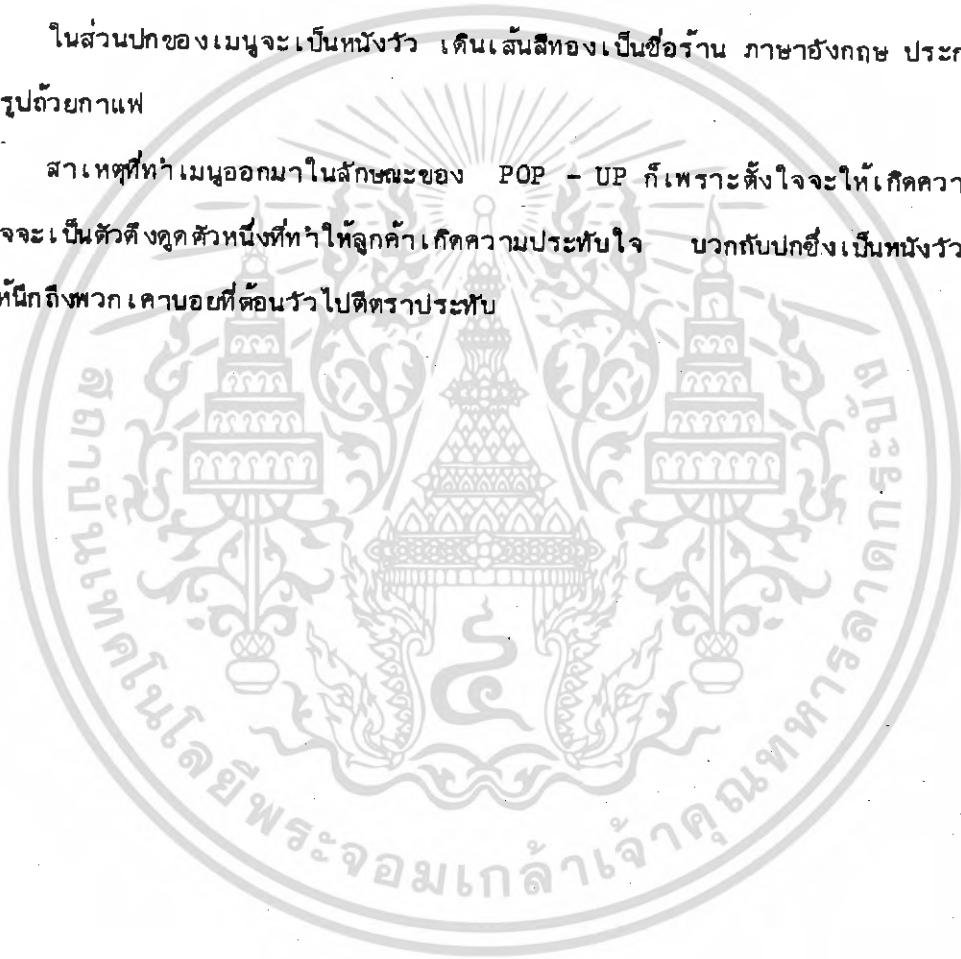


MENU

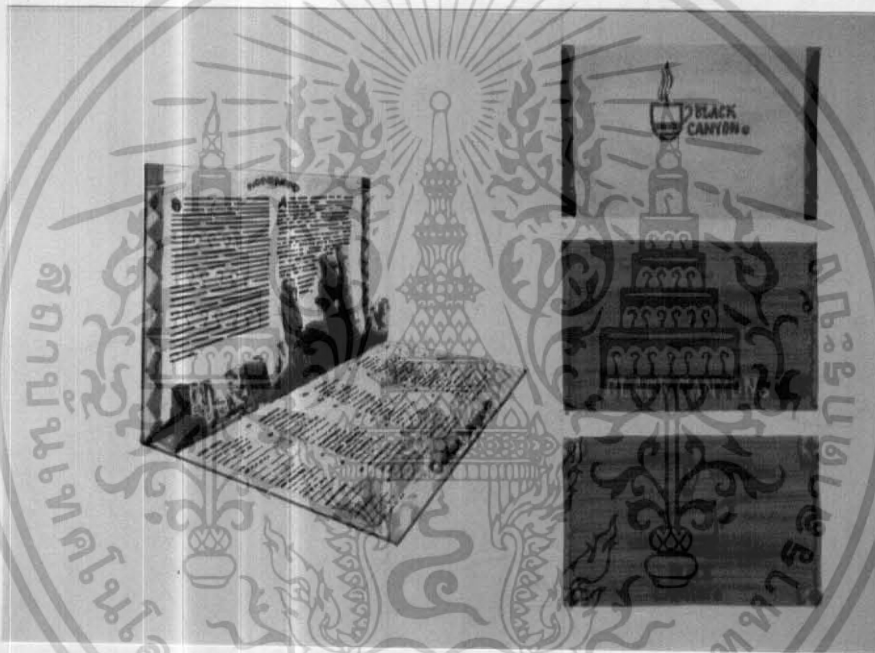
เป็นการปรับปรุงเมนูภาพจากของเดิมที่มีลักษณะคล้ายปฏิทินตั้งโต๊ะมาเป็น เมนูแบบ PUP-UP หับเดียว ภายในเมนูจะบรรจุเรื่องราวอันเป็นตำนานของกาแฟไว้ส่วนหนึ่ง อีกส่วนหนึ่งจะเป็นรายการกาแฟซึ่งมี COPY บรรยายรสชาติอย่างคร่าว ๆ ไว้ด้วยทุกรายการ ในส่วนที่เป็นรายการกาแฟนั้นจะมีภาพ POP - UP เป็นภาพหุบเขา แกรน แคมยอน

ในส่วนปกของเมนูจะเป็นหนังวัว เติมน้ำมันสีทองเป็นชื่อร้าน ภาษาอังกฤษ ประกอบ LOGO ที่เป็นรูปถ้วยกาแฟ

สาเหตุที่ทำเมนูออกมาในลักษณะของ POP - UP ก็เพราะตั้งใจจะให้เกิดความสนใจ ซึ่งอาจจะเป็นตัวดึงดูดตัวหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ บวกกับปกซึ่งเป็นหนังวัว ดูแล้วชวนให้นึกถึงพวก เคาบอยที่ตอนเช้าไปตีตราประทับ

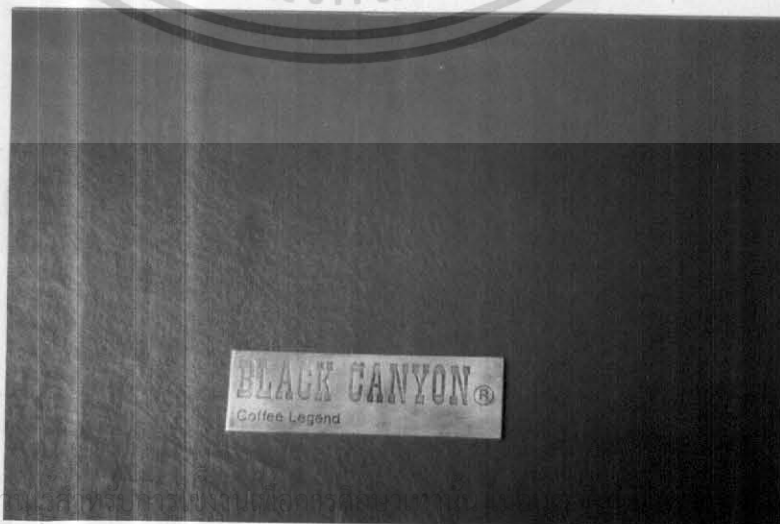
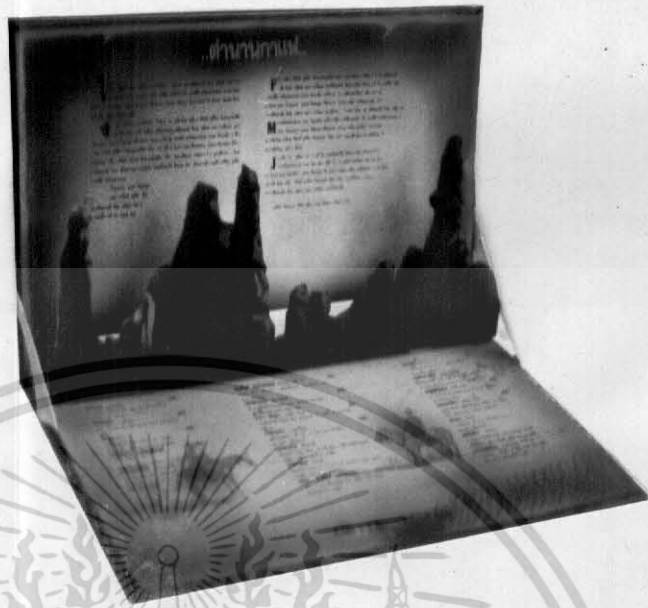


SKETCH



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลงานจริง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ด้านการค้า  
 ไม่วากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลสรุปและข้อเสนอแนะจากการออกแบบ

การวางแผนโฆษณาเป็นชุดต่อเนื่องเป็นการออกแบบที่ต้องอาศัยหลักการตลาดอย่างมากเกี่ยวกับระยะเวลาในการลงโฆษณาแต่ละขั้นให้ครบชุด ซึ่งการออกแบบต้องคำนึงถึงงานแต่ละขั้นว่าจะมีผลสะท้อนกลับมาอย่างไร ควรวางแผนอย่างรอบคอบ เพื่อสร้างความต่อเนื่องที่ดี ให้ระลึกอยู่เสมอว่า การโฆษณาที่ดีควรทำให้สินค้าขายได้ มิฉะนั้นโฆษณาชิ้นนั้น ๆ อาจไม่ประสบความสำเร็จ การออกแบบโฆษณาที่ดีควรจะเด่นทั้งหมดคือ ภาพ COPY และ LAY - OUT แม้ขาดอย่างใดอย่างหนึ่งไป อาจทำให้โฆษณานั้นด้อยลงไปได้

ขั้นตอนต่อไปนี้เป็นข้อเสนอแนะในการออกแบบโฆษณาที่ดีคือ

๑. ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลของบริษัท เจ้าของสินค้า
๒. กำหนดกลุ่มเป้าหมาย, คู่แข่ง และจุดขายของสินค้า
๓. หากจุดขายที่แตกต่างไปจากคู่แข่ง
๔. SKETCH งานให้มากที่สุด เพื่อหาความลงตัวของชิ้นงาน
๕. กำหนด LAY - OUT และ HEAD ที่ชักชวนให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ
๖. ศึกษาเทคนิคในการทำงานจริง ความเป็นไปได้
๗. HEAD และ ภาพ เป็นปัจจัยสำคัญในการทำงานออกแบบโฆษณา ที่ทำให้รู้สึกชวนมอง น่าสนใจ และต้องระวังภาพและ HEAD จะต้องมีความสัมพันธ์กัน เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจ.

บรรณานุกรม

สมฤดี ศรีจรรยา. แพรนโซส์กาเฟไทย

การตลาดรีวิว ฉบับที่ ๑๗

กรุงเทพ : สิงหาคม ๒๕๓๑



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้