

# สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

โครงการเสนอแนะการออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ตกแต่งขนม  
และชุดทำขนมด้วยตนเอง ในเครือตราสินค้า วนิลา อินด์สทรี  
(PACKAGING AND GRAPHIC DESIGN OF CAKE DECORATING  
AND DO IT YOURSELF BEKERY)



โดย  
นางสาวกชกร อุนจะนำ

ร/ส.ก.  
ก 119 ค  
๑๕๕๐-๑๕๕๑

เลขหมู่.....  
เลขทะเบียน.....**95113**.....  
วัน,เดือน,ปี...2.๐...๗.๓...2552.

b. 120 333 15
i. ....

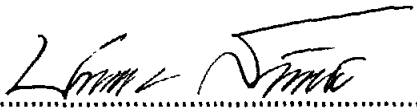
วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต  
ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ปีการศึกษา 2550 - 51

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
อนุมัติให้วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต

คณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์.....ประธานกรรมการ  
.....กรรมการ  
.....กรรมการ  
.....กรรมการ

อาจารย์ที่ปรึกษา



ดร.นภาพรรณ สวัสดิชัย

คำนำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บรรณานุกรม

- มยุรีภาค ลำเจียก , อมรรัตน์ วสันติหัตถิ.2533. คู่มือการใช้พลาสติกเพื่อการหีบห่อ” กรุงเทพฯ : ศูนย์การบรรจุหีบห่อไทย สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.
- Edward Denison , Guang Yu Ren. “ Thinking green packaging prototypes 3”
- Lindy Smith. Celebrate with a Cake.
- Food packaging Design.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ประวัติการศึกษา

ชื่อนักศึกษา นางสาวกชกร อุณจะนำ รหัส 46020162  
ระดับประถมศึกษา โรงเรียนอนุบาลเมืองอุทัยธานี  
ระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนอุทัยวิทยาคม  
ระดับอุดมศึกษา คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ภาควิชา ศิลปะอุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์      โครงการออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ตกแต่งขนมและชุด  
ทำขนมด้วยตัวเอง ในเครื่องตราสินค้า วนิลา อินคัสทรี  
(PACKAGING AND GRAPHIC DESIGN OF CAKE DECORATING  
AND DO IT YOURSELF BEKERY)

ชื่อนักศึกษา              นางสาวกชกร อุณจะนำ              รหัส      46020162  
ภาควิชา                      ศิลปอุตสาหกรรม                      คณะ      สถาปัตยกรรมศาสตร์  
สถาบัน                      เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ปีการศึกษา                  2550

### บทคัดย่อ

รูปแบบการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงและมากขึ้นอย่างหลากหลายของธุรกิจเบเกอรี่ โดยมีแนวโน้มที่พุ่งตัวสูงขึ้นเป็นอย่างมากทำให้ เจ้าของธุรกิจต่างปรับกลยุทธ์ของตนให้เหมาะสมกับความเปลี่ยนแปลงและความต้องการ รูปแบบของการทำขนมเค้ก ของหวานที่ติดอยู่ในใจของใครหลายคน นอกจากความต้องการที่จะซื้อหารับประทานแล้ว ยังพบความต้องการที่จะทำ และการตกแต่ง ขนมนี้เพื่อรับประทานเอง หรือทำเพื่อมอบให้ผู้อื่น เนื่องในโอกาสพิเศษต่างๆ ซึ่งล้วนแล้วแต่มีความต้องการสิ่งที่จะช่วยสร้างให้ขนมชิ้นนั้นเกิดขึ้นได้ง่ายขึ้น โดยที่ส่วนหนึ่งนั้นเป็นเพราะกลุ่มผู้บริโภคนั้นยังขาด ทักษะในการทำ บางอย่างไป

ดังนั้นวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ จึงจัดทำขึ้นเพื่อต้องการนำเสนอรูปแบบของบรรจุภัณฑ์สำหรับทำและตกแต่งขนมด้วยตนเอง โดยมีการศึกษาและวิเคราะห์ พฤติกรรมกรรมการใช้งาน ความต้องการทั้งทางด้านการใช้งานและความต้องการทางด้านจิตใจ เพื่อนำมาใช้ประกอบการร่วมกับการออกแบบให้สอดคล้องกับการใช้งานของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด

เหตุผลที่ให้ความสำคัญในเรื่องรูปแบบและความต้องการของผู้บริโภคในการใช้งานนั้น เป็นเพราะ การออกแบบที่ช่วยให้ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ให้มีการใช้งานที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคนั้น เป็นส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อที่ สำคัญ เป็นปัจจัยสำคัญส่วนหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมการขายที่ดี นอกจากการศึกษาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคแล้วนั้นยังทำการศึกษาดังถึงส่วน ขั้นตอนการผลิต การขนส่ง การจัดจำหน่าย ใน ปัจจุบัน โดยอาศัยข้อมูลพื้นฐานจริงที่มีการรวบรวมข้อมูลดิบ จากนั้นได้นำมาผ่านกระบวนการกลั่นกรองทางความคิด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เหมาะสมในการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## คำนำ

การแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นของตลาดเบเกอรี่ส่งผลให้ ในขณะที่มีรูปแบบของการทำและ ตกแต่ง ตลอดจนลักษณะของเค้กสไตล์ใหม่ๆออกมาให้ได้เลือก ของดีมีชิมรสอย่างมาก และมีแนวโน้มที่เพิ่มมากขึ้นเนื่องจากการแข่งขันที่สูง มีจำนวนร้านเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้สามารถ ซื้อมา เพื่อรับประทานได้ง่าย แต่ละร้านจึงมีการนำเสนอกลยุทธ์ใหม่ๆมาเพื่อดึงดูดและกระตุ้น การบริโภคของลูกค้าอยู่เสมอ ตั้งแต่กลยุทธ์การตกแต่งเพื่อดึงดูดผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายให้รู้สึกได้ ว่าเป็นร้านที่ถูกออกแบบมาได้ตรงตามความต้องการของพวกเขา จนถึงกลยุทธ์ที่สร้างให้กลุ่ม ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ขนมหวานขึ้นอร่อย

เด็ก ดี.ไอ.วาย ก็จัดว่าเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ เช่นกันที่สามารถสร้างแรงกระตุ้นในการบริโภค ของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี แต่ทั้งนี้แล้วนั้นผลิตภัณฑ์จะต้องสามารถตอบสนองของ ความ ต้องการในขั้นตอนการทำขนมหวานของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้ด้วย บรรจุภัณฑ์ก็เป็นปัจจัย สำคัญอย่างหนึ่งที่มีส่วนช่วยให้ ผลิตภัณฑ์ เด็ก ดี.ไอ.วาย นี้ สามารถตอบสนองพฤติกรรมการใช้ งานของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ช่วยให้มีการใช้งานที่ง่ายและสะดวก เข้าใจได้ง่าย แต่ได้ขนมหรือ ผลงานที่สวยงาม ในรูปแบบของตนเองได้

ดังนั้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดี และเหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคจะเป็นการส่งเสริม และกระตุ้นการขาย ให้แก่ผลิตภัณฑ์อีกด้วย

## กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณ กิตติกรรมประกาศ ที่ทำให้พื้นที่แห่งนี้กลายเป็นพื้นที่ ในการกล่าวคำว่า "ขอบคุณ"

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ พี่ชาย ที่ร่วมกันออกแบบซ้ำพเจ้า ให้มีความคิด มีสติปัญญา อดทนต่อสู้กับปัญหา จนผ่านมาได้จนถึงจุดนี้ ทั้งยังคงเป็นกำลังใจ กำลังกาย และ กำลังทรัพย์ที่สำคัญ "ขอขอบพระคุณคะ"

ขอขอบพระคุณ ดร.นภาพรรณ สวัสดิชัย ที่คอยให้คำปรึกษาตลอดการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ อย่างไม่เคยเหน็ดเหนื่อย คอยขัดเกลาและลดทอนความมากไปของลูกศิษย์คนนี้ ให้มีความพอดี ขอขอบพระคุณ อาจารย์นิรวรรณ สมบูรณ์บุรณะ ที่ทำให้คอย กระตุ้นให้กลไกทางสมองของลูกศิษย์ได้ออกกำลังกายตลอดเวลา กระตุ้นให้ หัวใจพยายามที่จะเอาชนะให้ได้ถึงแม้ว่าจะท้อก็ตาม และขอขอบพระคุณ คณะ อาจารย์ประจำวิชาสาขาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ทุกท่านที่ให้คำปรึกษา ดูแล เอาใจใส่ตั้งแต่เริ่มเรียนวิชานี้จนกระทั่งจบการทำวิทยานิพนธ์ได้แก่ อาจารย์ดา รินทร์ เมฆบุตร อาจารย์ธนาธิกษ จันทรประสิทธิ์ อ.พิมพ์ปราโมทย์ อุไรรงค์ และ อ.สมชัย จันทรวิวัฒน์ ที่เคยสอนวิชาบรรจุภัณฑ์

ขอขอบพระคุณ ดร. สมพิศ พุสกุล ที่มอบระบบความคิดและอาวุธชิ้นสำคัญในการสู้กับปัญหา ในขณะที่ทำวิทยานิพนธ์ และขอขอบพระคุณท่านคณะอาจารย์ประจำภาควิชา ศิลปอุตสาหกรรมทุกท่านที่ให้ความรู้ ประสบการณ์ แก่ซ้ำพเจ้าในทุกด้านตลอด ระยะเวลาที่เรียนอยู่ในคณะนี้ ซึ่งเป็นสิ่งที่ซ้ำพเจ้าภูมิใจมาก

ขอขอบคุณ พี่วงศ์ สำหรับทุกความใส่ใจ ดูแล

ขอขอบคุณ พี่บอล ที่คอยช่วยเหลือดูแล และให้กำลังใจที่ดีมาโดยตลอด ขอขอบคุณสาย รหัสที่แสนดีทุกคนที่คอยถามไถ่เรื่องความคืบหน้าของวิทยานิพนธ์ ขอขอบคุณ พี่ใหม่ พี่หิป พี่ปอย พี่ยอง คุณพี่ที่แสนดีที่คอยให้คำแนะนำ เคล็ดลับ เทคนิคสำคัญ ในการที่ก้าวข้ามผ่านบททดสอบนี้ไปได้ และพี่ติก(พี่ใหญ่)ที่คอยกำกับบทให้ ไม่นเผลออกมาได้อย่างสวยงาม

ขอขอบคุณ พี่อนุชาชาวหอเอฟ.บี.ที ทุกคน ปรวิชัย ชัย ตั้ง เกลือ กอล์ฟ เอ็ม ที่ช่วยกันสร้าง สีสันและบรรยากาศที่ดีให้เกิดตลอดการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ น้ำตาล ก๊อด กัน นุ้ย ที่ช่วยกันสร้างเสียงหัวเราะในยามดึก และ ดูแลกันอย่างดีตลอดมา ขอขอบคุณ ขวัญ ที่อยู่ดูแลช่วยเหลือ ส่งอาหารส่งน้ำทำให้กองทัพสามารถเดินต่อไปได้ รวมทั้งยังทำกระเป๋าใบสวยในภาพให้มีตัวตนจริง พี่อนุชากลุ่ม packaging เอ็กซ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลูกตาล หนึ่ง บิ๊ก อิก วัน อู๋ เพลง เอม ปอม ดันและพีฟิง ที่คอยส่งข่าวคราวความเคลื่อนไหวของวิทยานิพนธ์กันโดยตลอด ขอขอบคุณ เพื่อนบ้านสินธร ไบร์ ผึ้ง เกาะน้อยหน้า ปูน กี้ อู๋ ปิง ที่ทำให้สมองได้รับการพักผ่อน และต่อมอารมณ์ดีที่ทำงานได้หนัก ขอขอบคุณพี่ที่มาในรอบสุดท้าย และเพื่อนๆศอ.5 ทุกคนสำหรับมิตรภาพที่แสนดีที่ไม่มีวันลืม

ขอขอบคุณ น้องรหัสทุกคนที่พร้อมใจกัน จัดชุดมาเป็นทีมถึงแม้ไม่ได้ร้องขอ ขอขอบคุณจากใจจริง เป็นภาพที่ประทับใจมาก น้องเต็ล น้องม่อน น้องปุ๊ น้องมาร์ช น้องบอย น้องแอนที่คอยเป็นสติให้ น้องโอใจ น้องเบนซ์ น้องกัน ที่ช่วยเหลือและจะมักจะนำเสนองานเดี่ยวที่พิเศษให้อยู่เสมอ รวมทั้งทำให้ต่อมอารมณ์ดีทำงานได้ดีที่สุด น้องกิมเล้ง น้องจูน น้องตัน น้องเล็กที่น่ารักทั้งสาม ที่พยายามให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มที่

ขอขอบคุณ น้องๆรหัสใจ ทุกคนที่เข้ามาช่วยเหลือในครั้งนี้ทั้งที่ไม่ใช่สายรหัส ขอขอบคุณทุกน้ำใจที่มีจริงๆ น้องเน็ตที่ช่วยดูโมเดล น้องดล ที่เข้ามาช่วยเหลือดูแลจัดการจัดเตรียมและคอยเตือนในเรื่องสำคัญต่างๆ น้องเอ็ดที่ช่วยเหลือกันมาตลอด น้องเป้ น้องพีท น้องเชน น้องกาน น้องพิงค์ น้องบ๊อง สำหรับโมเดลและอารมณ์ขันยามดึก น้องซอสผู้ที่ทำให้พี่ตระหนักว่าจินตนาการนั้นสำคัญกว่าความรู้มากจริงๆ

สุดท้ายนี้ สำหรับคุณความดีใดๆ ที่เกิดจากวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ข้าพเจ้าขอมอบให้ บิดามารดาผู้เป็นที่รัก และ คณะครู-อาจารย์ที่ได้อบรมสั่งสอน บ่มเพาะความรู้และประสบการณ์อันมีค่าแก่ข้าพเจ้า

กขกร อุณจะนำ

# สารบัญ

อนุมัติผล

บทคัดย่อ

คำนำ

กิตติกรรมประกาศ

รายการภาพประกอบ

รายการตารางประกอบ

## **บทที่ 1** บทนำ

1.1 สาเหตุของการเกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ใหม่ .....	3
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ .....	6
1.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการวิเคราะห์เลือกผลิตภัณฑ์และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ .....	7
1.4 ขั้นตอนและกรรมวิธีการทำขนม ซึ่งเป็นที่มาของเงื่อนไขความต้องการ .....	12
1.5 ขอบเขตของการนำเสนองาน (ครั้งแรก) .....	22
1.6 ขอบเขตของโครงการในด้านคุณภาพ (ครั้งสุดท้าย) .....	24
1.7 ขอบเขตของโครงการในด้านปริมาณ (ครั้งสุดท้าย) .....	25
1.8 ความเป็นไปได้ของโครงการ .....	27
1.9 แนวทางการศึกษาวิจัย .....	29
1.10 ผลที่คาดว่าจะได้รับ .....	30

## **บทที่ 2**

การค้นคว้าและสรุปผลข้อมูล

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทผู้ผลิต

2.1.1 ประวัติความเป็นมาเกี่ยวกับบริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัดมหาชน .....	31
2.1.1.1 ร้านอาหารและเบเกอรี่ในประเทศ .....	32
2.1.1.2 ร้านอาหารและเบเกอรี่ในต่างประเทศ .....	34
2.1.1.3 ผลิตภัณฑ์และสินค้า .....	35
2.1.1.4 ข้อมูลทางด้านการตลาด .....	36
2.1.1.5 ภาวะอุตสาหกรรมแข่งขันเบเกอรี่ .....	36
2.1.2 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับร้านวนิลา .....	38
2.1.2.1 สินค้าที่จำหน่ายภายใต้แบรนด์ วนิลา อินดัสทรี .....	41
2.1.3 การวิเคราะห์สรุปผลข้อมูลที่มีต่อการออกแบบ .....	43

2.1 ข้อมูลเบื้องต้นของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

2.2.1 ผลิตภัณฑ์ D.I.Y. BEKERY เดิมของร้านที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ .....	44
2.2.2 ผลิตภัณฑ์ D.I.Y. BEKERY ในชุดที่มีรูปแบบการทำในลักษณะใหม่ .....	48
2.2.3 ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ในโครงการออกแบบและเงื่อนไขความต้องการของบรรจุภัณฑ์ .....	51

2.3 ข้อมูลเทียบเคียงและสินค้าคู่แข่ง .....

52

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.1 สินค้าที่ผลิตขึ้นภายในประเทศ ( Local Brand ) .....	53
2.3.1.1 Lhan'sKitchen .....	53
2.3.1.2 UFM .....	54
2.3.2 สินค้าที่ผลิตขึ้นภายในต่างประเทศ ( Gobal Brand ) .....	55
2.3.2.1 Betty Crocker .....	55
2.3.2.2 Arrowhead Mills.....	56
2.3.2.3 Orgran .....	57
2.3.2.4 Green's .....	59
2.3.2.5 WhiteWings .....	60
2.3.2.6 Bundt .....	61
2.3.2.7 Dean Jacob's .....	61
2.3.2.8 De Ruijter .....	63
2.3.2.9 Odlums Quick .....	64
2.3.3.0 Arrowhead Mills .....	65
2.3.3.1 SuperCook .....	67
2.3.3.2 CakeMate .....	69
2.3.3.3 Cherybrook Kitchen .....	71
2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย .....	72
2.4.1.1 ลักษณะทางกายภาพของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย .....	72
2.4.1.2 ลักษณะทางจิตวิทยาของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย.....	74
2.3.2 สินค้าสรุปข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่มีผลต่อการออกแบบ .....	75
2.5 ข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบด้านวัสดุแลกรรมวิธีการผลิต .....	77
2.6 ข้อบังคับทางกฎหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ.....	85

### **บทที่ 3** การพัฒนาการออกแบบ

3.1 การพัฒนาแนวคิดเพื่อการออกแบบ .....	89
3.1.1 แนวคิดในการสร้างแบรนด์ .....	89
3.1.1.1 การตั้งชื่อแบรนด์และการออกแบบโลโก้ .....	89
3.1.2 แนวคิดในการออกแบบ .....	94
3.1.2.1 การวางบุคลิกภาพของแบรนด์.....	94
3.1.2.2 แนวทางการออกแบบ .....	95
3.2 ภาพแบบจำลองครั้งแรก .....	109

### **บทที่ 4** การนำเสนอผลงานออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1 ภาพถ่ายแบบจำลองต้นแบบทั้งโครงการครั้งสุดท้าย.....	113
4.2 ภาพถ่ายย่อแผ่นเสนองาน และแบบแสดงรายละเอียด.....	126
4.3 ภาพถ่ายย่อแผ่นเสนองาน อาร์ตเวิร์ค.....	173
4.4 ภาพการแสดงแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์โดยละเอียด.....	175

**บทที่ 5** บทสรุป

5.1 บทสรุปการออกแบบข้อเสนอแนะของอาจารย์และนักศึกษา.....	196
---	-----

บรรณานุกรม

ประวัติการศึกษา



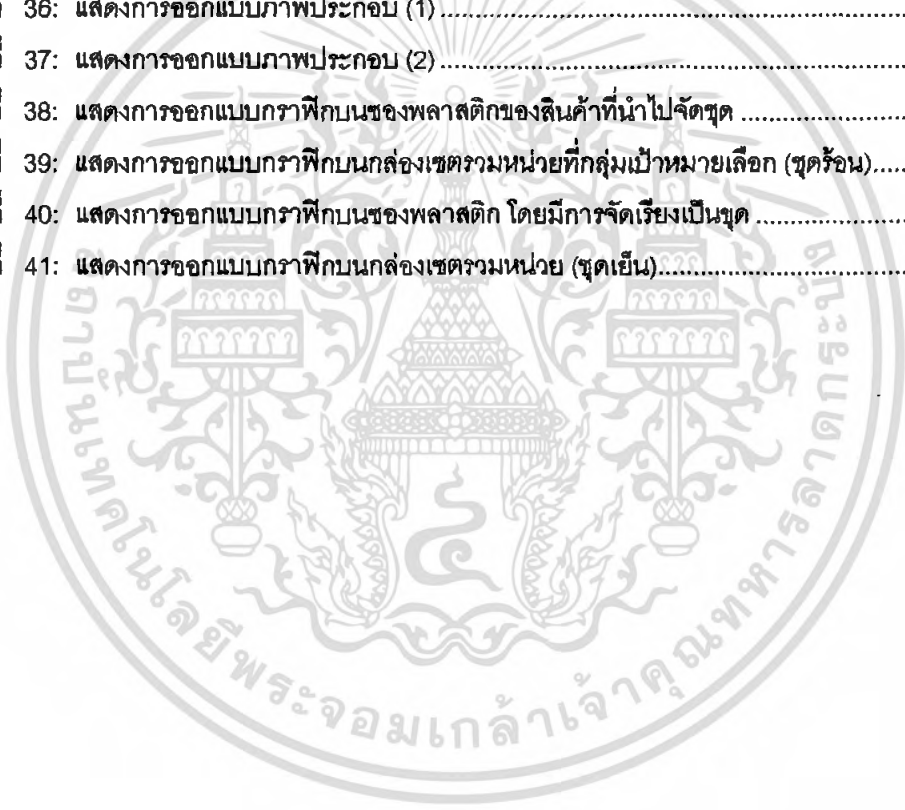
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## รายการภาพประกอบ

<b>บทที่ 1</b>	<b>หน้าที่</b>
รูปที่ 1: เด็กผู้หญิงอายุ 14-16 ปี ที่มีพฤติกรรมและไลฟ์สไตล์ ที่เป็นสาวเร็วมากขึ้น.....	5
รูปที่ 2: แสดงรูปโลโก้ของบริษัท เอส แอนด์ พี .....	31
รูปที่ 3: ตราสัญลักษณ์ของร้านวนิดา อินด์สตรี .....	39
รูปที่ 4: แสดงส่วนของหน้าร้านที่บอกรายละเอียดของร้านทั้งสามชั้น (ซ้าย) แสดงส่วนของหน้าร้านที่บอกรายละเอียดของร้านทั้งสามชั้น (ซ้าย).....	40
<b>บทที่ 2</b>	
<b>รูปที่ 5:</b> แสดงภาพส่วนของชั้นสองซึ่งเป็นส่วนที่นั่งรับประทานอาหาร (ซ้าย) .....	40
แสดงภาพส่วนของชั้นสามซึ่งเป็นห้องเรียนสอนทำขนม อาหาร (ซ้าย)	
รูปที่ 6: แสดงอัตราส่วนของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย.....	72
รูปที่ 7: แสดงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายในรูปนี้จะเป็นผู้ที่มีความชื่นชอบในรสชาติของขนมอยู่ก่อนแล้ว.....	72
รูปที่ 8: ภาพแสดงถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายทั้ง ชาย และ หญิง ที่ถ่ายร่วมกับบรรยากาศของร้าน .....	73
รูปที่ 9: แสดงลักษณะห้องครัวของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายซึ่งมีเตาอบที่ถูกติดตั้งเข้ากับเฟอร์นิเจอร์ตั้งแต่แรก.....	73
รูปที่ 10: แสดงการพบกันของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย และภาพบรรยากาศของร้าน.....	74
<b>บทที่ 3</b>	
<b>รูปที่ 10.1:</b> แสดงการออกแบบโลโก้ 3 แนวทาง คือพีทีพีกัน ทันสมัย ขนมหอมหวานน่ารับประทาน .....	89
รูปที่ 11: แสดงการพัฒนาโลโก้ของแต่ละแนวทางร่วมกัน .....	90
รูปที่ 12: แสดงแบบ h ที่ถูกเลือกในการออกแบบโลโก้ครั้งที่ 1 .....	90
รูปที่ 13: แสดงการพัฒนาแบบครั้งที่ 2 (Vanilla Garnish) .....	91
รูปที่ 14: แสดงแบบโลโก้ที่ได้รับการเลือก (Vanilla Garnish) .....	91
รูปที่ 15: แสดงการพัฒนาแบบครั้งที่ 2 (Sweet Garnish) .....	92
รูปที่ 16: แสดงการพัฒนาแบบครั้งที่ 3 .....	93
รูปที่ 16.1: แสดงแบบที่ถูกเลือกจากการพัฒนาแบบครั้งที่ 3 .....	93
รูปที่ 17: แสดงแบรนด์ที่อยู่ภายใต้แบรนด์หลักคือ วนิดา .....	94
รูปที่ 18: แสดงบุคลิกภาพของแบรนด์ทั้ง Vanilla Industry และ VanillaDIY .....	94
รูปที่ 19: แสดงภาพแสดงอารมณ์และแนวทางการออกแบบ แนวทางที่ 1 .....	95
รูปที่ 20: แสดงภาพแสดงอารมณ์และแนวทางการออกแบบ แนวทางที่ 2 .....	95
รูปที่ 21: แสดงภาพแสดงอารมณ์และแนวทางการออกแบบ แนวทางที่ 3 .....	96
รูปที่ 22: การออกแบบ Sketch Idea ที่มีการคำนึงถึงลักษณะการใช้งาน.....	96
รูปที่ 23: แสดงภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างในช่วงที่ 1 .....	97
รูปที่ 24: ภาพแสดงโครงสร้างการออกแบบโดยรวมของทั้งโครงการ .....	97

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปที่ 25:	ภาพแสดงการทดสอบการหีบ จับใช้งานตัวบรรจุภัณฑ์จากหุ่นจำลอง.....	98
รูปที่ 26:	แสดงการออกแบบโครงสร้างโดยมีรูปทรงสอดคล้องกับแนวทางการออกแบบที่ 1 (รูปที่ 1).....	99
รูปที่ 27:	แสดงการออกแบบโครงสร้างโดยมีรูปทรงสอดคล้องกับแนวทางการออกแบบที่ 1 (รูปที่ 2).....	99
รูปที่ 28:	แสดงการออกแบบโครงสร้างโดยมีรูปทรงสอดคล้องกับแนวทางการออกแบบที่ 2 (รูปที่ 1).....	100
รูปที่ 29:	แสดงการออกแบบโครงสร้างโดยมีรูปทรงสอดคล้องกับแนวทางการออกแบบที่ 2 (รูปที่ 2).....	100
รูปที่ 30:	แสดงการออกแบบโครงสร้างโดยมีรูปทรงสอดคล้องกับแนวทางการออกแบบที่ 3 .....	101
รูปที่ 31:	แสดงการออกแบบ Pattern โดยเลือกใช้ลายละเอียดที่สื่อถึง ผลิตภัณฑ์.....	102
รูปที่ 32:	แสดงการออกแบบกราฟิกร่วมกับโครงสร้างในช่วงการออกแบบที่ 1 .....	102
รูปที่ 33:	แสดงการออกแบบกราฟิกร่วมกับโครงสร้างในช่วงการออกแบบที่ 1(พัฒนาต่อ).....	103
รูปที่ 34:	แสดงการออกแบบพัฒนาแพทเทิน ของชุดทำเด็กที่เน้นขั้นตอนการตกแต่ง .....	104
รูปที่ 35:	แสดงการออกแบบพัฒนาแพทเทิน ของชุดทำเด็กที่เน้นขั้นตอนการทำ.....	104
รูปที่ 36:	แสดงการออกแบบภาพประกอบ (1).....	105
รูปที่ 37:	แสดงการออกแบบภาพประกอบ (2) .....	105
รูปที่ 38:	แสดงการออกแบบกราฟิกบนซองพลาสติกของสินค้าที่นำไปจัดชุด .....	106
รูปที่ 39:	แสดงการออกแบบกราฟิกบนกล่องเซตรวมหน่วยที่กลุ่มเป้าหมายเลือก (ชุดร้อน).....	106
รูปที่ 40:	แสดงการออกแบบกราฟิกบนซองพลาสติก โดยมีการจัดเรียงเป็นชุด .....	107
รูปที่ 41:	แสดงการออกแบบกราฟิกบนกล่องเซตรวมหน่วย (ชุดเย็น).....	107



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## รายการตารางประกอบ

บทที่ 1	หน้าที
ตารางที่ 1 แสดงปริมาณส่วนผสมของขนมในแต่ละเมนู.....	20
ตารางที่ 2 แสดงปริมาณส่วนผสมของขนมในแต่ละเมนู (ต่อ).....	21
ตารางที่ 3 ตารางแสดงการเสนองานออกแบบของทั้งโครงการในครั้งแรก.....	22
ตารางที่ 4 แสดงส่วนผสมที่นำมาจัดเซตและการจำแนกชุดเค้ก).....	23
ตารางที่ 5 ตารางแสดงการเสนองานออกแบบของทั้งโครงการในสุดท้าย.....	25
ตารางที่ 5.1 ตารางแสดงการเสนองานออกแบบของทั้งโครงการในครั้งสุดท้าย.....	26



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## บทที่ 1 บทนำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทนำ

จากความเคลื่อนไหวของ "ธุรกิจเบเกอรี่" ที่เติบโตเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็ว และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องนั้น สาเหตุหลักเกิดจากการที่กลุ่มผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจในการบริโภคสินค้าเบเกอรี่เป็นอาหารมื้อหลัก เพราะใช้เวลาน้อย การขยายตัวของธุรกิจประเภทนี้ ส่งผลให้ แบบรตใหม่ขึ้นอย่างหลากหลาย เกิดสภาวะการแข่งขันที่สูง ผู้ประกอบการ และผู้ที่เป็นเจ้าของกิจการต่างนำเสนอกลยุทธ์ใหม่เพื่อดีงดูดใจผู้บริโภค ใช้เทคนิคต่างๆ เพื่อสร้างความสวยงามและความน่ารับประทานเพิ่มมากขึ้น มีการปรับภาพลักษณ์ ของแบบรต นำเสนอกลยุทธ์ด้านโปรดัคซ์ โดยการเพิ่มสายการผลิตของสินค้าใหม่ ให้มีความหลากหลาย (ผู้จัดการออนไลน์. 2549) มีการเปิดร้านโดยอิงกับห้างสรรพสินค้า บริการจัดส่งถึงที่ การรับจัดงานเลี้ยงนอกสถานที่ รวมถึงการเจาะตลาดให้สามารถรองรับพฤติกรรมกาบริโภคได้ตรง ถูกใจผู้บริโภคมากขึ้น การเติบโตที่เพิ่มสูงขึ้นนี้ยังรวมไปถึง อุปกรณ์ วัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์ตกแต่งหรือ ส่วนผสมต่างๆที่นำมาใช้ในการทำเบเกอรี่ด้วย

วนิลา อินดัสทรี (Vanilla Industry) ร้านจำหน่ายเบเกอรี่ ผลิตภัณฑ์ทำขนมด้วยตนเอง (D.I.Y. BAKKERY) และอาหารระดับบน ภายในเครือของ บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ย่อมได้รับผลกระทบจากสภาวะดังกล่าว เนื่องจากลูกค้าสามารถเลือกเบเกอรี่ที่หลากหลาย จากร้านต่างๆ ที่ตั้งอยู่ภายในห้างสรรพสินค้า ซึ่งมีความสะดวกในการซื้อ ทางร้านจึงมองหาช่องทางกาจัดจำหน่ายใหม่ รวมถึงการขยายสายการผลิตให้กับ สินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์ทำขนมด้วยตนเอง (D.I.Y. BAKKERY) และสร้างกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใหม่ คือ กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุน้อยกว่าลูกค้ากลุ่มเดิม ซึ่งเด็กกลุ่มนี้มีพฤติกรรมและความสนใจและต้องการที่จะเรียนรู้ การทำเบเกอรี่เป็นพื้นฐาน เห็นได้จากกลุ่มลูกค้าหลักของ โรงเรียนสอนทำขนมและอาหารในหลายแห่ง คือเด็กกลุ่มนี้จึงทำให้เกิดเป็น โรงเรียนที่สอนทำขนมและอาหารสำหรับเด็ก กลุ่มนี้ขึ้น โดยเฉพาะ

สภาพสังคมที่เปลี่ยนไป ส่งผลให้เด็กกลุ่มนี้ มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อของด้วยตนเองเพิ่มสูงขึ้นและมีพฤติกรรมกามองหา ผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบมาเพื่อตัวเอง แต่ในท้องตลาดปัจจุบัน สินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์ทำขนมด้วยตนเอง จะถูกออกแบบมาให้เหมาะสมกับการใช้งานของผู้ใหญ่ แต่จะมีบางตราสินค้าของต่างประเทศ ที่มีการกาออกแบบให้สอดคล้องกับการใช้งานและความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนี้ ซึ่งจะมีราคาที่สูง

จึงเป็นสาเหตุให้มี การออกตราสินค้าและออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ เพื่อให้สินค้าสามารถแข่งขันในตลาดที่มีช่องทางกาจัดจำหน่ายใหม่ได้ คือ ชูโปรโมชันเรตของห้างสรรพสินค้า (Promotion) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สร้างความสะดวกสบาย ง่ายต่อการใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(Convenience) ช่วยในการสร้างสรรค์ผลงานได้รวดเร็วขึ้น และสวຍนำรับประทานในรูปแบบที่ ผู้บริโภคต้องการและมีเอกลักษณ์เฉพาะตน เป็นส่วนสำคัญที่ช่วยในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย รวมไปถึงการบรรจุที่ตี้นั้น (Containment) ส่งผลให้การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ (Protection) มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นด้วย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สาเหตุของการเกิดการพัฒนาลิขสิทธิ์และบรรจุภัณฑ์ใหม่

สาเหตุของการพัฒนาลิขสิทธิ์และบรรจุภัณฑ์ใหม่ในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 3 ประการ คือ

### 1. การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย

วนิดา อินดัสทรี (Vanilla Industry) ร้านเค้ก ขนมอาหารและเครื่องดื่ม ในเครือบริษัท เอสแอนด์พี เริ่มต้นเปิดสาขาที่สยามสแควร์ด้วยคอนเซปต์ "D.I.Y BAKERY" ให้ลูกค้าสามารถแต่งหน้าเค้กหรือขนมได้ด้วยตนเอง และยังสามารถทำเป็นของขวัญเพื่อมอบให้แก่ผู้อื่นได้อีกด้วย ซึ่งเป็นจุดขายที่แตกต่างจากร้านเบเกอรี่อื่น นอกจากนี้ยังมีสินค้าสำหรับตกแต่งเค้กและอุปกรณ์ให้ทำ เพื่อให้ลูกค้าสามารถซื้อแล้วไปทำเองได้ที่บ้าน จัดสินค้าจำหน่ายอยู่ที่บริเวณชั้นหนึ่งของร้าน โดยที่ชั้น 2 ของร้านนั้นจะเป็นร้านอาหาร และจำหน่ายเค้ก โดยมีคอนเซปต์ของขนมภายในร้านคือ "ความสวยและอร่อย" และชั้นบนสุดของร้านคือส่วนของ Cooking Workshop เพื่อให้ผู้ที่สนใจติดตามรสชาติของเมนูขนมในร้าน สามารถมาฝึกเรียนทำได้ (Positioning Magazine, 2549)



จากสภาพการแข่งขันของธุรกิจเบเกอรี่ที่สูงขึ้น ทำให้ช่องทางการจัดจำหน่ายในลักษณะเดิม ที่มีการวางขายสินค้าในร้านนั้นไม่เพียงพอ การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ จึงเป็นโอกาสที่จะสร้างมูลค่าให้แก่ธุรกิจ โดยช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่นี้ ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าระดับบน ในส่วนของซูเปอร์มาเก็ตที่ห้าง เป็นต้น ซึ่งเป็นสถานที่ที่ผู้บริโภคกลุ่มใหม่นิยม มาเลือกซื้อวัตถุดิบและส่วนผสมในการทำ ซึ่งเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่จะเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้เผยแพร่เห็นไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2. ขยายกลุ่มผู้บริโภค

วนิลา อินดัสทรี (Vanilla Industry) เกิดขึ้นในปี พ.ศ.2547 โดยที่กลุ่มเป้าหมายหลักในช่วงเวลานั้นคือวัยรุ่น ปัจจุบันลูกค้าประจำของร้านนั้นประกอบไปด้วย วัยรุ่น หนุ่มสาววัยทำงาน หรือผู้ใหญ่ที่ใส่ใจในรสชาติขนมที่ได้รับจากการซื้อฝากของคนในครอบครัว ตลอดจนเด็กที่มีอายุเริ่มเข้าสู่วัยรุ่นที่รับทราบถึงความอร่อยจากเพื่อนหรือบุคคลในครอบครัวแต่ก็จะมีเด็กกลุ่มนี้เป็นเพียงส่วนน้อย



โดยที่พฤติกรรมเข้ามาใช้บริการที่ร้าน คือ

- นั่งรับประทานขนม อาหาร (โดยส่วนมากจะมาเป็นกลุ่ม)
- ซื้อกลับไปรับประทานเองที่บ้าน หรือฝากผู้อื่น
- ซื้อชุด D.I.Y BAKERY ไปทำเองที่บ้าน
- เข้าเรียนทำขนมและอาหาร ในส่วนของ COOKING WORKSHOP

ทำให้เห็นถึงโอกาสในการขยายกลุ่มผู้บริโภค ที่ที่ยังมีส่วนน้อยกว่าผู้บริโภคกลุ่มหลักซึ่งเด็กกลุ่มนี้มีความชื่นชอบสินค้าเบเกอรี่ทั้งในรูปแบบของการซื้อกลับ หรือนัดเจอกันที่ร้านเบเกอรี่ในรูปแบบของ "ร้านเบเกอรี่คาเฟ่" ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมอย่างมากในปัจจุบัน เป็นกลยุทธ์ของการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ เพื่อให้สนองตอบความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป

การซื้อวัตถุดิบเพื่อมาทำเอง มอบให้เป็นของขวัญ หรือนัดกันระหว่างกลุ่มเพื่อนทำขนม เพื่อจัดงานเลี้ยง งานสังสรรค์ ก็เป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคกลุ่มนี้ และจากพฤติกรรมและความต้องการสินค้าที่ผลิตและถูกออกแบบมาเพื่อตัวเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การสร้างผลิตภัณฑ์ และออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ ให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนี้แล้วนั้น ย่อมส่งผลให้เกิดความสนใจและการตัดสินใจซื้อในเวลาต่อมา

ผลจากการสำรวจของ "บิสซิเนสไทย" พบว่าแนวโน้ม การเปลี่ยนแปลงทางด้านประชากรศาสตร์ ส่งผลให้มีการแบ่งกลุ่มย่อยเซกเมนต์ออกไปมากมาย ดังจะเห็นได้จากแนวการทำตลาดในปี 2550 มีการเกิดเซกเมนต์กลุ่มผู้บริโภคใหม่ๆ เพิ่มขึ้น หรือเรียกว่า "การตลาดแบบช่วงวัย" ซึ่งมีประกอบไปด้วย

กลุ่มที่ 1	กลุ่มผู้หญิงโสด การศึกษาดี แต่งงานช้า มีกำลังซื้อสูง
กลุ่มที่ 2	กลุ่มผู้สูงอายุ จำนวนเพิ่มขึ้น
กลุ่มที่ 3	วัย Pre – Teen
กลุ่มที่ 4	กลุ่มแม่โศรกเศร้า ผู้ชายที่ใส่ใจตัวเอง
กลุ่มที่ 5	KGOY (Kids Growing Older Younger) หรืออำนาจการซื้อของ ในเด็กสาวกำลังมาแรง โดยเฉพาะ "เด็กผู้หญิง" ที่โตเป็นสาวเร็วเกินอายุ

ที่มา: นางอัญชลี พิษณุางกูร ผู้อำนวยการฝ่ายวิจัย บริษัท โอทีวี แอนด์ เมเธอร์ ประเทศไทย

จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคในกลุ่มที่ 3 วัย Pre – Teen จัดอยู่ในกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้



รูปที่ 1 : เด็กผู้หญิงอายุ 14-16 ปี ที่มีพฤติกรรมและไลฟ์สไตล์ ที่โตเป็นสาวเร็วมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## วัตถุประสงค์ของโครงการ

วัตถุประสงค์ของ โครงการเสนอแนะการออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ ตกแต่งขนมและชุดทำขนมด้วยตนเอง ในเครือ วนิลา อินดัสทรี (Vanilla Industry) คือ

1. เพื่อออกแบบให้บรรจุภัณฑ์ ให้สามารถวางแข่งขันกับคู่แข่ง ในช่องทางหารจัดจำหน่ายใหม่ คือ ห้างสรรพสินค้า หรือ ในส่วนของซูเปอร์มาเก็ตได้
2. เพื่อออกแบบให้บรรจุภัณฑ์ให้สามารถตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย มีรูปแบบการใช้งานที่ง่าย แต่สามารถสร้างสรรค์รูปแบบของขนมที่สวยงามหลากหลาย หรือให้ออกมา ในรูปแบบที่ผู้บริโภคต้องการเองได้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ปัจจัยที่มีผลต่อการวิเคราะห์เลือกผลิตภัณฑ์และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การวิเคราะห์เมนูเลือกผลิตภัณฑ์และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ของการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้นั้นประกอบด้วยเหตุผลหลัก 3 ส่วนที่นำมาพิจารณา คือ

- รายการอาหารและขนม ที่เปิดสอน
- กระแสความนิยมรวมถึงสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการเลือกทำขนมของกลุ่มเป้าหมาย
- กิจกรรมและโอกาสพิเศษที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

### 1. รายการอาหารและขนม ที่เปิดสอน

Cuisine Class (อาหารคาว)

Patisserie Class (ขนมหวาน)

- 01 Chocolate Chip Cookies
- 02 Apple Crumble with vanilla Custard sauce
- 03 Peanut Butter Brownie
- 04 Earl Gray Butter Brownie
- 05 Breakfast Fruit Muffin
- 06 Cranberry Sables
- 07 Herb Biscuit
- 08 strawberry shortcake
- 09 Crunchy Oatmeal Raisin Cookies
- 10 Raspberry Cream Cheese Crumb Bars
- 11 Vanilla Cupcake With Buttercream Frosting
- 12 Peach Upside-Down Cake
- 13 Carrot Cake Cream Cheese Frosting
- 14 Devil's Food Cake
- 15 Caramel Custard
- 16 White Chocolate Cheesecake
- 17 Blueberry Swirl Cheesecake
- 18 Smoked Salmon Quiche
- 19 chocolate Nutella Tart
- 20 Rum Rasin Cheesecake

โดยผู้ที่เข้าเรียนสามารถเลือก รายการขนมที่จะทำได้ 2 เมนูต่อ 1 คอร์ส แต่จะต้องเป็นประเภทเดียวกันเท่านั้น ในราคา 2,800 บาท / 1 คอร์ส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปการวิเคราะห์เลือกรายการขนม : จากการสัมภาษณ์ทางร้านและกลุ่มเป้าหมายที่  
เข้าเรียนทำขนม 10 คน พบว่า เมนูขนมที่ได้รับความนิยมมากเป็นอันดับต้น ได้แก่

- Blueberry Swirl Cheesecake
- Peanut Butter Brownie
- strawberry shortcake
- Vanilla Cupcake With Butter cream Frosting
- Peach Upside-Down Cake
- White Chocolate Cheesecake
- Blueberry Swirl Cheesecake

ส่วนเมนูที่เหลือนั้นจะได้รับความนิยม ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันแต่จะน้อยกว่ารายการ  
ดังกล่าว จึงจะไม่นำมาพิจารณาในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

## 2. กระแสความนิยมในปัจจุบันที่ส่งผลต่อการกำหนดรายการขนม

บ้าน จากการศึกษาพบว่ารายการขนมที่นิยมทำในบ้านของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายนี้ คือ  
เค้กปอนด์ และคัพเค้ก ซึ่งเริ่มเข้ามามีบทบาทเป็นทางเลือกใหม่ซึ่งมีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยม  
สูง ด้วยเหตุผลที่ว่าลักษณะของมันง่ายและสะดวกต่อการรับประทาน หรือจัดเสิร์ฟ (สำนักพิมพ์  
แสงแดด. 2549) โดยส่วนมากขนมที่ได้รับความนิยมในการเลือกมาทำเพื่อรับประทานนั้น จะมี  
ลักษณะที่เป็นของว่างที่มีขนาดเล็ก ส่วนเค้กปอนด์นั้นนิยมทำสำหรับงานเลี้ยง เช่น วันเกิด  
งานครบรอบวันสำคัญ วันขึ้นปีใหม่ เป็นต้น

บ้าน	
รายการ ขนมที่นิยม	เค้กปอนด์ คัพเค้กหรือเค้กถ้วย เค้กชิ้นขนาดเล็ก ช็อคบอล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โรงเรียนสอนทำอาหาร ในโรงเรียนสอนทำอาหารนั้นลักษณะของขนมที่เลือกมาทำนั้น จะขึ้นอยู่กับอายุของผู้ที่เรียนเป็นส่วนใหญ่ หากเป็นเด็กที่มีอายุอยู่ในช่วง 8-15 ปี ก็จะสามารถในการใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าที่ไม่มีความซับซ้อนมากได้แล้ว เช่น เตาอบเบเกอรี่ ขนาดครัวเรือน หรือ เตาอบไมโครเวฟ ซึ่งเป็นอุปกรณ์ที่คุ้นเคยของครอบครัวสมัยใหม่ในปัจจุบัน และรายการของขนมที่ทำคือ เค้กต่างๆซึ่งมีอยู่หลายลักษณะทั้ง คัพเค้ก เค้กจตุรัส เค้กชั้น โดยในภาษาอังกฤษมักเรียกว่า squares, bar และ finger คูกี้ คุกกี้ พิชซ่า หรือพาย เป็นต้น ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นรายการขนมหรือของว่างที่เมื่อทำเสร็จแล้วสามารถรับประทานได้เลย

ที่มา: อ้างอิงจากหนังสือ CUPCAKES AND THE CHEESECAKES สำนักพิมพ์แสงแดด, 2549

โรงเรียนสอนทำขนม	
รายการขนมที่นิยม	คูกี้ คุกกี้ คัพเค้กหรือเค้กถ้วย เค้กชั้นขนาดเล็ก พิชซ่า หรือพาย บราวนี่ ไอศกรีม

ตำราอาหาร ที่ได้รับความนิยม และตอบสนองผู้บริโภคได้ดี ในขณะนี้คือตำราอาหารประเภทที่เน้นขั้นตอนการทำงานใช้เวลาไม่มาก แต่ดูเก๋ สามารถทำเพื่อรับประทานเองได้ที่บ้านหรือจัดเป็นงานเลี้ยงเล็กๆ ได้ โดยที่ผู้ทำนั้นไม่จำเป็นต้องมีเครื่องครัว หรืออุปกรณ์มากมาย เพียงแต่ยังคงต้องใช้เวลาในการเลือกซื้อส่วนผสมและวัตถุดิบในการทำ ลายละเอียดด้านในนั้นจะมีรายการขนมที่มีลักษณะเป็นของว่าง ทำรับประทานได้เรื่อยๆ ในแบบ Home Cooking

ดังเช่น ตำราทำขนม "Quick Dessert" อร่อยง่ายๆ ไม่ยุ่งยาก และ "Make Over Dessert" โดย สิวลี ตริวีควเวทย์ ภายในเป็นสูตรขนมลักษณะพอดิค่า ได้แก่ พุดดิ้ง วุ้นผลไม้ คัพเค้กหรือชีสเค้กอย่างง่าย เป็นต้น ซึ่งการทำชีสเค้กในรูปแบบนี้นั้นเป็นการลดขั้นตอนความยุ่งยากจากการอบ

ตำราอาหาร	
รายการขนมที่นิยม	เค้กชั้นขนาดเล็ก อย่างง่าย (ทำรับประทานเป็นของว่าง สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน) พุดดิ้ง วุ้นผลไม้ อยมี่ยม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปการวิเคราะห์รูปแบบ: กระแสความนิยมในปัจจุบัน จาก 3 ส่วน คือ บ้าน โรงเรียน ลอนทำอาหาร และตำราอาหาร พบว่า ขนมที่ทำขึ้นโดยมีผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย เป็นส่วนร่วม หรือ เป็นผู้ลงมือทำเองทั้งหมดนั้น จะมีลักษณะเป็นขนมที่

- ใช้เวลาในการเตรียมอุปกรณ์ รวมถึงการทำไม่มาก
- โดยมีขั้นตอนการทำที่ไม่ซับซ้อน

### 3. กิจกรรมและโอกาสพิเศษที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

Valentine วันวาเลนไทน์ถือว่าเป็นวันที่มีอิทธิพลต่อสูงวันหนึ่งเช่นกัน และด้วยพฤติกรรม และรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนไป เด็กผู้หญิงโตเป็นสาวเร็วขึ้นสนใจตัวเอง มองหาสินค้าหรือ สิ่งที่แสดงออกถึงเอกลักษณ์เฉพาะตน เพื่อให้เกิดความมั่นใจ และได้รับการยอมรับจากเพื่อน ที่สำคัญเด็กผู้หญิงในวัยนี้เริ่มสนใจเพศตรงข้าม

ซึ่งเมื่อถึงวันพิเศษเช่นนี้ ก็จะมีการซื้อเตรียม ช็อกโกแลตในรูปแบบต่างๆ เพื่อมอบเป็นของขวัญให้คนพิเศษ มิใช่เพียงแต่คนที่ตนสนใจเท่านั้น ยังหมายถึงเพื่อน คนรู้จัก หรือบุคคลในครอบครัวได้เช่นกัน ซึ่งถือว่าเป็นการแสดงความรักอย่างหนึ่ง



Birthday คือวันที่มีการสำรวจพบว่ามีการจัดเลี้ยงมากอยู่ในอันดับต้นๆ โดยเฉพาะผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งอยู่ในวัยที่ได้ผู้ใหญ่มักจะให้ความสำคัญมากเป็นพิเศษ โดยเฉพาะครอบครัวในปัจจุบันเป็นลักษณะของครอบครัวเดี่ยว และมีเด็กเป็นศูนย์กลางของครอบครัว เมื่อถึงวันเกิดก็จะมีการจัดงานเลี้ยง มีเพื่อนนำของขวัญหรือขนมมาในงานด้วย

Party การจัดปาร์ตี้ของผู้บริโภคกลุ่มนี้จะมีให้เห็นใน 2 ลักษณะ จัดขึ้นภายในครอบครัว หรือการจัดขึ้นระหว่างเพื่อน ซึ่งก็จะมีผู้ใหญ่คอยดูแลต่างๆ สามารถจัดได้ทั้ง เนื่องในวันสำคัญ โอกาสพิเศษ หรือ จัดขึ้นเพียงเพื่อนัดเจอก็ได้เช่นกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Celebration ในวิทยาลัยนพนธ์ฉบับนี้จะให้ความหมายของวันแห่งการเฉลิมฉลองไว้ โดยพิจารณาให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมและสังคมไทยในปัจจุบัน แต่มีอิทธิพลกับเด็กกลุ่มนี้ คือ วันปีใหม่ (วันที่ 1 มกราคม ของทุกปี) หรือวัน คริสต์มาส เป็นต้น



ผลต่อการทำวิทยานิพนธ์ : เทศกาลรวมถึงวันสำคัญมีอิทธิพล และเป็นแรงจูงใจที่สำคัญอย่างหนึ่งในการกระตุ้นกลุ่มเป้าหมายให้เลือกว่าจะทำขนมชนิดใด ในรูปแบบใด เช่น หากจะทำ ขนม สำหรับงานปาร์ตี้ก็จะมีรูปแบบที่ต่างไป จากการทำเพื่อมอบเป็นของขวัญให้กับคนพิเศษ

จากรายการที่ได้ นำมาวิเคราะห์เพื่อ สร้างขั้นตอนและกรรมวิธีการ ตลอดจนรูปแบบการตกแต่งในลักษณะใหม่ ที่มีลักษณะการใช้งาน ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยยึดหลักของขั้นตอนการทำงาน รวมถึงการศึกษาความเป็นไปได้ทั้งทางด้านสูตรและกายภาพของอาหารในขั้นตอนต่างๆด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ขั้นตอนและกรรมวิธีการทำของขนมแต่ละรายการ

### Vanilla Cupcake With Buttercream Frosting



Cupcake		Buttercream Frosting	
แป้งเค้ก 1 ถ้วย	ถ้วย	ไอซิ่ง 1 ถ้วย	ถ้วย
ไอซิ่ง 1 ถ้วย	ถ้วย	วานิลลา 1 ช้อนชา	ช้อนชา
เกลือ 1 ช้อนชา	ช้อนชา	สีผสมอาหาร	
วานิลลา 1 ช้อนชา	ช้อนชา	เนยจืด 1/4 ถ้วย	ถ้วย
เนยจืด 1/4 ถ้วย	ถ้วย		

8 ที่

**1** อุ่นเตาด้วยความร้อน 180 องศาเซลเซียส

**2** เนย + น้ำตาล

**3** + แป้ง

**4** + ผงฟู + เกลือ

**5** + นม + วานิลลา

**6**

**7** 15-20 นาที

Cupcake

**1** เนย + น้ำตาล

**2** ตกแต่ง ด้วยน้ำตาล

Buttercream Frosting

#### ปัญหา / เงื่อนไขและความต้องการ

- การใส่น้ำตาลจะต้องค่อยๆ ทยอยใส่
- ต้องการการตกแต่งที่สวยงาม มีดีไซน์
- Frosting หรือครีมไอซิ่งนั้นสามารถ รูปแบบที่สวยงามได้
- สามารถรูปแบบของเนื้อเค้กที่หลากหลาย ได้เช่น ชอกโกแลต
- บรรรจุภัณฑ์ที่มีส่วนอำนวยความสะดวก ช่วยลดความยุ่งยาก ซับซ้อนในการทำ จะช่วยให้กลุ่มเป้าหมายมีกำลังใจในการทำต่อจนสำเร็จ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## Chocolate Chip Cookies



แป้งอเนกประสงค์	1	ถ้วย
น้ำตาลทรายละเอียด	2	ช้อนโต๊ะ
น้ำตาลทรายแดง	1	ถ้วย
เกลือ	1/2	ช้อนชา
เบกกิ้งโซดา	1/2	ช้อนชา
ผงฟู	1/2	ช้อนชา
น้ำเชื่อมข้าวโพด	1	ช้อนโต๊ะ
ช็อกโกแลตชิพ, ช็อกโกแลตสับ	1	ถ้วย
วนิลา	2	ช้อนชา
เนยจืด	1/2	ถ้วย

14 ก้อน

- อุ่นเตาด้วยความร้อน 180 องศาเซลเซียส
- เนย + น้ำตาล
- + น้ำเชื่อมข้าวโพด + วนิลา
- + แป้ง + ผงฟู + เกลือ + เบกกิ้งโซดา
- + ช็อกโกแลตชิพ + ช็อกโกแลตสับ
- 15 - 20 นาที  
ราดช็อกโกแลตตุ่นเพิ่มความอร่อย




## ปัญหา / เจ็บใจและความต้องการ

- ส่วนประกอบที่ไขมันหลายชนิด ปริมาณที่เหลือหลังจากใช้ในแต่ละครั้งนั้นมีปริมาณมาก
- บรรจุภัณฑ์ที่มีส่วนอำนวยความสะดวก ช่วยลดความยุ่งยาก ชับซ้อนในการทำ จะช่วยให้กลุ่มเป้าหมายมีกำลังใจในการทำต่อจนสำเร็จ
- บรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำเข้าไมโครเวฟได้ เช่น เพื่อช่วยในการอุ่น ของช็อกโกแลตแต่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้


## Peanut Butter Brownie



แป้งอเนกประสงค์	1	ถ้วย
น้ำตาลทรายละเอียด	1	ถ้วย
เกลือ	1/2	ช้อนชา
ผงฟู	1/2	ช้อนชา
น้ำเชื่อมข้าวโพด	1	ช้อนโต๊ะ
ผงโกโก้	1/4	ถ้วย
ไข่	1	ฟอง
เนยจืด	1/2	ถ้วย
บัตเตอร์ครีม	1/4	ถ้วย
บัตเตอร์ซีพ	1/2	ถ้วย
วนิลา	1	ช้อนชา

6 ชิ้น(2x3)

- อุ่นเตาด้วยความร้อน 180 องศาเซลเซียส
- + แป้ง + ผงฟู + เกลือ + ผงโกโก้
- + เนยที่ละลายแล้ว + วนิลา
- 15 - 20 นาที




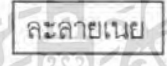



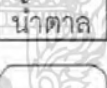



ปัญหา / เงื่อนไขและความต้องการ

- บรรรจุกณ์ที่มีส่วนอำนวยความสะดวก ช่วยลดความยุ่งยาก ชีบซ้อนในการทำ จะช่วยให้กลุ่มเป้าหมายมีกำลังใจในการทำต่อจนสำเร็จ
- บรรรจุกณ์ที่สามารถนำเขาไมโครเวฟได้ เช่น เพื่อช่วยในการอุ่นบัตเตอร์ครีม จะช่วยลดเวลาในการในการเตรียมอุปกรณ์รวมถึงการทำความสะดวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## Blueberry Swirl Cheesecakes

	แป้งเค้ก	2	ซูนโตะ
	น้ำตาลไอซิ่ง	1/4	ถวย
	แครกเกอร์	50	กรัม (1/2 ซอง )
	เบกกิ้งโซดา	1/2	ชอนชา
	ไข่	1	ฟอง
	บูลเบอร์รี่ฟิลลิ่ง	4	ซูนโตะ
	วานิลลา	1/2	ชอนชา
	เนยจืด	4	ซูนโตะ
	น้ามะนาว	1	ชอนชา
	ครีมเปรี้ยว	70	มิลลิลิตร
	ครีมชีส	125	กรัม

- ①อุ่นเตาด้วยความร้อน 150 องศาเซลเซียส
- ② ▶ บดแครกเกอร์ให้ละเอียด
- ③ ▶  ละลายเนย + 
- ④ ▶  กรใส่ถาด
- ⑤  ครีมชีส +  น้ำตาล
- ⑥ +  ครีมเปรี้ยว
- ⑦ +  วานิลลา
- ⑧ อบนาน 45 นาที  ไล่น้ำในถาด

## ปัญหา / เงื่อนไขและความต้องการ

- ส่วนประกอบที่ใช้มีหลายชนิด และมีราคาที่สูงปริมาณที่เหลือหลังจากใช้ในแต่ละครั้งนั้นมีปริมาณมาก อีกทั้งยังไม่สามารถเก็บไว้ได้นาน
- บรรรจุภัณฑ์ที่มีส่วนอำนวยความสะดวก ช่วยลดความยุ่งยาก ซับซ้อนในการทำ จะช่วยให้กลุ่มเป้าหมายมีกำลังใจในการทำต่อจนสำเร็จ
- บรรรจุภัณฑ์ที่มีส่วนร่วมในขั้นตอนการทำ เช่น บรรรจุภัณฑ์ของบูลเบอร์รี่ หากมีฟังก์ชันการใช้งานในการกรองด้วยแล้ว จะช่วยลดความยุ่งยากในการเตรียม หรือมีฟังก์ชันของหัวบีบที่สามารถสร้างลายของขนมที่สวยงามได้ ย่อมสร้างความน่ากิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## White Chocolate Cheesecake

	แป้งเค้ก	2	ช้อนโต๊ะ
	น้ำตาลไอซิ่ง	1/4	ถ้วย
	โอรีโอ	50	กรัม (1/2 ของ )
	เบกกิ้งโซดา	1/2	ช้อนชา
	ไข่	1	ฟอง
	บูลเบอร์รี่ฟิลลิ่ง	4	ช้อนโต๊ะ
	วนิลา	1/2	ช้อนชา
	เนยจืด	4	ช้อนโต๊ะ
	น้ำมะนาว	1	ช้อนชา
	ครีมเปรี้ยว	70	มิลลิลิตร
	ครีมชีส	125	กรัม

ภาคกลม  
6 นิ้ว


- 1.อุ่นเตาด้วยความร้อน 150 องศาเซลเซียส
2. ▶ บดโอรีโอหยาบๆ 
3. ▶ ละลายเนย + กรูเลอคาต  
4. ▶  + ครีมเปรี้ยว 
5. ▶ ครีมชีส + น้ำตาล 
6. ▶ +  +  
7. ▶   ใส่น้ำในถาด

## ปัญหา / เงื่อนไขและความต้องการ

- ส่วนประกอบที่ใช้มีหลายชนิด และมีราคาที่สูงปริมาณที่เหลือหลังจากใช้ในแต่ละครั้งนั้นมีปริมาณมาก อีกทั้งยังไม่สามารถเก็บไว้ได้นาน
- บรรรจุภัณฑ์ที่มีส่วนอำนวยความสะดวก ช่วยลดความยุ่งยาก ชับซ้อนในการทำ จะช่วยให้กลุ่มเป้าหมายมีกำลังใจในการทำต่อจนสำเร็จ
- บรรรจุภัณฑ์ที่มีส่วนร่วมในขั้นตอนการทำ เช่น บรรรจุภัณฑ์ที่ใส่ตุ๋นช็อกโกแลตขาว ในไมโครเวฟ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

strawberry shortcake



บิสกิต			
แป้งอเนกประสงค์	1	ถ้วย	
น้ำตาลทรายละเอียด	1/4	ถ้วย	
น้ำตาลทรายแดง	1	ถ้วย	
เกลือ	1/8	ช้อนชา	
เบกกิ้งโซดา	1	ช้อนชา	
ไข่	1	ฟอง	
วนิลา	1	ช้อนชา	
เนยจืด	1/4	ถ้วย	
สตอเบอริส	1	ถ้วย	
ครีม			
น้ำตาลทรายละเอียด	2	ช้อนโต๊ะ	
วนิลา	1/2	ช้อนชา	
วิปครีม	1/2	ถ้วย	

6-8 ที่

- 1 อุ่นเตาด้วยความร้อน 180 องศาเซลเซียส
- 2 + แป้ง + เบกกิ้งโซดา + เกลือ + น้ำตาล
- 3 + ไข่ + วนิลา
- 4 +
- 5 + ไข่ขาว + วิปครีม
- 6 15-20 นาที + วนิลา + น้ำตาล

แช่เย็นเสิร์ฟคู่กัน

ปัญหา / เจ็บใจและความต้องการ

- ส่วนประกอบที่ไข่มีหลายชนิด ปริมาณที่เหลือหลังจากไข่ในแต่ละครั้งนั้นมีปริมาณมาก
- บรรจุภัณฑ์ที่มีส่วนอำนวยความสะดวก ช่วยลดความยุ่งยาก ซับซ้อนในการทำ จะช่วยให้กลุ่มเป้าหมายมีกำลังใจในการทำต่อจนสำเร็จ
- บรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำเข้าไมโครเวฟได้ เช่น เพื่อช่วยในการอุ่น ของซ็อกโกแลตแท่ง

## Peach Upside-Down Cake

	แป้งเค้ก	1	ถ้วย
	น้ำตาลทรายละเอียด	1/2	ถ้วย
	เกลือ	1/2	ช้อนชา
	อบเชย(ซีเนมอน)	1/2	ช้อนชา
	น้ำเชื่อมขาวโพด	1	ช้อนโต๊ะ
	ผงฟู	1/2	ช้อนชา
	ไข่	1	ฟอง
	เนยจืด	1/4	ถ้วย
	วานิลลา	1	ช้อนชา
	นม	1/2	ถ้วย
	ลูกพีชสด		

6 ชั้น(2x3)

- 1 ต้มลูกพีช 1 นาที ปอกเปลือก แลวลไลต์
- 2 ปล่อยให้เย็นในภาชนะแล้วเรียง เป็นแถว
- 3 + แป้ง + เบบกิ้งโซดา + เกลือ + น้ำตาล
- 4 + นม + วานิลลา
- 5 15 - 20 นาที

## ปัญหา / เงื่อนไขและความต้องการ

- บรรรจภัณฑ์ที่มีส่วนอำนวยความสะดวก ช่วยลดความยุ่งยาก ซับซ้อนในการทำ จะช่วยให้กลุ่มเป้าหมายมีกำลังใจในการทำต่อจนสำเร็จ
- ส่วนประกอบที่ใช้มีหลากหลาย และ บางชนิดเป็นรายการที่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ไม่ทราบ การรวมชุดและกำหนดปริมาณที่เหมาะสม ช่วยอำนวยความสะดวก ในวันตอนการทำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า : จากการวิเคราะห์ข้อมูลของการทำขนมแต่ละรายการนั้นทำให้เราได้ข้อสรุปที่เป็นข้อมูลสำคัญในการทำวิทยานิพนธ์ โดยข้อมูลที่ว่านั้นได้แก่

- ปริมาณของส่วนผสมชนิดต่างๆที่ใช้ในแต่ละเมนู ปริมาณที่เหมาะสมในการทำขนมแต่ละครั้งโดย ไม่เหลือเก็บหรือทิ้งนั้นช่วยลดปัญหาการจัดเก็บ และการเสียหายของสินค้าได้
- ลำดับขั้นตอนการทำ การทราบถึงลำดับของขั้นตอนการทำขนม ช่วยให้เราทราบถึงพฤติกรรมการใช้งาน และความต้องการบรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภค

ผลต่อการทำวิทยานิพนธ์ : ปริมาณของส่วนผสม ช่วยให้เราทราบถึงปริมาณที่เหมาะสมในการบรรจุส่วนผสมต่างๆ และ ลำดับขั้นตอนการทำ ช่วยให้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการในการใช้งานของผู้บริโภค ให้ผู้บริโภคนั้นได้เข้าใจ ถึงลำดับของขั้นตอนการทำได้ง่ายและไม่เกิดความสับสน โดยจากข้อมูลที่ทำการวิเคราะห์นั้นสรุปได้เป็นตาราง ดังนี้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1 แสดงปริมาณส่วนผสมของขนมในแต่ละเมนู

รายการ	แป้ง			หยด/กรรมาด/ ตะยี่ด น้ำตาลทรายขาว (Granulated)	น้ำตาล (Sugar)		เกลือ	ผงฟู	เบกิ้งโซดา	อบเชย Cinamon	ผงโกโก้	Cracker	จำนวนที่ (Serve)	ไข่	น้ำเชื่อม ขาวใส
	เอนกประสงค์	เค้ก	ข้าวโพด		น้ำตาลทรายแดง (Brown Sugar)	ไอซิ่ง (icing)									
Vanilla Cupcake with B.F		2 Cup				2 Cup	1/2 Tsp			1 Tsp			16	3	
Chocolate Chip Cookies	2 Cup				1 Cup		1/2 Tsp	1/2 Tsp	1/2 Tsp				14	1	1 Tbsp or น้ำผึ้ง 7 Tbsp
Peanut Butter Brownies	3 Cup			3 Cup			1/2 Tsp		1/2 Tsp		1/3		13*9*2	2	
Blueberry Swirl Chees		2 Tbsp				(1/4) Cup						1/2 ของ	กลม 2	1	
White Choc Cheesecake		2 Tbsp				(1/4) Cup					โรยตกแต่ง 1/2 Tsp	1/2 ของ (ไอริโอ)	กลม 2	1	
Strawberry Shortcake	1 Cup			(1/2) Cup			1/2 Tsp		2 Tsp				6-8	1	
Peach Upside down Cake		1 Cup					1/2 Tsp		1 Tsp				4.5*4.5=4 3*3=9	2	

ตารางที่ 2 แสดงปริมาณส่วนผสมขนมในแต่ละเมนู (ต่อ)

รายการ	White Choc Chocolate	Chocolate Chip Butter Chip	Peanut Butter Cream	วานิลลา	สีผสมอาหาร	เนยจืด	นม (ปริมาณที่ใจ)	Whiped	Cream	สิ่งที่จะต้องมี	sourcream
Vanilla Cupcake with B F				1 Tsp	ทาบด	1/2 Cup				นม	
Chocolate Chtp Cookies	Choc 1 แท่ง	Choc Chip 1 Cup		2 Tsp		1/2 Cup					
Peanut Butter Brownies		Butter Chip 1 Cup	1/4 แท่ง	2 Tsp		1/2 Cup					
Blueberry Swirl Chees			Blueberry Filling 3-4 ช้อน	1/2 Tsp		3 Tbsp				มรณา 1 Tsp sourcream 1/2	1/2
White Choc Cheesecake	White 1 แท่ง			1/2 Tsp		3 Tbsp				มรณา 1 Tsp sourcream	1/2
Strawberry Shortcake				1/4 Tsp		1/4 Cup (เนยเย็น)		1/2 Cup light havy whipped 1 Cup	1 Tbsp	สตอว์เบอร์รี่	
Peach Upside down Cake				1/4 Tsp		1/4 Cup	1/2 Cup	1 Cup		Peach นม	

วิทยาลัยนิพนธ์ : โครงการเสนอแนะการออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ตกแต่งขนมและชุดทำขนมด้วยตนเอง ในเครือตราสินค้า Vanilla Industry

TOP								
	01 CRACKER	02 เม้ม (ซุสนัทไฟโชน)	03 เม้ม (ซุสนัทไฟโชน)	04 น้ำตาล	05 บุกรยวี คิลลิ่ง	06 ครีม	07 วนิลา	
FRONT								
TOP								
	08 น้ำเชื่อมข้าวโพด	09 เม้ม	10 เม้ม	11 ฟิตนัทคัสตาร์ด	12 ซ็อกโกแลตคอง	13 ไข่เป็ด	14 น้ำตาลเม็ดกลมแดง	15 มาร์ชเมลโล
FRONT								

**LOGO**  
 vanillaDIY

รวมหน่วย

16 โครงสร้าง 56 ชิ้นงาน

เมื่อนำข้อมูลของส่วนผสมในแต่ละรายการมาวิเคราะห์ จะได้ดังตารางต่อไปนี้

รายการ	ไข่			สารประกอบไขมันสัตว์ น้ำตาลทรายขาว (Granulated)	น้ำตาล (Sugar)		เกลือ	ผงฟู	เบกิ้งโซดา	ผงโกโก้	Cracker	จำนวนที่ (Serve)	ไซ้	น้ำที่ผสม รวมทั้งหมด
	เนย/มาร์جرين	เค้ก	ขาวโพลด		น้ำตาลทรายขาว (Brown Sugar)	ไซ้ (Powder)								
Vanilla Cupcake with B.F		2 Cup			2 Cup	1/2 Tsp		1 Tsp				16	3	
Chocolate Chip Cookies	2 Cup			1 Cup		1/2 Tsp	1/2 Tsp	1/2 Tsp				14	1	1 Tbsp น้ำแข็ง 7 Tbsp
Peanut Butter Brownies	3 Cup			3 Cup		1/2 Tsp		1/2 Tsp	1/3			13"8"2	2	
Blueberry Swirl Chees		2 Tbsp			(1/4) Cup						1/2 ของ	กมม 2	1	
White Choc Cheesecake		2 Tbsp			(1/4) Cup				โรยบนผิว 1/2 Tsp		1/2 ของ (ไซ้ไอ)	กมม 2	1	
Strawberry Shortcake	1 Cup			(1/2) Cup		1/2 Tsp		2 Tsp				6-8	1	
Peach Upside down Cake		1 Cup				1/2 Tsp		1 Tsp				4.8"4.8-4 3"3-6	2	

รายการ	White Choc Chocolate	Chocolate Chip Sugar Chip	Peanut Butter Cream	วานิลลา	ไขมันถั่วขาว	เนยพืช	นม (ปริมาณที่ไซ้)	Whipod	สิ่งที่ต้องใส่	sourcream
Vanilla Cupcake with B.F				1 Tsp	นมสด	1/2 Cup			นม	
Chocolate Chip Cookies	Choc 1 แท่ง	Choc Chip 1 Cup		2 Tsp		1/2 Cup				
Peanut Butter Brownies		Butter Chip 1 Cup	1/4 แท่ง	2 Tsp		1/2 Cup				
Blueberry Swirl Chees			Blueberry Fillings 3-4 แท่ง	1/2 Tsp		3 Tbsp		นมรวม 1 Tsp sourcream 1/2		1/2
White Choc Cheesecake	White 1 แท่ง			1/2 Tsp		3 Tbsp		นมรวม 1 Tsp sourcream		1/2
Strawberry Shortcake				1/4 Tsp		1/4 Cup (นมเย็น)		1/2 Cup of heavy whipod 1 Cup	สตรอเบอรี่	
Peach Upside down Cake				1/4 Tsp		1/4 Cup	1/2 Cup	1 Cup	Peach นม	

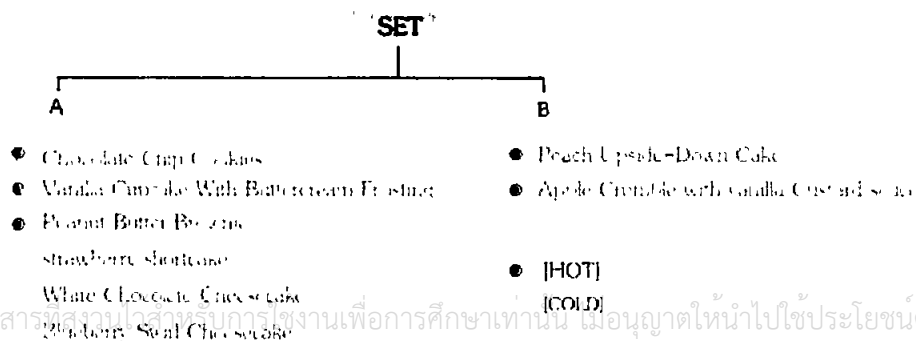
ส่วนผสมที่นำมาจัดเซต  
 ชุดเค้กเย็น(cold)

ภาพตารางที่ 4 แสดงส่วนผสมที่นำมาจัดเซตและการจำแนกชุดเค้ก  
จากตาราง : พบว่า

ส่วนผสมที่นำมาจัดเซต คือ ส่วนผสมที่ถูกใช้ร่วมกับเมนูอื่น มากกว่า 1 เมนู ซึ่งจะมีปริมาณการบรรจุที่เท่ากันหรือต่างกันขึ้นอยู่กับแต่ละสูตรการทำของขนม

ชุดเค้กเย็น (cold cake) คือชุดเค้กที่ต้องเก็บส่วนผสมหรือวัตถุดิบในการทำที่อุณหภูมิ ต่ำ เช่น ครีมเปรี้ยว (sour cream) อีกทั้งยังรวมไปถึงขั้นตอนการทำ ที่ต้องอาศัยอุณหภูมิที่ต่ำใน การทำ เช่น การแช่เย็นเพื่อให้ตัวขนมนี้มันได้ เซตตัวอยู่ทรง และยังเป็นการเพิ่มความอร่อยให้แก่ ขนมอีกทางหนึ่งด้วย

ชุดเค้กร้อน (Hot cake) คือชุดเค้กที่สามารถเก็บรักษาได้ในอุณหภูมิปกติ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับครู/นางงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ขอบเขตของโครงการในด้านคุณภาพ (ครั้งสุดท้าย)

### 1.ด้านการออกแบบกราฟิกและการสื่อความหมายบนบรรจุภัณฑ์

- ออกแบบตราสัญลักษณ์ชิ้นใหม่ (Corporate Logo) เพื่อการนำไปใช้บนบรรจุภัณฑ์ เพื่อแสดงถึงเอกลักษณ์ของตน และเกิดการจดจำ
- ออกแบบกราฟิก ให้เกิดเอกลักษณ์ร่วม (Corporate Identity) ในสินค้า เพื่อแสดงถึงความเป็น กลุ่มเดียวกัน (Unity) ของผลิตภัณฑ์ภายใต้เอกลักษณ์ของตราสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจและจดจำ รวมถึงการแสดงความแตกต่างของสินค้า ตามประเภท การใช้งาน สร้างความสะดวกในการใช้งาน
- ออกแบบกราฟิกที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของตราสินค้า (Brand Identity) เพื่อเป็นการสร้างเอกลักษณ์ให้กับตัวสินค้า
- แสดงข้อมูลที่สำคัญซึ่งเกี่ยวกับสินค้า ที่บรรจุอยู่ด้านในให้ผู้บริโภคทราบ เช่น ชื่อของผลิตภัณฑ์ วิธีการใช้งาน ส่วนประกอบ รสชาติ วัน/เดือน/ปีที่ผลิต วันหมดอายุ และน้ำหนักสุทธิ เป็นต้น ทั้งยังรวมถึงข้อมูลอื่น ๆ ที่เป็นข้อบังคับทางกฎหมายให้ครบถ้วน

### 2.ด้านการออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์

- ออกแบบทั้งรูปร่างและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ ให้มีเอกลักษณ์ร่วมกัน (Corporate Identity) ตลอดจนนำมาประยุกต์เอกลักษณ์ลงบนสินค้า ที่มีโครงสร้างต่างกัน เพื่อแสดงให้เห็นถึงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสินค้า ภายใต้เอกลักษณ์ของสินค้า เดียวกันได้อย่างมีคุณภาพ โดยที่ในขณะเดียวกันนั้นต้องสามารถแบ่งแยกสินค้าแต่ละชนิดได้อย่างไม่สับสน
- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ ตรงกับตำแหน่งของสินค้าที่วางไว้ และตอบสนองของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้
- ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยคำนึงถึงปัจจัยสำคัญดังนี้ คือ การบรรจุที่ดี ง่ายและสะดวก (Containment) มีการคุ้มครองและปกป้องสินค้าดีทั้งจากการวาง การขนส่งและ การจัดเก็บรักษา (Protection) สามารถอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคสินค้า ผู้จำหน่ายได้ (Convenience) และส่งเสริมการขาย โดยเลือกประโยชน์ในด้านการจัดวางสินค้า (Promotion)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์ : โครงการเสนอแนะการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ตกแต่งขนมและชุดทำงานนมด้วยตนเอง ในเครือตราสินค้า Vanilla Industry										
ขอบเขตงาน										
ชื่อนักศึกษา : นางสาวกชกร อุนจะนำ										
รายการผลิตภัณฑ์		รายละเอียดของบรรจุภัณฑ์							คุณภาพงาน	
ประเภท	รายการ	ส่วนประกอบเพิ่ม	ปริมาณงาน	ส่วนประกอบต่าง	ปริมาณงาน	ส่วนประกอบรวม	ปริมาณงาน	ตัวรวมหน่วย		
Decorate Set	ชุดรอง (HOT CAKE)	Chocolate Chip Cookies	Chocolate Decorate	1 โครงสร้าง 4 กราฟิก	ปากช้อนบัวโพด	1 โครงสร้าง 1 กราฟิก	เบย	1 โครงสร้าง 4 กราฟิก	1 โครงสร้าง 4 กราฟิก	<ul style="list-style-type: none"> <li>✔ Containment</li> <li>✔ Protection</li> <li>✔ Convenience</li> <li>✔ Promotion</li> </ul>
		Vanilla Cupcake	Buttercream Decorate		0	0	วปด	1 โครงสร้าง 4 กราฟิก		
	ชุดรอง (HOT CAKE)	Peach Upside Down Cake	Peach In syrup	1 โครงสร้าง 4 กราฟิก	ปากปิ้ง	(ใช้โครงสร้างร่วมกับเบย) 1 กราฟิก	พวงฟู	1 โครงสร้าง 12 กราฟิก		
		Peanut Butter Brownie	Peanut Buttercream Decorate		พวงโกโก้	1 โครงสร้าง 1 กราฟิก	แปง	1 โครงสร้าง (2 ขนาด) 4 กราฟิก		

ตารางที่ 5.1 ตารางแสดงการเสนองานออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ตกแต่งขนมและชุดทำขนมด้วยตนเอง ในเครือตราสินค้า Vanilla Industry

หัวข้อวิทยานิพนธ์ : โครงการเสนอแนะการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ตกแต่งขนมและชุดทำขนมด้วยตนเอง ในเครือตราสินค้า Vanilla Industry											
ขอบเขตงาน											
ชื่อนักศึกษา : นางสาวกชกร อุณจะนำ											
รายการผลิตภัณฑ์		รายละเอียดของบรรจุภัณฑ์							คุณภาพงาน		
ประเภท	รายการ	ส่วนประกอบเพิ่ม	ปริมาณงาน	ส่วนประกอบต่าง	ปริมาณงาน	สีที่ใช้	ปริมาณสี	ตัวรวมหน่วย			
Decorate Set	ชุดเย็น (COLD CAKE)	Blueberry Swirl Cheesecake	Blueberry Decorate	1 โครงสร้าง 3 กราฟิก	โยเกิร์ต	1 โครงสร้าง 2 กราฟิก	ม่วง + ฟ้า	1 โครงสร้าง 3 กราฟิก	1 โครงสร้าง 3 กราฟิก	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Containment</li> <li>✓ Protection</li> <li>✓ Convenience</li> <li>✓ Promotion</li> </ul>	
		White Chocolate Cheesecake	White Chocolate Decorate		คริสตัล		น้ำตาล				1 โครงสร้าง 3 กราฟิก
		strawberry shortcake	strawberry Decorate		แครกเกอร์		1 โครงสร้าง 1 กราฟิก				วอลลา
				0	0	เบย	1 โครงสร้าง 3 กราฟิก				
รวมปริมาณของชิ้นงานที่นำเสนอในโครงการทั้งสิ้น								16 โครงสร้าง 60 กราฟิก 61 ชิ้นงาน			

## ความเป็นไปได้ของโครงการ

### 1. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านนโยบาย

โครงการนี้เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับ ช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ในรูปแบบของ ซูเปอร์มาเก็ตชั้นนำ หรือ Vanilla Shop ซึ่งเป็น self service ซึ่งจะขายสินค้าภายใต้แบรนด์ Vanilla ซึ่งเป็นนโยบายที่วางแผนไว้ในอนาคต

### 2. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเศรษฐกิจ

ผลิตภัณฑ์ของสินค้าภายใต้แบรนด์ของ Vanilla รวมทั้งสินค้าที่เป็น D.I.Y BAKERY ภายใต้ชื่อ Vanilla Industry เป็นสินค้าที่อยู่ในเครือของ บริษัท S&P จำกัด(มหาชน) ซึ่งทำให้ได้รับการดูแล ให้ความช่วยเหลือ ได้รับการสนับสนุนจากทางบริษัท S&P ในหลายด้านทั้ง เงินทุน บุคลากร Know-how , Operation รวมทั้งด้านการจัดการบริหารในส่วนของ Back Office ตลอดจนการผลิตในบางส่วน

( ที่มา: หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ 29 ตุลาคม – 4 พฤศจิกายน พ.ศ.2550)

ดังนั้นจึงมีศักยภาพเพียงพอในการแตกไลน์สินค้าตัวใหม่ โดยมีการพัฒนาและต่อยอดมาจากสินค้า D.I.Y BAKERY ของ Brand Vanilla Industry ได้เลย ซึ่งจะได้มาตรฐาน และมีการควบคุมคุณภาพเช่นเดียวกับสินค้าในเครือของ บริษัท S&P การสร้างผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับการใช้งาน และตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภคได้ดี จะช่วยลดการนำเข้าของสินค้าต่างประเทศ เกิดผลดีต่อเศรษฐกิจภายในประเทศ

### 3. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านสังคม

การเปิดโอกาสและส่งเสริมให้เยาวชน ได้ใช้เวลาว่างทำกิจกรรมที่เกิดประโยชน์ ถือว่าเป็นการปลูกฝังที่ดี เมื่อโตขึ้นจะกลายเป็นผู้ใหญ่ที่มีคุณภาพ เชื้อมั่นในตนเอง มองโลกในแง่บวก เข้าใจผู้อื่น (หนังสือพิมพ์กรุงเทพวันอาทิตย์. 2550) เมื่อองค์ประกอบของครอบครัวมีคุณภาพ ก็ย่อมส่งผลต่อการเกิดสังคมที่น่าอยู่เช่นกัน การทำขนมถือเป็นกิจกรรมหนึ่ง ที่ได้รับการยืนยันจากผลงานวิจัยว่ามีประโยชน์ ซึ่งสามารถทำได้ทั้งคนเดียว หรือในรูปแบบของกลุ่มเพื่อนได้ เช่น การทำขนมเพื่อจัดในงานปาร์ตี้ ทำขึ้นเนื่องในวันสำคัญหรือโอกาสพิเศษ เป็นต้น

### 4. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการศึกษาและการออกแบบ

โครงการนี้เป็นศึกษาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิก การเลือกใช้วัสดุและกรรมวิธีการผลิต รวมไปถึงการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้า พฤติกรรมของผู้บริโภค และการตลาด เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบ ให้ตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภค และความต้องการของตลาดได้ดี

## สรุปความเป็นไปได้ของโครงการ

โครงการออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์ โครงการเสนอแนะการออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ตกแต่งขนมและชุดทำขนมด้วยตนเอง ภายใต้ตราสินค้า Vanilla Industry นี้มีความเป็นไปได้ เนื่องจากมีการวิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้ประกอบกันในหลายๆด้าน ทั้งใน  
ด้านนโยบาย ด้านเศรษฐกิจ และด้านสังคม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## แนวทางการศึกษาวิจัย

### 1. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ

- ศึกษาข้อมูลลักษณะ รูปแบบ และสัดส่วน
- ศึกษาทั้งด้านกายภาพและคุณสมบัติ ของผลิตภัณฑ์
- ศึกษาข้อมูลการเก็บรักษา และการบรรจุที่เหมาะสม

### 2. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์

- ศึกษาเทคโนโลยีการผลิต และการบรรจุเพื่อเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม
- ศึกษาทั้งด้านกายภาพและคุณสมบัติ ของผลิตภัณฑ์
- ศึกษาปริมาณของการบรรจุสินค้าที่มีอยู่ในปัจจุบัน

### 3. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการตลาด

- ศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าทำเบเกอรี่ และผลิตภัณฑ์ตกแต่งขนม
- ศึกษาผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในท้องตลาด คู่แข่ง
- ศึกษากลยุทธ์ทางการตลาด ที่จะนำมาใช้
- ศึกษาสินค้าข้างเคียง วิเคราะห์ เพื่อสร้างความแตกต่าง

### 4. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

- ศึกษาลักษณะ ความต้องการ รสนิยม และ การใช้งานของผู้บริโภค
- ศึกษาทัศนคติหรือสิ่งที่อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ
- ศึกษาพฤติกรรมการใช้งานและปัญหาที่เกิดขึ้น

### 4. ศึกษาข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ทำขนม

- ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับฉลาก
- ศึกษาข้อมูลมาตรฐานของผลิตภัณฑ์

## ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. บรรจุภัณฑ์ตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมการใช้งานของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้
2. เพื่อออกแบบให้บรรจุภัณฑ์ มีส่วนช่วยลดขั้นตอน และวิธีการที่ซับซ้อน แต่สามารถสร้างสรรค์รูปแบบของขนมที่สวยงามหลากหลาย หรือให้ออกมา ในรูปแบบที่ผู้บริโภคต้องการเองได้
3. บรรจุภัณฑ์สามารถนำมาประยุกต์ใช้ เป็นส่วนหนึ่งของขั้นตอนในการประกอบอาหาร และบรรจุภัณฑ์ยังเอื้อต่อการนำมากลับมาประยุกต์ใช้ ลดปริมาณการเพิ่มขึ้นของขยะ
4. บรรจุภัณฑ์สามารถคุ้มครองสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ อำนวยความสะดวกในการขนส่งและจัดจำหน่าย
5. บรรจุภัณฑ์สามารถอำนวยความสะดวกในการใช้งาน สามารถสื่อความหมาย แบ่งประเภทสินค้า รวมถึงการแสดงผลและรายละเอียด ขั้นตอนการใช้งานต่างๆ ได้เป็นอย่างดี
6. บรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือ ตลอดจนภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นแก่ตัวสินค้า สร้างการยอมรับและทัศนคติที่ดีจากผู้บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## บทที่ 2 การค้นคว้าและสรุปผลข้อมูล


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับบริษัทผู้ผลิต

### 2.1.1 ประวัติความเป็นมาเกี่ยวกับบริษัทบริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)

ในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะขอนำเสนอข้อมูลแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

- ส่วนที่เกี่ยวข้องกับ บริษัทเอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)
- ส่วนที่เกี่ยวข้องกับ ร้าน วานิลลา อินดัสทรี (Vanilla Industry)

<b>ชื่อบริษัท</b>	บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)
<b>ธุรกิจหลัก</b>	เครื่องร้านอาหาร และ เบเกอรี่ ผู้ผลิตเค้ก ขนมปัง ขนมอบ ขนมไทย ผลิตภัณฑ์อาหารและเบเกอรี่สำเร็จรูป แช่แข็ง บริการส่งอาหารถึงบ้าน บริการจัดเลี้ยงนอกสถานที่ บริหารและลงทุนเปิดร้านอาหารไทยใน ต่างประเทศ
<b>ที่ตั้ง</b>	457-457/6 สุขุมวิท 55 ( ซอยทองหล่อ ) ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110
<b>ตราสัญลักษณ์</b>	

รูปที่ 2 แสดงรูปโลโก้ของบริษัท เอส แอนด์ พี

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2516 ชื่อ บริษัท เอส แอนด์ พี จำกัด โดยพี่น้องตระกูลโรวา และคิลาออน ดำเนินกิจการร้านอาหารและเบเกอรี่ที่มีคุณภาพ ในบรรยากาศสบาย ๆ เป็นกันเอง เพื่อให้บริการกับกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ระดับปานกลาง ร้านเอส แอนด์ พี "S & P" เปิดดำเนินการแห่งแรกในซอยประสานมิตร สุขุมวิท 23 ในปีเดียวกัน อาหารและบริการของ "S & P" ได้รับความนิยมและความเชื่อถือจากลูกค้าอย่างรวดเร็ว จนมีการขยายสาขาเพิ่มอีกหลายแห่ง ในเวลาต่อมาตามแหล่งทำเลที่สำคัญต่างๆ ในกรุงเทพมหานคร ปัจจุบันกลุ่ม S&P มีร้านอาหาร และร้านเบเกอรี่ ทั้งในและต่างประเทศร่วม 300 สาขา

### ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทในเครือ

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) และกลุ่มบริษัทในเครือ ประกอบธุรกิจร้านอาหารและร้านเบเกอรี่ รวมทั้งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ภายใต้ชื่อ เอส แอนด์ พี ซึ่งสามารถแบ่งจำแนกประเภทธุรกิจได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ร้านอาหารและร้านเบเกอรี่ในประเทศ

เปิดดำเนินการสาขาร้านอาหารและสาขาร้านเบเกอรี่ทั่วประเทศภายใต้ชื่อร้าน "S & P" "Patio" "Patara" "Vanilla" "มังกรทอง" และ "Blue Cup"

### ร้านอาหารในต่างประเทศ

เปิดดำเนินการสาขาร้านอาหารไทยในต่างประเทศ 20 แห่ง ภายใต้ชื่อร้าน "Patara" "Siam Kitchen" "Thai" และ "Patio"

### ผลิตและจำหน่ายสินค้าภายใต้ชื่อ "S&P"

ผลิตและจำหน่ายสินค้าเบเกอรี่ อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งผลิตภัณฑ์ไส้กรอกและแฮม ซีและกลิ้งที่ใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร ภายใต้ชื่อ "S & P" "Delio" และ "Royallee" ผ่านสาขาร้านอาหารและเบเกอรี่ และห้างซูเปอร์มาร์เก็ต รวมทั้งส่งสินค้าออกไปยังต่างประเทศ

### บริการอื่นๆ

ให้บริการที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เช่น บริการจัดส่งอาหารถึงบ้านและบริการรับจัดเลี้ยงนอกสถานที่

### 2.1.1.1 ร้านอาหารและร้านเบเกอรี่ในประเทศ ให้บริการภายใต้ชื่อร้านต่าง ๆ ดังนี้



#### S&P Restaurants

เป็นร้านอาหารที่ให้บริการเติมรูปแบบด้วยอาหารนานาชาติ เค้ก ของหวาน ไอศกรีมและเครื่องดื่ม โดยให้บริการกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย ตั้งแต่ครอบครัว นักเรียนนักศึกษา คนทำงาน ฯลฯ



#### Blue Cup & Tea

เป็นแบรนด์เครื่องดื่มจำหน่ายกาแฟสดคุณภาพดี ปัจจุบันมีให้บริการในร้าน S&P 120 จุด นอกจากนี้ยังได้เปิดร้าน Blue cup เน้นการจำหน่ายกาแฟและชาชั้นดีจากต่างประเทศขึ้นเป็น 2 สาขา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



### Patio

เป็นร้านอาหารฝรั่งในบรรยากาศสบาย ๆ โดยมีเมนูอาหารซึ่งคัดสรรแล้ว และจัดเสิร์ฟอย่างมีสไตล์ และยังจำหน่ายผลิตภัณฑ์โฮมเมดจำพวก น้ำสลัด ซุป พาสต้า ซอสรสต่าง ๆ



### Vanilla Industry

เป็นร้านอาหารและเบเกอรี่แนวทันสมัย จำหน่ายอาหารฝรั่งและขนมหวานประเภทต่างๆ จัดบรรยากาศร้านเจือกลิ่นอายแบบยุโรป เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าที่เป็นคนรุ่นใหม่ นอกจากนี้ยังเปิดสอนการทำอาหารให้กับผู้ที่สนใจด้วย ทั้งนี้ ภายใต้ชื่อ Vanilla จะแบ่งเป็นร้านอาหารในแนวต่างๆ เช่น Vanilla Industry, Vanilla Restaurant และ Vanilla Brasserie เป็นต้น



### มังกรทอง

เป็นร้านอาหารจีนสมัยใหม่รสชาติระดับภัตตาคาร พร้อมบริการตี๋มชาวลเลิศ



### Grand Seaside

เป็นร้านอาหารทะเลตั้งอยู่ที่แหลมฟาน อำเภอศรีราชา ให้บริการอาหารต่าง ๆ โดยเน้นเมนูอาหารทะเลที่สด สะอาด ท่ามกลางบรรยากาศชายทะเล และยังมีบริการจัดเลี้ยงสำหรับแขกจำนวนมากอีกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.1.2 ร้านอาหารในต่างประเทศ บริษัท เอส แอนด์ ที โกลเบิล จำกัด เป็นผู้บริหาร  
ร้านอาหารสาขาของเอสแอนด์ทีในต่างประเทศ ซึ่งปัจจุบันมีอยู่ 20 สาขา ภายใต้ชื่อต่างๆ ดังนี้



**Patara Fine Thai Cuisine**

เป็นร้านอาหารไทยร่วมสมัยเจาะกลุ่มลูกค้าระดับบน โดยเน้นความประณีตในการนำเสนอรสชาติของอาหาร การให้บริการ ตลอดจนรูปแบบการตกแต่งร้าน อาหารของร้าน "Patara" มีรสชาติที่คงเอกลักษณ์ของอาหารไทยแท้



**Siam Kitchen**

เป็นร้านอาหารไทยแบบเรียบง่ายในสิงคโปร์ เน้นอาหารจานเดียว ท่าเลที่ตั้งส่วนใหญ่จะอยู่ตามห้างสรรพสินค้าตกแต่งร้านใช้รูปแบบทันสมัย แต่แฝงความเป็นไทยด้วยวัสดุอุปกรณ์ที่แท้ ทางร้านได้รับเครื่องหมายรับรองฮาลาล (Halal) ทำให้สามารถให้บริการลูกค้าชาวมุสลิมที่มีอยู่เป็นจำนวนมากในสิงคโปร์

**Thai**

เป็นร้านอาหารไทยแนวร่วมสมัยอยู่ในกรุงเทพฯ ประเทศสวีตเซอร์แลนด์ เน้นเมนูอาหารไทยผสมตะวันตก ตกแต่งร้านในแนวหรูหรา เจ็กลิ้นอาย ความเป็นไทยด้วยวัสดุตกแต่ง

**Patio**

เป็นร้านอาหารฝรั่งร่วมสมัยในบรรยากาศสบาย ๆ เมนูเน้นอาหารตะวันตกที่ คัดสรรแล้ว โดยมีเมนูอาหารไทยบางรายการซึ่งเป็นที่ชื่นชอบของชาวต่างประเทศ ตกแต่งร้านในแบบเรียบง่าย และใช้วัสดุตกแต่งร้านจากประเทศไทยเพื่อแสดงเอกลักษณ์ของความเป็นไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.1.1.3 ผลิตภัณฑ์ และสินค้า

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทนั้นแบ่งได้เป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ ปัจจุบัน บริษัทฯ มีโรงงานผลิตสินค้า เค้ก เบเกอรี่ ขนมปัง และขนมไหว้พระจันทร์ อยู่ 2 แห่ง ในกรุงเทพมหานคร คือที่ถนนสุขุมวิทซอย 62 และที่ถนนบางนา – ตราด กม. 23.5 กับอีก 1 แห่งอยู่ที่จังหวัด เชียงใหม่ โรงงานทั้ง 3 แห่งมีกำลังการผลิตโดยรวมประมาณ 8,440 ตันต่อปี และใช้กำลังการผลิตอยู่ที่ร้อยละ 73 ของกำลังการผลิตทั้งหมด วัตถุดิบสำคัญ เช่น แป้ง น้ำตาล นม เนย ไข่ เป็นวัตถุดิบที่จัดหาได้ง่ายภายในประเทศ จึงไม่ประสบปัญหาเรื่องการขาดแคลน

#### 2. ผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็ง

- อาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง “ควิกมีล”(Quick Meal) เพียงอุ่นไมโครเวฟก็ สามารถรับประทานได้ทันที
- อาหารแช่แข็งประเภทถุง
- ผลิตภัณฑ์ประเภทซอสน้ำจิ้มและเครื่องแกงต่างๆเพื่อเป็นวัตถุดิบให้ร้านอาหาร

#### 3. ผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์แปรรูป

- ผลิตภัณฑ์ไส้กรอกและแฮม ประเภทบรรจุสุญญากาศสำหรับขายปลีก

#### 4. ผลิตภัณฑ์พาสต้าและวัตถุดิบเจือปนอาหาร

- ผลิตภัณฑ์พาสต้าและวัตถุดิบเจือปนอาหาร ได้แก่ ผงฟู ผสมอาหาร ผงคัสตาร์ด แป้งแพนเค้ก และแป้งผสมสำหรับทำเบเกอรี่ ภายใต้แบรนด์ “รอยัลลีส”
- สายการผลิตนี้ยัง รับผิดชอบ บด ผสมแป้งประเภทต่างๆ น้ำตาลป่น โดยบรรจุตามขนาดที่ลูกค้าต้องการ

#### 5. ผลิตภัณฑ์อื่นๆ

- บริษัท ได้มีการจ้างให้ผู้ผลิตภายนอกผลิตสินค้าเช่น ข้าวเกรียบกุ้ง-ปลา ถั่วอบกรอบ ขนมไทย รังนก ฯลฯ ภายใต้ชื่อ s & p
- บริษัท ได้ผลิต ซอส น้ำซุ๊ป และน้ำสลัดภายใต้ชื่อ “Patio” เพื่อจำหน่ายให้ร้านอาหารในสาขาและ ซูเปอร์มาเก็ตชั้นนำอีกด้วย
- ผลิตภัณฑ์ภายใต้ชื่อ Vanilla เช่น ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ อุปกรณ์ทำเบเกอรี่ ของที่ระลึก เป็นต้น

6. ด้านบริการมีบริการจัดส่งอาหารถึงบ้าน และจัดเลี้ยงนอกสถานที่ นอกจากนี้ยังมีบริการอาหารปิ้งโตจัดส่งบริการถึงบ้านอีกด้วย และมีบริการจัดงานเลี้ยงนอกสถานที่ทุกประเภท เช่น งานแต่งงาน งานวันเกิด งานประชุมสัมมนา เป็นรูปแบบการให้บริการแบบครบวงจร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 2.1.1.4. ข้อมูลทางการตลาด

นโยบายการตลาดของบริษัทฯ ยึดถือเป็นปรัชญาหลักในการดำเนินงานเสมอมา คือ การสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า และให้ตระหนักถึงชื่อของ S&P เมื่อนึกถึงอาหารและเบเกอรี่ที่มีคุณภาพและบริการ อันอบอุ่นน่าประทับใจ สวมกับคำขวัญ “ผู้ให้บริการชั้นยอด และผลิตภัณฑ์ชั้นเยี่ยม” (Super Service & Premium Products) กลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทแบ่งได้เป็น 4 ประเภทดังนี้

##### 1. ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

บริษัทฯ ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ทั้งทางด้านอาหาร และเบเกอรี่อย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการและวิถีชีวิตของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ได้แก่ แบล็คฟลอร์ เรสดีทรีมโรล, คุกกี้พรีเมียม (รสชีส บัตเตอร์แยมริง อัลมอนด์ ช็อคโกแลตชิพ และอัลมอนด์บอล) ได้กรอกคลาสสิก (ค็อกเทล ฮอทด็อก เวียนนา) เบคอน อาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง “เทสต์ มีล” (Tasty meal) ผลิตภัณฑ์เจลลี่สำเร็จรูปตรา “เจลิโอ” (Jelio) เป็นต้น

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้นำเสนอผลิตภัณฑ์ภายใต้ชื่ออื่นนอกเหนือจากชื่อ S&P ซึ่งได้แก่ Patio, Vanilla และ Delio เพื่อเป็นการขยายฐานไปสู่กลุ่มลูกค้าใหม่ๆ อีกด้วย ทางด้านบรรจุภัณฑ์ บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัยและสวยงาม เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกสรร และนำไปเป็นของขวัญของกำนัลได้ในทุกโอกาส ให้สมกับคำที่ว่า “สุขใจผู้ให้ พอใจผู้รับ”

##### 2. การกำหนดราคา

บริษัทฯ มีนโยบายในการกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์โดยคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ดังนี้

- ต้นทุนของวัตถุดิบหลัก และต้นทุนในการผลิต
- ราคาขายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มคู่แข่ง หรือเกณฑ์ราคาขายโดยทั่วไปในตลาด
- อัตราผลกำไรขั้นต้นที่ต้องการสร้างจากผลิตภัณฑ์กลุ่มนั้นๆ

##### 3. ช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทฯ มีช่องทางการจัดจำหน่ายหลักอยู่ 5 ช่องทาง ได้แก่

- 3.1 ร้านอาหารและร้านเบเกอรี่ในประเทศ – ปัจจุบันร้านอาหารในเครือของ S&P มีทั้งหมด 85 สาขา (รวมร้าน Patara, Patio, Vanilla, Bluecup และมังกรทอง) และ ร้านเบเกอรี่ทั้งหมด 148 สาขา ซึ่งกระจายอยู่ทั่วประเทศ
- 3.2 ร้านอาหารในต่างประเทศ – ภายใต้ชื่อ Patara, Siam Kitchen, Thai และ Patio
- 3.3 บริการจัดส่งถึงบ้านและจัดเลี้ยงนอกสถานที่ หรือรับจัดเลี้ยงนอกสถานที่ต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4 ซูเปอร์มาร์เก็ต คอนวีเนียนสโตร์และร้านค้าปลีก - บริษัทฯ ได้มีการกระจายสินค้า คู่ก๊ี้ Delio อาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง ขนมไหว้พระจันทร์และผลิตภัณฑ์อื่นๆ ภายใต้ชื่อ S&P ไปตาม ซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำและคอนวีเนียนสโตร์ทั่วประเทศ เพื่อบริการผู้บริโภคกลุ่มต่างๆ ได้อย่างทั่วถึง และทำให้สินค้าของบริษัทฯ เป็นที่รู้จักมากขึ้น

3.5 การส่งออก - บริษัทฯ ได้ขยายตลาดอาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง และขนมไหว้พระจันทร์ ไปจำหน่าย ในต่างประเทศ โดยผ่านตัวแทนจัดจำหน่ายในประเทศนั้นๆ และได้กำหนด เป้าหมายที่จะเพิ่มความสำคัญของตลาดต่างประเทศให้มากขึ้น โดยได้ปรับปรุงและขยายส่วนการผลิตให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลเพื่อรองรับนโยบายดังกล่าว

#### 4. การประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการตลาด

บริษัทได้กำหนดกลยุทธ์เพื่อสร้าง Brand Loyalty โดยการจัดกิจกรรมให้เด็กๆ และกลุ่ม สมาชิกอย่างต่อเนื่อง เช่น การสอนแต่งหน้าเค้กให้กับนักเรียนชั้นประถมศึกษา ปีที่ 3 จำนวน 30 โรงเรียนในกรุงเทพฯ เพื่อให้เด็กๆ ได้รับความสนุกสนานและใช้จินตนาการในการสร้างสรรค์ อย่างเต็มที่ และจัดกิจกรรม "Cooking is Fun" Day Camp ให้สมาชิก S&P Jak-ka-Jee Club และ ผู้ปกครอง เพื่อให้รู้จักการอยู่ร่วมกัน

##### 2.1.1.5 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันธุรกิจเบเกอรี่

ในส่วนของธุรกิจเบเกอรี่นั้น เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันค่อนข้างสูง ทั้งจาก ผู้ประกอบการ ในประเทศและต่างประเทศ แต่ก็จัดว่าเป็นตลาดที่มีมูลค่าโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ น่าสนใจ ดังนั้น นอกเหนือจาก การให้ความสำคัญด้านความสะอาดและรสชาติที่ดีตามมาตรฐาน ของ S&P แล้ว บริษัทฯ ยังเน้นการพัฒนา บรรจุภัณฑ์ให้ทั้งความสวยงาม เก็บถนอมอาหารได้ดี และสะดวกแก่การบริโภค เป็นการเพิ่มมูลค่าให้สินค้า เบเกอรี่ของบริษัทฯ และสร้างความพึงพอใจ ให้แก่ลูกค้าอีกด้วย

## 2.1.2 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับร้าน วานิลลา อินดัสทรี (Vanilla Industry)

Vanilla เป็นชื่อของร้านอาหารในเครือของ บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) :ซึ่งร้านอาหารภายใต้ชื่อ Vanilla ได้แก่



### Royal Vanilla

ร้านอาหารจีน บริการเมนูติ่มซำ และอาหารแบบจีน Street ในสไตล์วานิลลาตกแต่งร้านจำลองบรรยากาศแบบโรงเตี๊ยมจีนโบราณ ด้วยการใส่เฟอร์นิเจอร์ที่เรียบง่ายสไตล์จีน



### Vanilla Restaurant

ตกแต่งร้านสไตล์คาเฟ่ในวินัยอร์ก มีบริการอาหารเช้า ไอศกรีม เบเกอรี่ นอกจากนี้ยังมีอาหารบริการทั้งอิตาเลียน และเอเชียให้ลิ้มลองมากขึ้น



### Vanilla Brasserie

ร้านที่ตกแต่งสไตล์ French Cafe นอกจากอาหารอิตาเลียน และเบเกอรี่แล้ว ยังมีบริการเครป แดนอร่อยในสูตรของ Vanilla



### Vanilla Garden

ร้านอาหารในสวน บรรยากาศอบอุ่นเสมือนบ้านที่มีความร่มรื่น และอยู่อาศัยมานาน ในอาณาบริเวณ 3 ไร่ ประกอบไปด้วยร้าน 3 ร้าน ได้แก่ วานิลลา คาเฟ่ / รอยัล วานิลลา และร้านหนังสือ Sauce



### Vanilla Cafe

ร้านอาหารสไตล์อิตาเลียน-ญี่ปุ่น บริการอาหาร เบเกอรี่ เครปสไตล์ญี่ปุ่น และเครื่องดื่ม ตกแต่งแบบ Retro สไตล์ญี่ปุ่นที่เน้นความเรียบง่าย และให้แต่ละมุมในร้านมีความเป็นส่วนตัว เหมือนมารับประทานอาหารบ้านเพื่อน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



สมุดโน้ตจำหน่ายอีกด้วย ส่วนชั้นที่ 2 เป็นร้านอาหารเล็กๆ นั่งสบาย มีความเป็นส่วนตัว มีจำนวน 6 โต๊ะ 20 ที่นั่ง การตกแต่งร้านเป็นการผสมผสานระหว่างโมเดิร์นและคลาสสิก บริการอาหาร เช่น สปาเก็ตตี้ ซุป สลัด เพสโต้ เค้ก ในรสชาติที่ถูกใจวัยรุ่น และชั้นที่ 3 เป็นห้องสอนทำอาหารขนาด 6-8 ท่าน ซึ่งเป็นการสอนทำอาหารเพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำกลับไปทำให้คนที่บ้านรับประทาน หรือจัดปาร์ตี้เองได้ที่บ้าน



รูปที่ 4 แสดงส่วนของหน้าร้านที่บอกรายละเอียดของร้านทั้งสามชั้น (ซ้าย)  
แสดงส่วนของหน้าร้านที่บอกรายละเอียดของร้านทั้งสามชั้น (ซ้าย)



รูปที่ 5 แสดงภาพส่วนของชั้นสองซึ่งเป็นส่วนที่นั่งรับประทานอาหาร (ซ้าย)  
แสดงภาพส่วนของชั้นสามซึ่งเป็นห้องเรียนสอนทำขนม อาหาร (ซ้าย)

**จุดเด่น :** การตกแต่งเค้กในลักษณะ D.I.Y. ผู้ที่เค้ามานั่งทานสามารถเลือกของตกแต่งเค้กเองได้ และยังมีส่วนประกอบ วัตถุดิบอื่นๆ รวมไปถึงอุปกรณ์การทำเบเกอรี่จำหน่าย นำกลับไปทำที่บ้านได้ หรือหากติดใจในรสชาติของขนมนั้น สามารถเรียนทำขนมได้ที่ร้าน ชั้น 3 ในส่วนของ Cooking Workshop ซึ่งมีอุปกรณ์และวัตถุดิบให้เลือก ครบครัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.2.1 สินค้าที่จำหน่ายภายใต้แบรนด์ วานิลลา อินดัสทรี (Vanilla Industry)  
 สินค้าในร้านนั้นทั้งหมดประกอบไปด้วย

01 CAKE

02 CHOCOLATE

03 BROWNIE

04 D.I.Y. BEKERY

05 SOUVENIR

06 GIFT BOX



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



จากข้อมูลสินค้าทั้งหมดภายในร้านนี้สินค้าที่เกี่ยวข้องและจะนำมาพิจารณาในโครงการนี้คือ

- 01 CAKE
- 02 CHOCOLATE
- 03 BROWNIE
- 04 D.I.Y. BEKERY
- 05 SOUVENIR
- 06 GIFT BOX

- CAKE
- CHOCOLATE
- BROWNIE
- D.I.Y. BEKERY

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.1.3 การวิเคราะห์สรุปผลข้อมูลที่มีต่อการออกแบบ

วิเคราะห์ทั้งในส่วนของคุณสมบัติ บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) และร้านวนิลา อินดัสทรี (Vanilla Industry) ดังนี้

- บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) มีศักยภาพเพียงพอในการผลิตสินค้าในโครงการสำหรับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ทั้งในด้านของ วัตถุดิบ กรรมวิธีการผลิต และ บรรจุภัณฑ์
- แบรินด์วนิลา นั้นได้รับการดูแล ให้ความช่วยเหลือ การสนับสนุนจากทางบริษัท S&P ในหลายด้านทั้ง เงินทุน บุคลากร Know-how , Operation รวมทั้งด้านการจัดการบริหารในส่วนของ Back Office ตลอดจนการผลิตในบางส่วน
- พบโอกาสในการขยายตลาดของสินค้าเดิมในร้าน วนิลา อินดัสทรี เนื่องจาก ลักษณะการทำและตกแต่งเค้กในลักษณะ D.I.Y. นั้น เป็นจุดเด่นที่สร้างความสนใจให้กับลูกค้า และที่สำคัญยังสามารถพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคกลุ่มใหม่ เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางจัดจำหน่ายด้วย ซึ่งจากเดิมนั้นจะขายสินค้าเพียงในร้าน มาเป็นสามารถวางขายแข่งขันกับสินค้าอื่นใน ซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำได้อีกด้วย

### 2.2 ข้อมูลเบื้องต้นของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของผลิตภัณฑ์ในโครงการนั้นจะ แบ่งพิจารณาเป็น 2 ส่วนคือ

- ผลิตภัณฑ์ D.I.Y. BEKERY เดิมของร้าน ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ
- ผลิตภัณฑ์ D.I.Y. BEKERY ในชุด ที่มีรูปแบบการทำลักษณะใหม่

## 2.2.1 ผลิตภัณฑ์ D.I.Y. BEKERY เดิมของร้าน ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ

### ผลิตภัณฑ์



### ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

#### 01 D.I.Y CAKE

บรรจุในบรรจุภัณฑ์พลาสติกใส มี 2 รส คือ  
 วานิลลา และช็อกโกแลต  
 ราคา 270 และ 330 บาท



#### 02 D.I.Y CUPCAKE

บรรจุในบรรจุภัณฑ์พลาสติกใส หลายรสให้เลือก  
 บรรจุ 1 กล่อง 9 ชิ้น  
 ราคา 360 บาท



#### 03 SUGAR DOLL

บรรจุในบรรจุภัณฑ์พลาสติกใส พิมพ์ลายกราฟฟิก  
 บรรจุ 1 ตัว / กล่อง ส่วนใหญ่จะเป็นรูปสัตว์  
 ราคา 70 บาท



#### 04 ASSORTED SHAPE SUGAR PASTE

บรรจุในบรรจุภัณฑ์พลาสติกใส พิมพ์ลายกราฟฟิก  
 มีทั้งที่เป็นรูปสัตว์ ผลไม้ ดาวและหัวใจ  
 ราคา 70 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ผลิตภัณฑ์



## ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

## 05 SUGARPASTE

บรรจุในกระปุกพลาสติก มีฉลากสติ๊กเกอร์ปิดด้านหน้า  
ราคา 60 บาท



## 06 CAKE DECORATING

บรรจุในบรรจุภัณฑ์พลาสติกใสกลม  
มีหลายลักษณะทั้งเป็นแบบเม็ดกลมมีสีและรสต่างกันให้  
เลือก เช่น เป็นรูปสัตว์คละกัน เป็นรูปหมีสีชมพู ก้อยยี่เหลือง  
ดอกไม้ ดาว และหัวใจเป็นต้น  
รูปสัตว์ ผลไม้ ราคา 60 บาท / กระปุก  
ดอกไม้ ดาว และหัวใจ ราคา 40 บาท / กระปุก



## 07 SANDING SUGAR &amp; ROCK SUGAR

บรรจุในบรรจุภัณฑ์พลาสติกใสกลม  
มีหลายลักษณะทั้งเป็นแบบเม็ดกลมมีสีและรสต่างกันให้  
เลือก เช่น เป็นรูปสัตว์คละกัน เป็นรูปหมีสีชมพู ก้อยยี่เหลือง  
ดอกไม้ ดาว และหัวใจเป็นต้น  
รูปสัตว์ ผลไม้ ราคา 60 บาท / กระปุก  
ดอกไม้ ดาว และหัวใจ ราคา 40 บาท / กระปุก



## 08 PIPING GEL

บรรจุในขวดพลาสติก มีลักษณะการใช้งานคือ  
ตัดที่ปลายของขวด แล้วบีบตกแต่งได้ตามต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ผลิตภัณฑ์



## ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

09 FOOD COLOURING

บรรจุในบรรจุภัณฑ์พลาสติกใส มี 2 รส คือ  
วนิลา และช็อกโกแลต

ราคา 270 และ 330 บาท



10 D.I.Y CUPCAKE

ถ้วยสำหรับบีบ สามารถใช้ได้ทั้งครีมตกแต่ง เนื้อเค้ก หรือ  
เนื้อคุกกี้ที่ผสมเสร็จแล้ว ทำจากพลาสติกที่มีความยืดหยุ่น  
ทำให้ง่ายต่อการบีบ 1 ซอง มี 2 ขนาด อย่างละ 4 ชิ้น

ราคา 50 บาท



11 CAAKE CARD

ป้ายสำหรับเขียนข้อความต่างๆ ใช้ปักลงไปบนตัวเค้ก  
มีหลายแบบให้เลือก เพื่อให้เหมาะสมกับเค้กที่ทำ  
ราคา 20 บาท



14 PARTY CUP

แก้วสำหรับบริการงานเลี้ยง มี 3 สี 3 ขนาดคือ

Black 8 oz. ราคา 80 บาท

pink 16 oz. ราคา 110 บาท

yellow 1 pint ราคา 180 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ผลิตภัณฑ์



## ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

15 ICE – CREAM CUP

ถ้วยสำหรับใส่อไอศกรีม มี 2 ขนาดคือ

Small ราคา 80 บาท

Large ราคา 180 บาท

ราคา 270 และ 330 บาท



16 CANDLE

เทียนสำหรับเค้กวันเกิด มีทั้ง 1 สี / 1 ช่อง , คละสี / 1 ช่อง

บรรจุในซองกระดาษพิมพ์ลายกราฟฟิก เจาะหน้าต่างให้เห็น

สินค้าด้านใน มี 2 ขนาด คือ

Small / 5 candle sticks ราคา 45 บาท

Large / 7 candle sticks ราคา 35 บาท



17 PARTY STRAW

หลอดบรรจุอยู่ในกล่องพลาสติกใส เพื่อโชว์สีล้นของตัวสินค้า  
มีหลายสีให้เลือก

ราคา 80 บาท

## 2.2.1.1 การวิเคราะห์สรุปผลข้อมูลที่มีต่อการออกแบบ

- ผลิตภัณฑ์ D.I.Y. BEKERY เดิมของร้าน ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ นั้นมีความหลากหลายทั้งในเรื่องของวัตถุดิบ และรูปแบบ สีล้นที่หลากหลาย
- ในส่วนของบรรจุภัณฑ์ จะเน้นการโชว์ความสวยงาม และสีล้นของสินค้าที่อยู่ภายใน เพื่อง่ายต่อการเลือกของลูกค้าที่จะนำวัตถุดิบหรือสินค้าชิ้นใดไปตกแต่งบนตัวเค้ก
- ลักษณะของพฤติกรรมที่มีผลต่อบรรจุภัณฑ์นั้น ยังไม่สามารถอำนวยความสะดวก ให้แก่ผู้บริโภคได้ตามความต้องการ การเปิด ปิดใช้งาน และลักษณะของการเก็บเพื่อรักษาอายุการใช้งานของสินค้านั้นยังมีข้อจำกัดอยู่อีกมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.2.2 ผลิตภัณฑ์ D.I.Y. BEKERY ในชุด ที่มีรูปแบบการทำลักษณะใหม่

ผลิตภัณฑ์	ผลิตภัณฑ์ที่มีใน ท้องตลาด	ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
 <p>น้ำตาลเหลว</p>		<p>01 น้ำตาลเหลว</p> <p>น้ำตาลเหลวที่มีอยู่ในท้องตลาดจะมี 2 ลักษณะ คือ แบบใส และแบบขุ่น(ที่มีส่วนผสมของแป้งลงไปด้วยหากอยู่ในอุณหภูมิปกติจะแข็งตัว</p>
 <p>น้ำตาลเม็ดสำหรับโรย</p>		<p>02 Sprinkles Sugar</p> <p>ในปัจจุบันมีน้ำตาลโรยตกแต่งหลายหลายรูปแบบ อีกทั้งยังมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะกับพฤติกรรมการใช้งาน ให้ผู้บริโภคได้สร้างสรรค์ผลงานได้อย่างสนุกและสวยงาม</p>
 <p>แป้งคุกกี้</p>		<p>03 COOKIE MIX</p> <p>แป้งคุกกี้สำเร็จรูป มีขั้นตอนการทำที่ง่ายใช้เวลาไม่มาก</p>
 <p>ตัวเคลือบ</p>		<p>03 วัตุดิบที่ใช้ในการเคลือบ</p> <p>ช็อคโกแลต ถือเป็นวัตุดิบที่ใช้ในการเคลือบได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน เพราะเป็นตัวที่สร้างความน่ารับประทานและเป็นส่วนที่สำคัญในการสร้างความอร่อย</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ที่มีใน  
ท้องตลาด

## ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

## 04 แป้งเค้กสำเร็จรูป

มีลักษณะเป็นซองเหลว พร้อมที่จะนำไป  
ได้เลยไม่ต้องผ่านการเตรียม และการผสม  
ยุ่งยากซับซ้อน เพียงแค่เติมน้ำแล้วเขย่า



## 05 ครีมเค้ก และ มูส

ในปัจจุบันมีครีมเค้กและมูสบรรจุอยู่ใน  
ภาชนะหลายลักษณะ ทั้งในแบบกระป๋  
แบบขวด หรือที่เป็นสเปรย์ ทั้งนี้จะสอดคล้อง  
กับรูปแบบการใช้งานของแต่ละกิจกรรม



## 07 CAKE MIX

แป้งเค้กนี้จะมีให้เลือกหลายแบบขึ้นอยู่กับ  
ความต้องการของผู้บริโภคว่าจะเลือกใช้  
ชนิดใด เช่น แป้งบราวนี่ แป้งเค้กวนิลา  
แป้งเค้กช็อกโกแลต แป้งมัททินเค้ก ซึ่ง  
เป็นแป้งสำเร็จรูปที่ใช้เวลาไม่มากในการ  
เตรียมอุปกรณ์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ที่มีใน  
ท้องตลาด

## ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

08 สีผสมอาหาร

สีผสมอาหารแบบน้ำ

09 น้ำตาลก้อน

ในปัจจุบัน มีน้ำตาลโรยตกแต่งหลาก  
หลายรูปแบบ อีกทั้งยังมีการพัฒนา  
บรรจุภัณฑ์ให้ เหมาะกับพฤติกรรมกา  
รใช้งาน ให้ผู้บริโภคได้สร้างสรรค์ผลงาน  
ได้อย่างสนุกและสวยงาม



10 มาร์ซิแพน

มาร์ซิแพน คือ ตัวตกแต่งเค้กที่มี  
ลักษณะทางกายภาพคล้ายกับ ลูกชุบ  
แต่ทำมาจาก อัลมอนกับน้ำตาลอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**2.2.3 ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ในโครงการออกแบบและเงื่อนไขความต้องการของบรรจภัณฑ์**  
จากการวิเคราะห์ขอบเขตของโครงการออกแบบทำให้เราแบ่งประเภทของชุดทำเค้กตามอุณหภูมิของ  
การทำและการเก็บรักษาวัตถุดิบ ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 ชุด คือ

- ชุดเค้กเย็น (Cold Cake)  
ส่วนผสมต่าง : โยเกิร์ต / ครีมชีส  
ส่วนผสมร่วม : แป้ง + ผงฟู / น้ำตาล / วานิลา / เนย
- ชุดเค้กร้อน (Hot Cake) มีส่วนผสม คือ  
ส่วนผสมต่าง : น้ำเชื่อมข้าวโพด / น้ำมันพืช / ผงโกโก้  
ส่วนผสมร่วม : เนย / น้ำตาล / วานิลา / เบกกิ้งโซดา / ผงฟู / เกลือ / แป้ง

## 2.3 ข้อมูลสินค้าเทียบเคียงและสินค้าคู่แข่ง

ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าเทียบเคียงและสินค้าคู่แข่งที่มีอยู่ในท้องตลาดนั้นจำแนกเป็น 2 กลุ่ม

- สินค้าที่ผลิตขึ้นในประเทศ (Local Brand)
- สินค้าจากต่างประเทศ (Global Brand)

ตราสินค้าบางยี่ห้อ (Brand) นั้นมีสายการผลิตสินค้ามากกว่าหนึ่งสายการผลิต เช่น ตราสินค้าที่มี  
ทั้งผลิตภัณฑ์ ประเภทวัตถุดิบหรือส่วนผสม (Ingredient) และ มีผลิตภัณฑ์ที่เป็นของตกแต่งขนม  
(Decoration) ด้วย หรือในผู้ผลิตบางรายที่มีศักยภาพในการผลิตสูง ก็จะมีทั้งการผลิตสินค้าที่  
เกี่ยวกับเครื่องมือรวมถึงอุปกรณ์ที่ใช้ในการทำขนมอีกด้วย

เมื่อกล่าวถึงขั้นตอนหรือกรรมวิธีการทำขนมเค้ก (cake) หรือ เบเกอรี่ (bakery) นั้น ตั้งแต่ขั้นตอน  
แรกจนถึงขั้นตอนสุดท้ายที่พร้อมเสิร์ฟนั้น ซึ่งประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์หลัก 3 กลุ่ม คือ

- ☑ วัตถุดิบหรือส่วนผสม (Ingredient)
- ☑ ของตกแต่ง (Decoration)
- ☑ อุปกรณ์และเครื่องมือ (Equipment)

## 2.3.1 สินค้าที่ผลิตขึ้นในประเทศ (Local Brand)

## 2.3.1.1 Lhan'sKitchen

	<p>✔ วัดคุณภาพหรือส่วนผสม (Ingredient)</p>
<p>ช่องทางการจัดจำหน่าย</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>● จะซื้อได้ที่ซูเปอร์มาเก็ต(Supermarket) ระดับบน (Premium) เช่น Paragon, Emporium, Market Place, Villa Market, เป็นต้น และเป็นสินค้าที่ส่งออกต่างประเทศ</li> </ul>
<p>ภาพลักษณ์</p>	<p>เป็นผลิตภัณฑ์ เน้นการสร้างความสะดวกสบายให้กับผู้บริโภค เป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภค ใช้ระยะเวลาในการทำน้อย</p>
<p>กลุ่มเป้าหมาย</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● กลุ่มแม่บ้าน</li> </ul>
<p>ลักษณะบรรจุภัณฑ์</p>	<p>มีทั้งที่เป็นแบบกล่อง กระดาษธรรมดาและเป็นพลาสติกชนิดที่สามารถนำเข้าเตาอบได้</p> 
<p>ลักษณะกราฟิก</p>	<p>ตราสินค้า: ชื่อตราสินค้าใช้ตัวอักษรเป็นตัวเขียนเหมือนกับการเขียนด้วยมือ ร่วมกับการใช้รูปหมวกเพื่อสร้างเอกลักษณ์</p> <p>ภาพประกอบ : เป็นภาพจริงของขนมที่เสร็จแล้ว</p> 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้




## 2.3.1.2 UFM

	<ul style="list-style-type: none"> <li>✔ วัดดูดิบหรือส่วนผสม (Ingredient)</li> <li>✔ ของตกแต่ง (Decoration)</li> <li>✔ อุปกรณ์และเครื่องมือ (Equipment)</li> </ul>
<p>ช่องทางการจัดจำหน่าย</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● จะซื้อได้ที่ซูเปอร์มาเกต(Supermarket) และร้านขายอุปกรณ์ทำขนมทั่วไป</li> </ul>
<p>ภาพลักษณ์</p>	<p>เนื่องจากผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้านี้ มีหลายตราสินค้าด้วยกัน ยกตัวอย่างเช่น</p>  <p>แบ่งบัตเตอร์ทราฟเฟอเอ็ม      แบ่งทิปปีช็อคโกแลต และแบ่งที่เป็นที่คุ้นเคย และนิยมใช้กันคือ แบ่งตราว่าว</p> <p>แต่ภาพลักษณ์รวมกันนั้นคือเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีนาน ราคาไม่สูง แต่ได้ปริมาณสินค้าที่มากเป็นที่นิยมของแม่บ้าน และร้านทำเบเกอรี่</p>
<p>กลุ่มเป้าหมาย</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● แม่บ้าน และร้านทำเบเกอรี่</li> </ul>
<p>ลักษณะบรรจุภัณฑ์</p>	<p>จะมีทั้งแบบกล่องกระดาษที่ภายในมีถุงบรรจุแบ่งอยู่ กับเป็นของพลาสติกของเดี่ยวที่บรรจุแบ่งเลย</p>
<p>ลักษณะกราฟิก</p>	<p>มีการใช้ทั้งภาพจริงและภาพวาด และมีการใช้สีหรือภาพขนมแบ่งชนิดของแบ่ง</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.3.2 สินค้าจากต่างประเทศ (Global Brand)

### 2.3.2.1 Betty Crocker

	<ul style="list-style-type: none"> <li>✔ วัตถุดิบหรือส่วนผสม (Ingredient)</li> <li>✔ ของตกแต่ง (Decoration)</li> <li>✔ อุปกรณ์และเครื่องมือ (Equipment)</li> </ul>
<p>ช่องทางการจัดจำหน่าย</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● หากเป็นวัตถุดิบหรือส่วนผสม(Ingredient)จะซื้อได้ที่ซูเปอร์มาเกต(Supermarket)ทั่วไป โดยที่จะมีชนิดของสินค้าให้เลือกมากขึ้นที่ซูเปอร์มาเกต(Supermarket) ระดับบน(Premium) เช่น Paragon, Emporium, Market Place, Villa Market, เป็นต้น</li> <li>● ของตกแต่ง(Decoration)จะมีจัดจำหน่ายอยู่ที่ซูเปอร์มาเกต(Supermarket)ระดับบน(Premium) เท่านั้น</li> </ul>
<p>ภาพลักษณ์</p>	<p>น่ารักประหลาด มีความน่าเชื่อถือ ให้ความรู้สึกเชื่อมั่นถึงเด็กที่ทำออกมานั้นจะมีความอร่อยแน่นอน เป็นสากล มีความหลากหลายของรสชาติ มีของตกแต่งให้เลือกใช้ครบครัน จัดเป็นชุดได้</p>
<p>กลุ่มเป้าหมาย</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ร้านเบเกอรี่และแม่บ้านที่ทำงานจะเป็นจะเลือกใช้แบ่งธรรมชาติไม่ทำให้แบ่งสำเร็จรูป</li> </ul> <div style="text-align: center;">  <p>Product for All Your Baking Needs.</p> </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ผู้ที่ต้องการทำขนมและกลุ่มแม่บ้านสมัยใหม่ที่ไม่เชี่ยวชาญในการทำขนม และต้องการความเร่งสะดวกสบาย</li> </ul> <div style="text-align: center;">  <p>Give in to the delicious taste of Betty Crocker® Premier and Power Rich.</p> </div>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• วิทยาลัยรวมถึงผู้ที่ต้องการทำขนมแต่ไม่มีความชำนาญหรือขาดอุปกรณ์ที่สำคัญ เช่น เตาอบ</li> </ul>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• เด็กรวมถึงวัยรุ่นตลอดจนผู้ที่ต้องการตกแต่งขนมแต่ไม่มีความถนัด หรือต้องการความรวดเร็ว โดยที่สามารถใช้เป็นกิจกรรมครอบครัวได้</li> </ul> 
<b>ลักษณะบรรจุภัณฑ์</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• คำนึงถึงการใช้งาน เช่น การบีบครีมออกมาในรูปแบบต่างๆ ทั้งมูส ครีมเจล เป็นต้น และบรรจุภัณฑ์ยังเป็นส่วนสำคัญ ช่วยสร้างให้การตกแต่งมีความสวยงามมากขึ้น</li> <li>• ความต้องการของผู้บริโภค ที่ต้องการความรวดเร็ว สะดวกสบายมากขึ้น บรรจุภัณฑ์ที่สามารถปรุงให้สุกด้วยไมโครเวฟจึงตอบสนองความต้องการได้เป็นอย่างดี</li> </ul> 
<b>ลักษณะกราฟฟิก</b>	<p><b>ตราสินค้า:</b> มีสัญลักษณ์ของช้อนแดงตัดตัวหนังสือสีขาวเป็นตัวเขียนภาษาอังกฤษ</p> <p><b>ภาพประกอบ:</b> มีการใช้ภาพจริงรวมกับการนำเสนอจุดเด่น ด้วยการใส่ ตัวอักษรและภาพ illustrate เช่น อบได้ด้วยไมโครเวฟ</p> 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.3.2.2 Arrowhead Mills

	<ul style="list-style-type: none"> <li>✔ วัตถุดิบหรือส่วนผสม (Ingredient)</li> <li>✔ อุปกรณ์และเครื่องมือ (Equipment)</li> </ul>
<p>ช่องทางการจัดจำหน่าย</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● จะซื้อได้ที่ซูเปอร์มาเกต(Supermarket) ระดับบน (Premium) เช่น Paragon, Emporium, Market Place, Villa Market, เป็นต้น</li> </ul>
<p>ภาพลักษณ์</p> 	<p>เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใส่ใจสุขภาพของผู้บริโภคและใส่ใจในสิ่งแวดล้อม โดยใช้วัตถุดิบธรรมชาติที่มาจากระบบเกษตรอินทรีย์(Organic Farming) โดยได้รับการตรวจสอบจากหน่วยงานตรวจสอบการนำเข้าสินค้าอาหารและเกษตรจากต่างประเทศของสหรัฐอเมริกา(USDA)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● โดยมีการนำเสนอแนวความคิดที่ว่า "ครอบครัวของคุณไม่เพียงแต่มีสุขภาพแข็งแรงเจริญเติบโต แต่คุณยังเป็นผู้ที่รักษาและทำความสะอาดให้กับโลกอีกด้วย"</li> <li>● มีการเน้นถึงส่วนผสมที่สำคัญและคุณประโยชน์ เช่น เพิ่มปริมาณโปรตีน เป็นต้น เพื่อเป็นการประกันในคุณภาพ</li> </ul>  
<p>กลุ่มเป้าหมาย</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● กลุ่มคนที่ต้องการทำเด็กหรือขนม ซึ่งใส่ใจในสุขภาพ มีการตระหนักถึง การเลือกอาหารเพื่อบริโภค ชื่นชอบอาหารออร์แกนิก</li> </ul>
<p>ลักษณะบรรจุภัณฑ์</p>	<p>มีทั้งที่เป็นแบบกล่องกระดาษและถุงพลาสติก(เนื่องจากผลิตภัณฑ์ต้องป้องกันจากความชื้น) และเป็นขวดเนยถั่ว(Peanut Butter) มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับการใช้งาน เช่น ฐานรองชีสเค้กที่สามารถนำเข้าตู้อบได้</p> 
<p>ลักษณะกราฟิก</p> 	<p><u>ตราสินค้า</u>: มีการใช้สีแดง น้ำเงิน ทอง และใช้สีขาวตัด มีการใช้กราฟิกต้นข้าวร่วมด้วย เป็นการเน้นถึงผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ</p> <p><u>ภาพประกอบ</u> : มีการใช้ภาพกราฟิกที่เล่าเรื่องราวของเกษตรกรที่ใส่ใจดูแลพืชพันธุ์และช่วยรักษาโลก ร่วมกับภาพถ่ายอาหาร</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรณีใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.3.2.3 Orgran

	<p>☑ วัตถุดิบหรือส่วนผสม (Ingredient)</p>
<p>ช่องทางการจัดจำหน่าย</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● จะซื้อได้ที่ซูเปอร์มาเก็ต(Supermarket) ระดับบน (Premium) เช่น Paragon, Emporium, Market Place, Villa Market, เป็นต้น</li> </ul>
<p>ภาพลักษณ์</p> 	<p>ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดเป็นอาหารจากธรรมชาติที่ปราศจากกลูเตน (Gluten Free) รวมไปถึงปราศจากการตัดต่อพันธุกรรมใด ทุกผลิตภัณฑ์ เพื่อสุขภาพที่ดีขึ้น และปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ "ทุกผลิตภัณฑ์นั้นปราศจาก กลูเตน, ข้าวสาลี, นม, ไข่, ยีสต์, การตัดต่อพันธุกรรมและเป็นอาหารมังสวิรัต"( All product are Gluten Free, Wheat Free, Dairy Free, Egg free, Yeast Free, GMO Free and Vegan.)</p>
<p>กลุ่มเป้าหมาย</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ผู้ที่มีระบบย่อยอาหารผิดปกติจากการติดเชื้อสารโปรตีนแต่มีความต้องการที่จะรับประทานอาหาร ซึ่งมักจะมีข้าวสาลี เป็นส่วนประกอบ ซึ่งเป็นสิ่งต้องห้าม</li> <li>● กลุ่มคนที่ต้องการทำเค้กหรือขนม ใส่ใจในสุขภาพ มีการตระหนักถึง การเลือกอาหารเพื่อบริโภค ชื่นชอบอาหารออร์แกนิก</li> <li>● ผู้ที่รับประทานอาหารเจและมังสวิรัต</li> </ul>
<p>ลักษณะบรรจุภัณฑ์</p>	<p>เป็นกล่องกระดาษและเป็นถุงพลาสติกที่มีส่วนที่ใส แสดงให้เห็นถึงสินค้าภายใน ส่วนกล่อง จะมีถุงพลาสติกบรรจุแบ่งอยู่ด้านใน</p> 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p><b>ลักษณะกราฟิก</b></p>	<p><b>เอกลักษณ์ร่วม(Identity):</b>บรรจุกัณฑ์ส่วนบนมีการใช้ลายทางชาวบนพื้นแดง ตัดกับ ตราयीหือสินค้า(Logo)</p> <p><b>ภาพประกอบ :</b>ใช้ภาพถ่ายอาหารจริงประกอบ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• มีสัญลักษณ์แสดงให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์ปราศจากส่วนประกอบใดบ้าง เป็นการเน้นย้ำคุณภาพ</li> </ul> <div data-bbox="737 476 1180 810"> </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>• หากเป็นสินค้าสำหรับเด็กจะมีการใช้ภาพการ์ตูนเพื่อเป็นการดึงดูดผู้บริโภค</li> </ul> <div data-bbox="730 941 908 1188"> </div>
----------------------------	--

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.3.2.4 Green's

	<ul style="list-style-type: none"> <li>✔ วัตถุดิบหรือส่วนผสม (Ingredient)</li> <li>✔ ของตกแต่ง (Decoration)</li> </ul>
<b>ช่องทางการจัดจำหน่าย</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● จะซื้อได้ที่ซูเปอร์มาเก็ต(Supermarket) ระดับบนของต่างประเทศ แต่ไม่มีการจัดจำหน่ายภายในประเทศ</li> </ul>
<b>ภาพลักษณ์</b> 	<p>เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใส่ใจสุขภาพของผู้บริโภค โดยใช้วัตถุดิบธรรมชาตินำเสนอความน่ารับประทานของอาหาร ไปพร้อมกับการนำเสนอความสดชื่น มีประโยชน์จากธรรมชาติ แต่มีการคำนึงถึงเรื่องความสะดวก ในการใช้งานของผู้บริโภคเป็นหลัก</p> <p>สำคัญ โดยตัวบรรจุภัณฑ์มีส่วน ช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี และง่ายต่อการเรียนรู้ เป็นสื่อกลางในการสร้างความสนุกสนาน ให้เกิดภายในครอบครัว และกลุ่มเพื่อน</p> 
<b>กลุ่มเป้าหมาย</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● กลุ่มคนที่ต้องการทำเค้กหรือขนม โดยคำนึงถึง ความสะดวกสบายในการทำ แต่ยังคงได้ประโยชน์ในตัวขนมเค้กอยู่</li> </ul>
<b>ลักษณะบรรจุภัณฑ์</b>	<p>ตัวบรรจุภัณฑ์เป็นส่วนสำคัญในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้งาน ในส่วนสินค้าที่เป็นของตกแต่งนั้น มีการออกแบบตัวบรรจุภัณฑ์ให้รองรับตัวสินค้าได้ดี สินค้าเกิดความเสียหายได้ยาก</p>
<b>ลักษณะกราฟิก</b> 	<p><b>ตราสินค้า:</b> เป็นสีขาวบนพื้นสีเขียวสื่อถึงความเป็นธรรมชาติ เพื่อต้องการนำเสนอสินค้าร่วมกับการเสนอ ความเป็นธรรมชาติ ความสดชื่น ความแข็งแรง ปลอดภัย มีการใช้การไล่ระดับของแสงเงา เพิ่มความหรูหรา</p> <p><b>ภาพประกอบ :</b> ใช้ภาพอาหารเป็นภาพจริง สร้างความน่ารับประทาน เป็นการนำเสนอสินค้า ร่วมกับการใช้ภาพธรรมชาติ เป็นการสร้างบรรยากาศถึงการใส่ใจในสุขภาพ จากการที่เลือกวัตถุดิบในการทำจากธรรมชาติ</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.3.2.5 WhiteWings

	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ วัตถุดิบหรือส่วนผสม (Ingredient)</li> <li>☑ อุปกรณ์และเครื่องมือ (Equipment)</li> </ul>
<p>ช่องทางการจัดจำหน่าย</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● จะซื้อได้ที่ซูเปอร์มาเก็ต(Supermarket) ระดับบน (Premium) เช่น Paragon, Emporium, Market Place, Villa Market, เป็นต้น</li> </ul>
<p>ภาพลักษณ์</p> 	<p>ภาพลักษณ์สื่อให้เห็นถึงความเป็นผลิตภัณฑ์ที่ดูน่าเชื่อถือ อยู่ใน ตลาดระดับบน ดูเป็นสินค้าที่มีราคา มีมาตรฐาน โดยมีการนำเสนอที่คำนึงถึง การทำกิจกรรมใน ครอบครัวผ่านตัว สินค้า เป็นจุดเชื่อมโยง ให้แก่เด็กและผู้ใหญ่ โดยจะสังเกตเห็นได้ว่าจะมีผลิตภัณฑ์ ที่มีขั้นตอนการทำที่ง่ายโดยไม่ ต้องผ่านเตาอบ ซึ่งง่ายต่อเด็ก แต่นำเสนอโดยให้ค่าน้ำหนัก ของ กิจกรรมของครอบครัวมากกว่าการ เสนอเรื่องความง่ายในการ ใช้งาน</p>
<p>กลุ่มเป้าหมาย</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● กลุ่มผู้บริโภคระดับบนที่ต้องการทำเค้กหรือขนม คำนึงถึง ความน่ารับประทานของตัวขนมที่ทำ</li> </ul>
<p>ลักษณะบรรจุกภัณฑ์</p>	<p>มีทั้งที่เป็นแบบกล่องกระดาษเพียงอย่างเดียว โดยเป็นโครงสร้างที่ไม่ซับซ้อนแต่เน้นความสำคัญที่ภาพความน่ารับประทานของขนม</p>
<p>ลักษณะกราฟิก</p>	<p>ตราสินค้า: มีตัวชื่อและภาพสัญลักษณ์เป็นสีขาวบนพื้นน้ำเงินที่ไล่ระดับสีให้เกิดความรู้สึกเงา ดูเป็นสินค้าที่ราคาแพง</p> <p>ภาพประกอบ : เป็นภาพอาหารจริงที่มีความน่ารับประทานและมีภาพลายละเอียดค่อยช่วยอธิบาย สร้างความเข้าใจให้แก่ผู้บริโภค</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.3.2.6 Bundt

	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ วัตถุดิบหรือส่วนผสม (Ingredient)</li> <li>☑ อุปกรณ์และเครื่องมือ (Equipment)</li> </ul>
<p>ช่องทางการจัดจำหน่าย</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● จะซื้อได้ที่ซูเปอร์มาเก็ต(Supermarket) ระดับบน (Premium) ในต่างประเทศ ไม่มีจำหน่ายในประเทศ</li> </ul>
<p>ภาพลักษณ์</p>   <p>(A) (B)</p>	<p>ภาพลักษณ์มีความโดดเด่นของรูปแบบขนมที่แตกต่างและแปลกไปจาก (A) ตราสินค้าอื่น และนำเสนอความน่ากินของสินค้า(B)</p>
<p>กลุ่มเป้าหมาย</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● กลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการความแปลกใหม่ไม่มีความเชี่ยวชาญในการทำ</li> </ul>
<p>ลักษณะบรรจุภัณฑ์</p>	<p>มีทั้งที่เป็นแบบกล่องกระดาษเพียงอย่างเดียว</p>
<p>ลักษณะกราฟิก</p> 	<p><u>ตราสินค้า</u>: มีการใช้สีของตราสินค้าให้สอดคล้องกับสินค้าแต่ละรายการ เช่นสินค้าประเภทช็อกโกแลตก็จะมีการใช้ สีของตราสินค้าเป็นสีน้ำตาล เคียวกับกล่อง</p> <p><u>ภาพประกอบ</u> : จะนำเสนอความน่ารับประทานของและความแปลกใหม่ของสินค้า</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.3.2.7 Dean Jacob's




	<p>☑ วัตถุดิบหรือส่วนผสม (Ingredient)</p>
<p>ช่องทางการจัดจำหน่าย</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● จะซื้อได้ที่ซูเปอร์มาร์เกต(Supermarket) ะดับบนในต่างประเทศ ไม่มีจำหน่ายในประเทศ</li> </ul>
<p>ภาพลักษณ์</p> 	<p>ภาพลักษณ์มีความน่าเชื่อถือ รูปเหรียญที่ใช้ให้ความรู้สึกถึงการได้รับการ การันตี เป็นความอร่อยที่พิถีพิถัน</p> 
<p>กลุ่มเป้าหมาย</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● เป็นผู้ใหญ ผู้ที่สนใจผู้ที่ต้องการทำขนม</li> </ul>
<p>ลักษณะบรรจุภัณฑ์</p>	<p>มีทั้งที่เป็นแบบกล่องกระดาษเพียงอย่างเดียว ทั้งในแบบสินค้าเดี่ยว และสินค้าประเภทรวมเซต แต่มีการใช้โครงสร้างแปดเหลี่ยม ทำให้สินค้ามีความแตกต่างไปจากตราสินค้าอื่น</p> 
<p>ลักษณะกราฟิก</p>	<p>ตราสินค้า: มีตัวชื่อและภาพสัญลักษณ์เป็นสีขาวบนพื้นน้ำเงินที่ไล่ระดับสีให้เกิดความรู้สึกเงา ดูเป็นสินค้าที่ราคาแพง</p> <p>ภาพประกอบ : เป็นภาพอาหารจริงที่มีความน่ารับประทาน นำเสนอร่วมกับอุปกรณ์ในการรับประทานที่หรูหรา สังกัดได้จากลักษณะของช้อนและตัวถ้วยที่ใช้ สร้างให้ภาพลักษณ์ของสินค้าดูเป็นสินค้านระดับบนที่มีราคาแพงและมีความพิถีพิถัน</p> 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.3.2.8 De Ruijter

	<input checked="" type="checkbox"/> ของตกแต่ง (Decoration)
<b>ช่องทางการจัดจำหน่าย</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● จะซื้อได้ที่ซูเปอร์มาเกต(Supermarket) ระดับบน (Premium) เช่น Paragon, Emporium, Market Place, Villa Market, เป็นต้น</li> </ul>
<b>ภาพลักษณ์</b>	<p>นำเสนอตัวผลิตภัณฑ์ชัดเจน มีลูกเล่นอยู่ที่การร้อยกัณฑ์แสดงถึงการรับประทานไปแล้วทำให้ ดูไปเป็นทางการเป็นผู้ใหญ่มากจนเกินไป แต่ในขณะเดียวกันก็ไม่เด็กจนเกินไป</p> 
<b>กลุ่มเป้าหมาย</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● กลุ่มผู้บริโภคระดับบนที่ต้องการตกแต่งเค้กหรือขนม</li> </ul>
<b>ลักษณะบรรจุภัณฑ์</b>	<p>มีทั้งที่เป็นแบบกล่องกระดาษ และขวดขึ้นอยู่กับกายภาพของสินค้าแต่มีการคำนึงถึงความสะดวกในการใช้งานจากการเปิดปิด</p>
<b>ลักษณะกราฟิก</b>	<p>ตราสินค้า: รูปแบบของตัวอักษรที่ใช้ให้ความพิถีพิถันแต่เมื่ออยู่ร่วมกับภาพกราฟิกที่มีลูกเล่น ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่เป็นทางการจนเกินไป</p> <p>ภาพประกอบ : เป็นภาพจริงของอาหารที่ถูกตกแต่งด้วยตัวสินค้า มีลูกเล่นที่ร้อยกัณฑ์</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p><b>ลักษณะบรรจุภัณฑ์</b></p>	<p>มีทั้งที่เป็นแบบกล่องกระดาษและถุงพลาสติกขึ้นอยู่กับลักษณะของสินค้าและตัวตกแต่งด้านหน้าของขนมจะใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะเป็นทรงกระบอก มีการให้สอดคล้องกับการใช้งาน</p> 
<p><b>ลักษณะกราฟิก</b></p> 	<p><u>ตราสินค้า</u>: ใช้ตัวหนังสือสีขาวบนพื้นสีน้ำเงิน</p> <p><u>ภาพประกอบ</u>: มีการใช้ภาพการ์ตูนสร้างการจดจำสินค้าที่ดีให้แก่ผู้บริโภค ตลอดจนมีการนำตัวการ์ตูนที่เป็นสัญลักษณ์ไปใช้ในสินค้าที่อยู่ในสายผลิตภัณฑ์เดียวกัน แต่เป็นสินค้าต่างประเภทกัน รวมถึงสื่อโฆษณา เกิดเอกลักษณ์ร่วม (Corporate Identity) สร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันได้เป็นอย่างดี (Unity)</p> 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.3.3.1 SuperCook





	<ul style="list-style-type: none"> <li>✔ วัตถุดิบหรือส่วนผสม (Ingredient)</li> <li>✔ อุปกรณ์และเครื่องมือ (Equipment)</li> <li>✔ ของตกแต่ง (Decoration)</li> </ul>
<p>ช่องทางการจัดจำหน่าย</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● จะซื้อได้ที่ซูเปอร์มาเก็ต(Supermarket) ระดับบน (Premium) เช่น Paragon, Emporium, Market Place, Villa Market, เป็นต้น</li> </ul>
<p>ภาพลักษณ์</p> 	<p>ภาพลักษณ์สื่อถึงการตกแต่งที่สร้างสรรค์ สนุกสนานแต่ดูน่าเชื่อถือ โดยภาพลักษณ์ที่สื่อผ่านสินค้านั้นแบ่งเป็น 2 กลุ่ม</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● กลุ่มเชี่ยวชาญ (A)</li> <li>● กลุ่มต้องการความสะดวก (B) ผู้บริโภคส่วนใหญ่ในกลุ่มนี้คือเด็ก</li> </ul> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>(A)</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>(B)</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 20px;"> <div style="text-align: center;">  <p>(A)</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>(B)</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 20px;"> <div style="text-align: center;">  <p>(A)</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>(B)</p> </div> </div>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้




<p>กลุ่มเป้าหมาย</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>● กลุ่มผู้บริโภคระดับบนที่ต้องการทำเค้กหรือขนม ทั้งที่เป็นผู้เชี่ยวชาญและต้องการความสะดวกสบาย ความสนุกสนาน</li> </ul>
<p>ลักษณะบรรจุภัณฑ์</p>	<p>สินค้ามีลักษณะที่สามารถแบ่งออกได้เป็นสองกลุ่ม โดย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● กลุ่มแรกค่อนข้างคำนึงถึงขั้นตอนการทำ</li> <li>● กลุ่มที่ให้ความสนใจในขั้นตอนการตกแต่งความสนุกสนาน และความสวยงาม</li> </ul>  <p>บรรจุภัณฑ์จึงเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการทำ</p>
<p>ลักษณะกราฟิก</p>	<p>ตราสินค้า: มีตัวชื่อเป็นอักษรสีขาวบนพื้นแดงที่มีการออกแบบโดยสื่อถึงหมวกซึ่งเป็นเครื่องแบบของ กู้ก</p> <p><u>ภาพประกอบ :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● มีการใช้ทั้งภาพจริงของวัตถุดิบและรูปขนมที่ทำเสร็จแล้ว</li> <li>● ภาพวาดการ์ตูน</li> </ul>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.3.3.2 CakeMate

	<ul style="list-style-type: none"> <li>✔ วัตถุดิบหรือส่วนผสม (Ingredient)</li> <li>✔ ของตกแต่ง (Decoration)</li> <li>✔ อุปกรณ์และเครื่องมือ (Equipment)</li> </ul>
<p>ช่องทางการจัดจำหน่าย</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● จะซื้อได้ที่ซูเปอร์มาเก็ต(Supermarket) ระดับบน (Premium) เช่น Paragon, Emporium, Market Place, Villa Market, เป็นต้น</li> </ul>
<p>ภาพลักษณ์</p>  <p>Cake Mate เป็นผลิตภัณฑ์ในเครือ ตราสินค้า</p> 	<p>เป็นผลิตภัณฑ์ที่ให้ความรู้สึกที่สนุกสนานในการทำ ตั้งแต่กรรมวิธีการทำ จนถึงขั้นตอนการทำ เน้นการสร้างสรรค์การตกแต่งที่มีสีสันสดใส มีผลิตภัณฑ์ตกแต่งให้เป็นทางเลือกแก่ผู้บริโภค ที่หลากหลาย เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคสร้างสรรค์ ได้อย่างเต็มที่ มีการนำเสนอภาพสินค้าเมื่อทำเสร็จแล้วเป็นตัวช่วยให้ผู้บริโภคได้ลองทำตามหลากหลายแบบ</p>  <p>น้ำตาลไอซิ่งตกแต่งเค้กแบบซองบีบ</p>  <p>เจลตกแต่งขนม</p>




เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>กลุ่มเป้าหมาย</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>เป็นผู้บริโภคที่อยู่ในช่วงวัยเด็กถึงวัยรุ่นตอนปลาย ( ที่ชอบการสร้างสรรค์ การตกแต่งที่ดูสนุกสนาน ) ไม่มีความชำนาญในขั้นตอนการทำและการตกแต่ง</li> </ul>
<p>ลักษณะบรรจุภัณฑ์</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>มีความหลากหลาย โดยขึ้นอยู่กับลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนให้บรรจุภัณฑ์นั้นแตกต่างกัน มีการออกแบบที่คำนึงถึงความเหมาะสม และความสะดวกสบายในการใช้งานของผู้บริโภค</li> </ul>  <ul style="list-style-type: none"> <li>มีการจัดเซตของสินค้าเพื่อเป็นการนำเสนอการใช้งานแก่ผู้บริโภค เป็นมีการจัดโทนสีของสินค้าตามเทศกาล (A) หรือ การนำโทนสีเดียวกันมาจัดเซตเข้ากัน โดยจะมีสีตรงข้าม 1-2 สี (B) เพื่อที่เวลาตกแต่งเสร็จแล้วนั้นไม่ดูจืดจางเกินไป</li> </ul>  <p style="text-align: center;">(A) (B)</p>
<p>ลักษณะกราฟิก</p>	<p>ตราสินค้า: เป็นตัวหนังสือสีขาวบนพื้นสีแดง ลักษณะของตัวหนังสือที่เลือกใช้ ดูสนุกสนาน</p> <p>ภาพประกอบ: มีการใช้ภาพจริงของขนมที่ตกแต่งเสร็จเรียบร้อยแล้วเพื่อนำเสนอให้เป็นแนวทางแก่ผู้บริโภค เป็นภาพของการตกแต่งที่ดูง่าย น่ารักแบบเด็ก</p> 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.3.3.3

## Cherrybrook Kitchen

	<input checked="" type="checkbox"/> วัตถุดิบหรือส่วนผสม (Ingredient)
<b>ช่องทางการจัดจำหน่าย</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● จะซื้อได้ที่ซูเปอร์มาเกต(Supermarket) ระดับบน (Premium) แต่ไม่มีจำหน่ายภายในประเทศ</li> </ul>
<b>ภาพลักษณ์</b>	<p>สื่อให้เห็นจินตนาการและเรื่องราวเกี่ยวกับตัวเด็ก ให้ความรู้สึกถึงตัวผลิตภัณฑ์ว่าเป็นสินค้าสำหรับเด็ก มีการคำนึงถึงคุณค่าทางสารอาหารที่เด็กจะได้รับมีขั้นตอนการทำที่ง่าย โดยผู้ที่ทำนั้นคือ คุณแม่สมัยใหม่ที่ไม่เชี่ยวชาญในเรื่องของการทำขนม ผู้ปกครอง</p> 
<b>กลุ่มเป้าหมาย</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● คุณแม่สมัยใหม่ที่ไม่เชี่ยวชาญในเรื่องของการทำขนม ผู้ปกครอง</li> </ul>
<b>ลักษณะบรรจุภัณฑ์</b>	<p>มีทั้งที่เป็นแบบกล่องกระดาษเพียงอย่างเดียว โดยเป็นโครงสร้างที่ไม่ซับซ้อน เน้นความสำคัญที่ภาพเรื่องราวและจินตนาการของเด็ก</p>
<b>ลักษณะกราฟิก</b>	<p><b>ตราสินค้า:</b> ชื่อตราสินค้าเป็นตัวอักษรสีขาวบนพื้นที่เป็นสีกล่อง</p> <p><b>ภาพประกอบ :</b> เป็นภาพวาดของทั้งเด็กผู้หญิงและเด็กผู้ชายโดยมีเรื่องราวที่สัมพันธ์เกี่ยวข้องกับขนมเค้ก</p> 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการศึกษาไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภครวมเป้าหมาย

ผู้บริโภครวมเป้าหมายในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้คือกลุ่มผู้บริโภคเดิม ที่มีการบริโภคสินค้าในแบรนด์ วานิลลา อินดัสทรี (Vanilla Industry) อยู่ก่อนแล้วแต่ เป็นเพียงส่วนน้อย มีเหตุผลส่วนหนึ่งเนื่องมาจากสินค้ายังไม่ตอบสนองกับความต้องการได้เต็มที่



รูปที่ 6 แสดงอัตราส่วนของผู้บริโภครวมเป้าหมาย

### 2.4.1.1 ลักษณะทางกายภาพของผู้บริโภครวมเป้าหมาย

ลักษณะของผู้บริโภค ส่วนหนึ่งคือผู้ที่ชื่นชอบในรสชาติขนมของทางร้านวานิลลาอยู่ก่อนแล้วมีการเข้าไปเลือกซื้อสินค้าและเข้าไปรับประทานอาหาร หรือใช้เป็นสถานที่นัดพบพูดคุยกันในกลุ่มเพื่อนรวมถึงผู้ที่เคยผ่านการเข้าเรียนหลักสูตรการทำขนมกับทางร้าน วานิลลามาแล้ว และอีกส่วนหนึ่งนั้นคือผู้ที่ไม่มีความเชี่ยวชาญ หรืออาจจะไม่เคยทำมาก่อนเลย แต่กำลังมองหาสิ่งที่จะช่วยให้เค้าสามารถทำขนมออกมาได้ และมีความคาดหวังที่อยากจะเห็นขนมที่ทำนั้นออกมาหน้าตาน่ารับประทานอีกด้วย แต่ผู้บริโภครวมทั้งสองส่วนนี้มีลักษณะทางกายภาพที่ไม่ต่างกัน คือ



รูปที่ 7 แสดงผู้บริโภครวมเป้าหมายในรูปนี้จะเป็นผู้ที่มีความชื่นชอบในรสชาติของขนมอยู่ก่อนแล้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 8 ภาพแสดงถึงผู้บริโภครุ่นเป้าหมายทั้ง ชาย และ หญิง ที่ถ่ายร่วมกับบรรยากาศของร้าน

- เพศ** : หญิง 85 % เพศชาย 15 %
- อายุ** : 13 – 18 ปี (ช่วงมัธยมศึกษา)
- ระดับรายได้** : ลักษณะของรายได้นั้นจะได้รับจากผู้ปกครอง โดยส่วนใหญ่นั้นจะได้เงินเป็นอาทิตย์ละ 400 ถึง 3,500 ซึ่งเด็กส่วนใหญ่ที่ได้เงินน้อยนั้นเป็นเพราะมีคนขับรถไปรับไปส่ง ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาก และรับประทานอาหารที่โรงเรียนซึ่งเป็นราคาที่ถูกลง จึงเหลือเงินที่สามารถจะนำไปซื้อของเป็นจำนวนที่มากพอสมควร หากเด็กคนใดเรียนพิเศษในวันเสาร์ – อาทิตย์ ก็จะได้เงินเพิ่มอีกต่างหาก จากข้อมูลทำให้สรุปได้ว่า ครอบครัวมั่นคงเด็กหรือผู้บริโภครุ่นเป้าหมายนี้ เป็นผู้ที่จัดได้ว่ามีฐานะดี
- ที่อยู่อาศัย** : บ้านหรือคอนโดมิเนียม ซึ่งเป็นชุดครัวที่มีเตาอบเป็นอุปกรณ์ที่ติดตั้งเข้ากับเฟอร์นิเจอร์มาโดยส่วนใหญ่จะมาพร้อมกับการตกแต่งจากครั้งแรก เท่ากับว่าโดยส่วนใหญ่แล้วนั้นจะเป็นบ้านที่มีเตาอบอยู่ในตัวอยู่แล้ว



รูปที่ 9 แสดงลักษณะห้องครัวของผู้บริโภครุ่นเป้าหมายซึ่งมีเตาอบที่ถูกติดตั้งเข้ากับเฟอร์นิเจอร์ตั้งแต่แรก เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 2.4.1.2 ลักษณะทางจิตวิทยาของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

**ไลฟ์สไตล์ :** มักจะมีการพบปะสังสรรค์กับเป็นกลุ่ม โดยมักจะเลือกสถานที่พบปะที่มีบรรยากาศดี หรือ มีรสชาติของอาหารที่ถูปาก ซึ่งโดยส่วนมากจะมีราคาของอาหารที่ค่อนข้างสูง โดยจะพบกันทั้งในวันธรรมดาหลังจากเลิกเรียนที่โรงเรียน และในวันหยุดหลังจากเลิกเรียนพิเศษ ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้



รูปที่ 10 แสดงการพบกันของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย และภาพบรรยากาศของร้าน

**อุปนิสัย :** มีรสนิยม ในการเลือกบริโภคและชอบของที่มีเอกลักษณ์ แฝงด้วยการดีไซน์ ต้องการบริโภคของที่บอกสามารถแสดงความเป็นตัวตนของตนเองออกมาได้ และยอมจ่ายเงินจำนวนมากในการซื้อสิ่งเหล่านั้น ให้ความสำคัญกับของแบรนด์เนม มีความพิถีพิถันในการเลือก ชอบความสะดวกสบายรวดเร็ว มีรสนิยมสูง ในบางคนจะมีการมองหาสิ่งของที่ลักษณะเดียวกับที่ผู้ใหญ่ใช้

**จิตใจ :** ต้องการเป็นที่ยอมรับและต้องการ ความรักความห่วงใยจากกลุ่มเพื่อน เริ่มมีความสนใจเพศตรงข้าม ทำให้มีการแสดงออกถึงความรู้สึกของตนเอง โดยการมอบสิ่งที่ดีให้ การทำขนมหรือซื้อหาขนมเป็นพฤติกรรมในอันดับต้นๆ ที่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายนิยมทำ บางคนมีเข้าคอร์สเรียนทำขนมเพื่อที่จะทำขนมมอบให้คนที่ตนเองรู้สึกดีในโอกาสพิเศษต่างๆ (ร้านวนิลา อินดัสทรี.2551)

**ความสนใจ :** ชอบการเรียนรู้สิ่งใหม่ ที่ตนเองชอบ และมักจะมีใจเป็นลักษณะเดียวกันทั้งกลุ่ม เช่นหากมีคนหนึ่งในกลุ่มสนใจและ ต้องการที่จะเรียนทำขนมก็จะชวนเพื่อนๆในกลุ่มลงคอร์สเรียนเดียวกัน หากมีโอกาสพิเศษก็จะรวมตัวกันที่บ้านของเพื่อนคนหนึ่งในกลุ่มเพื่อทำกิจกรรมร่วมกัน การทำขนมก็เป็นกิจกรรมยอดนิยมเช่นกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้


## 2.4.2 สรุปข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภครวมเป้าหมายที่มีผลต่อการออกแบบ

ผู้บริโภครวมเป้าหมายมีความต้องการบริโภคสิ่งที่ตนเองสนใจ ซึ่งสิ่งๆนั้นต้องสามารถบอกหรือแสดงความเป็นตัวเองออกมาได้ สามารถทำเองได้ง่ายหรือทำร่วมกันเป็นกลุ่มได้ โดยต้องไม่ยากและซับซ้อนจนเกินไป โดยลักษณะของผู้บริโภคมีความต้องการในการทำขนมแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มคือ


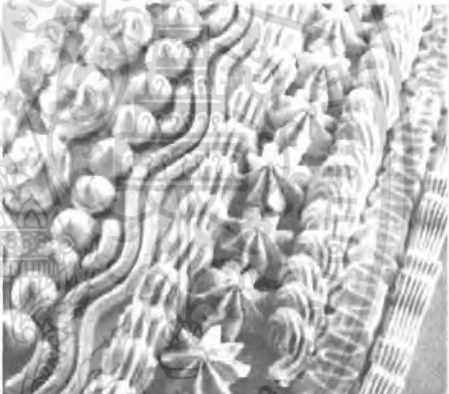

**กลุ่มแรก :** ให้ความสำคัญในขั้นตอนทุกขั้นตอนการทำ ตั้งแต่เริ่มเตรียมวัตถุดิบ ขั้นตอนการทำตลอดจนการตกแต่งและการมอบให้คนพิเศษ โดยผู้บริโภครวมนี้จะมีทักษะความรู้และความชำนาญในการทำอยู่พอสมควร แต่ก็ยังคงต้องการสิ่งที่เข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกในการใช้งานตลอดจนถึงการจัดเก็บจัดเก็บ

**กลุ่มสอง :** ให้ความสำคัญกับขั้นตอนการตกแต่งมากเป็นพิเศษ มีความต้องการที่จะให้นำตาของขนมมีการตกแต่งอย่างมีดีไซน์ และต้องการสิ่งที่เข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกในการทำขนม มีตัวอย่างของการทำแสดงให้เห็นซึ่งต้องเป็นตัวอย่างที่เข้าใจง่าย

### สรุปความต้องการบรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภครวมเป้าหมาย

กลุ่มผู้บริโภค	ความต้องการบรรจุภัณฑ์
<p>กลุ่มแรก (เน้นขั้นตอนการทำ)</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ต้องการบรรจุภัณฑ์ที่มีส่วนช่วยอำนวยความสะดวกในการเปิดใช้งาน ในระหว่างทำจนถึงการเก็บแต่ยังคงต้องมีลักษณะที่แสดงความเชี่ยวชาญของตนเองได้ด้วย จึงต้องไม่เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ดูใช้ง่ายจนเกินไป เพราะจะเหมือนกับ ไม่ได้แสดงทักษะที่ตนมี</li> </ul> <p><b>ผลต่อการทำวิทยานิพนธ์</b></p> <p>ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะเช่นเดียวกับผู้ที่มีความเชี่ยวชาญใช้แต่มีการออกแบบแฝงการใช้งานที่ง่ายผ่านโครงสร้างและกราฟิก</p>
<p>กลุ่มสอง (เน้นขั้นตอนการตกแต่ง)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ต้องการบรรจุภัณฑ์ที่อำนวยความสะดวกในทั้งขั้นตอนการทำไปถึงขั้นตอนการตกแต่ง ที่ให้ความสำคัญมากเป็นพิเศษ และต้องการรูปแบบของ</li> </ul>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มผู้บริโภค	ความต้องการบรรจุภัณฑ์
<p data-bbox="238 227 632 264">กลุ่มสอง (เน้นขั้นตอนการตกแต่ง)</p> 	<p data-bbox="731 227 1357 380">การตกแต่งเค้กที่มีสไตน์ สวยงามสามารถใส่ความเ็นตัวเองหรือเพิ่มการสร้างสรรคลงไปได้<u>ผลต่อการทำวิทยานิพนธ์</u></p> <p data-bbox="731 395 1309 847">ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่อำนวยความสะดวกในการทำตลอดจนการตกแต่ง ที่ให้ความสำคัญเป็นพิเศษ จึงต้องรูปแบบการนำเสนอตัวอย่างของการตกแต่งที่หลากหลายผ่านทางกราฟิก ซึ่งต้องเป็นขั้นตอนการทำตามที่ย้ำต่อการเข้าใจ โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ที่ตอบสนองกับพฤติกรรมการจับถือบีบในขณะตกแต่ง และเป็นส่วนที่ทำให้เกิดความหลากหลายของรูปแบบการตกแต่งได้</p>   <p data-bbox="746 1668 1282 1705">ภาพตัวอย่างของสายเส้นตกแต่งที่มีความแตกต่างกัน</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.4 ข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ

### 2.4.1 พลาสติก

ข้อมูลวัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหาร

พลาสติกที่เหมาะสมใช้บรรจุผลิตภัณฑ์อาหารนั้น มีด้วยกัน 11 ชนิด ดังต่อไปนี้

1. Formaldehyde	5 Polyvinylidene chloride [PVDC]	9. Polymethylpentene[PTFE]
2. Polyvinylchloride [PVC]		10 Polycarbonate [PC]
3 Polyethylene [PE] DPE/MDPE/HDPE/ DPE)	6. Polyethylene terethalate [PET]	11. Polyvinylalcohol [PVA]
4. Polystyrene [PS]	7. Polymethacrylate	12. Polypropylene [PP] (CPP/OPP)
	8. Nylon หรือ Polyamide [PA]	

(ที่มาจาก: ตามกฎระเบียบของประเทศญี่ปุ่น)

ข้อมูลเหล่านี้เป็นรูปแบบวัสดุตามกฎระเบียบของประเทศญี่ปุ่น ซึ่งสำหรับประเทศไทย

พลาสติกที่นิยมใช้ก็จะประกอบด้วย (รวม 8 ชนิด)

- Polyethylene [PE](LDPE/MDPE/HDPE/LLDPE)
- Polyethylene terethalate [PET]
- Polyvinylidene chloride [PVDC]
- Polyvinylechloride [PVC]
- Polystyrene [PS]
- Polypropylene [PP] (CPP/OPP)
- Nylon หรือ Polyamide [PA]
- Polycarbonate [PC]

2.4.1 พลาสติกข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะช่วยป้องกันความชื้นและป้องกันอากาศซึมผ่านได้ดี ซึ่ง บรรจุภัณฑ์ในที่นี่ได้แก่

#### Active Packaging หรือ Interactive Packaging

มีความหมายครอบคลุมถึงบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เพียงแต่ทำหน้าที่พื้นฐานของการบรรจุเท่านั้น แต่มีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเพิ่มความปลอดภัย และรักษาคุณภาพของสินค้า ตลอดจนถึงอายุการวางจำหน่ายให้กับสินค้าด้วย โดยมีการใช้สารที่ก่อให้เกิดปฏิกิริยาเพียงอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง ส่งผลให้สิ่งแวดล้อมภายในบรรจุภัณฑ์นั้นเปลี่ยนแปลงไป โดยการบรรจุในของขนาดเล็ก หรือออกแบบให้เป็นส่วนหนึ่งของบรรจุภัณฑ์ ซึ่งตัวอย่างของสารเหล่านี้ได้แก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- สารดูดความชื้น (Desiccants)
- สารดูดออกซิเจน/คาร์บอนไดออกไซด์ (O<sub>2</sub>/CO<sub>2</sub> Scavengers)
- สารดูดเอทิลีน (Ethylene Absorbers)
- สารยับยั้งการเกิดออกซิเดชัน (Antioxidants)
- สารยับยั้งการเจริญเติบโตของจุลินทรีย์ (Antimicrobials) เป็นต้น

จากรูปแบบของสารที่หลากหลายทำให้ Active Packaging มีหลากหลายรูปแบบ และการใช้งานอย่างกว้างขวางในอุตสาหกรรมอาหาร แต่ในที่นี้จะกล่าวถึงรูปแบบของ Active Packaging ที่นิยมใช้และยังเป็นตัวที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ ซึ่งผลิตได้ง่ายและราคาถูกลงกว่า สารชนิดอื่นๆ

### สารดูดซับออกซิเจน (O<sub>2</sub> Scavengers)

สาเหตุที่ยังต้องมีสารดูดซับออกซิเจน เนื่องจากหากออกซิเจน ซึมผ่านเข้าไปในบรรจุภัณฑ์ นั้นจะช่วยเร่งการเสื่อมเสียของอาหาร เนื่องจากปฏิกิริยาออกซิเดชัน ก่อให้เกิดความเสื่อมสภาพและสูญเสียคุณค่าทางโภชนาการ เกิดกลิ่นหืน การเปลี่ยนสี รสชาติของอาหาร และออกซิเจนยังเป็นตัวส่งเสริมให้กับการเจริญเติบโตของจุลินทรีย์อีกด้วย

รูปแบบและวิธีแก้ปัญหาแบบที่ 1 คือมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์แบบสุญญากาศ (Vacuum Packaging) ซึ่งมีการใช้งานกันมาก และช่วยยืดอายุของผลิตภัณฑ์

ความไม่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ แต่เนื่องจากการดูดอากาศออกทั้งหมดจากบรรจุภัณฑ์ เช่น ออกซิเจนและไนโตรเจน จะส่งผลให้บรรจุภัณฑ์แนบชิดกับสินค้า ส่งผลให้อาหารเกาะตัวกันไม่สะดวกในการใช้งาน นอกจากนี้เครื่องบรรจุสุญญากาศ ยังมีราคาค่อนข้างสูง

รูปแบบและวิธีแก้ปัญหาแบบที่ 2 คือการใช้ O<sub>2</sub> Scavengers ซึ่งจะทำปฏิกิริยากับออกซิเจนภายในตัวบรรจุภัณฑ์อาหาร ส่งผลให้ปริมาณออกซิเจนภายในบรรจุภัณฑ์ลดลงหรือหมดไป

### ตัวอย่าง

สารเคมีที่นิยมใช้ ได้แก่

- ส่วนประกอบหลักจากสารประกอบเหล็ก (Reducing Ferrous Compounds)
- กรดแอสคอร์บิก
- สารประกอบเหล็ก และเอธานอล (ร่วมกันดูดออกซิเจนและยับยั้งเชื้อรา)

ตัวอย่างสารดูดซับออกซิเจน (O<sub>2</sub> Scavengers)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซองบรรจุขนาดเล็ก (Sachets) เช่น Ageless sachets (Mitsubishi Gas Chemical.Co.) มีการใช้งานทั่วไปในการบรรจุขนมเค้ก ขนมขบเคี้ยว กาแฟ อาหารแห้งและผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ เป็นต้น และถึงแม้มีสารที่ช่วยส่งเสริมกับดูดซับออกซิเจนแล้ว แต่บรรจุภัณฑ์ก็ต้องจำเป็นต้องสกัดกัน การซึมผ่านออกซิเจนได้ดีตลอดจนการปิดผนึกได้แน่นสนิท ไม่รั่วซึม หรือปล่อยให้ออกซิเจนซึมเข้ามาทำปฏิกิริยาได้

แผ่นป้ายขนาดเล็ก (Adhesive labels) เช่น Freshmax Oxygen-absorbing label (Multiform Desiccants Inc.) เป็นวิวัฒนาการของซองบรรจุสารดูดซับออกซิเจน มาเป็นแผ่นการ์ด บางๆหรือฉลากที่มีกาวในตัวที่มีสารดูดซับออกซิเจนอยู่ภายใน ใ้ติดโดยตรงที่ตัวบรรจุภัณฑ์ เช่นที่ตัวฝาภาสาด ช่วยลดความเสี่ยงในกรณีที่ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิด ว่าส่วนผสมในของนั้นสามารถบริโภคได้

ฟิล์มหรือบรรจุภัณฑ์ดูดออกซิเจน (Oxygen Scavenger Films/Package) เป็นการผสมสารที่มีคุณสมบัติดูดซับออกซิเจนเข้าเป็นเนื้อเดียวกับฟิล์มหรือตัวบรรจุภัณฑ์นั้นๆ ช่วยป้องกันการซึมผ่านของออกซิเจนจากภายนอกเข้าสู่บรรจุภัณฑ์ ทั้งยังลดขั้นตอนการบรรจุของหรือแผ่นป้ายดูดซับออกซิเจนลงในบรรจุภัณฑ์อีกด้วย

นอกจากสารดูดซับออกซิเจนแล้วยังมีสารตัวอื่นๆ อีกมากที่มีความสำคัญ เช่น สารดูดซับความชื้น แต่ในที่นี้ไม่ได้กล่าวถึงเนื่องจาก ไม่ใช่สารที่จำเป็นมากสำหรับบรรจุภัณฑ์น้ำตาลแปรรูป เนื่องจากสารดูดซับความชื้นนั้นนิยมใช้กับอาหารสด เช่น ผักหรือผลไม้ เนื้อสดต่างๆ ที่มีการคายน้ำออกมา ซึ่งน้ำตาลที่แปรรูปแล้วไม่ได้มีค่าความชื้นมากเท่ากับอาหารเหล่านั้น

(อ้างอิงจาก หนังสือประกอบการสัมมนา เรื่อง แนวโน้มการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในอุตสาหกรรมอาหาร, ศูนย์บรรจุหีบห่อไทย, ดร. พัทธรา มณีสิทธิ์, 7 มิถุนายน 2545)

**สรุปวิเคราะห์บรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะช่วยป้องกันความชื้นและป้องกันอากาศซึมผ่านได้ดีสำหรับผลิตภัณฑ์ในโครงการ**

เราจึงควรคำนึงถึงลักษณะทางกายภาพของสินค้าเป็นหลัก

### **ความชื้น**

น้ำตาลมีค่าความชื้นอยู่น้อยมาก คือประมาณ 0.02 เปอร์เซ็นต์ เท่านั้น ซึ่งทำให้จุลินทรีย์ตกอยู่ในสภาพขาดน้ำ ระดับความชื้นที่ต่ำมากของน้ำตาล ยังเป็นอุปสรรคต่อการเปลี่ยนแปลงทางเคมีใดๆอันก่อให้เกิดการเน่าเสีย

### ออกซิเจน

การเก็บน้ำตาลไว้ในภาชนะที่กันอากาศเข้า จะช่วยการชะลอการดูดความชื้น แม้ในสภาวะอากาศชื้น ถ้ารักษาระดับ ค่าความชื้นที่ 0.02 เปอร์เซ็นต์ไว้ได้ น้ำตาลจะคงสภาพดีและไม่มีวันหมดอายุเลย

### การซึมผ่านของออกซิเจนของพลาสติกชนิดต่างๆ

ตารางแสดงการซึมผ่านของออกซิเจนในแต่ละชนิดของพลาสติก(ตัวเลขยิ่งมากแสดงว่าป้องกันการซึมผ่านได้น้อย)

พลาสติกที่ใช้ทำขวด	น้ำหนักขวด	ความจุ(มล.)	การซึมผ่านของออกซิเจน (มล./ตร.ม.วัน.บรรยากาศที่ 37 C
LDPE	12	300	1,200
HDPE	23	200	480
PS	18	200	730
PP	20	300	410
PP	20	300	200
PVD	23	450	30
PVCD	12	280	19
PET	34	360	13
PET (เป่าด้วยการยัด)	25	360	12

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.4.2 วัสดุที่สามารถเข้าเตาเอาได้

สำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารนั้น มีความสำเร็จรูปขึ้นเรื่อยๆ และมีการพัฒนาให้หลากหลายอยู่เสมอ เพื่อรองรับกับความต้องการของผู้บริโภค ที่ต้องการความสะดวกรวดเร็วและสะดวกสบาย โดยรูปแบบที่พัฒนาจะเป็นบรรจุภัณฑ์ที่สามารถทนความร้อนได้ในระดับที่แตกต่างกันออกไป โดยมีวัสดุที่ใช้ได้ทั้งกับ เตาอบไฟฟ้ากับเตาไมโครเวฟ และมีวัสดุชนิดที่เข้าเตาไมโครเวฟได้เพียงอย่างเดียวเท่านั้น

### 2.4.2.1 วัสดุที่ใช้ได้ทั้งกับเตาอบไฟฟ้าและเตาไมโครเวฟ (Dual-Oven able Materials)

พอลิเอทรีลีน เทเรฟทาเลต ( Polyethylene Terephthalate; PET) หรือชื่อทางการค้าคือพอลิเอสเตอร์ ( Polyester) เมลินิกซ์ (Melinex) หรือไมลาร์ ( Mylar) ซึ่งในที่นี้จะขอเรียกว่า “ เพท ” นับเป็นวัสดุที่ทนทานนำมาใช้งานเป็นบรรจุภัณฑ์ และมีอัตราการเติบโตสูงสุด

เพทเป็นพอลิเมอร์ที่มีคุณสมบัติสกักกันและมีราคาถูก เริ่มนำมาผลิตเป็นขวดพลาสติกครั้งแรกในปี พ.ศ. 2510 โดยเป็นหัวใจโมเลกุลของพลาสติกประเภทเทอร์โมพลาสติก ( Thermoplastic) สามารถยืดด้วยกระบวนการยืดทางกลโดยวิธีเป่ายืด ( Stretch-blow moulding) ได้ 2 ทิศทาง ซึ่งเป็นการปรับปรุงคุณสมบัติด้านความแข็งแรง และการสกักกันการซึมผ่านของก๊าซ ( Gas barrier) ทำให้เพทมีคุณสมบัติที่เหมาะสมกับการใช้งานต่างๆ เพทมีความใสเป็นเยี่ยม เหนียว แข็งแรง ไม่เปราะแตกง่าย ทนต่อแรงกระแทก ทนต่อความดันก๊าซได้สูง ทั้งยังมีน้ำหนักเบา ใส สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายใน จึงเหมาะกับการใช้เป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับเครื่องดื่มอัดก๊าซ ตลอดจนผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มอื่นๆ ที่ต้องการเก็บรักษาคุณภาพของสินค้า

แรกเริ่มเดิมทีขวดเพทเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการคิดค้นขึ้นมาเพื่อบรรจุน้ำอัดลม และด้วยคุณสมบัติเด่นด้านความใส แว่ววันเป็นประกาย จึงนิยมนำมาใช้เป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์น้ำมันพืช น้ำปลา น้ำดื่ม และเครื่องดื่มต่างๆ นอกจากในรูปขวดแล้ว เพทในรูปฟิล์มมีคุณสมบัติในการป้องกันการซึมผ่านของก๊าซได้เป็นอย่างดี จึงมีการนำไปเคลือบหลายชั้นทำเป็นซองสำหรับบรรจุอาหารที่มีความไวต่อก๊าซ เช่น อาหารขบเคี้ยว นอกจากนี้ฟิล์มเพทยังมีคุณสมบัติเด่นอีกหลายประการ เช่น ทนแรงยืดและแรงกระแทกเสียดสีได้ดี จุดหลอมเหลวสูง แต่ก็มีข้อด้อยคือไม่สามารถปิดผนึกด้วยความร้อน เปิดซีกยาก ทำให้โอกาสในการใช้ฟิล์มเพทเพียงอย่างเดียวมีน้อยมาก แต่มักใช้เคลือบชั้นร่วมกับพลาสติกอื่นๆ

### 2.4.2.2 CPET หรือ Crystallized



นอกจากขวดและฟิล์มแล้ว เพลยังสามารทขึ้นรูปเป็นถาด ด้วยการพัฒนาเพลให้โมเลกุลตกผลึก (Crystalline) กลายมาเป็น CPET หรือ Crystallized วัสดุเพลจะสามารถทนอุณหภูมิได้สูง จึงเหมาะสำหรับทำเป็นถาดบรรจุภัณฑ์อาหาร ใช้ได้ทั้งเตาอบและเตาไมโครเวฟ

สำหรับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม นับได้ว่าเพลเป็นพลาสติกเพียงไม่กี่ประเภทที่สามารถเปลี่ยนกลับมาเป็นเม็ดพลาสติกที่เป็นมอนอเมอร์ (Monomer) และทำการผลิตใหม่ได้ด้วยกระบวนการดีโพลิเมอร์ไรซิง

(Depolymerising) วัสดุเพลที่มีคุณภาพดี และราคาค่อนข้างสูง สามารถนำกลับมาใช้ใหม่เพื่อผลิตสินค้าอย่างอื่นได้ เช่นในเมืองไทยมีภาวนาเอาขวดเพลบรรจุน้ำดื่มมาผลิตใหม่เป็นพรม ทำให้ขวดเพลได้รับความนิยมนมากขึ้น และแย่งส่วนแบ่งตลาดของขวดพีวีซีเสียด้วย



The new Oven Roasted products, which received strong ratings from consumers in pre-market testing, contain no preservatives and come in a unique vacuum sealed package.

ภาพตัวอย่างของบรรจุภัณฑ์ที่มีการนำพลาสติก CPET เข้ามาใช้กับบรรจุภัณฑ์อาหารโดยตัวบรรจุภัณฑ์นั้นสามารถที่จะนำเอาเข้าเตาอบได้เลย ซึ่งเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ถุงซิปลำหรับบรรจุอาหาร ถุงบรรจุอาหารทั่วไป

บรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัว สำหรับบรรจุอาหาร เช่น อาหารสด ซอส หรืออาหารแช่แข็ง ได้มีการใช้งานกันมานานแล้ว ส่วนใหญ่แล้วเป็นถุงที่มีการปิดผนึกทั้ง 4 ด้าน ทำให้เปิดรับทานได้ไม่สะดวก ผู้บริโภคต้องใช้กรรไกรหรือมีดตัด ซึ่งอาจถูกบาดได้ และอาหารอาจหกเลอะเทอะ ทำให้เสียเวลา

#### ถุงบรรจุอาหารแบบ Zip Pack แบบฉีกเปิด

เป็นถุงซิปล้ำหรับบรรจุอาหารที่ด้านบน เมื่อจะรับประทานให้ฉีกรอยปรุด้านบนออก ถ้าอาหารยังรับประทานไม่หมด หรือใช้ไม่หมด ก็สามารถปิดกลับไปได้

ข้อดีของถุงชนิดนี้คือสามารถใช้มือเปล่าฉีกได้ง่าย และเป็นกาารเพิ่มความปลอดภัยอีกชั้นหนึ่ง คือ ถ้ารอยปรุฉีกขาด จะทราบว่าสินค้านั้นถูกเปิดออกแล้ว การผลิตเหมาะสำหรับถุงที่ทำจาก LDPE โดยในการผลิตจะใช้กับเครื่อง From-fill-seal แบบแนวตั้งที่ปิดผนึกถุงทั้ง 3 ด้าน

(อ้างอิงจาก "Easy-open-packages designed for the foodservice employee" Food Technology, January 2004, p68 เรียบเรียงโดย เขมรัฐ ปัญญาประโชติ)

#### ถุงซิปลำหรับอาหารผง (Powder Proof)

ก่อนหน้านี้มีถุงซิปล้ำหลายชนิดที่ไม่สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นเม็ดหรือผงได้ เช่น ผงแป้งผลิตภัณฑ์ ผงน้ำตาล เนื่องจากผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นผงจะเกิดการจับตัวอยู่ในร่องซิปล้ำ และทำให้เกิดอุปสรรคในการปิด เปิด จึงได้มีการพัฒนา "Evacuation ports" ซึ่งเป็นลักษณะของ Zip-pack จากประเทศสหรัฐอเมริกาทำหน้าที่ไล่ผลิตภัณฑ์ที่เป็นผงลงไปในถุง และทำให้บรรยากาศภายในถุงให้เป็นสุญญากาศ ทำให้สามารถปิดเปิดได้รวดเร็วและปิดได้แน่นสนิทยิ่งขึ้น

ซึ่งรูปแบบการผลิตนั้นสามารถใช้กับเครื่อง Form/fill/seal แบบแนวตั้งและแนวนอน และสามารถออกแบบ ผลิตในลักษณะถุง Pouch

## พลาสติกขึ้นรูป

ข้อมูลบรรจุภัณฑ์ด้วยพลาสติกและถาดพลาสติก (Plastic cup, Tray)

ถ้วยและถาดพลาสติกได้จากการขึ้นรูปแบบแผ่นเทอร์โมพลาสติกด้วยการ ขึ้นรูปร้อน และใช้แรงอัดช่วย โดยทั่วไปแล้วแผ่นพลาสติกจะถูกทำให้อ่อนตัวด้วยความร้อน แล้วขึ้นรูปด้วย แบบแรงอัดหรือสูญญากาศ พลาสติกที่นิยมใช้ขึ้นรูปได้แก่ PS , อะซิเตท, PVC, PP

ประเภทของถ้วยพลาสติกที่นิยมในปัจจุบัน โดยเลือกเฉพาะที่สามารถบรรจุอาหารได้

1. OPS (โพลีสไตรีน ชนิดจัดเรียงโมเลกุล)
  - มีความใส ทำให้เห็นผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายใน
  - แข็งแรง
  - สามารถใช้แช่ความเย็นได้ (แช่เยือกแข็งได้)
  - ผลิตด้วยแรงอัด
2. HIPS (โพลีสไตรีน ชนิดทนแรงกระแทกสูง)
  - ถ้วยผนังบาง สำหรับใส่เครื่องดื่มร้อน สามารถใช้ครั้งเดียว
  - แข็งแรง แต่ต้องใช้ในอุณหภูมิเย็น
3. HDPE (โพลีเอทิลีน ชนิดความแน่นสูง)
  - แข็งแรง
  - สามารถใช้แช่ความเย็นได้ (แช่เยือกแข็งได้)
  - อุ่นเข้าไมโครเวฟได้ (แต่ต้องฉีกด้วยโพลีเอสเตอร์)
4. PP (โพลีโพรพิลีน)
  - การต้านแรงกดและแรงกระแทก
  - ยืดหยุ่นดี

## ฟิล์มหด (Shrink Films)

ในระบบการจัดจำหน่ายสินค้าในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นการขายส่งหรือปลีกก็ตาม การบรรจุ ภัณฑ์ที่ใช้ฟิล์มหดเพื่อห่อสินค้า กำลังเป็นที่นิยมสูง โดยใช้กับสินค้านานาชนิดจำพวกเครื่อง อุปโภคและบริโภค และสินค้าอุตสาหกรรมต่างๆ ทั้งนี้เนื่องจากอำนวยความสะดวกหลายประการ อาทิ ใช้รวมสินค้าหลายชิ้นให้เป็นหน่วยใหญ่ เพื่อสะดวกต่อการขนส่ง ใช้ห่อสินค้า เช่น สมุด กระดาษไวท์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บอร์ค เครื่องเขียนต่างๆ เพื่อป้องกันฝุ่นละออง ใช้หุ้มรัดสินค้าขายปลีกกับของแถมเข้าด้วยกันเพื่อส่งเสริมการขาย และใช้หุ้มรัดรอบฝาขวดเพื่อกันการขโมยเปิด

ฟิล์มหดนี้มาจากศัพท์เทคนิคว่า "Shrink Films" ซึ่งเรียกตามคุณสมบัติของวัสดุนั่นเอง กล่าวคือ วัสดุจะหดตัวเมื่อโดนความร้อน วัสดุที่ใช้ทำฟิล์มหดได้แก่ พลาสติกที่ไม่เลกุลถูกทำให้เรียงตัวกันในระหว่างการผลิตฟิล์ม ชนิดที่นิยมใช้มากที่สุดคือ พอลิไวนิลคลอไรด์ (Polyvinylchloride-PV) และโพลีเอทิลีนชนิดความหนาแน่นต่ำ (Low density polyethylene-LDPE)

ในการใช้งาน มีวิธีการง่ายๆ ดังนี้ นำฟิล์มดังกล่าวมาทำเป็นถุงแล้วสวมครอบสินค้าอย่างหลวมๆ จากนั้นนำไปผ่านลมร้อน เป็นผลทำให้ฟิล์มหดตัวและรัดแน่นกับสินค้าที่สวมอยู่

ปัจจัยในการเลือกใช้ฟิล์มหดให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุด ต้องคำนึงถึงคุณสมบัติของฟิล์มหดที่ใช้เป็นหลัก อาทิ ความหนา ความเหนียว ความแข็งแรงของรอยปิดผนึก ความใส คุณสมบัติในการหดตัว เป็นต้น นอกจากนี้ยังต้องควบคุมอุณหภูมิของลมร้อนและระยะเวลาที่ผ่านลมร้อนให้เหมาะสมกับชนิดของฟิล์มหด การขาดความพิถีพิถัน ในปัจจัยเหล่านี้นอกจากจะทำให้เกิดการแตกและยับย่นแล้วยังมีผลทำให้สินค้าขาดความเชื่อถือ และไม่เป็นที่ยอมรับของผู้ซื้ออีกด้วย

### ประเภทของการใช้ฟิล์มหด

#### 1. ฉลากพลาสติกหุ้มตัวผลิตภัณฑ์

ฉลากพลาสติกชนิดหุ้มตัวรูปสินค้าที่สามารถพิมพ์รูปภาพ ข้อความ และเพิ่มเชตสีได้ หลากหลายสวยงามตามความต้องการ สามารถใช้กับรูปทรงต่างๆ ได้ เช่น ทรงกระบอกของขวดน้ำ พลาสติกที่มีอยู่ในท้องตลาด ฉลากภาชนะทรงกลม เหลี่ยม หรือโค้ง ซึ่งสำหรับชนิดนี้นิยมใช้สองรูปแบบคือ ใช้เพื่อรวมหน่วยของผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์และเป็นฉลากในแต่ละบรรจุภัณฑ์

#### 2. ฉลากพลาสติกหุ้มปากขวด (Shrink cap seal)

ฉลากพลาสติกชนิดหุ้มปากขวดสินค้า สามารถพิมพ์รูปภาพ ข้อความและเชตสีได้ หลากหลายสวยงามตามความต้องการ สร้างความเป็นเอกลักษณ์ เพิ่มมูลค่าสินค้า อีกทั้งยังเน้นเรื่องความปลอดภัย และป้องกันการเปิดสินค้าก่อนถึงมือผู้บริโภคได้ 100%

#### 3. ฉลากพลาสติกปิดปากถ้วยน้ำ (Cup sealing)

ฉลากพลาสติกสำหรับปิดปากถ้วยน้ำดื่มที่สามารถพิมพ์รูป ข้อความและเพิ่มเชตสีได้ หลากหลาย อีกทั้งยังสะอาดและปลอดภัย ป้องกันการเปิดสินค้าก่อนถึงมือผู้บริโภคได้ 100%

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4. ฉลากพลาสติกหุ้มด้ามจับต่างๆ (Shrink cap seal)

ฉลากพลาสติกชนิดหุ้มด้ามจับชนิดต่างๆ ข้อความและเพิ่มเคลือบได้ หลากหลาย

### 2.5 ข้อบังคับทางกฎหมาย

ข้อบังคับทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สำคัญ คือ พระราชบัญญัติอาหารเรื่องฉลาก และ รหัสแท่งหรือบาร์โคด โดยจะกล่าวรายละเอียดต่อไป

#### 1. พระราชบัญญัติอาหารเรื่องฉลาก

จากพระราชบัญญัติประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 194) พ.ศ. 2543 เรื่องฉลากนั้น สามารถคัดลอกส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารแปรรูปแช่แข็ง ได้ดังต่อไปนี้

ข้อ 3 ฉลากของอาหารที่จำหน่ายแก่ผู้บริโภค ต้องมีข้อความภาษาไทยแต่จะมีภาษาต่างประเทศด้วยก็ได้และต้องมีข้อความแสดงรายละเอียดต่อไปนี้ เว้นแต่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาจะยกเว้นให้ไม่ต้อง หรือระข้อความหนึ่งข้อความใด

- (1) ชื่ออาหาร
- (2) เลขสารบบอาหาร
- (3) ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิตหรือผู้แปรรูปสำหรับอาหารที่ผลิตภายในประเทศ ชื่อและที่ตั้งของผู้นำเข้าและประเทศผู้ผลิต สำหรับอาหารนำเข้าแล้วแต่กรณี สำหรับอาหารที่ผลิตในประเทศอาจแสดงชื่อและที่ตั้งสำนักงานใหญ่ของผู้ผลิตหรือผู้แปรรูปอาหารได้
- (4) ปริมาณของอาหารเป็นระบบเมตริก
  - 4.1) อาหารที่เป็นของแข็งให้แสดงน้ำหนักสุทธิ
  - 4.2) อาหารที่เป็นของเหลวให้แสดงปริมาตรสุทธิ
  - 4.3) อาหารที่มีลักษณะครึ่งแข็งครึ่งเหลวอาจแสดงด้วยน้ำหนักสุทธิหรือปริมาตรสุทธิได้
  - 4.4) อื่นๆแสดงเป็นน้ำหนักสุทธิ

กรณีที่อาหารมีส่วนผสมเป็นชิ้นเนื้อหรืออาหารผสมอยู่กับส่วนผสมที่เป็นน้ำหรือของเหลว และแยกกันอย่างชัดเจนให้แสดงปริมาณน้ำหนักเนื้ออาหาร (Drained Weight) เว้นแต่อาหารที่ไม่อาจแยกเนื้ออาหารออกจากน้ำหรือของเหลวนั้นได้

- (5) ส่วนประกอบที่สำคัญเป็นร้อยละของน้ำหนักโดยประมาณ ยกเว้นส่วนประกอบของอาหาร ที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาประกาศกำหนดให้ แสดงเป็นร้อยละของน้ำหนักและได้แสดงเรียงตามระดับปริมาณจากมากไปน้อย กรณีที่อาหารซึ่งต้องเจือจางหรือทำละลายก่อนบริโภคตามที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประกาศกำหนด ให้แสดงส่วนประกอบที่สำคัญดังกล่าวของอาหารเมื่อเจอจากหรือ  
ทำละลายตามวิธีปรุงเพื่อรับประทานตามที่แจ้งไว้บนฉลาก

- (6) ข้อความว่า "ใช้วัตถุดิบเสีย" ถ้ามีการใช้
  - (7) ข้อความว่า "เชื้อสีธรรมชาติ" หรือ "เชื้อสีสังเคราะห์" ถ้ามีการใช้แล้วแต่กรณี
  - (8) ข้อความว่า "ใช้.....เป็นวัตถุปรุงรสอาหาร" (ข้อความที่เว้นไว้ให้ระบุชื่อของวัตถุปรุง  
แต่งรสอาหารที่ใช้)
  - (9) ข้อความว่า "ใช้.....เป็นวัตถุให้ความหวานแทนน้ำตาล" (ข้อความที่เว้นไว้ให้ระบุชื่อ  
ของวัตถุที่ให้ความหวานแทนน้ำตาลที่ใช้) ด้วยตัวอักษรไม่เล็กกว่า 2 มม. สีของ  
ตัวอักษรติดกับสีพื้นของฉลาก
  - (10) ข้อความว่า "แต่งกลิ่นธรรมชาติ" "แต่งกลิ่นเลียนธรรมชาติ" "แต่งกลิ่นสังเคราะห์"  
"แต่งรสธรรมชาติ" ถ้ามีการใช้แล้วแต่กรณี
  - (11) วันเดือนและปีที่ผลิต วันเดือนและปีที่หมดอายุการบริโภค หรือวันเดือน และปีที่  
อาหารยังมีคุณภาพหรือมาตรฐานดี โดยมีข้อความเดิมว่า "ผลิต" "หมดอายุ" หรือ  
"ควรบริโภคก่อน" กำกับไว้ด้วยแล้วแต่กรณีดังต่อไปนี้
    - 11.1) วันเดือนและปีที่หมดอายุการบริโภค สำหรับอาหารที่เก็บไว้ได้ไม่เกิน 90 วัน
    - 11.2) วันเดือนและปีที่ผลิต วันเดือนและปีที่หมดอายุการบริโภค สำหรับอาหารที่เก็บ  
ไว้ได้นาน 90 วัน
    - 11.3) วันเดือนและปีที่ผลิต วันเดือนและปีที่หมดอายุการบริโภค สำหรับอาหารที่  
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาประกาศกำหนด การแสดงข้อความตาม  
(11.1) (11.2) และ (11.3) จะต้องแสดงให้เรียงตามลำดับของวันเดือนปีตามที่  
กำหนดกรณีการแสดงเดือนอาจแสดงโดยใช้อักษรตัวแทนได้สำหรับวันเดือนและ  
ปีที่หมดอายุการบริโภค อาจแสดงด้วย วันเดือนและปีที่ควรบริโภคก่อนแทนได้
  - (12) คำแนะนำในการเก็บรักษา (ถ้ามี)
  - (13) วิธีปรุงเพื่อรับประทาน (ถ้ามี)
  - (14) วิธีการใช้และข้อความที่จำเป็น สำหรับอาหารที่มุ่งหมายจะใช้กับทารก หรือเด็ก  
อ่อนหรือบุคคลกลุ่มใดใช้โดยเฉพาะ
  - (15) ข้อความที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากำหนดให้ต้องมี สำหรับอาหารที่  
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาประกาศกำหนด
- ฉลากของอาหารตามข้อ 2(4) อย่างน้อยต้องแสดงข้อความตาม (1) (3) (4) และ (11)

**ข้อ 6** ฉลากของอาหารที่ผลิตเพื่อส่งออกจะแสดงข้อความเป็นภาษาใดก็ได้แต่อย่าง

#### น้อยต้องระบุ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.1) ประเทศผู้ผลิต

6.2) เลขสารบบอาหาร (ถ้ามี)

ข้อ 9 ฉลากของอาหารต้องปิด ติด หรือแสดงไว้ในที่เปิดเผยที่ภาชนะบรรจุหรือหีบห่อของภาชนะบรรจุอาหาร และมองได้ชัดเจน โดยมีขนาดของฉลากสัมพันธ์กับพื้นที่ของภาชนะบรรจุนั้นๆ

ข้อ 10 ฉลากของอาหารต้องไม่ทำให้เข้าใจผิดว่า โดยทางตรงหรือทางอ้อม ระหว่างอาหาร กับข้อความ รูป รูปภาพ รอยประดิษฐ์ เครื่องหมาย หรือเครื่องหมายการค้า ไม่ว่าจะป็นภาษาใดที่ปรากฏ ในฉลากต้อง

(1) ไม่เป็นเท็จหรือหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควร หรือไม่ทำให้เข้าใจผิด

ในสาระสำคัญ

(2) ไม่แสดงถึงชื่ออาหาร ส่วนประกอบอาหาร อัตราส่วนของอาหาร ปริมาณของอาหารหรือ แสดงถึงสรรพคุณของอาหารอันเป็นเท็จ หรือเป็นการหลอกลวง ให้เกิดความหลงเชื่อ

(3) ไม่ทำให้เข้าใจว่ามีวัตถุประสงค์ตามข้อความ รูป รูปภาพ รอยประดิษฐ์ เครื่องหมาย หรือเครื่องหมายการค้าดังกล่าว ผสมอยู่ในอาหาร โดยที่ไม่มีวัตถุประสงค์นั้นผสมอยู่ หรือมีผสมอยู่ในปริมาณที่ไม่สามารถแสดงสรรพคุณได้

ข้อ 12 ข้อความในฉลากต้องมรลักษณะเห็นชัดเจนตระอ่านได้ง่าย การแสดงข้อความตามข้อ 3(1) และข้อ 3(11) ให้แสดงในตำแหน่งที่สามารถเห็นได้ชัดเจน กรณีการแสดงข้อความตามข้อ 3(11) ไว้ด้านล่างของภาชนะบรรจุ ต้องมีข้อความที่ฉลากนั้นว่า จะดู วันเดือนและปีที่ผลิต วันเดือนและปีที่หมดอายุการบริโภค หรือวันเดือนปีที่อาหารยังคงมีคุณภาพหรือมาตรฐานดีได้ที่ใด

ข้อ 13 การแสดงสีของพื้นฉลาก และสีของข้อความในฉลากต้องตัดกัน ซึ่งทำให้ข้อความที่ระบุอ่านได้ชัดเจน ขนาดของตัวอักษรต้องสัมพันธ์กับขนาดของพื้นที่ฉลาก เว้นแต่ข้อความดังต่อไปนี้ ต้องมีขนาดตัวอักษรตำแหน่ง และแบบตามที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากำหนด

(1) เลขสารบบอาหาร

(2) ข้อความตามข้อ 3(15)

ข้อ 14 ฉลากที่มีเครื่องหมายการค้าแสดงไว้ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาอาจกำหนดให้ระบุคำว่า "ตรา" หรือ "เครื่องหมายการค้า" กำกับเครื่องหมายการค้าไว้ด้วย ทั้งนี้เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดเกี่ยวกับอาหารนั้นๆ

ข้อ 15 ชื่ออาหารตามข้อ 3(1) ต้องไม่ทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญ ไม่เป็นเท็จ ไม่เป็นการหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อ ทำให้เข้าใจผิด หรือขัดกับวัฒนธรรมอันดีงามของไทย หรือสื่อเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไปในทางที่จะทำงานคุณค่าของภาษาไทย และมีข้อความต่อเนื่องกันในแนวนอน ขนาดของตัวอักษรใกล้เคียงกันอ่านได้ชัดเจน และให้ใช้ชื่ออย่างหนึ่งอย่างใด ดังต่อไปนี้

- (1) ชื่อเฉพาะของอาหาร ชื่อสามัญหรือชื่อที่เรียกตามปกติ
- (2) ชื่อที่แสดงประเภท หรือชนิดของอาหาร
- (3) ชื่อทางการค้า การใช้ชื่อนี้ต้องมีข้อความแสดงประเภท หรือชนิดอาหาร กำกับชื่ออาหารด้วย โดยจะอยู่ในบรรทัดเดียวกับชื่อทางการค้าก็ได้ และจะมีขนาดตัวอักษรต่างกับชื่อทางการค้าก็ได้ แต่ต้องสามารถอ่านได้ชัดเจน

เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดเกี่ยวกับอาหาร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาอาจระบุให้กำหนดข้อความหนึ่งข้อความใดประกอบชื่ออาหาร เช่นสารที่ใช้ในบรรจุภัณฑ์ (Packing Media) กรรมวิธีการผลิต รูปลักษณะของอาหาร ชนิดส่วนของพืช หรือส่วนที่เป็นต้นกำเนิดของอาหาร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



### บทที่ 3 การพัฒนาการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.1 การพัฒนาแนวคิดเพื่อการออกแบบ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากบทที่ที่ผ่านมา นำผลสรุปผลวิเคราะห์เป็นลำดับขั้นตอน เพื่อนำมาใช้งานในการออกแบบ ดังนี้

#### ที่มาของโครงการ :

เหตุผลในการเกิดโครงการนี้เกิดจาก ความต้องการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ และการขยายกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มเดิมที่แฝงอยู่ เพียงส่วนน้อยให้มีเพิ่มมากขึ้น โดยใช้การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

#### 3.1.1 แนวคิดในการสร้างแบรนด์

Brand Concept : "Make Your Dream Come True" เราจะช่วยสร้างฝันของคุณให้เป็นจริง

Product Concept : "Simple But Elegance" เรียบง่ายแต่สง่า

##### 3.1.1.1 การตั้งชื่อแบรนด์และการออกแบบโลโก้

การตั้งชื่อแบรนด์และการพัฒนาโลโก้นั้นแบ่งการพัฒนาออกเป็น 3 ครั้ง

ครั้งที่ 1 : Vâtiserie Class ห้องเรียนทำขนมที่อบอุ่น ด้วยกลิ่นหอมหวาน ของวนิดา

Vâtiserie Class มีที่มาของชื่อมาจากการผสมคำเข้าด้วยกันคือคำว่า Vanilla + Patisserie Class

- Vanilla คือชื่อภายใต้แบรนด์หลักเพื่อต้องการให้ผู้บริโภคทราบว่ามีความข้องเกี่ยวกับภายใต้แบรนด์หลักที่ชื่อ Vanilla
- Patisserie Class คือชื่อของคอร์สให้สอนผู้ที่ต้องการเรียนทำขนม



รูปที่ 10 แสดงการออกแบบโลโก้ 3 แนวทาง คือพิททิกัน ทันสมัย ขนมหอมหวานน่ารักประทับใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อนำแต่ละแนวทางที่สอดคล้องกับ แบรินด์คอนเซปต์มาจับคู่แล้วพัฒนาแบบ ต่อจะได้ดังตารางภาพต่อไปนี้



รูปที่ 11 แสดงการพัฒนาโลโก้ของแต่ละแนวทางร่วมกัน  
สรุปแบบที่ถูกเลือกในช่วงที่ 1 พบว่าแบบ h มีความเหมาะสม และสอดคล้อง

รูปที่ 12 แสดงแบบ h ที่ถูกเลือกในการออกแบบโลโก้ครั้งที่ 1

วิเคราะห์แบบที่ถูกเลือกในครั้งที่ 1 : สีที่เลือกใช้มีความสอดคล้องกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย แต่ในเรื่องของรูปแบบนั้นดูมีลวดลายมากเกินไปและชื่อของแบรนด์นั้นอ่านและเข้าใจยาก ผู้บริโภคจะไม่ทราบได้ว่าเป็นสินค้าประเภทใด และยังไม่สามารถสื่อออกมาได้ว่าเป็นสินค้าที่อยู่ภายใต้แบรนด์สินค้าเดียวกับแบรนด์ Vanilla ดังนั้นจึงควรมีการพัฒนาต่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ครั้งที่ 2 : Vanilla Garnish และ Sweet garnish

เกิดจากการนำคำว่า Vanilla และ Sweet รวมกับคำว่า Garnish ซึ่ง Garnish มีความหมายว่าการประดับตกแต่งอาหารลักษณะหนึ่งที่จะไม่ไ้ กาวใช้ของตกแต่งที่มากเกินไป เป็นการตกแต่งที่ดูเรียบง่ายแต่เก๋และลงตัว อีกทั้งคำว่า garnish นี้ยังมีความหมายว่า สุกใส, งดงาม และ หรรษา

- Vanilla Garnish เกิดจากการผสมของ Vanilla + Garnish มีความหมายที่ต้องการสื่อให้ผู้บริโภครับรู้ ถึงภาพลักษณ์ของแบรนด์และลักษณะรูปแบบของเด็กที่ออกมาจะเป็นในรูปแบบที่เรียบง่ายแต่เก๋ ซึ่งก็สอดคล้องกับ แบรนด์คอนเซปต์ที่ตั้งไว้ในตอนแรก ( Simple But Elegance )



รูปที่ 13 แสดง การพัฒนาแบบครั้งที่ 2 (Vanilla Garnish)



รูปที่ 14 แสดง แบบโลโก้ที่ได้รับการเลือก (Vanilla Garnish)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Sweet garnish เกิดจากการผสมของ Sweet + Garnish ต้องการสื่อให้ผู้บริโภคทราบถึงตัวผลิตภัณฑ์ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับขนมหวาน



รูปที่ 15 การพัฒนาแบบครั้งที่ 2 (Sweet Garnish)

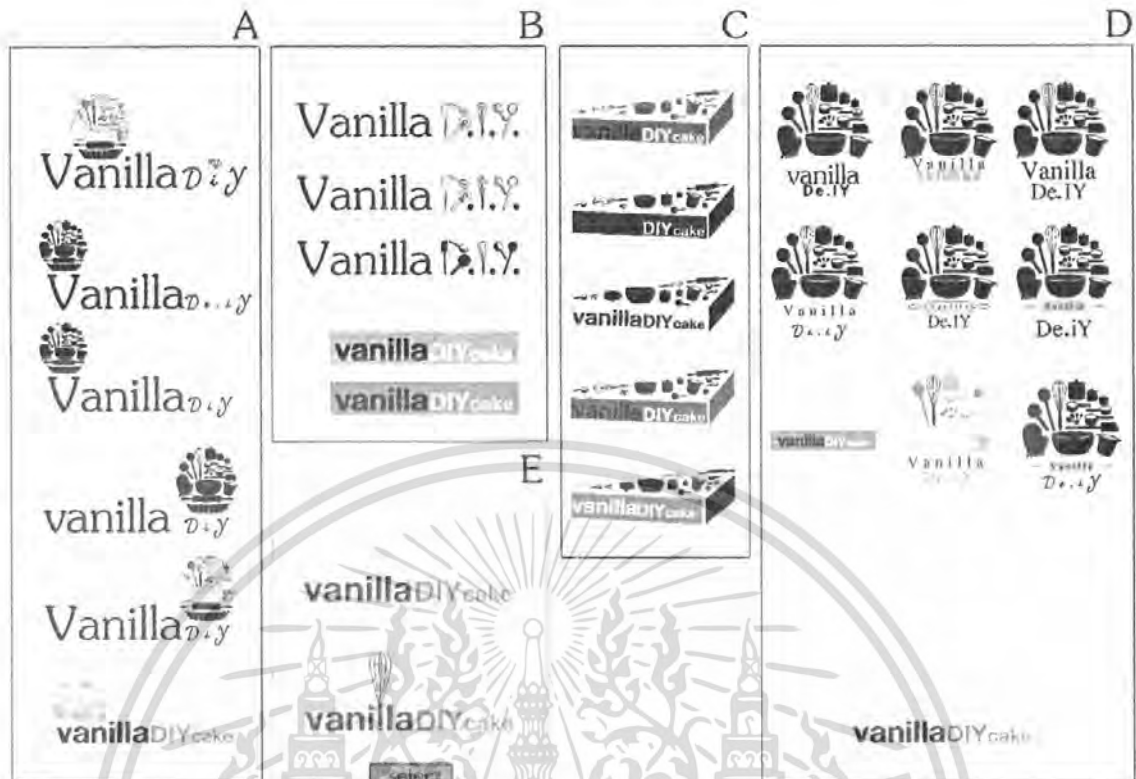
วิเคราะห์แบบที่ถูกพัฒนาในครั้งที่ 2 : รูปแบบของตัวอักษรที่ใช้ตัวอักษรเหมือนกับสัญลักษณ์ของโน้ตดนตรี อาจมีผลให้เกิดการสื่อความหมายคลาดเคลื่อนได้ อีกทั้งคำว่า Garnish ยังมีความหมายที่หลากหลาย โดยกลุ่มคนทั่วไปนั้นจะเข้าใจความหมายของคำนี้ว่าหมายถึง การตกแต่งอาหารด้วยเครื่องเคียง โดยจะนึกถึงอาหารมากกว่าขนม และยังไม่สามารถสื่อออกมาได้ว่าเป็นสินค้าที่อยู่ภายใต้แบรนด์สินค้าเดียวกับแบรนด์ Vanilla ดังนั้นจึงควรมีการพัฒนาแบบต่อ

### ครั้งที่ 3 : VanillaDIY

เกิดจากการนำคำว่า Vanilla รวมกับคำว่า DIY ซึ่งคำว่า DIY นั้นเป็นที่คุ้นเคยซึ่งเป็นตัวย่อที่มาจากคำว่า (Do It Your Self) มีความหมายว่า ทำได้ด้วยตัวเอง

- VanillaDIY เกิดจากการผสมของ Vanilla + DIY การใช้ 2 คำนี้รวมกันเพื่อที่ต้องการสื่อให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายนั้นได้เห็นภาพของลักษณะและรูปแบบการใช้งานของสินค้าง่ายขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 16 แสดงการพัฒนาแบบครั้งที่ 3

สรุปการเลือกแบบในช่วงที่ 3 : พบว่าแบบ E มีความเหมาะสม

**vanillaDIY cake**

รูปที่ 16.1 แสดงแบบที่ถูกเลือกจากการพัฒนาแบบครั้งที่ 3

วิเคราะห์แบบที่ถูกพัฒนาในครั้งที่ 3 : สามารถสื่อออกมาได้ว่าเป็นสินค้าที่อยู่ภายใต้แบรนด์สินค้าเดียวกับ Vanilla และผู้บริโภคสามารถเข้าใจได้ถึงลักษณะและรูปแบบของสินค้าได้ ทั้งในแง่ของการออกแบบ แบบ E เป็นแบบที่ง่ายต่อการนำไปใช้งานร่วมกับกราฟิกตัวอื่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.1. 2 แนวคิดในการออกแบบ

**Design Concept :** การให้กำลังใจ โดยมีการออกแบบสร้างแนวทางเลือก3 ทาง(Design Route)

#### 3.1.2.1 บุคลิกภาพของแบรนด์ (Brand Character)

การวางบุคลิกภาพของแบรนด์นั้น จำเป็นต้องศึกษาบุคลิกภาพของแบรนด์หลัก และแบรนด์รองที่อยู่ภายใต้แบรนด์หลักว่ามีบุคลิกภาพอย่างไร มีจุดเด่นอย่างไรเพื่อ เป็นข้อมูลช่วยในการกำหนดบุคลิกภาพของแบรนด์ในโครงการออกแบบนี้

Vanilla Brand

Royal Vanilla

Vanilla Restaurant

Vanilla Brasserie

Vanilla Industry

Vanilla Cafe

Vanilla Garden

vanillaDIYcake

รูปที่ 17 แสดงแบรนด์ที่อยู่ภายใต้แบรนด์หลักคือ วนิลา



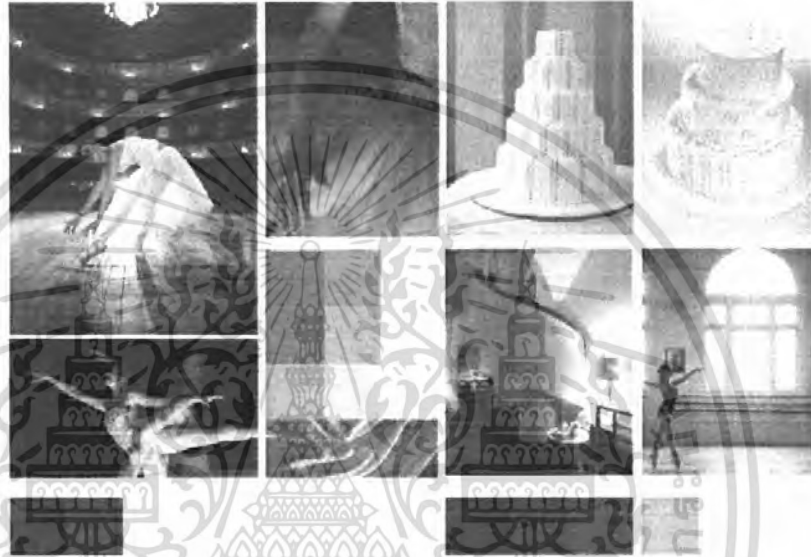
รูปที่ 18 แสดง บุคลิกภาพของแบรนด์ทั้ง Vanilla Industry และ VanillaDIY

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.1.2.2 แนวทางการออกแบบ (Design Route)

ในโครงการออกแบบนี้ได้แบ่งแนวทางการออกแบบออกเป็น 3 แนวทาง

**แนวทางที่1(Route1):** เปรียบได้ว่าเป็นดังครูที่สอนบัลเล่ ซึ่งถือเป็นการเรียนรู้ของ  
 คนชั้นสูงในสมัยก่อน คุณสูงส่งและมีรสนิยม กลุ่มผู้บริโภคร  
 เปรียบดั่งกับนักเรียนที่ฝึกบัลเล่ ต้องมีความอดทน ฝึกซ้อม  
 ต้องเพียรพยายามด้วยตนเองด้วยจึงจะสามารถเต้นได้อย่าง  
 งามสง่า เปรียบการขการทำการทำขนมออกมาได้อย่างเลิศรส



รูปที่ 19 แสดงภาพแสดงอารมณ์และแนวทางการออกแบบ แนวทางที่ 1

**แนวทางที่ 2(Route 1):** ความฝัน จินตนาการ ตำนานและเทพนิยายของของเด็กสาว



รูปที่ 20 แสดงภาพแสดงอารมณ์และแนวทางการออกแบบ แนวทางที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางที่ 3(Route 1): การทำขนมร่วมกัน การเรียนรู้ไปพร้อมกัน มิตรภาพ ความสนุกสนาน การอยู่เคียงข้างกัน การให้และการรับที่รูปแบบไม่จำกัดอยู่เพียงแคในกลุ่มเพื่อนเท่านั้น



รูปที่ 21 ภาพแสดงอารมณ์และแนวทางการออกแบบ แนวทางที่ 3

### 3.2 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

การออกแบบในโครงการนั้น จะมีความสอดคล้องกับแนวความคิดเบื้องต้นที่มาจาก Brand Concept โดยที่มีแนวความคิดในการออกแบบและพัฒนาเป็น 3 ช่วงดังนี้

ช่วงที่ 1 : เป็นช่วงที่มีการสรุปและออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ เป็นโครงสร้างเฉพาะของแต่ละสินค้า เช่น บรรจุภัณฑ์แป้ง บรรจุภัณฑ์เนย หรือน้ำตาลเป็นต้น บรรจุภัณฑ์ที่มีการคำนึงถึงการออกแบบด้าน การใช้งาน โดยจะมีบรรจุภัณฑ์รวมหน่วย ที่สามารถใช้บรรจุรวมหน่วยได้กับ ชุดทำขนมทุกรายการ เพื่อความประหยัด โดยเริ่มจากการ Sketch Idea เริ่มต้น ร่วมกับการวิเคราะห์ถึงหน้าที่และความต้องการในตัวบรรจุภัณฑ์แต่ละสินค้าซึ่งมีความต้องการที่แตกต่างกัน เช่น บรรจุภัณฑ์แป้งนั้นผู้บริโภคมีความต้องการความสะดวกในการใช้งานจึงได้มีการออกแบบให้ ตัวบรรจุภัณฑ์แป้งนั้นมีส่วนที่ช่วยตวงเป็นฝาของบรรจุภัณฑ์ไปในตัว ซึ่งเป็นการอำนวยความสะดวก ให้แก่ผู้บริโภคไม่ต้องเตรียมและล้างอุปกรณ์หลายชิ้นในการทำ เป็นต้น



รูปที่ 22 การออกแบบ Sketch Idea ที่มีการคำนึงถึงลักษณะการใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ผู้จัดทำเห็นประโยชน์ประการใดไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



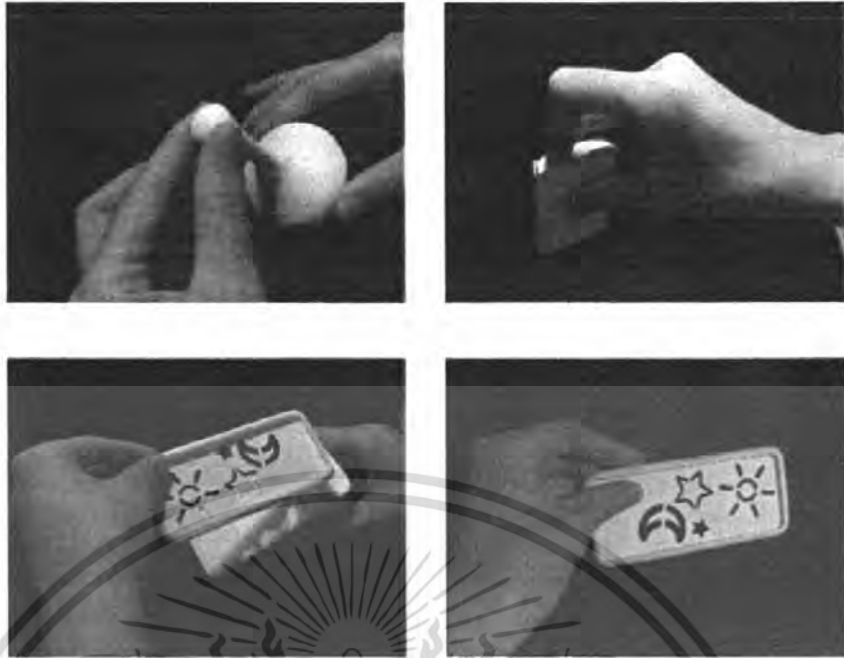
รูปที่ 23 ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างในช่วงที่ 1

มีการสร้างหุ่นจำลองเพื่อทดสอบการหีบจับ ใช้งานและศึกษานาถของบรรจุภัณฑ์



รูปที่ 24 ภาพแสดงโครงสร้างการออกแบบโดยรวมของทั้งโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



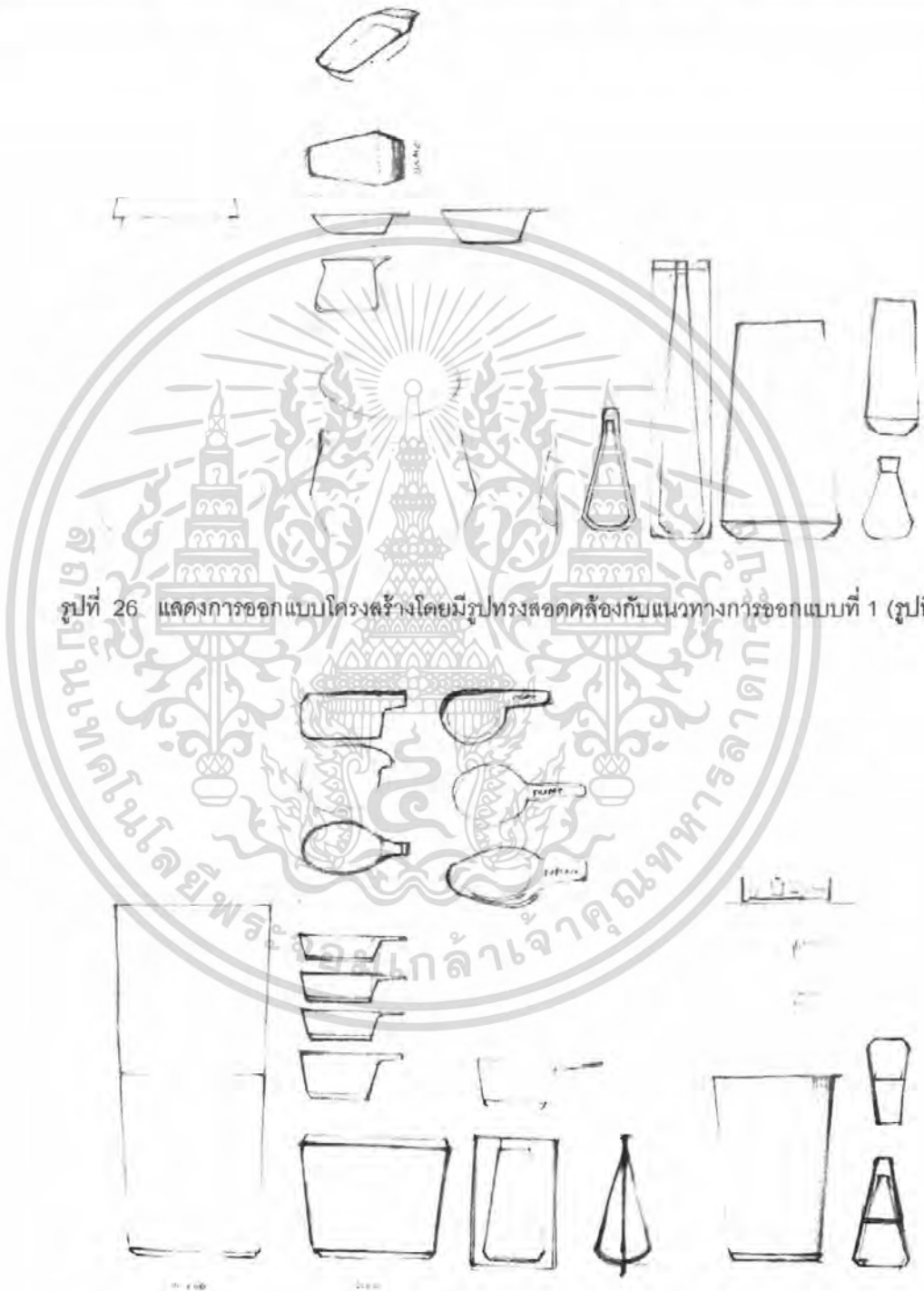
รูปที่ 25 ภาพแสดงการทดสอบการหนีบ จับใช้งานตัวบรรจุภัณฑ์จากหุ่นจำลอง

ช่วงที่ 2 : จากโครงสร้างการออกแบบในข้างต้นพบว่า การที่ออกแบบให้สินค้านั้นมีโครงสร้างที่จะต้องมีการขึ้นโมเดลใหม่ทุกตัวกับรายการผลิตภัณฑ์ในโครงการเป็นการใช้ต้นทุนในการผลิตที่สูงเกิดความสิ้นเปลือง และการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่แท้จริงแล้วนั้นสามารถแก้ปัญหา ได้ด้วยการเลือกใช้วัสดุที่ราคาถูก ว่าแต่อาศัยการออกแบบที่ดีเข้าช่วยแก้ปัญหาของผู้บริโภค ก็สามารถตอบสนองความต้องการ ของผู้บริโภคได้เช่นกัน จึงต้องมีการพัฒนาต่อมาในช่วงที่ 2 โดยช่วงนี้จะมีการเปลี่ยนวัสดุกับบรรจุภัณฑ์บางตัวและมีการออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ให้มี เอกลักษณ์ร่วมกัน และมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันมากขึ้น แสดงออกว่าเป็นสินค้าที่จัดอยู่ชุดเดียวกัน โดยมีการออกแบบที่สอดคล้องกับแนวทางการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แนวทางที่ 1



รูปที่ 26 แสดงการออกแบบโครงสร้างโดยมีรูปทรงสอดคล้องกับแนวทางการออกแบบที่ 1 (รูปที่ 1)

รูปที่ 27 แสดงการออกแบบโครงสร้างโดยมีรูปทรงสอดคล้องกับแนวทางการออกแบบที่ 1 (รูปที่ 2)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แนวทางที่ 2

รูปที่ 28 แสดง การออกแบบโครงสร้างโดยมีรูปทรงสอดคล้องกับแนวทางการออกแบบที่ 2 (รูปที่ 1)



รูปที่ 29 แสดงการออกแบบโครงสร้างโดยมีรูปทรงสอดคล้องกับแนวทางการออกแบบที่ 2 (รูปที่ 2)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 30 แสดงการออกแบบโครงสร้างโดยมีรูปทรงสอดคล้องกับแนวทางการออกแบบที่ 3

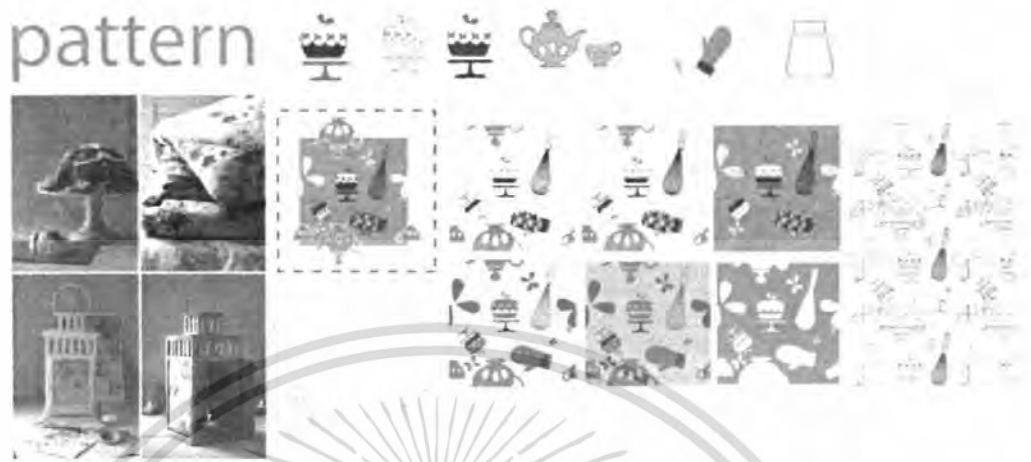
ช่วงที่ 3 : จากการออกแบบและพัฒนาในช่วงที่ 2 พบว่า การออกแบบโครงสร้าง และการจัดเป็นเขตเข้ารวมกันทำให้ผู้ประกอบการเกิดความซับซ้อน และเมื่อคำถึงภถึงต้นทุนในการผลิตแล้วนั้นยังจัดว่าเป็นต้นทุนที่สูงอยู่ ซึ่งยังสามารถใช้การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่ดีเข้าช่วยลดต้นทุนส่วนนี้ลง ในขั้นตอนการทำขนมบรรจุภัณฑ์ ควรมีส่วนช่วยความซับซ้อนของสูตรลงได้และในบรรจุภัณฑ์แต่ละตัวที่บรรจุสินค้าที่ต่างกันนั้นควรมีการใช้งานที่ต่อเนื่องกัน เช่นจากขั้นตอนการทำที่ 1 ไปยัง ขั้นตอนการทำที่ 2 ตัวบรรจุภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกันควรมีส่วนที่แสดงถึงการใช้งานที่ต่อเนื่องกัน

### 3.2 การออกแบบกราฟิก

การออกแบบกราฟิกนั้นจะนำเสนอ โดยเริ่มจากการออกแบบที่สอดคล้องกับลักษณะของโครงสร้างในช่วงการออกแบบที่ 1 และจนถึงการพัฒนาต่อในลำดับเลือกนำมาใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ช่วงการออกแบบที่ 1 : มีคิกรูปแบบของ แพทเทิน ที่สอดคล้องกับลักษณะและรูปแบบที่ทาง Vanilla ใช้ เพื่อแสดงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้ว่าเป็น



รูปที่ 31 แสดงการออกแบบ Pattern โดยเลือกใช้ลายละเอียดที่สื่อถึง ผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ที่ออกมาใหม่ภายใต้ แบรนด์อย่าง วานิลลา แต่ก็มีลักษณะเด่นที่แสดงออกถึงแบรนด์ของตัวเองด้วยเช่นลักษณะของรูปแบบแพทเทิน ที่มีรายละเอียดของรูป ลายเส้น รวมทั้งสี ที่นำมาใช้นั้นต้อง เหมาะกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้การนำเสนอการออกแบบ แพทเทินนี้จะจัดลำดับตาม การออกแบบที่พัฒนาไปในแต่ละช่วง



รูปที่ 32 แสดงการออกแบบกราฟิกร่วมกับโครงสร้างในช่วงการออกแบบที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์กราฟิกในช่วงการออกแบบที่ 1 : กราฟิกบนผลิตภัณฑ์ทำให้สินค้า แสดงออกมา เป็นสินค้าประเภทเดียวกับ แป้งเด็กที่มีส่วนผสมสำเร็จรูป การใช้สีและลายของ แพทเทินให้ ความรู้สึกถึงสินค้า ในกลุ่มเดียวกับ เอส แอนด์ พี ซึ่งยังไม่สามารถสื่อให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย รับรู้ถึงว่าเป็นสินค้าที่อยู่ภายใต้แบรนด์ วนิลาได้ ลายอะเจียตของสินค้ายังไม่ชัดเจน และครบ พอที่จะเข้าใจถึงผลิตภัณฑ์ จึงควรมีการพัฒนาต่อ



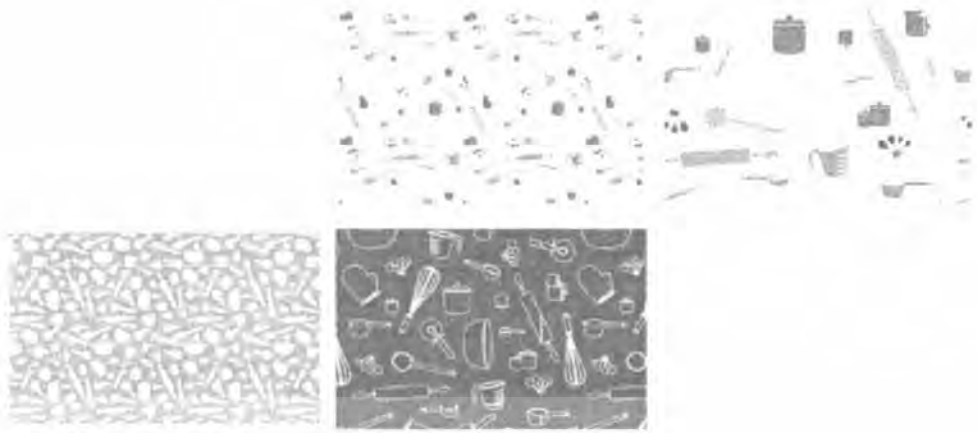
รูปที่ 33 แสดงการออกแบบกราฟิกร่วมกับโครงสร้างในช่วงการออกแบบที่ 1(พัฒนาต่อ)

ช่วงการออกแบบที่ 2 : เนื่องจากกราฟิกที่มีการพัฒนาต่อมาร่วมกับโครงสร้างนั้น ยังให้ ความรู้สึกที่เหมาะสมกับผู้ที่มีอายุมากกว่ากลุ่มเป้าหมาย จึงมีการพัฒนากราฟิก รวมไปถึงการคิด สร้างแพทเทินใหม่ให้ตรงตามความชื่นชอบของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น และออกแบบ โครงสร้างใหม่ที่ตอบสนองกับการใช้งานที่มากขึ้น ในกรออกแบบพัฒนา แพทเทินใหม่นั้น จะมีการออกแบบเป็นสองลักษณะ ตามความต้องการของผู้บริโภค และแพทเทินตัวนี้จะป็นตัวกราฟิก ที่ช่วยแบ่งแยก ชนิดชุดของผลิตภัณฑ์ เป็น

- ชุดที่เน้นเรื่องขั้นตอนการทำ
- ชุดที่เน้นและให้ความสนใจในการตกแต่งมากเป็นพิเศษ

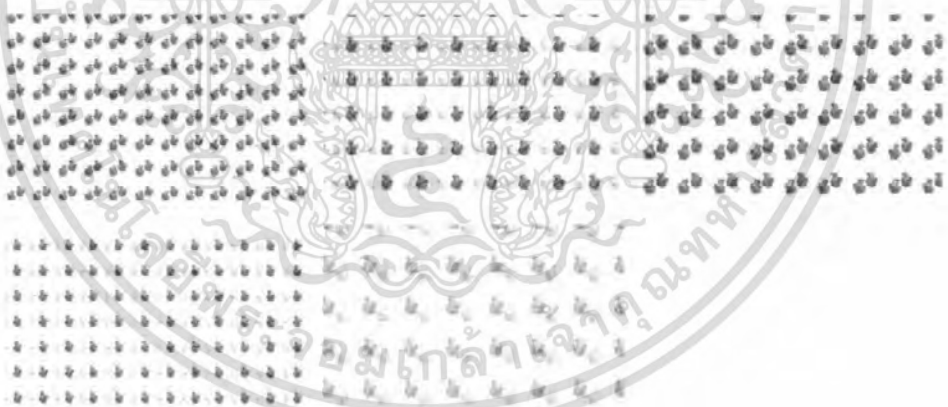
ตัวแพทเทินก็จะมีลักษณะของลวดลายที่ต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 34 แสดงการออกแบบพัฒนาแพทเทิน ของชุดทำเค้กที่เน้นขั้นตอนการตกแต่ง

สังเกตได้ว่า แพทเทินจะมีการจัดเรียงของรายละเอียดภายในที่ไม่เป็นระเบียบ ดูง่าย โทนสีหวาน สบายตา เข้ากับกลุ่มผู้บริโภค



รูปที่ 35 แสดงการออกแบบพัฒนาแพทเทิน ของชุดทำเค้กที่เน้นขั้นตอนการทำ

แพทเทินในกลุ่มนี้จะมีการจัดวางที่ดูเป็นระเบียบ สื่อถึงการมีแบบแผน คอนข้างดูเป็นผู้ใหญ่ ซึ่งตรงตามความต้องการของผศบริโภคกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการมีภาพลักษณ์ที่ดูเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.1 การออกแบบภาพประกอบ



Character



vanillaDIY.com

รูปที่ 36 แสดงการออกแบบภาพประกอบ (1)



Character

vanillaDIY.com

รูปที่ 37 แสดงการออกแบบภาพประกอบ (2)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



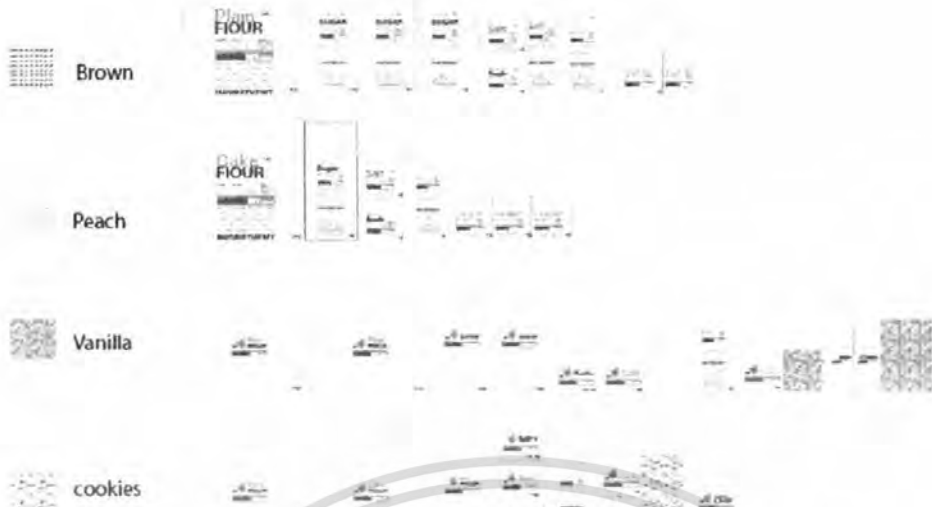
รูปที่ 38 แสดงการออกแบบกราฟิกบนของพลาสติกของสินค้าที่นำไปจัดชุด

กล่องเซตรวมหน่วยที่เห็นอยู่ในภาพด้านล่างทั้ง 5 ภาพนั้น เมื่อนำไปให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 10 เลือกว่า แบบที่ถูกเลือกมากที่สุด 2 อันดับก็คือ แบบ A. และรองลงมาคือแบบ B



รูปที่ 39 แสดงการออกแบบกราฟิกบนกล่องเซตรวมหน่วยที่กลุ่มเป้าหมายเลือก (ชุดร้าน)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 40 แสดงการออกแบบกราฟิกบนซองพลาสติก โดยมีการจัดเรียงเป็นชุด

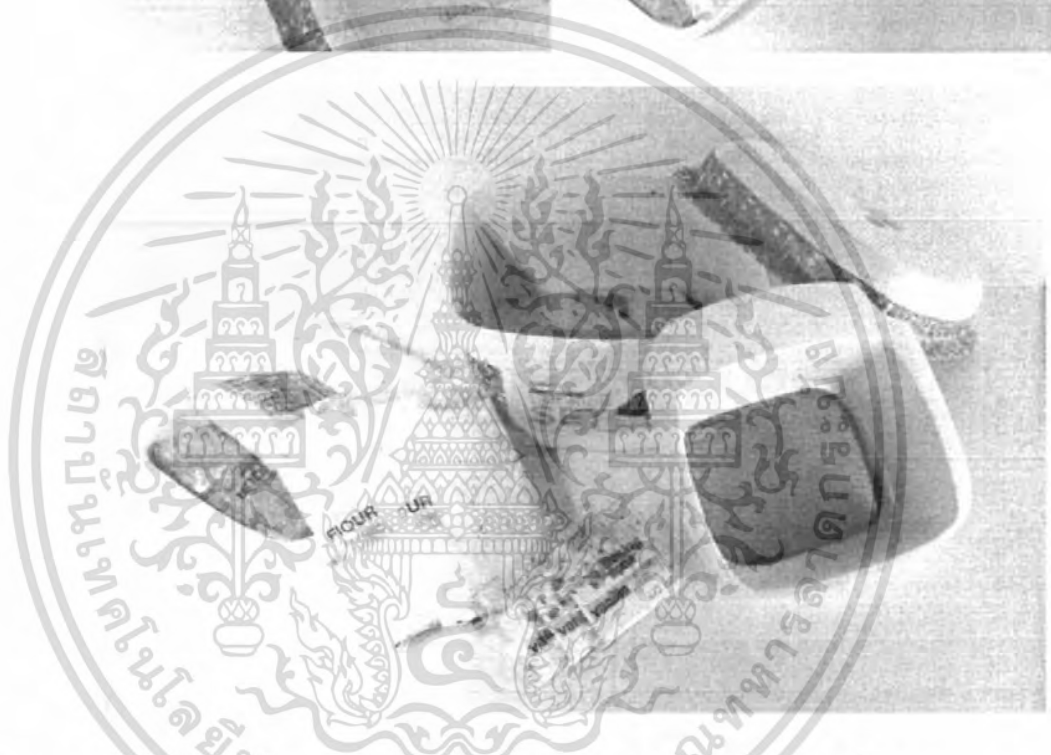
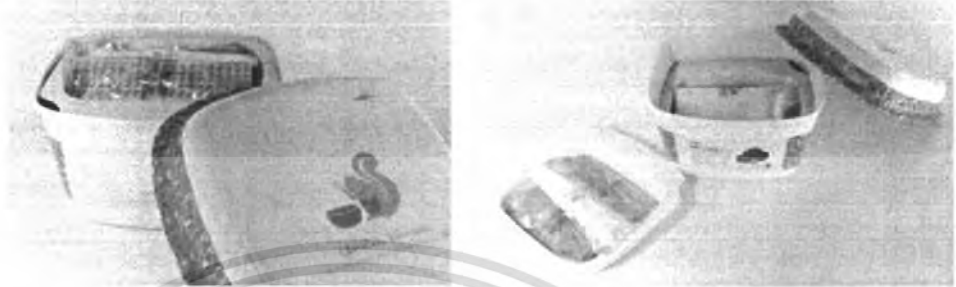


รูปที่ 41 แสดงการออกแบบกราฟิกบนกล่องเซตรวมหน่วย (ชุดเย็น)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.2.2 ภาพแบบจำลองครั้งแรก

3.2.2.1 ภาพแบบจำลองครั้งแรกของชุดทำ คุกกี้ ซึ่งชุดค้กกี้นี้เป็นชุดที่เน้นขั้นตอนของการตกแต่ง ดังนั้นโครงสร้างตลอดจนกราฟฟิกบนตัวบรรจุภัณฑ์นั้นจึงถูกออกแบบมาเพื่อให้ตอบรับกับการใช้งานที่เข้าใจง่าย และเหมาะสมที่จะนำไปใช้ในขั้นตอนการทำและขั้นตอนการตกแต่ง

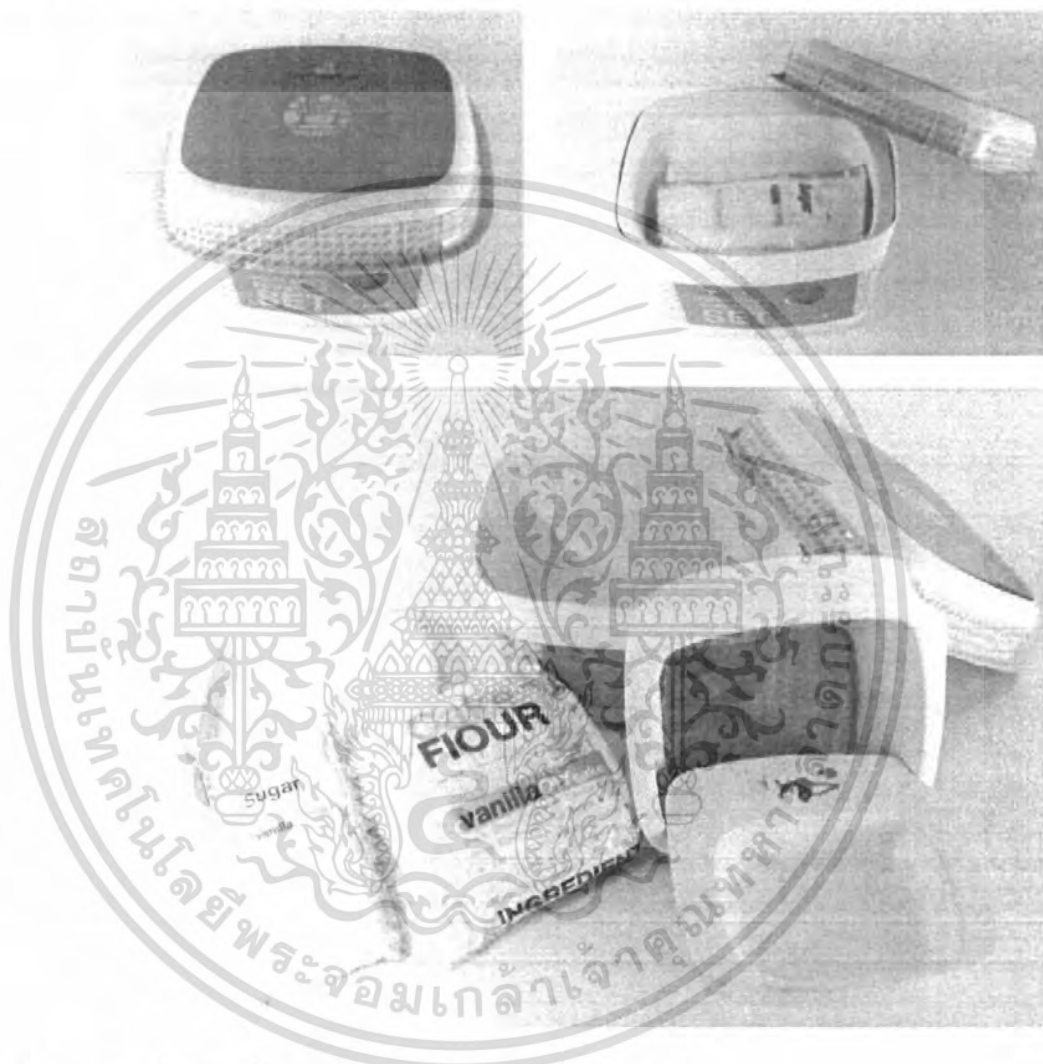


3.2.2.2 ภาพแบบจำลองครั้งแรกของชุดทำ คัพเค้ก ซึ่งชุดคัพเค้กนี้จัดเป็นชุดที่เน้นขั้นตอนของการตกแต่งเช่นกันเนื่องจากมีความสอดคล้องกับ เภณฑ์การวิเคราะห์ที่ใช้ในการแบ่งแยก ประเภทของชุดว่ารายการนี้เป็นชุดขนมที่มีรูปแบบจัดได้เป็นชุดใด โครงสร้างตลอดจนกราฟฟิกบนตัวบรรจุภัณฑ์นั้นถูกออกแบบมาเพื่อให้ตอบรับกับการใช้งานที่เข้าใจง่าย และเหมาะสมที่จะนำไปใช้ในขั้นตอนการทำและขั้นตอนการตกแต่ง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกิจกรรมเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไมออนุญาตให้ทำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.2.2 ภาพแบบจำลองครั้งแรกของชุดทำ คัพเค้ก ซึ่งชุดคัพเค้กนี้จัดเป็นชุดที่เน้นขั้นตอนของการตกแต่งเช่นกันเนื่องจากมีความสอดคล้องกับ เกณฑ์การวิเคราะห์ที่ใช้ ในการแบ่งแยกประเภทของชุดว่ารายการนี้เป็นชุดขนมที่มีรูปแบบจัดได้เป็นชุดใด โครงสร้างตลอดจนกราฟฟิกบนตัวบรรจุภัณฑ์นั้นถูกออกแบบมาเพื่อให้ตอบรับกับการใช้งานที่เข้าใจง่าย และเหมาะสมที่จะนำไปใช้ในขั้นตอนการทำและขั้นตอนการตกแต่ง



3.2.2.2 ภาพแบบจำลองครั้งแรกของชุดทำ พิทันท บัตเตอร์บราวน์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.3 ภาพแบบจำลองครั้งแรกของชุด บลูเบอร์รี่เค้ก ไวท์ช็อคชีสเค้กและสตอร์เบอร์รี่ช็อคเค้ก ตามลำดับซึ่งเป็นเค้กที่จัดอยู่ในชุด เค้กเย็น โดยนอกจากจะมีลักษณะ ของโครงสร้างที่ถูก ออกแบบในสอดคล้องกับสถานที่จัดจำหน่าย ณ จุดขายของสินค้า และเป็นชุดเค้กที่อยู่ในชุด เน้น การตกแต่ง ทั้งสามรายการ แต่ถึงจะอยู่ในชุดของการตกแต่งเดียวกันทั้งสามชุดแต่ก็มีรูปแบบของ ขั้นตอนการทำงานแลโครงสร้างที่ต่างกัน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.2.4 ภาพแบบจำลองครั้งแรกแสดง การรวมชุดทั้งร้อนและเย็น



3.2.4 ภาพแบบจำลองครั้งแรกแสดง การรวมชุดทั้งร้อนและเย็นซึ่งได้ถ่ายร่วมกับ ของ และอุปกรณ์อื่น เพื่อแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์รวมที่ชัดเจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## บทที่ 4 การนำเสนอผลงานออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 4.1 ภาพต้นแบบจำลองของบรรจุภัณฑ์ทั้งโครงการครั้งสุดท้าย

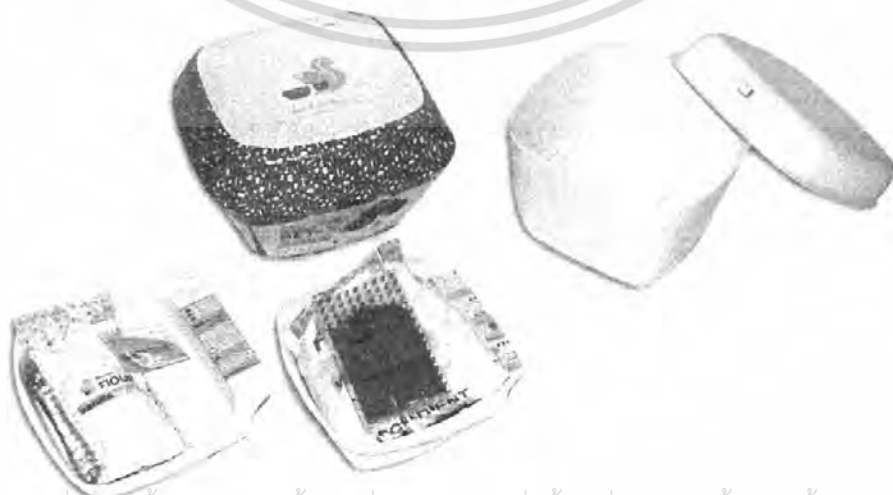
### 4.1.1 ภาพแบบจำลองครั้งแรกของชุดทำ คูกี้



### 4.1.2 ภาพแสดงขั้นตอนการเปิดใช้งานเป็นลำดับ และรายการของส่วนประกอบที่อยู่ภายใน ดังภาพด้านล่างคือการเปิดใช้งานในลำดับแรก



### 4.1.3 ภาพแสดงขั้นตอนการเปิดใช้งานของขั้นที่สอง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.1.4 ภาพแสดงขั้นตอนการเปิดใช้งานของชั้นสุดท้าย



#### 4.1.5 ภาพแบบจำลองครั้งแรกของชุดทำ คัพเค้ก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

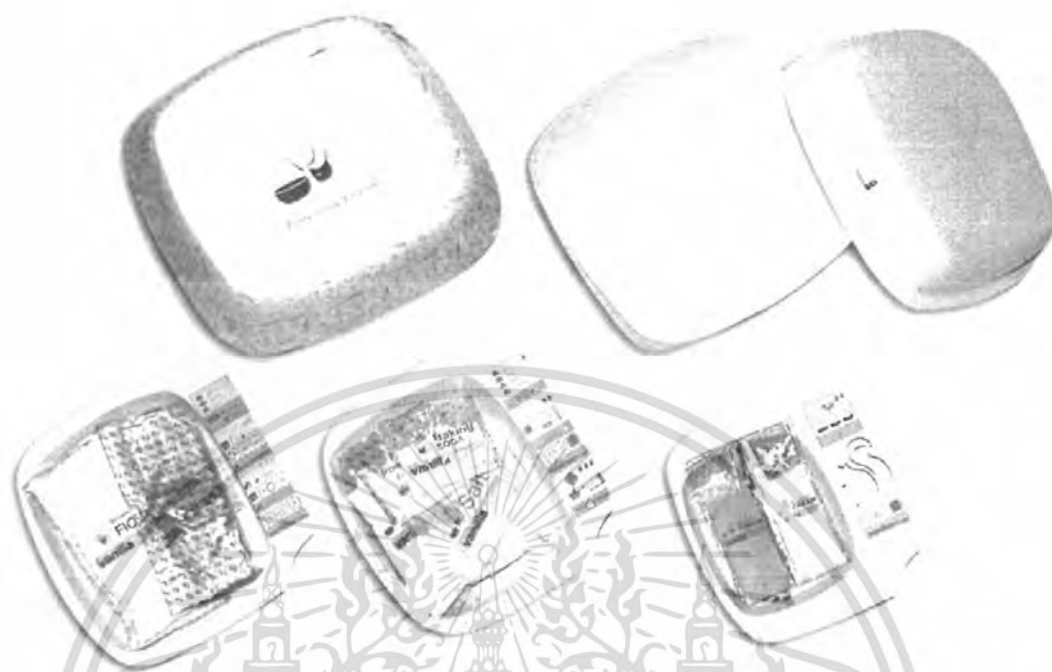
4.1.6 ภาพแสดงขั้นตอนการเปิดใช้งานเป็นลำดับ และรายการของส่วนประกอบที่อยู่ภายใน ดังภาพด้านล่างคือการเปิดใช้งานในลำดับแรก



4.1.7 ภาพแสดงขั้นตอนการเปิดใช้งานของขั้นที่สอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.1.8 ภาพแสดงขั้นตอนการเปิดใช้งานของชั้นสุดท้าย



#### 4.1.9 ภาพแบบจำลองครั้งแรกของชุดทำ พิซ อฟไซต์ ดาว์เค็ก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.10 ภาพแสดงขั้นตอนการเปิดใช้งานเป็นลำดับ และรายการของส่วนประกอบที่อยู่ภายใน ดังภาพด้านล่างคือการเปิดใช้งานในลำดับแรก



4.1.11 ภาพแสดงขั้นตอนการเปิดใช้งานของขั้นที่สอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.1.12 ภาพแสดงขั้นตอนการเปิดใช้งานของชั้นสุดท้าย



#### 4.1.13 ภาพแบบจำลองครั้งแรกของชุดทำพืชน้ำบำบัดเตอริบราวนี่



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.14 ภาพแสดงขั้นตอนการเปิดใช้งานเป็นลำดับ และรายการของส่วนประกอบที่อยู่ภายใน ดังภาพด้านล่างคือการเปิดใช้งานในลำดับแรก

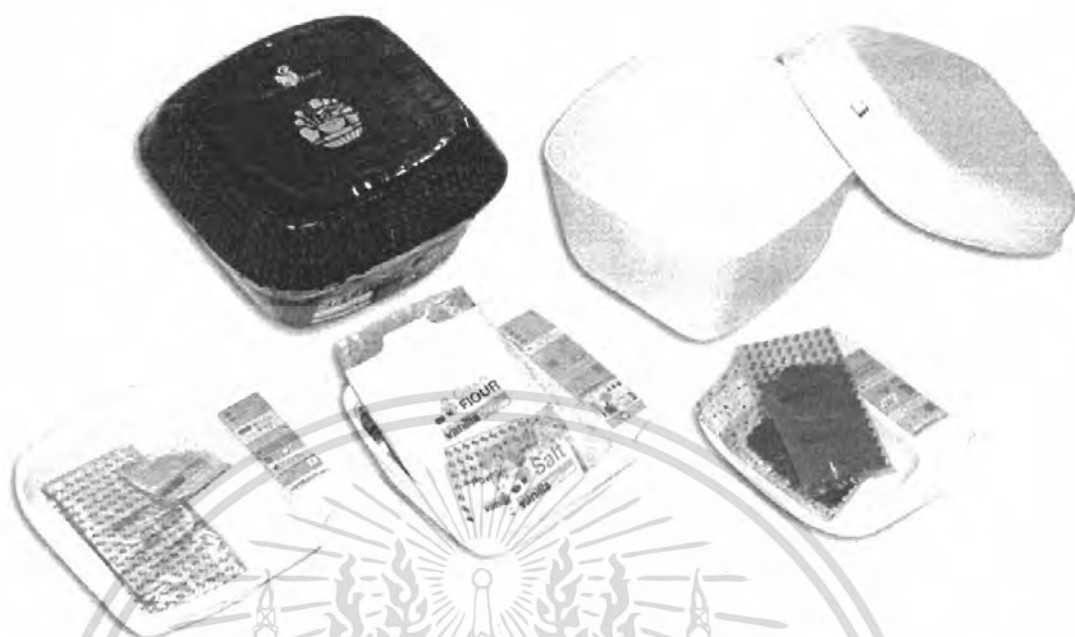


4.1.15 ภาพแสดงขั้นตอนการเปิดใช้งานของขั้นที่สอง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.1.16 ภาพแสดงขั้นตอนการเปิดใช้งานของชั้นสุดท้าย



#### 4.1.17 ภาพรวมของบรรจุภัณฑ์ ชุดทำขนม บลูเบอร์รี่สัดเค้ก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.18 ภาพแสดงรายการส่วนผสม และของตกแต่งที่อยู่ภายในของ ชุดทำขนม บลูเบอร์รี่ชีสเค้ก



4.1.19 ภาพแสดงรายการส่วนผสม ชุดทำขนม บลูเบอร์รี่ชีสเค้ก และขั้นตอนการทำ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.1.20 ภาพรวมของบรรจุภัณฑ์ ชุดทำขนม สตอเบอร์รี่ช็อคเค้ก



#### 4.1.21 ภาพแสดงรายการส่วนผสม และของตกแต่งที่อยู่ภายในของ ชุดทำขนม สตอเบอร์รี่ช็อคเค้ก



#### 4.1.22 ภาพแสดงรายการส่วนผสม ชุดทำขนม สตอเบอร์รี่ช็อคเค้กและขั้นตอนการทำ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.1.23 ภาพรวมของบรรจุภัณฑ์ ชุดทำขนม ไวท์ช็อคชีสเค้ก



#### 4.1.24 ภาพแสดงรายการส่วนผสม และของตกแต่งที่อยู่ภายในของ ชุดทำขนม ไวท์ช็อคชีสเค้ก



#### 4.1.25 ภาพแสดงรายการส่วนผสม ชุดทำขนม สตอเบอร์รี่ช็อคเค้กและขั้นตอนการทำ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.25 ภาพของบรรจุภัณฑ์รวมทำขนมทั้ง 7 รายการ



4.1.26 ภาพแสดงชุดอุปกรณ์ กระเป๋าคาดอก ผ้ากันเปื้อน ถุงมือที่มีส่วเกี่ยวข้องกับโครงการ เพื่อแสดงให้เห็นถึง เอกลักษณ์ร่วมของแบรนด์ และการนำลายกราฟิกไปใช้ลงบนผลิตภัณฑ์อื่น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 4.1.27 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบทั้งหมดในโครงการ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการเสนอแนะการออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ตกแต่งขนมด้วยตนเองในเครื่องตราสินค้า Vanilla Industry

โครงการเสนอแนะการออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ตกแต่งขนมด้วยตนเอง ในเครื่องตราสินค้า Vanilla Industry

Vanilla Industry

S&P

วนิลา อินดิสทรี คือแบรนด์ที่อยู่ในเครือของแบรนด์ เอสแอนด์พี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



02

โครงการเสนอแนะการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์เค้กเทียนหอมและ ชุดหิ้วขนมเค้กต้นหอม ในเครือทราสตีค้า Vanilla Industry

ร้านอาหารในต่างประเทศ

- Siam Kitchen
- Patara
- Thai
- Patio

ร้านอาหารและร้านเบเกอรี่ในประเทศ

• S & P    • Patio    • Patara    • Vanilla    • มังกรทอง    • Blue Cup

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการเสนอและการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ตกแต่งขนมและ ซูก้าทำเองด้วยตนเอง ในเครือตราสินค้า Vanilla Industry 03

ผลิตและสินค้าภายใต้ชื่อ "S&P"

1. ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่
2. ผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็ง
3. ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มรูปแบบ
4. วัตถุดิบเจือปนอาหาร
5. ผลิตภัณฑ์อื่นๆ



Frozen Pound Cake



• Vanilla

• 7อยส์ลิต

โครงการเสนอและการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ตกแต่งขนมและ ซูก้าทำเองด้วยตนเอง ในเครือตราสินค้า Vanilla Industry 05

Vanilla Brand



• Royal Vanilla

• Vanilla Brasserie

• Vanilla Cafe




• Vanilla Restaurant

• Vanilla Garden

วนิลา อินดัสทรี (Vanilla Industry)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้


โครงการเสนอและการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ตกแต่งขนมและ จุดทำขนมด้วยตนเอง ในเครือตราสินค้า Vanilla Industry 05



VANILLA INDUSTRY

Brand Identity

---



- ขยายกลุ่มผู้บริโภค
- สร้างช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ (Vanilla Shop & Supermarket)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้




เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้


โครงการเสนอแนะการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ซักล้างและ ชุดทำขนมด้วยตนเอง ในเครือตราสินค้า Vanilla Industry

สร้างช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่


- Supermarket
- Vanilla shop



Vanilla Shop



VANILLA  
INDUSTRY



VANILLA  
INDUSTRY

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการเสนอแนะการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ตกแต่งขนมและ ชุดทำขนมด้วยตนเอง ในเครือตราสินค้า Vanilla Industry 06

สินค้าที่จำหน่ายภายใต้แบรนด์ วนิลา อินดัสทรี (Vanilla Industry)

01 CAKE	02 CHOCOLATE	03 BROWNIE
04 D.I.Y. BAKERY	05 SOUVENIR	06 GIFT BOX

**BROWNIE**

**CAKE**

**CHOCOLATE**

โครงการเสนอแนะการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ตกแต่งขนมและ ชุดทำขนมด้วยตนเอง ในเครือตราสินค้า Vanilla Industry 07

สินค้าที่จำหน่ายภายใต้แบรนด์ วนิลา อินดัสทรี (Vanilla Industry)

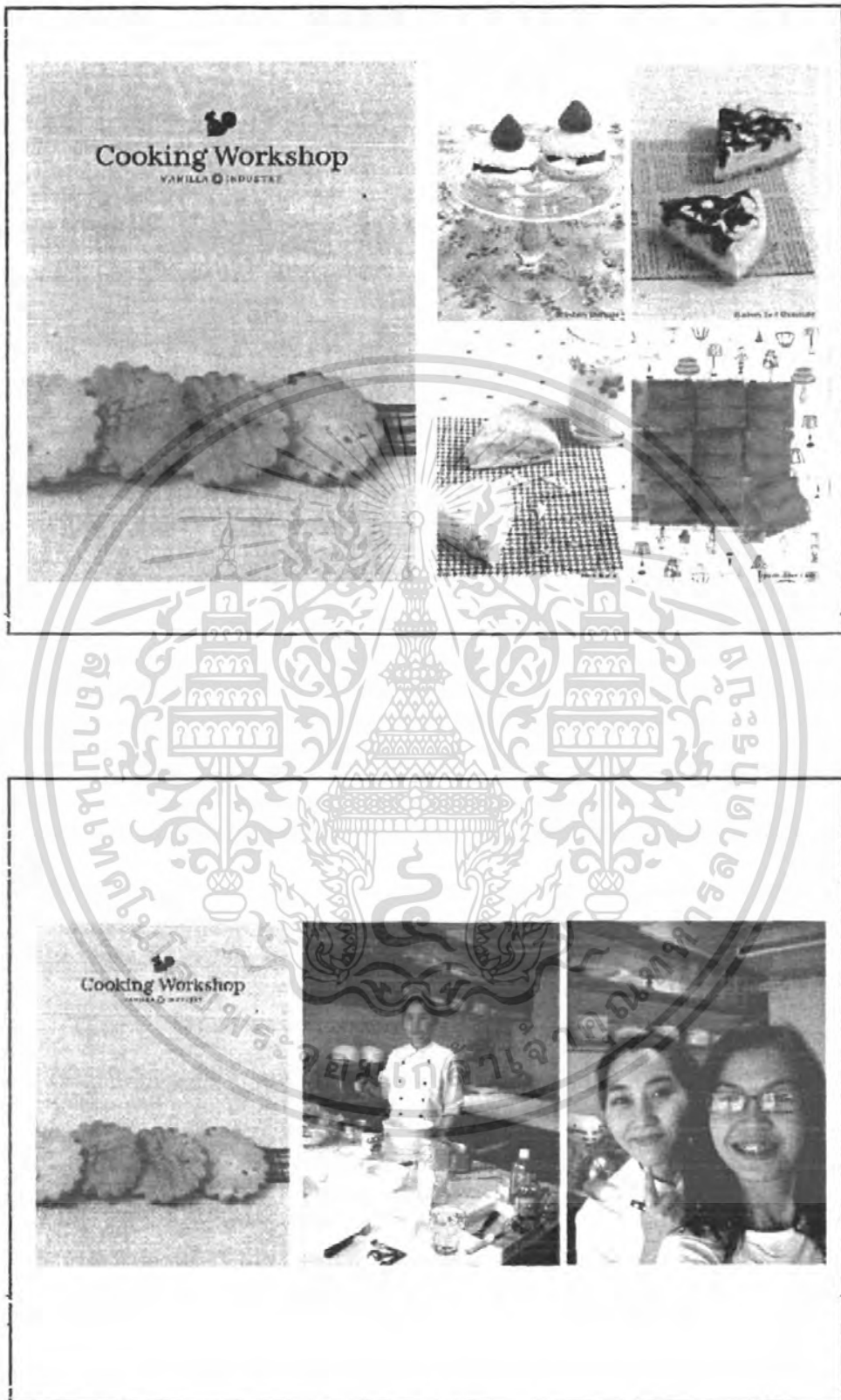
01 CAKE	02 CHOCOLATE	03 BROWNIE
04 D.I.Y. BAKERY	05 SOUVENIR	06 GIFT BOX

**D.I.Y. BAKERY**

**CHOCOLATE**

**BROWNIE**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Cusine Class (อาหารหวาน)

Patisserie Class (ขนมหวาน)



- 01 Chocolate Chip Cookies
- 02 Apple Crumble with vanilla Custard sauce
- 03 Peanut Butter Brownie
- 04 Earl Gray Butter Brownie
- 05 Breakfast Fruit Muffin
- 06 Cranberry Sables
- 07 Herb Biscuit
- 08 strawberry shortcake
- 09 Crunchy Oatmeal Raisin Cookies
- 10 Raspberry Cream Cheese Crumb Bars
- 11 Vanilla Cupcake With Buttercream Frosting
- 12 Peach Upside-Down Cake
- 13 Carrot Cake - Cream Cheese Frosting
- 14 Devil's Food Cake
- 15 Caramel Custard
- 16 White Chocolate Cheesecake
- 17 Blueberry Swirl Cheesecake
- 18 Smoked Salmon Quiche
- 19 chocolate Nutella Tart
- 20 Rum Raisin Cheesecake



เมนูขนมที่ได้รับความนิยมมากที่สุด

- Blueberry Swirl Cheesecake
- Apple Crumble with vanilla Custard sauce
- Peanut Butter Brownie
- strawberry shortcake
- Vanilla Cupcake With Butter cream Frosting
- Peach Upside-Down Cake
- White Chocolate Cheesecake
- Blueberry Swirl Cheesecake

ที่มา : จากการแข่งขันทำขนมและกลุ่มเป้าหมายที่เข้าเรียนทำขนม 10 คน พบ


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการส่งเสริมการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ขนมเค้กและ จุดทำขนมเค้กตนเอง ในเครือตราสินค้า Vanilla Industry


### Vanilla Cupcake With Buttercream Frosting

Cupcake		Buttercream Frosting	
แป้งเค้ก	1 ถ้วย	ไข่ไก่	1 ถ้วย
ไข่ไก่	1 ถ้วย	เนยขาว	1 ช้อนชา
เนยขาว	1 ช้อนชา	วิปครีม	1/2 ถ้วย
วานิลลา	1 ช้อนชา	ผงฟู	1/2 ช้อน
น้ำตาล	1/4 ถ้วย		

8 ชิ้น



ขั้นตอนการทำอาหาร



ปัญหา / เรื่องใจความที่ต้องการ

- การนำเสนอภาพของเค้ก หอศิลป์
- การถ่ายภาพและกราฟิกบน มีดีไซน์
- Frosting ที่มีความนุ่มและรสชาติที่อร่อย
- การออกแบบกราฟิกที่สอดคล้องกับแบรนด์
- การนำเสนอสินค้าในรูปแบบของภาพที่สวยงาม
- การนำเสนอสินค้าในรูปแบบของภาพที่สวยงาม

1) ใส่น้ำตาลและไข่ไก่ 100 กรัมลงในชาม

2) เติมน้ำตาล + น้ำตาล

3) + ไข่ไก่ 4) + แป้ง + ผงฟู + เกลือ

5) + เนย + ไข่ไก่ 6) + วิปครีม

7) 15 - 20 นาที

Buttercream Frosting

1) เติมน้ำตาล + วิปครีม

2) ตบแต่งด้วยวานิลลา

โครงการส่งเสริมการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ขนมเค้กและ จุดทำขนมเค้กตนเอง ในเครือตราสินค้า Vanilla Industry

### Chocolate Chip Cookies

แป้งเค้ก	1 ถ้วย
ไข่ไก่	2 ถ้วย
เนยขาว	1/2 ถ้วย
น้ำตาล	1/2 ถ้วย
ผงฟู	1/2 ช้อนชา
วานิลลา	1/2 ช้อนชา
ช็อกโกแลตชิพ	3 ช้อน
เกลือ	2 ช้อน
น้ำตาล	1/2 ถ้วย

14 ชิ้น

ขั้นตอนการทำอาหาร

ปัญหา / เรื่องใจความที่ต้องการ

- การนำเสนอสินค้าในรูปแบบของภาพที่สวยงาม
- การนำเสนอสินค้าในรูปแบบของภาพที่สวยงาม
- การนำเสนอสินค้าในรูปแบบของภาพที่สวยงาม
- การนำเสนอสินค้าในรูปแบบของภาพที่สวยงาม

1) ใส่น้ำตาลและไข่ไก่ 100 กรัมลงในชาม

2) เติมน้ำตาล + น้ำตาล

3) + ไข่ไก่ + ผงฟู + เกลือ

4) + แป้ง + ผงฟู + เกลือ + น้ำตาล

5) + ช็อกโกแลตชิพ + เนยขาว

6) 15 - 20 นาที

การนำเสนอสินค้าในรูปแบบของภาพที่สวยงาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการเสนอและการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ช็อคโกแลตและ ชูชิตาขนมคั่วบัตเตอร์ โนกรีอควาลินค้า Vanilla Industry

### Peanut Butter Brownie

ขั้นตอนการทำอาหาร

เปลือกอบประตอง	1	ช็อค
น้ำตาลทรายละเอียด	1	ช็อค
เกลือ	1/2	ช้อนชา
แป้ง	1/2	ช้อนชา
แป้งข้าวเจ้าไทย	1	ช้อนโต๊ะ
ผงโกโก้	1/4	ช็อค
ไข่	1	ฟอง
นมสด	1/2	ถ้วย
บัตเตอร์ครีม	1/4	ถ้วย
ถั่วบด	1/2	ถ้วย
วนิลา	1	ช้อนชา

6 ชิ้น(2x3)

- 1) ตูสาคั่วความร้อน 180 องศาเซลเซียส
- 2) + แป้ง + ไข่ + เกลือ + ผงโกโก้
- 3) + นมที่ละลายแล้ว + ช็อค + วนิลา
- 4) + ไข่ + แป้ง + ผงโกโก้ + นม + ช็อค + วนิลา
- 5) 15 - 20 นาที

ปัญหา / เงื่อนไขและความสะดวก

- เครื่องปั้นดินเผาทำนวดขนมสะดวก รวดเร็วและถูกกิโลกรัม ขึ้นชื่อในการทำ จะช่วยให้กลุ่มเป้าหมายมีกำลังใจในการทำขนมสำเร็จ
- บรรจุภัณฑ์สามารถนำเข้าไปที่โรงเรียนได้ เช่น เก็บไว้ในภาชนะที่ปิดสนิท จะช่วยลด หรือป้องกันการปนเปื้อนของอากาศที่กระทบต่อรสชาติของขนม

โครงการเสนอและการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ช็อคโกแลตและ ชูชิตาขนมคั่วบัตเตอร์ โนกรีอควาลินค้า Van-Fig Industry

### Biscuits with Chynamcoloso

ขั้นตอนการทำอาหาร

เปลือก	9	ช็อค
น้ำตาลทราย	1/4	ช็อค
สตรอเบอรี่	50	กรัม (1/2 กิโลกรัม)
สตรอเบอรี่	1/9	ช้อนชา
ไข่	1	ฟอง
ช็อคโกแลต	4	ช้อนโต๊ะ
วนิลา	1/2	ช้อนชา
นมสด	1	ถ้วย
แป้งข้าวเจ้า	1	ช้อนชา
ผงโกโก้	30	กรัม
เกลือ	125	กรัม

4 ชิ้น

- 1) ตูสาคั่วความร้อน 180 องศาเซลเซียส
- 2) + นมที่ละลายแล้ว + ผงโกโก้
- 3) + แป้ง + ไข่ + เกลือ + ผงโกโก้
- 4) + ไข่ + แป้ง + ผงโกโก้ + นม + ช็อค + วนิลา
- 5) + ไข่ + แป้ง + ผงโกโก้ + นม + ช็อค + วนิลา
- 6) + สตรอเบอรี่ + วนิลา
- 7) + แป้ง + ไข่ + ผงโกโก้ + นม + ช็อค + วนิลา
- 8) 45 นาที

ปัญหา / เงื่อนไขและความสะดวก

- ลวดประตองที่ใช้ทำถ้วยช็อค และไม้พายที่ดูสวยงามที่หยิบถือได้ง่าย โนกรีอควาลินมีปริมาณมาก อีกทั้งยังไม่สามารถกินได้ทันที
- บรรจุภัณฑ์ที่ลวดประตองจะสะดวก รวดเร็วและถูกกิโลกรัม ขึ้นชื่อในการทำ จะช่วยให้กลุ่มเป้าหมายมีกำลังใจในการทำขนมสำเร็จ
- บรรจุภัณฑ์ที่ลวดประตองจะช่วยให้กลุ่มเป้าหมายสามารถนำเข้าไปที่โรงเรียนได้ เช่น เก็บไว้ในภาชนะที่ปิดสนิท จะช่วยลด หรือป้องกันการปนเปื้อนของอากาศที่กระทบต่อรสชาติของขนม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการเสวนาและการชอกลงนามกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เค้กแต่งขนมและ ซุกทำขนมด้วยตนเอง ในเครือร้านสินค้า Vanilla Industry

### White Chocolate Cheesecake

ไข่ไก่	2	ซูกะเนย	
ไข่แดง	1/4	ครีม	20%
เนย	80	เกลือ (1/2 ชช.)	
ผงฟู	1/2	ซอสชา	
ไข่	1	ซูกะ	
ผงสวิตช์	4	ซูกะใส	
วานิล	1/2	ซอสวู	
เนยพืช	4	ซูกะใส	
น้ำตาล	1	นมชง	
ครีม	70	นมข้น	
คัสซีย	125	ถั่ว	

1. ร่อนส่วนผสมแป้ง 100 กรัมลงตะแกรง

2. นำไข่แดงมาตี

3. ไข่ขาว + น้ำตาล + ไข่แดง

4. ไข่ขาว + ผงฟู

5. ไข่ขาว + น้ำตาล

6. ไข่ขาว + น้ำตาล + ผงฟู

7. อบที่ 150 องศา

### ขั้นตอนการทำอาหาร

ปัญหา / เมื่อไรและควรระวัง

- ถ้าเมื่อประกอบเค้กใช้เค้กช็อคโกแลต และมีรสที่ดูขมเกินไปหรือแห้งจากไข่ ในแต่ละครั้งก็จะมีปริมาณมาก อีกทีซึ่งใช้ปริมาณกับไข่แดง
- บรรจุภัณฑ์มีสารเข้ามความสะอาด ช่วยความสะอาด ซึ่งสอนในการทำ จะช่วยควบคุมปริมาณที่ใส่ลงในภาชนะอย่างเร็ว
- บรรจุภัณฑ์มีความนุ่มในร้านค้าที่ขาย เช่น บรรจุภัณฑ์ที่ไว้กับร้านที่ขายเค้ก

โครงการเสวนาและการชอกลงนามกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เค้กแต่งขนมและ ซุกทำขนมด้วยตนเอง ในเครือร้านสินค้า Vanilla Industry

### strawberry shortcake

ไข่ไก่	1	ซูกะ	
ไข่แดง	1/4	ครีม	20%
เนย	1/8	ซอสชา	
ผงฟู	1	ซอสวู	
ไข่	1	ซูกะ	
วานิล	1	ซูกะใส	
เนยพืช	1/4	ซูกะใส	
ซูกะใส	1	นมชง	
น้ำตาล	2	ซูกะใส	
ครีม	1/2	ซอสชา	
ไข่แดง	1/2	ไข่	

1. ร่อนส่วนผสมแป้ง 100 กรัมลงตะแกรง

2. ไข่ขาว + น้ำตาล + ผงฟู + ไข่แดง

3. ไข่ขาว + น้ำตาล + ผงฟู

4. ไข่ขาว + น้ำตาล

5. ไข่ขาว + น้ำตาล + ผงฟู

6. ไข่ขาว + น้ำตาล + ผงฟู + ไข่แดง

7. อบที่ 150 องศา

### ขั้นตอนการทำอาหาร

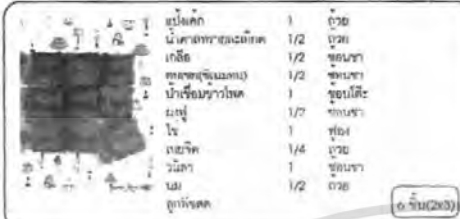
ปัญหา / เมื่อไรและควรระวัง

- ถ้าเมื่อประกอบเค้กใช้เค้กช็อคโกแลต และมีรสที่ดูขมเกินไปหรือแห้งจากไข่ ในแต่ละครั้งก็จะมีปริมาณมาก
- บรรจุภัณฑ์มีสารเข้ามความสะอาด ช่วยความสะอาด ซึ่งสอนในการทำ จะช่วยควบคุมปริมาณที่ใส่ลงในภาชนะอย่างเร็ว
- บรรจุภัณฑ์มีความนุ่มในร้านค้าที่ขาย เช่น บรรจุภัณฑ์ที่ไว้กับร้านที่ขายเค้ก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการเสนอแนะการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ซักรีดแต่งขนและ ชุดทำขนคิ้วด้วยตนเอง ในเครือภาครสินค้า Vanilla Industry

### Peach Upside-Down Cake



ไข่ไก่	1	ไข่ช
น้ำตาลทรายแดง	1/2	นม
เกลือ	1/2	ซอสนา
ช็อคโกแลต(ขม)	1/2	ซอสนา
แป้งข้าวไรท์	1	ซอสนา
นม	1/2	ซอสนา
โร	1	ซอสนา
เกลือ	1/4	ไข่ช
วนิลา	1	ซอสนา
เน	1/2	ถั่ว
ลูกท้อสด		

6 ชิ้น(200)

#### ขั้นตอนการทำอาหาร

1. ต้มน้ำ 1 นาที ปิดไฟ รออุ่น
2. ใส่ส่วนผสมไข่ช นม และเกลือ
3. + นม + นมที่อุ่น + เกลือ + น้ตาล
4. + เน + โร + วนิลา
5. 15 - 20 นาที

**ปัญหา / เงื่อนไขและกรอบข้อจำกัด**

- บรรจุภัณฑ์ที่มีส่วนสำคัญต่อความปลอดภัย ชวนดึงดูดความสนใจ ชี้นำและเป็นการทำ จะขอให้ออกแบบภาพที่มีกำลังใจในกราฟิกที่ดูแล้วสบายใจ
- ตัวประกอบที่มีหลากหลาย และ บางชนิดเป็นรายการที่ดูแล้วไม่คุ้นเคยกับเป้าหมาย ในกราฟ การรวมจุดและกำหนดทิศทางที่เหมาะสม ขอความร่วมมือในการนำเสนอขั้นตอนการทำ

ตารางวิเคราะห์เลือกสินค้า เพื่อใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

Product	size			น้ำหนัก (g)	น้ำหนัก (g)	น้ำหนัก (g)	น้ำหนัก (g)	น้ำหนัก (g)	น้ำหนัก (g)	น้ำหนัก (g)	น้ำหนัก (g)	น้ำหนัก (g)	น้ำหนัก (g)
	ขนาดบรรจุภัณฑ์	น้ำหนัก	จำนวนชิ้น										
Vanilla Custard with B.F		1 Cup		1 Cup	1/2 Top	1 Top				10	5		
Chocolate Chip Cookies	1 Cup			1 Cup	1/2 Top	1/2 Top				14	1	1 Top	1/2 Top
Peanut Butter Brownies	1 Cup			1-1/2	1/2 Top	1/2 Top			10	100%	2		
Blueberry Swirl Chees		2 Top		(1/4) Cup					1/2 Top	นม 2	1		
White Choc Cheesecake		2 Top		(1/4) Cup					1/2 Top	นม 2	1		
Strawberry Shortcake	1 Cup			(1/2) Cup	1/2 Top	2 Top				6-8	1		
Apple Crumble with V	1 Cup		1 top				1/2 Top			2	1	1 Top	
Peach Upside down Cake		1 Cup			1/2 Top	1 Top				4.5x4.5x4.5	2		
Devil's Food Cake	2 Cup				1 Top	5 Top				12	2	1 Top	1 Top

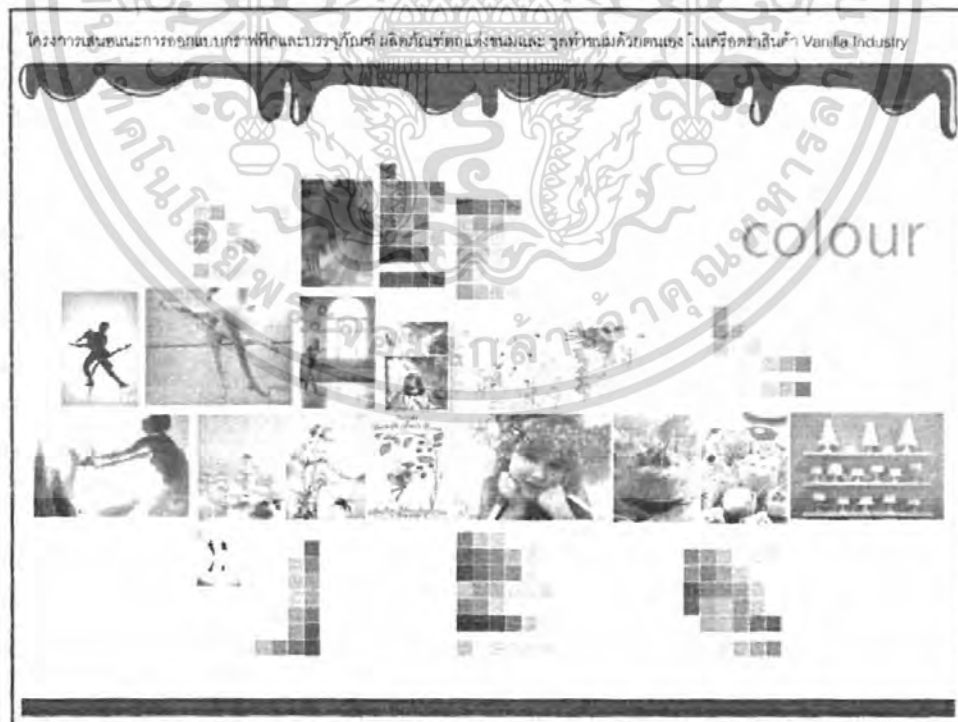
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางวิเคราะห์เลือกสินค้า เพื่อใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์**

	White Choc Chocolata	Chocolate Butter-Choc	Peanut Butter Cream	วานิลลา	สีผสมอาหาร	นมสด	นม ปราศจากไขมัน	Whiped	Cream	สีที่แต่งเติม	sourcream
Vanilla Cupcake with B.F				1 Tsp	1/2Tsp	1/2 Cup				นม	
Chocolate Chip Cookies	Choc 1 1/2Tsp	Choc Chip 1 Cup		2 Tsp		1/2 Cup					
Peanut Butter Brownies		Butter-Chip 1 Cup	1/4 Tsp	2 Tsp		1/2 Cup 2 Tbsp					
Blueberry Swirl Cakes			Blueberry Filling 3-4 Tbsp	1/2 Tsp		3 Tbsp				นมสด 1 Tsp sourcream 1/2	1/2
White Choc Cheesecake	White 1 1/2Tsp			1/2 Tsp		3 Tbsp				นมสด 1 Tsp sourcream	1/2
Strawberry Shortcake				1/4 Tsp		1/4 Cup (นมเย็น)		1/2 Cup light heavy whipped 1 Cup	1 Tbsp	สีที่แต่งเติม	
Apple Crumble with V				4 Tsp		1 Tbsp 2 Tbsp	1/4 Cup 1/2 Cup			Apple นม	
Peach Upside down Cake				1/4 Tsp		1/4 Cup	1/2 Cup	1 Cup		Peach นม	

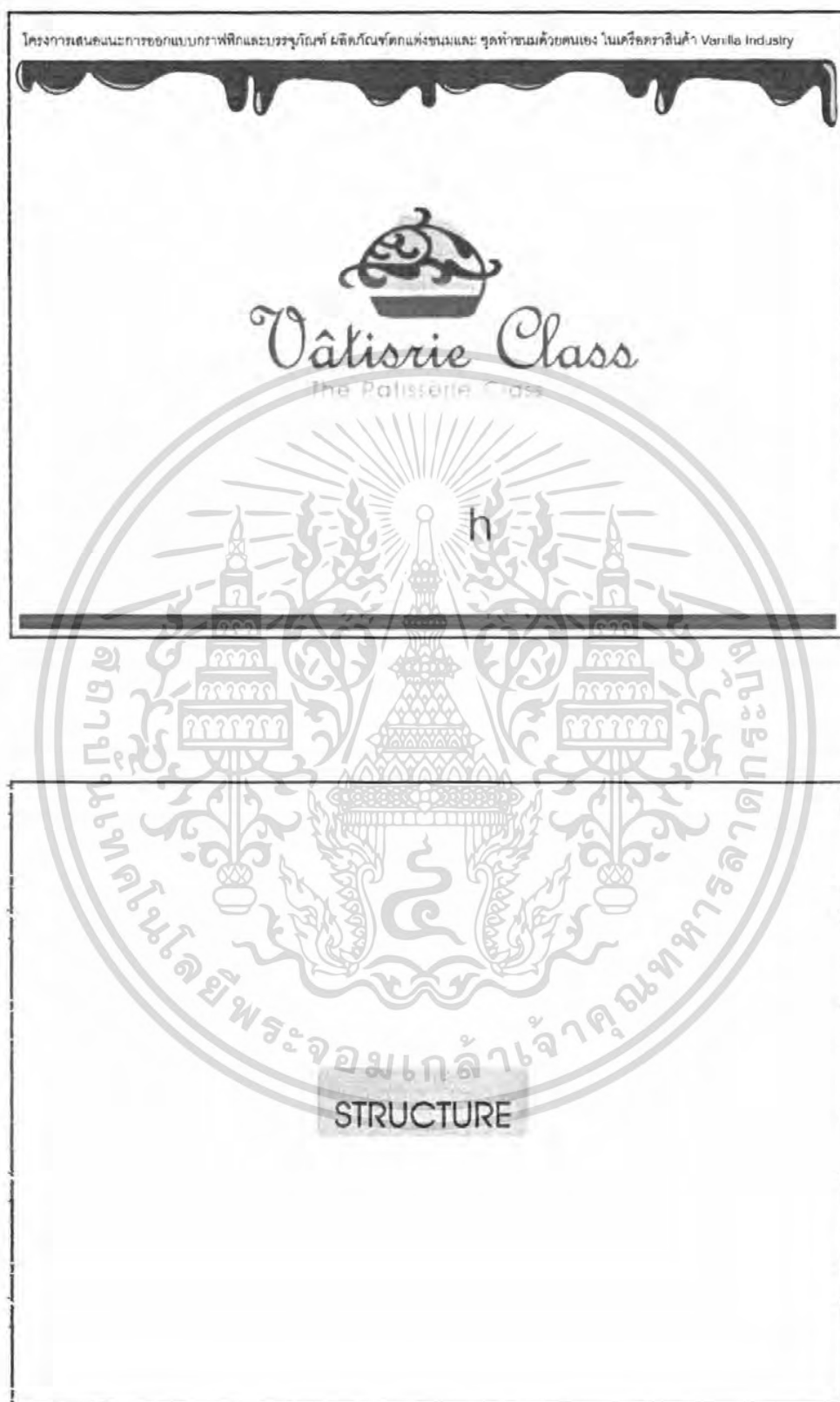


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

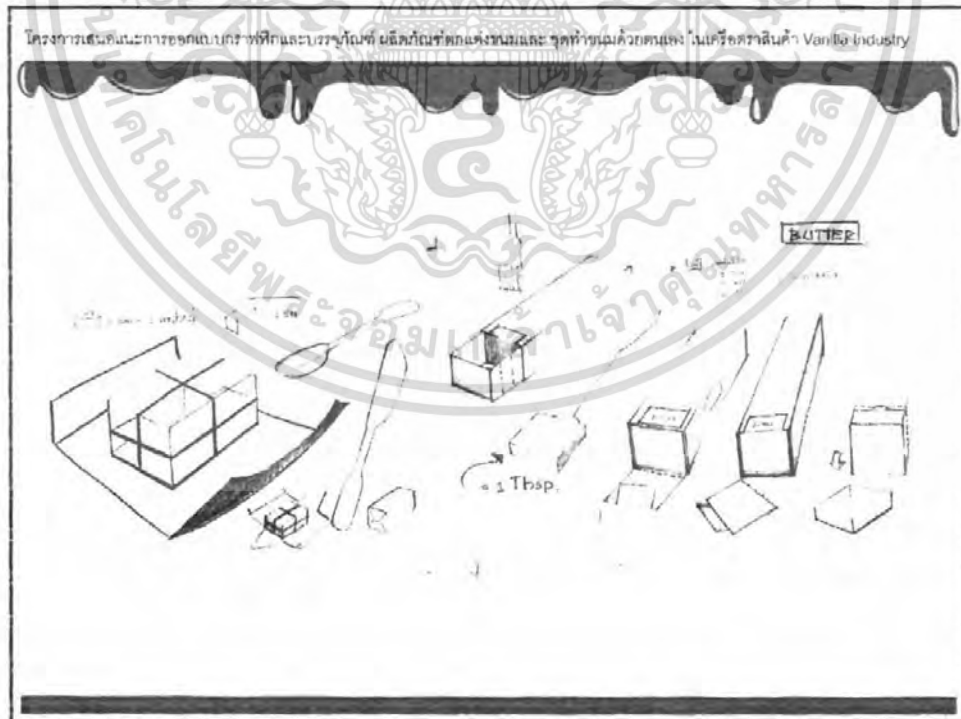
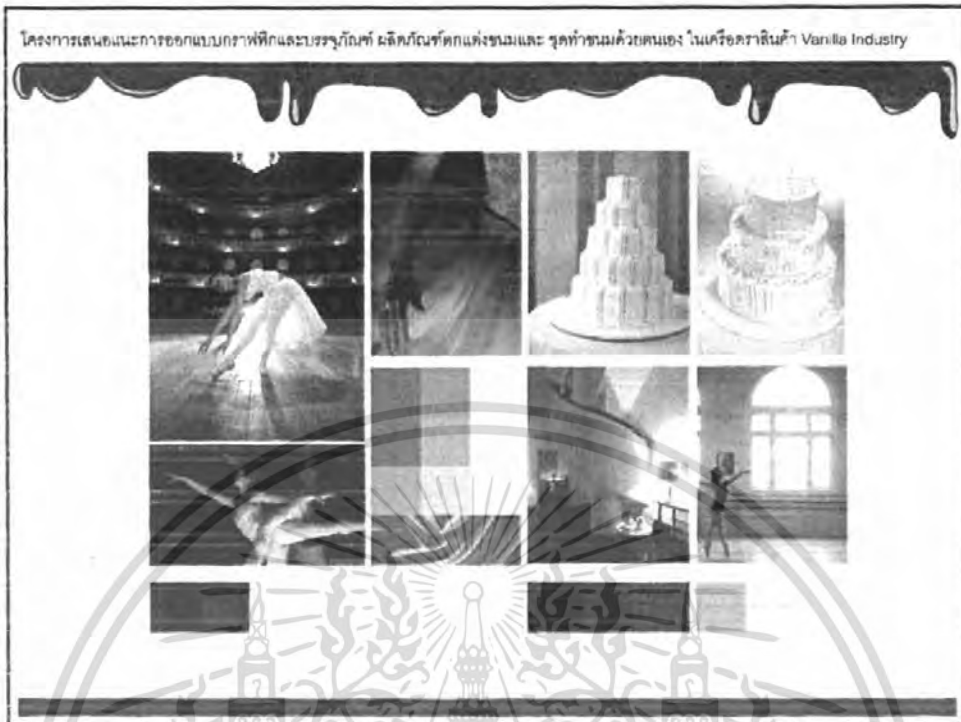


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

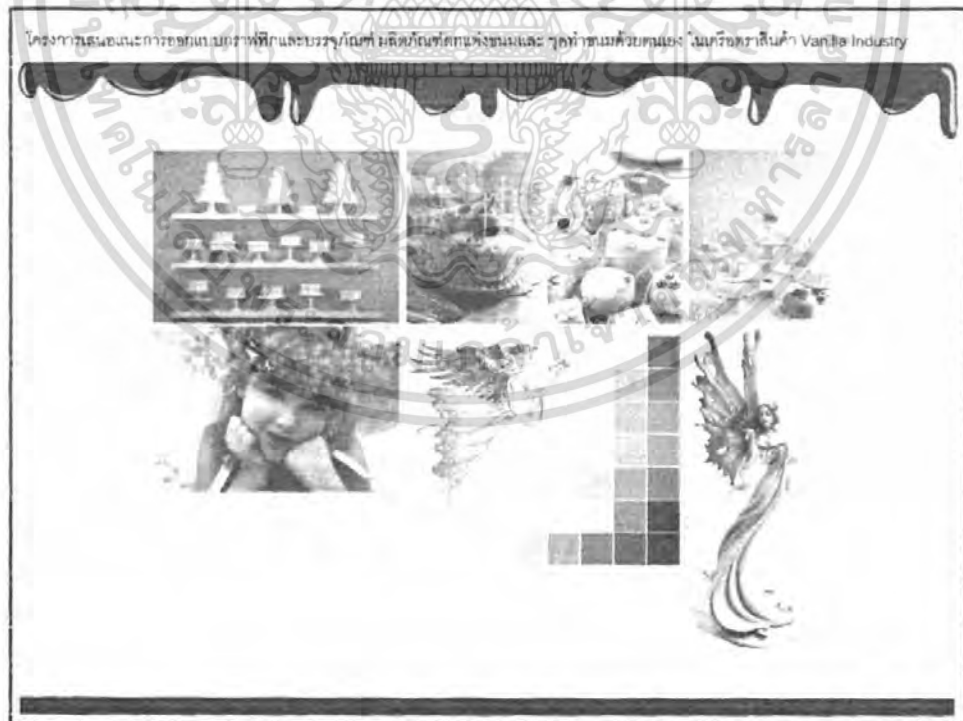
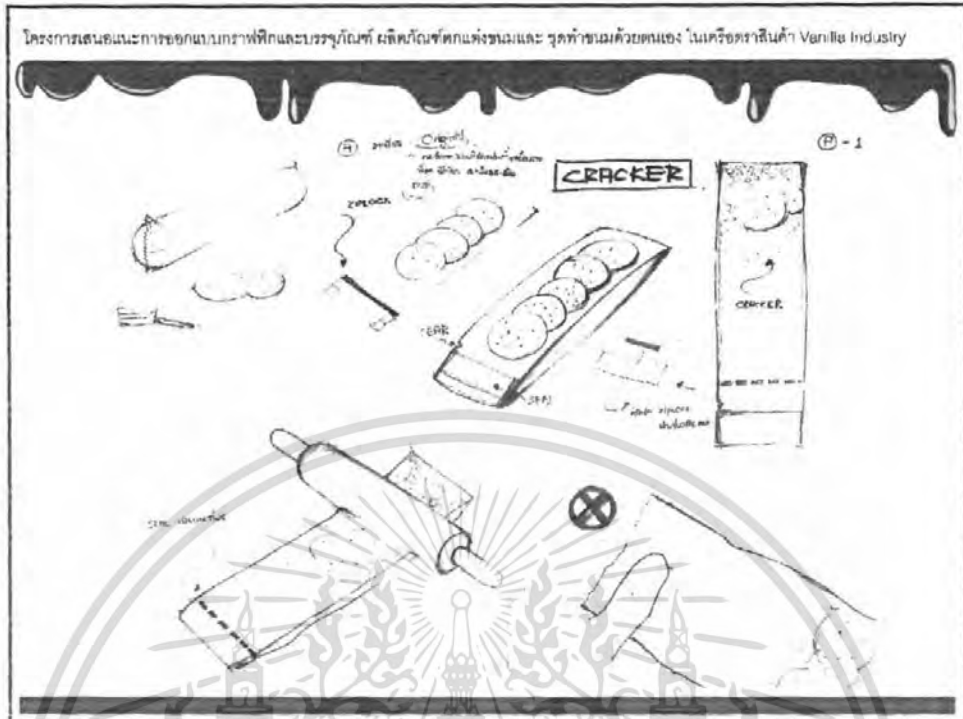




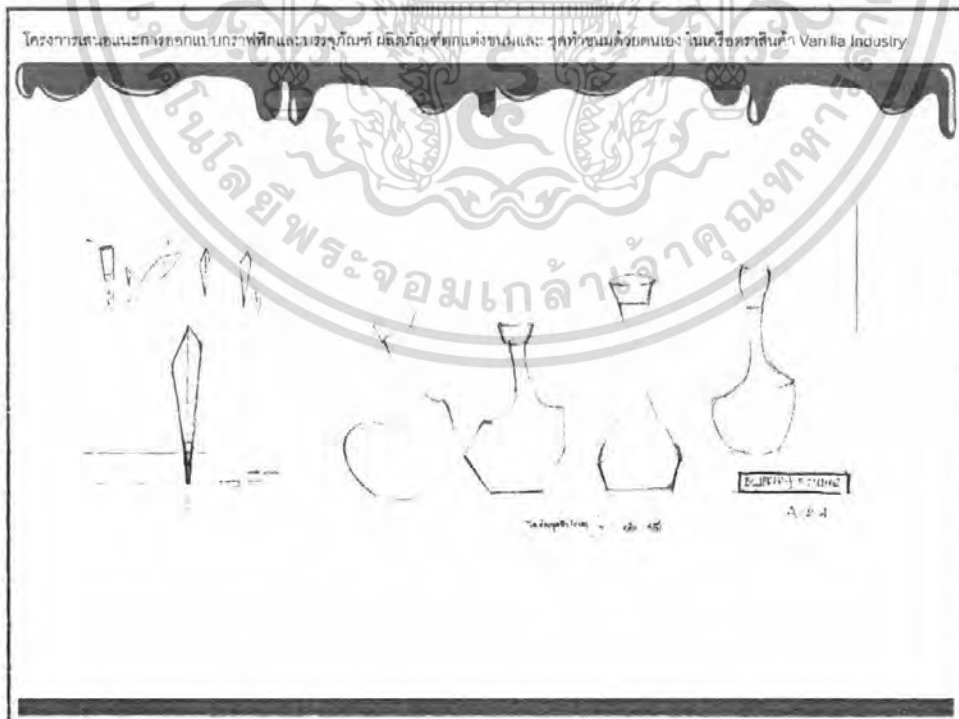
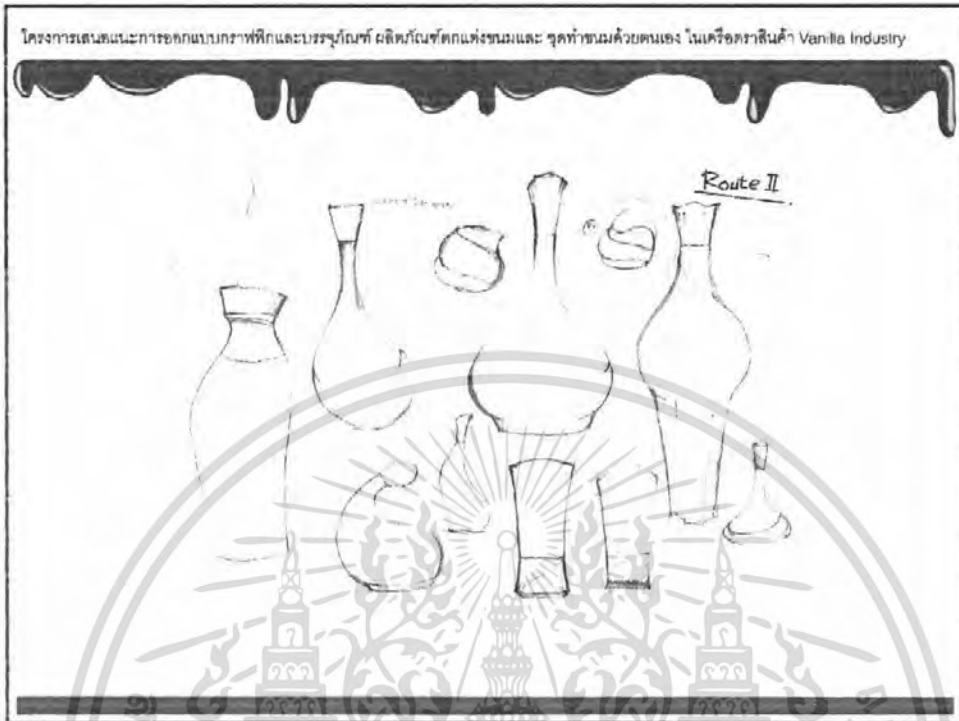
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



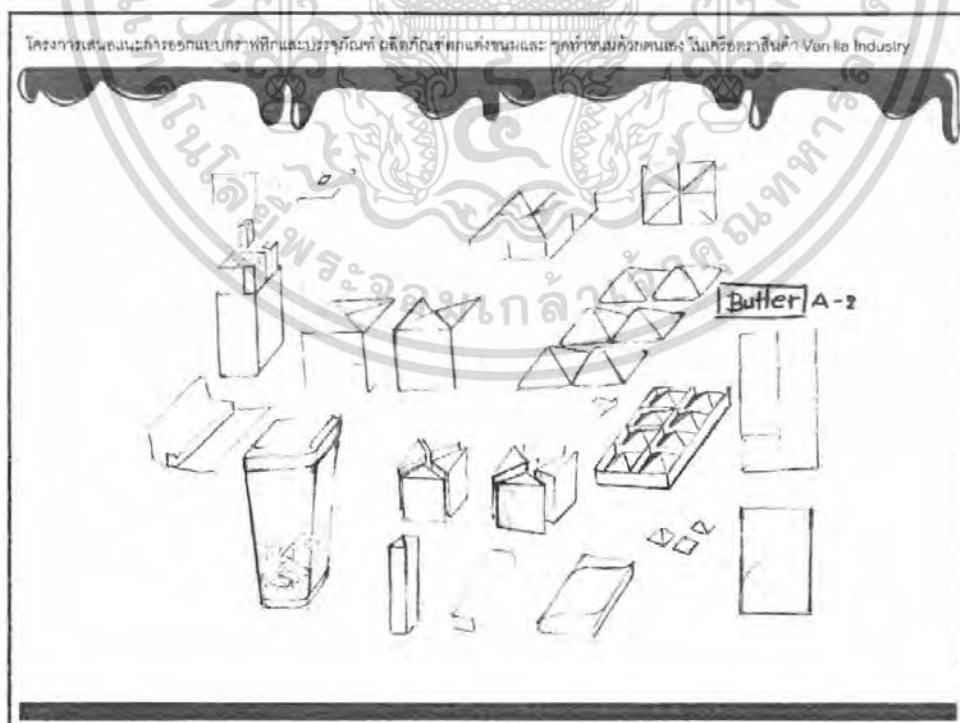
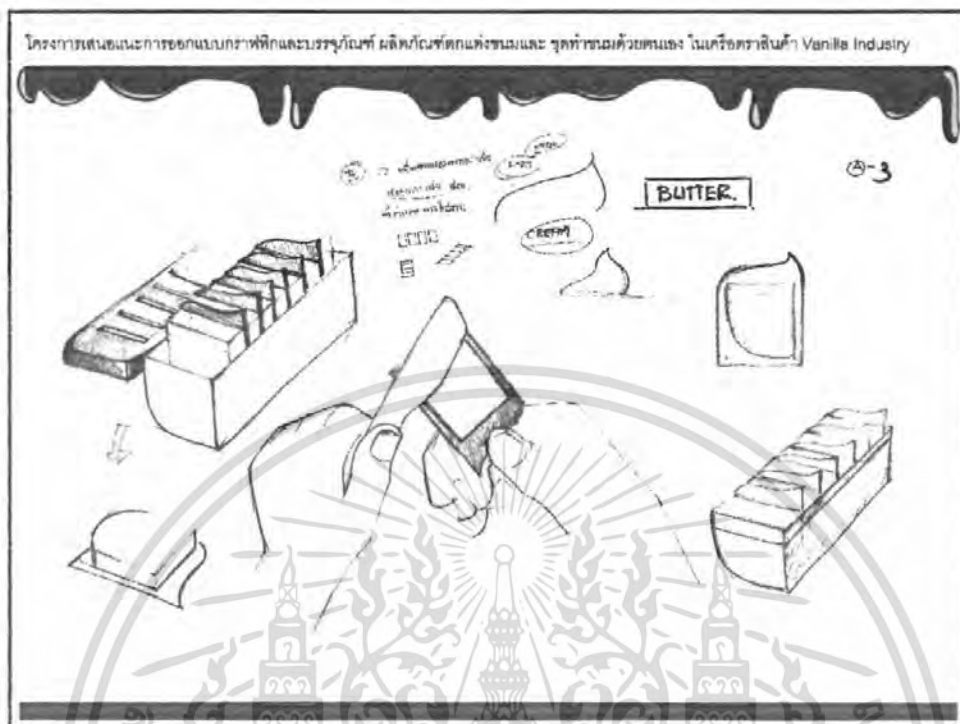
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



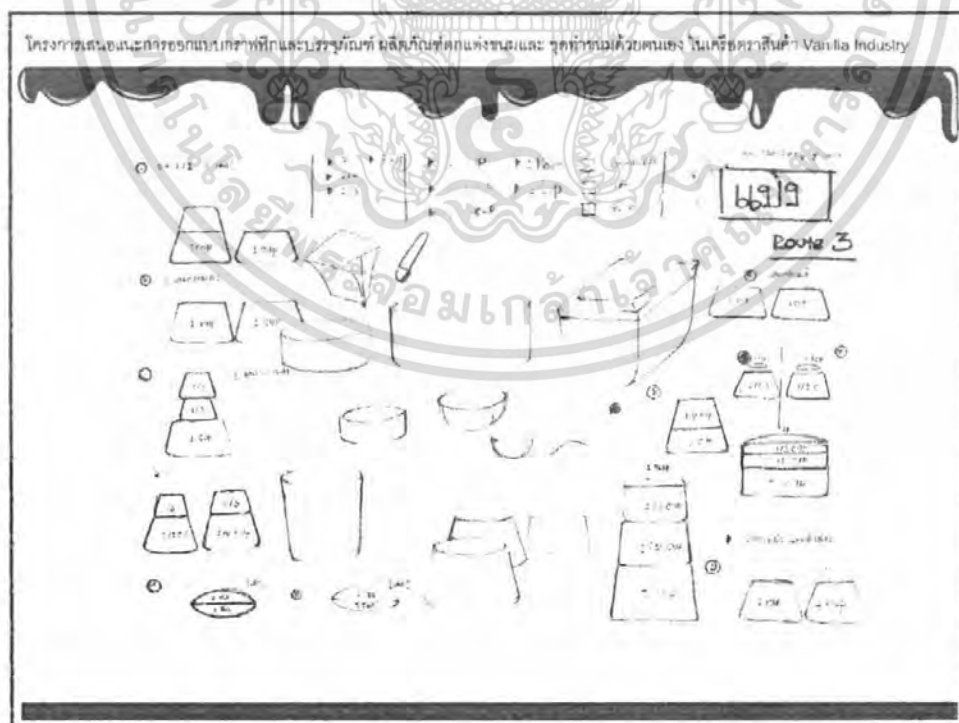
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



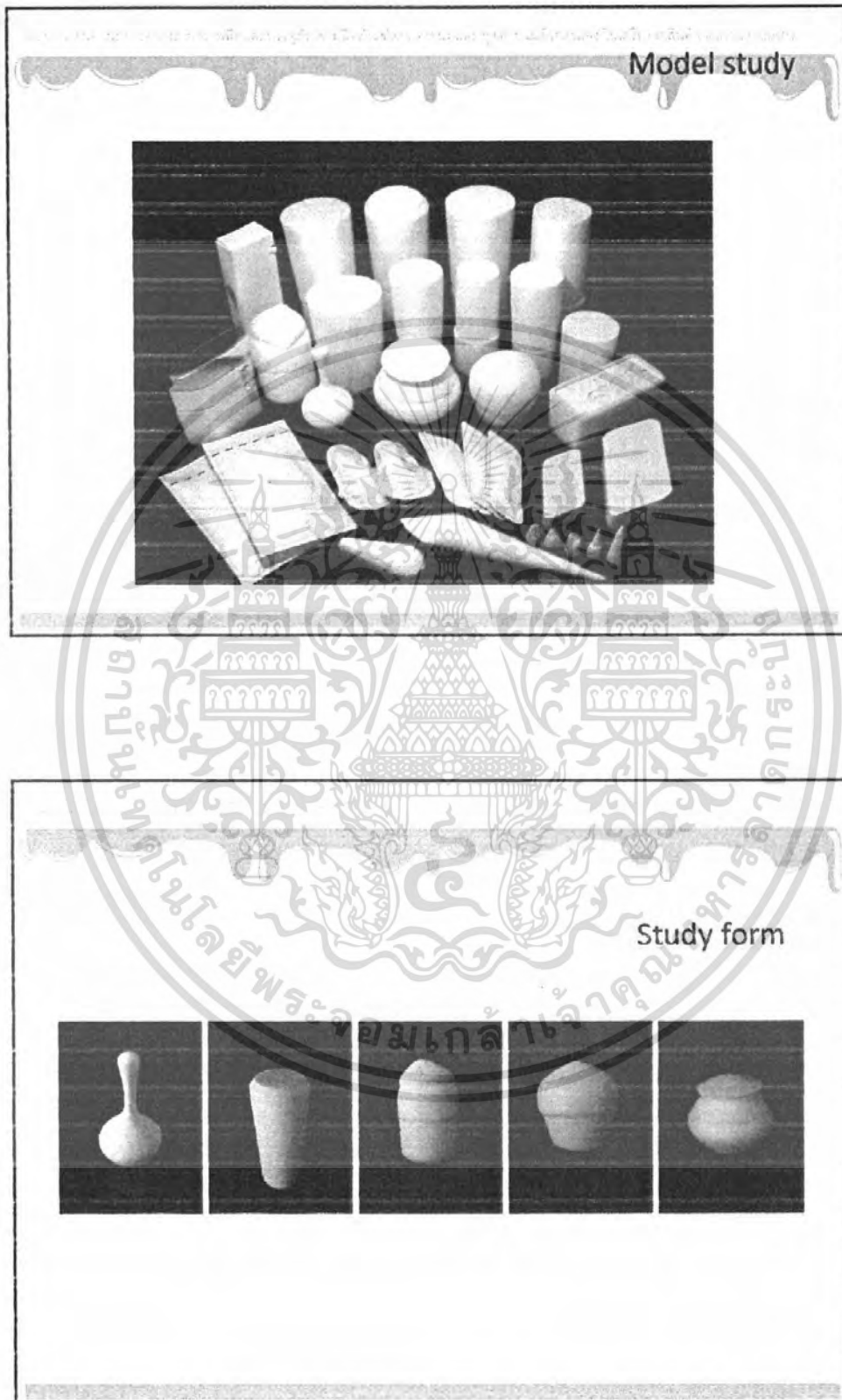
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



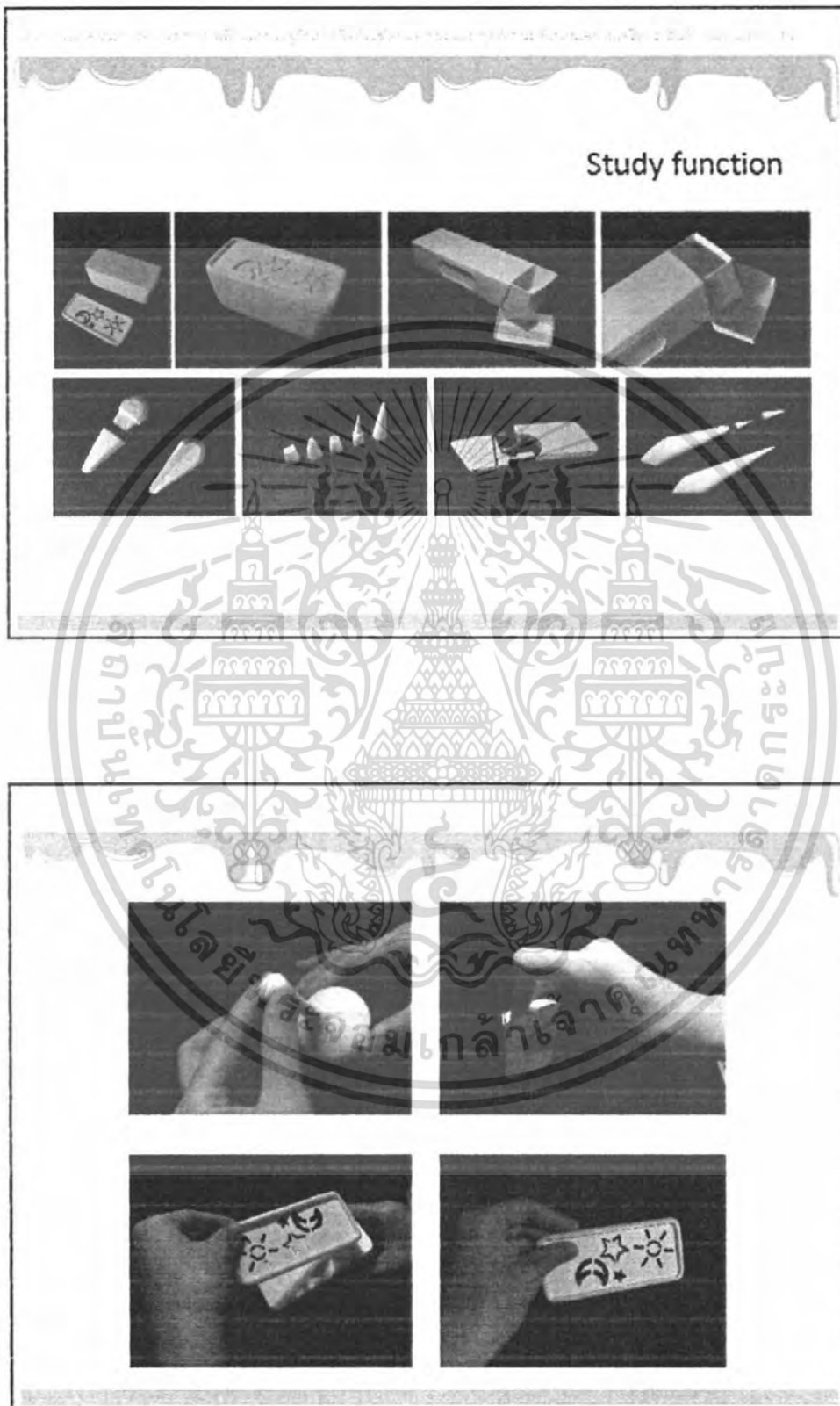
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



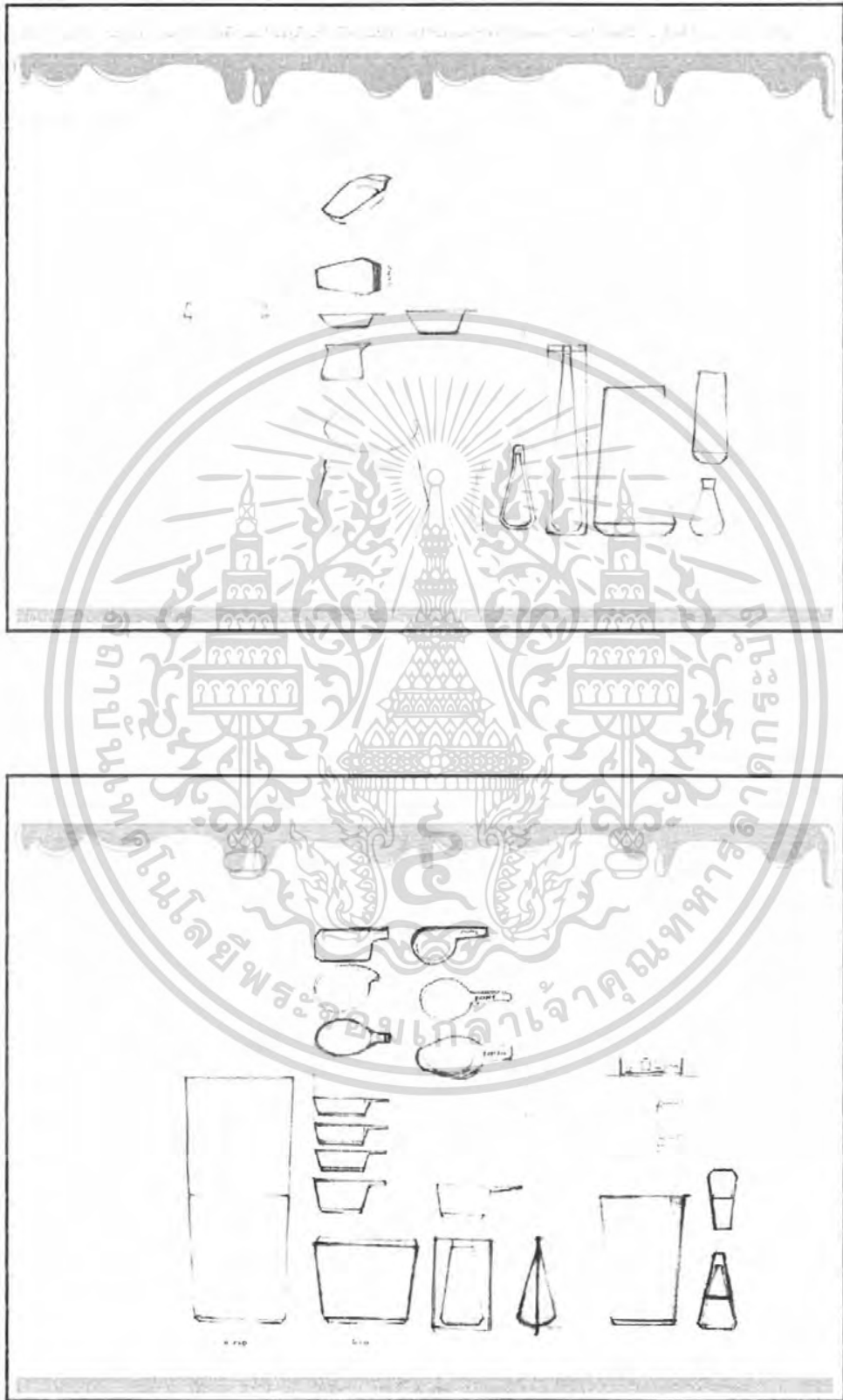
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



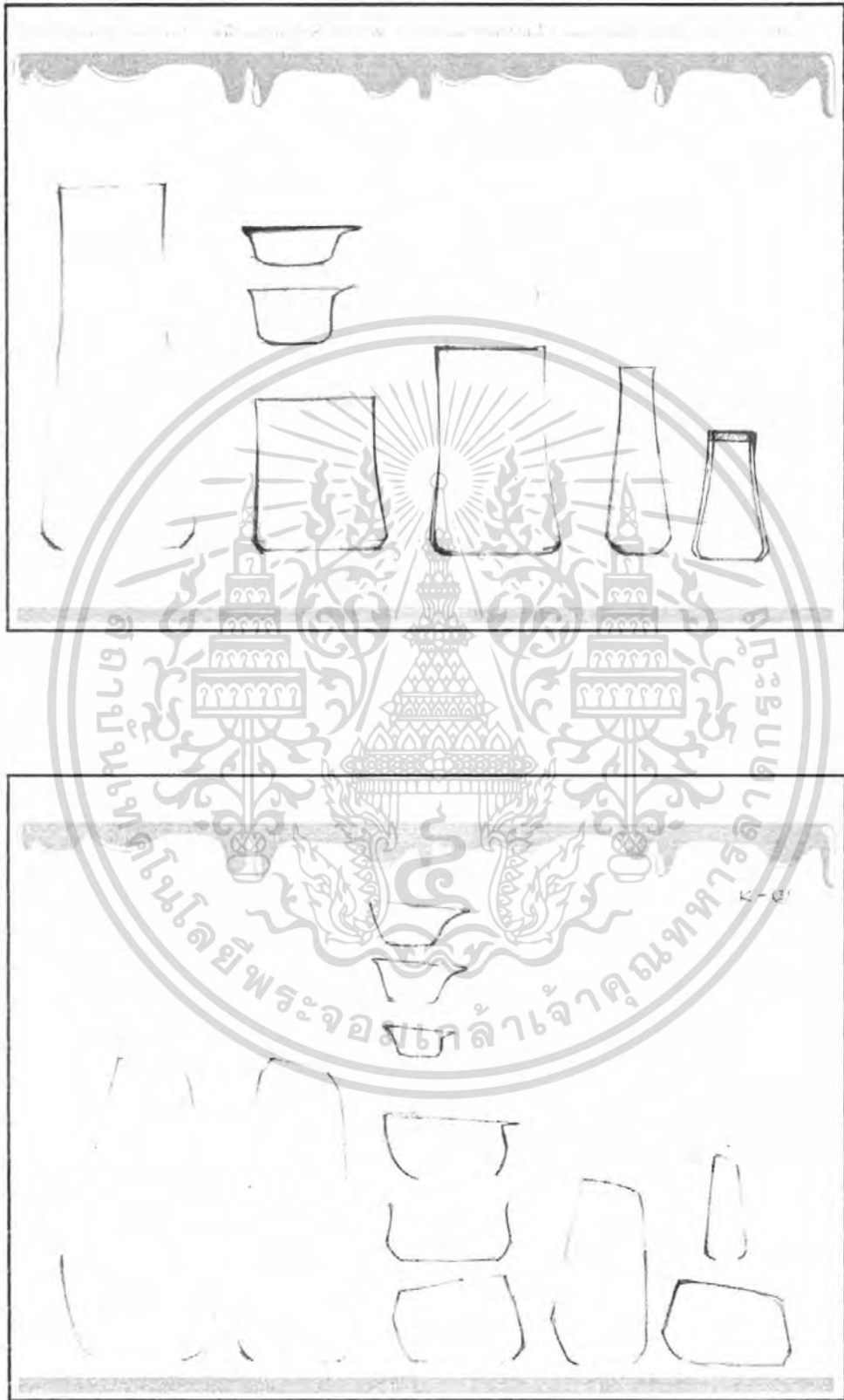
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



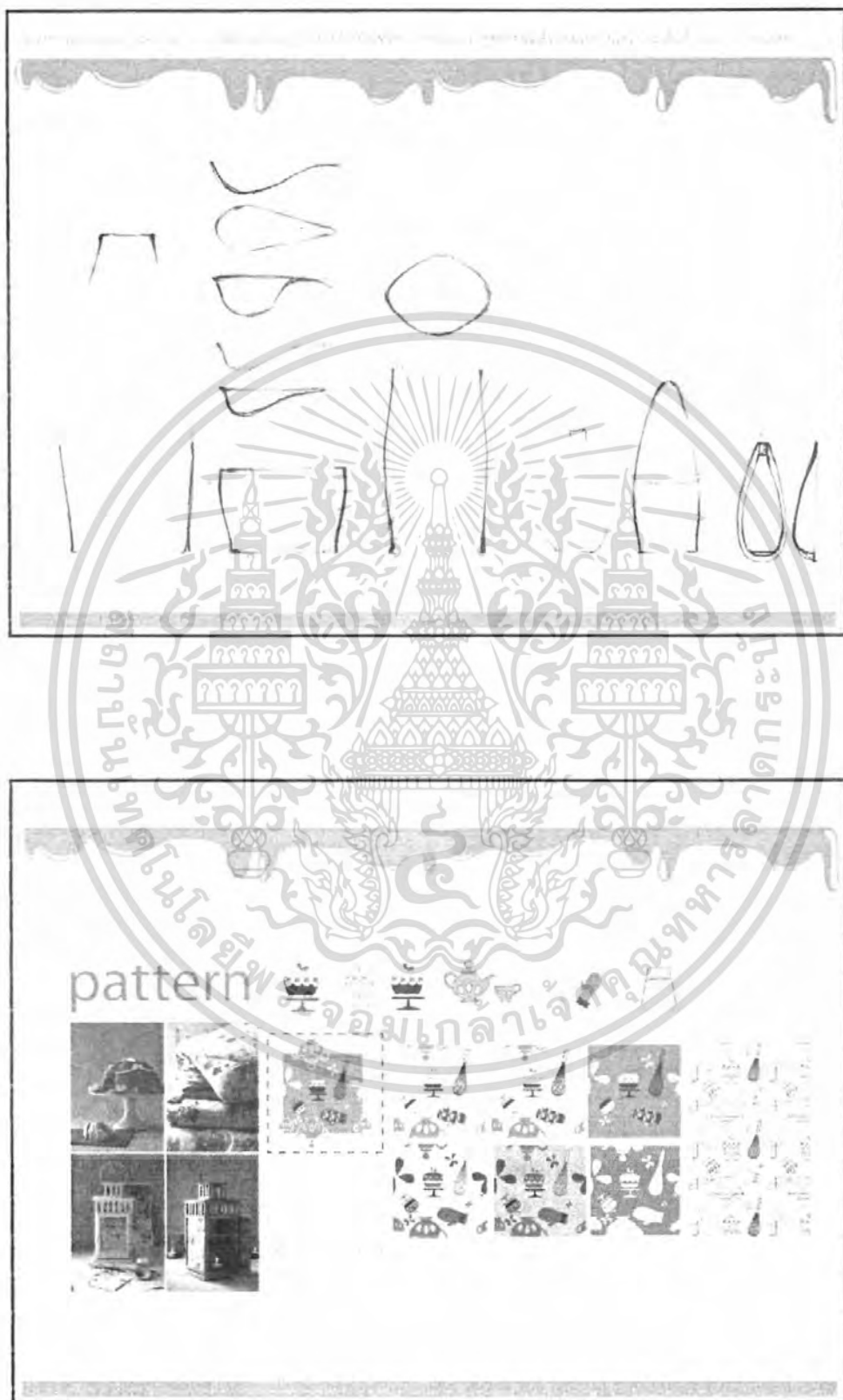
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



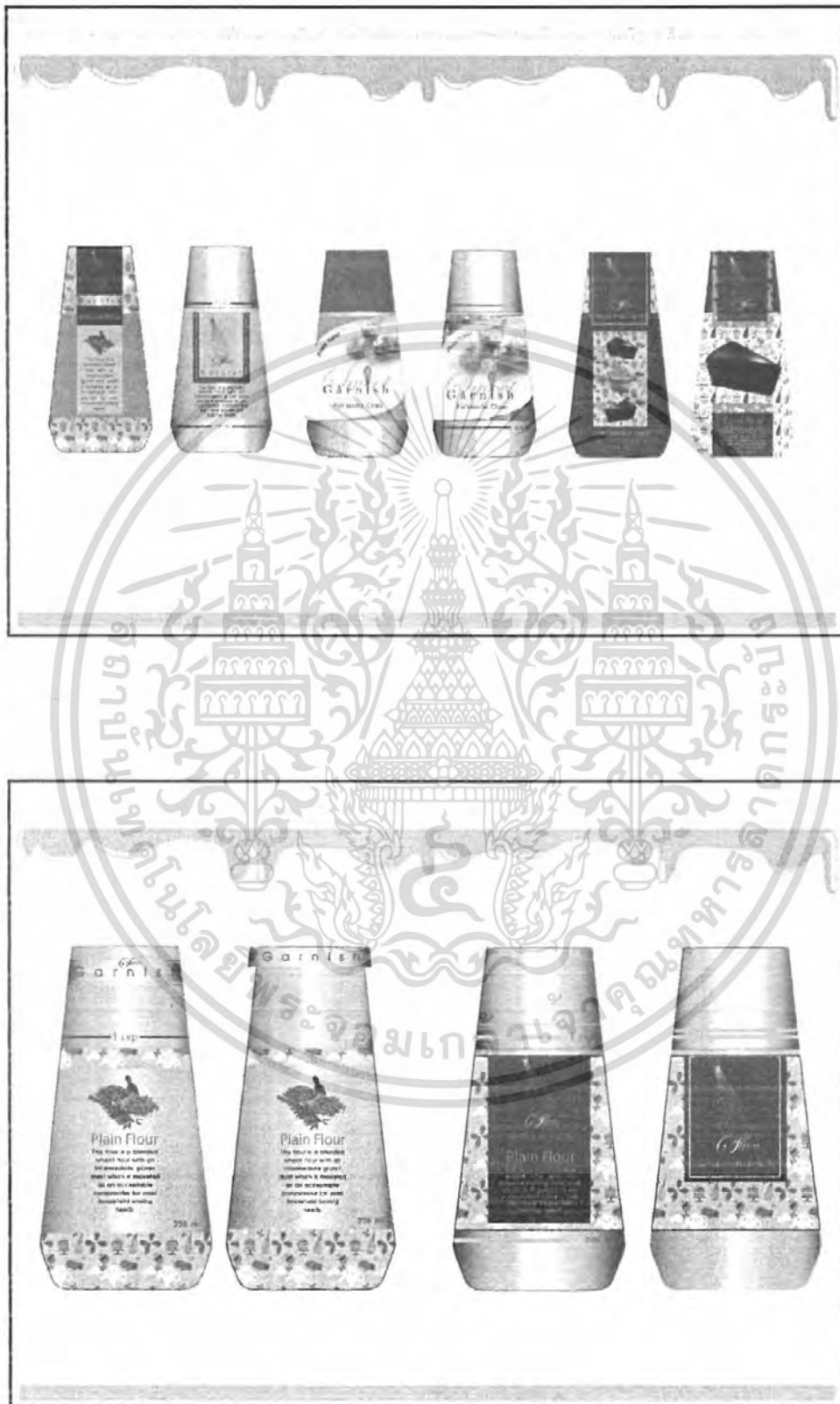
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



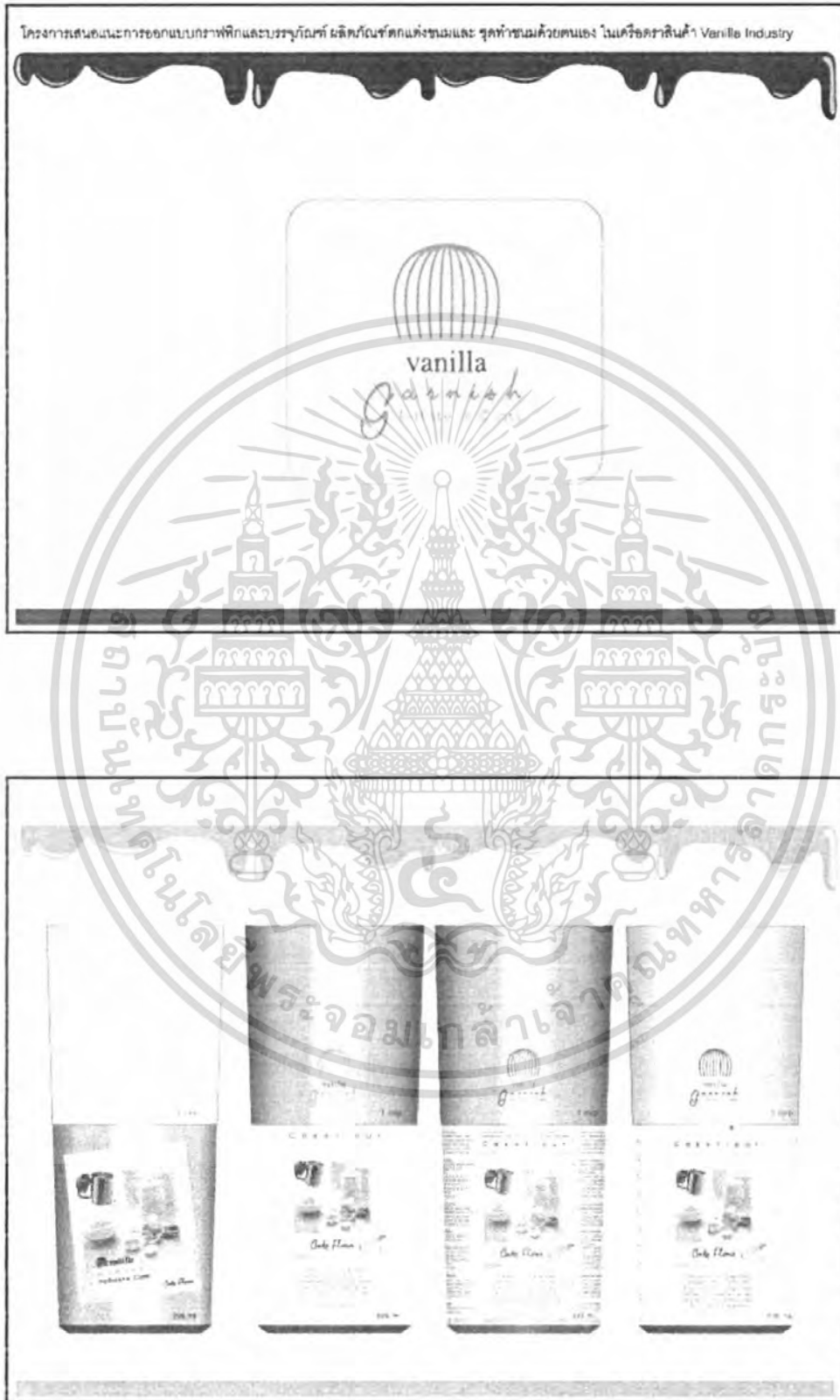
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



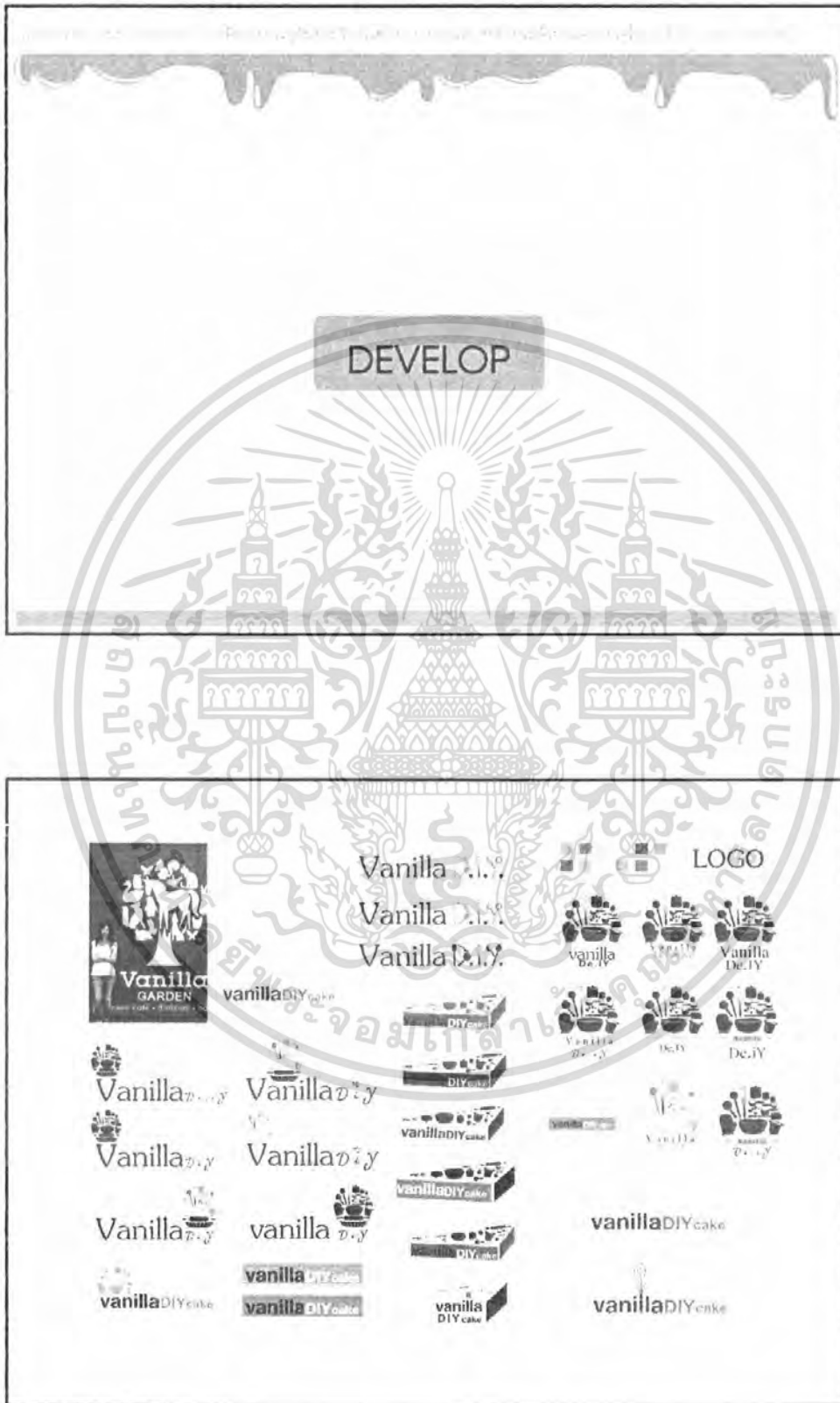
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



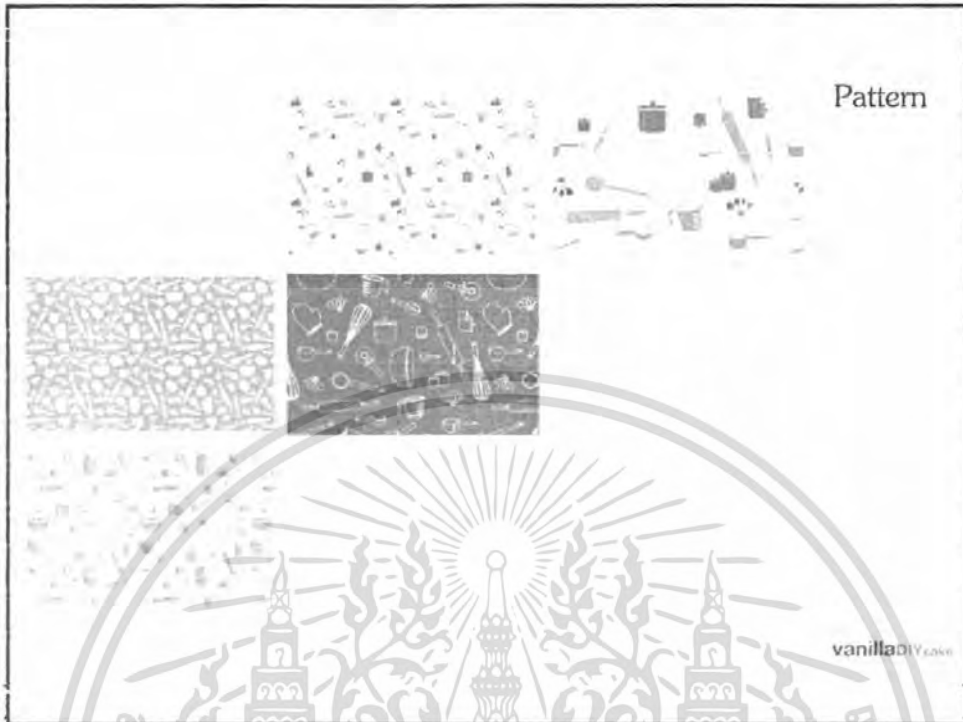
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



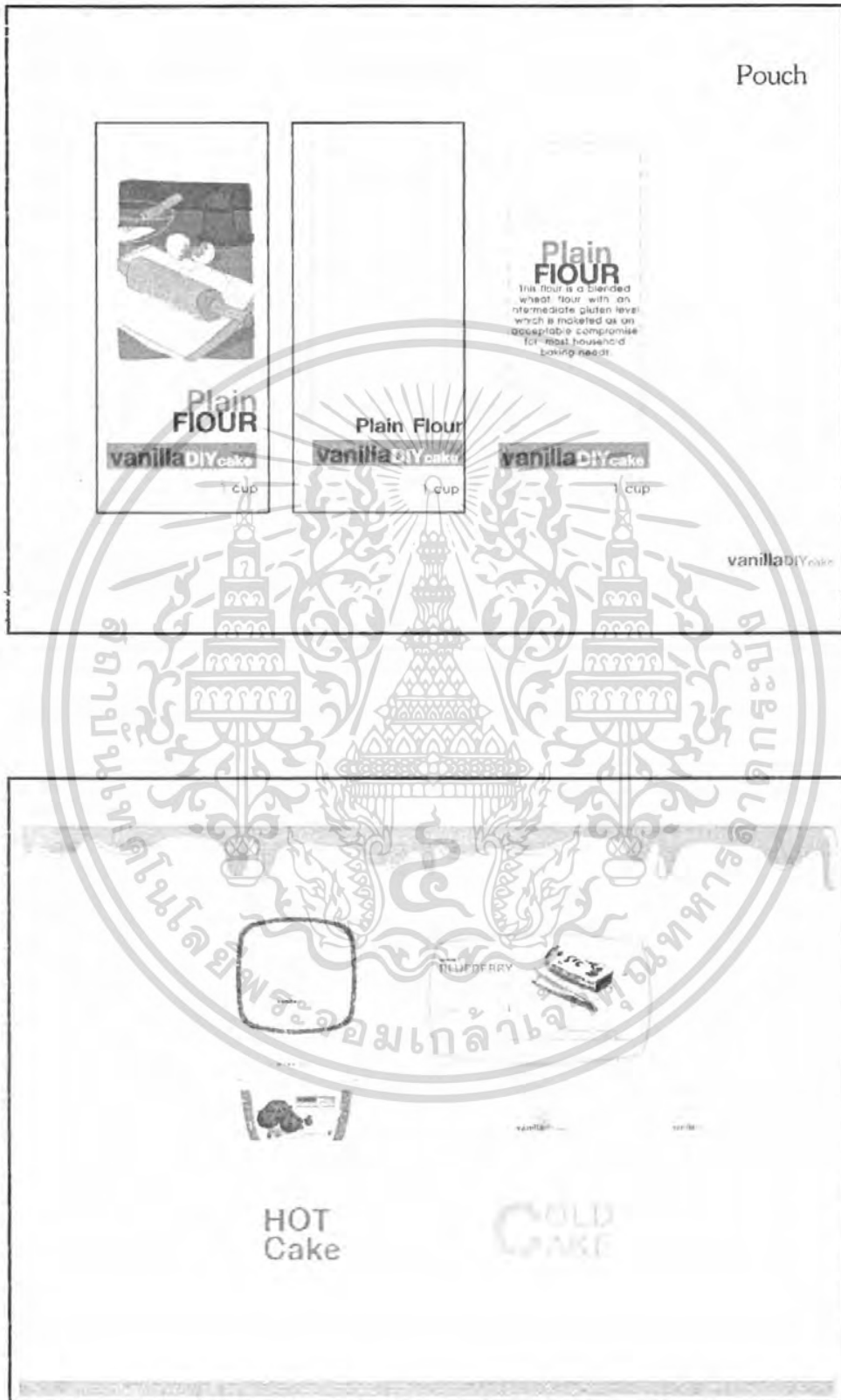
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



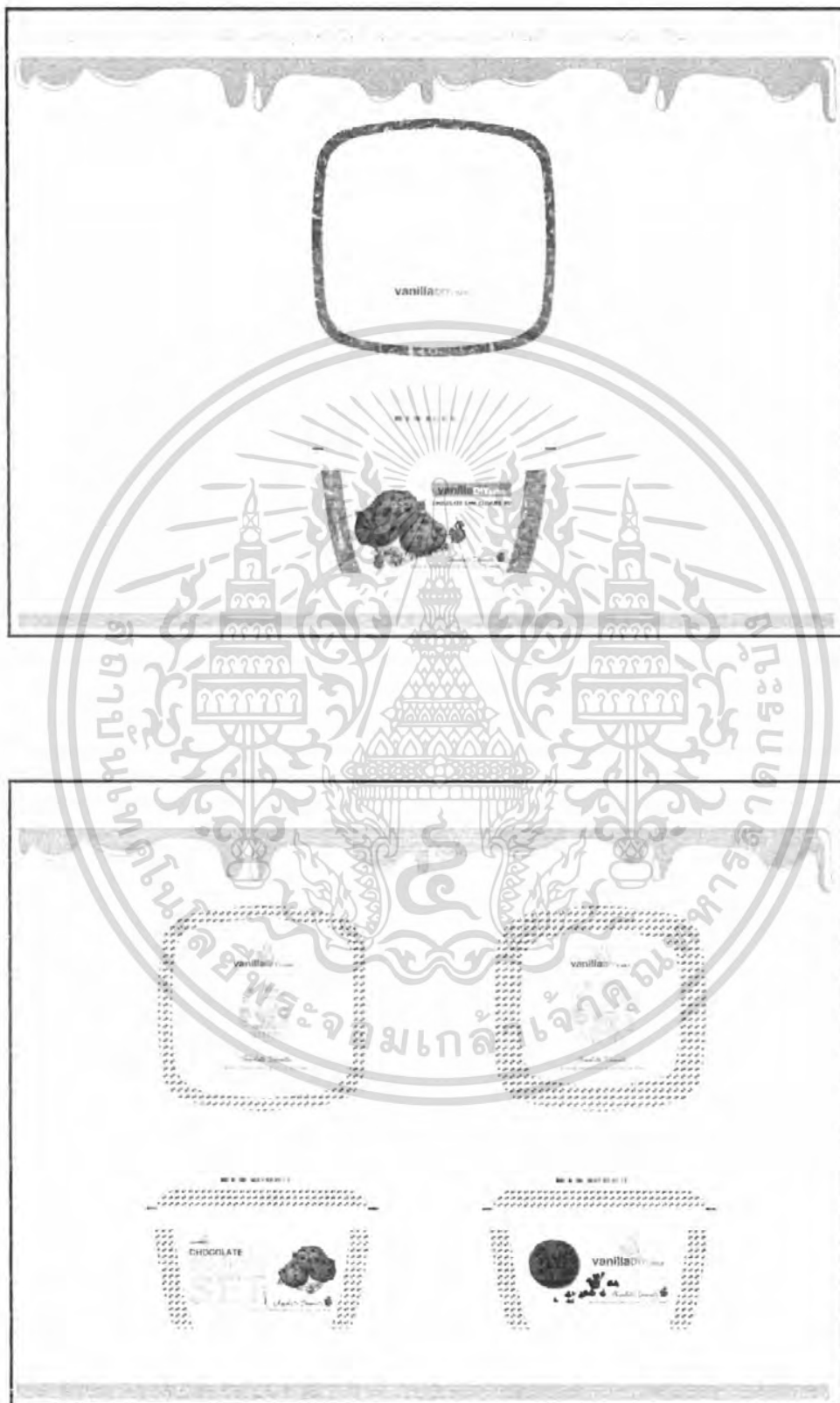
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



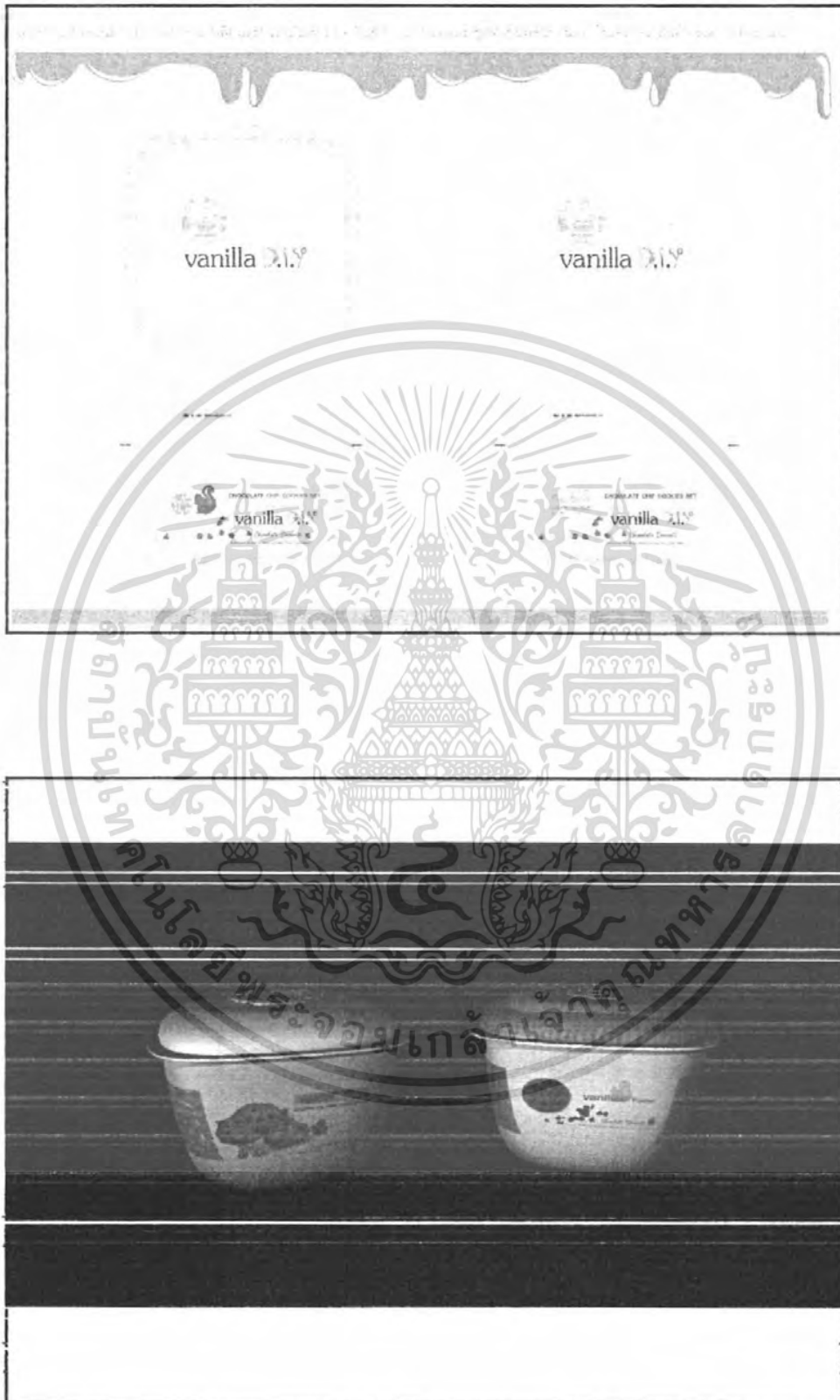
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



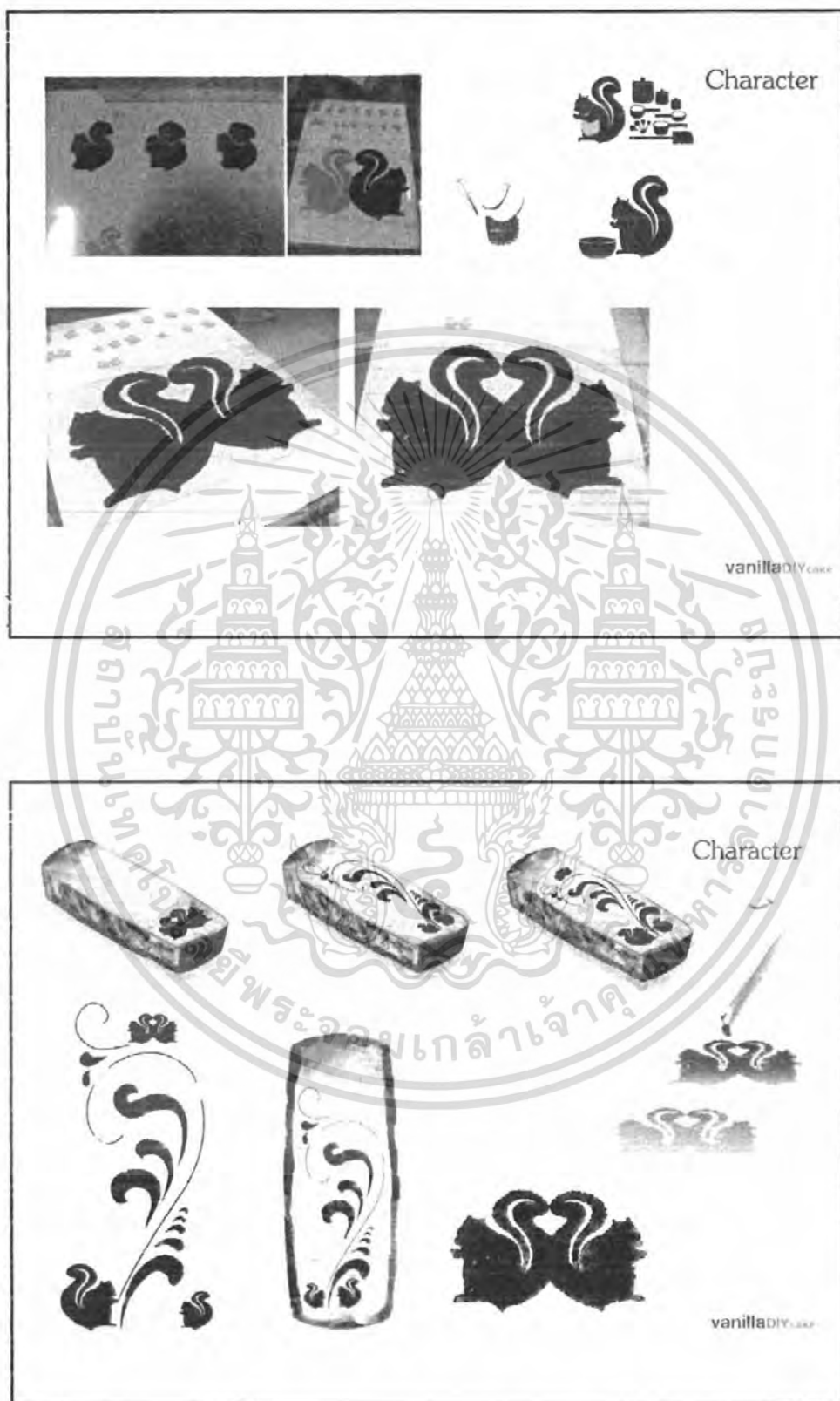
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



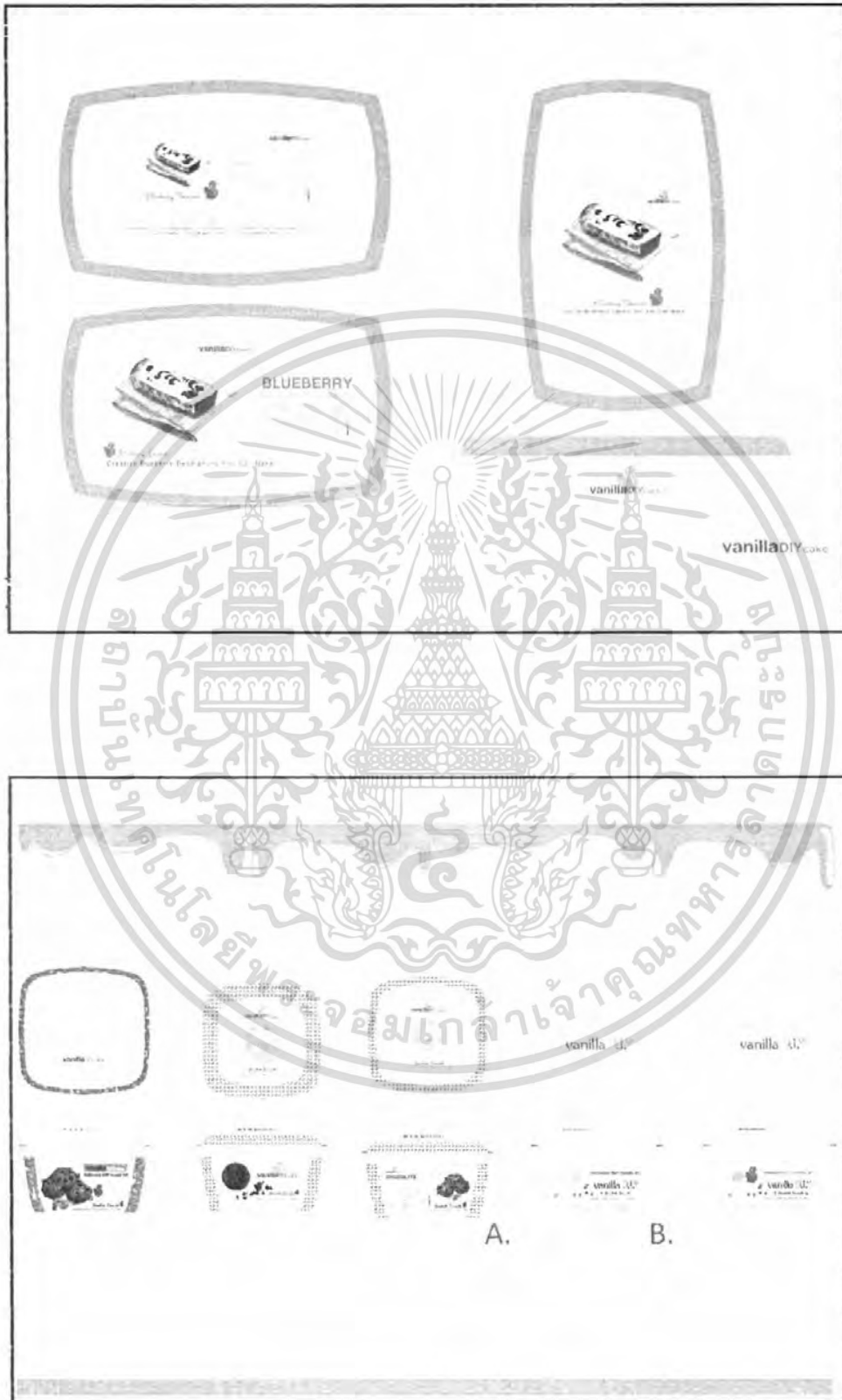
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



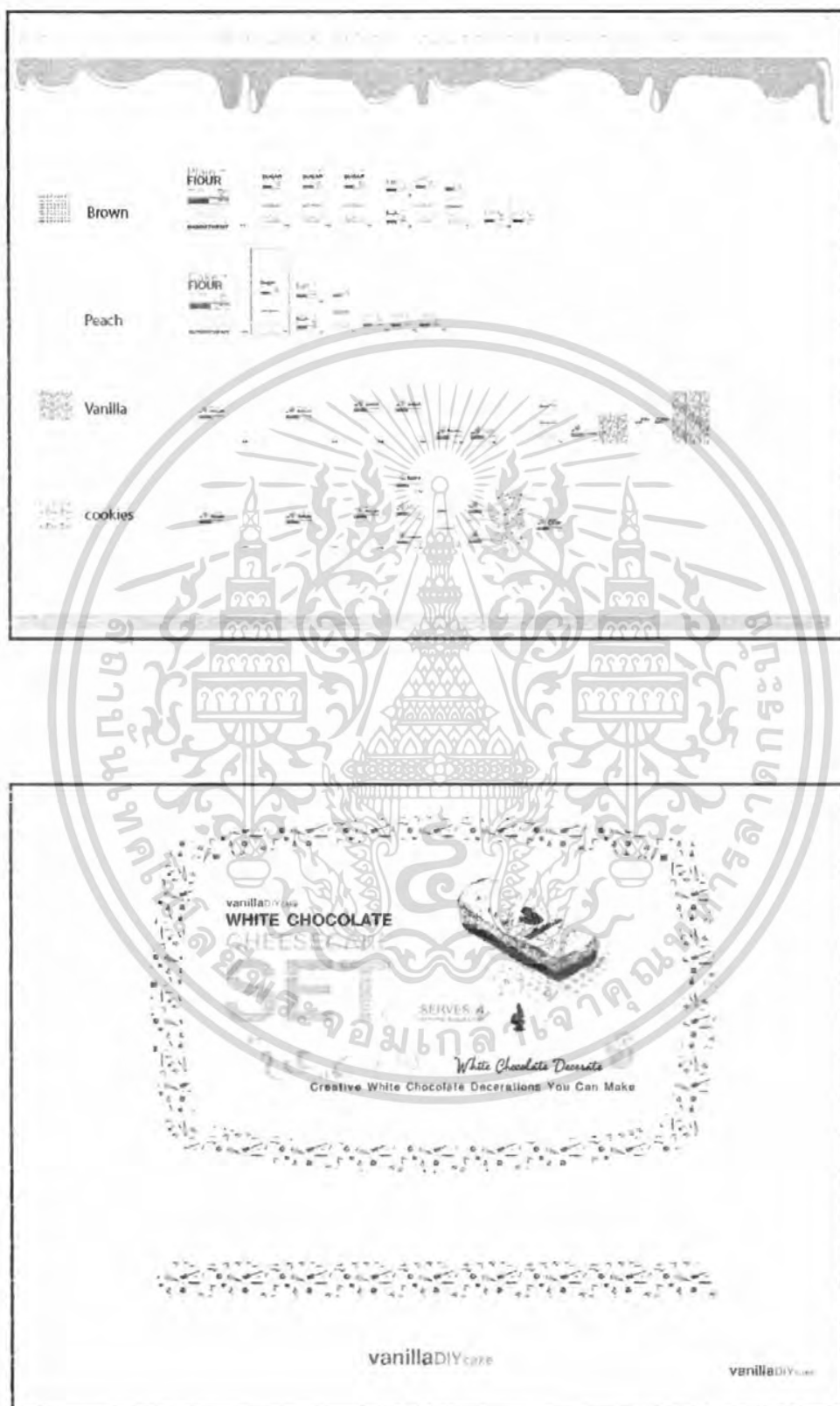
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



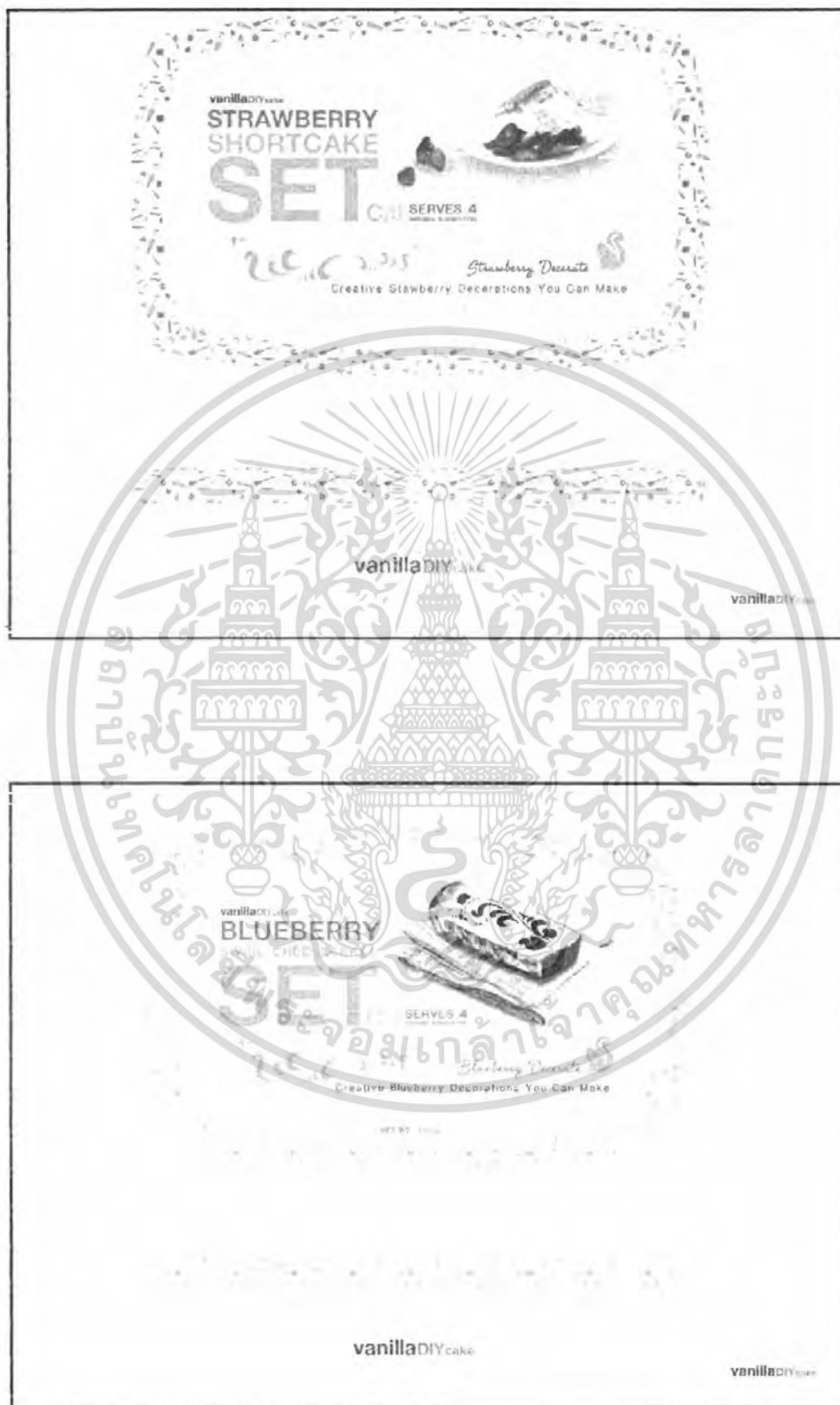
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



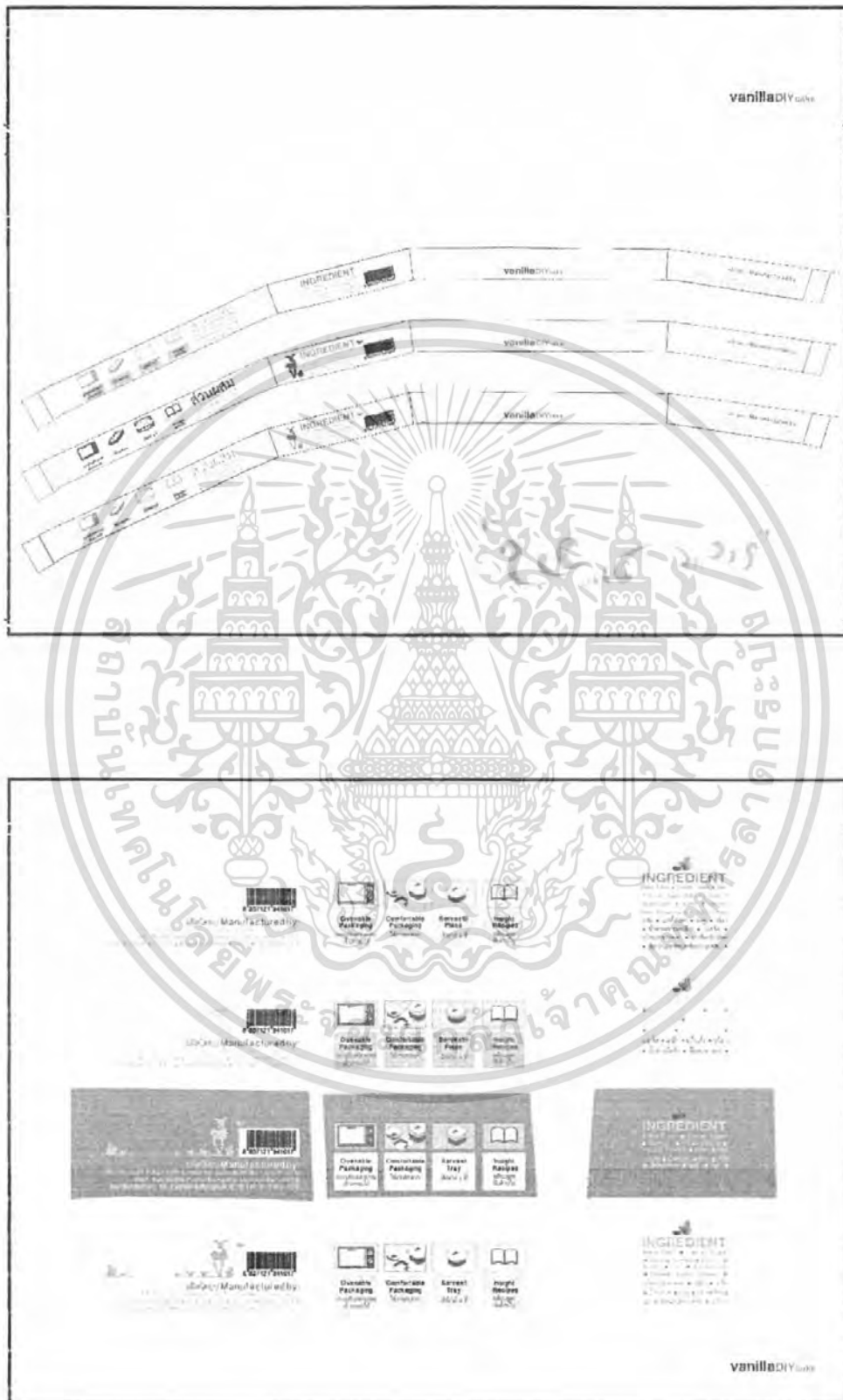
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



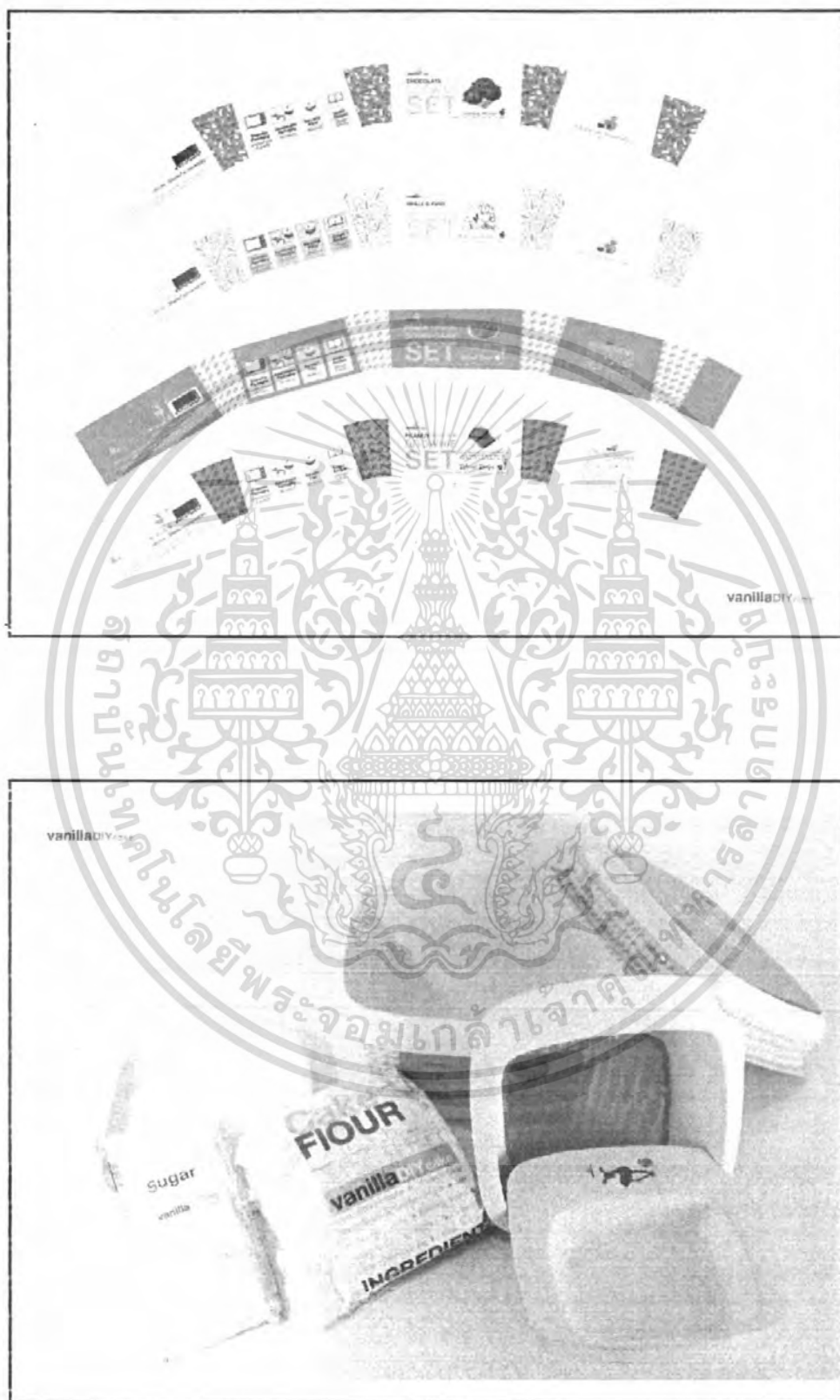
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



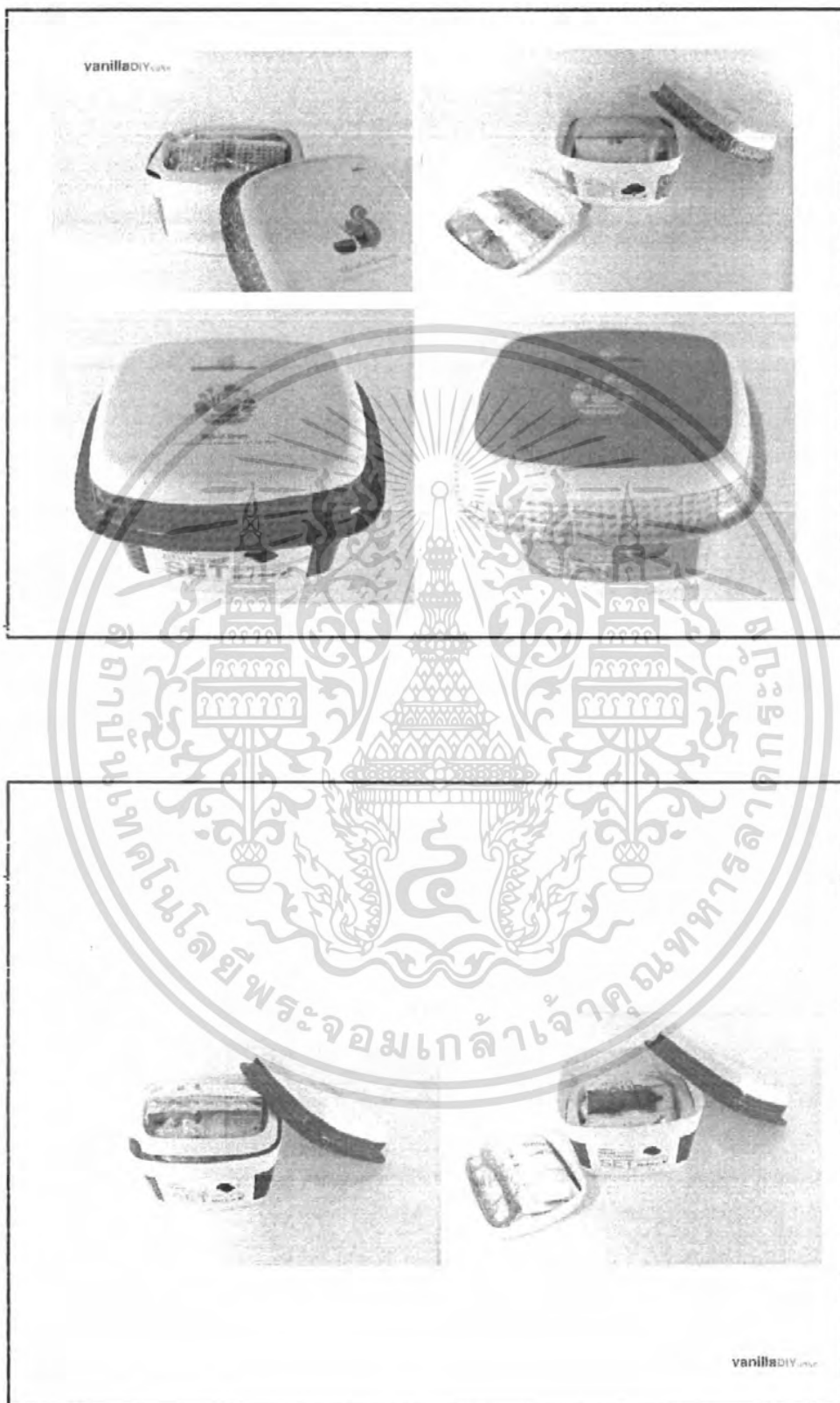
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



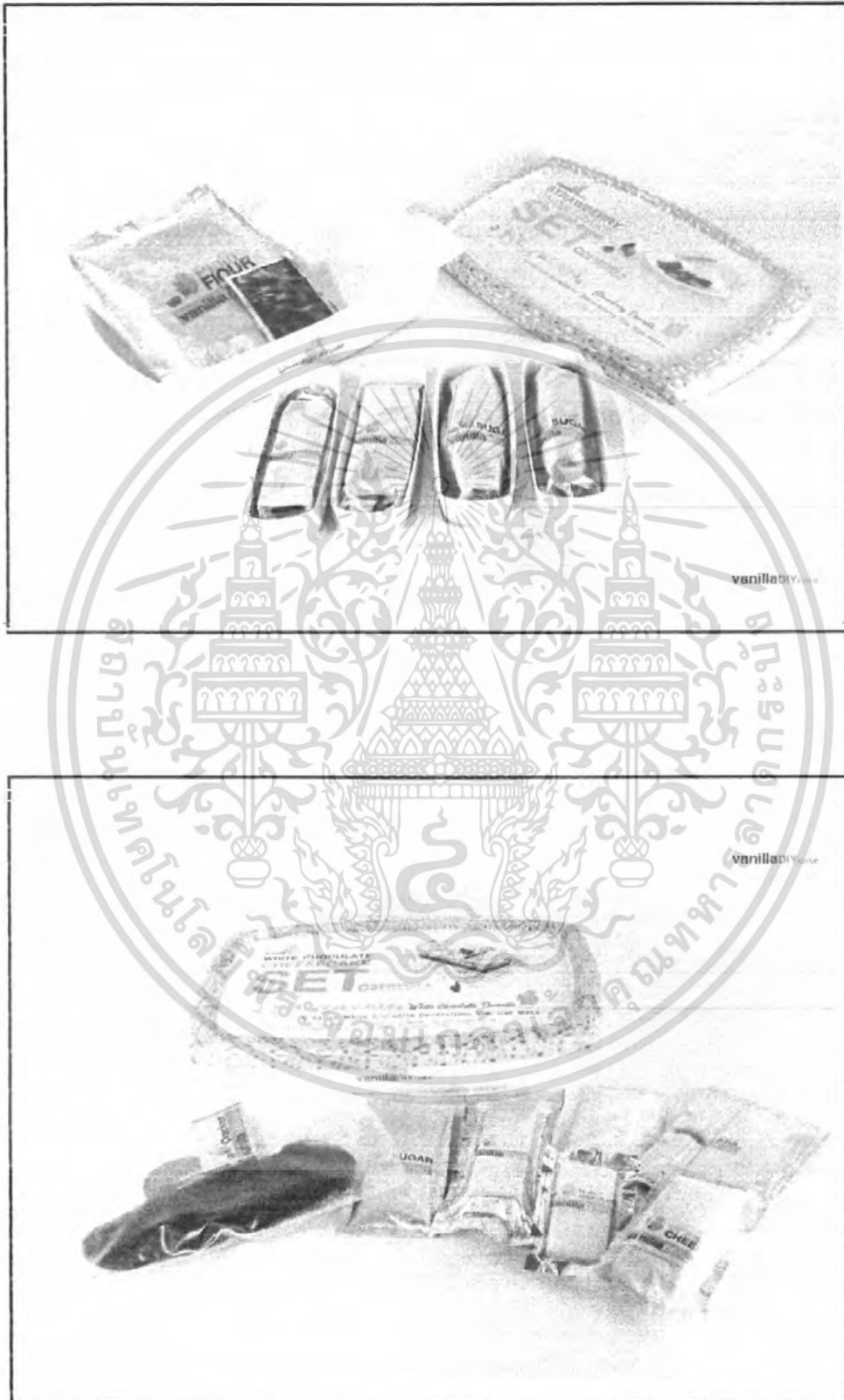
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



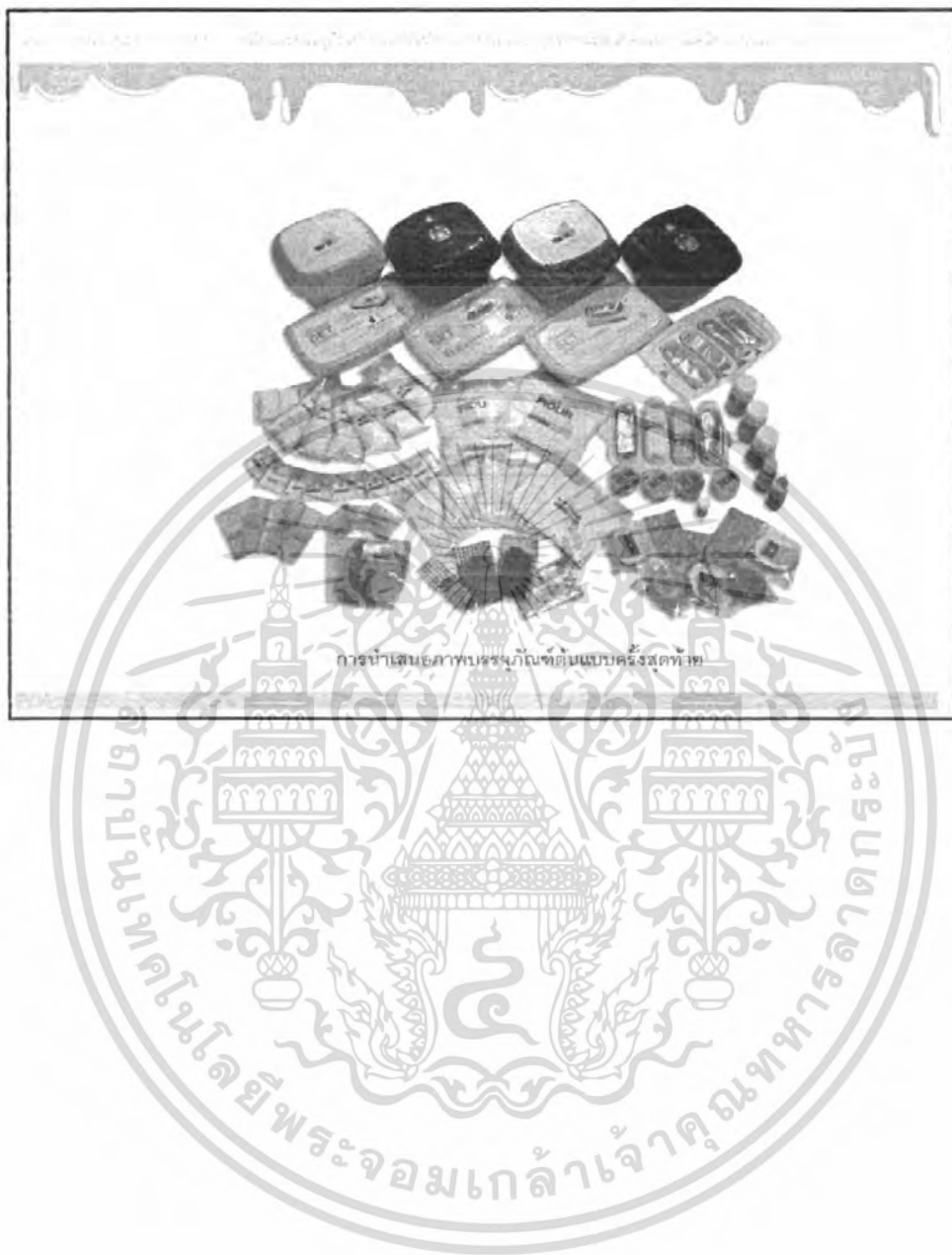
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## บทที่ 5 บทสรุป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทสรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะ

### 5.1 ข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์

- ในเรื่องของจุดประสงค์และและประเด็นศึกษาของโครงการ ที่ต้องการออกแบบบรรจุ ภัณฑที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในเรื่องของการใช้งานได้นั้น ควรต้องมีการวิเคราะห์ เพื่อสร้างแนวทางในการออกแบบให้สอดคล้องและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานให้ได้มากกว่านี้ ด้วยโครงสร้างของบรรจุภัณฑที่นำเสนอ นั้น ยังตอบสนองกับความต้องการทางด้านการใช้งานได้ไม่กระจ่าง ะหว่างขั้นตอนการทำงานของผู้บริโภคไม่สามารถเข้าใจในผลิตภัณฑ์ได้อย่างถูกต้อง เกิดความสับสนได้ในบางขั้นตอน
- ในการใช้งานบรรจุภัณฑผู้บริโภคอาจจะต้องใช้เวลาสร้างความคุ้นเคย ในวิธีการใช้งานและวัตถุประสงค์ของงานที่เกิดขึ้นใหม่
- ในการออกแบบบรรจุภัณฑนั้น นักศึกษาควรคำนึงถึงปัจจัยทุกๆด้าน และควรวางแผน รวมถึงการจัดระบบความคิด ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญมากในการทำวิทยานิพนธ์ เพื่อให้งานออกแบบนั้นเป็นไปอย่างถูกต้อง และเกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งเป็นการฝึกฝนเพื่อสั่งสมประสบการณ์และสามารถนำสิ่งเหล่านี้ไปใช้ในอนาคต

### 5.2 ข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการ

- บรรจุภัณฑสามารถตอบสนองความต้องการในด้านรูปลักษณะ การแสดงว่าเป็นบรรจุภัณฑเพื่อผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มนี้โดยเฉพาะ ผ่านออกมาทางกราฟฟิก เนื่องจากในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้นั้นมีการ ศึกษาข้อมูลจริงที่เป็นข้อมูลดิบจาก ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายแล้วนำมาผ่านขั้นตอนกระบวนการกรองทางความคิด ทำให้ได้ข้อมูลวิเคราะห์ ข้อเสนอที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี
- ในด้านของโครงสร้างบรรจุภัณฑ กับการใช้งานจริงของผู้บริโภคนั้นพบว่า ทำให้เกิดความสับสนอยู่บ้างเนื่องจากมีการทดลอง บรรจุภัณฑที่ออกแบบมาแล้ว กับการใช้งานของผู้บริโภคไม่ครอบคลุมในทุกจุด