

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และสื่อ
งานโฆษณาเป็นการเรียนรู้กระบวนการออกแบบ
และการนำเสนอที่สอดคล้องกับหลักการ "วิจนนศิลป์"



จัดทำขึ้นโดยคณะศิลปกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศิลปากร
และศูนย์ศิลปกรรมศาสตร์
พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2556 - 2557

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกขนมไทยเพื่อการเป็น
ศูนย์กลางขนมของฝากภาคตะวันออกภายใต้ตราสินค้า “ รินขนมไทย “
PACKAGING AND GRAPHIC DESIGN OF THAI TRADITIONAL DESSERT FOR
EASTERN HUB OF PREMIUM GIFT BY RIN THAI DESSERT



จัดทำโดย
นางสาว ขวัญชนก เขี่ยมเพชร
รหัส 52020179

เลขที่ 13575
วันที่ 11/11/254

b. 12650882
i.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกสถาบันตยกรรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศิลปอุตสาหกรรม
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2554

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต

.....
ผศ.พิเชษฐ์ โสวิทยสกุล
คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

อ. ธนารักษ์ จันทประสิทธิ์

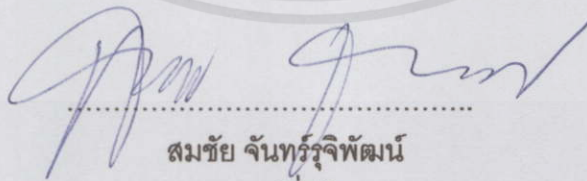
อ. สมชัย จันทรูจิพัฒน์

ผศ.ดร. ญาดา ขวาลกุล

ประธานคณะกรรมการ

กรรมการ

กรรมการและเลขานุการ



.....
สมชัย จันทรูจิพัฒน์

อาจารย์ที่ปรึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกขนมไทยเพื่อการเป็น ศูนย์กลาง
ขนมของฝากภาคตะวันออกเฉียงใต้ตราสินค้า “ รินขนมไทย ”

นักศึกษา

นางสาวขวัญชนก เขี่ยมเพชร

รหัสประจำตัว

52020179

ปริญญา

สถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชา

การออกแบบอุตสาหกรรม

ปีการศึกษา

2556-2557

บทคัดย่อ

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกขนมไทยเพื่อนเป็นศูนย์กลางของฝากภาคตะวันออกเฉียงใต้ตราสินค้า “ รินขนมไทย ” มีวัตถุประสงค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นขนมที่ใช้ความประณีตบรรจงนับตั้งแต่ การเลือกสรรวัตถุดิบ วิธีการทำที่พิถีพิถัน รสชาติที่หอมหวาน สีสีนที่สวยงาม รูปลักษณ์ที่ชวนให้อยากรับประทาน แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมและประเพณีที่งดงามของชาวไทยที่มีมาแต่โบราณกาล จึงนับว่าเป็นความภาคภูมิใจของคนไทย และถือเป็นมรดกอันล้ำค่าที่บรรพบุรุษของเราได้มอบไว้ให้แก่ลูกหลานสืบต่อกันมา

โดย “ ริน ” เป็นผู้นำ ธุรกิจขนมหวานไทยของฉะเชิงเทรา โดยการได้เข้ามาจากอุตสาหกรรมในครอบครัว ซึ่งได้รับถ่ายทอดสูตรและเคล็ดลับในการปรุงขนมชนิดต่าง ๆ มาจากบรรพบุรุษ อันเป็นที่ทราบกันดีในหมู่ชาวแปดริ้วรุ่นเก่าถึงกิตติศัพท์ทางฝีมือขนมหวานของชาวฉะเชิงเทราที่ชื่อนั้นมาช้านาน ฝีมือขนมหวานของคุณยาย โดยเฉพาะขนม “ กระจ่างสาร ” ว่าอร่อยกว่ากระจ่างสารทั่ว ๆ ไป จึงเป็นจุดเริ่มต้นของการทำขนม “ กระจ่างสาร ” โดยเริ่มศึกษาจากครอบครัว ญาติผู้ใหญ่ ทดลองทำและค้นคว้าด้วยตนเองจากตำรา ปรับปรุงพัฒนาดัดแปลงส่วนผสมและวิธีการให้ทันสมัย รวมระยะเวลาที่เปิดกิจการประกอบการขนมหวาน มา 40 ปี เป็นความภูมิใจที่ร้านรินเติบโตขึ้นด้วยความพยายาม อุตสาหะ อดทน ซื่อสัตย์ จนเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปเสมือนหนึ่งว่าเป็นสัญลักษณ์ประจำจังหวัด ฉะเชิงเทรา แม้ว่าในปัจจุบัน “ ริน ” ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีแล้วในจังหวัด ฉะเชิงเทรา แต่ขนมไทยในปัจจุบันนั้นเริ่มมีการพยายามที่จะพัฒนาทั้งรูปแบบและวิธีการนำเสนอสินค้าออกมาให้สอดคล้องกับยุคสมัยและพฤติกรรมของผู้บริโภคมากขึ้น จึงเกิดการจัดกลุ่มสินค้าและพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้เป็นระบบ มีความทันสมัย เป็นจุดขายยังพื้นที่นั้น อีกทั้งยังสามารถนำแนวความคิดนี้ไปพัฒนาใช้ร่วมกับสินค้าที่มีอยู่อื่นๆหรือกำลังเกิดขึ้นในอนาคตได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

กว่าจะเป็นวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ทำให้ได้เรียนรู้ประสบการณ์ผ่านอะไรมาไม่น้อย นอกจากเป็นการทดสอบความรู้แล้วยังเป็นการทดสอบความอดทนของสภาพจิตใจ รวมถึงเตรียมพร้อมต่อการออกไปเจอกับโลกของการทำงานจริง ซึ่งต้องใช้ทั้งร่างกายแรงใจจากหลายๆฝ่ายที่ทำให้สำเร็จ ในระหว่างทำครั้งหนึ่งเคยสงสัยว่าตัวเองไม่เหมาะสมจะเป็นดีไซเนอร์ จึงถามอาจารย์ออกไป ก็มีคำจากอาจารย์ท่านนั้นๆที่บอกว่า มันเป็นเพียงงานแรกที่คุณเพิ่งมาทำเองทั้งหมดคนเดียว ผมว่ามันไม่ใช่หรอก ซึ่งคำตอบนั้นเป็นที่มาของการอดทนผ่านบทเรียนเพื่อพิสูจน์ตัวเองในวันนี้ ต้องขอขอบพระคุณอย่างที่สุด คืออาจารย์ทั้งสามท่าน เปรียบเสมือนพ่อแม่ที่แนะนำ สอนสั่งและช่วยเหลือลูกศิษย์ด้วยความเมตตาเสมอมา

อ. สมชัย จันทรจุฑพัฒน์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่เมตตาให้คำแนะนำที่ดีตลอดมา นอกจากในเรื่องงาน อาจารย์ยังเล่าแนะนำไปถึงการใช้ชีวิต

อ. ธนรักษ์ จันทรประสิทธิ์ ที่คอยแนะนำ ช่วยเหลือตั้งแต่เริ่มต้นโครงการไปจนถึงรบกวนเวลา กิจกรรมของอาจารย์ในหลายๆเข้าตู่

ผศ.ดร. ญาดา ขวาลกุล ผู้ที่มีแนะนำดีๆ เตรียมไว้ให้เสมอในเวลาที่มีปัญหาที่แก้ไขยากยิ่ง

ขอบคุณครอบครัวที่ทำให้รู้ว่าต้องเข้มแข็งและยืดหยัดได้ด้วยตัวเอง

ขอบคุณน้องชายที่สละเวลาส่วนตัวเองมานอนค้าง ตัดโม ฟันสีให้

ขอบคุณร้านรินชนมไทย สำหรับข้อมูลและการต้อนรับเอื้อเฟื้ออย่างดีทุกอย่าง

ขอบคุณเพื่อนร่วมทำวิทยานิพนธ์เคียงบ่าเคียงไหล่ทั้ง 16 คน ที่สู้ ให้กำลังใจ ช่วยเหลือซึ่งกันและกันตลอดมา

ขอบคุณน้องรหัสที่น่ารักทั้งหลาย Pawarisa Dear ในหลายๆรอบที่ที่เดือดมากๆ Voston

Choonhavan, Booze Vitsarut, Mee Sukprasertchai, Je Kemmanat, Jack S Fungtammasan, Kittipong Inpanom, Chaovarut Junsirisern

ขอบคุณน้องๆที่มีเมตตาให้กับพี่ Rose Janar น้องแพม น้องพีช น้องจุมพล

ขอบคุณเพื่อนๆที่ช่วยเหลือให้กำลังใจ Tong Prissadee, Jirarat, Nanthaphon K, Wittawat K

ขอบคุณสาวสวยหอรราช ที่ช่วยเหลือทุกอย่างอย่างตลอด 5 ปีที่ผ่านมา Sirotorn St, Nicha

Wongtangprasert, Tuang Poolsil, Chananya Kongmee, Kai Veeraya

ขอบคุณพี่รหัส Jull Pao พี่ Ku Sri, Pro Jira สำหรับคำแนะนำ

ขอบคุณ Krich Suttiphongs สำหรับ กำลังใจ แรงงาน และขนมเต็มตู้เย็นทุกครั้ง

ขอบคุณรุมเมท ที่เป็นเพื่อนคุย เป็นที่ปรึกษา และอยู่เคียงข้างกันตั้งแต่วันแรกเมื่อ 5 ปีที่แล้วจนถึง

วันส่งงานวันสุดท้าย ไม่มี Ai Parisa นี้ไม่จบจริงๆ ขอขอบคุณมาก

ขอบคุณตัวเองที่ไม่ลาออกตั้งแต่ที่แรก ทำให้รู้จักคนดีๆมากมาย ขอขอบคุณค่ะ

ไม่ว่าจะขอบคุณอีกหลายๆคนที่อาจกล่าวไม่ครบ และสุดท้าย ขอขอบคุณช่วงเวลาดีๆตลอด 5 ปีที่ผ่านมาไปใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารลับในโครงการวิจัยของคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ไม่ควรเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต

ไม่ผ่านการตรวจสอบ

สารบัญ

หน้า

อนุมติผล

บทคัดย่อ

จดหมายรับรองโครงการ

กิตติกรรมประกาศ

บทที่ 1 บทนำ

บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญ	1
นโยบายทางการตลาด	2
วัตถุประสงค์	3
ขอบเขตของโครงการ	4
ขอบเขตของโครงการด้านคุณภาพ	4
ขอบเขตของโครงการด้านปริมาณ	8
ปัญหา เงื่อนไข ความต้องการและแนวทางในการแก้ปัญหา	9
แนวทางการศึกษา	16
ความเป็นไปได้ของโครงการ	16
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	17

บทที่ 2 การค้นคว้าและสรุปผลข้อมูล

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิต	
2.1.1 ประวัติความเป็นมาของร้านรินนมไทย	18
2.1.2 นโยบายทางการตลาดของร้านรินนมไทย	21
2.1.4 ภูมิภาค พื้นที่ตั้งของร้านรินนมไทย	22
2.2 ข้อมูลผลิตภัณฑ์	
2.2.1 ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของร้านรินนมไทย	30
2.3 ข้อมูลการตลาด	
2.3.1 กลยุทธ์ของร้านรินนมไทย	33
2.3.2 การสำรวจทัศนคติและลักษณะผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย	38
2.3.2 ลักษณะการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์	39
2.4 ข้อมูลด้านคู่แข่ง	
2.4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับแบรนด์ข้างเคียงในท้องตลาด	40
2.4.2 วิเคราะห์วิธีการจัดจำหน่ายของแบรนด์ข้างเคียง	42
2.5 วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลทางการตลาดที่มีผลต่อการออกแบบ	
2.5.1 สรุปผลโดยการใช้กลยุทธ์ SWOT Strategies	46

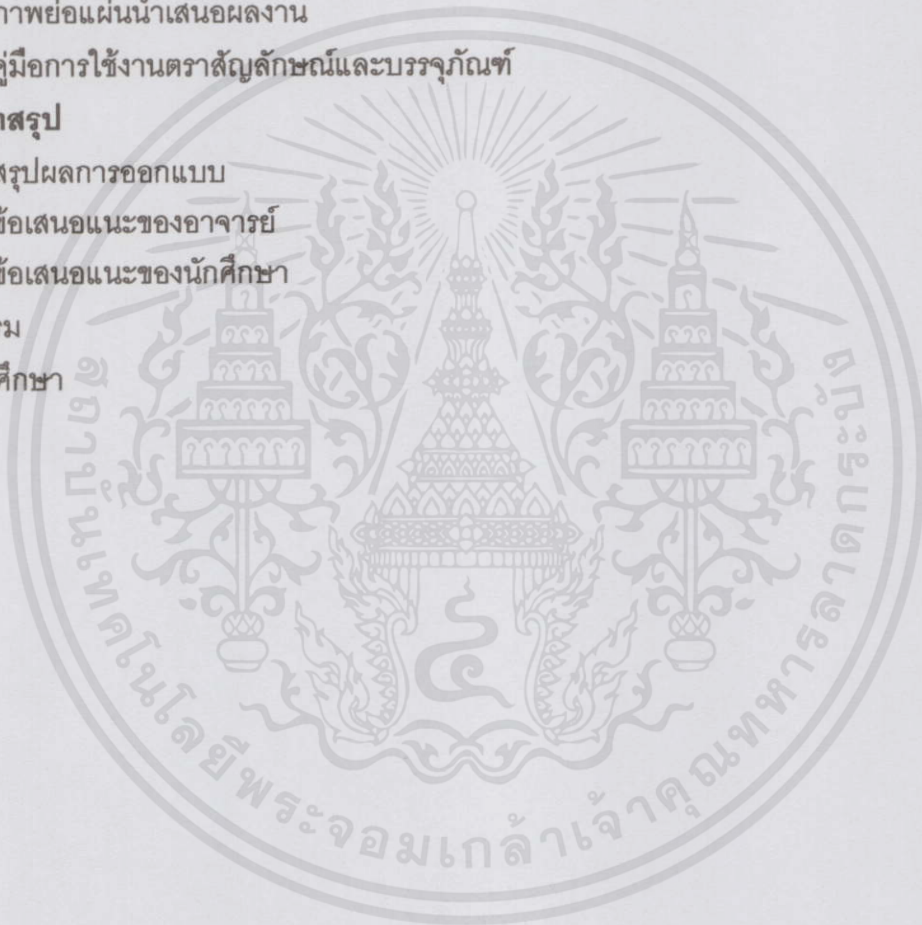
เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์ ห้ามทำซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น ออกทางนามให้คิดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.2 สรุปผลการรับรู้และทัศนคติ และการมีปฏิสัมพันธ์ของผู้บริโภคต่อร้าน รินขนมไทย	48
2.5.3 สรุปผลการใช้กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด (4P)	48
2.6 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	
2.6.1 ลักษณะของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	50
2.6.2 วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลทางการตลาดที่มีผลต่อการออกแบบ	51
2.7 ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุประสงค์สำหรับบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด	
2.7.1 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด	52
2.7.2 วิเคราะห์การเลือกใช้ระบบการพิมพ์สำหรับบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด	58
2.7.3 สรุปผลการเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ และระบบการพิมพ์สำหรับ บรรจุภัณฑ์แต่ละ ชนิด	59
2.8 ข้อบังคับทางกฎหมายเกี่ยวกับกราฟิกและบรรจุภัณฑ์	
บทที่ 3 การพัฒนาการออกแบบ	
3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ	65
3.1.1 แนวความคิดของตราสินค้า (Brand Concept)	65
3.1.2 แนวความคิดของผลิตภัณฑ์ (Product Concept)	65
3.1.3 แนวความคิดทางการออกแบบ (Design Concept)	65
3.2 ขั้นตอนการดำเนินการออกแบบ	
3.2.1 การออกแบบชื่อตราสินค้า	68
3.2.2 การออกแบบตราสัญลักษณ์	68
3.2.3 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	70
3.2.4 การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์	78
3.2.5 สรุปผลขั้นตอนแบบร่าง	87
3.3 การพัฒนาแนวความคิดและการออกแบบขั้นตอนสุดท้าย (Final Design)	
3.3.1 วิเคราะห์ส่วนที่ต้องปรับปรุงแก้ไขขั้นตอนแบบร่าง (Design Analysis) การวิเคราะห์นี้ได้	88
3.3.2 การวิเคราะห์การออกแบบและการประเมินค่า	89
บทที่ 4 การนำเสนอผลงาน	
4.1 ภาพถ่ายหุ่นจำลองผลงานขั้นสุดท้าย	90
4.1.1 ภาพถ่ายรวมสินค้าทุกชนิด	90
4.1.2 สินค้าประเภทขนมสด	90
4.1.3 สินค้าประเภทขนมสด จัดเป็นชุด	91
4.1.4 สินค้าประเภทขนมสด 9 มงคล	92
4.1.5 สินค้าประเภทกระยาสารท 4 ชั้น	92
4.1.6 สินค้าประเภทกระยาสารท 8 ชั้น	93
4.1.7 สินค้าประเภทกระยาสารท บรรจุ 6 ของ	93

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะในรูปแบบใดก็ตาม หากท่านมีข้อสงสัยประการใด กรุณาติดต่ออาจารย์ผู้จัดทำ และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.7	สินค้าประเภทขนมไทยแห้ง	94
4.1.8	สินค้าประเภทข้าวตังแผ่นแบบของ	94
4.1.9	สินค้าประเภทข้าวตังแผ่นบรรจุ 6 ของ	95
4.1.10	สินค้าประเภทข้าวตังแผ่นบรรจุ 12 ของ	95
4.1.11	สินค้าประเภทข้าวตังปิ่น กระจุก	96
4.1.12	สินค้าประเภทข้าวตังปิ่นแบบกล่องบรรจุ 6 ของ	96
4.1.13	สินค้าประเภทกอละแม	96
4.1.14	สินค้าประเภททองม้วน	97
4.1.15	สินค้าประเภทชุดของฝาก	98
4.2	ภาพถ่ายแผ่นนำเสนอผลงาน	99
4.3	คู่มือการใช้งานตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์	135
บทที่ 5 บทสรุป		
5.1	สรุปผลการออกแบบ	144
5.2	ข้อเสนอแนะของอาจารย์	145
5.3	ข้อเสนอแนะของนักศึกษา	146
บรรณานุกรม		
ประวัติการศึกษา		



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1. บรรยากาศร้านรินขนมไทย สาขาใหญ่	1
2. บรรจุภัณฑ์เดิมของรินขนมไทย	2
3. ตราสินค้า “ขนมริน”	3
4. แสดงกลุ่มขนมประเภทกึ่งเปียก	5
5. แสดงกลุ่มขนมประเภทแข็ง	6
6. แสดงกลุ่มขนมประเภทโอกาสต่างๆ	7
7. ภาพแสดงขอบเขตของโครงการด้านปริมาณ	8
8. ภาคตะวันออกของไทย	22
9. แสดงวิถีชีวิตและการประกอบอาชีพ	24
10. แสดงแหล่งท่องเที่ยวทางสถาปัตยกรรม	25
11. ภาพ สินค้าพื้นเมือง จ.จันทบุรี	26
12. สินค้าพื้นเมือง จ.ชลบุรี	26
13. สินค้าพื้นเมือง จ.ตราด	27
14. สินค้าพื้นเมือง จ.ระยอง	28
15. สินค้าพื้นเมือง จ.ฉะเชิงเทรา	29
16. สินค้าของ จ.ปราจีนบุรี	29
17. สินค้าของ จ.สระแก้ว	30
18. แสดงการวางบุคลิกของตราสินค้า ตามหลักของ Archetype Brand Myth	34
19. แสดงร้านรินขนมไทย สาขาจังหวัดฉะเชิงเทรา	37
20. แสดงร้านค้าในกรุงเทพมหานคร	37
21. แสดงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนของนักท่องเที่ยว	38
22. แสดงการส่งเสริมการขาย	38
23. แสดงการเปรียบเทียบแบรนด์คู่แข่ง	44
24. แสดงการนำมาจับคู่ระหว่างปัจจัยภายใน (จุดแข็ง และจุดอ่อน) และปัจจัยภายนอก(โอกาสและอุปสรรค)	45
25. แสดงการจัดสินค้า โดยใช้ระบบ Modular	48
26. แสดงการจัดสินค้า	48
27. แสดงแหล่งท่องเที่ยว	49
28. กลุ่มเป้าหมาย	50
29. แสดงการออกแบบตราสัญลักษณ์ในขั้นต้น	68
30. แสดงการพัฒนาแบบตราสัญลักษณ์	69
31. แสดงโครงสร้างของการจัดชุด	70
32. แสดงโครงสร้างของการจัดชุด	72

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทางสำนักคิดแบบสงวนเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

33. แสดง Mood & Tone แนวความคิดที่ 1	77
34. แสดง Mood & Tone แนวคิดที่ 2	78
35. แสดงกราฟิกแนวความคิดที่ 1	79
36. แสดงกราฟิกแนวความคิดที่ 2	79
37. แสดงกราฟิกแนวความคิดที่ 3	79
38. แสดงกราฟิกแนวความคิดที่ 1	80
39. แสดงกราฟิกแนวความคิดที่ 2	81
40. แสดงกราฟิกแนวความคิดที่ 3	81
41. แสดงกราฟิกแบบร่างครั้งที่ 2	82
42. แสดงกราฟิกแนวความคิดที่ 1	83
43. แสดงกราฟิกแนวความคิดที่ 2	84
44. แสดงกราฟิกแนวความคิดที่ 3	85
45. แสดงภาพถ่ายหุ่นจำลองรวมสินค้าทุกชนิด	89
46. แสดงภาพถ่ายหุ่นจำลองประเภทขนมสด	89
47. แสดงภาพถ่ายหุ่นจำลองสินค้าประเภทขนมสดจัดเป็นชุด	90
48. แสดงภาพถ่ายหุ่นจำลองสินค้าประเภทขนมสด 9 มงคล	91
49. แสดงภาพถ่ายหุ่นจำลองสินค้าประเภทกระยาสารท 4 ชั้น	91
50. แสดงภาพถ่ายหุ่นจำลองสินค้าประเภทกระยาสารท 8 ชั้น	92
51. แสดงภาพถ่ายหุ่นจำลองสินค้าประเภทกระยาสารทบรรจุ 6 ของ	92
52. แสดงภาพถ่ายหุ่นจำลองสินค้าประเภทขนมไทยแห้ง	93
53. แสดงภาพถ่ายหุ่นจำลองสินค้าประเภทข้าวตังแผ่นแบบของ	93
54. ภาพถ่ายหุ่นจำลองสินค้าประเภทข้าวตังแผ่นบรรจุ 6 ของ	94
55. ภาพถ่ายหุ่นจำลองสินค้าประเภทข้าวตังแผ่นบรรจุ 12 ของ	94
56. ภาพถ่ายหุ่นจำลองสินค้าประเภทข้าวตังปิ่นกระปุก	95
57. ภาพถ่ายหุ่นจำลองสินค้าประเภทข้าวตังปิ่นแบบกล่องบรรจุ 6 ของ	95
58. ภาพถ่ายหุ่นจำลองสินค้าประเภทกาดะแม	96
59. ภาพถ่ายหุ่นจำลองสินค้าประเภททองม้วน	96
60. ภาพถ่ายหุ่นจำลองสินค้าประเภทชุดของฝาก ชุดกระยาสารทรวมรส	97
61. ภาพถ่ายหุ่นจำลองสินค้าประเภทชุดของฝาก ชุดรวมขนมไทย	97
62. ภาพถ่ายหุ่นจำลองสินค้าประเภทชุดของฝาก ชุดข้าวตังปิ่นรวมรส	98
63. แผ่นนำเสนอผลงานชิ้นสุดท้าย	98
64. คู่มือการใช้ตราสัญลักษณ์องค์กรและองค์ประกอบทางกราฟิก	135
65. ภาพแสดงภาพถ่าย Artwork ตราสัญลักษณ์	141
66. ภาพแสดงภาพถ่าย Artwork ของบรรจุภัณฑ์กระยาสารท	141
67. ภาพแสดงภาพถ่าย Artwork ของบรรจุภัณฑ์กระยาสารท	142
68. ภาพแสดงข้อเสนอแนะของอาจารย์	144

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆก็ตาม ลิขสิทธิ์นี้เป็นของโรงเรียนและต้องแจ้งถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1. ตารางปัญหา เงื่อนไข ความต้องการและแนวทางในการแก้ปัญหา	9
2. ตารางผลสำรวจนักท่องเที่ยวในภาคตะวันออก ปี 2555	24
3. ลักษณะทางกายภาพและความต้องการในด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์	31
4. หมวดขนม	35
5. ข้อมูลเกี่ยวกับแบรนด์ข้างเคียงในท้องตลาด	40
6. วิเคราะห์วิธีการจัดจำหน่ายของแบรนด์ข้างเคียง	42
7. ตาราง SWOT	46
8. สรุปผลการเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์และระบบการพิมพ์สำหรับบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด	59



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

ภาคตะวันออกเป็นภาคที่มีสถานที่แหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นเมืองเก่าริมน้ำ หมู่เกาะ ทะเล น้ำตก วัดวาอาราม และโบราณสถานงดงาม อีกทั้งยังอุดมด้วยอาหารทะเลสดใหม่ ซึ่งการเดินทางไปสู่ภาคตะวันออกนั้น สามารถผ่านมาได้ที่ จังหวัดฉะเชิงเทรา เพราะเป็นจังหวัดที่เป็นประตูสู่ภาคตะวันออก เป็นศูนย์กลางของเส้นทางสัญจรที่เชื่อมโยงไปยังจังหวัดต่างๆของภาคตะวันออก อีกทั้งยังมีพื้นที่ติดกับ กรุงเทพมหานคร และมี "หลวงพ่อบุญศรี" เป็นศูนย์รวมศรัทธาของชาวแปดริ้ว ผู้คนที่ผ่านมาจากจังหวัดฉะเชิงเทรา นิยมเข้ามากราบไหว้ขอพร เพื่อความเป็นสิริมงคลในชีวิต จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาภาคตะวันออกเป็นจำนวนมาก

ร้านขนม ริน เป็นธุรกิจขนมหวานของฉะเชิงเทรา โดยการพัฒนาจากอุตสาหกรรมในครอบครัว ซึ่งได้รับถ่ายทอดสูตรและเคล็ดลับในการปรุงขนมชนิดต่าง ๆ มาจากบรรพบุรุษ ซึ่งมี พื้นเพเป็นชาวโรงสีล่าง ต.บางกรูด อ.บ้านโพธิ์ จ.ฉะเชิงเทรา อันเป็นที่ทราบกันดีในหมู่ชาวแปดริ้วรุ่น เก่าถึงกิตติศัพท์ทางฝีมือขนมหวาน ของชาวละแวกนั้นมาช้านาน โดยเริ่มศึกษาจากครอบครัวญาติผู้ใหญ่ทดลองทำและค้นคว้าด้วยตนเองจากตำราปรับปรุงพัฒนาคัดแปดส่วนผสมและวิธีการให้ทันสมัย ซึ่งก็ประสบความสำเร็จนับแต่ปีที่ 4 เป็นต้นมา ประกอบกับการได้รับใบประกาศ "เชลล์ชวนชิม" จาก ม.ร.ว. ถนัดศรี สวัสดิวัฒน์ จำนวน 3 ใบ ในระยะเวลาต่าง ๆ กัน เป็นเครื่องยืนยันในคุณภาพ ความอร่อยทำให้สินค้า "ริน" ได้รับการยอมรับมากขึ้นตามลำดับ โดยเพิ่มชนิดของขนมมากขึ้นเรื่อย ๆ เช่น ขนมชั้น ขนมหม้อแกง ขนมทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง เม็ดขนุน วุ้นกะทิ วุ้นหวาน ขนมดอก ลำดวน และยังมีขนมไทย ๆ อีกกว่า 50 ชนิดในปัจจุบัน รวมระยะเวลาที่เปิดกิจการประกอบการขนมหวานมากกว่า 40 ปี เป็นความภูมิใจที่ร้านรินเติบโตขึ้นด้วยความพยายาม อุตสาหะ อดทน ซื่อสัตย์ จนเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปแล้วในจังหวัดฉะเชิงเทรา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้ภาพที่ 1 บรรยายภาพร้านรินขนมไทย สำนักงานใหญ่ นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจุบันธุรกิจขนมและของฝากในปัจจุบันมีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง สืบเนื่องจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวในทุกๆจังหวัดทำให้มีการพัฒนาร้านค้าและธุรกิจใหม่ๆตามลำดับ ร้านดั้งเดิมหลายร้านได้รับผลกระทบจากการธุรกิจขนมและเบเกอรี่ใหม่ ที่เริ่มมีส่วนแบ่งทางการตลาดมากขึ้น ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเกิด

มาจากการที่ร้านดั้งเดิมเหล่านั้นไม่ได้มีการพัฒนาไปตามยุคสมัย ทำให้ไม่สามารถทัดเทียมกับคู่แข่งได้ หลายร้านในจังหวัดจึงเริ่มมีการปรับตัวและเอกลักษณ์ของตนขึ้นเพื่อสร้างจุดขายจากคู่แข่งอื่นๆ

ร้าน รินขนมไทย เป็นร้านของฝากประจำจังหวัดฉะเชิงเทราที่มีชื่อเสียงมายาวนาน หากแต่ชื่อเสียงนั้นมีการกระจายตัวอยู่ในระดับจังหวัดและใกล้เคียงเท่านั้น แต่ในระดับภูมิภาคยังไม่เป็นที่รู้จักหรือยอมรับอย่างแพร่หลาย ในด้านของตัวสินค้าก็ประกอบไปด้วยสินค้าหลักของร้านและสินค้าพื้นถิ่นอื่นๆ นำมาฝากขาย ไม่มีการกำหนดทิศทางวางรูปแบบตราสินค้าที่เป็นองค์รวมชัดเจน เป็นผลมาจากไม่ได้มีการรวมตัวก่อตั้งเป็นรูปแบบองค์กรหรือตัวแทนจำหน่ายสินค้าแบบเบ็ดเสร็จ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ถึงรูปแบบของความเป็นเอกลักษณ์ของกิจการทำขนมไทย ซึ่งถือเป็นศาสตร์ที่มีการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นมาอย่างยาวนาน ภายใต้ชื่อ ตรา และสัญลักษณ์ที่มีความทันสมัย และยังคงความร่วมมือ สามารถถ่ายทอดถึงเรื่องราวประวัติศาสตร์ความมีชื่อเสียงของกิจการให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างขึ้น พร้อมทั้งสื่อถึงความเป็นองค์รวมได้อย่างชัดเจนสู่ระดับภูมิภาค



ภาพที่ 2 บรรจุภัณฑ์เดิมของรินขนมไทย

อีกทั้งยังเป็นโอกาสดีที่จะสามารถขยายตลาดออกไปยังภูมิภาคอื่นๆใกล้เคียงในอนาคตได้ สอดคล้องกับความต้องการที่จะพัฒนาและยกระดับในด้านภาพลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ จึงเกิดเป็นแนวคิดที่จะเป็นศูนย์กลางของฝากประจำภาคตะวันออก โดยทำเลที่ตั้งของจังหวัดฉะเชิงเทรานั้น เป็นเมืองที่เป็นประตูสู่ภาคตะวันออก นักท่องเที่ยวจะสามารถผ่านเข้าไปสู่แหล่งอุตสาหกรรมและแหล่งพักผ่อนหย่อนใจชายทะเลของภาคตะวันออก ที่มีแหล่งวัฒนธรรมและธรรมชาติที่สำคัญ เช่น วัดโสธรวรารามวรวิหาร, ตลาดคลองสวน 100 ปี, แม่น้ำบางปะกง และ ตลาดน้ำบางคล้า เป็นต้น นอกจากนี้ยังเป็นเมืองที่มีพื้นที่ใกล้กับกรุงเทพมหานครและสนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิอีกด้วย จากเหตุผลข้างต้นนี้ ร้านรินขนมไทยจึงมีนโยบายที่จะพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของตนเองเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นที่จดจำในฐานะที่เป็นศูนย์กลางของฝาก มีเอกลักษณ์ของความเป็นภาคตะวันออก ให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยว จึงเป็นเหตุให้ โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกขนมไทยเพื่อการเป็นศูนย์กลางขนมของฝากภาคตะวันออกภายใต้ตราสินค้า “ รินขนมไทย ” จึงได้ถูกจัดทำ เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์รวมถึงกราฟิกที่ช่วยจัดการสินค้าเพื่อให้เกิดเป็นระบบเดียวกันของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อการเรียนการสอนเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นโยบายทางการตลาด

1. นโยบายว่าด้วยเรื่องการเงิน และการลงทุน

ทางร้านรินขนมไทย มีการขยายสาขาไปสู่สาขาที่ 2 โดยสาขาที่ 2 ได้จดทะเบียนเปลี่ยนจากวิสาหกิจชุมชนเป็นระบบบริษัทแล้ว ทำให้ต้องการการขยายและการกระจายสินค้าให้แพร่หลายมากยิ่งขึ้น

2. นโยบายด้านคุณภาพของสินค้า

ริน ขนมไทย เป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้า มีการขยายผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากขึ้น โดยบรรจุภัณฑ์ที่ทางร้านผลิตมีกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ยังไม่เป็นเอกลักษณ์และเหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคที่มีการเพิ่มขึ้น โดยทางร้านริน ขนมไทย มีนโยบายออกแบบปรับปรุงบรรจุภัณฑ์และกราฟิกภายใต้ตราสินค้า ริน ขนมไทย โดยใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ และใช้กรรมวิธีดั้งเดิมในการผลิต และคุณภาพที่ดีมั่นคงเพื่อสร้างมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของ ริน ขนมไทย

3. นโยบายด้านการเพิ่มการจัดการจัดจำหน่าย และลักษณะการจัดการจัดจำหน่ายในปัจจุบัน

ช่องทางการจัดจำหน่ายเดิมของร้านริน ขนมไทย นั้นมีอยู่ 2 ช่องทางโดยแบ่งออกเป็นการจัดจำหน่ายภายในร้านค้าของตนเอง 2 สาขา และ ส่งไปขายยังห้างในกรุงเทพมหานคร ซึ่งร้านรินขนมไทย ได้มีนโยบายที่จะกระจายสินค้าไปยังเมืองท่องเที่ยวต่างๆ โดยเริ่มจากภาคตะวันออกซึ่งเป็นพื้นที่ตั้งของร้านและจังหวัดใกล้เคียง เพื่อเป็นการขยายตลาดของสินค้า



4. นโยบายด้านการประชาสัมพันธ์

การส่งเสริมการขายนับว่ามีความสำคัญอย่างมาก เนื่องจากการทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก นอกจากการโฆษณาด้วยตัวผลิตภัณฑ์แล้ว ยังต้องมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ โดยเลือกลักษณะ รูปแบบ ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

1.2 วัตถุประสงค์ ห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2.1 สร้างอัตลักษณ์ของร้านรินขนมไทย เพื่อเป็นการส่งเสริมชื่อเสียง รวมทั้งเป็นการสร้างมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ให้โดดเด่นมีลักษณะเฉพาะตัวของภาคตะวันออก

1.2.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกที่ช่วยให้เกิดการจัดระบบสินค้า ออกแบบรูปลักษณ์และตรา

สัญลักษณ์ให้สอดคล้องกับภาคตะวันออก โดยสื่อถึงภาพลักษณ์ใหม่เพื่อสร้างการจดจำในความเป็น
ศูนย์รวมขนมไทยตะวันออกและสินค้าของฝากระดับภูมิภาคแก่ผู้บริโภค

1.3 ขอบเขตของโครงการ

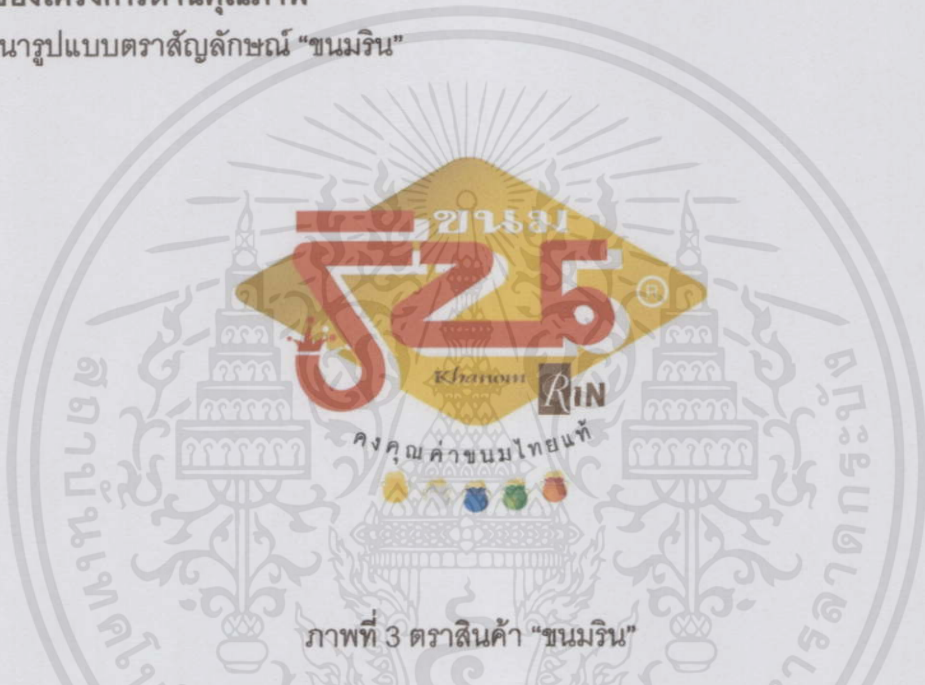
ขอบเขตของประชากร

ข้อมูลของกลุ่มผู้บริโภคที่ทำการเก็บข้อมูลเพื่อศึกษา

กลุ่ม นักท่องเที่ยวแบบครอบครัว ชายหญิง แบ่งออกเป็นกลุ่มอายุ ตั้งแต่ 18 - 40 ปี และ กลุ่มอายุต่ำกว่า 18 ปี เป็นกลุ่มคนยุคใหม่ที่ชอบความสะดวกสบาย และต้องการมีภาพลักษณ์ที่ดี

ขอบเขตของโครงการด้านคุณภาพ

1.4.1 พัฒนารูปแบบตราสัญลักษณ์ “ขนมริน”



ชื่อ “ริน” แปลว่า ทอง ฟังดูเย็นๆ ดี เหมือนน้ำไหลริน ตราสัญลักษณ์เดิมของรินที่ใช้ในปัจจุบัน ประกอบไปด้วยตัวหนังสือภาษาไทยและภาษาอังกฤษรวมกันอยู่ มีสีเส้นที่ตัดกัน ซึ่งดูเก่าแก่ ไม่เข้ากับยุคสมัย ทางร้านรินจึงมีนโยบายในการพัฒนารูปแบบตราสัญลักษณ์ให้ร่วมสมัย มีความเป็นไทยประยุกต์ เพื่อสร้างเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ในการเป็นผู้นำทางด้านขนม ของฝากของจังหวัดฉะเชิงเทราและภาคตะวันออก แต่ยังคงไว้ซึ่งความเป็น “ริน” เพื่อรักษากลุ่มผู้บริโภคเดิมที่เชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ไว้ และสามารถนำไปใช้ในส่วนอื่นๆของการออกแบบ

1.4.2 ออกแบบกราฟิกและส่วนสื่อสาร

1.4.2.1 ออกแบบกราฟิกแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของตราสินค้า

เพื่อสร้างและแสดงเอกลักษณ์ของผู้ผลิตให้จดจำได้ง่ายและรับรู้ได้ถึงความเป็นจังหวัดฉะเชิงเทราและภาคตะวันออก ให้สอดคล้องกับตราสินค้าให้เกิดความเป็นระบบ

1.4.2.2 ออกแบบกราฟิกให้มีอัตลักษณ์ขององค์กร

เพื่อแสดงถึงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสินค้าที่อยู่ภายใต้ตราสินค้าเดียวกันและ แสดงถึงความแตกต่างของสินค้าในแต่ละชนิดได้อย่างชัดเจน ไม่ทำให้เกิดความสับสน

1.4.2.3 ออกแบบสื่อส่งเสริมการขาย เพื่อช่วยในการประชาสัมพันธ์ถึงศูนย์กลางสินค้าภาคตะวันออก

1.4.3 ออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับขนม ร้านริน แบ่งออกเป็น 5 กลุ่มสินค้า มีดังนี้

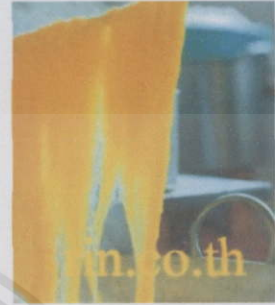
1. กลุ่มขนมประเภทกึ่งเปียก



ฝอยทองคำ



ฝอยเงิน



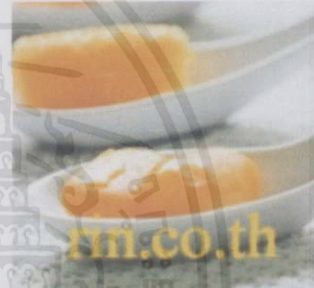
ฝอยทองแพ



ทองหยิบ



ทองหยอด



เม็ดขนุน



ขนมชั้น



หยกมณี



วุ้นสังขยา



ข้าวตู



ขนมหัวผักกาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
ภาพที่ 4 แสดงกลุ่มขนมประเภทกึ่งเปียก

2. กลุ่มขนมประเภทขบเคี้ยว



ฝอยทองกรอบ



ลำดวนขาววัง



ขนมโก๋



กระยาसारท



ข้าวตังหน้ากุ้ง และ ข้าวตังหน้า
งา



ข้าวตังปรุงรส และ ข้าวตังอบ
กระเทียม



ทองม้วน



กะลาแม

ภาพที่ 5 แสดงกลุ่มขนมประเภทแข็ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. กลุ่มขนมประเภทของฝาก



ชุดของขวัญขนมขบเคี้ยว



ชุดขนมไทยมงคล (ฝอยทอง, ทองหยิบ, ทองหยอด, เม็ดขนุน)

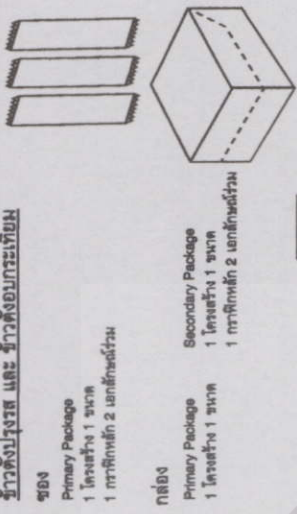
ภาพที่ 6 แสดงกลุ่มขนมประเภทโอกาสต่างๆ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขอบเขตของโครงการด้านปริมาณ

ข้าวตั้งปวงรส และ ข้าวตั้งปวงกระเทียม

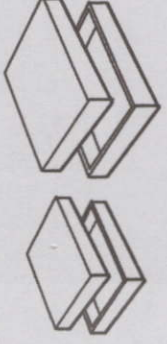


ซอง
Primary Package
1 โครงสร้าง 1 ขนาด
1 ภาหิพหัก 2 แภภักษ์วรว

กล่อง
Primary Package
1 โครงสร้าง 1 ขนาด
Secondary Package
1 โครงสร้าง 1 ขนาด
1 ภาหิพหัก 2 แภภักษ์วรว

กระปุก
Primary Package
1 โครงสร้าง 1 ขนาด
1 ภาหิพหัก 2 แภภักษ์วรว

กลุ่มขนมของฝาก

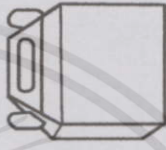


ชุดขนมโยยงมดล
Primary Package
1 โครงสร้าง 1 ขนาด
1 ภาหิพหัก

ชุดขนมยออดิต
Secondary Package
2 โครงสร้าง 2 ขนาด
1 ภาหิพหัก

Secondary Package
1 โครงสร้าง 1 ขนาด
1 ภาหิพหัก

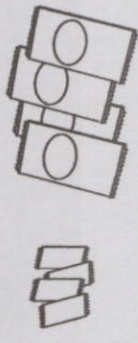
ชุดรวมรส (กระยาสาพ, ข้าวตั้งปวง, ขนมแห้ง)



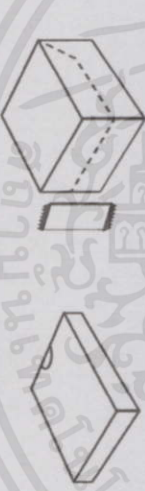
Primary Package
3 โครงสร้าง 1 ขนาด
3 ภาหิพหัก

สรุปผลการออกแบบทั้งหมด
โครงสร้างออกมาแบบ 18 โครงสร้าง
โครงสร้างมาตรฐาน 5 โครงสร้าง
ภาหิพหัก 12 ภาหิพหัก

กระยาสาพ



ซอง
Primary Package
1 โครงสร้าง 1 ขนาด
1 ภาหิพหัก 4 แภภักษ์วรว



กล่อง
Primary Package
1 โครงสร้าง 1 ขนาด
Secondary Package
1 โครงสร้าง 1 ขนาด
1 ภาหิพหัก 4 แภภักษ์วรว

กล่อง
Primary Package
1 โครงสร้าง 1 ขนาด
Secondary Package
1 โครงสร้าง 1 ขนาด
1 ภาหิพหัก 4 แภภักษ์วรว

ข้าวตั้งทั้งถัง และ ข้าวตั้งแห้ง



ซอง
Primary Package
1 โครงสร้าง 1 ขนาด
1 ภาหิพหัก 2 แภภักษ์วรว

กล่อง
Primary Package
1 โครงสร้าง 1 ขนาด
Secondary Package
1 โครงสร้าง 1 ขนาด
1 ภาหิพหัก 2 แภภักษ์วรว

กล่อง
Primary Package
1 โครงสร้าง 1 ขนาด
Secondary Package
1 โครงสร้าง 1 ขนาด
1 ภาหิพหัก 2 แภภักษ์วรว

ภาหิพหัก



Primary Package
1 โครงสร้าง 1 ขนาด
Secondary Package
1 โครงสร้าง 1 ขนาด
1 ภาหิพหัก

แผนภาพแสดงขอบเขตโครงการด้านปริมาณงาน

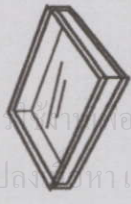
LOGO DESIGN



NEW LOGO

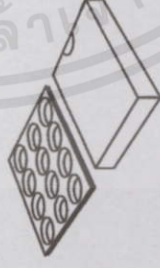
PACKAGING DESIGN

กลุ่มขนมสด
ฝอยงค้, ฝอยงน, ฝอยงนพ, ฝอยงนบ, ฝอยงนค, ฝอยงนด,
ขนมจีน, ข้าวสุ, หนมเจ, หนมหัวฝักคาก, ฝอยงนง



Primary Package
1 โครงสร้าง 1 ขนาด
3 ภาหิพหัก 3 แภภักษ์วรว

กลุ่มขนมแบบคั่ว
ฝอยงนงกรอบ, ค้คาวน, หนมง้



Primary Package
1 โครงสร้าง 1 ขนาด
Secondary Package
1 โครงสร้าง 1 ขนาด
1 ภาหิพหัก 3 แภภักษ์วรว

ทองมั่ว



Primary Package
1 โครงสร้าง 1 ขนาด
Secondary Package
1 โครงสร้าง 1 ขนาด
1 ภาหิพหัก

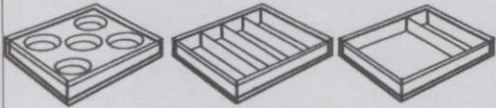
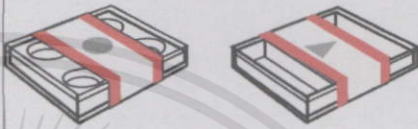


ภาพแสดงขอบเขตของโครงการด้านปริมาณ

1.4 ปัญหา เจื่อนไข ความต้องการและแนวทางในการแก้ปัญหา

1.5.1 ด้านอัตลักษณ์ขององค์กร ด้านบรรจุกฎณ์และกราฟิก ตารางแสดงปัญหา เจื่อนไขความต้องการและแนวทางการแก้ปัญหาด้านอัตลักษณ์ขององค์กร

ปัญหา เจื่อนไขความต้องการ	แนวทางในการแก้ปัญหา
<p>ด้านอัตลักษณ์</p> <p>1. ต้องการพัฒนาตราสินค้า และสร้างตราสินค้าให้เหมาะสมเพื่อปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ของร้านริน ให้มีรูปแบบใหม่ ที่ทันสมัย สามารถสื่อสารกับผู้บริโภค เพื่อให้สอดคล้องกับการเป็นศูนย์กลางของฝากภาคตะวันออก</p>	<p>ออกแบบตราสินค้าอย่างเป็นระบบเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีแก่ร้านรินขนมไทย</p> <p>1. ปรับปรุงหรือเพิ่มเติมชื่อ ริน เพื่อให้รองรับครอบคลุมทุกส่วนของกิจการ เป็นการขยายความหมายและขอบเขตและแสดงออกถึงเจตนาจะเป็นศูนย์กลางของฝาก ให้เป็นที่รู้จักกว้างขวางมากยิ่งขึ้น</p> <div data-bbox="749 846 1041 968" style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> <p>ริน _____</p> </div> <p>2. แสดงถึงเอกลักษณ์ของร้านรินขนมไทย</p> <p>แนวทางที่ 1 ปรับเปลี่ยนตัวอักษรให้มีความทันสมัย เรียบง่าย มีลักษณะของขนมไทยประกอบด้วย</p> <p>แนวทางที่ 2 เลือกองค์ประกอบของสีในการสื่อถึงขนมไทยโดยส่วนใหญ่</p> <p>แนวทางที่ 3 ความเป็นจังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งเป็นต้นกำเนิดของร้านรินขนมไทย</p>

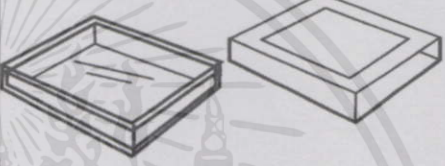
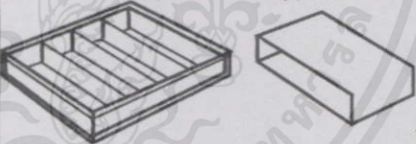
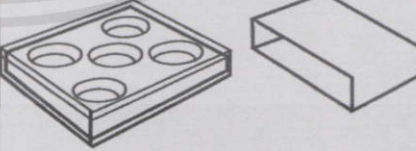
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหา เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางในการแก้ปัญหา
<p>ด้านบรรจุภัณฑ์</p> <p>1. เนื่องจากขนมมีความหลากหลาย บรรจุภัณฑ์จึงต้องครอบคลุมตอบโจทย์กับกลุ่มลูกค้าหลายกลุ่ม เพื่อให้เกิดความสะดวกรสบายและประทับใจแก่ลูกค้า</p>	<p>แนวทางการออกแบบที่ 1 ขนาดของขนม</p>  <p>แนวทางการออกแบบที่ 2 กลุ่มประเภทของขนม โดยใช้กราฟิกและสีเป็นตัวบอก</p>  <p>แนวทางการออกแบบที่ 3 ขนาดความต้องการของลูกค้า</p>  <p>การจัด set</p> <p>ถุงบรรจุ</p>  <p>แนวทางการออกแบบที่ 4 Display Shelf</p>

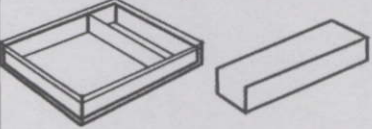
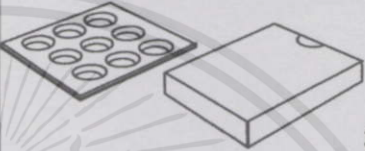
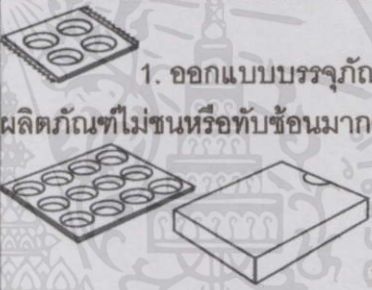

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหา เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางในการแก้ปัญหา
<p>ด้านบรรจุภัณฑ์</p> <p>2. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ยังขาดเอกลักษณ์ เนื่องจากใช้โครงสร้างมาตรฐานทั่วไป ทำให้ขาดความโดดเด่นและเอกลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์</p>	<p>ออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ลงบนบรรจุภัณฑ์ ทำให้สร้างความโดดเด่นแก่ผลิตภัณฑ์ สร้างการจดจำให้กับผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น เพื่อให้เกิดเป็นระบบต่อไปในอนาคต</p> <p>แนวทางการออกแบบที่ 1</p> <ul style="list-style-type: none"> - วัฒนธรรมลุ่มแม่น้ำ <p>อันได้แก่ การประมง การทำเกษตรกรรม เครื่องมือเครื่องจักรสาน</p> <p>แนวทางการออกแบบที่ 2</p> <ul style="list-style-type: none"> - วัฒนธรรมการบริโภค <p>ได้แก่ รสชาติ วัตถุดิบหรือผลผลิตทางเกษตรกรรม</p> <p>แนวทางการออกแบบที่ 3</p> <ul style="list-style-type: none"> - อารยธรรม <p>ได้แก่ ประเภท หรือ รูปแบบของศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม</p>

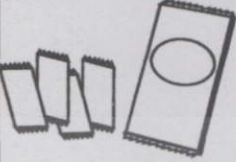
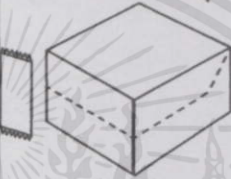


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหา เจือนไขความต้องการ	แนวทางในการแก้ปัญหา
<p>กลุ่มขนมประเภทกึ่งเปียก</p> <p>1. มีการใช้บรรจุภัณฑ์เดิมตลอด ทำให้ยากต่อการแยกชนิดของสินค้า</p> <p>2. ส่วนใหญ่เป็นขนมสด ที่เก็บรักษาได้ไม่นาน เสียได้ง่าย ซึ่งเกิดจากความร้อน ความชื้น</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ฝอยทองคำ, ฝอยเงิน, ฝอยทองแพ, ทองหยิบ, ทองหยอด, เม็ดขนุน <p>1. ความร้อนทำให้น้ำซึม และได้ง่าย คุ้มนำรับประทาน</p>	<p>1. แยกสินค้าแต่ละชนิดที่มีความต้องการบรรจุภัณฑ์ต่างกัน</p> <p>2. เลือกใช้วัสดุที่ช่วยในการเก็บรักษาขนมให้มีอายุยาวนานขึ้น ช่วยดูดซับความชื้นของขนมทำให้อายุการเก็บของขนมยาวนานขึ้น</p> <p>1. ช่วยดูดซับความชื้นและ และน้ำของขนมที่ซึมออกมา</p> <p>2. ป้องกันการกระแทกซึ่งทำให้ขนมเสียรูปได้ง่าย</p> <p>3. เสนอความงามของผลิตภัณฑ์ให้ได้เห็น</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● ขนมชั้น, ข้าวตู <p>1. เป็นชั้นๆ มีความเหนียว และนิ่ม เสียรูปทรงได้ง่ายจากการบรรจุภัณฑ์ซ้อนกันหรือวางติดกัน ทำให้ขนมบิดเบี้ยวติดกันไม่นำรับประทาน</p>	 <p>1. ป้องกันการเสียรูปทรงของขนมเนื่องจากการซ้อนทับกัน</p> <p>2. วางหรือจัดขนมให้เป็นแถวๆ เพื่อรักษารูปทรงของขนมให้ติดกันน้อยที่สุด</p>  <p>1. ป้องกันการเสียรูปทรงของขนมเนื่องจากการซ้อนทับกัน</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● วุ้นสังขยา <p>1. วุ้นสังขยา เป็นขนมที่มีลักษณะนิ่ม หากวางซ้อนกันจะทำให้วุ้น และ เสียรูปทรง ไม่นำรับประทาน</p>	<p>2. แยกชั้นขนมออกจากกันเนื่องจากเมื่อขนมอยู่ติดกันจะทำให้เหนียวติดกัน</p> 



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานี้เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านธุรกิจ ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

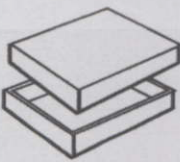

ปัญหา เจือนไขความต้องการ	แนวทางในการแก้ปัญหา
<ul style="list-style-type: none"> ● หยกมณี และ ขนมห้วผักกาด <p>1. มีลักษณะนิ่ม เหนียว มีเครื่องเคลือบ ทำให้เกิดความยุ่งยากในการรับประทาน</p>	<p>1. มีอุปกรณ์ช่วยในการบริโภคสะดวกขึ้น</p> <p>2. แยกเครื่องเคลือบหรือฝังรอยกันจากตัวขนม</p> 
<p>กลุ่มขนมประเภทแห้ง</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ฝอยทองกรอบ, ลำดวน <p>1. เป็นขนมที่มีผิวและสีสัมผัสที่สวยงาม แต่เนื่องด้วยต้องการบรรจุให้ได้จำนวนและขนาดกล่องมาตรฐานมีพื้นที่เหลือมาก จึงต้องซ้อนขนมทำให้ขนมถูกทับเสียหายได้</p>	<p>1. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้พอดีกับตัวผลิตภัณฑ์ไม่ชนหรือทับซ้อนมากจนเกินไป</p> <p>2. มีปริมาณที่เหมาะสมเกิดความสวยงาม</p>  <p>3. ลดปริมาณขนมให้เหมาะสมสำหรับรับประทานในครั้งเดียวหมด</p> <p>1. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้พอดีกับตัวผลิตภัณฑ์ไม่ชนหรือทับซ้อนมากจนเกินไป</p> 
<ul style="list-style-type: none"> ● ขนมโก๋ <p>1. บรรจุภัณฑ์เดิมของขนมบรรจุด้วยถุงพลาสติกทำให้เมื่อวานซ้อนกัน ขนมมีการเสียหายแตกหัก</p>	<p>1. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้พอดีกับตัวผลิตภัณฑ์ไม่ชนหรือทับซ้อนมากจนเกินไปแล้วมีปริมาณที่เหมาะสมเกิดความสวยงาม</p> 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหา เจือปนไขความต้องการ	แนวทางในการแก้ปัญหา
<p>กลุ่มขนมประเภทกรอบ เป็นกลุ่มขนมที่เหมาะสมจะเป็นขนมทานเล่น จึงควรออกแบบให้สะดวกต่อการเปิดเพื่อบริโภค มีขนาดที่เหมาะสม ไม่หกเลอะเทอะ</p> <ul style="list-style-type: none"> ● กระจยาสารท <ol style="list-style-type: none"> 1. เดิมมีขนาดใหญ่ไม่สะดวกในการรับประทาน เนื่องจากใหญ่พอดีคำ 2. เมื่อเปิดถุงขนมรับประทานแล้วไม่สามารถปิดถุงได้ดั้งเดิมเมื่อรับประทานไม่หมดได้ ทำให้ขนมเสียคุณสมบัติไป เช่น นิ่ม หรือ มด แมลงเข้าไปกัดกิน ● ข้าวตังหน้ากุ้งและข้าวตังหน้างา <ol style="list-style-type: none"> 1. ขนมมีความบาง กรอบ แตกหักง่าย 2. บรรจุภัณฑ์เดิมมีความอ่อนตัว ทำให้การเปิดปิดได้ยาก ● ข้าวตังปรุงรส และ ข้าวตังอบกระเทียม <ol style="list-style-type: none"> 1. ขนมมีลักษณะเป็นชิ้นเล็กๆ ร่วนๆ ทำให้ไม่สะดวกเวลาตักรับประทาน 2. ไม่สามารถรับประทานหมดภายในครั้งเดียว ทำให้ต้องเปิดปิดบ่อยครั้ง เมื่อโดนอากาศจึงเกิดความชื้นไม่กรอบ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ออกแบบให้เหมาะสมกับขนาดต่างๆตามอำนาจการซื้อของผู้บริโภค 2. เหมาะสมกับสถานการณ์ในการรับประทานของผู้บริโภค สะดวกในการพกพาไปรับประทาน  <ol style="list-style-type: none"> 3. ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์สามารถเปิดแล้วปิดได้ดั้งเดิม เพื่อรักษาคุณสมบัติเดิมของขนม  <ol style="list-style-type: none"> 1. ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์และเลือกวัสดุมีความแข็งแรงต่อการเปิดปิดหลายครั้ง และมีความแข็งแรง ต่อความเสียหายที่เกิดจากการทับซ้อน  <ol style="list-style-type: none"> 1. ออกแบบให้สะดวกในการรับประทานขนม 2. ลดปริมาณบรรจุลงเพื่อให้สามารถรับประทานหมดในครั้งเดียว 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหา เจือปนไขความต้องการ	แนวทางในการแก้ปัญหา
<ul style="list-style-type: none"> ● กะลาแม <p>1. ส่วนใหญ่มีขนาดบรรจุเพียงขนาดเดียว ซึ่งผู้บริโภคมักมีความต้องการในสถานการณ์การรับประทาน</p>	<p>1. บรรจุภัณฑ์ควรมีความเหมาะสมในการบรรจุขนม</p> <p>สำหรับรับประทานตามความต้องการในโอกาสสถานการณ์ต่างๆ</p> <p>เช่น บรรจุเป็นแท่งหลอด ง่ายต่อการรับประทาน</p>  <p>บรรจุเป็นชิ้นเล็กๆ</p> 

ปัญหา เจือปนไขความต้องการ	แนวทางในการแก้ปัญหา
<p>กลุ่มขนมประเภทโอกาสต่างๆ</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ชุดขนมยอดนิยม (กระยาสารท, ฝอยทองกรอบ, ข้าวตังหน้างา, ข้าวตังหน้ากุ้ง) 	<p>1. จัดชุดขนมของฝากในปริมาณต่างๆที่กำหนด เพื่อให้ลูกค้าได้เลือกจัดเป็นชุดฝากให้เหมาะสมกับปริมาณและความต้องการ โดยอ้างอิงจากความนิยมในการจัดจำหน่าย</p> <p>เช่น Premium Set</p>  

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าในรูปแบบใดก็ตาม หากมีข้อสงสัยหรือต้องการข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อฝ่ายเอกสารทุกครั้งที่มีโอกาสไปใช้

1.5 แนวทางการศึกษา

1. ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับผู้ผลิต
 - 1.1 ประวัติธุรกิจ ลักษณะธุรกิจ
 - 1.2 ผลิตภัณฑ์ต่างๆของร้านรินนมไทย
 - 1.3 ข้อมูลทางการตลาดเดิมและช่องว่างทางการตลาดโดยรวม
 - 1.4 กระบวนการผลิตโดยสังเขป
2. ศึกษาเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์
 - 2.1 นมไทยของร้านรินนมไทย
 - 2.2 จุดเด่นและจุดขาย ของร้านรินนมไทย
 - 2.3 คุณสมบัติทางโภชนาการ
 - 2.4 การเก็บรักษา
3. ศึกษาด้านการตลาด
 - 3.1 ตลาดของธุรกิจนมไทย และนมอื่นๆใกล้เคียง
 - 3.2 ส่วนแบ่งทางการตลาดของ รินนมไทย
 - 3.3 รูปแบบความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน
 - 3.4 การเป็นศูนย์กลางนมของฝาก
4. ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค
 - 4.1 ศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าไปเป็นของฝากและทัศนคติที่มีกับสินค้าอุปโภคบริโภค
 - 4.2 ศึกษาสถานที่ (ภาคตะวันออก) ช่องทางการจัดจำหน่าย และ วิธีการขาย
5. ศึกษาผลิตภัณฑ์ที่ใกล้เคียง
 - 5.1 ศึกษาช่องว่างทางการตลาด คู่แข่ง กลยุทธ์ในการครองใจผู้บริโภค
 - 5.2 ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ วัสดุและราคาขาย
6. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์
 - 6.1 เทคโนโลยีการผลิตและวัสดุเพื่อการบรรจุภัณฑ์
 - 6.2 ข้อบังคับทางกฎหมายเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1.6 ความเป็นไปได้ของโครงการ

1.6.1 ด้านนโยบาย

1.6.1.1 โครงการนี้เป็นการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้ร้านรินนมไทยเพื่อการขยายตลาดในการเป็นศูนย์กลางนมของฝาก จึงต้องการการประชาสัมพันธ์และพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อให้เหมาะสมกับผู้บริโภคที่ต้องการซื้อไปเป็นของฝาก และเป็นพื้นฐานในการนำไปสู่โอกาสในการขยายตลาดออกไป ในไม่ช้าระดับที่กว้างขึ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6.2 ด้านเศรษฐกิจ

1.6.2.1 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยในการส่งเสริมการขาย และสร้างค่านิยม ให้คนบริโภคสินค้าไทย อีกทั้งยังสามารถซื้อไปเป็นของฝาก ทั้งในงานเทศกาลและอื่นๆ

1.6.2.2 กระตุ้นการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าไทยในจังหวัดและภูมิภาคให้เกิด มาตรฐาน และเป็นที่ยอมรับที่ระดับสากล

1.6.3 ด้านสังคมและสภาพแวดล้อม

1.6.3.1 การใช้วัตถุดิบทั้งหมดและจ้างงานจากคนในประเทศ ส่งผลให้คุณภาพชีวิตดีขึ้น เกิด การ สร้างงาน สร้างรายได้ ให้กับคนในพื้นที่นั้นๆ

1.6.3.2 การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้มีมาตรฐานสามารถแข่งขันในตลาดได้

1.6.4 ด้านการศึกษา

1.6.4.1 โครงการนี้ก่อให้เกิดการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพื่อนำมาฝึกฝนในการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์อย่างมีระบบระเบียบ เพื่อให้เข้าใจถึงโครงสร้างของระบบการตลาด การดำเนินงานและฐานข้อมูลอื่นๆอันทำให้เกิดการวิเคราะห์ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์และการสร้าง Corporate Identity และการเลือกใช้วัสดุ กรรมวิธีการผลิตที่เหมาะสม รวมทั้งเปิดโอกาสให้ได้วาง กลยุทธ์การส่งเสริมการขายบนพื้นฐานของความเป็นจริงอีกด้วย

สรุปความเป็นไปได้ของโครงการ

จากเหตุผลข้างต้นจึงสามารถสรุปได้ว่า โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกขนมไทยเพื่อการเป็น ศูนย์กลางขนมของฝากภาคตะวันออกภายใต้ตราสินค้า “ รินขนมไทย “ มีความเป็นไปได้และมีความเหมาะสม ที่จะเกิดขึ้นในหลายๆด้าน ซึ่งประกอบ ด้วยด้าน นโยบาย ด้านเศรษฐกิจ ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านการศึกษา จึงน่าจะเป็นโอกาสดีที่จะทำให้ เกิดการฝึกฝนและเป็นการใช้ความรู้ความเข้าใจที่ ผ่านมาในวิชา การออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ ให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุด และเป็นโครงการเสนอแนะให้แก่ผู้สนใจที่จะพัฒนาสินค้าของตนในอนาคตได้อีกด้วย

1.7 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 บรรจุภัณฑ์ร้านรินขนมไทยมีความเป็นเอกลักษณ์ รูปแบบที่สวยงามมีคุณค่าส่งผลต่อยอดขาย และมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในวงกว้างขึ้น

1.7.2 บรรจุภัณฑ์ที่ได้ผ่านการออกแบบมีความสะดวก คล่องตัวในการจัดวาง และการนำเสนอสินค้า รวมถึงสามารถอธิบายภาพลักษณ์ความเป็นภาคตะวันออกและศูนย์รวมสินค้าของฝากระดับภูมิภาคผ่านบรรจุภัณฑ์ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

การค้นคว้าและสรุปผลข้อมูล

บทที่ 2

บทนำ

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิต

2.1.1 ประวัติความเป็นมาของร้านรินขนมไทย

ขนมหวาน “ริน” จัดเป็นธุรกิจอาหารสำเร็จรูปที่ประสบความสำเร็จ โดยการได้เต้ามาจากอุตสาหกรรมในครอบครัวของนายวิทยา น้อยใจบุญ ซึ่งได้รับถ่ายทอดสูตรและเคล็ดลับในการปรุงขนมชนิดต่าง ๆ มาจากบรรพบุรุษซึ่งมีพื้นเพเป็นชาวโรงสีล่าง ต.บางกรูด อ.บ้านโพธิ์ จ.ฉะเชิงเทรา อันเป็นที่ทราบกันดีในหมู่ชาวแปดริ้วรุ่นเก่าถึงกิตติศัพท์ทางฝีมือขนมหวานของชาวละแวกนั้นมาช้านาน ฝีมือขนมหวานของคุณยาย โดยเฉพาะขนม “กระยาสารท” ซึ่งเรารู้สึกมาตั้งแต่เด็กแล้วว่า อร่อยกว่ากระยาสารททั่ว ๆ ไป จึงเป็นจุดเริ่มต้นของการทำขนม “กระยาสารท” เป็นการค้าภายใต้ชื่อว่า “ริน” ซึ่งมาจากชื่อของบุตรสาวคนที่ 2 โดยเริ่มศึกษาจากครอบครัว, ญาติผู้ใหญ่ ทดลองทำและค้นคว้าด้วยตนเองจากตำรา ปรับปรุงพัฒนาดัดแปลงส่วนผสมและวิธีการให้ทันสมัย

เมื่อ พ.ศ. 2516 นายวิทยา ได้ดัดแปลงส่วนหนึ่งที่บ้าน ซึ่งอยู่ในบริเวณเดียวกับฟาร์มไก่ที่บ้านบางพระ ต.โสธร เป็นโรงงานผลิตขนม ด้วยทุนก่อตั้งหมื่นกว่าบาทซึ่งในระยะ 2 ปีแรกทำกระยาสารทอย่างเดียว การจำหน่ายยังไม่ได้วางขายตามร้าน เนื่องจากผู้บริโภคยังไม่รู้จักขนมริน ร้านค้ามักปฏิเสธที่จะรับขนมไว้ขาย แม้จะให้ชิมและให้วางขายล่วงหน้าโดยยังไม่เก็บเงินก็ตาม นายวิทยาจึงต้องขายเองในวงศญาติ และเพื่อนๆ ซึ่งยอดขายน้อยมาก ปัญหาใหญ่ในระยะ 3 ปีแรกคือ ไม่สามารถเจาะตลาดได้อย่างกว้างขวาง ทางแก้คือเขาเริ่มประชาสัมพันธ์ให้ขนมติดตลาดด้วยการนำขนมเป็นของฝากแก่คนรู้จักทั่วไป และการออกร้านตามงานต่างๆ ไม่ว่าจะงานใหญ่หรือเล็ก แม้ว่าจะกำไรหรือขาดทุน ทั้งนี้จุดประสงค์อยู่ตรงที่ให้ได้ตลาดรู้จัก หากคนรู้จักขนมแล้ว คุณภาพและความอร่อยของขนมจะขยายตลาดเองได้ ซึ่งก็ประสบความสำเร็จนับแต่ปีที่ 4 เป็นต้นมา ประกอบกับการได้รับใบประกาศ “เซลล์ชวนชิม” จาก ม.ร.ว. ถนัดศรี สวัสดิวัฒน์ จำนวน 3 ใบ ในระยะเวลาต่าง ๆ กัน เป็นเครื่องยืนยันในคุณภาพความอร่อยทำให้สินค้า “ริน” ได้รับการยอมรับมากขึ้นตามลำดับ นายวิทยา จึงได้ยึดธุรกิจขนมหวานเต็มตัว โดยเพิ่มชนิดของขนมมากขึ้นเรื่อย ๆ เช่น ขนมชั้น ขนมหม้อแกง ขนมทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง เม็ดขนุน วุ้นกะทิ วุ้นหวาน ขนมดอกงิ้ว และยังมีขนมไทย ๆ อีกกว่า 20 ชนิดในปัจจุบัน วันหยุดราชการจะทำขนมพิเศษจำหน่ายหน้าร้านและเทศกาลต่าง ๆ ก็ทำขนมตามเทศกาลเช่น ตรุษจีน-สารทจีน ทำขนมเทียน , ขนมแข่ง ถูกลมไม้ทำขนมตามฤดูกาลเฉพาะประเภทผลไม้ เช่น หน้าสาเก ทำสาเกเชื่อม, หน้าลำไย ทำตะโก้ลำไย เป็นต้น ช่วงเทศกาลปีใหม่รับจัดกระเช้าของขวัญปีใหม่โดยใช้ขนมไทย

รวมระยะเวลาที่เปิดกิจการประกอบการขนมหวานมา 30 ปี เป็นความภูมิใจที่ร้านรินเติบโตขึ้นด้วยความพยายาม อุทิศหะ อดทน ซื่อสัตย์ จนเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปเสมือนหนึ่งว่าเป็นสัญลักษณ์ประจำจังหวัดฉะเชิงเทรา

วิสัยทัศน์

เป็นร้านขายขนมของฝากประจำจังหวัดฉะเชิงเทรา ที่ขึ้นชื่อและเป็นທີ່นึกถึงของลูกค้า (Top of mind) เมื่อนึกถึงของฝากฉะเชิงเทรา

พันธกิจ

สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าในด้านรสชาติ คุณภาพ ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ ขนมของฝากประจำจังหวัดฉะเชิงเทราที่ขึ้นชื่อบรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่มีรูปลักษณะที่มีเอกลักษณ์และสวยงาม

สินค้ายอดนิยมของริน ขนมไทย ได้แก่

1. กระจ่างสารท
2. ข้าวตังหน้ากุ้ง
3. ขนมชั้น
4. ฝอยทองคำ
5. ฝอยเงิน

เกียรติคุณที่ได้รับ

- ขนมกระจ่างสารท ได้รับคัดเลือกเป็นขนม “เชลล์ชวนชิม” พ.ศ. 2521
- ขนมหม้อแกง ขนมชั้น เม็ดขนุนและขนมหวานต่าง ๆ ได้รับ “เชลล์ชวนชิม” พ.ศ. 2523
- ข้าวตังเสวย ได้รับคัดเลือกเป็นขนม “เชลล์ชวนชิม” พ.ศ. 2534
- ได้รับโล่เกียรติยศคุณภาพสินค้าไทย ปี พ.ศ. 2535 จากนิตยสารอินเตอร์บิสซิเนส
- ขนมข้าวตังหน้ากุ้ง ได้รับรางวัลดีเด่น ในการประกวด ผลิตภัณฑ์จากข้าว ประเภท ข้าวตังทรงเครื่อง จากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ในงานเกษตรแฟร์ ประจำปี พ.ศ. 2545
- ขนมข้าวตังหน้ากุ้ง ได้รับรางวัลดี ในการประกวด ผลิตภัณฑ์จากข้าว ประเภท ข้าวตังทรงเครื่อง จากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ในงานเกษตรแฟร์ ประจำปี พ.ศ.2545
- ขนมกะละแม ได้รับรางวัลดี ในการประกวด ผลิตภัณฑ์จากข้าว ประเภท กะละแม จากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ในงานเกษตรแฟร์ ประจำปี พ.ศ.2545
- พ.ศ. 2545 ได้เข้าร่วม โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ สินค้าที่ได้รับรางวัลจากการเข้าประกวดคัดสรรสุดยอดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เมื่อกลางปี พ.ศ. 2546 คือ กระจ่างสารทและข้าวตังหน้ากุ้ง
- ได้รับรางวัลระดับ 5 ดาว ขนมใบจากได้รับรางวัลระดับ 4 ดาว (ระดับจังหวัด)
- กระจ่างสารท “ริน” ได้รับรางวัล OTOP Product Champion 5 ดาว ระดับภาคกลาง ประจำปี พ.ศ.2546
- ข้าวตังหน้ากุ้ง “ริน” ได้รับรางวัล OTOP Product Champion 4 ดาว ระดับภาคกลาง ประจำปี พ.ศ.2546
- ขนมไทย “ริน” ได้รับรางวัล OTOP Product Champion ระดับ 4 ดาว ประจำปี พ.ศ.2547

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ หากมีข้อสงสัยหรือต้องการข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อฝ่ายบริการลูกค้า โทร. 039-311111

- ขนมไทย "ริน" ได้รับรางวัล OTOP Product Champion ระดับ 5 ดาว ประจำปี พ.ศ.2549
- ข้าวตั้งหน้ากุ้ง , ข้าวตั้งหน้างา ได้รับโล่เกียรตินิยมมาตรฐานด้านคุณภาพ ความปลอดภัย และการบรรจุ (OTOP TOP AWAED) ในงานเกษตรแฟร์ ประจำปี 2549
- กระยาสารทและขนมไทย "ริน" ได้รับ "มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน" พ.ศ.2547 ,พ.ศ.2548 ,พ.ศ. 2549
- พ.ศ.2549 ร้านรินได้รับมาตรฐาน GMP จากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดฉะเชิงเทรา **การบรรยายและการให้สัมภาษณ์ทางโทรทัศน์และวิทยุของผู้บริหารร้านริน**
- ได้รับเชิญไปสาธิตการทำขนมหวานไทย ตามสถานที่ต่าง ๆ และได้บรรยายอาชีพอิสระให้นักเรียน นักศึกษา ฟังหลายแห่ง ที่ร้านยังเป็นสถาน ฝึกงานและดูงาน ของสถาบันการศึกษาทั้งในจังหวัด ฉะเชิงเทราและต่างจังหวัด
- เป็นวิทยากรสาธิตการทำกระยาสารท ในรายการแม่บ้านที่รัก แพร่ภาพออกอากาศทางสถานี โทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 พ.ศ. 2522
- เป็นวิทยากรสาธิตการทำกระยาสารทและการทำกระยาสารทที่ใหญ่ที่สุดในโลกขนาด 10 x 15 เมตร ใน รายการ "คุณขอมมา" ทางสถานีโทรทัศน์ทีวีสีช่อง 3 เมื่อปี พ.ศ. 2533
- 7 ตุลาคม 2545 ได้ให้สัมภาษณ์หนังสือพิมพ์ ไทยโพสต์ เรื่อง "ขนมจากแปดริ้วโกตลาดอินเตอร์"
- 11 ตุลาคม 2545 ได้ให้สัมภาษณ์ทางวิทยุรายการ SME กู้ชาติ FM 89.5 MHz เวลา 7.30-8.00 น.
- 7 เมษายน 2546 ได้ให้สัมภาษณ์ทางวิทยุ รายการของ ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเด็น NEC : "ทายาทธุรกิจ" FM 99.5 MHz เวลา 11.00-12.00 น.
- 6 พฤษภาคม 2546 ได้ออกอากาศช่อง UBC 07 รายการ Executive time เรื่อง "การันตีคุณภาพ... ด้วยกาลเวลา" (ขนมจากและข้าวเหนียวบั้งแฉ่ง) เวลา 17.00-17.30 น.
- 25 พฤษภาคมและ 1 มิถุนายน 2546 ได้ออกอากาศ ทางสถานีโทรทัศน์ทีวีสีช่อง 11 รายการ SMEs ซีรีส์ รวย ช่วง "ลู่วางรวย" เรื่อง "โครงการทายาทธุรกิจ"
- 26 พฤษภาคม 2546 ได้ให้สัมภาษณ์หนังสือพิมพ์ Bangkok Post เรื่อง "Dessert-maker eyes export"
- 26 พฤษภาคม 2546 ได้ให้สัมภาษณ์หนังสือพิมพ์ โพสต์ทูเดย์ เรื่อง "ขนมจาก ข้าวเหนียวบั้งแฉ่ง ภูมิปัญญาขนมไทย...ไปนอก"
- 3 มิถุนายน 2546 ได้ให้สัมภาษณ์ทางวิทยุรายการ SMEs Station FM 97.0 MHz เวลา 10.00-11.00 น.
- 29 มิถุนายน 2546 ได้ให้สัมภาษณ์หนังสือพิมพ์ เดลินิวส์ เรื่อง "ไข่ขาวมีค่าอย่าทิ้ง ทำขนมอร่อยฝอยเงิน"
- 18 กรกฎาคม 2546 ได้ออกอากาศ ทางสถานีโทรทัศน์ทีวีสีช่อง 5 (ททบ.5) รายการ ช่องทางเงินทอง ช่วง "ช่องทางทำกิน" เรื่อง "ขนมจาก ข้าวเหนียวบั้งแฉ่ง"
- 7 สิงหาคม 2546 ได้ให้สัมภาษณ์ทางวิทยุเรื่อง OTOP 5 ดาว ข้าวตั้งหน้ากุ้ง AM 114.3 MHz เวลา 9.30 น.
- 8 ตุลาคม 2546 ได้ให้สัมภาษณ์ทางวิทยุ ประเด็นสินค้าชนะการประกวด OTOP 5 ดาว FM 107.75 MHz เวลา 13.00-13.30 น.
- ตุลาคม 2546 ได้ออกอากาศ ทางสถานีโทรทัศน์ทีวีสีช่อง 5 (ททบ.5) รายการ "จารึกไว้ในแผ่นดิน"

เรื่อง "ข้าวตังหน้ากุ้ง สินค้า OTOP 5 ดาว"

- 16 ธันวาคม 2546 ได้ให้สัมภาษณ์ลงนิตยสาร เกษตรแปรรูป
- พฤศจิกายน 2547 ได้ออกอากาศ ทางสถานีโทรทัศน์ทีวีสีช่อง 7 รายการ "เที่ยวเมืองไทยใน ๑ นาที" เรื่อง กระจยาสารท
- 20 มีนาคม 2547 ได้ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ทีวีสีช่อง ITV รายการ "ALONG THAILAND" นำเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา และชื่อของฝาก
- 31 มีนาคม 2547 ได้ให้สัมภาษณ์ทางวิทยุ เรื่อง "ธุรกิจขนมไทย" รายการบอกข่าวเล่าขาน ช่วง สร้างสรรค์เศรษฐกิจไทย คลื่น AM 891 KH3 เครือข่ายแห่งชาติ
- 9,10 พฤศจิกายน 2549 ออกอากาศ ทางสถานีโทรทัศน์ทีวีสีช่อง ITV รายการ "สู้แล้วรวย" เรื่อง รินขนมไทย
- 13 พฤษภาคม 2550 ออกอากาศ ทางสถานีโทรทัศน์ทีวีสีช่อง TITV รายการ "What is it?" เรื่อง ข้าวเกรียบปากหม้อ
- 23 มิถุนายน 2550 ออกอากาศ ทางสถานีโทรทัศน์ทีวีสีช่อง 5 รายการ "สู้จะชีวิต" เรื่อง ร้านริน
- 23 กรกฎาคม 2550 ออกอากาศ ทางโทรทัศน์ทีวีสีช่อง 5 รายการ "แวะเที่ยววันจันทร์" เรื่อง ร้านริน ร้านของฝากประจำจังหวัดฉะเชิงเทรา

ปัจจุบันร้านรินมีทั้งหมด 2 สาขา ดังนี้

ที่ตั้ง : ริน สำนักงานใหญ่ 15/2 หมู่ 3 ต.โสธร อ.เมือง จ.ฉะเชิงเทรา 24000

ที่ตั้ง : ริน สาขาโสธร 887/1 ถ.เทพคุณากร ต.หน้าเมือง อ.เมือง จ.ฉะเชิงเทรา 24000

2.1.2 นโยบายทางการตลาดของร้านรินขนมไทย

1. นโยบายว่าด้วยเรื่องการเงิน และการลงทุน

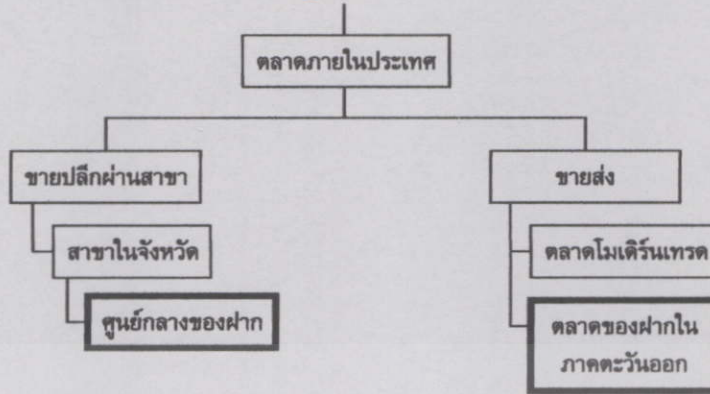
ทางร้านรินขนมไทย มีการขยายสาขาไปสู่สาขาที่ 2 โดยสาขาที่ 2 ได้จดทะเบียนเปลี่ยนจากวิสาหกิจชุมชนเป็นระบบบริษัทแล้ว ทำให้ต้องการการขยายและการจ่ายสินค้าให้แพร่หลายมากยิ่งขึ้น

2. นโยบายด้านคุณภาพของสินค้า

ริน ขนมไทย เป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้า มีการขยายผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากขึ้น โดยบรรจุภัณฑ์ที่ทางร้านผลิตมีกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ยังไม่เป็นเอกลักษณ์และเหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคที่มีการเพิ่มขึ้น โดยทาง ร้านริน ขนมไทย มีนโยบายออกแบบปรับปรุงบรรจุภัณฑ์และกราฟิกภายใต้ตราสินค้า ริน ขนมไทย โดยใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ และใช้กรรมวิธีดั้งเดิมในการผลิต และคุณภาพที่ดีมั่นคงเพื่อสร้างมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของ ริน ขนมไทย

3. นโยบายด้านการเพิ่มการจัดการจัดจำหน่าย และลักษณะการจัดการจัดจำหน่ายในปัจจุบัน

ช่องทางการจัดจำหน่ายเดิมของร้านริน ขนมไทย นั้นมีอยู่ 2 ช่องทางโดยแบ่งออกเป็นการจัดจำหน่ายภายในร้านค้าของตนเอง 2 สาขา และ ส่งไปขายยังห้างในกรุงเทพมหานคร ซึ่งร้านรินขนมไทย ได้มีนโยบายที่จะกระจายสินค้าไปยังเมืองท่องเที่ยวต่างๆ โดยเริ่มจากภาคตะวันออกซึ่งเป็นพื้นที่ตั้งของร้านและจังหวัดใกล้เคียง เพื่อเป็นการขยายตลาดของสินค้า



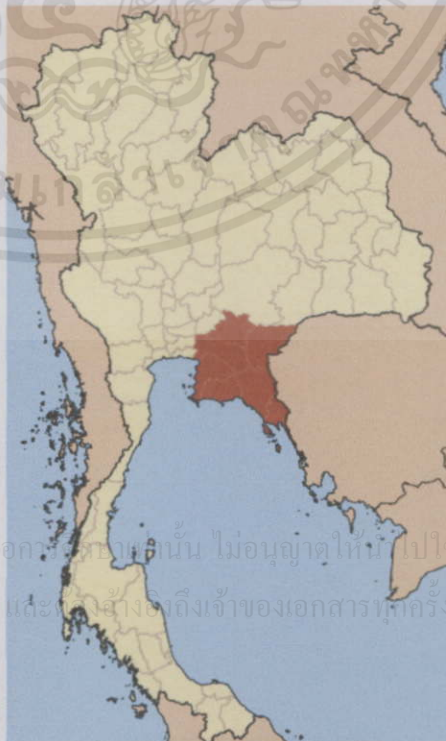
4. นโยบายด้านการประชาสัมพันธ์

การส่งเสริมการขายนับว่ามีความสำคัญอย่างมาก เนื่องจากการทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก นอกจากการโฆษณาด้วยตัวผลิตภัณฑ์แล้ว ยังต้องมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ โดยเลือกลักษณะ รูปแบบ ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

2.1.4 ภูมิภาค พื้นที่ตั้งของร้านรินขนมไทย

ซึ่งร้านรินขนมไทยได้มีนโยบายที่จะกระจายสินค้าไปยังเมืองท่องเที่ยวต่างๆ โดยเริ่มจากภาคตะวันออกซึ่งเป็นพื้นที่ตั้งของร้านและจังหวัดใกล้เคียง เพื่อเป็นการขยายตลาดของสินค้า **ภาคตะวันออก** เป็นภูมิภาคย่อยทางตะวันออกของประเทศไทย เดิมถือเป็นส่วนหนึ่งของภาคกลาง อยู่ติดชายฝั่งอ่าวไทยด้านตะวันออก นับเป็นอีกภูมิภาคหนึ่งที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจ เนื่องจากเป็นแหล่งอุตสาหกรรม ผลไม้ และอัญมณีของประเทศ โดยมีการแบ่งพื้นที่ภาคตะวันออกประกอบไปด้วย 7 จังหวัดอย่างเป็นทางการ

- จังหวัดจันทบุรี
- จังหวัดชลบุรี
- จังหวัดตราด
- จังหวัดระยอง
- จังหวัดฉะเชิงเทรา
- จังหวัดปราจีนบุรี
- จังหวัดสระแก้ว



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และนำอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 2.1.4 ภาคตะวันออกของไทย

ลักษณะภูมิประเทศ

ภาคตะวันออกมีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบสูงสลับกับภูเขาลูกเตี้ย ๆ มีชายฝั่งทะเลที่เรียบยาว และโค้งเว้า มีทิวเขาจันทบุรีอยู่ทางด้านชายฝั่งทะเลตะวันออก ทอดตัวไปทางด้านทิศตะวันตก จรดกับทิวเขาบรรทัด ซึ่งเป็นทิวเขาที่เป็นเส้นแบ่งเขตระหว่างประเทศไทยกับประเทศกัมพูชา และมีแม่น้ำสายสำคัญอยู่หลายสาย ที่ไหลลงสู่อ่าวไทยได้แก่ แม่น้ำระยอง แม่น้ำจันทบุรี แม่น้ำประแสร์ และแม่น้ำตราด

ประชากร

ประชากรในภาคตะวันออกเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จังหวัดที่มีประชากรมาก และหนาแน่นมาก คือ ชลบุรี ส่วนจังหวัดตราดมีประชากรน้อยและหนาแน่นที่สุด ประชาชนจากทุกภาคหลั่งไหลมาภาคตะวันออก เพราะภาคนี้เป็นเขตพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศ

ประชาชนส่วนใหญ่ตั้งถิ่นฐานอยู่ตามที่ราบชายฝั่งทะเล ซึ่งเป็นเขตที่มีเส้นทางคมนาคมสะดวกและเป็นเขตอุตสาหกรรม โดยเฉพาะพื้นที่ในเขตระหว่างสัตหีบไปยังระยองซึ่งเป็นเขตการขยายแหล่งอุตสาหกรรมหนักโดยอาศัยก๊าซธรรมชาติที่ส่งมาตามท่อในทะเลเป็นเชื้อเพลิง ทำให้บริเวณนี้มีคนอพยพเข้าไปอยู่หนาแน่นมาก

ผู้คนแถบภาคตะวันออกคล้ายคนภาคกลาง ค่อนข้างไปทางบักซีได้ แต่สำเนียงการพูดและภาษาท้องถิ่นมีคำสร้อยท้ายคำ ซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ในเรื่องผิวพรรณอาจแตกต่างตรงขาวกว่า ส่วนบ้านเรือนที่อยู่อาศัยคล้ายคลึงกันมาก บ้านเรือนเก่า ๆ นิยมปลูกเป็นเรือนไทยบ้านหนา พื้นบ้านยกได้สูงสูงเตี้ย ๆ และมีเสาปูนรองรับเสาบ้าน เพื่อกันความชื้นจากพื้นดินอีกที ทั้งมักปลูกอยู่ในลานทรายท่ามกลางดงมะพร้าว

สภาพทางเศรษฐกิจ

1. การเพาะปลูก

พืชเศรษฐกิจที่สำคัญของภาคได้แก่ ข้าว ผลไม้ เครื่องเทศ พืชไร่ และบริเวณที่มีฝนตกมากจะปลูกยางพารา และสะตอ เช่น จังหวัดตราด

2. การประมง

มีทั้งการประมงน้ำลึก ประมงชายฝั่ง และน้ำกร่อย มีการเลี้ยงปลาในกระชัง ทำฟาร์มหอยนางรม ฟาร์มหอยมุก ทำให้เกิดอาชีพอุตสาหกรรมในครัวเรือน

3. การทำป่าไม้

ปัจจุบันมีการทำลดน้อยลง เพราะการขยายตัวทางเศรษฐกิจอื่น ๆ

4. การทำเหมืองที่สำคัญ

แร่รัตนชาติ โดยเฉพาะจันทบุรีมีการทำเป็นอุตสาหกรรมทั้งครัวเรือนและขนาดใหญ่ คือ การ

เศรษฐกิจในพลอย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

5. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ไม่จำกัดวงทั้งถิ่นที่ระบุไว้เป็นปีไว้ด้วยแล้ว และต้องอ้างอิงถึงตัวเองเอกสารทุกฉบับที่มีภาวะนำไปใช้

จากสภาพด้านภูมิศาสตร์ของภาคนี้ทำให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมต่าง ๆ มากขึ้นรวดเร็ว เช่น

อุตสาหกรรมหลัก คือ การทำครกที่อ่างศิลา

5.1 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพราะเป็นภาคที่มีลักษณะธรรมชาติเอื้ออำนวย คือ มีทั้งภูเขา ป่าไม้

ชายทะเล เกาะแก่งต่าง ๆ

5.2 อุตสาหกรรมสมัยใหม่ รัฐบาลได้กำหนดภาคนี้เป็นอุตสาหกรรมฝั่งทะเลตะวันออกขึ้นเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมหนัก เช่น อุตสาหกรรมปิโตรเลียม มีอุตสาหกรรมแปรรูป วัตถุดิบต่างๆ

5.3 อุตสาหกรรมพื้นเมืองหรืออุตสาหกรรมครัวเรือน ได้แก่ การทำเครื่องจักสาน ทำครกหินไม้หินของที่ระลึก ผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำและอุตสาหกรรมเจียรไนพลอย เป็นต้น

ภาคตะวันออก มีภูมิประเทศเป็นเทือกเขาประกอบด้วยภูเขาใหญ่น้อยหลายลูก โดยทอดตัวจากรอบ ตะเข็บของเขตแดน 3 จังหวัด คือ ฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี และจันทบุรี เข้าสู่ทางตอนเหนือ และทางตะวันออกเฉียงของจังหวัดจันทบุรี ที่เป็นเทือกเขาหินแกรนิตที่ แข็งแกร่งแทรกตัว ขึ้นมาสลับระหว่างหินชั้น นอกจากนี้ยังมีหินบะซอลต์ แทรกตัวขึ้นมา เป็นหย่อมๆ ซึ่งเป็นแหล่งแร่รัตนชาติ

แม่น้ำบางปะกงเป็นแม่น้ำที่ยาวที่สุดของภาคตะวันออก ต้นน้ำ เกิดจากเทือกเขาชันกำแพง และเทือกเขาจันทบุรี ไหลผ่านจังหวัดสระแก้วและปราจีนบุรี เรียกว่า แม่น้ำปราจีนบุรี แล้วไหลลงสู่อ่าวไทยระหว่างอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา กับอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี แม่น้ำบางปะกง ไหลผ่านจังหวัดปราจีนบุรี มีแควไหลมาบรรจบ 2 แคว คือ แควหนุมาน และแควพระปรง นับเป็นแม่น้ำที่สำคัญที่สุดของภาคตะวันออก

ตารางผลสำรวจนักท่องเที่ยวในภาคตะวันออก ปี 2555

จังหวัด	ชลบุรี	ระยอง	ฉะเชิงเทรา	จันทบุรี	สระแก้ว	ปราจีนบุรี	ตราด
ผลสำรวจนักท่องเที่ยว (คน)	2,473,182	1,232,776	634,382	469,319	435,376	333,065	141,857

ที่มา สำนักงานสถิติแห่งชาติ

เอกลักษณ์ของภาคตะวันออก

แบ่งออกเป็น 3 เรื่องหลัก คือ

1. วิถีชีวิต และการประกอบอาชีพ

การทำเครื่องจักสานจากไม้ไผ่ อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

การทำครกและไม้หินที่สกัดจากหินแกรนิต เช่น ที่ตำบลอ่างศิลา อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

การทำประมงน้ำเค็มและน้ำจืด บริเวณลุ่มแม่น้ำบางปะกง

การทำเพาะปลูก ทำไร่ นา และสวนผลไม้

การเจียรไนพลอยที่มีชื่อเสียงของจังหวัดจันทบุรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพ แสดงวิถีชีวิตและการประกอบอาชีพ

2. สถานที่ท่องเที่ยว และ สถาปัตยกรรม

ภาคตะวันออกมีทรัพยากรการท่องเที่ยวอยู่มาก เช่น มีชายทะเลที่สวยงาม เช่น บางแสน พัทยา จังหวัดชลบุรี และอีกหลายแห่งใน จังหวัดชลบุรี เกาะเสม็ด ระยอง จันทบุรี และตราด ตลอดจนตาม เกาะต่างๆ ในภูมิภาค



ภาพแสดงแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล

รวมถึงสถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ในแต่ละจังหวัด เช่น โบสถ์คาทอลิก จ.จันทบุรี จิกเจ้าพระยาอภัย ภูเบศร จ.ปราจีนบุรี วัดโสธรวรารามวรวิหาร จ.ฉะเชิงเทรา เป็นต้น และแหล่งจับจ่ายที่มีชื่อเสียง เช่น ตลาดหนองมน ตลาดโรงเกลือ ตลาดคลองสวน 100 ปี เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพแสดงแหล่งท่องเที่ยวทางสถาปัตยกรรม

3. สินค้าที่เป็นเอกลักษณ์

- จังหวัดจันทบุรี



ตราประจำจังหวัดจันทบุรี

คำขวัญ - น้ำตกสี่เลย เมืองผลไม้ พริกไทยพันธุ์ดี อัญมณีมากเหลือ เสื่อจันทบูร สมบูรณ์ธรรมชาติ สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชรวมญาติกู้ชาติที่จันทบุรี

สินค้าที่มีชื่อเสียง

ผลไม้ เป็นสินค้าที่ขึ้นชื่อของจังหวัดจันทบุรี ระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงมิถุนายน ได้แก่ **ทุเรียน เงาะ มังคุด ระกำหวาน** ในช่วงฤดูผลไม้จะมีนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวและซื้อหาผลไม้รสอร่อย ราคาย่อมเยาคุณภาพดีที่จังหวัดจันทบุรี

เสื่อจันทบูร หัตถกรรมพื้นบ้านอีกชนิดที่มีชื่อเสียงของจังหวัด ผลิตจากกก ได้มีการนำเอากกมาดัดแปลงเป็นเครื่องใช้ต่าง ๆ มากมาย

พริกไทย จันทบุรีเป็นแหล่งปลูกพริกไทยที่สำคัญของประเทศไทยเป็นพืชเศรษฐกิจที่ทำรายได้ให้กับเกษตรกรในจังหวัดจันทบุรี

กำยเตี่ยวเส้นจันท์ นับเป็นสินค้าพื้นเมืองที่เป็นเอกลักษณ์อีกสิ่งหนึ่งของจังหวัด เหมาะที่จะซื้อเป็นของที่ระลึกเมื่อมาเที่ยวจังหวัดจันทบุรี

อัญมณี เป็นสินค้าที่ขึ้นชื่อของจังหวัด นักท่องเที่ยวสามารถหาซื้อได้ตามร้านจำหน่ายอัญมณีบนถนนอัญมณีในวันศุกร์ วันเสาร์ และวันอาทิตย์



ภาพ สินค้าพื้นเมือง จ.จันทบุรี

• จังหวัดชลบุรี



ตราประจำจังหวัดชลบุรี

คำขวัญ - ทะเลงาม ข้าวหลามอร่อย อ้อยหวาน จักสานดี ประเพณีวิ่งควาย

สินค้าที่มีชื่อเสียง

เครื่องจักสานพนัสนิคม

ข้าวหลาม ตลาดหนองมน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์โครงการประชาสัมพันธ์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้นอีกทั้งขอสงวนสิทธิ์ในข้อมูลและเอกสารทุกฉบับที่ปรากฏไว้ นำไปใช้

ภาพ สินค้าพื้นเมือง จ.ชลบุรี

• จังหวัดตราด



ตราประจำจังหวัดตราด

คำขวัญ - เมืองเกาะครึ่งร้อย พลอยแดงค่าล้ำ ระกำแสนหวาน หลังอานหมาดี ยุทธนาวีเกาะช้าง สุดทางบูรพา

สินค้าที่มีชื่อเสียง

พลอยแดง จังหวัดตราด เป็นแหล่งของพลอยแดงน้ำงามที่มีชื่อเสียงโด่งดังในนาม "ทับทิมสยาม" แต่ปัจจุบันแร่พลอยเริ่มหมดไป ทับทิมสยามจึงกลายเป็นสิ่งหายาก ปัจจุบันยังพอหาซื้อได้จากร้านจำหน่ายเพชรพลอยในตัวเมืองตราด

ระกำหวาน ตราดมีผลไม้หลากหลายชนิด แต่ผลไม้ที่มีชื่อของตราดคือ "ระกำหวาน" ระกำหวานของตราด เป็นระกำที่มีรสชาติหวานหอมเมื่อแก่จัด เป็นที่นิยมของนักบริโภคระกำมาก



ภาพ สินค้าพื้นเมือง จ.ตราด

• จังหวัดระยอง



ตราประจำจังหวัดระยอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

คำขวัญ - ผลไม้รสล้ำ อุตสาหกรรมก้าวหน้า น้ำปลารสเด็ด เกาะเสม็ดสวยหรู สุนทรภู่กวีเอก
สินค้าที่มีชื่อเสียง

ผลไม้ ที่ขึ้นชื่อของจังหวัดระยองในระหว่างเดือน พฤษภาคมถึงมิถุนายน คือ ทุเรียน เงาะ มังคุด ราคา
 ย่อมเยา และคุณภาพดี ที่จังหวัดระยอง จำนวนมาก
ผลิตภัณฑ์อาหารทะเล พวกของทะเล ได้แก่ กะปิ น้ำปลา กุ้งแห้ง ปลาหมึก ปลาเค็ม ปลาก
 รอบ เป็นสินค้าพื้นเมืองที่รู้จักกันดีว่ามีรสชาติใหม่
ยางพารา



ภาพ สินค้าพื้นเมือง จ.ระยอง

• จังหวัดฉะเชิงเทรา



ตราประจำจังหวัดฉะเชิงเทรา

คำขวัญ - แม่น้ำบางปะกงแหล่งชีวิต พระศักดิ์สิทธิ์หลวงพ่อโสธร พระยาศรีสุนทรปราชญ์ภาษาไทย
 อ่างฤๅไนปาสมบูรณ์
สินค้าที่มีชื่อเสียง

ผลไม้ มะม่วงพันธุ์ต่างๆ มีเทศกาลมะม่วงจังหวัดฉะเชิงเทรา ประจำปี
ขนมหวาน เช่น กระจ่างสารท ขนมเปี๊ยะ ขนมจาก



ภาพ สินค้าพื้นเมือง จ.ฉะเชิงเทรา

• จังหวัดปราจีนบุรี



ตราประจำจังหวัดปราจีนบุรี

คำขวัญ - ศรีมหาโพธิ์คู่บ้าน ไม้ตงหวานคู่เมือง ผลไม้ลือเลื่อง เขตเมืองทวารวดี
สินค้าที่มีชื่อเสียง

ผลไม้ กะท้อน มะปรางหวาน มะไฟ

ผลิตภัณฑ์จากพืชสมุนไพร สินค้าของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร



ภาพ สินค้าของ จ.ปราจีนบุรี

• จังหวัดสระแก้ว



ตราประจำจังหวัดสระแก้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารประชาสัมพันธ์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์
คำขวัญ - ชายแดนเมืองบูรพา ป่าม่น้ำตกสวย มากด้วยรอยอารยธรรมโบราณ

ไม่ว่า ยานการค้าไทย-เขมร ห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สินค้าที่มีชื่อเสียง

แคนตาลูป จุดเด่นของแคนตาลูปที่สระแก้ว คือ เป็นแตงที่มีรสชาติหวานกรอบกว่าที่อื่น พันธุ์ที่มีชื่อเสียงคือ พันธุ์ฮันนี่เวลด์และท้อปมารีน



ภาพ สินค้าของ จ.สระแก้ว

2.2 ข้อมูลผลิตภัณฑ์

2.2.1 ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของร้านรินขนมไทย

2.2.1.1 ประวัติความเป็นมาของขนมไทย

ในสมัยโบราณคนไทยจะทำขนมเฉพาะวาระสำคัญเท่านั้น เช่น งานทำบุญ เทศกาลสำคัญ หรือต้อนรับแขกสำคัญ เพราะขนมบางชนิดจำเป็นต้องใช้กำลังคนอาศัยเวลาในการทำพอสมควร ส่วนใหญ่เป็น ขนมประเพณี เป็นต้นว่า ขนมงาน เนื่องในงานแต่งงาน ขนมพื้นบ้าน

2.2.1.2 ข้อมูลผลิตภัณฑ์โดยทั่วไป

ขนมที่ร้านรินจำหน่ายเป็นขนมชาวบ้าน เป็นขนมที่หาได้ในทุกจังหวัด โดยอาศัยวัตถุดิบพื้นบ้านที่หาได้โดยทั่วไปใกล้ตัวตัวอย่างเช่น ข้าวเจ้าและข้าวเหนียวมาทำเป็นขนมง่ายๆโดยนำมาผสมกับมะพร้าว น้ำตาล แป้ง กลายเป็นขนมนานาชนิด ซึ่งแต่เดิมนั้นเน้นทำกินกันเองในบ้านกระเดียดกระจาต เร่ขายในราคาไม่แพง จึงทำให้มีสูตรเฉพาะในแต่ละพื้นที่นั้น

2.2.1.3 รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของร้านที่มีจำหน่ายในปัจจุบัน

สินค้าหลักของร้านรินขนมไทย แบ่งออกเป็น 5 ประเภทด้วยกันคือ

1. **ขนมประเภทกึ่งเปียก** ได้แก่ ฝอยทองคำ ฝอยทอง ฝอยทองแพ ทองหยิบ ทองหยอด เม็ดขนุน ขนมชั้น หยกมณี วุ้นสังขยา ข้าวตู ขนมผักกาด
2. **ขนมประเภทแห้ง** ได้แก่ ฝอยทองกรอบ ลำดวนขาววัง ขนมกง ขนมโก๋
3. **ขนมประเภทแข็ง** ได้แก่ กระจยาสารท ข้าวตังหน้ากึ่ง ข้าวตังหน้างา
4. **ขนมประเภทห่อและบรรจุด้วยหรือถาด** ได้แก่ ขนมหม้อแกง กะละแม
5. **ขนมประเภทโอกาสต่างๆ** ได้แก่ ชุดขนมยอดนิยม S, M, L

เอกสารนี้เป็น **แบ่งตามลักษณะกรรมวิธีการทำ** งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใด **ขนมไทยสามารถจัดแบ่งเป็นชนิดต่างๆ ได้ตามลักษณะของส่วนผสม ลักษณะกรรมวิธีในการทำ และลักษณะกาหุงต้ม** คือ

1. **ขนมประเภทไข่** เช่น ฝอยทองคำ ฝอยทอง ฝอยทองแพ ทองหยิบ ทองหยอด เม็ดขนุน
2. **ขนมประเภทนึ่ง** เช่น ขนมชั้น หยกมณี วุ้นสังขยา ข้าวตู ขนมผักกาด

3. ขนมประเภทอบ เช่น ฝอยทองกรอบ ลำดวน ข้าวตังหน้ากุ้ง ข้าวตังหน้างา ขนมโก๋ ขนมหม้อแกง
4. ขนมประเภทกวน เช่น กระจ่างสารท กาละแม
5. ขนมประเภททอด เช่น ขนมกง

2.2.1.4 ลักษณะทางกายภาพและความต้องการในด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์

ประเภทขนม	ลักษณะสินค้า	คุณสมบัติที่บรรจุภัณฑ์ควรมี
1.กลุ่มขนมประเภทเปียก	ส่วนใหญ่เป็นขนมสด ที่เก็บรักษาได้ไม่นาน เสียได้ง่าย ซึ่งเกิดจากความชื้น ความร้อน ความชื้น	<p>ด้านการบรรจุ ขนมไม่ติดกันและไม่เสียรูปทรงเวลาเรียงซ้อนกัน</p> <p>ด้านการคุ้มครอง ป้องกันการเสียหายจากการเสียหายจากสภาพแวดล้อม</p> <p>ด้านความสะดวก สะดวกต่อการจับถือ น้ำเชื้อไม่รั่วซึมออกมา</p> <p>ด้านการส่งเสริมการขาย สามารถบอกหรือแสดงเอกลักษณ์ของภาคตะวันออกเฉียงใต้</p>
2.กลุ่มขนมประเภทแห้ง	ส่วนใหญ่เป็นขนมกรอบ เป็นชิ้นพอดีคำ แตกเสียหายได้ง่าย	<p>ด้านการบรรจุ การบรรจุขนมให้พอดีกับบรรจุภัณฑ์ ลดการเหลือช่องว่าง</p> <p>ด้านการคุ้มครอง ขนมมีลักษณะกรอบ แตกหักง่าย ต้องป้องกันการเสียหายจากการเสียหายจากสภาพแวดล้อม</p> <p>ด้านความสะดวก สะดวกต่อการขนส่งและการบริโภค</p> <p>ด้านการส่งเสริมการขาย สามารถบอกหรือแสดงเอกลักษณ์ของภาคตะวันออกเฉียงใต้</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเภทขนม	ลักษณะสินค้า	คุณสมบัติที่บรรจุภัณฑ์ควรมี
3.กลุ่มขนมประเภทแข็ง	ส่วนใหญ่เป็นขนมเปาะ กรอบ เป็นแผ่น	<p>ด้านการบรรจุ บรรจุขนมในแนวนอน ป้องกันแตกหัก</p> <p>ด้านการคุ้มครอง ขนมมีลักษณะกรอบ แตกหักง่าย ต้องป้องกันการเสียหายจากการเสียหายจากการจัดวาง</p> <p>ด้านความสะดวก สะดวกต่อการการบริโภค</p> <p>ด้านการส่งเสริมการขาย มีหลายโครงสร้างให้เหมาะสมกับผู้บริโภค</p>
4.กลุ่มขนมประเภทห่อและบรรจุถ้วยหรือถาด	เป็นขนมที่มีการปกป้องอยู่ส่วนหนึ่งแล้ว	<p>ด้านการบรรจุ มีขนาดบรรจุที่หลากหลาย ในปริมาณต่างๆ</p> <p>ด้านการคุ้มครอง มีฝาปิดหรือสามารถเก็บไว้หากทานไม่หมด ป้องกัน มด แมลง</p> <p>ด้านความสะดวก สะดวกต่อการบริโภค</p> <p>ด้านการส่งเสริมการขาย สามารถบอกหรือแสดงเอกลักษณ์ของภาคตะวันออกได้</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเภทขนม	ลักษณะสินค้า	คุณสมบัติที่บรรจุกฎเกณฑ์ควรมี
5. กลุ่มขนมประเภทโอกาสต่างๆ	บรรจุสินค้า 2, 3, 4 ชนิด	ด้านการบรรจุ สามารถบรรจุสินค้าได้ตามที่กำหนด ด้านการคุ้มครอง ต้องป้องกันการเสียหายจากการเสียหายจากการจัดวาง ด้านความสะดวก สะดวกต่อการการบริโภค การหยิบจับ ด้านการส่งเสริมการขาย แสดงออกถึงภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อเป็นของขวัญให้แก่ผู้บริโภค

2.3 ข้อมูลการตลาด

2.3.1 กลยุทธ์ของร้านรินขนมไทยประกอบด้วย

- 2.3.1.1 ข้อมูลการตลาดของร้านรินขนมไทย
- 2.3.1.2 บุคลิกภาพและภาพลักษณ์ของตราสินค้า
- 2.3.1.3 ส่วนผสมทางการตลาด 4P

2.3.1.1 ข้อมูลการตลาดของร้านรินขนมไทย

ปัจจุบันขนมไทยของร้านรินขนมไทย ยังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวไม่ขาดสาย โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลและวันหยุดจะมีนักท่องเที่ยวมาอุดหนุนเป็นจำนวนมาก ลักษณะการจัดจำหน่ายของร้านรินขนมไทยเป็นการจัดขนมที่บรรจุเรียบร้อยแล้ววางบนชั้นวางให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อได้เอง ซึ่งในแต่ละช่วงวันหยุดจะมีรายรับเข้ามาในร้านจากการขายขนมประมาณ 100,000 บาทต่อวัน โดยเป็นรายได้จากทั้งสองสาขาพร้อมกัน สภาพตลาดขึ้นอยู่กับเศรษฐกิจภายในประเทศ

และเนื่องจากปัจจุบันรัฐบาลได้ให้การสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ทำให้แต่ละปีมีนักท่องเที่ยวเข้ามาในภาคตะวันออกเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งขนมของฝากนั้นมีส่วนช่วยในการประชาสัมพันธ์หรือเชิญชวนให้ภาคตะวันออกเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

ไม่อนุญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

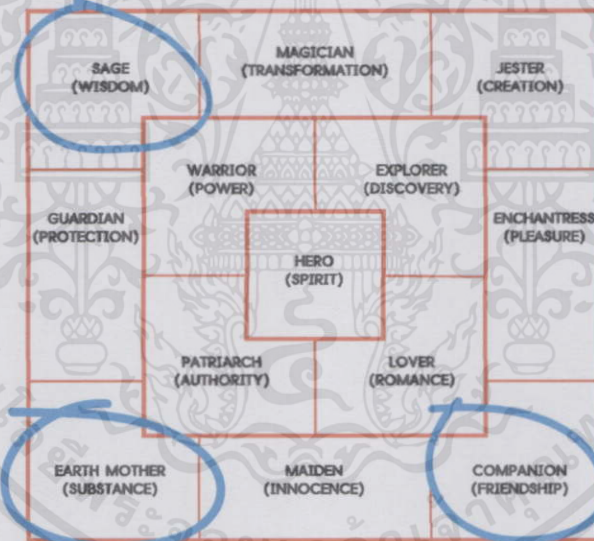
แนวโน้มของตลาด

ขนมไทยของร้านรินนั้น เป็นที่ยอมรับในเรื่องของรสชาติ คุณภาพของส่วนผสมที่เลือกในสิ่งที่ดีที่สุดมาใช้ ความสะดวกในกรรมวิธีการผลิต และชื่อเสียงของร้านรินที่ได้รับรางวัลมายาวนานกว่า 40

ปี แต่ร้านรินนั้นถึงแม้จะมีการส่งสินค้าไปจำหน่ายภายนอกจังหวัดบ้าง แต่ก็ส่งสินค้าไปเพียงบางชนิดเท่านั้น ร้านรินเองก็ยังจัดจำหน่ายอยู่ที่หน้าร้านเพียงแห่งเดียว ทำให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคไม่ทั่วถึง จากความต้องการของผู้บริโภคข้างต้น ร้านรินขนมไทย จึงมีแผนที่จะจัดตั้ง kiosk ที่จุดท่องเที่ยวที่สำคัญๆของภาคตะวันออก เพื่อขยายตลาดรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในภาคตะวันออก เนื่องจากเป็นแหล่งที่ผู้บริโภคมีกำลังซื้อ จากการวิเคราะห์แนวโน้มทางการตลาด พบว่าภาพรวมของตลาดขนมไทยในปัจจุบัน แม้จะมีการสร้างจุดขายโดยการปรับให้ทันสมัย แต่ก็ยังไม่ตอบโจทย์กับกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยว คนรุ่นใหม่อย่างจริงจัง รวมไปถึงการพัฒนาทางด้านบรรจุภัณฑ์ที่นอกจากจะถ่ายถอดวัฒนธรรมความเป็นมาในท้องถิ่นนั้นๆให้คนรุ่นใหม่สามารถรับรู้ได้ผ่านบรรจุภัณฑ์ ยังสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้นอีกด้วย

2.3.1.2 บุคลิกภาพและภาพลักษณ์ของตราสินค้า

จากภาพลักษณ์ของร้านรินขนมไทย ที่ความใส่ใจในคุณภาพ วัตถุดิบสินค้า และการผลิตที่อยู่ใต้การควบคุม สะท้อนออกมาเป็น บุคลิกภาพของตราสินค้า ได้แก่ “ผู้เชี่ยวชาญที่น่าเชื่อถือ ความอ่อนโยน เอาใจใส่ ความอบอุ่น เป็นกันเอง” ได้วางบุคลิก ด้วยการกำหนดบุคลิกของตราสินค้าตามหลัก Archetype Brand Myth คือ



ภาพที่ 2.3 แสดงการวางบุคลิกของตราสินค้า ตามหลักของ Archetype Brand Myth

บุคลิกภาพแบบนักปราชญ์ (Sage)

“ผู้เชี่ยวชาญที่น่าเชื่อถือ”

นักปราชญ์คือผู้ที่เปี่ยมไปด้วยสติปัญญาและความคิดอันลึกซึ้ง ใช้ความรู้เป็นเครื่องนำทางชีวิต ใช้ประสบการณ์มาเป็นบทเรียน

บุคลิกภาพแบบมารดา (Earth Mother)

งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดก็ตามสินค้าหนึ่งที่มีมาที่คิดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แม่คือประสบการณ์แรกที่ทุกชีวิตได้รู้จัก สัมผัส ดังเช่นทารกน้อยแรกเกิดรู้สึกได้ถึงความรักและห่วงใยที่แม่มีให้ แม่คือผู้ที่ให้การอุปถัมภ์เลี้ยงดู (Nurturance) เป็นสัญลักษณ์ของความอุดมสมบูรณ์ (Abundance) ตามธรรมชาติซึ่งแทรกซึมอยู่ในความรู้สึกผูกพันคุ้นเคย (Belonging)

บุคลิกภาพแบบเพื่อนสนิท (Companion)

“ความอบอุ่น เป็นกันเอง”

เพื่อนแท้คือสิ่งที่มีคุณค่ายิ่งในชีวิตของคนเราหลายคน เพราะเพื่อนแท้นั้นเราสามารถเล่าปัญหาและปรึกษาทุกอย่างได้ การที่คนเราจะมีเพื่อนสนิทหรือเพื่อนแท้ได้นั้นไม่ใช่เรื่องง่ายเพราะต้องผ่านบททดสอบในการใช้ชีวิตมากมายมาด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็ดยามที่มีความสุขหรือความทุกข์ร่วมกัน

2.3.1.3 ส่วนผสมทางการตลาด 4P

ผลิตภัณฑ์ (Product)

ร้านขนมไทยนั้นยังคงใช้กรรมวิธีการผลิตสินค้าแบบดั้งเดิม ทำให้ขนมยังคงรสชาติที่อร่อยเป็นเอกลักษณ์ โดยสามารถแบ่งหมวดหมู่ของสินค้าได้ดังนี้

หมวดขนมสด



ได้แก่ กลุ่มขนมประเภทกึ่งเปียก
กลุ่มขนมประเภทห่อและบรรจุด้วยหรือถาด

- ส่วนใหญ่เป็นขนมสด ที่เก็บรักษาได้ไม่นาน เสียได้ง่าย ซึ่งเกิดจากความร้อน ความชื้น
- บรรจุภัณฑ์เป็นแบบใส มองเห็นสินค้าภายในชัดเจน ส่วนใหญ่ใช้บรรจุภัณฑ์มาตรฐานเป็นกล่องพลาสติก มีฝาปิดใส่ ปิดฝากล่องด้วยเทปใส

หมวดขนมแห้ง



ได้แก่ กลุ่มขนมประเภทแห้ง
กลุ่มขนมประเภทแข็ง

ประกอบด้วยขนมแห้งและขนมแข็ง มีบรรจุภัณฑ์ 2 แบบ ได้แก่

1. กล่องกลมมาตรฐาน กล่องใสมองเห็นสินค้าภายในชัดเจน มีฝาปิดใส่ ปิดฝากล่องด้วยเทปใส
2. แบบซอง เป็นถุงใส่ สกรีนตราสินค้าและชื่อสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานานาชาติเท่านั้น ไม่สามารถนำออกจำหน่ายหรือทำซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หมวดของฝาก

	<p>ได้แก่ กลุ่มขนมประเภทโอกาสต่างๆ</p> <p>ประกอบด้วยกล่องกระดาษ 2 ขนาด เป็นกระดาษเทาขาว พับแบน เมื่อพับขึ้นรูปจะมีหูสำหรับหิ้ว</p>
-----------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของรินขนมไทย

	<p>การให้ความสำคัญในแต่ละส่วนของกราฟิก</p> <table border="0"> <tr> <td>ตราสัญลักษณ์</td> <td>●●●○○</td> </tr> <tr> <td>ปริมาณบรรจุ</td> <td>○○○○○</td> </tr> <tr> <td>คุณประโยชน์</td> <td>○○○○○</td> </tr> <tr> <td>บอกชนิดสินค้า</td> <td>●●○○○</td> </tr> <tr> <td>ภาพถ่ายของจริง</td> <td>○○○○○</td> </tr> <tr> <td>สัดส่วนของฉลากกับบรรจุภัณฑ์</td> <td>●●●○○</td> </tr> </table>	ตราสัญลักษณ์	●●●○○	ปริมาณบรรจุ	○○○○○	คุณประโยชน์	○○○○○	บอกชนิดสินค้า	●●○○○	ภาพถ่ายของจริง	○○○○○	สัดส่วนของฉลากกับบรรจุภัณฑ์	●●●○○
ตราสัญลักษณ์	●●●○○												
ปริมาณบรรจุ	○○○○○												
คุณประโยชน์	○○○○○												
บอกชนิดสินค้า	●●○○○												
ภาพถ่ายของจริง	○○○○○												
สัดส่วนของฉลากกับบรรจุภัณฑ์	●●●○○												

<p>ลักษณะกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. แบบกล่องใสมาตรฐาน ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ สติกเกอร์ตราสินค้าบนพื้นสีที่แตกต่างกันไป ไม่มีการจัดหมวดหมู่สินค้า 2. แบบซองใส จะสกรีน ตราสินค้า พร้อมตราแสดงรางวัลต่างๆ ชื่อสินค้า และ รสชาติ บนพื้นหลังสีขาว 3. แบบกล่องกระดาษ จะใช้ลวดลายดอกไม้บนพื้นหลังสีเหลือง มีตราสินค้าอยู่มุมขวาบน มีช่องสำหรับมองเห็นสินค้า มีคำโปรยอยู่รอบช่องสินค้า 4. แบบกล่องของฝาก จะใช้ลวดลายเดียวกับแบบกล่องกระดาษ มีตราสินค้าอยู่ด้านบน กลาง มีช่องมองเห็นสินค้า มีตรารางวัลต่างๆ อยู่บนแถบด้านล่าง บนพื้นหลังสีน้ำตาล ด้านข้างเป็นตำนานจังหวัดฉะเชิงเทรา
----------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

สถานที่จัดจำหน่าย (Place)

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น ลิขสิทธิ์นี้เป็นของเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ช่องทางการจัดจำหน่ายเดิมของร้านริน ขนมไทย นั้นมีอยู่ 2 ช่องทางโดยแบ่งออกเป็นการจัดจำหน่ายภายในร้านค้าของตนเอง 2 สาขา และ ส่งไปขายยังจังหวัดอื่นๆ รวมถึงห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานคร



ภาพแสดงร้านรินนมไทย สาขาจังหวัดฉะเชิงเทรา

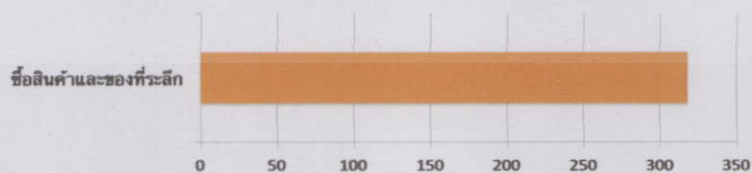


ภาพแสดงร้านค้าในกรุงเทพมหานคร

ราคา (Price)

เนื่องจากนโยบายเดิมของร้านรินนมไทยนั้นมีการตั้งราคาตามสินค้าที่บรรจุลงในกล่องมาตรฐาน ทำให้ราคาสินค้ามีความหมายหลาย อีกทั้งมีราคาที่สูงเนื่องจากต้องบรรจุในปริมาณมาก จากการสำรวจราคาสินค้าของคู่แข่งพบว่า สินค้าขายปลีกจะแบ่งออกเป็น 3 ช่วงราคาสำหรับ ได้แก่ 0-35 บาท 35-70 บาท และ 70 บาทขึ้นไป จะพบว่าราคาสินค้าส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 35-70 บาท และเป็นราคาที่ซื้อได้ง่าย เพื่อให้ตอบสนองต่อเหตุการณ์ซื้อของผู้บริโภคที่ซื้อไปฝาก จากค่าเฉลี่ยการซื้อสินค้าต่อคนอยู่ที่ 317 บาท ทำให้สามารถจัดเซตสินค้า เพื่อส่งเสริมการขายด้วย

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนของนักท่องเที่ยวในภาคตะวันออก



ภาพแสดงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนของนักท่องเที่ยว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับบริการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้า ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การส่งเสริมการขาย (Promotion)

สิ่งพิมพ์ส่งเสริมการขาย (Leaflet, Brochure, POP) สื่อสิ่งพิมพ์ในการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภค (Customer relation prints) ได้แก่ นามบัตรและถุง รวมถึงเว็บไซต์ของร้านค้าแนะนำร้านค้าและสินค้าภายในร้าน

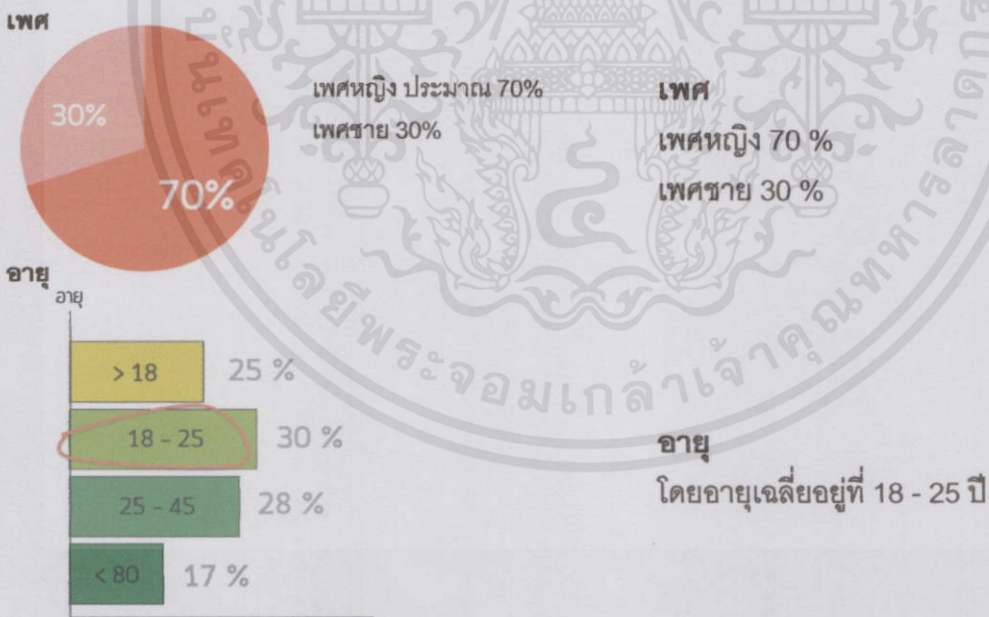


ภาพแสดงการส่งเสริมการขาย

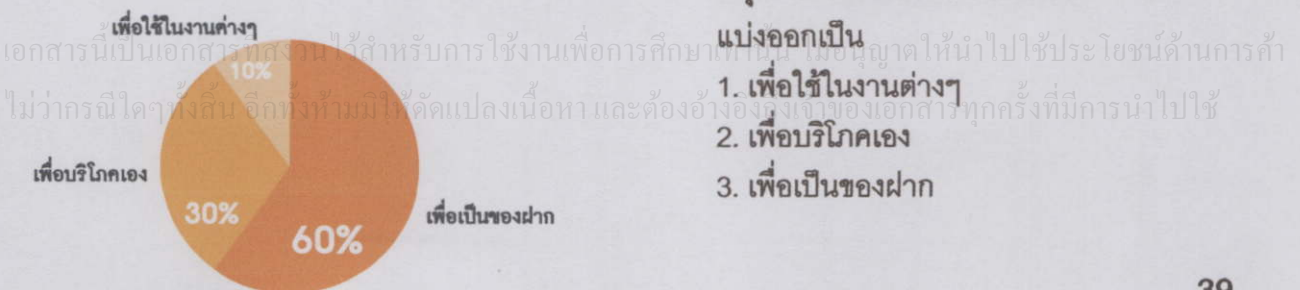
2.3.2 การสำรวจทัศนคติและลักษณะผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย

ขนมไทยของร้านขนมไทย มีผู้บริโภคเดิม แบ่งออกเป็นนักท่องเที่ยว 50% และลูกค้าประจำอีก 50% ทั้งนี้จึงมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายใหม่ กำหนดนโยบายเพื่อเพิ่มยอดขายจากนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น

จากการสำรวจ ในแหล่งท่องเที่ยว



จุดประสงค์ในการซื้อ



มีจุดประสงค์ในการซื้อสินค้า

แบ่งออกเป็น

1. เพื่อใช้ในงานต่างๆ
2. เพื่อบริโภคเอง
3. เพื่อเป็นของฝาก

กลุ่มคนที่ซื้อสินค้าไปให้



โดยเลือกคนที่ถูกค่านิยมซื้อสินค้าไปฝากนั้น ประกอบไปด้วย มีมากกว่า 1 ตัวเลือก เด็ก (ลูก,หลาน) 50% เพื่อน (กลุ่มคนอายุไล่เลี่ยกัน) 80 % ผู้ใหญ่ (ญาติ, ผู้อาวุโส) 60%

พฤติกรรมเฉพาะของกลุ่มเป้าหมาย

1. ผู้บริโภคชอบที่จะ เลือกจัดของฝากเอง
2. การซื้อของฝาก ในเทศกาลหรือโอกาสต่างๆ ซึ่งมักจะเปลี่ยนไปตามเทศกาล

2.3.2 ลักษณะการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์


การขายในปัจจุบันของร้าน รินขนมไทย ร้านรินจะทำการบรรจุสินค้าเอง ลงในกล่อง หรือถุงมาตรฐานดังที่กล่าวมา และนำมาวางบนชั้นที่ทางร้านจัดขนมประเภทเดียวกันไว้ด้วยกัน ลูกค้าสามารถเลือกเดินหยิบขนมได้เอง เมื่อเลือกขนมที่ต้องการเสร็จจะนำมาจ่ายเงินที่เคาท์เตอร์ โดยจะมีพนักงานของร้านคอยบริการบรรจุขนมต่างๆ ลงในถุงหิ้วพลาสติกของร้าน นอกจากนี้บริเวณที่ขายขนมแล้ว ร้านรินขนมไทยยังจำหน่ายสินค้าจากภายนอกอีกมากมาย


2.4 ข้อมูลด้านคู่แข่ง


2.4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับแบรนด์ข้างเคียงในท้องตลาด

ตราสินค้า	เอ็กซ์				
จำหน่ายที่	จ.สุพรรณบุรี (สาขาหลัก) ร้านในปั๊มน้ำมัน ในจังหวัดต่างๆ และ ห้างสรรพสินค้า	ประเภท	อาหารแปรรูป สแนกธัญพืช		
ภาพลักษณ์/จุดขาย	สร้างความเป็นเจ้าต้นตำรับของจังหวัด สุพรรณบุรี มีขนมหลากหลายชนิด มีความทันสมัยทั้งกราฟิกและบรรจุภัณฑ์				
ราคา	ถูก ๐๐●๐๐ ดี	คุณภาพ	แย่ ๐๐●๐๐ ดี		
ข้อเสีย	กราฟิกยังมีความหมากหลายอยู่มาก ยังไม่มีบรรจุภัณฑ์ Premium				
บรรจุภัณฑ์	มีบรรจุภัณฑ์ ทั้งขายปลีก และรวมหน่วย	กราฟิก	มีการใช้ช่องใส่ให้เห็นสินค้า ภายใน และใช้รูปถ่ายจริง	สินค้าจากภายนอก	✓


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่ควรนำเอกสารนี้ไปใช้ประโยชน์ด้านธุรกิจ
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตราสินค้า	ตั้ง เซ่ง จิว				
จำหน่ายที่	จ.ฉะเชิงเทรา มีทั้งหมด 6 สาขา	ประเภท	ขนมเบี๊ยะ ขนมบัวหิมะ		
ภาพลักษณ์/จุดขาย	มีความเก่าแก่ดั้งเดิม และมีชื่อเสียงมานาน แสดงถึงวัฒนธรรมจีนพื้นถิ่น				
ราคา	ถูก ๐๐●๐๐ ดี	คุณภาพ	แย่ ๐๐๐●๐ ดี		
ข้อเสีย	มีประเภทสินค้ามีน้อย ให้บรรจุก้นท์ร่วมกับสินค้าต่างรสชาติ ทำให้ไม่แสดงถึงความแตกต่างๆ				
บรรจุก้นท์	มีการเจาะช่องเพื่อให้มองเห็นสินค้า มีบรรจุก้นท์ Premium Set, มีขนาดที่หลากหลาย	กราฟิก	กราฟิกมีความแตกต่างกัน ใช้ลายการ์ตูนบอกเล่าเรื่องราวชนิดขนม	สินค้าจากภายนอก	✓

ตราสินค้า	พรทิพย์				
จำหน่ายที่	จ.ภูเก็ต (สาขาเดียว)	ประเภท	อาหารแปรรูป น้ำพริก ขนมพื้นเมือง		
ภาพลักษณ์/จุดขาย	บรรจุก้นท์มีเอกลักษณ์ มีการจัดเป็น Series ให้สะดวก ดึงดูดใจลูกค้า สินค้ามีความหลากหลาย ทั้งชนิดและรสชาติ				
ราคา	ถูก ๐๐๐●๐ ดี	คุณภาพ	แย่ ๐๐๐●๐ ดี		
ข้อเสีย	มีประเภทสินค้าน้อย ทำให้ต้องเสริมด้วย สินค้าจากภายนอก				
บรรจุก้นท์	มีบรรจุก้นท์ Premium Set, มีขนาดที่หลากหลาย	กราฟิก	แสดงถึงสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น ใช้สีและกราฟิกเพื่อแยกรสชาติ	สินค้าจากภายนอก	✓

ตราสินค้า	เจ้าสัว				
จำหน่ายที่	จ.นครศรีธรรมราช (สาขาหลัก) ร้านในบิมน้ำมัน ในจังหวัดต่างๆ และห้างสรรพสินค้า	ประเภท	อาหารแปรรูป สแนกธัญพืช		
ภาพลักษณ์/จุดขาย	มีความเก่าแก่ดั้งเดิม ผลิตภัณฑ์มีชื่อเสียงมานาน มีเอกลักษณ์ของแบรนด์ที่มีกราฟิกเป็นของตนเอง				
ราคา	ถูก ๐๐๐●๐ ดี	คุณภาพ	แย่ ๐๐๐●๐ ดี		
ข้อเสีย	มีประเภทสินค้าน้อย ทำให้ต้องเสริมด้วย สินค้าจากภายนอก				
บรรจุก้นท์	มีบรรจุก้นท์ Premium Set, มีขนาดที่หลากหลาย	กราฟิก	ใช้กราฟิกในการจัดประเภทของสินค้า ใช้สีเพื่อแยกรสชาติ	สินค้าจากภายนอก	✓

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตราสินค้า	วันสันทันท์				
จำหน่ายที่	จ.เชียงใหม่ มี 5 สาขา	ประเภท	อาหารเนื้อแปรรูป อาหารเนื้อท้องถิ่น		
ภาพลักษณ์/จุดขาย	ใช้ความทันสมัย สะอาด มีสินค้าที่แสดงออกถึงพื้นถิ่นนั้นๆ มีสินค้าที่พร้อมทาน				
ราคา	ถูก ๐๐๐●๐๐ ดี	คุณภาพ	แย่ ๐๐๐●๐๐ ดี		
ข้อเสีย	มีประเภทสินค้าน้อย ทำให้ต้องเสริมด้วย สินค้าจากภายนอก				
บรรจุภัณฑ์	บรรจุภัณฑ์มีส่วนช่วยอำนวยความสะดวกในการรับประทาน	กราฟิก	กราฟิกมีความหลากหลายไม่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในแต่ละประเภท	สินค้าจากภายนอก	✓

2.4.2 วิเคราะห์วิธีการจัดจำหน่ายของแบรนด์ข้างเคียง

ตราสินค้า	วิธีการจัดจำหน่าย
	<p>ร้านเอกชัย ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าด้วยตนเอง เมื่อเลือกเสร็จแล้ว นำมาชำระเงินที่เคาท์เตอร์</p> <p>มีการจัดสินค้าของตนเองอยู่ตรงกลาง และสินค้าจากภายนอกอยู่รอบๆ โดยมีอัตราสินค้าของภายนอกมากชนิดกว่า แต่มีสินค้าภายใต้ตราสินค้าเอกชัยที่มากกว่า</p> <p>มีการจัดอันดับสินค้าขายดี เพราะดึงดูดใจลูกค้าให้ซื้อสินค้าที่ร้านแนะนำ</p> <p>หน้าร้านมีมาสคอต เป็นเด็กผู้หญิงใส่ชุดไทย ถือสินค้าเอกชัย</p> <p>มีที่จอดรถ สุกขา สร้างความสะดวกสบายให้กับผู้บริโภค</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ร้าน ตั้งเซ่งจิว ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าด้วยตนเอง
เมื่อเลือกเสร็จแล้ว นำมาชำระเงินที่เคาท์เตอร์

มีการจัดสินค้าของตนเองอยู่ตรงกลาง และสินค้าจาก
ภายนอกอยู่รอบๆ สามารถเดินวนเป็นวงกลม

จัดสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของร้านไว้ตั้งแต่ทางเข้าของ
ร้านเพื่อเป็นการแนะนำสินค้า

หน้าร้านมีมาสคอต เจ้าของร้านที่กำลังเชิ้อเชิญลูกค้า



ร้านเจ้าสัว ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าด้วยตนเอง
เมื่อเลือกเสร็จแล้ว นำมาชำระเงินที่เคาท์เตอร์

ส่วนมากจะมีสินค้าของตนเองเป็นหลัก เนื่องจาก เจ้า
สัวเองมีสินค้าค่อนข้างมาก

บุคลิกขณะของร้าน เป็นกังฉิน ทำให้เป็นเอกลักษณ์
สะดุดตาลูกค้า

มีที่จอดรถ สุขา ร้านอาหาร สร้างความสะดวกสบาย
ให้กับผู้บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ร้านพรทิพย์ ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าด้วยตนเอง
เมื่อเลือกเสร็จแล้ว นำมาชำระเงินที่เคาท์เตอร์

สินค้าส่วนมาก พรทิพย์จะไม่ได้ทำการผลิตเอง จะมี
กลุ่มขนมจากที่ต่างๆทำการผลิต และบรรจุใส่ในกล่อง
ของพรทิพย์ ก่อนจะขนส่งมาวางขายที่ร้าน

สินค้าภายใต้แบรนด์ของพรทิพย์มีค่อนข้างมาก ทำให้
มีการจัดโซนการวางสินค้า เป็นโซนต่างๆ
และมีโซนสินค้า OTOP และสินค้าพื้นเมืองอื่นๆ

มีที่จอดรถ สุขา ร้านอาหาร สร้างความสะดวกสบาย
ให้กับผู้บริโภค



ร้านวันสนั่น ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าด้วยตนเอง
เมื่อเลือกเสร็จแล้ว นำมาชำระเงินที่เคาท์เตอร์

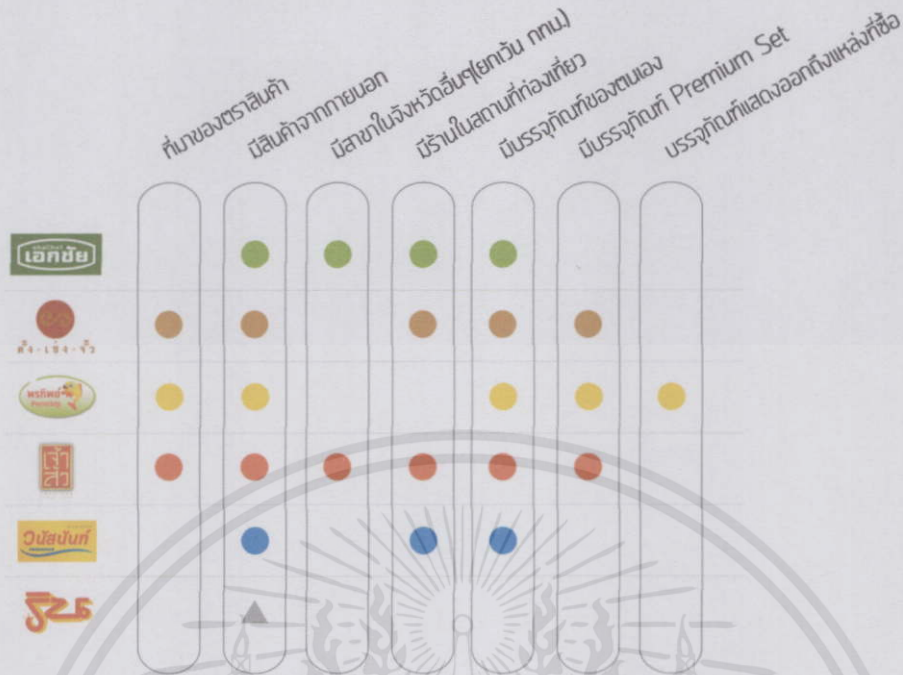
มีการจัดสินค้าเป็นแถวๆ โดดเน้นที่สินค้าของตนเอง
เป็นหลัก มีสินค้าครอบคลุม โดยเฉพาะอาหารเหนือ

มีการจัดอันดับสินค้าขายดี เพราะดึงดูดใจลูกค้าให้ซื้อ
สินค้าที่ร้านแนะนำ

มีที่จอดรถ สุขา สร้างความสะดวกสบายให้กับผู้
บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.3 วิเคราะห์ข้อดีข้อเสีย ของผลิตภัณฑ์คู่แข่งด้านบรรจุภัณฑ์



ภาพแสดงการเปรียบเทียบแบรนด์คู่แข่ง

จากการวิเคราะห์แบรนด์ข้างเคียงทำให้พบช่องว่างที่ทำให้ รินขนมไทยที่เป็นโอกาส ได้แก่

- 2 ใน 6 แบรนด์มีร้านค้าในจังหวัดใกล้เคียง
- 1 ใน 6 แบรนด์ มีบรรจุภัณฑ์ที่แสดงถึงแหล่งที่มา

2.5 วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลทางการตลาดที่มีผลต่อการออกแบบ

จากการรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านตราสินค้าพฤติกรรมผู้บริโภคและตราสินค้าคู่แข่ง สามารถสรุปผลได้ดังนี้

2.5.1 สรุปผลโดยการใช้กลยุทธ์ SWOT Strategies

ได้แก่การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคและการนำมาจับคู่ระหว่างปัจจัยภายใน(จุดแข็ง และจุดอ่อน)และปัจจัยภายนอก(โอกาสและอุปสรรค)เพื่อวิเคราะห์สรุปสถานการณ์ที่สำคัญและนำไปสู่แนวทางออกแบบ

จุดแข็ง (Strengths)

1. มีชื่อเสียงมานานกว่า 30 ปี มีรางวัลการันตีรสชาติความอร่อยมากมาย ทำให้เป็นที่ยอมรับ
2. มีสินค้าภายใต้ตราสินค้า ริน มากถึง 50 ชนิดสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น "ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า"

ไม่ว่ากรณีใดๆก็ตาม สิ่งนี้ทั้งหมดเป็นให้จัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จุดอ่อน (Weaknesses)

1. ส่วนใหญ่รู้จักแต่ในท้องถิ่น ยังไม่มีเป็นที่รู้จักมากนักในระดับภูมิภาค
2. ไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง

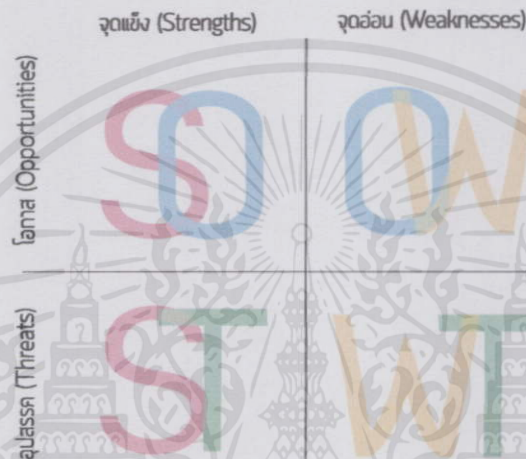
3. ตราสินค้าและอัตลักษณ์ มีความเชื่อมโยงกันน้อย ทำให้ภาพจำของผู้บริโภคมีน้อย

โอกาส (Opportunities)

1. ตั้งอยู่ในภาคที่มีแหล่งท่องเที่ยวอานิยมอยู่มาก ทำให้อัตราการท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ
2. มีเทศกาลมากมายที่ใช้ขนม เช่น สารทจีน สารทไทย งานทำบุญต่างๆ หรือแม้กระทั่งให้เป็น ของขวัญ

อุปสรรค (Threats)

1. มีร้านขายของฝากเปิดใหม่เพิ่มมากขึ้น คู่แข่งมีการประชาสัมพันธ์ที่ดี เช่น ตั้งแข่งจิว ซึ่งสามารถการนำมาจับคู่ระหว่างปัจจัยภายใน (จุดแข็ง และจุดอ่อน) และปัจจัยภายนอก(โอกาสและอุปสรรค) เพื่อวิเคราะห์สรุปอุปสรรคที่สำคัญและนำไปสู่นวัตกรรมแบบได้ดังนี้



ภาพแสดงการนำมาจับคู่ระหว่างปัจจัยภายใน(จุดแข็ง และจุดอ่อน) และปัจจัยภายนอก(โอกาสและอุปสรรค)

จุดแข็ง + โอกาส (Strengths+Opportunities)

จุดแข็ง (Strengths)	โอกาส (Opportunities)	แนวทางการแก้ไขปัญหา
มีสินค้าภายใต้ตราสินค้าวันมากถึง 50 ชนิดสินค้า	มีเทศกาลมากมายที่ใช้ขนม เช่น สารทจีน สารทไทย งานทำบุญต่างๆ หรือแม้กระทั่งให้เป็น ของขวัญ	จัดชุดสินค้าให้เหมาะกับผู้บริโภคในการนำไปใช้งาน เช่น ชุดทำบุญ ชุดวันแม่

จุดแข็ง + อุปสรรค (Strengths+Threats)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จุดแข็ง (Strengths)	อุปสรรค (Threats)	แนวทางการแก้ไขปัญหา
มีชื่อเสียงมานานกว่า 30 ปี มีรางวัลการันตีรสชาติความ อร่อยมากมาย ทำให้เป็นที่ ยอมรับ	มีร้านขายของฝากเปิดใหม่เพิ่ม มากขึ้น คู่แข่งมีการ ประชาสัมพันธ์ที่ดี	พัฒนาด้านโครงสร้างทางการ ตลาด การสร้างแบรนด์ และ โครงสร้างของผลิตภัณฑ์ให้มี ความโดดเด่น แตกต่าง เหมาะ สมกับสภาพสังคมและ พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย มากขึ้น

โอกาส + จุดอ่อน (Weaknesses + Opportunities)

โอกาส (Opportunities)	จุดอ่อน (Weaknesses)	แนวทางการแก้ไขปัญหา
ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกที่มี แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมอยู่ มาก ทำให้อัตราการท่องเที่ยว เพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ	ไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่เป็น เอกลักษณ์ของตนเอง	นำเสนอความเป็นภาคตะวัน ออกหรือนำเสนอถึงสถานที่ท่อง เที่ยวสำคัญผ่านบรรจุภัณฑ์
	ส่วนใหญ่รู้จักแต่ในท้องถิ่น ยัง ไม่มีเป็นที่รู้จักมากนักในระดับ ภูมิภาค	ขยายช่องทางทางการจัดจำหน่าย ไปให้เข้าถึงผู้บริโภค

จุดอ่อน + อุปสรรค (Weaknesses + Threats)

จุดอ่อน (Weaknesses)	อุปสรรค (Threats)	แนวทางการแก้ไขปัญหา
ตราสินค้าและอัตลักษณ์ มี ความเชื่อมโยงกันน้อย ทำให้ ภาพจำของผู้บริโภคมีน้อย	มีร้านขายของฝากเปิดใหม่เพิ่ม มากขึ้น คู่แข่งมีการ ประชาสัมพันธ์ที่ดี	จัดระบบสินค้าให้มีความเป็น อันหนึ่งอันเดียวกันและนำเสนอ ให้เป็นที่จดจำแก่ผู้บริโภค

2.5.2 สรุปผลการรับรู้และทัศนคติ และการมีปฏิสัมพันธ์ของผู้บริโภคต่อร้านรินนมไทย สามารถแบ่งออกเป็น 3 ด้านได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ด้านภาพลักษณ์และด้านบรรจุภัณฑ์และกราฟิก

• ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์ของรินนมไทย ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย คุ่มค่า มีคุณภาพ ไว้วางใจได้

ส่วนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

• ด้านภาพลักษณ์

รินนมไทยมีความเป็นเจ้าต้นตำรับในสินค้าประเทศขนมหวานไทย มีความเป็นไทยที่มีมา
ยาวนาน

• ด้านบรรจุภัณฑ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์และกราฟิกมีความแตกต่าง ส่วนใหญ่มักใช้บรรจุภัณฑ์มาตรฐานเพียงอย่างเดียว ทำให้ขาดความโดดเด่น และขาดการตอบสนองต่อพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค ทำให้ไม่สามารถสร้างความสะดวกสบายและการจดจำของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

2.5.3 สรุปผลการใช้กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด (4P)

จากการวิเคราะห์ SWOT ANALYSIS ร่วมกับข้อมูล นโยบายของบริษัทด้านกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด (4P) ของร้านรินขนมไทย ที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น สรุปได้ดังนี้

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

การจัดระบบของสินค้าทั้งหมดหมู่ของสินค้าและขนาดบรรจุให้สามารถตอบสนองความต้องการ และ พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ได้ทำการสำรวจ มีการจัดสินค้าเป็นชุดหรือหมวดหมู่ที่ช่วยสร้างความสะดวกสบายให้กับผู้บริโภคได้มากขึ้น โดยยังคงคุณภาพและรสชาติของสินค้าให้เป็นที่ไว้วางใจของผู้บริโภค

การสร้างจุดขาย

จุดขายหลัก

1. บรรจุภัณฑ์สวยงาม
2. สถานการณ์การบริโภคใหม่ๆ
3. สะดวกในการบริโภค
4. มีการรวมขนมต่างๆ เข้าด้วยกัน สามารถนำมาเป็นของขวัญ ของฝากได้

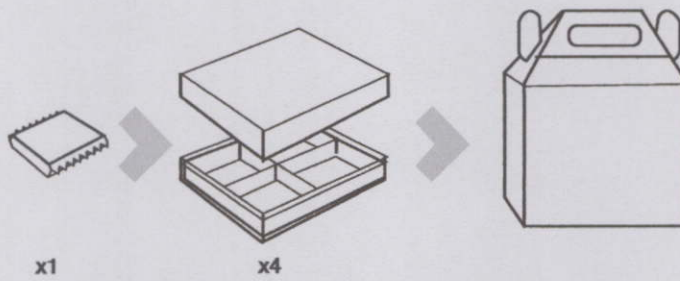
จุดขายรอง

5. สูตรขนมเฉพาะของร้าน
6. มีขนาดบรรจุเพียงพอกับผู้บริโภค
7. ราคายุติธรรม
8. มีให้เลือกหลากหลาย
9. ความประณีตในกรรมวิธีการผลิต

การจัดระบบสินค้าตามความต้องการของผู้บริโภค

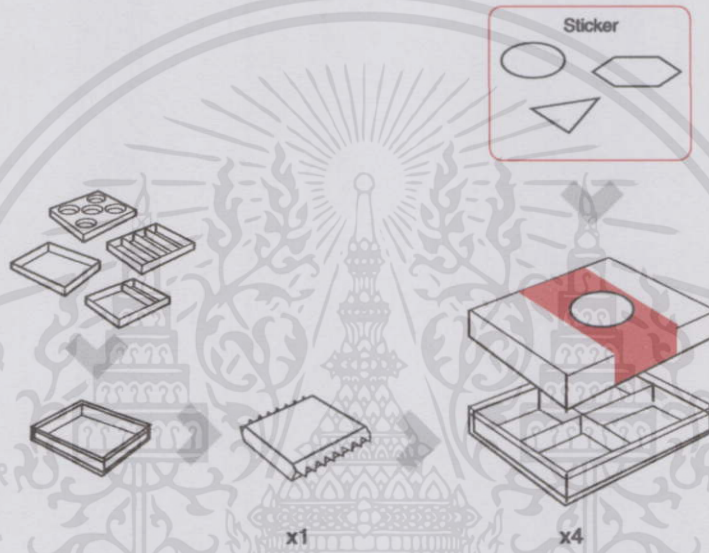
เนื่องจากร้านรินขนมไทย ต้องการที่จะพัฒนาทางด้านบรรจุภัณฑ์ ที่จะมีส่วนช่วยนำเสนอสินค้าให้โดดเด่น แต่ทั้งนี้ ร้านรินขนมไทย ไม่สามารถลงทุนกับบรรจุภัณฑ์หลากหลายชนิดได้ จึงทำให้เกิดเป็นแนวความคิดที่จะจัดระบบสินค้า เพื่อให้สามารถให้บริการร่วมกันได้ โดยใช้ระบบ Modular ในการจัดสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพแสดงการจัดสินค้า โดยใช้ระบบ Modular

โดยสินค้าขายปลีกจะถูกจัดให้มีขนาดที่เท่ากัน จัดวางอย่างเหมาะสมบนภาชนะที่มีความแตกต่างกันตามลักษณะและความต้องการของสินค้า และใช้สติ๊กเกอร์ติดเพื่อบอกความแตกต่างและรสชาติของสินค้า



ภาพแสดงการจัดสินค้า

กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

เนื่องจากร้านรินขนมไทยนั้นมีการตั้งราคาตามสินค้าที่บรรจุลงในกล่องมาตรฐาน ทำให้ราคาสินค้ามีความหลากหลาย จึงได้ทำการแบ่งราคาสินค้าขายปลีกจะแบ่งออกเป็น 3 ช่วงราคาสำหรับได้แก่ 0-35 บาท 35-70 บาท และ 70 บาทขึ้นไป โดยจะเน้นไปที่ราคาในช่วง 35-70 บาท เพราะเป็นราคาที่สามารซื้อได้ง่าย อีกทั้งยังสามารถรวมหน่วยสินค้า เพื่อทำการจัดเซตสินค้า ในราคาที่เหมาะสมเพื่อส่งเสริมการขายอีกด้วย

กลยุทธ์ด้านสถานที่จัดจำหน่าย (Place)

เดิมร้านรินนั้นมีร้านจำหน่ายอยู่ในจังหวัดฉะเชิงเทราเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ซึ่งเป็นการยากที่ผู้บริโภคจะรู้จักสินค้า จึงมีนโยบายที่เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย นำสินค้าออกสู่แหล่งจำหน่ายทั่วทุกจังหวัดมากขึ้นเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ซึ่งการขายกิจการนั้นจำเป็นต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก ซึ่งรินขนมไทยนั้น ต้องการที่จะทำเป็นขั้นตอน ทำให้รินขนมไทย เริ่มขายกิจการให้เป็นที่รู้จักในพื้นที่ใกล้เคียงก่อน เช่น ภาคตะวันออก

และเนื่องจากนโยบายในการนำสินค้าออกสู่แหล่งจำหน่ายตามพื้นที่ต่างๆ ในภาคตะวันออกที่มีกลุ่มผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าประเภทนี้ โดยแบ่งตามลักษณะของสถานที่ดังนี้ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวซื้อสินค้าต่างๆ เช่น หนองมน ตลาดคลองสวน 100 ปี แหล่งแวะพักรถ เช่น มอเตอร์เวย์



ภาพแสดงแหล่งท่องเที่ยว

กลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์ (Promotion)

เพิ่มเติมการออกแบบเพื่อการส่งเสริมการขายเพื่อประชาสัมพันธ์ตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักและสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภค ด้วยการประชาสัมพันธ์สื่อส่งเสริมการขาย เช่น

- การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย สื่อสิ่งพิมพ์ นามบัตร บัตรสมาชิก บัตรลดต่างๆ รวมไปถึง ถุงพลาสติก ถุงกระดาษ

- เพิ่มช่องทางการขาย เช่น ตั้ง Kiosk ในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่คุ้นตา เป็นที่จดจำของผู้บริโภค

2.6 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภครวมเป้าหมาย

2.6.1 ลักษณะของผู้บริโภครวมเป้าหมาย

เมื่อร้านรินขนมไทย ได้มีการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดใหม่ จึงทำการสำรวจกลุ่มคนที่ซื้อและบริโภคสินค้า ณ สถานที่ ที่มีแหล่งเป้าหมาย พบว่ากลุ่มผู้บริโภคแบ่งกลุ่มผู้บริโภครวมได้ 2 ประเภทคือ

กลุ่มผู้บริโภคหลัก

เพศหญิง ประมาณ 70% เพศชาย 30%

อายุเฉลี่ยอยู่ที่ 30 ปีขึ้นไป

ระดับฐานะ มีรายได้อยู่ในระดับปานกลางถึงรายได้ดี

กลุ่มผู้บริโภครอง เนื่องจากผู้บริโภคเดินทางมาเป็นหมู่คณะ มาเป็นครอบครัว จึงมีผู้บริโภคที่เป็น เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี

พฤติกรรมกรรมการซื้อของกลุ่มผู้บริโภค

พฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้า กลุ่มผู้ซื้อจึงประกอบด้วยบุคคลทุกเพศทุกวัย จะมีพฤติกรรมการซื้อในจำนวนมาก ประกอบไปด้วยทั้งซื้อเพื่อไปเป็นของฝากและซื้อเพื่อบริโภคเองทั้งบนรถหรือที่พัก



ภาพแสดง กลุ่มเป้าหมาย

จุดประสงค์ในการซื้อ

- เพื่อเป็นของขวัญ
- เพื่อบริโภคเอง
- เพื่อใช้ในงานพิธีหรือเทศกาล

พฤติกรรมการบริโภค

ปริมาณการซื้อ ต่ำกว่า 35 บาท พบว่าจะบริโภคได้เลย คือเมื่อชำระเงินแล้วสามารถแกะรับประทานได้เลย ผู้บริโภคได้แก่ เด็ก และ วัยรุ่น

ปริมาณการซื้อ มากกว่า 35 บาท ขึ้นไปนั้น จะนำกลับไปเป็นของขวัญ หรือของขวัญตามเทศกาลต่างๆ

ลักษณะการดำรงชีวิต

ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะมีเป็นครอบครัวหรือหมู่คณะ มักจะมีลูกหลานหรือญาติผู้ใหญ่ อาศัยอยู่ในเมืองใหญ่ ชอบความรวดเร็ว เรียบง่าย และสะดวกสบาย รักครอบครัว

**2.6.2 วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลทางการตลาดที่มีผลต่อการออกแบบ
สรุปความต้องการและแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ด้านโครงสร้าง**

1. สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้ทั้งก่อนซื้อและหลังซื้อตลอดอายุการบริโภค

1.1 วัสดุสามารถปกป้องปัจจัยที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ภายในได้รับความเสียหาย ทั้งทางกายภาพและชีวภาพ

1.2 บรรจุภัณฑ์มีการปิดผนึกที่เหมาะสมกับชนิดของผลิตภัณฑ์

2. สามารถใช้งานได้สะดวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

2.1 มีอุปกรณ์ในการใช้งานให้กับผู้บริโภคสามารถใช้งานได้ง่าย

ไม่ว่ากรณีใดก็ตาม ล้วนหาวิธีให้ลดปัญหา และต้องอ้างอิงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 โครงสร้างไม่สลับซับซ้อน ผู้บริโภคสามารถใช้งานได้ง่าย

3. ต้องการทราบลักษณะของสินค้าภายใน ว่ามีรูปร่างหน้าตาเป็นอย่างไร

3.1 บรรจุกัณฑ์มีส่วนโปร่งใส สามารถมองเห็นสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในได้หรือบรรจุกัณฑ์บางชนิดมีความเป็นไปได้น้อย หรือไม่เหมาะสมที่จะทำลักษณะใส อาจใช้รูปภาพหรือรูปถ่ายที่สามารถสื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจได้

4. รูปแบบบรรจุกัณฑ์ที่สวยงาม และมีความเหมาะสมในด้านการใช้งาน

4.1 บรรจุกัณฑ์มีโครงสร้างที่สวยงาม สร้างความสนใจให้กับผู้บริโภค มีความโดดเด่นจากคู่แข่งในตลาด

4.2 บรรจุกัณฑ์มีโครงสร้างมีสอย จับถนัดมือ หรือหยิบสินค้าภายในได้ง่าย

5. รูปแบบของบรรจุกัณฑ์มีความสอดคล้องกันในแต่ละผลิตภัณฑ์ของร้าน

5.1 ออกแบบโครงสร้างของบรรจุกัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ร่วม (Corporate Identity) สร้างภาพลักษณ์ให้กับสินค้า เพื่อสร้างการจดจำในตัวผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภค

สรุปความต้องการและแนวทางการออกแบบบรรจุกัณฑ์ด้านกราฟิก

1. ต้องการทราบถึงรายละเอียดต่างๆเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

1.1 มีข้อมูลต่างๆที่มีความจำเป็น เช่น วันผลิต วันหมดอายุ

2. สามารถแยกแยะความแตกต่างของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดได้ง่าย ไม่ทำให้เกิดความสับสน

2.1 แยกแยะความแตกต่างของกลุ่มผลิตภัณฑ์ในแต่ละผลิตภัณฑ์

2.2 แยกแยะความแตกต่างกับคู่แข่ง

3. มีรูปแบบกราฟิกที่ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค

3.1 ใช้กราฟิกที่สามารถสื่อสารได้ตามกลุ่มเป้าหมาย

2.7 ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุสำหรับบรรจุกัณฑ์แต่ละชนิด

2.7.1 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตบรรจุกัณฑ์แต่ละชนิด

คุณสมบัติของพลาสติกที่นิยมใช้เป็นบรรจุกัณฑ์อาหาร

(1) โพลีเอทิลีน (Polyethylene - PE)

PE นับเป็นพลาสติกที่มีการใช้มากที่สุดและราคาถูก สืบเนื่องจาก PE มีจุดหลอมเหลวต่ำ เมื่อเทียบกับพลาสติกอื่นๆ ทำให้มีต้นทุนในการผลิตต่ำ PE ผลิตจากกระบวนการโพลิเมอไรเซชัน

(Polymerisation) ของก๊าซเอทิลีน (Ethylene) ภายใต้ความดันและอุณหภูมิสูงโดยอยู่ในสภาวะ

ปราศจากตัวเร่งปฏิกิริยาโลหะ (Metal Catalyst) การจับตัวของโมเลกุลในลักษณะโซ่สั้นและยาวจะส่งผลให้ PE ที่ได้ออกมามีความหนาแตกต่างกัน

PE แบ่งเป็น 3 ประเภทตามค่าความหนาแน่น คือ

1. โพลีเอทิลีนความหนาแน่นต่ำ (Low Density Polyethylene หรือ LDPE) ความหนาแน่น 0.910 - 0.925 กรัมต่อลูกบาศก์เซนติเมตร

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

3. โพลีเอทิลีนความหนาแน่นสูง (High Density Polyethylene หรือ HDPE) ความหนาแน่น 0.941 - 0.965 กรัมต่อลูกบาศก์เซนติเมตร

การใช้งานของ PE กับผลิตภัณฑ์อาหาร

1. ใช้ผลิตเป็นถุงร้อน (HDPE) และถุงเย็น (LDPE) สำหรับการใช้งานทั่วไปสามารถหาซื้อได้ง่ายในท้องตลาดทั่วไป ข้อสังเกตถุงร้อนที่ผลิตจาก HDPE จะมีสีขาวขุ่น
2. ใช้ห่อหรือบรรจุอาหารได้เกือบทุกชนิดโดยไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภค แต่ไม่ควรใช้ LDPE กับอาหารร้อน
3. นิยมใช้ทำถุงบรรจุขนมปัง เนื่องจาก PE ป้องกันการซึมผ่านของไอน้ำได้ดีจึงช่วยป้องกันไม่ให้ขนมปังแห้ง เนื่องจากสูญเสียความชื้นออกไป นอกจากนี้ราคาของ PE ไม่สูงเกินไปเมื่อเปรียบเทียบกับราคาของขนมปัง
4. นิยมใช้ทำถุงบรรจุผักและผลไม้สด เนื่องจาก PE ยอมให้ก๊าซซึมผ่านได้ดี ทำให้มีก๊าซออกซิเจนซึมผ่านเข้ามาเพียงพอให้พืชหายใจ และก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่พืชคายออกมาก็สามารถซึมผ่านออกไปได้ง่าย ในบางกรณีจำเป็นต้องเจาะรูที่ถุงเพื่อช่วยระบายไอน้ำที่พืชคายออกมา
5. นิยมใช้ LDPE เป็นชั้นสำหรับการปิดผนึกด้วยความร้อน เนื่องจากกระดาษและแผ่นพลาสติกชนิดอื่นที่นิยมนำมาใช้เป็นถุงหรือซองบรรจุอาหาร ไม่สามารถปิดผนึกด้วยความร้อนได้ จึงนิยมนำ LDPE มาประกบติดกับวัสดุต่างๆ เหล่านี้ โดยให้ LDPE อยู่ชั้นในสุด และทำหน้าที่เป็นชั้นสำหรับปิดผนึกด้วยความร้อน ตัวอย่างการใช้งาน เช่น ซองบะหมี่สำเร็จรูป แผ่นปิดด้วยโยเกิร์ต กล่องนมยูเอชที เป็นต้น
6. พลาสติก PE ชนิดยืดตัวได้ (Stretch Film) นิยมใช้ห่ออาหารสดพร้อมปรุง เนื้อสด และอาหารทั่วไป รูปแบบที่นิยมใช้คือ ใช้รองถาดอาหารแล้วด้วยฟิล์มยืดตัวได้
7. PE ไม่นิยมใช้เป็นภาชนะบรรจุอาหารที่มีไขมันสูง เช่น เนย ถั่วทอด ขนมขบเคี้ยว

(2) โพลีโพรพิลีน (Polypropylene-PP)

PP มักจะรู้จักกันในนามของถุงร้อน ด้วยคุณสมบัติเด่นของ PP ซึ่งมีความใสและป้องกันความชื้นได้ดี มากกว่าครึ่งหนึ่งของ PP ที่นิยมใช้กันจะเป็นรูปของฟิล์ม อย่างไรก็ตาม การป้องกันอากาศซึมผ่านของ PP ยังไม่ดีเท่าพลาสติกบางชนิด เนื่องจากช่วงอุณหภูมิในการหลอมละลายมีช่วงอุณหภูมิสั้น ทำให้ PP เชื่อมติดได้ยาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ฟิล์มประเภท OPP ที่มีการจัดเรียงโมเลกุลในทิศทางเดียวกันจะไม่สามารถเชื่อมติดได้เลย คุณสมบัติเด่นอีกประการหนึ่งของ PP คือ มีจุดหลอมเหลวสูงทำให้สามารถใช้เป็นบรรจุภัณฑ์อาหารสำหรับบรรจุอาหารในขณะร้อน (Hot-Fill)

การใช้งานของ PP กับผลิตภัณฑ์อาหาร

- 1) ใช้บรรจุอาหารร้อน เช่น ถุงร้อน (ชนิดใส)
- 2) ใช้บรรจุอาหารที่ต้องผ่านความร้อนในการฆ่าเชื้อ โดยที่ PP จะเป็นองค์ประกอบหนึ่งของวัสดุที่ใช้ผลิตของประเภทนี้ ซึ่งนิยมเรียกว่า retort pouch ของนี้จะสามารถใช้แทนกระป๋องโลหะได้ บางครั้งจึงเรียกว่า Flexible Can
- 3) ใช้ทำถุงบรรจุผักและผลไม้
- 4) ใช้ทำซองบรรจุอาหารแห้ง เช่น บะหมี่สำเร็จรูป (instant noodle) และอาหารที่มีไขมันอายุการเก็บรักษาไม่สูง เช่น คุกกี้ (cookie) ถั่วทอด เป็นต้น
- 5) ใช้ทำกล่องอาหาร ลัง ถาด และตะกร้า

(3) โพลีเอทิลีน เทเรฟทาเลต (Polyethylene Terephthalate-PET)

PET บรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการคิดค้นขึ้นมาเพื่อการบรรจุน้ำอัดลม โดยเฉพาะคุณสมบัติเด่นทางด้านความใสแวววับเป็นประกาย ทำให้ได้รับความนิยมในการบรรจุน้ำมันพืชและน้ำดื่ม นอกจากขวดแล้ว PET ในรูปฟิล์มซึ่งมีคุณสมบัติในการป้องกันการซึมผ่านของก๊าซได้เป็นอย่างดี จึงมีการนำไปเคลือบหลายชั้น ทำเป็นซองสำหรับบรรจุอาหารที่มีความไวต่อก๊าซ เช่น อาหารขบเคี้ยว เป็นต้น นอกจากนี้ ฟิล์ม PET ยังมีคุณสมบัติเด่นอีกหลายประการ เช่น ทนแรงยืดและแรงกระแทกเสียดสีได้ดี จุดหลอมเหลว แต่ข้อด้อย คือ ไม่สามารถปิดผนึกด้วยความร้อนและเปิดฉีกยาก ทำให้โอกาสใช้ฟิล์ม PET อย่างเดียวน้อยมาก แต่มักใช้เคลือบกับพลาสติกอื่นนอกจากขวดและฟิล์มแล้ว PET ยังสามารถนำมาขึ้นรูปเป็นภาชนะด้วยการพัฒนา PET ให้โมเลกุลตกผลึก (Crystalline) กลายมาเป็น CPET หรือ Crystallized วัสดุ PET จะสามารถทนอุณหภูมิได้สูง จึงเหมาะสำหรับทำเป็นภาชนะบรรจุภัณฑ์อาหารใช้ได้ทั้งเตาอบและเตาไมโครเวฟ พิจารณาจากในแง่ของสิ่งแวดล้อม PET นับได้ว่าเป็นพลาสติกเพียงไม่กี่ประเภทที่สามารถเปลี่ยนกลับมาเป็นเม็ดพลาสติกที่เป็นโมโนเมอร์ (Monomer) และทำการผลิตใหม่ได้ด้วยการใช้กระบวนการ Depolymerising วัสดุ PET ที่มีคุณภาพดีและมีมูลค่าค่อนข้างสูง สามารถนำกลับมาใช้ใหม่เพื่อผลิตสินค้าอย่างอื่นได้ เช่น ในเมืองไทยมีการนำเอาขวด PET น้ำดื่มกลับมาผลิตใหม่เป็นพรมด้วยเหตุผลดังกล่าวนี้ ทำให้ขวด PET ได้รับความนิยมใช้มากขึ้น และแย่งตลาดของขวด PVC นอกจากนี้ยังนิยมใช้สำหรับบรรจุภัณฑ์แบบการ์ด

(4) โพลีไวนิลคลอไรด์ (Polyvinylchloride-PVC)

PVC เป็นพลาสติกที่สามารถแปรเปลี่ยนคุณสมบัติได้ โดยการเติมสารเคมีปรุงแต่ง (Additives) ต่างๆ เช่น Plasticizer, Modifier และ Fillers ทำให้ PVC นิยมใช้ในอุตสาหกรรมอื่นๆ มากกว่าอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ โดย PVC มักใช้ในรูปแบบของขวด ฟิล์ม และแผ่น แม้ว่าครั้งหนึ่งเคยมีข่าวจะให้เลิกใช้ PVC ในบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากมีสารตกค้างของไวนิลคลอไรด์ ซึ่งอาจก่อให้เกิดมะเร็งได้ แต่วิวัฒนาการทางการผลิตในปัจจุบัน ทำให้สามารถผลิต PVC ที่มีไวนิลคลอไรด์ตกค้างน้อยกว่า 1 ส่วนในล้านส่วน (ppm) ส่งผลให้บรรจุภัณฑ์ที่ทำจาก PVC นี้ ปลอดภัยสำหรับใช้เป็นบรรจุภัณฑ์อาหาร

ในแง่ของการผลิตฟิล์ม PVC จะผลิตยากกว่าฟิล์ม PE หรือ PP จุดเด่นของฟิล์ม PVC คือ ทนต่อน้ำมันและกันกลิ่นได้ดี ใส แข็งแรงทนทานต่อการเสียดสี ในขณะที่ความต้านทานต่อการซึมผ่านของความชื้นอยู่ในขั้นปานกลาง อุณหภูมิใช้งานของ PVC ไม่เกิน 90°C และถ้าอุณหภูมิการใช้งานเกินกว่า 137°C จะเริ่มเปลี่ยนคุณภาพ ขวด PVC สามารถใช้แทนที่ขวดแก้ว เนื่องจากเบากว่าและตกไม่แตก แต่ในระยะหลังถูกแย่งตลาดโดยขวด PET เนื่องจากเหตุผลทางด้านสิ่งแวดล้อมดังกล่าวมาแล้ว ส่วนแผ่น PVC มักใช้กับบรรจุภัณฑ์แบบการ์ด ประเภทบลิสเตอร์แพ็ค (blister packaging) เนื่องจากมีความใสและเหนียว

การใช้งานของ PVC กับผลิตภัณฑ์อาหาร

- 1) นิยมใช้ทำฟิล์มยืดสำหรับห่อเนื้อสัตว์สด ผักและผลไม้สด เนื่องจากความใสและมันวาว ทำให้เห็นผลิตภัณฑ์ได้ดีและอัตราการซึมผ่านของก๊าซและไอน้ำอยู่ในช่วงที่เหมาะสม
- 2) นิยมใช้ทำภาชนะบรรจุอาหารแข็ง เช่น ขนมหังกรอบ คุกกี้ ช็อกโกแลตและอื่นๆ เพื่อแบ่งเป็นสัดส่วน และป้องกันการแตกหัก
- 3) นิยมใช้ทำภาชนะหรือกล่องบรรจุอาหารสด
- 4) นิยมใช้ทำขวดบรรจุน้ำมันพืชปรุงอาหาร

4) โพลิสไตรีน (Polystyrene-PS)

PS พลาสติกจำพวก PS นี้ ใช้ผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์ โดยการอัดขึ้นรูปด้วยความร้อนเป็นรูปถ้วย ถาด ในกรณีที่มีการเติมสารพองตัว (Blowing Agent) PS จะสามารถผลิตออกมาเป็นโฟมที่เรียกว่า EPS ซึ่งนำมาเป็นวัสดุป้องกันการสั่นกระแทก (Cushioning) เมื่อทำเป็นฟิล์ม PS จะมีความใสมากแวววับเป็นประกายแต่เนื่องจากฉีกขาดได้ง่ายและป้องกันการซึมผ่านความชื้นและก๊าซได้ต่ำกว่าการใช้ฟิล์ม PS จึงจำกัดอยู่เพียงการใช้ห่อสินค้า เช่น ผลไม้ ดอกไม้ เป็นต้น หรือทำเป็นบลิสเตอร์แพ็ค ถาดที่ขึ้นรูปจากแผ่น PS จะมีความใสและแข็งแรงพอสมควร ในสภาวะปกติ PS จะเปราะจึงมีการพัฒนาด้วยการเติมสาร Butadine เพื่อเพิ่มความแข็งแรงซึ่งรู้จักกันในนามของ HIPS (High Impact Polystyrene)

การใช้งานของ PS กับผลิตภัณฑ์อาหาร

- 1) นิยมใช้ทำช่องหน้าต่างของกล่องกระดาษ
- 2) ใช้ห่อผัก ผลไม้สด และดอกไม้สด เนื่องจากความใสและยอมให้ก๊าซซึมผ่านได้ง่าย
- 3) ใช้ทำโฟมทั้งเป็นภาชนะบรรจุและแผ่นฉนวนกันความร้อน
- 4) นิยมใช้ทำถ้วยถาด หรือแก้วน้ำสำหรับใช้ครั้งเดียว
- 5) ใช้ทำถาดหลุมสำหรับรองขนมปังกรอบ คุกกี้ช็อกโกแลต และอื่นๆก่อนบรรจุใส่กล่องบรรจุภัณฑ์พลาสติกเป็นบรรจุภัณฑ์อาหารที่ต้องให้ความระมัดระวังในเรื่องความปลอดภัยและการเลือกใช้มากที่สุด โดยเฉพาะใช้ในการบรรจุอาหารร้อน หรือต้องไปผ่านกระบวนการให้ความร้อนซึ่งอาจเป็นกระบวนการฆ่าเชื้อ การปรุงสุก หรือการอุ่นอาหารพร้อมกับบรรจุภัณฑ์อันตรายที่อาจเกิดจากการใช้ภาชนะพลาสติกอย่างไม่ถูกต้อง มีสาเหตุสำคัญมาจากการแพร่กระจายของสารจากภาชนะไปสู่อาหาร การแพร่กระจายนี้จะขึ้นกับชนิดของอาหารและพลาสติกที่ใช้ พร้อมทั้งสภาวะบรรยากาศที่อยู่รอบบรรจุภัณฑ์ การเลือกใช้พลาสติกต้องเลือกชนิดที่ไม่ทำปฏิกิริยากับอาหารและเหมาะสมกับการใช้งาน เช่น บรรจุภัณฑ์ที่ต้องผ่านการอุ่นด้วยการนึ่ง หรือต้ม หรืออุ่นในเตาไมโครเวฟจะต้องทนทานต่ออุณหภูมิสูงได้ดี เป็นต้น การแพร่กระจายของสารจะเกิดได้เร็วขึ้นเมื่อถูกความร้อน ดังนั้น หากผู้ประกอบการไม่แน่ใจในคุณภาพของภาชนะพลาสติกที่ใช้บรรจุอาหาร ควรปรึกษาผู้เชี่ยวชาญทางด้านนี้หรือทำการทดลองโดยให้นำเอาอาหารไปอุ่นหรือปรุงสุกในบรรจุภัณฑ์พลาสติก ถ้าเกิดการอ่อนตัวหรือภาชนะเสียรูปทรง หรือพลาสติกหลอมก็ไม่ควรจะนำบรรจุภัณฑ์พลาสติกนั้นมาบรรจุอาหาร เพราะอาจเกิดอันตรายจากสารปนเปื้อนที่แพร่กระจายมาจากบรรจุภัณฑ์ได้พลาสติกที่กล่าวมาทั้ง 5 ประเภทนี้ เป็นบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่นิยมใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร นอกจากพลาสติกดังกล่าวแล้วนี้ ยังมีพลาสติกบางประเภท เช่น PC, Polycarbonate, Cellulose เป็นต้น แต่มีการใช้เป็นจำนวนจำกัด จึงขอละไว้ไม่กล่าวถึงในที่นี้

2.8.3 ข้อมูลด้านวัสดุและกรรมวิธีการผลิต ประเภท กระดาษ

กระดาษมีหลายชนิด ผลิตมาจากเยื่อกระดาษที่มีคุณภาพแตกต่างกันตามความเหนียว ความทนทานต่อการฉีกขาด ดึงขาด ดันทะลุสามารถตัด ดัด พับ งอได้ง่าย สามารถออกแบบได้มากแบบ เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีราคาถูกที่สุดและน้ำหนักเบาที่สุด โดยทั่วไปกระดาษจะยอมให้น้ำและก๊าซซึมผ่านได้ดีไม่สามารถป้องกันการซึม เสียวความแข็งแรงเมื่อถูกน้ำหรืออยู่ในสภาวะที่เปียกชื้นมีความคงรูป พิมพ์ได้งดงาม และสามารถให้หมุนเวียน (Recycle) ได้จึงไม่ก่อปัญหามลภาวะสามารถทำเป็นหีบห่อได้มากมาย ตั้งแต่ถุงชนิดต่างๆกล่องกระดาษ ฯลฯ ซึ่งแต่ละชนิดมีความเหมาะสมกับการใช้งานแตกต่างกันออกไปตามลักษณะของสินค้าและสิ่งแวดล้อม ดังนั้นคุณสมบัติของกระดาษที่ทำจากเยื่อไม้ธรรมชาติ

จึงได้รับการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพขึ้น โดยการฉีกหรือเคลือบเข้ากับวัสดุอื่น ๆ เพื่อให้สร้างสรรคเป็น โครงสร้างใหม่ของบรรจุภัณฑ์และทำหน้าที่บรรจุห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ได้หลายประเภทขึ้น เช่น กระดาษ เคลือบฟิล์มพลาสติก (Plastic Coated Paper) กระดาษเคลือบขี้ผึ้ง (Wax Laminated Paper) กระดาษ ทนน้ำมัน (Greaseproof Paper) เป็นต้น

หากจำแนกประเภทของบรรจุภัณฑ์กระดาษตามลักษณะการใช้งานจะสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่

- 1.บรรจุภัณฑ์ชั้นใน (Primary Packaging) เป็นบรรจุภัณฑ์ชั้นแรกที่สัมผัสกับอาหารหรือสิ่งของโดยตรง เช่น กล่องกระดาษแข็งใส่ขนมปัง พืชชำ กล่องนม ถุง/ซองบรรจุอาหารสัตว์
2. บรรจุภัณฑ์ชั้นนอก (Secondary Packaging) เป็นบรรจุภัณฑ์เพื่อป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดกับ สินค้าเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้า หรือเพื่อความสะดวกในการขนส่งเช่น กล่องกระดาษที่ใช้บรรจุสินค้าถุง กระดาษชนิดต่างๆ
- 3.บรรจุภัณฑ์ขนส่ง (Tertiary Packaging) ใช้เพื่อการขนส่งสินค้าโดยเฉพาะ เช่น กล่องกระดาษลูกฟูก ขนาดใหญ่กล่องไปรษณีย์ เป็นต้น แต่หากจะจำแนกประเภทของบรรจุภัณฑ์กระดาษตามลักษณะการ บรรจุจะสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. ถุงกระดาษ แบ่งออกเป็น 2 แบบ ได้แก่ถุงกระดาษชั้นเดียว และถุงกระดาษหลายชั้น
2. กล่องกระดาษ แบ่งเป็น

2.1 ถุงกระดาษ (Paper Bag) มีทั้งแบบแบนราบ (ใช้ใส่อาหารชิ้นเล็กๆ ที่มีน้ำหนักเบา) แบบมี ขยายข้างและกัน (ใช้บรรจุสินค้าที่มีปริมาณมากเช่น แป้ง ลูกก็ข้าวสาร ฯลฯ หรือใช้บุเป็นถุงในกล่อง กระดาษแข็ง) และแบบผนึก 4 ด้าน บรรจุสินค้าประเภทเครื่องเทศ คุณสมบัติของกระดาษที่ใช้ขึ้นกับการ ใช้งานเป็นหลักกล่าวคือ สินค้าที่มีน้ำหนักมากควรใช้กระดาษเหนียวซึ่งมีค่าของการต้านแรงดันทะลุ และการต้านแรงดึงขาด อยู่ในเกณฑ์สูง หากสินค้ามีความชื้นสูงหรือเก็บในสภาวะเปียกชื้น กระดาษที่มี ค่าการดูดซึมน้ำต่ำๆเช่น กระดาษเคลือบไขกระดาษเคลือบพลาสติก เป็นต้น

2.2 ถุงกระดาษหลายชั้น (Multiwall Paper Sack) สำหรับขนส่งสินค้าที่มีน้ำหนักมากกว่า 10 กิโลกรัม สินค้าที่นิยมคือ ปูนซีเมนต์อาหารสัตว์สารเคมีเม็ดพลาสติกถุงประเภทนี้มีทั้งแบบปากเปิด และ แบบมีลิ้น แต่ละแบบอาจจะมีส่วนขยายข้างด้วยก็ได้วัสดุที่ใช้ทำจากกระดาษเหนียวที่ทำจากเยื่อเส้นใย ยาวเพื่อให้มีความเหนียวสูง หากต้องการเพิ่มคุณสมบัติในด้านป้องกันความชื้นก็อาจเคลือบด้วย พลาสติก หรือยางมะตอยอีกชั้นหนึ่งวัสดุที่ใช้ทำถุงและซองกระดาษ ส่วนใหญ่นิยมใช้กระดาษคราฟท์ (Kraft) ซึ่งมีความหนาบางนำมาซ้อนเป็นผนังหลายชั้น (Multiwall Bag) หรือเคลือบผิวแตกต่างกันไป ตามหน้าที่ใช้สอยเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้กันมากสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องอุปโภคบริโภคในหน่วย ขายแบบปลีกย่อยซึ่งจัดได้ว่าเป็น Individual package อีกแบบหนึ่ง ที่มีความใกล้ชิดกับวิถีชีวิตความ เป็นอยู่ของผู้บริโภคเป็นอย่างมากอีกทั้งยังเป็นสื่อโฆษณาประเภทสิ่งพิมพ์ที่แสดงเอกลักษณ์ของ ผลิตภัณฑ์ได้ดีอีกด้วย

2.3 เยื่อกระดาษขึ้นรูป (Moulded Pulp Container) มีทั้งชนิดที่ทำจากเยื่อบริสุทธิ์ซึ่งใช้บรรจุ อาหารสำเร็จรูปและอาหารที่เข้าตู้อบไมโครเวฟได้และชนิดที่ทำจากเยื่อเศษกระดาษซึ่งใช้บรรจุไข่ ผัก ผลไม้สด และทำเป็นวัสดุกันกระแทกการเลือกใช้ต้องคำนึงถึงชนิดของผลิตภัณฑ์ที่จะบรรจุเป็นสำคัญ เพราะเกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของผู้บริโภค

2.4 กระป๋องกระดาษ (Paper/Composite Can)เป็นบรรจุภัณฑ์รูปทรงกระบอกที่ได้จากการพัน กระดาษทับกันหลายๆชั้น พันแบบเกลียวหรือแบบแนวตรงถ้าใช้กระดาษเหนียวแต่เพียงอย่างเดียวจะ

เรียกว่า Paper Can นิยมใช้บรรจุของแห้ง แต่ถ้าใช้วัสดุร่วมระหว่างกระดาษเหนียว / อลูมิเนียมฟอยล์ / พลาสติกจะเรียกว่า Compostie Can ซึ่งมักจะบรรจุอาหารประเภทขนมขบเคี้ยวต่างๆ ฝากระป๋องมักเป็นโลหะหรือพลาสติกบางครั้งจะใช้ฝาแบบมีหัวเปิดง่าย (Easy Opening End) ก็ได้การเลือกใช้ต้องพิจารณาคุณภาพของตะเข็บระหว่างตัวกระป๋องฝาและรอยต่อของการพัน เพื่อป้องกันมิให้เกิดการรั่วซึม

2.5 ถังกระดาษ (Fibre Drum) มีลักษณะเช่นเดียวกับกระป๋องกระดาษ แต่มีขนาดใหญ่ใช้เพื่อการขนส่ง สินค้าที่นิยมบรรจุคือ สารเคมีเม็ดพลาสติกขลุ่ยการเลือกใช้ต้องคำนึงความแข็งแรงเมื่อเรียงซ้อนเป็นหลักโดยการทดสอบค่าของการต้านแรงกด

2.6 กล่องกระดาษแข็งแบบพับได้ กล่องกระดาษแข็งสามารถขึ้นรูปและจัดส่งเป็นแผ่นแบบราบ (Flat Blanks) เมื่อถึงโรงงานบรรจุ อาจนำไปทากาวพร้อมบรรจุผลิตภัณฑ์หรือสินค้าหรือบางครั้งตัวกล่องอาจทากาวตามขอบข้างกล่องไว้เรียบร้อยแล้ว เพื่อทำการบรรจุและปิดฝากล่องได้ทันทีที่กล่องกระดาษมีทั้งแบบท่อ (Tube) และแบบถาด (Tray)

2.7 กล่องกระดาษแบบคงรูป เป็นกล่องที่ขึ้นรูป และแปรรูปเป็นกล่องเรียบร้อยแล้ว ตัวอย่างเช่น กลักไม้ ชีดหรือกล่องใส่รองเท้าแบบมีฝาครอบกล่อง การผลิตกล่องกระดาษคงรูปจะผลิตช้ากว่ากล่องกระดาษแข็งแบบพับได้ทำให้ราคาต่อหน่วยสูง ทั้งกระบวนการผลิตและการขนส่ง ส่วนดีของกล่องแบบนี้คือสามารถใช้งานได้นานและถ้ามีการออกแบบที่ดีจะช่วยเสริมคุณค่าของสินค้าภายในให้สามารถดึงดูด ความสนใจของผู้ซื้อได้ดีอีกด้วย

2.8 บรรจุภัณฑ์การ์ด (Carded Packaging) เป็นประเภทของบรรจุภัณฑ์ที่ประกอบด้วยกระดาษแผ่นหนึ่งและพลาสติกอีกแผ่นหนึ่ง ซึ่งอาจขึ้นรูปมาก่อนหรือไม่ก็ได้ทำโดยแนบหรือเชื่อมติดแผ่นกระดาษและแผ่นพลาสติกเข้าด้วยกัน โดยมีสินค้าแทรกอยู่ตรงกลาง บรรจุภัณฑ์การ์ดนี้มี 2 แบบใหญ่ๆ คือ แบบบลิสเตอร์แพ็ค (Blister Pack) และแบบแนบผิว (Skin Pack)

2.9 บรรจุภัณฑ์กระดาษแบบเคลือบหลายชั้น ด้วยเหตุที่บรรจุภัณฑ์กระดาษมีจุดอ่อนคือรูพรุนของกระดาษจึงมีการปรับปรุงโดยการเคลือบพลาสติกและเปลวอลูมิเนียม ทำให้บรรจุภัณฑ์เคลือบหลายชั้นได้รับความนิยมสูงมากในการบรรจุอาหารและเครื่องดื่ม บรรจุภัณฑ์เหล่านี้ได้แก่ บรรจุภัณฑ์กล่องรูปทรงอิฐ (Brick) บรรจุภัณฑ์กล่องรูปทรงจั่ว (Gable-Top) และกระป๋องกระดาษ เป็นต้น สามารถทำจากกระดาษแข็งได้หลายชนิด อาทิกระดาษไม่เคลือบ (กระดาษขาว - เทากระดาษเคลือบกระดาษการ์ด กระดาษอาร์ตมัน กระดาษอาร์ตบอร์ด เป็นต้น นอกจากนี้ยังสามารถเคลือบวัสดุอื่น เช่น วานิช พลาสติกไซเพื่อปรับคุณสมบัติให้ดีขึ้น รูปแบบของกล่องกระดาษแข็งแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ กล่องแบบพับได้ (Folding Carton) หรือ (Cardboard) กล่องแบบคงรูป (Set-Up Box) ส่วนกระดาษแข็งที่ใช้ทำกล่องมี 2 ประเภท

1) กระดาษกล่องขาวไม่เคลือบ กระดาษชนิดนี้คล้ายกับชนิดเคลือบแต่เนื้อหนากว่า สีขาวของกระดาษไม่สม่ำเสมอ แต่ราคาถูกกว่า ต้องพิมพ์ด้วยระบบธรรมดาเช่น กล่องใส่รองเท้า กล่องใส่ขนม ใหว่พระจันทร์ เป็นต้น

2) กระดาษกล่องขาวเคลือบกระดาษชนิดนี้นิยมใช้ในการบรรจุสินค้าอุปโภคและบริโภคกันมาก เพราะสามารถพิมพ์ระบบออฟเซตสีได้หลายสีสวยงาม และทำให้สินค้าที่บรรจุภายในกล่องดูมีคุณค่าขึ้น มีขายตามร้านขายเครื่องเขียนทั่วไป เรียกอีกชื่อว่ากระดาษแข็งเทา - ขาวในการทำกล่องบรรจุผลิตภัณฑ์อาหารนิยมใช้กระดาษชนิดนี้เพราะหาซื้อง่ายการเลือกใช้กล่องกระดาษแข็ง ต้องพิจารณาคุณสมบัติที่เกี่ยวกับการใช้งานเป็นหลักเช่น ความชื้น การต้านแรงดันทะลุความสามารถในการรับน้ำหนักได้ประมาณ 2- 3 ปอนด์แล้วแต่ขนาดและความหนาของกระดาษ ความเรียบของผิว

กระดาษ ความหนา ความขาว สว่าง สามารถพิมพ์สีสรรได้ดีคงทนต่อการโค้งงอ สามารถพับเป็นแผ่นแบนได้ไม่เปลืองเนื้อที่ในการเก็บและขนส่งมีขนาดมากมายให้เลือกได้ตามต้องการง่ายที่จะตัด เจาะ หรือบิด มีราคาถูก ทั้งวัสดุและกรรมวิธีการผลิตในการออกแบบกล่องกระดาษแข็งการเลือกขนาดของกระดาษและแบบของกล่องจะขึ้นอยู่กับชนิดของสินค้าและความต้องการของตลาด การตั้งวางต้องคงตัว แข็งแรงให้ความสวยงามเมื่อตั้งวางเป็นกลุ่ม ง่ายแก่การหยิบและถือกล่องที่นักอาจมีหูหิ้วก็ได้ ฯลฯ

2.10 กล่องกระดาษลูกฟูก เป็นบรรจุภัณฑ์ประเภทกล่องกระดาษที่มีคุณลักษณะแข็งแรงมากที่สุด จึงนิยมใช้ในการขนส่งสินค้า เพราะนอกจากช่วยป้องกันสินค้าให้ปลอดภัยแล้ว ยังสามารถออกแบบได้ตามความต้องการ ทั้งขนาด รูปลักษณะและพิมพ์สอสีได้สวยงาม จึงควรทำความเข้าใจกับโครงสร้างของกระดาษลูกฟูกและมาตรฐานของลอนกระดาษลูกฟูก

2.8.3 กระบวนการปิดผนึก

การปิดผนึกถุง และภาชนะพลาสติก

- ปิดผนึกถุงพลาสติกด้วยเครื่องรีดปากถุงไฟฟ้าขนาดเล็ก
- ปิดผนึกถุงพลาสติกด้วยเครื่องรีดปากถุงไฟฟ้า (ชนิดใช้เท้าเหยียบ) ใช้รีดบรรจุภัณฑ์ทั่วไป ใช้รีดปิดถุงข้าวสาร หรือรอยรีดกว้าง 2.6, 5, 10 มิล บรรจุภัณฑ์ต่างๆ ที่มีน้ำหนักสามารถเปลี่ยนรอยรีดให้เล็กลงได้ประมาณ 3-15 กก. รอยรีด 2.6, 5 มิล

- ปิดผนึกปากขวดพลาสติก ปิดผนึกด้วยแผ่นพลาสติกชนิดประกบด้วยวัสดุต่างชนิดกัน 3 ชั้น ชั้นที่ติดกับปากขวดทำด้วยพลาสติกชนิดที่ละลายเมื่อถูกความร้อนหรือละลายเมื่อตากภาวนชนิดที่ละลายพลาสติก

- ปิดผนึกภาชนะต่างๆ ด้วยพลาสติกรัดรูป
- ปิดผนึกถุงพลาสติกด้วยระบบสูญญากาศ
- หุ้มรัดภาชนะด้วยฟิล์มพลาสติก มีทั้งเครื่องที่ใช้และไม่ใช้ไฟฟ้า

การปิดผนึกฝาและจุกขวดแบบต่างๆ ชนิดของฝาและจุกขวดและอุปกรณ์ที่ปิดผนึก

- ฝาจีบ
- ฝาเกลียว
- จุกพลาสติกแบบต่างๆ
- พลาสติกหุ้มรัดปากขวด โดยใช้เครื่องเป่าลม หรือใช้น้ำร้อนต้มเดือดราดหรือจุ่มในน้ำเดือด

2.7.2 วิเคราะห์การเลือกใช้ระบบการพิมพ์สำหรับบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด

การพิมพ์ระบบออฟเซต (Offset Printing)

หลักของการพิมพ์ offset คือ น้ำกับน้ำมันจะไม่รวมตัวกันซึ่งบนแผ่นแม่พิมพ์จะมีทั้งสอง ส่วนคือ บริเวณที่ไม่มีภาพก็จะเป็นที่รับน้ำและในส่วนที่มีภาพก็จะเป็นสารเคมีที่เป็นพวกเดียวกับ หมึกระบบการพิมพ์ออฟเซต กระดาษที่ใช้พิมพ์กับระบบการพิมพ์ออฟเซต ควรมีคุณสมบัติดังนี้

1. มีผิวเรียบเพื่อรับหมึกได้ดี
2. ไม่มีขุยและฝุ่นบนผิวกระดาษ เพราะจะทำให้ภาพพิมพ์มีรอยต่างของขลุ่ยกระดาษ
3. ด้านทานน้ำและความชื้นได้ดีไม่ยัดง่ายเมื่อถูกความชื้น
4. มีเนื้อกระดาษสม่ำเสมอและรับหมึกได้ดี

5. มีความราบเรียบตลอดทั้งแผ่นเพื่อให้ป้อนเข้าเครื่องได้สะดวก
ในกรณีของกระดาษอาร์ตหลายผ้า อาร์ตหนังไก่และกระดาษบัมหลายต่าง ๆ ก็ยังสามารถใช้พิมพ์ด้วยระบบ
ออฟเซ็ทได้ดีเพราะการถ่ายทอดภาพโดยผ่านผ้าอย่างแบบลงเกต ทำให้มีความยืดหยุ่นตัวดีและแรงกดใน
การพิมพ์ก็มีมาก

สิ่งพิมพ์ที่เหมาะสมกับระบบ offset

ระบบออฟเซ็ทเป็นระบบการพิมพ์ที่ใช้กันมากที่สุดในโลกในปัจจุบัน เพราะให้งานพิมพ์ที่สวยงาม
มีความคล่องตัวในการจัดอาร์ตเวิร์คและไม่ว่าจะออกแบบอย่างไรการพิมพ์ก็ไม่ยุ่งยากมากจนเกินไป
ประกอบกับความก้าวหน้าในการทำฟิล์มและการแยกสีในปัจจุบัน ทำให้ยังพิมพ์จำนวนมากเท่าไรก็
จะยิ่งถูกลง สิ่งพิมพ์ที่จะพิมพ์ด้วยระบบออฟเซ็ทควรมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. มีจำนวนพิมพ์ตั้งแต่ 3,000 ชุด ขึ้นไป
2. มีภาพประกอบหรืองานประเภท กราฟ มาก
3. ต้องการความรวดเร็วในการจัดพิมพ์
4. ต้องการความประณีต สวยงาม
5. เป็นการพิมพ์หลายสีหรือภาพ สีสีที่ต้องการความสวยงามมากๆ
6. มีงานอาร์ตเวิร์คที่มีความยุ่งยากสลับซับซ้อนมาก
7. มีงบประมาณในการจัดพิมพ์เพียงพอระบบออฟเซ็ทสามารถให้งานพิมพ์ที่คุณภาพดีได้เพราะ

- การถ่ายทอดภาพกระทำโดยการถ่ายทอดลงบนผ้าอย่างแบบลงเกตก่อนแล้วจึงถ่ายทอด ลงบน
กระดาษทำให้การถ่ายทอดหมึกเป็นไปอย่างสม่ำเสมอ
- สามารถใช้สกรีนที่มีความละเอียดมากๆถึง 175 -200 เส้นนิ้วได้ทำให้ภาพที่ออกมาละเอียด 3.
การพิมพ์ภาพสี

สีสะดวกสามารถปรับตำแหน่งแม่พิมพ์และกระดาษ ให้ลงในตำแหน่งที่ตรงกัน

- สามารถพิมพ์ลงบนกระดาษได้เกือบทุกชนิด

เทคนิคการพิมพ์ระบบเฟล็กโซกราฟี (Flexography)

หลักการพิมพ์ระบบเฟล็กโซกราฟี (Flexography) นั้น แม่พิมพ์ทำด้วยยางบริเวณที่เกิด ภาพ จะ
นูนสูงขึ้นมาจากพื้นเช่นเดียวกับ แม่พิมพ์ในระบบเลตเตอร์เพรส การทำแม่พิมพ์จะต้องทำ แม่พิมพ์บน
สังกะสีก่อนแล้วจึงเอา bakelite ไปทาบนแผ่นสังกะสีที่กัดกรวดเป็นแม่พิมพ์เมื่อถ่าย แบบมาแล้วนำแผ่น
ยางไปอัดบน bakelite จึงจะได้แม่พิมพ์ยางออกมามีกรรมวิธีก็คล้ายคลึงกับ การตรายางที่ใช้ปั๊มในสำ
นักงานทั่วไป แม่พิมพ์ยาง ที่ได้เรียกว่า polymer plate ซึ่งเป็นยาง สังเคราะห์มีความเหมาะสมในการใช้
งาน เพราะทนทานรับหมึกได้ดี T ระบบการพิมพ์จะมีลูกกลิ้งยางจุ่มอยู่ในอ่างหมึก ลูกกลิ้งจะพาหมึกมา
ติดที่ลูกกลิ้งเหล็ก ลูกกลิ้งเหล็กนี้จะถ่ายถอดหมึกไปให้ลูกกลิ้งอีกลูกที่จะถ่ายทอดหมึกให้แม่พิมพ์ยาง
แล้วค่อยถ่ายถอดลงบนผิวของวัตถุโดยมีลูกกลิ้งเหล็กอีกอันติดอยู่บรรจุก้อนที่ทำด้วยระบบเฟล็กโซ
ก็ได้แก่กล่องกระดาษลูกฟูกกระดาษ ถุงปูนซีเมนต์ ถุงใส่ปุ๋ย ถุงพลาสติกใหญ่ๆ กล่องนม UHT
 เป็นต้น

ความรู้เกี่ยวกับสีโดยทั่วไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อการเรียนการสอน ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
Process Color เป็นการพิมพ์ที่ใช้สีตั้งแต่ 2 สีขึ้นไปทำให้เกิดภาพที่มี shade สีหลากหลาย ด้วย
สีที่มีคุณสมบัติโปร่งแสง(Transparency) สี Process Color ประกอบด้วย CMYK

- Cyan สีฟ้า
- Magenta สีม่วงแดง

- Yellow สีเหลือง

- Black สีดำ

Solid Color สีพิมพ์มีหลากหลายเฉดสีตามความต้องการของลูกค้า

การพิมพ์ระบบซิลค์สกรีน

การพิมพ์ซิลค์สกรีน ก็คือการนำผ้าไหม (silk) ที่ผลิตขึ้นมาเพื่อการพิมพ์นี้โดยเฉพาะนำมาซึ่งให้ตั้งกับ ขอบไม้หรือกรอบโลหะ แล้วสร้างภาพขึ้นบนผ้าไหมซึ่งมีสภาพเป็นฉากพิมพ์ (screen) ปิดกันในส่วนที่ไม่ต้องการให้เกิดเป็นภาพที่บิด และปล่อยให้ส่วนที่ต้องการให้เป็นภาพโปร่งไว้การพิมพ์ปิดกันผ้าไหมนี้มีหลายวิธีการเช่น ระบายด้วยสีน้ำมัน แคลแลค พิล์ม ตลอดจนจนถึงการใช้กาวกับน้ำยาไวแสง ปิดกัน และเมื่อนำแผ่นฟิล์มไปวางทาบลงบนสิ่งที่จะพิมพ์ทั้งรูปทรง 3 มิติหรือ แผ่นเรียบที่มีพื้นผิวไม่ขรุขระมากเช่น กระดาษ ผ้า แก้ว พลาสติกโลหะ ไม้ ฯลฯ แล้ว หยอดสีลง บนแม่พิมพ์ใช้ยางปาด (squeegee) ที่มีผิวหน้าตัดเรียบ ปาดดันสีให้ผ่านแม่พิมพ์ทะลุ ออกไปติด บนพื้นรองรับ ซึ่งก็จะได้ภาพพิมพ์ตามที่ต้องการ

การพิมพ์ด้วยระบบซิลค์สกรีนนี้มีบทบาทกับภาชนะบรรจุภัณฑ์เป็นอย่างมากเพราะเป็น วิธีเดียวที่จะพิมพ์บนวัสดุหรือภาชนะผิวโค้งเช่น ขวดแก้วขวดพลาสติก กระป๋องโลหะที่ผ่านการขึ้นรูปแล้ว จากการพิมพ์ระบบต่างๆที่กล่าวมาแล้วจะเห็นว่าเทคนิคและระบบการพิมพ์ที่นำมาใช้พิมพ์บนบรรจุภัณฑ์มากมายหลายกรรมวิธีและมีใช้ว่าจะมีแต่กรรมวิธีที่กล่าวมาแล้วเท่านั้น ระบบการพิมพ์ในปัจจุบันนับว่ามีการพัฒนาก้าวหน้าไปมากระบบการพิมพ์ต่างๆถูกคิดค้นมา มากมาย แต่ถึงอย่างไรก็เป็นการแตกยอดออกไปในกระบวนการพิมพ์ 4 ประการ หรือการประสาน กันในเทคนิคกรรมวิธีที่กล่าวมาแล้วข้างต้น เช่น การพิมพ์ระบบอิงค์เจ็ท เป็นการพิมพ์ด้วยการยิง หมึกออกมาเป็นจุดประกอบเป็นตัวอักษร และข้อความต่อเนื่องบนบรรจุภัณฑ์ก็พัฒนาขึ้นมาแทน การพิมพ์แบบ stencil และ silk screen การพิมพ์ระบบแพด (pad transfer printing) ก็เป็นการประสานหลักการระหว่างการพิมพ์ระบบออฟเซตซิลค์สกรีนและเฟล็กโซเพื่อให้พิมพ์บนวัตถุที่มีพื้นผิวต่างระดับกันได้ เป็นต้น

2.7.3 สรุปผลการเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ และระบบการพิมพ์สำหรับบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด

1. บรรจุภัณฑ์ประเภทถาดหลุม

วัสดุที่เหมาะสมนำมาวิเคราะห์มี 2 ชนิด

1. PS

2. OPS

เงื่อนไขในการพิจารณา

1. ต้นทุนในการผลิตต่ำ

2. ป้องกันการผ่านเข้าออกของน้ำและอากาศได้

3. ขึ้นรูปได้ง่าย

4. แข็งแรง ทนต่อแรงกระทำต่างๆ

	ต้นทุนในการผลิต ต่ำ x2	ป้องกันการผ่านเข้า ออกของน้ำและ อากาศได้ x4	ขึ้นรูปได้ง่าย x4	แข็งแรง ทนต่อแรง กระทำต่างๆ x3	รวม
พลาสติก PS	3	3	3	3	39
พลาสติก OPS	4	4	3	3	45

2. บรรจุภัณฑ์ประเภทกล่อง

วัสดุที่เหมาะสมนำมาวิเคราะห์มี 3 ชนิด

1. พลาสติก PP
2. พลาสติก PE
3. พลาสติก PVC

เงื่อนไขในการพิจารณา

1. ต้นทุนในการผลิตต่ำ
2. ขึ้นรูปได้หลายรูปแบบ
3. สวยงาม
4. ทนทานต่อรอยขีดข่วน
5. ความใส

	ต้นทุนในการ ผลิตต่ำ x3	ขึ้นรูปได้หลายรูป แบบ x2	สวยงาม x4	ทนทานต่อรอย ขีดข่วน x2	ความใส x4	รวม
พลาสติก PP	3	3	4	2	4	51
พลาสติก PE	4	4	3	2	3	45
พลาสติก PVC	3	4	3	4	3	44

3. บรรจุภัณฑ์ประเภทกล่องกระดาษ

วัสดุที่เหมาะสมนำมาวิเคราะห์มี 2 ชนิด

1. กระดาษแข็งเคลือบ
2. กระดาษอาร์ตการ์ด

เงื่อนไขในการพิจารณา

1. ต้นทุนในการผลิตต่ำ
2. สวยงาม โดดเด่น เสริมภาพพจน์ที่ดีให้สินค้า
3. ขึ้นรูปได้ง่าย
4. คุ้มผลิตภัณฑ์ได้ตลอดอายุการใช้งาน
5. ความสวยงามในการพิมพ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อการศึกษานี้เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่าในรูปแบบใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	ต้นทุนในการผลิตต่ำ x3	สวยงาม โดดเด่น เสริมภาพพจน์ที่ดีให้สินค้า x3	ขึ้นรูปได้ง่าย x4	คุ้มผลิตภัณฑ์ได้ตลอดอายุการใช้งาน x4	ความสวยงามในการพิมพ์ x3	รวม
กระดาษแข็งเคลือบ	4	3	4	3	3	58
กระดาษอาร์ตการ์ด	2	4	4	4	4	62

2.8 ข้อบังคับทางกฎหมายเกี่ยวกับกราฟิกและบรรจุภัณฑ์

พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522

สาระสำคัญในพระราชบัญญัติฉบับนี้สามารถแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ การขึ้นทะเบียนตำรับอาหารและฉลากอาหาร

(1) การขอขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร ตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 กำหนดให้ผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าซึ่งอาหารควบคุมเฉพาะต้องนำอาหารนั้นมาขอขึ้นทะเบียนตำรับอาหารก่อน เมื่อได้รับใบสำคัญการขึ้นทะเบียนแล้วจึงผลิตหรือนำเข้าเพื่อจำหน่ายได้หากฝ่าฝืนต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 2 ปีหรือปรับไม่เกิน 20,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ประเภทอาหารที่ต้องขอขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ คือ

1. อาหารควบคุมเฉพาะ มี 39 ประเภท
2. อาหารที่กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐานมี 9 ประเภท
3. อาหารที่กำหนดให้เป็นอาหารที่ต้องมีฉลากมี 2 กลุ่มคือ

3.1 กลุ่มอาหารที่ต้องส่งมอบฉลากให้คณะกรรมการอาหารและยา (อย) พิจารณาก่อนนำไปใช้

3.2 กลุ่มอาหารที่ไม่ต้องส่งมอบให้คณะกรรมการอาหารและยา (อย) พิจารณา

(2) การขอขึ้นทะเบียนฉลากอาหาร

อาหารควบคุมเฉพาะที่กำหนดคุณภาพและที่กำหนดให้มีฉลากต้องขึ้นทะเบียนอาหารและขออนุญาตใช้ฉลาก

เมื่อได้รับอนุญาตแล้วจึงทำการผลิต อาหารที่ต้องขออนุญาตใช้ฉลากมี 4 กลุ่มคือ

1. อาหารควบคุมเฉพาะที่ผลิตจากสถานที่ผลิตที่ไม่เข้าข่ายเป็นโรงงาน คือ มีเครื่องจักรตั้งแต่ 5 แรงม้า หรือ คนงาน 7 คนขึ้นไป ฉลากอาหารที่ใช้ของกลุ่มนี้จะเริ่มต้นด้วยตัวอักษร "ผ" ดังแสดงในรูปที่ 9.1 โดยที่ "นป" หมายถึง น้ำปลา และ "ช" หมายถึง น้ำส้มสายชู ซึ่งเป็นอาหารควบคุมเฉพาะใน 39 ประเภท ในกรณีที่ผลิตจากผู้ผลิตในประเทศไม่เข้าข่ายโรงงานอุตสาหกรรมจะใช้ตัวย่อ "ฉผ" หมายถึง ฉลากผลิต ดังนั้นบนทะเบียนฉลากอาหารจะกลายเป็น "ฉผนป" และ "ฉผช" ตามลำดับ ส่วนหมายเลขที่ตาม คือ หมายเลขที่และปีที่ได้รับการขึ้นทะเบียนฉลากอาหารนั้นๆ ส่วนอาหารที่นำเข้าจะใช้อักษร "ส" แทน "ผ" และ "ฉผ" ในปี พ.ศ. 2536 กระทรวงสาธารณสุขอนุญาตให้ขึ้นทะเบียนที่สำนักงานสาธารณสุขอำเภอหรือสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดของแต่ละที่ได้ ดังนั้นจึงเกิดอักษรตัวย่อของจังหวัดนำหน้าอักษรรหัส เช่น การขอขึ้นทะเบียนฉลากอาหารที่นครปฐม จะมีตัวย่อ นฐ. ระบุไว้ในเครื่องหมาย อย.

2. อาหารที่ ถูกกำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน

3. อาหารที่ถูกนำเข้าประเทศเพื่อจำหน่ายซึ่งไม่ใช่อาหารควบคุมเฉพาะ

4. อาหารอื่นที่มีการจำหน่ายและรัฐมนตรีออกประกาศกำหนดให้เป็นอาหารที่ต้องมีฉลาก คือ อาหารประเภทที่ 1 และประเภทที่ 2 และบางส่วนของประเภทที่ 4 ตามที่ประกาศกำหนดต้องมีฉลากที่ได้รับอนุญาต จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาซึ่งต้องมีข้อมูลดังนี้

4.1 เครื่องหมายเลขทะเบียนหรือเลขอนุญาตใช้ฉลากอาหารพร้อมปีที่ให้อนุญาตซึ่งอาจเขียนเต็ม เช่น 2541 หรือเขียนย่อ เช่น 41 ก็ได้ ผู้ที่ได้รับใบสำคัญการใช้ฉลากแล้วให้แสดงเลขที่อนุญาตในฉลากอาหารด้วยตัวอักษรไม่เล็กกว่า 2 มิลลิเมตรในกรอบพื้นที่สีขาวโดยสีของกรอบให้ตัดกับสีพื้นของฉลาก

4.2 น้ำหนักสุทธิหรือปริมาณสุทธิ ซึ่งหมายถึงน้ำหนักหรือปริมาตรของอาหารที่ไม่รวมภาชนะบรรจุ ส่วนน้ำหนักอีกประเภทหนึ่งที่ให้แสดงคือ น้ำหนักเนื้ออาหาร (Drained Weight) ซึ่งเป็นน้ำหนักของอาหารที่เป็นเนื้อหรือของแข็งโดยได้กรองส่วนที่เป็นของเหลวแยกออกแล้ว

4.3 ชื่อภาษาไทย กำหนดให้ใช้อักษรสีเดียวกัน ซึ่งอาจมีชื่อได้ 2 ส่วน คือ
(ก) ชื่อตามกฎหมายที่กำหนดให้เรียกผลิตภัณฑ์ เช่น บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป
(ข) ชื่อทางการค้า (Brand Name)

4.4 ส่วนประกอบที่สำคัญโดยประมาณ การระบุส่วนประกอบนี้ต้องระบุปริมาณเป็นร้อยละของน้ำหนักและเรียงจากปริมาณมาไปหาน้อย

4.5 การระบุส่วนประกอบหรือวัตถุปรุงแต่งรสอาหาร ส่วนประกอบของอาหารบางประเภทที่ใช้เติมลงในอาหารอาจเป็นอันตรายหรือก่อให้เกิดอาการแพ้ในผู้บริโภคบางกลุ่ม ดังนั้น จึงสมควรอย่างยิ่งที่จะต้องแจ้งชนิดหรือปริมาณของส่วนประกอบหรือวัตถุปรุงแต่งรสอาหารต่างๆ เช่น การใช้ผงชูรส การใช้วัตถุกันเสีย การเจือสี การแต่งรสหรือกลิ่น เป็นต้น

4.6 ระบุวันที่ผลิตหรือวันที่หมดอายุ โดยปกติอาหารที่มีอายุการเก็บยาวนาน เช่น อาหารกระป๋อง มักจะระบุวันที่ผลิต ในทางตรงกันข้าม อาหารที่มีอายุการเก็บสั้น เช่น อาหารนม เป็นต้น จะระบุวันที่หมดอายุหรือวันที่ควรบริโภคก่อน

4.7 ชื่อผู้ผลิต ผู้จำหน่าย หรือผู้นำเข้าพร้อมที่อยู่

4.8 คำแนะนำในการเก็บรักษาและในการปรุงอาหาร หรือการเตรียมเพื่อบริโภค เช่น อาหารบ้างจำพวกอาจต้องเก็บในสภาพเย็น หรืออาหารที่ใช้อุ่นในไมโครเวฟจำเป็นต้องบอกวิธีการปรุง คำแนะนำสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งจำเป็นมากในการที่ผู้บริโภคจะสามารถบริโภคอาหารที่มีคุณภาพและคุณค่าทางโภชนาการตามที่ได้คาดหวังไว้

4.9 ข้อควรระวังหรือคำเตือนและวิธีการป้องกันอันตรายที่เกิดขึ้น (ถ้ามี) คำเตือนเหล่านี้พบได้จากอาหารที่ทานแล้วทำให้อายากทานอีกเช่น เครื่องดื่มผสมคาเฟอีน เป็นต้น

4.10 สัญลักษณ์รหัสแท่ง

ประกาศคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เรื่อง ข้อความที่พึงแสดงในฉลาก

ด้วยปรากฏว่า สินค้าเสนอขายต่อประชาชนทั่วไปนั้น ถ้าเป็นสินค้าที่มีฉลากแสดงมักใช้ข้อความซึ่งไม่ตรงกับความเป็นจริง หรือเกินความเป็นจริง หรือก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในแหล่งกำเนิดสินค้า หรือใช้ข้อความที่ผู้บริโภคทั่วไปไม่อาจเข้าใจได้ว่าเป็นสินค้าที่นำไปใช้ประโยชน์อย่างใด เป็นต้น ดังนั้นเพื่อให้ผู้บริโภคทราบข้อความเกี่ยวกับสินค้าโดยถูกต้อง และเพียงพอในกรณีที่สินค้ามีคุณภาพหรือปริมาณไม่ตรงกับที่โฆษณาหรือบอกกล่าวของผู้ขายได้ในการนี้สมควรกำหนดข้อความที่ควรมีและไม่ควรมีในฉลากเพื่อประโยชน์แก่ผู้บริโภค จึงออกประกาศดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ในฉลากควรมีข้อความดังต่อไปนี้

- 1.1 ชื่อหรือเครื่องหมายการค้าของผู้ผลิต
- 1.2 สถานที่ผลิต ในกรณีที่สินค้านำเข้าในราชอาณาจักรควรระบุชื่อและที่อยู่ของผู้นำเข้าด้วย
- 1.3 ข้อความแสดงให้ทราบว่าสินค้านั้นคืออะไร มีหรือใช้ประโยชน์อย่างใดตามที่แท้จริง
- 1.4 วันเดือนปีที่ผลิตและวันเดือนปีที่หมดอายุถ้ามี
- 1.5 ปริมาณสุทธิตามกฎหมายว่าด้วยมาตราชั่งตวงวัด
- 1.6 ส่วนประกอบของสินค้า
- 1.7 วิธีใช้
- 1.8 วิธีเก็บรักษา
- 1.9 ข้อควรระวังหรือคำเตือน และวิธีป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นได้จากสินค้าถ้ามี
- 1.10 ราคา

ข้อ 2 ในฉลากไม่ควรมีข้อความดังต่อไปนี้

- 2.1 ชื่อหรือเครื่องหมายการค้าของผู้อื่นโดยที่ผู้ประกอบการไม่มีสิทธิใช้
- 2.2 เครื่องหมายมาตรฐานอุตสาหกรรมของต่างประเทศที่ผู้ประกอบการไม่มีสิทธิใช้
- 2.3 ธงชาติดวงตราเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ของต่างประเทศหรือองค์กระหว่างประเทศ หรือเครื่องหมายอื่นใดที่มีลักษณะคล้ายกับเครื่องหมายดังกล่าว
- 2.4 ข้อความอื่นที่อาจทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดในแหล่งกำเนิด หรือคุณภาพของ สินค้า

ข้อ 3 สินค้าใด ซึ่งทำหรือผลิตในประเทศ ผู้ประกอบการควรแสดงชื่อประเทศซึ่งเป็น แหล่งกำเนิดของสินค้านั้นไว้ด้วย

ข้อ 4 สินค้าใดที่มีส่วนประกอบที่ทำหรือผลิตในหลายประเทศ ถ้าส่วนประกอบที่ทำหรือ ผลิตในประเทศเป็นสาระสำคัญของสินค้าประเภทนั้น ควรแสดงชื่อไว้ด้วย

ข้อ 5 ในการแสดงข้อความตาม ข้อ 1 ข้อ 3 และข้อ 4 ควรปฏิบัติดังนี้

- 5.1 แสดงเป็นภาษาไทยให้ดูง่ายและชัดเจน
- 5.2 ใช้สำนวนภาษาที่ผู้บริโภคทั่วไปสามารถเข้าใจได้หากใช้ข้อความที่เป็น

ภาษาต่างประเทศ ควรมีภาษาไทยกำกับหรือคำอธิบายเป็นภาษาไทยด้วย

ข้อ 6 ความในข้อ 1.5 ข้อ 1.6 ข้อ 1.7 ข้อ 1.8 ข้อ 1.9 ข้อ 3 ข้อ 4 ถ้าไม่สามารถ แสดงในฉลากได้หมด ก็ควรแสดงในเอกสารหรือคู่มือสำหรับใช้ประกอบสินค้านั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

การพัฒนาการออกแบบ

บทที่ 3

การพัฒนาการออกแบบ

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ

จากการรวบรวมข้อมูลในบทที่ผ่านมา สามารถนำมาสรุปวิเคราะห์เพื่อนำมากำหนดแนวทางในการออกแบบได้ดังนี้

เมื่อพิจารณาจากผู้ผลิตคือ ร้านรินขนมไทย จากเดิมที่ทำขายเพียงแต่ในร้าน ปัจจุบันได้มีการเปิดสาขา รวมถึงส่งออกมาขายยังจังหวัดใกล้เคียง กและมีการขยายจากกลุ่มเป้าหมายเดิมเป็นผู้ใหญ่วัยกลางคน ออกไปสู่กลุ่มคนรุ่นใหม่วัยทำงานมากขึ้น เพราะให้คนเหล่านี้มีความสะดวกในการซื้อ อีกทั้งเป็นกลุ่มคนที่มีเวะเวียนท่องเที่ยวบ่อยครั้ง จึงเป็นความสำคัญพื้นฐานในการกำหนดจุดขาย และมีผลต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของสินค้า จากกลุ่มเป้าหมายเดิมของร้านรินขนมไทยที่มีกลุ่มคนในพื้นที่ส่วนมากที่ซื้อ ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงวัยกลางคน อายุประมาณ 40 ปีขึ้นไป เป็นกลุ่มลูกค้าเดิมที่ต้องรักษาไว้ เนื่องจากเป็นกลุ่มลูกค้าประจำที่มีการซื้อเพื่อเน้นรับประทานเอง และให้ความไว้วางใจในรสชาติขนมมาอย่างยาวนาน ส่วนกลุ่มเป้าหมายใหม่เป็นกลุ่มวัยรุ่นวัยทำงาน ที่มาท่องเที่ยว มักจะซื้อเพื่อ รับประทานเองหรือซื้อไปเป็นของฝาก รวมไปถึงการจัดช่องทางจำหน่ายใหม่ ยกกระดับร้านขึ้นไปเป็นศูนย์กลางของฝากของภาคตะวันออกดังนั้น โครงการนี้จึงเป็นการออกแบบตั้งแต่การสร้างภาพลักษณ์ให้กับบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายทั้ง 2 กลุ่ม รวมถึงช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ เพื่อสร้างเอกลักษณ์อันเด่นชัดให้กับร้านรินขนมไทย

แนวความคิดในการออกแบบ

จากที่ได้รวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลสนับสนุนในทุกๆด้านเรียบร้อยแล้ว จึงนำผลของงานวิเคราะห์นั้นมาสร้างแนวความคิดทางการออกแบบ ทั้งแนวความคิดของตราสินค้า, ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และกราฟิก

3.1.1 แนวความคิดของตราสินค้า (Brand Concept)

“ความอบอุ่นที่ส่งทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น”

การถ่ายทอดเคล็ดลับขนมไทยพื้นบ้านจากรุ่นคุณยายสู่รุ่นลูก แสดงออกถึงความเป็นตำนานที่สืบทอดกันมา

3.1.2 แนวความคิดของผลิตภัณฑ์ (Product Concept)

“ขนมไทยหวานธรรมชาติ รสชาติที่คุ้นเคย”

ขนมไทยพื้นบ้านของร้านนั้น ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ ใส่ใจ รักษาคุณภาพโดยการใช้น้ำตาลอ้อยเพื่อให้

3.1.3 แนวความคิดทางการออกแบบ (Design Concept)

“ ความประทับใจการท่องเที่ยวภาคตะวันออก ”

การส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคตะวันออก โดยดึงนำจุดเด่น เอกลักษณ์ของภาคตะวันออกมารวมกันไว้ที่

Unique Selling Point

ความเป็นตำนานขนมไทยที่ผลิตกันมายาวนานจากสูตรของคุณยาย ปรับให้เข้ากับยุคสมัยใหม่ สอดแทรกด้วยเรื่องราวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อสร้างจุดขายในการเป็นศูนย์กลางของฝากภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีสินค้าหลากหลายครบครัน เมื่อพิจารณาถึงความต้องการของผลิตภัณฑ์ในขอบเขตทั้งหมด รวมถึงคุณสมบัติที่บรรจุภัณฑ์ควรมี 4 ประการจึงสามารถสรุปเงื่อนไขและความต้องการในการออกแบบได้ดังนี้คือ

ด้านการบรรจุ

บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถบรรจุสินค้าได้ตามที่กำหนดไว้ โดยสามารถจัดเรียงสินค้าได้อย่างเป็นระเบียบ

ด้านการคุ้มครอง

บรรจุภัณฑ์ ต้องป้องกันการเสียหายจากการเสียหายจากปัจจัยทั้งด้านกายภาพและชีวภาพ ซึ่งส่งผลต่อความสวยงาม ความสดใหม่ และอายุขนม ก่อนถึงมือผู้บริโภคได้

ด้านความสะดวก

1. การผลิต

- การผลิตต้องผลิตงานในระบบอุตสาหกรรม
- ผลิตได้ในราคาที่เหมาะสม

2. การบรรจุ

- บรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะที่สะดวกต่อการบรรจุสินค้า
- มีโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ที่สามารถบรรจุด้วยแรงงานคน

3. การขนส่ง

- บรรจุภัณฑ์ที่สามารถพับแบนราบ หรือสามารถซ้อนทับได้ เพื่อประหยัดเนื้อที่

4. การจัดจำหน่าย

- บรรจุภัณฑ์ที่มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เพื่อสร้างความโดดเด่นบนชั้นวาง โดยยังคงต้องสามารถแยกชนิดและความแตกต่างของสินค้าได้

5. การโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า

- บรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะที่ดึงดูดความสนใจ โฉมหน้าผู้บริโภคอยากซื้อ โดยนำเสนอจุดขายที่แตกต่างจากคู่แข่ง

สำหรับผู้บริโภค

1. การสื่อความหมายต่อผู้บริโภค

- มีรูปแบบที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าใจในตัวสินค้าได้โดยง่าย
- มีข้อมูลสำคัญบอก เช่น วันหมดอายุ น้ำหนักสุทธิ เป็นต้น

2. การขนส่ง

มีขนาดเหมาะสมต่อการซื้อสินค้าแล้วนำกลับไป หรือมีสิ่งช่วยอำนวยความสะดวกในการขนย้ายผลิตภัณฑ์ได้โดยสะดวก

3. การใช้งาน

- มีโครงสร้างที่สามารถใช้งานได้อย่างสะดวก ไม่ซับซ้อนจนเกินความเข้าใจ อำนวยความสะดวกหลังการเปิดใช้บรรจุภัณฑ์ เช่นการเก็บรักษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบให้สำหรับใช้เฉพาะในการศึกษาเท่านั้น มิใช่เอกสารที่เผยแพร่ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ห้ามนำไปคัดลอกหรือเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- มีขนาดเหมาะสมในการบริโภคต่อครั้ง

4. การกำจัดซาก

- สามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์อื่นได้ใหม่

- วัสดุที่นำมาผลิต ต้องไม่ก่อให้เกิดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม

ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า (Promotion)

บรรรุษภัณฑ์ควรทำหน้าที่เป็นสื่อโฆษณาต่อผู้บริโภคโดยตรง และควรมีข้อความแสดงรายละเอียดของสินค้าไว้ในฉลากดังนี้ คือ

1. ชื่อตราหรือสินค้า (Brand name)

ในกรณีที่เป็นชื่อตราสินค้า และทำการจดทะเบียนแล้ว จำเป็นต้องมีคำว่า “เครื่องหมายการค้า” หรือ “Registration mark” กำกับไว้ด้วย

2. ชื่อสามัญของสินค้า

ให้มีข้อความต่อเนื่องกันในแนวนอน อาจแยกเป็นหลายบรรทัดได้ในกรณีที่ไม่สามารถแสดงได้หมด ในบรรทัดเดียว ขนาดของตัวอักษรต้องเท่ากัน ใช้สีเดียวกัน ความเข้มของสีเท่ากัน และแสดงไว้ที่ส่วนสำคัญของฉลาก

3. ข้อความแสดงรสชาติหรือชนิดอาหาร มีสีตัดกับพื้นฉลาก เพื่อให้ข้อความที่ระบุอ่านได้ชัดเจน

4. ข้อความบรรยายคุณประโยชน์และลักษณะของผลิตภัณฑ์เป็นข้อความที่ไม่โอ้อวด ไม่เป็นเท็จ และไม่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญ โดยใช้สีตัดกับพื้นฉลาก

5. ข้อมูลทางโภชนาการ

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ในโครงการเป็นสินค้าที่อยู่ในข่ายผลิตภัณฑ์อาหารที่ต้องแสดงฉลากโภชนาการ ตามประกาศของกระทรวงสาธารณสุขอันได้แก่

1) เป็นอาหารที่มีการกล่าวอ้างโภชนาการ

2) อาหารที่มีการใช้คุณค่าในการส่งเสริมการขายเป็นคุณค่าอาหารหรือโภชนาการ

2. ปริมาณสุทธิ ให้แสดงไว้ที่ส่วนสำคัญของฉลาก ในกรณีอาหารเป็นผงหรือแห้ง หรือก้อน ให้แสดงเป็นน้ำหนักสุทธิในระบบเมตริก (กรัม)

3. ส่วนประกอบสำคัญเรียงจากมากไปน้อย

4. ชื่อและที่อยู่ ของบริษัทผู้ผลิต

5. วันที่ผลิต วันหมดอายุ หรือวันที่ควรบริโภคก่อน แสดงไว้ที่ส่วนหน้าของฉลาก

6. เลขทะเบียนตำรับอาหาร สีของกรอบต้องตัดกับสีพื้นฉลาก สีภายในกรอบต้องเป็นสีขาว ขนาดตัวอักษรที่แสดงเลขทะเบียน หรือเลขอนุญาตใช้ฉลากต้องอยู่ภายในกรอบ และมีขนาดไม่เล็กกว่า 2 มิลลิเมตร

หลังจากพิจารณาในตัวผลิตภัณฑ์ของสินค้าในขอบเขตของโครงการ จนได้เงื่อนไขที่เป็นส่วนสำคัญในการออกแบบแล้ว จึงเริ่มวิเคราะห์ทางด้านการตลาดต่อไป

จากการศึกษาเพื่อหาช่องว่างทางการตลาดของขนมไทย พบว่า ภาพรวมของตลาดขนมไทยในปัจจุบัน แม้จะมีการสร้างจุดขายโดยการประดิษฐ์ตกแต่งขนมให้ประณีต สวยงาม และมีการปรับให้ทันสมัย บริโภคง่ายขึ้น เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคที่เป็นคนรุ่นใหม่ แต่โดยรวมแล้วยังไม่มีร้านใดที่คำนึงถึงตำนานหรือเรื่องราวของขนมไทยในอดีตอย่างจริงจัง จนทำให้วัฒนธรรมการบริโภคของท้องถิ่นหรือคุณค่าความเป็นดั้งเดิมของขนมไทยในอดีตถูกมองข้ามไปส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะไม่ได้เริ่มต้นมาจาก

ความเป็นต้นตำรับขนมไทยอย่างแท้จริง ซึ่งต่างจาก “ร้านขนมไทย” ที่เติบโตมากับขนมไทยที่มีชื่อเสียง ได้รับการยอมรับในด้านของขนมไทยรูปแบบชาววังแท้ๆมายาวนาน จึงต้องการบรรจุภัณฑ์ที่จะเข้ามาช่วยส่งเสริมให้จุดขายเหล่านี้เด่นชัดขึ้น แม้ในปัจจุบันจะมีผู้ผลิตที่นำชื่อของชาววังมาสร้างเป็นจุดขาย แต่ด้วยภาพลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ที่ไม่สร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้บริโภค ทางร้านขนมไทยได้เล็งเห็นช่องว่างตรงจุดนี้ จึงเป็นไปได้ในการที่จะสร้างส่วนแบ่งทางการตลาดให้กับสินค้าได้ กลยุทธ์ทางการตลาดของสินค้า คือ การเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้จุดแข็งที่มีอยู่ของร้านขนมไทยที่เป็นต้นตำรับขนมไทยอย่างแท้จริงอยู่แล้ว ขยายความเป็นชาววังดั้งเดิม ความเป็นขนมไทยในระดับสูงสุดหรือพรีเมียม มาตรฐานเดียวกับชาววังในอดีต ช่วยสร้างความรู้สึกที่ดีให้กับผู้บริโภค ว่าได้บริโภคของดี ของชนชั้นสูงที่เป็นพิเศษหรือแตกต่างเพื่อแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของตนเองที่พิเศษไม่เหมือนใคร ทำให้ยอมที่จะจ่ายในราคาที่แพงกว่าปกติ รู้สึกคุ้มค่า เพิ่มคุณค่าให้กับขนม โดยการออกแบบให้บรรจุภัณฑ์ให้มีรูปแบบที่สอดคล้องกับยุคสมัยและพฤติกรรมของผู้บริโภค สะท้อนถึงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมอันดีงาม

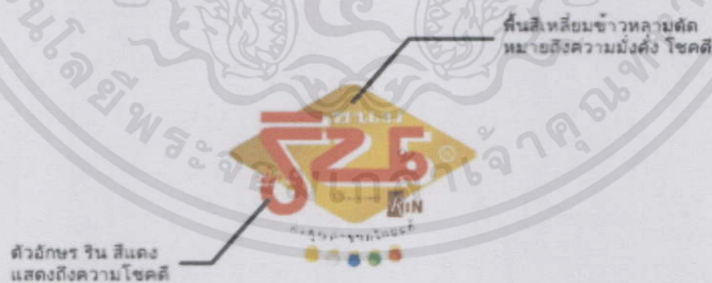
3.2 ขั้นตอนการดำเนินการออกแบบ

3.2.1 การออกแบบชื่อตราสินค้า

เนื่องจากแต่เดิมนั้น ริน เป็นชื่อที่สั้นและมีใช้จำนวนมาก ริน จึงเพิ่มชื่อประกอบค่อนข้างหลากหลาย ทั้งขนมริน รินขนมหวาน และ รินขนมไทย จึงสรุปเลือกใช้ ริน ขนมไทย เพื่อสะท้อนถึงสินค้าที่แสดงถึงความมีตำนานและเรื่องราวที่เหมาะสมกับสินค้า ที่ตั้งใจจะขายขนมของไทย โดยยังคงเน้นให้ ริน ให้เป็นจุดเด่นเสมอ

3.2.2 การออกแบบตราสัญลักษณ์

สามารถออกแบบตราสัญลักษณ์ใหม่ได้ เพื่อให้สามารถสะท้อนกับบุคลิกภาพ ภาพลักษณ์ที่ได้กำหนดไว้ได้อย่างชัดเจนมากขึ้น แต่ยังคงต้องสามารถคงความคล้ายเดิม หรือมีกลิ่นอายของตราสัญลักษณ์ไว้บ้าง เพราะตราสัญลักษณ์นี้กลุ่มผู้บริโภคมีความคุ้นเคยอยู่แล้วกับตราสินค้านี้



การออกแบบตราสัญลักษณ์ขั้นต้น Primary Sketch Logo

สัดส่วนการใช้ตราสัญลักษณ์ เดิม 60 % ร่วมกับการ ออกแบบใหม่ในสัดส่วน 40 %

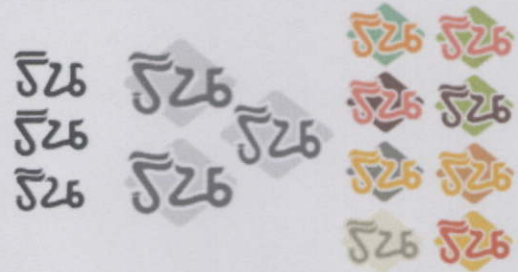
การออกแบบในขั้นตอนแรก แบ่งออกเป็น 2 แนวทางได้แก่

- เอกสารนี้เป็น 1. แนวทางการออกแบบให้ดูทันสมัย เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
- ไม่ว่ากรณี 2. แนวทางการออกแบบโดยเน้นที่ตราสัญลักษณ์เดิม ถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวคิดที่ 1



แนวคิดที่ 2



ภาพที่ 3.1 แสดงการออกแบบตราสัญลักษณ์ในขั้นต้น

โดยแนวทางการออกแบบที่เลือกเพื่อนำไปพัฒนาต่อ คือ แนวทางการออกแบบโดยการเน้นที่ตราสัญลักษณ์เดิม เนื่องจากสามารถตอบโจทย์หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการเลือกแบบได้มากที่สุด คือ สามารถสะท้อนแนวคิดของตราสินค้าได้เป็นอย่างดี สามารถสื่อถึงบุคลิกและภาพลักษณ์ของตราสินค้าได้เป็นอย่างดี และมีความสามารถในการคงความคล้ายเดิม หรือมีกลิ่นอายของตราสัญลักษณ์เดิมไว้ได้อย่างเหมาะสม จึงนำส่วนหลักของตราสัญลักษณ์มาวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์เพื่อพิจารณาเลือกเพื่อนำไปพัฒนาแบบต่อไป จากความเหมาะสม จึงเลือกแนวคิดที่ 2 โดยพัฒนาตราสัญลักษณ์เดิม เพราะเป็นที่รู้จักในพื้นที่อยู่แล้ว อีกทั้งยังเป็นชื่อใช้อยู่ทั่วไป การพัฒนาให้ต่างไปจากเดิมเลยโดนสิ้นเชิง อาจทำให้ผู้บริโภคสับสนได้

หลักเกณฑ์ที่ใช้เพื่อการคัดเลือกแบบที่เหมาะสม

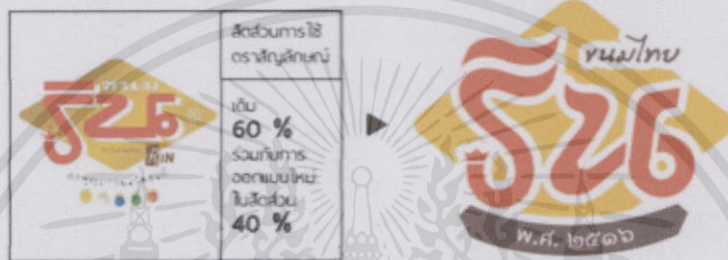
1. ภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือ
2. คงความคล้ายเดิม หรือมีกลิ่นอายของตราสัญลักษณ์เดิมไว้ได้อย่างเหมาะสม
3. จดจำง่าย
4. มีสัดส่วนและความสวยงาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พัฒนาตราสัญลักษณ์



ภาพที่ 3.3 แสดงการพัฒนาแบบตราสัญลักษณ์



การพัฒนาตราสัญลักษณ์ พบว่าแบบที่เลือกนั้นได้มีการลดทอนสัดส่วนเพื่อความสวยงาม รวมถึงเพิ่มความเป็นมาและตำนานให้แก่ตราสินค้า เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์ต่อไป

3.2.3 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

จากแนวคิดในการออกแบบ (Design Concept) “ส่งต่อความประทับใจ” และการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและความต้องการของผู้บริโภคในการซื้อสินค้า สามารถสร้างแนวทางสำหรับการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ด้านการใช้งานโดยเน้นไปที่ความต้องการในการซื้อของผู้บริโภคและความต้องการการปกป้องของสินค้า

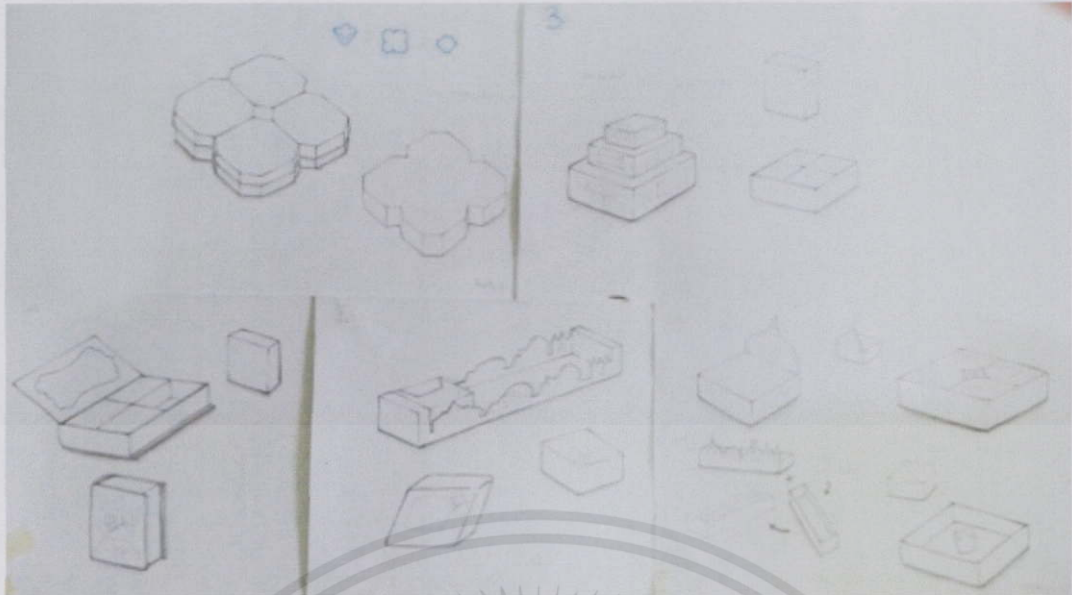
โดยแบ่งออกเป็น

- A. กลุ่มนมมัจฉูด
- B. กลุ่มนมขยายปลีก

แบบร่างครั้งที่ 1

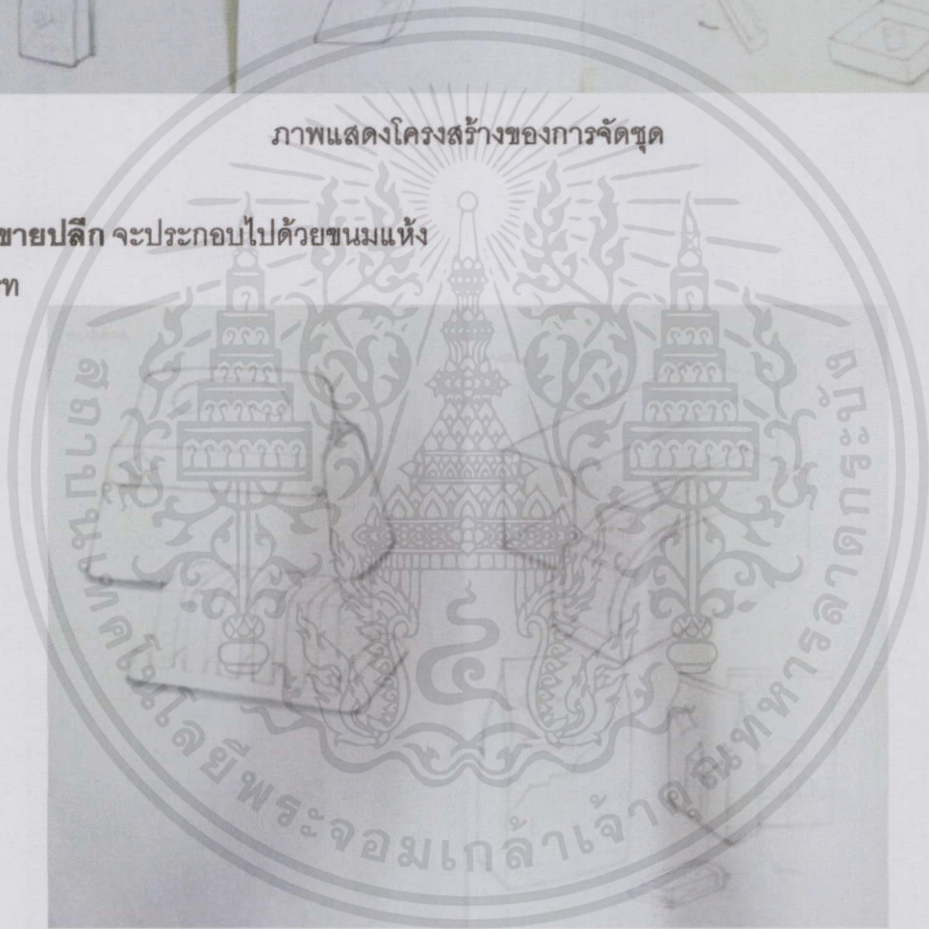
กลุ่มนมมัจฉูด จะประกอบไปด้วยนมสด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

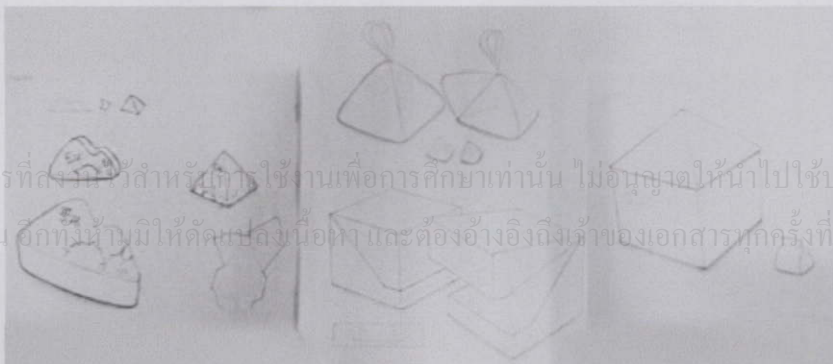


ภาพแสดงโครงสร้างของการจัดชุด

กลุ่มขนมขมขายปลีก็ จะประกอบไปด้วยขนมแห้ง
กระยาสารท

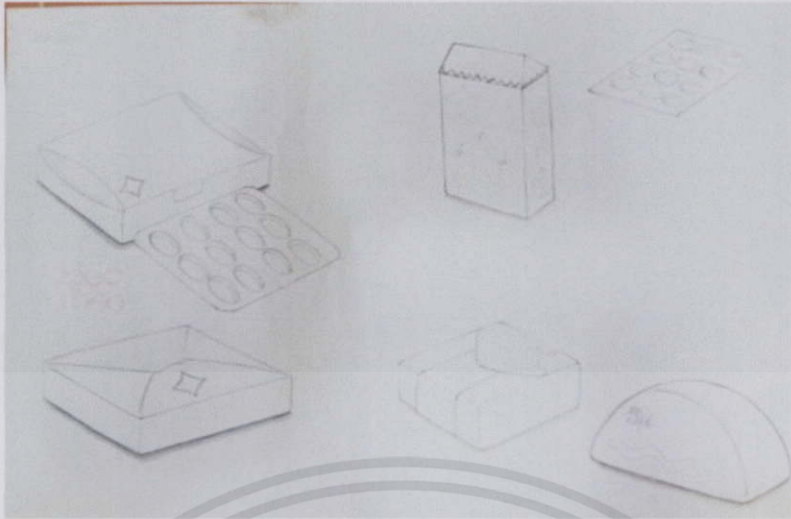


กะลาแม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับทำางใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญางดให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกสิ่งนี้ออก และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ฝอยทองกรอบ ขนมล้าควน ขนมโก้



ข้าวตังแผ่น



ข้าวตังป่น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

หลักเกณฑ์ที่ใช้เพื่อการคัดเลือกแบบที่เหมาะสม

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น ออกทางนามแม่เหล็กแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. สามารถตอบโจทย์เงื่อนไขทางการออกแบบ (Design Requirements) ที่ได้จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้งานในแต่ละชนิดสินค้าได้
2. สามารถมีความเป็นไปได้กับโครงสร้างทางการใช้งาน

3. สามารถผลิตได้ง่ายต่อการผลิต
4. เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย
5. มีความเหมาะสมสำหรับการอยู่บนชั้นวางสินค้า ในด้านขนาดและการจัดวาง
6. สะดวกต่อการขนส่ง

แบบร่างครั้งที่ 2

จากแบบร่างครั้งแรก พบว่ายังขาดเรื่องความคิดสร้างสรรค์ ความแปลกใหม่ อีกทั้งยังไม่มีการจัดชุด นอกเหนือจากชุดขนมสด อาจทำชุดรวมหน่วยเพิ่มอีกเพื่อให้ครอบคลุมความต้องการการซื้อของผู้บริโภค

กลุ่มขนมจัดชุด จะประกอบไปด้วยขนมสด



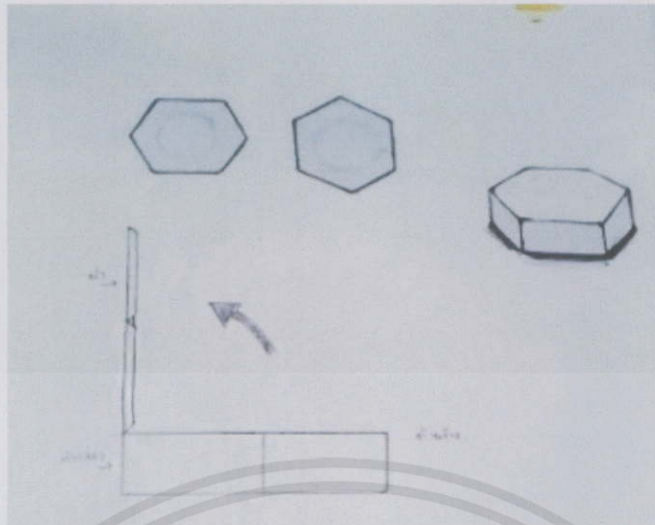
ภาพแสดงโครงสร้างของการจัดชุด

กลุ่มขนมขายปลีก จะประกอบไปด้วยขนมแห้ง คุกกี้

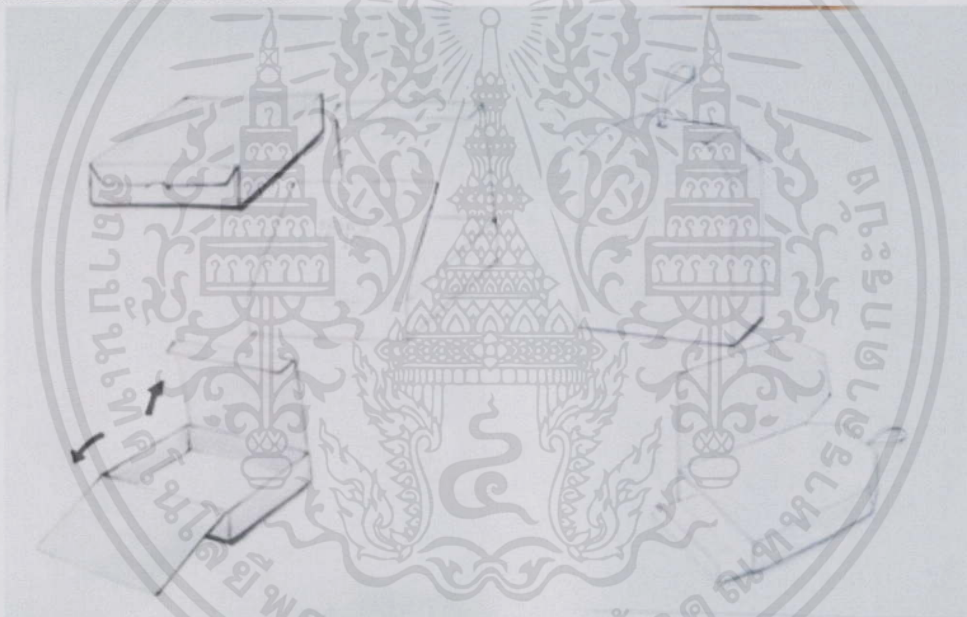


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

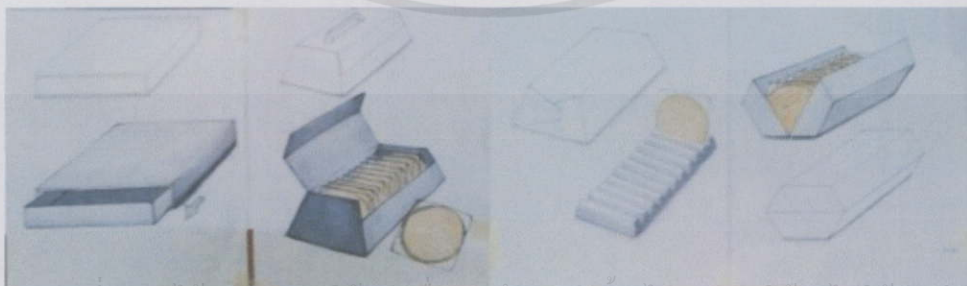
กะลาแหม



ฝอยทองกรอบ ขนมลำดวน ขนมโก๋

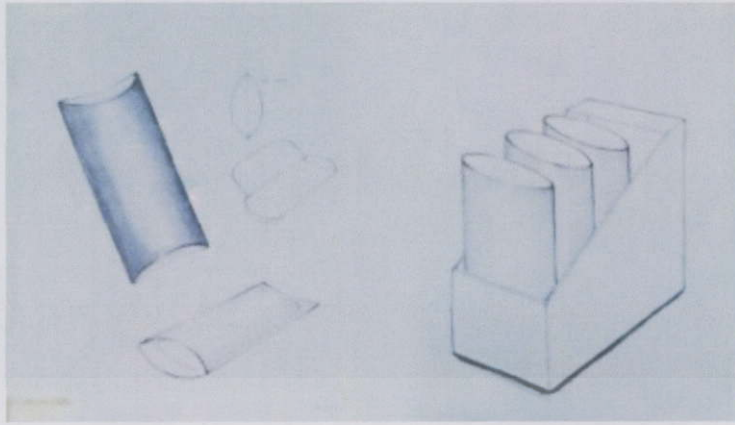


ข้าวตังแผ่น

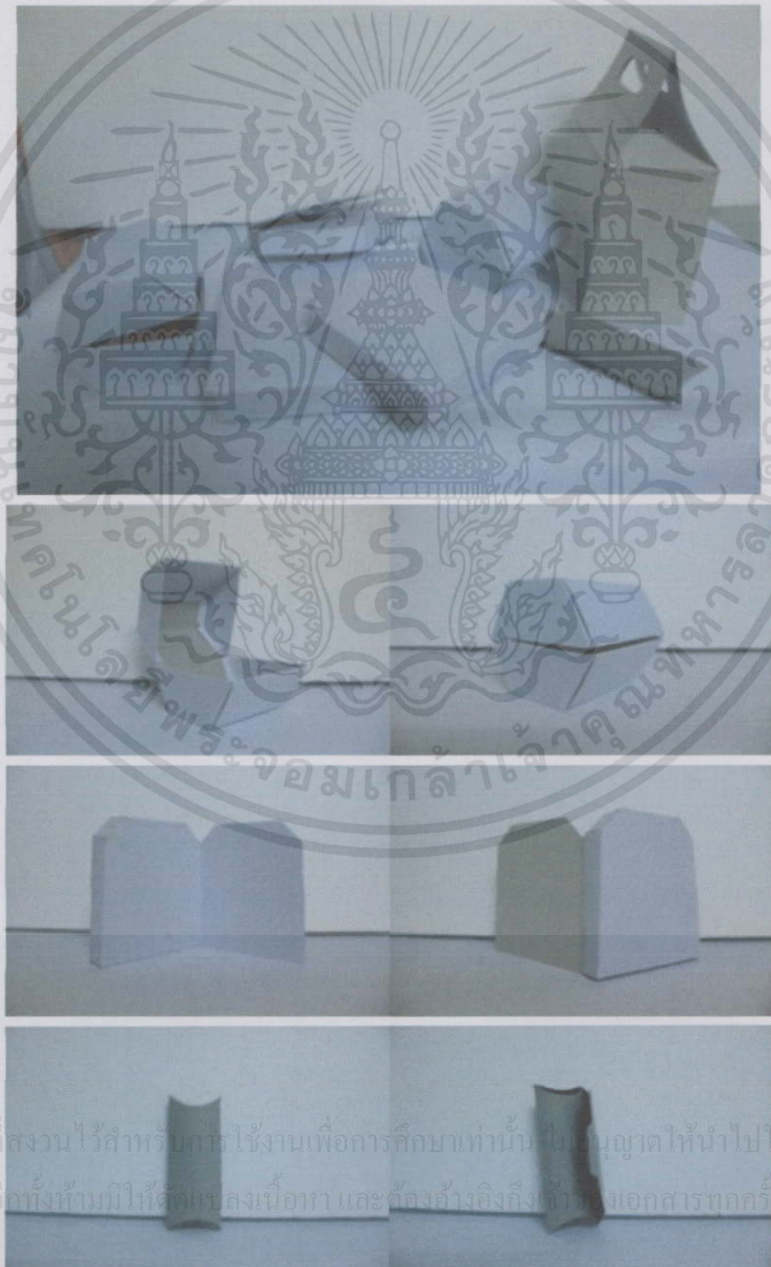


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

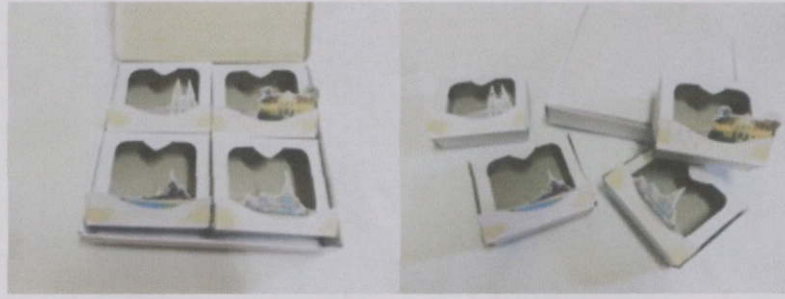
ข้าวตังป่น



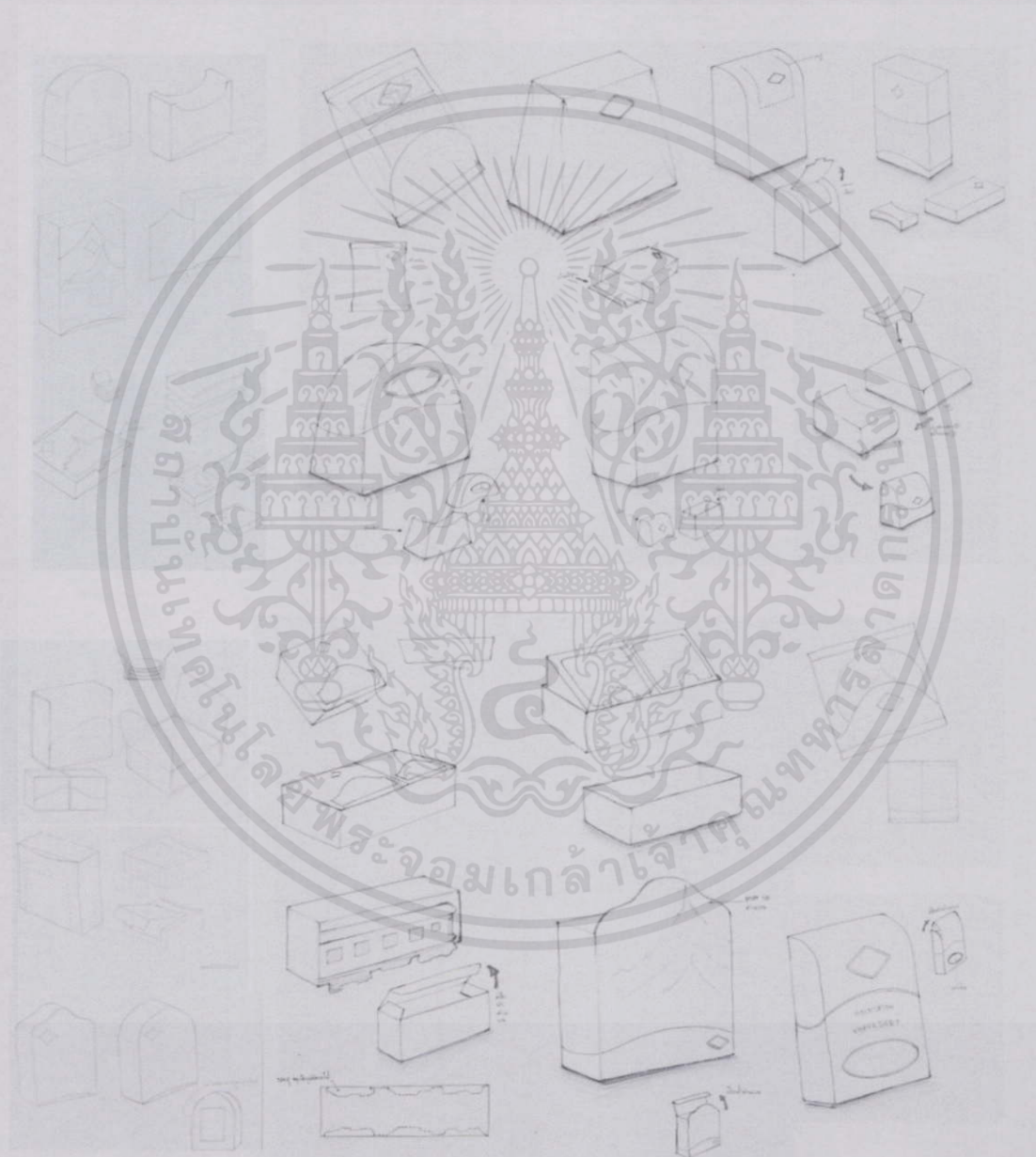
แบบร่างโครงสร้าง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ได้พัฒนาโครงสร้างโดยสร้างให้มีเอกลักษณ์มากขึ้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หลักเกณฑ์ที่ใช้เพื่อการคัดเลือกแบบที่เหมาะสม

1. สามารถตอบโจทย์เงื่อนไขทางการออกแบบ (Design Requirements) ที่ได้จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้งานในแต่ละชนิดสินค้าได้
2. สามารถมีความเป็นไปได้กับโครงสร้างทางการใช้งาน
3. สามารถผลิตได้ง่ายต่อการผลิต
4. เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย
5. มีความเหมาะสมสำหรับการอยู่บนชั้นวางสินค้า ในด้านขนาดและการจัดวาง
6. สะดวกต่อการขนส่ง

3.2.4 การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

จากแนวคิดในการออกแบบ (Design Concept) “ความประทับใจการท่องเที่ยวภาคตะวันออก”

สามารถสร้างแนวทางสำหรับการออกแบบ (Design Route) เพื่อนำไปสู่การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ได้ดังนี้

Design Route 1 เรื่องราวความเป็นมาของภาคตะวันออก

ลักษณะของการออกแบบในทางเลือก Design Route 1 สื่อให้เห็นถึงสื่อให้เห็นถึงความประทับใจในสถานที่และเรื่องราวที่พบความอบอุ่น ความประทับใจ



เรื่องราวความเป็นมา Route 1
สื่อให้เห็นถึงความประทับใจในสถานที่และเรื่องราวที่พบความอบอุ่น ความประทับใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น มิอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามภาพที่ 3.15 แสดง Mood & Tone แนวความคิดที่ 1 ทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Design Route 2 ความหลากหลายครบครันของภาคตะวันออก

ลักษณะของการออกแบบในทางเลือก Design Route 2 สื่อให้เห็นถึงความประทับใจในความหลากหลายของภาคตะวันออก ที่มีทั้งภูเขา ทะเล วัด และสถาปัตยกรรม รวมถึงอาหารการกินที่มีหลากหลาย



ภาพที่ 3.16 แสดง Mood & Tone แนวคิดที่ 2

Design Route 3 ความสนุกสนานในการท่องเที่ยวภาคตะวันออก

ลักษณะของการออกแบบในทางเลือก Design Route 3 สื่อให้เห็นถึงความสนุกสนาน ความประทับใจในภาคตะวันออก ทั้งจากกิจกรรมการท่องเที่ยวของครอบครัวและเพื่อนฝูง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำไว้สำหรับใช้ในการประกอบการศึกษาค้นคว้า โดยอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

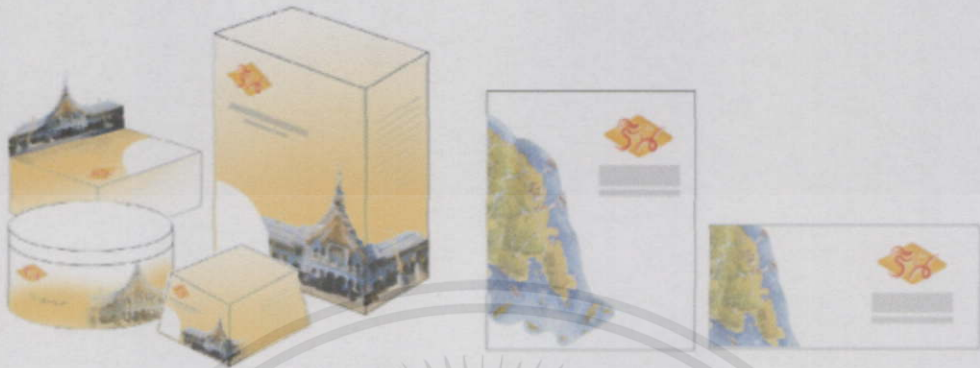
ภาพที่ 3.17 แสดง Mood & Tone แนวคิดที่ 3

แบบร่างกราฟิกครั้งที่ 1

Design Route 1 เรื่องราวความเป็นมาของภาคตะวันออกเฉียง

การใช้ภาพสีน้ำ สื่อสารถึงความประทับใจ ให้ความรู้สึกอบอุ่น ความเก่าแก่เป็นตำนาน

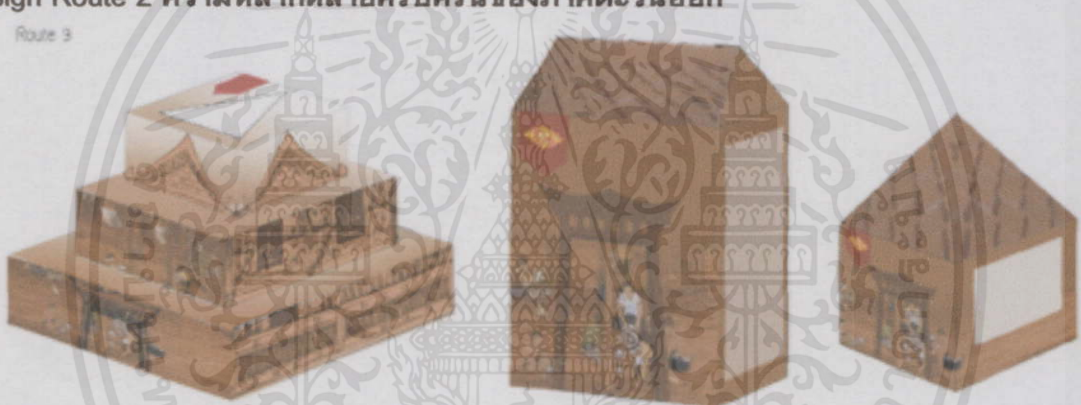
Route 1



ภาพแสดงกราฟิกแนวความคิดที่ 1

Design Route 2 ความหลากหลายครบครันของภาคตะวันออกเฉียง

Route 2



ภาพแสดงกราฟิกแนวความคิดที่ 2

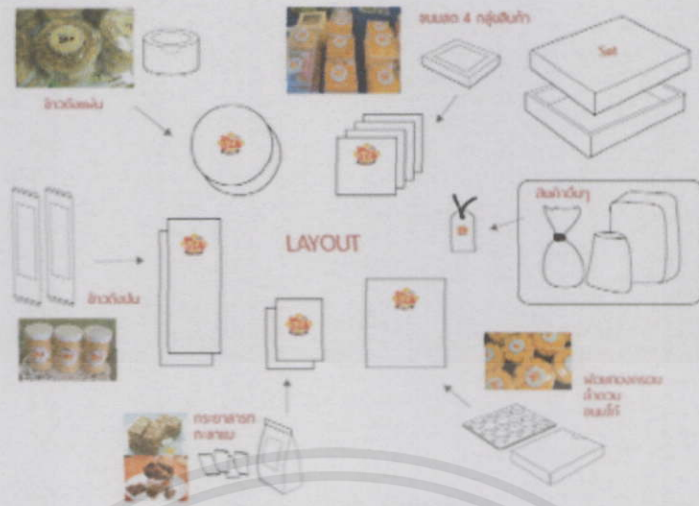
Design Route 3 ความสนุกสนานในการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียง

การใช้ภาพการ์ตูน เพื่อสื่อถึงความสนุกสนานของภาคตะวันออกเฉียงที่มีกิจกรรมหลากหลายมากมาย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับ **ภาพแสดงกราฟิกแนวความคิดที่ 3** ญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบร่างกราฟิกครั้งที่ 2



จึงมีกระบวนการจัดวางฉลากลงบนบรรจุภัณฑ์ โดยแบ่งตามบรรจุภัณฑ์ของขนมชนิดต่างๆ รวมถึงมีป้ายสำหรับสินค้าภายนอกด้วย

Design Route 1 เรื่องราวความเป็นมาของภาคตะวันออก
การใช้ภาพสีน้ำ สื่อสารถึงความประทับใจ ให้ความรู้สึกอบอุ่น ความเก่าแก่เป็นตำนาน

Route 1



ภาพแสดงกราฟิกแนวความคิดที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกริ เช่นนี้เพื่อการศึกษาค้นคว้า เปรียบเทียบให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Design Route 2 ความหลากหลายครบครันของภาคตะวันออก

Route 2



ภาพแสดงกราฟิกแนวความคิดที่ 2

Design Route 3 ความสนุกสนานในการท่องเที่ยวภาคตะวันออก

Route 3



ภาพแสดงกราฟิกแนวความคิดที่ 3

จากการวิเคราะห์เลือกแบบจากแต่ละแนวทาง เพื่อนำมาทำการพัฒนาต่อในส่วนของรายละเอียดรวม ถึงรูปแบบอื่นๆต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพแสดงกราฟิกแบบร่างครั้งที่ 2

แบบร่างกราฟิกครั้งที่ 3

จากแบบร่างครั้งที่ 2 กราฟิกไม่มีเรื่องราว ผู้บริโภคไม่ทราบว่าจะได้อะไรจากการรับประทานขนมไทย นำเสนอไม่ชัดเจน อีกทั้งยังขาดกลยุทธ์การขาย มีวิถีใดในการซื้อบ้าง



มีการเพิ่มฉลากเพื่อแยกชนิดขนมที่ใช้บรรจุภัณฑ์รวมกันหรือใกล้เคียง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**Design Route 1 เรื่องราวความเป็นมาของภาคตะวันออกเฉียง
บอกเล่าเรื่องราวประเพณี ความประทับใจในภาคตะวันออกเฉียง**



ภาพแสดงกราฟิกแนวความคิดที่ 1

**Design Route 2 ความหลากหลายครบครันของภาคตะวันออกเฉียง
การใช้กราฟิกรวมเพื่อให้เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสินค้า**



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกสิ่งนี้ลงเอกสาร และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพแสดงกราฟิกแนวความคิดที่ 2

Design Route 3 ความสนุกสนานในการท่องเที่ยวภาคตะวันออก
การใช้ภาพการ์ตูน เพื่อสื่อถึงความสนุกสนานของภาคตะวันออกที่มีกิจกรรมหลากหลาย
มากมาย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพแสดงกราฟิกแนวความคิดที่ 3

แบบร่างกราฟิกครั้งที่ 4

Route 1

ตำนานเรื่องราวความเป็นมาภาคตะวันออก



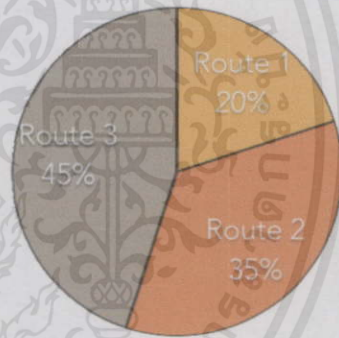
Route 2

ความหลากหลายของภาคตะวันออก



Route 3

ความสนุกสนานการท่องเที่ยวภาคตะวันออก



ได้ทำการรวมแนวทางการออกแบบทั้ง 3 ไว้ด้วยกันโดยให้ % ในการนำเสนอ เพื่อให้เกิดแนวทางใหม่ โดยเราจะมุ่งเน้นไปที่ การเป็นร้านของฝากของจีน การนำเสนอตำนาน ความอร่อย ของจีน และ นำเสนอ ถึงความสนุกสนาน เพื่อนำไปเป็นของฝาก แต่ผู้ที่นึกถึง

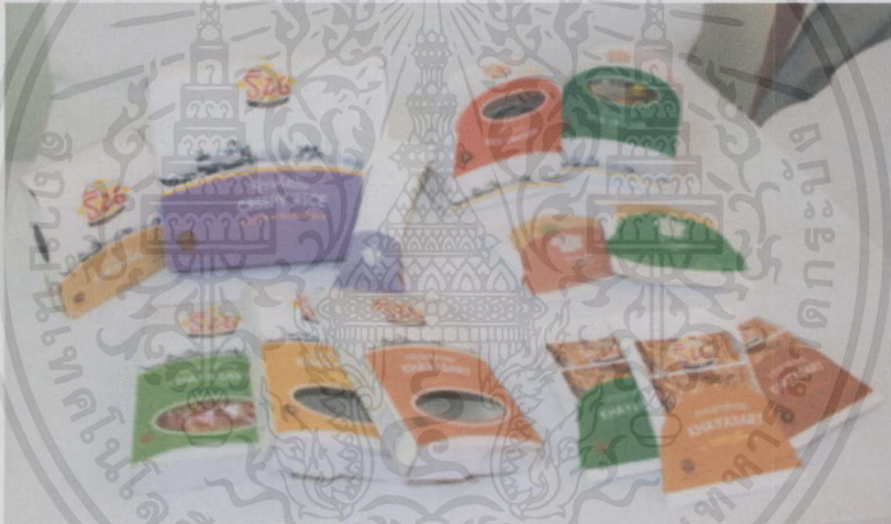
จากการเลือกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ในขั้นต้น จึงได้นำมาศึกษาพัฒนาต่อโดยเลือกมาศึกษาในรูปแบบของโมเดลสตูดิโอเพื่อหาจุดบกพร่องและวิเคราะห์ตามเงื่อนไขต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หมวดขนมไทยสด



หมวดขนมขบเคี้ยว



หมวดขนมของฝาก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



3.2.5 สรุปผลขั้นตอนแบบร่าง

นำการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ด้านการใช้งานและภาพลักษณ์ ที่ผ่านการวิเคราะห์เลือกแบบตามเกณฑ์ที่เลือกแบบที่เหมาะสม ร่วมกับการออกแบบกราฟิกและการสื่อสารบนบรรจุภัณฑ์เพื่อตอบสนองถึงแนวคิดการออกแบบ

ตราสัญลักษณ์



เกณฑ์การพิจารณาเลือก ตราสัญลักษณ์

- ภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือ
- คงไว้ซึ่งเอกลักษณ์เดิม
- จัดจำง่าย
- สดส่วน/ความสวยงาม

grayscale

singlecolor



black&white



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



CORPORATE COLORS

- C: 24 M: 9 Y: 97 K: 0
- C: 14 M: 94 Y: 88 K: 4
- C: 41 M: 78 Y: 67 K: 45

MINIMUM SIZE CORPORATE LOGO



TYPOGRAPHY

ภษคคขงจจชชฌญฎฏฐ
ทฒณตถกทรนบปฝฝฝฝฝ
ภมยรลวศษศษฬอ

ภษคคขงจจชชฌญฎฏฐ
ทฒณตถกทรนบปฝฝฝฝฝ
ภมยรลวศษศษฬอ

การใช้ตราสัญลักษณ์

- ✓ การใช้ตราสัญลักษณ์บนพื้นหลัง



✗ ข้อห้ามตราสัญลักษณ์



3.3 การพัฒนาแนวความคิดและการออกแบบขั้นตอนสุดท้าย (Final Design)

3.3.1 วิเคราะห์ส่วนที่ต้องปรับปรุงแก้ไขขั้นตอนแบบร่าง (Design Analysis) การวิเคราะห์นี้ได้มาจากการพิจารณาแก้ไขตามคำแนะนำของคณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์แบบร่าง

ด้านแนวคิดที่มาของการออกแบบ

การได้มาซึ่งแนวคิดยังขาดซึ่งที่ไปที่ไปและไม่สอดคล้องกับภาคีด้านข้อมูลทั้งด้านการตลาดตราสินค้า และสิ่งที่ต้องการสื่อสารกับผู้บริโภค

ด้านการใช้งานและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์

ยังขาดความหลากหลายของการออกแบบในแต่ละชนิดสินค้า ทำให้โครงสร้างด้านการใช้งานยังไม่ตอบสนองกับผู้บริโภคที่ได้ทำการสำรวจมา

ด้านกราฟิกและการสื่อสารบนบรรจุภัณฑ์

กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ยังไม่สามารถสื่อสารถึงสินค้าภายใน ขนมอบะไร กระทั่งความเป็นภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ต้องการจะสื่อสารประเด็นหลัก

Design Requirement

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ หากท่านนำข้อมูลไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. การจัดแยกแยะสินค้าออกได้เป็นหมวดหมู่
2. สามารถจัดชุดสินค้ารวมหน่วยเองได้
3. บรรจุภัณฑ์สามารถสื่อถึงภาพลักษณ์ของผู้ผลิตได้

อย่างเหมาะสม สามารถแสดงออกถึงตำนาน คุณค่าของรินชนมไทย

4. บรรจุภัณฑ์สามารถผลิต บรรจุ จัดวาง และขนส่งได้

สะดวกสำหรับผู้ผลิตและผู้บริโภคตามความเหมาะสมของแต่ละชนิดขนม

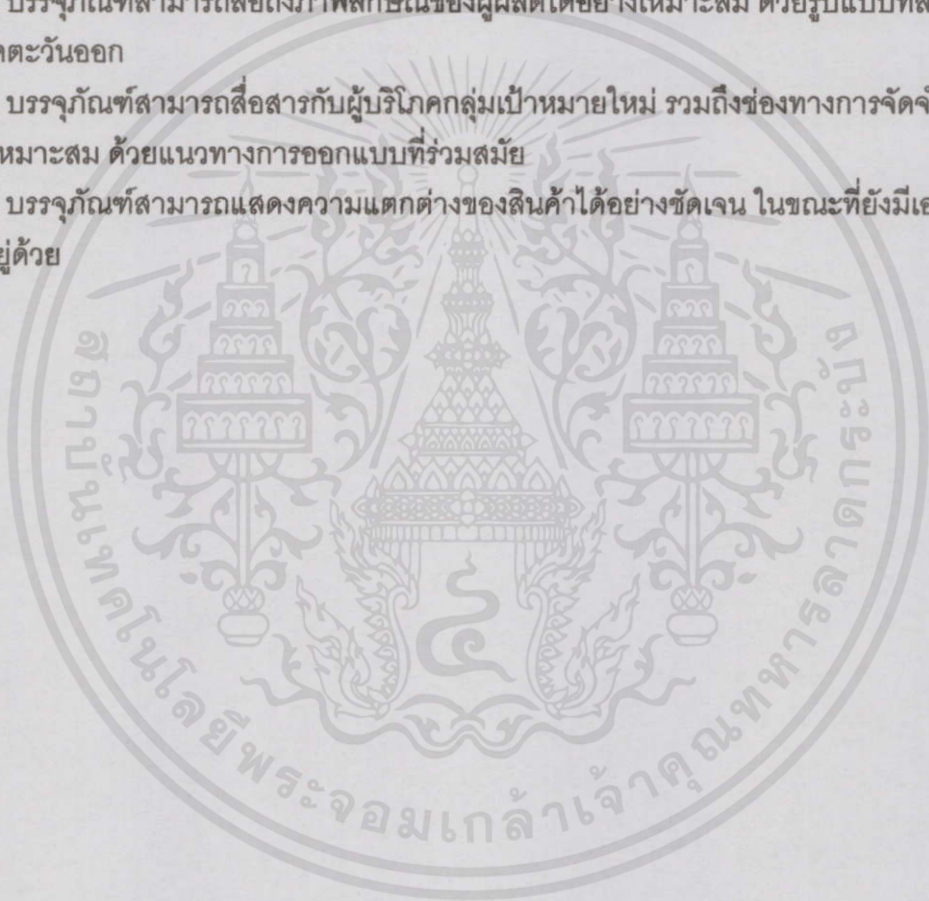
5. การประชาสัมพันธ์เรื่องราวและสถานที่ท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือผ่านบรรจุภัณฑ์

3.3.2 การวิเคราะห์การออกแบบและการประเมินค่า

จากขั้นตอนของการพัฒนาแนวความคิดและการออกแบบที่กล่าวมาทั้งหมดนั้น สามารถนำมาสรุปเป็นผลการออกแบบในขั้นสำเร็จทั้งทางด้านกราฟิกและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ได้ดังนี้

ด้านกราฟิก

1. บรรจุภัณฑ์สามารถสื่อสารกับผู้บริโภคเพื่อให้เข้าใจสินค้าได้อย่างรวดเร็ว
2. บรรจุภัณฑ์สามารถสื่อถึงภาพลักษณ์ของผู้ผลิตได้อย่างเหมาะสม ด้วยรูปแบบที่สื่อถึงการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
3. บรรจุภัณฑ์สามารถสื่อสารกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายใหม่ รวมถึงช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ได้อย่างเหมาะสม ด้วยแนวทางการออกแบบที่ร่วมสมัย
4. บรรจุภัณฑ์สามารถแสดงความแตกต่างของสินค้าได้อย่างชัดเจน ในขณะที่ยังมีเอกลักษณ์ร่วมกันอยู่ด้วย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

การนำเสนอผลงานการออกแบบ

บทที่ 4

การนำเสนอผลงาน

4.1 ภาพถ่ายหุ่นจำลองผลงานขั้นสุดท้าย

4.1.1 ภาพถ่ายรวมสินค้าทุกชนิด



ภาพที่ 4.1 แสดงภาพถ่ายหุ่นจำลองรวมสินค้าทุกชนิด

4.1.2 สินค้าประเภทขนมสด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.2 แสดงภาพถ่ายหุ่นจำลองประเภทขนมสด

4.1.3 สินค้าประเภทขนมสด จัดเป็นชุด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกหนึ่งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
ภาพที่ 4.3 แสดงภาพถ่ายหุ้่นจำลองสินค้าประเภทขนมสดจัดเป็นชุด

4.1.4 สินค้าประเภทขนมสด 9 มงคล



ภาพที่ 4.4 แสดงภาพถ่ายหุ่นจำลองสินค้าประเภทขนมสด 9 มงคล

4.1.5 สินค้าประเภทกระยาสารท 4 ชั้น



ภาพที่ 4.5 แสดงภาพถ่ายหุ่นจำลองสินค้าประเภทกระยาสารท 4 ชั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.6 สินค้าประเภทกระยาสารท 8 ชั้น



ภาพที่ 4.6 แสดงภาพถ่ายห่อจำหน่ายสินค้าประเภทกระยาสารท 8 ชั้น

4.1.7 สินค้าประเภทกระยาสารท บรรจุ

6 ซอง



ภาพที่ 4.6 แสดงภาพถ่ายห่อจำหน่ายสินค้าประเภทกระยาสารทบรรจุ 6 ซอง

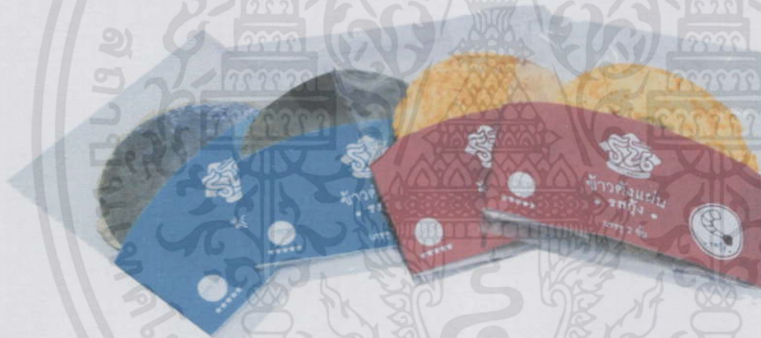
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการเผยแพร่เท่านั้น มิใช่ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.7 สินค้าประเภทขนมไทยแห้ง



ภาพที่ 4.7 แสดงภาพถ่ายหุ้่นจำลองสินค้าประเภทขนมไทยแห้ง

4.1.8 สินค้าประเภทข้าวตังแผ่นแบบซอง



ภาพที่ 4.8 แสดงภาพถ่ายหุ้่นจำลองสินค้าประเภทข้าวตังแผ่นแบบซอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.9 สินค้าประเภทข้าวตังแผ่นบรรจุ 6 ซอง



4.9 แสดงภาพถ่ายหุ้่นจำลองสินค้าประเภทข้าวตังแผ่นบรรจุ 6 ซอง

4.1.10 สินค้าประเภทข้าวตังแผ่นบรรจุ 12 ซอง



เอกสารนี้เป็นเอกสารของบริษัทฯ ที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการดำเนินงานภายในบริษัทฯ เท่านั้น ไม่ควรนำเอกสารนี้ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.10 แสดงภาพถ่ายหุ้่นจำลองสินค้าประเภทข้าวตังแผ่นบรรจุ 12 ซอง

4.1.11 สินค้าประเภทข้าวตังปน กระจุก



4.11 แสดงภาพถ่ายหุ้่นจำลองสินค้าประเภทข้าวตังปนกระจุก

4.1.12 สินค้าประเภทข้าวตังปนแบบกล่องบรรจุ 6 ซอง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.12 แสดงภาพถ่ายหุ้่นจำลองสินค้าประเภทข้าวตังปนแบบกล่องบรรจุ 6 ซอง

4.1.13 สินค้าประเภทกาดะแม



4.13 แสดงภาพถ่ายหุ่นจำลองสินค้าประเภทกาดะแม

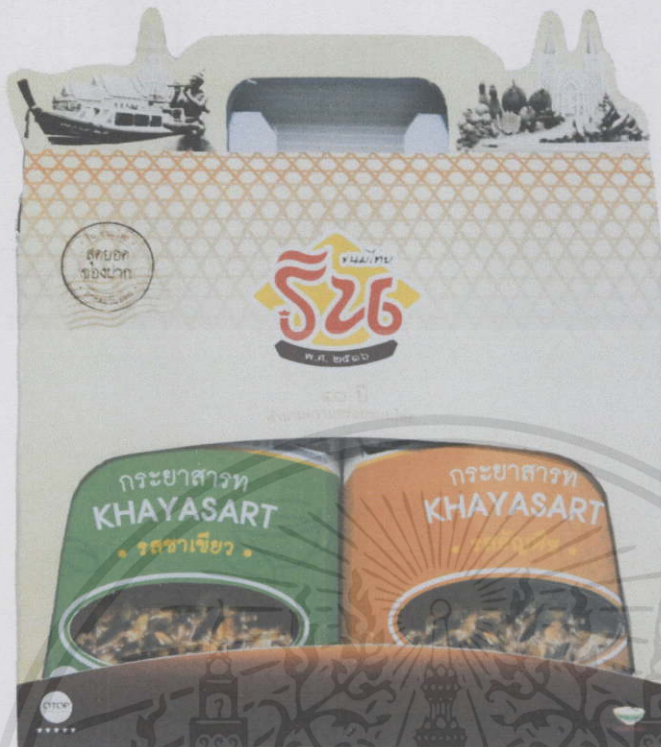
4.1.14 สินค้าประเภททองม้วน



4.14 แสดงภาพถ่ายหุ่นจำลองสินค้าประเภททองม้วน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามทำให้อัดแปลงเนื้อหาบนสิ่งพิมพ์นี้เด็ดขาดของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.15 สินค้าประเภทชุดของฝาก



4.15 แสดงภาพถ่ายหุ่นจำลองสินค้าประเภทชุดของฝาก ชุดกระยาสารทรวมรส



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับภาพใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งยังขอสงวนลิขสิทธิ์ในเนื้อหาและรูปภาพของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.16 แสดงภาพถ่ายหุ่นจำลองสินค้าประเภทชุดของฝาก ชุดรวมขนมไทย



4.17 แสดงภาพถ่ายหุ่นจำลองสินค้าประเภทชุดของฝาก ชุดข้าวตังป่นรวมรส

4.2 ภาพย่อแผ่นนำเสนอผลงาน

แผ่นการนำเสนอผลงานนี้จะเริ่มตั้งแต่การวิเคราะห์ที่มาและแนวความคิดของตราผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการ กำหนดเอกลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์ที่จะสื่อสารให้ผู้บริโภคได้รู้และนำไปใช้ในการพัฒนาแนวความคิดของ ตราผลิตภัณฑ์ แนวความคิดของการออกแบบ โดยจะเน้นการนำเสนอลำดับ ขั้นตอนการคิดวิเคราะห์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์จนกระทั่งการตีความข้อมูลทั้งหมดผ่านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกบรรจุภัณฑ์เพื่อการสื่อสาร



โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกขนมไทย

เพื่อการเป็นศูนย์กลางขนมของฝากภาคตะวันออกภายใต้ตราสินค้า " วิทยนไทย "

เลขที่วิทยนท ๕๒๐๒๐๑๗๙

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มี Riz6 ใช้



• ที่มาและความสำคัญ



ร้านขนม ริน เป็นผู้นำ ธุรกิจขนมหวานไทยของจังหวัดฉะเชิงเทรา มีขนมไทยกว่า 50 ชนิดในปัจจุบัน เปิดกิจการ ประกอบการขนม หวานมา 30 กว่าปี ร้านรินเติบโตขึ้นจนเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป เสมือนหนึ่งว่าเป็น สัญลักษณ์ประจำจังหวัด ฉะเชิงเทรา



นส. ขวัญชนก เข้มเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์สินค้าของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จังหวัดฉะเชิงเทรา



• ที่มาและความสำคัญ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มี R26 ใช้

นส. ขวัญชนก เข้มเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์สินค้าของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จังหวัดฉะเชิงเทรา



สินค้าในปัจจุบัน

กว่า 100 รายการ

จากสินค้าทั้งหมด 500 รายการ



สินค้าจากภายนอก

จากหลายร้อยแบรนด์ทั่วโลก

นส. ขวัญชนก เข้มเพชร 52020179

โครงการอาหารกลางวันโรงเรียนวัดป่าโมกข์ไชย สอนพิเศษโรงเรียนวัดป่าโมกข์ไชย จังหวัดอ่างทอง



ที่มาและความสำคัญ

ร้านริชเช่บ๊วย

ผู้นำทางด้านธุรกิจขนมหวานของจังหวัดฉะเชิงเทรา
เปิดกิจการมานานกว่า 40 ปี จมเป็นที่รู้จักในจังหวัดฉะเชิงเทรา



ริชมองเห็นช่องทางการตลาดที่จะขยายตลาดออกไปทั่วประเทศไทย
โดยต้องการที่จะยกระดับร้านให้เป็นผู้นำของฝากในภาคตะวันออก

จึงต้องการบรรจุภัณฑ์และกราฟิกที่มีเอกลักษณ์
แสดงออกถึงภาคตะวันออก เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้เป็นที่จดจำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการ สำเนาที่จัดระเบียบสินค้าและมือของสินค้า ได้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นส. ขวัญชนก เข้มเพชร 52020179

โครงการอาหารกลางวันโรงเรียนวัดป่าโมกข์ไชย สอนพิเศษโรงเรียนวัดป่าโมกข์ไชย จังหวัดอ่างทอง



• กลุ่มสินค้าของริชนมไทย

แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก

กลุ่มขนมไทยสด



กลุ่มขนมไทยขบเคี้ยว



กลุ่มชุดของฝาก



นส. ขวัญชนก เขียมเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกดีไซน์ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปของหน่วยงานพัฒนาสินค้า/ผลิตภัณฑ์โอท็อปสินค้า - วิทยาลัยฯ



ขนมขบเคี้ยว



ขนมขบเคี้ยว



ขนมขบเคี้ยว



ขนมขบเคี้ยว



ขนมขบเคี้ยว



ขนมขบเคี้ยว



ขนมขบเคี้ยว



ขนมขบเคี้ยว



ขนมขบเคี้ยว



ขนมขบเคี้ยว



ขนมขบเคี้ยว

กลุ่มขนมไทยสด

ลักษณะสินค้า: ส่วนใหญ่เป็นขนมสด ที่เก็บรักษาให้ยาวนาน เสียได้ง่าย ซึ่งเกิดจากความร้อน ความชื้น

ด้านתרברר

ขนมไม่ติดดินและไม่เสียรูปทรงเวลาเบียงรื้อน
กัันด้านการคุ้มครอง

ป้องกันการเสียหายจากการเสียหายจากสภาพแวดล้อม

ด้านความสะดวก

สะดวกต่อการจับถือ น้ำเชื้อไม่รั่วซึมออกมา

ด้านการส่งเสริมการขาย

สามารถยกยอหรือแสดงเอกลักษณ์ของภาค

เอกสารที่ส่งมอบให้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้นขอให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่รุกรานสิทธิทั้งสิ้น อีกทั้งยังขอให้อัปเดตเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นส. ขวัญชนก เขียมเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกดีไซน์ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปของหน่วยงานพัฒนาสินค้า/ผลิตภัณฑ์โอท็อปสินค้า - วิทยาลัยฯ





ข้าวเหนียว



ข้าวเหนียวกล้วย



ข้าวเหนียว



ข้าวเหนียว



ข้าวเหนียว



ข้าวเหนียว



ข้าวเหนียว



ข้าวเหนียว

กลุ่ม ขนมไทยขบเคี้ยว

ลักษณะสินค้า : ส่วนใหญ่เป็นขนมกรอบ เป็นชิ้นพอดีคำ แยกเสียบขายได้ง่าย

ด้านการบรรจุ

การบรรจุขนมให้พอดีกับบรรจุภัณฑ์ ลดการเน่าเสียของว่าง

ด้านการคุ้มครอง

ขนมมีลักษณะกรอบ แตกรักง่าย ต้องป้องกันการเสียหายจากการเสียบขายจากสภาพแวดล้อม

ด้านความสะดวก

สะดวกต่อการขนส่งและการบริโภค

ด้านการส่งเสริมการขาย

สามารถอุปโภคหรือแสดงเอกลักษณ์ของภาคตะวันออกเฉียงใต้

นส. ขวัญชนก เขื่อนเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์อาหารเป็นศูนย์การเรียนรู้ชุมชนเมืองและชนบทด้วยนวัตกรรมอาหารปลอดภัย



กลุ่ม ชุดของฝาก

ลักษณะสินค้า : บรรจุสินค้า 2, 3, 4 ชนิด

ด้านการบรรจุ

สามารถบรรจุสินค้าได้ตามที่กำหนด

ด้านการคุ้มครอง

ต้องป้องกันการเสียหายจากการเสียบขายจากการจัดวาง

ด้านความสะดวก

สะดวกต่อการการบริโภค การหยิบจับ

ด้านการส่งเสริมการขาย

แสดงออกถึงภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อเป็นของ

- ชุดขนมไทยมงคล
- ชุดขนมขบเคี้ยว
- ชุดรวมรสข้าวตังป่น
- ชุดกระยาสารทรวมรส

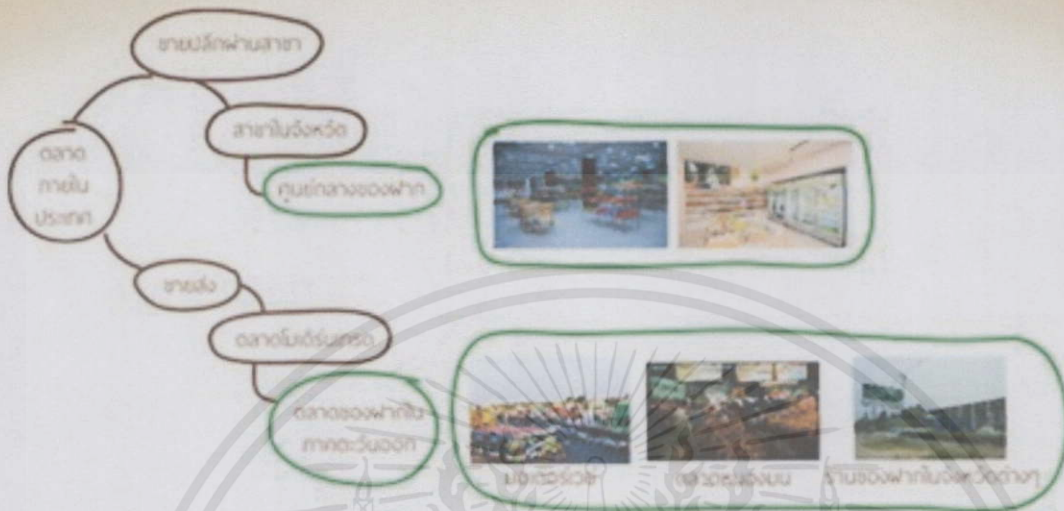
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งงานไว้สำหรับบริการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้นให้ผู้รับใช้ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นส. ขวัญชนก เขื่อนเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์อาหารเป็นศูนย์การเรียนรู้ชุมชนเมืองและชนบทด้วยนวัตกรรมอาหารปลอดภัย



ตลาดในปัจจุบัน



นส. ขวัญชนก เข้มเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (นส. ขวัญชนก เข้มเพชร) - วิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



ข้อมูลจากการสำรวจ

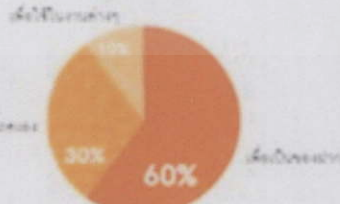
จากการสำรวจผู้บริโภคเรื่องของฝาก พบว่า



เพศ หญิง 30% ชาย 70%



อายุ พบว่าช่วงอายุ 18-45 ปี มีการใช้จ่ายของฝากสูง



ซื้อไปเป็นประจำ 10% ซื้อไปครั้งละ 30% ไม่เคยซื้อ 60%



ของที่ระลึก 50% ของขึ้นชื่อในท้องถิ่น 80% ของขึ้นชื่อเฉพาะถิ่น 60%

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานี้เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น ยกเว้นแต่เพียงผู้จัดทำเอกสารฉบับนี้ และต้องอ้างอิงถึงชื่อของเอกสารชุดนี้ทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นส. ขวัญชนก เข้มเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (นส. ขวัญชนก เข้มเพชร) - วิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

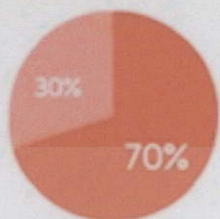


• ข้อมูลจากการสำรวจ

• กลุ่มเป้าหมายเดิม



• กลุ่มเป้าหมายใหม่



จากการสำรวจที่ Moterway*

กลุ่มผู้บริโภคหลัก
เพศหญิง ประมาณ 70% เพศชาย 30%



กลุ่มผู้บริโภครอง เนื่องจากผู้บริโภคเดินทางมาเป็นครอบครัว มาเป็นครอบครัว จึงมีผู้บริโภคที่เป็นเด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี

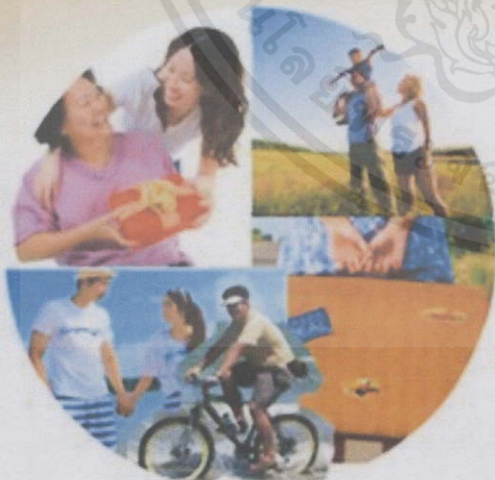
นส. ขวัญชนก เข้มมเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกดีไซน์โดยเพื่อนบ้าน เป็นศูนย์ประสานงานระหว่างคณะนิเทศศาสตร์และภาควิชาการศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ



• ข้อมูลจากการสำรวจ

จากกลุ่มเป้าหมาย



กลุ่มผู้บริโภคหลัก

เพศหญิง ประมาณ 70% เพศชาย 30%

อายุเฉลี่ยอยู่กั 18 - 45 ปี

ระดับฐานะ: มีรายได้อยู่ในระดับปานกลางถึงรายได้ดี

กลุ่มผู้บริโภครอง

เนื่องจากผู้บริโภครุ่นเก่าเดินทางมาเป็นครอบครัว: มาเป็นครอบครัว จึงมีผู้บริโภคที่เป็นเด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี

Lifestyle: ดำรงชีวิตในเมืองหลวง ไม่ชอบช้อปปิ้ง ชอบเที่ยวทำงานทำเรื่องเสริมสร้างครอบครัวของตัวเอง มีความสนใจกับสื่อออนไลน์มีไลฟ์สไตล์การใช้เวลาพักผ่อนกับครอบครัวเพื่อนฝูง คนรัก หรือครอบครัวในวันหยุดสุดสัปดาห์ ชอบธรรมชาติ กิจกรรมจึงมีลักษณะ: ไม่ท่องเที่ยว ไม่เดินทาง สรรพสินค้า พักผ่อนอยู่บ้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นส. ขวัญชนก เข้มมเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกดีไซน์โดยเพื่อนบ้าน เป็นศูนย์ประสานงานระหว่างคณะนิเทศศาสตร์และภาควิชาการศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ



• วิเคราะห์คู่แข่ง



นส. ขวัญชนก เข้มเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปผลไม้รสหวานและมันจากผลไม้สดเพื่อสุขภาพดี * วิทยาลัยการอาชีพสุพรรณบุรี *



• วิเคราะห์คู่แข่ง



แนวคิด

รับสินค้าที่มีคุณภาพช่วยของรสนมรสสุพรรณบุรี

ผลิตภัณฑ์

- มีสินค้าเป็นธรรมชาติ และรสชาติอร่อย
- มีสินค้าที่รับประทานได้ในทุกที่
- มีรสชาติอร่อยและช่วยส่งเสริมสุขภาพดีให้มีความเป็น
- ควบคู่กันสักมากครั้ง
- Premium Set

มีบรรจุภัณฑ์เป็นของตนเอง

ใช้เอกลักษณ์รวมในผลิตภัณฑ์

ใช้รูปจริงในการสื่อสารถึงสินค้า

ใช้สีส้มเพื่อบอกความแตกต่างของรสชาติ และ

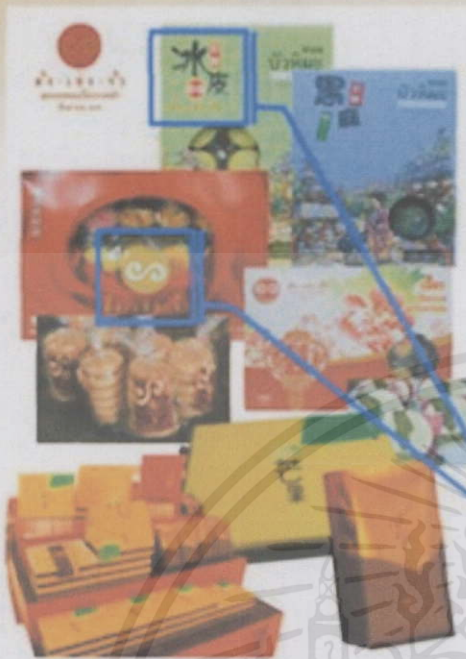
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเพื่อแบ่งปันแก่คุณนิพนธ์มนัสน้ำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้คิดแบบลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นส. ขวัญชนก เข้มเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปผลไม้รสหวานและมันจากผลไม้สดเพื่อสุขภาพดี * วิทยาลัยการอาชีพสุพรรณบุรี *



• วิเคราะห์คู่แข่ง



แนวคิด
รูตี่เรื่อง "รามเบี๊ยะ"

ผลิตภัณฑ์
- มีสินค้าขายได้แบบวันที่หลากหลาย โดยเฉพาะ รามเบี๊ยะ
- ราคาไม่สูงมาก
- จำหน่ายในร้านค้าปลีกของตนเอง ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ

มีบรรจุภัณฑ์เป็นของตนเอง และมีบรรจุภัณฑ์ของฝาก
ใช้เอกลักษณ์รวมในบววงผลิตภัณฑ์
เจาะช้อรเพื่อใหมมองเห็นสินค้า
ควาพิภมมีความแตกต่างกัน ตามแต่ละรสชาติขนม

นส. ขวัญชนก เข้มเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกดีไซน์เพื่อส่งเสริมการขายเป็นศูนย์กลางชุมชนและเมืองเกษตรวิถีพอเพียงโดยใช้วัสดุจาก "วัฒนธรรมไทย"



• วิเคราะห์คู่แข่ง



แนวคิด
คุณค่าโภชนาการ
ผลิตภัณฑ์อื่นทรงคุณค่าที่ดูน่าสนใจจนชอบให้แค่ดู
ที่คุ้นรักได้ในทุกโอกาส

ผลิตภัณฑ์
ผลิตภัณฑ์ใหม่แปรรูป และ ขนมรสเค็ม
จำหน่ายในร้านของตนเอง และร้านตัวแทนจำหน่าย

มีบรรจุภัณฑ์เป็นของตนเอง
และมีบรรจุภัณฑ์ของฝาก
ใช้เอกลักษณ์รวมในทุกผลิตภัณฑ์

ใช้รูปสินค้าจริงเพื่อสื่อถึงชนิดขนม
ใช้แบ่งกราฟิกแบ่งแยกชนิดขนม และใช้สีเพื่อ
บอกถึงรสชาติ

เอกสารนี้เป็นลิขสิทธิ์ของภาควิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่าการพิมพ์ซ้ำ การถ่ายภาพ หรือการนำข้อมูลไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตจากภาควิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

นส. ขวัญชนก เข้มเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกดีไซน์เพื่อส่งเสริมการขายเป็นศูนย์กลางชุมชนและเมืองเกษตรวิถีพอเพียงโดยใช้วัสดุจาก "วัฒนธรรมไทย"



• วิเคราะห์คู่แข่ง



แนวคิด

ผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์ความเป็นท้องถิ่น
ภูเก็ต และขนมพื้นเมืองภูเก็ตได้อย่างลงตัว

ผลิตภัณฑ์

- สินค้าพื้นเมือง ทั้งจากตนเองและจังหวัดใกล้เคียง
- ขนมพื้นเมือง

มีบรรจุภัณฑ์เป็นของตนเอง

และมีบรรจุภัณฑ์ของฝากที่เป็นเอกลักษณ์

ใช้เอกลักษณ์รวมในทุกลูกภัณฑ์

ใช้รูปสินค้าจริงเพื่อสื่อถึงชนิดขนม

ใช้แม่กราฟิกแบ่งเขตชนิดขนม และใช้สีเพื่อบอกถึงรสชาติ

สื่อสารถึงพื้นถิ่นด้วยบรรจุภัณฑ์ 3 มิติ

นส. ขวัญชนก เข็มเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกสินค้าเพื่อส่งเสริมการขายในชุมชนของนางเอกสาววัยเบญจรงค์ใช้ความคิดสร้างสรรค์ - วิทยาลัย



• วิเคราะห์คู่แข่ง



แนวคิด

ผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบที่มีคุณภาพ สุภาพรสดีรสหวาน
แนวคิดด้วยนวัตกรรม เพื่อยกระดับอาหารพื้นบ้านสู่
ระดับสากล

ผลิตภัณฑ์

- ผลิตภัณฑ์อาหารภาคเหนือ
- ขนมแปรรูปอาหารพื้นสมัย

ภาพลักษณ์

- สะอาด ทันสมัย สินค้าแสดงชอกถึงพื้นถิ่นน่าน

ใช้เอกลักษณ์รวมในบางผลิตภัณฑ์

ใช้รูปวาด ในการสื่อสารถึงวัฒนธรรมพื้นถิ่น
ส่วนใหญ่ใช้บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน มีบรรจุภัณฑ์

ของฝาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ออกภายใต้การรับงานจ้างงานเพื่อการศึกษาใช้เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีข้อตกลงในเรื่องนี้ขอหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

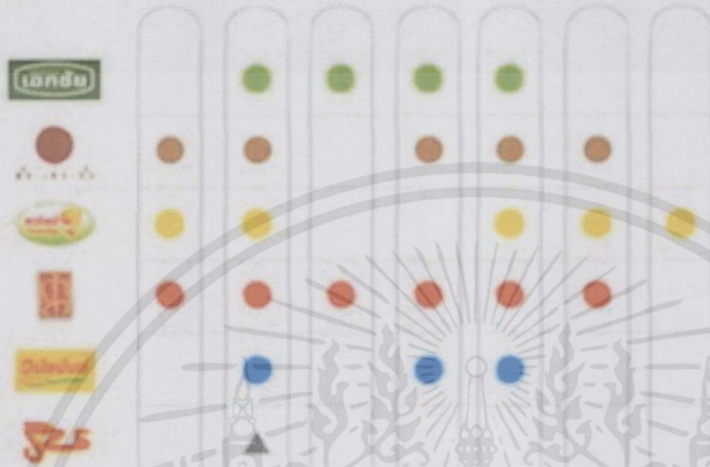
นส. ขวัญชนก เข็มเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกสินค้าเพื่อส่งเสริมการขายในชุมชนของนางเอกสาววัยเบญจรงค์ใช้ความคิดสร้างสรรค์ - วิทยาลัย



• วิเคราะห์คู่แข่ง

คู่แข่งรายหลัก
 (มี 5 อันดับแรก)
 มีรายได้สูงที่สุดในกลุ่ม
 มีส่วนตลาดสูงที่สุด
 มีทรัพยากรมาก
 มีกลยุทธ์ Premium
 มีสภาพคล่องทางการเงินสูง

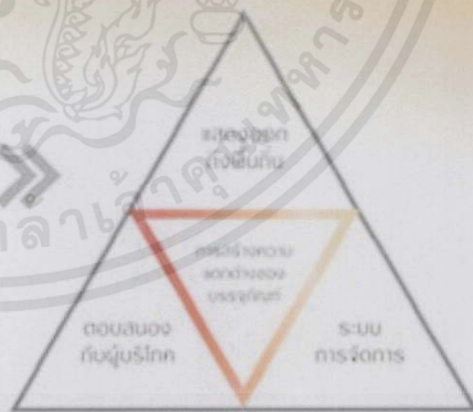


นส. ขวัญชนก เข้มเพชร 52020179

โครงการพัฒนาระบบการวิจัยและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยด้วยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม



• ลักษณะบรรจุภัณฑ์



ทีมมีการใช้บรรจุภัณฑ์มาตรฐานที่มีความหลากหลาย ตามแต่ละชนิดขนม

ลักษณะกราฟิก จะใช้เพียงตราสินค้าเท่านั้น

เอกสารนี้เป็นลิขสิทธิ์ทางปัญญาที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า การจัดทำหรือเผยแพร่ในรูปแบบอื่นใด
 ไม่ว่าจะทางใดทางหนึ่ง หากต้องการนำเอกสารนี้ไปใช้ กรุณาติดต่อเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นส. ขวัญชนก เข้มเพชร 52020179

โครงการพัฒนาระบบการวิจัยและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยด้วยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม



• SWOT

S	O
<p>• จุดแข็ง (Strengths)</p> <p>ชื่อเสียงกว่า 30 ปี</p> <p>มีรางวัลด้านดีความอร่อย</p> <p>สินค้ามากถึง 50 ชนิด</p>	<p>• โอกาส (Opportunities)</p> <p>อัตราการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ</p> <p>มีเทศกาลมากมายที่โรงแรม</p>
W	T
<p>• จุดอ่อน (Weaknesses)</p> <p>ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนักในระดับภูมิภาค</p> <p>ไม่มีบรรยากาศที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง</p> <p>ตราสินค้าและเอกลักษณ์ มีความเชื่อมโยงกันน้อย</p>	

นส. ขวัญชนก เข้มเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าบนโต๊ะอาหารเป็นศูนย์กลางของร้านอาหารไทยเพื่อส่งเสริมให้ครัวเรือนค้าปลีกและร้านอาหาร



• วิเคราะห์ SWOT



จุดแข็ง (Strengths)	โอกาส (Opportunities)	แนวทางการแก้ไขปัญหา
มีสินค้าขายได้หลายสินค้าขึ้นมากถึง 50 ชนิดสินค้า	มีเทศกาลมากมายที่โรงแรม โรงแรม รีสอร์ท งานต่าง ๆ หรือมีกิจกรรมให้เป็น รออกรับ	จัดจุดสินค้าให้โดดเด่นกับคู่แข่งในตลาดในการนำไปสู่ครัวเรือน เช่น จุดทำบุญ จุดรับเงิน



จุดแข็ง (Strengths)	อุปสรรค (Threats)	แนวทางการแก้ไขปัญหา
มีชื่อเสียงมานานกว่า 30 ปี มีรางวัลด้านดีความอร่อยมากมาย ทำให้เป็นที่ยอมรับ	มีร้านอาหารของฝากเปิดใหม่เพิ่มมากขึ้น คู่แข่งมีการประชาสัมพันธ์ที่ดี	พัฒนาด้านโครงสร้างทางการตลาด การสร้างแบรนด์ และโครงสร้างของผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่น แยกต่าง เหมาะสมกับสภาพสังคมและพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นส. ขวัญชนก เข้มเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าบนโต๊ะอาหารเป็นศูนย์กลางของร้านอาหารไทยเพื่อส่งเสริมให้ครัวเรือนค้าปลีกและร้านอาหาร



วิเคราะห์ SWOT

OW

โอกาส (Opportunities)	จุดอ่อน (Weaknesses)	แนวทางการแก้ไขปัญห
ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงใต้ที่มีแหล่งท่องเที่ยวชมนมอยู่มาก ทำให้อัตราการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ	ไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของคนเอง	นำเสนอความเป็นภาคตะวันออกเฉียงใต้ หรือนำเสนอถึงสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญผ่านบรรจุภัณฑ์
	ส่วนใหญ่ผู้จับแคในท้องถิ่น ยังไม่มีเป็นที่รู้จักมากนักในระดับภูมิภาค	ขยายช่องทางกระจายจำหน่ายไปให้เข้าถึงผู้บริโภค

WT

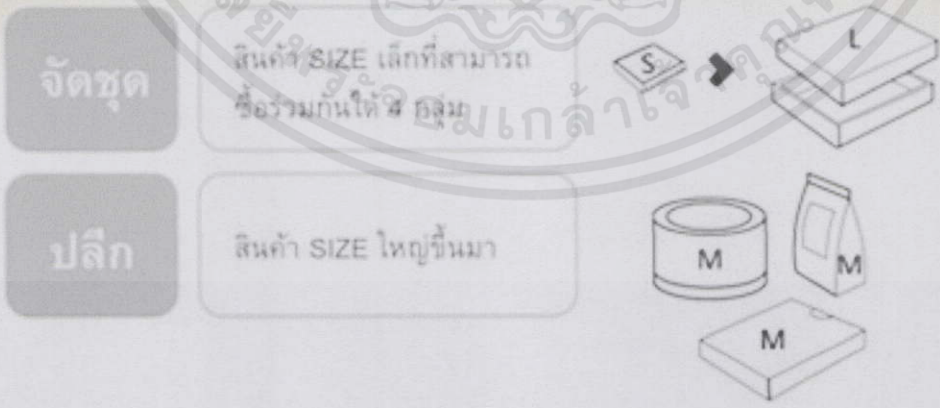
จุดอ่อน (Weaknesses)	อุปสรรค (Threats)	แนวทางการแก้ไขปัญห
ตราสินค้าและสัญลักษณ์มีความเหมือนเขย่งกันเยอะ ทำให้ผู้บริโภคสับสนกับแบรนด์อื่น	มีร้านขายชมนมจากบริษัทอื่นที่ผลิตขึ้น ซึ่งจะมีการประชาสัมพันธ์ที่ดี	จัดระบบสินค้าให้มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและนำเสนอให้เป็นสินค้าจากผู้บริโภค

นส. ขวัญชนก เข้มเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกดีไซน์เพื่อการค้า เป็นศูนย์กลางของภาควิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ วิทยาลัยเทคโนโลยีพระยาเลิศวิทยา



- จัดเรียงชั้นกลุ่มสินค้าที่จะใช้บรรจุภัณฑ์ร่วมกัน



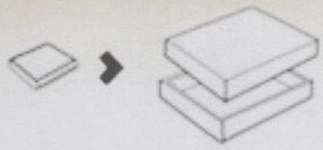
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นส. ขวัญชนก เข้มเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกดีไซน์เพื่อการค้า เป็นศูนย์กลางของภาควิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ วิทยาลัยเทคโนโลยีพระยาเลิศวิทยา



จัดชุด



เลือกที่จะให้ลูกค้าเป็นผู้เลือกสินค้าลงใน ชุด เอง

1. สินค้าเป็นขนมสดเหมาะแก่การวางในแวนอน
2. เลือกจากราคาที่ง่ายต่อการซื้อของลูกค้าคือ 1 ชุด มี 4 ถ้วยเล็ก 120 บาท
3. จัดระบบสินค้าในตู้เดียวก็สามารถใช้บรรจุภัณฑ์ร่วมกันเพื่อประหยัดต้นทุนการผลิต
4. สามารถนอกเต้าเรียงวางของในตู้แช่และภาชนะห่อหุ้มได้
5. ใช้สีที่แตกต่างชอกกัสมันนม

นส. ขวัญชนก เข้มเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และภาชนะที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ใช้ตราสินค้า " วัฒนธรรมไทย "



ปลีก

สินค้า SIZE ใหญ่ขึ้นมา



เป็นสินค้าขายดีของร้านวัน

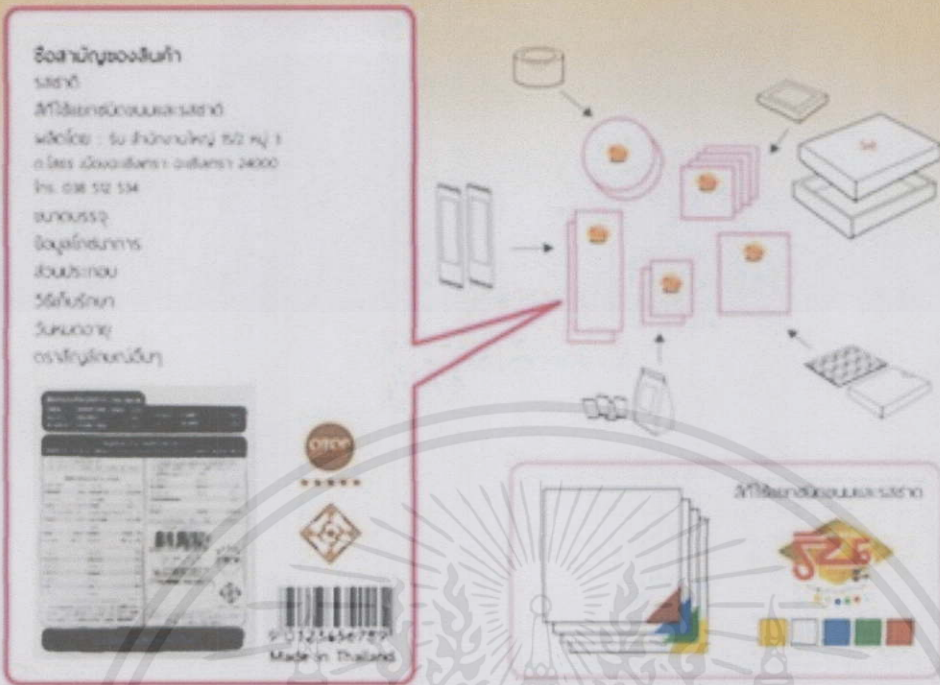
ได้แก่ กระจยาสาท ข้าวตั้งหน้าทั้ง ข้าวตั้งหน้างา ข้าวตั้งปรุงรส ทะลามา ผอยทองกรอบ ลำควน ขนมไก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นส. ขวัญชนก เข้มเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และภาชนะที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ใช้ตราสินค้า " วัฒนธรรมไทย "





นส. ขวัญชนก เข้มเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกดีไซน์งานออกแบบผลิตภัณฑ์และการตลาดระดับปริญญาตรี คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี กรุงเทพมหานคร



Design Requirement

1. การจัดแยกแยะสินค้าออกได้เป็นหมวดหมู่
2. สามารถจัดชุดสินค้ารวมหน่วยเองได้
3. บรรจุภัณฑ์ที่สามารถสื่อถึงภาพลักษณ์ของผู้ผลิตได้อย่างเหมาะสม สามารถแสดงออกถึงตำนาน คุณค่าของรินชนบทไทย
4. บรรจุภัณฑ์ที่สามารถผลิต บรรจุ จัดวาง และขนส่งได้สะดวกสำหรับผู้ผลิตและผู้บริโภคตามความเหมาะสมของแต่ละชนิดขนม
5. การประชาสัมพันธ์เรื่องราวและสถานที่ท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือผ่านบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นส. ขวัญชนก เข้มเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกดีไซน์งานออกแบบผลิตภัณฑ์และการตลาดระดับปริญญาตรี คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี กรุงเทพมหานคร



• สรุปข้อกำหนดที่จะนำไปออกแบบ

ด้าน โครงสร้าง	ด้าน กราฟิก
<ol style="list-style-type: none"> 1. บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องนมจากอากาศภายนอก 2. ศึกษารูปผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ 3. การจัดชุดนม สามารถจัดได้หลากหลายรูปแบบ 4. บรรจุภัณฑ์เลือกใช้วัสดุที่สามารถแช่เย็นได้ 5. คำนึงถึงการลดต้นทุนการผลิต 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การให้ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ (ว.ค.ป./วันผลิต/ส่วนผสม) มองเห็นได้ชัดเจน 2. สามารถแยกแยะความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ได้ง่าย 3. การจัดชุดนม สามารถจัดได้หลากหลายรูปแบบ 4. บรรจุภัณฑ์เลือกใช้วัสดุที่สามารถแช่เย็นได้ 5. คำนึงถึงการลดต้นทุนการผลิต

นส. ขวัญชนก เข้มมเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกนิเทศศิลป์ชั้นต้น สาขาออกแบบและผลิตบรรจุภัณฑ์และกราฟิกนิเทศศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี กรุงเทพมหานคร



• แนวคิด (Concept)



Brand Concept

- * ความอบอุ่นที่ส่งต่อถึงกันระหว่างมารดาและทารก
- * ความปลอดภัยให้กับนมแม่ที่ผ่านกระบวนการผลิต

Product Concept

- * นมแม่หวานธรรมชาติ รสชาติที่คุ้นเคย
- * นมแม่เข้มข้นของนมแม่ ผสมจากวัตถุดิบธรรมชาติ ไร้ไขมัน ไร้ยาคุณภาพโดยการผลิตด้วยเทคโนโลยี
- * รสชาติที่อบอุ่น

Design Concept

- * ความประทับใจที่มองเห็นจากภายนอก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้สำหรับใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นส. ขวัญชนก เข้มมเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกนิเทศศิลป์ชั้นต้น สาขาออกแบบและผลิตบรรจุภัณฑ์และกราฟิกนิเทศศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี กรุงเทพมหานคร



• แนวคิดในการออกแบบ (Design Concept)

Product Concept

* สมัยก่อนบรรพบุรุษชาวไทโย
ผลิตเครื่องดื่มเป็นเครื่องดื่มที่รสขมหรือรสฝาด
โดยนำมาผสมกับข้าวสุกที่ต้มสุกแล้ว



Design Concept

* ควบคู่กับเรื่องราวของความเป็นมา
ของเครื่องดื่มที่รสขมหรือรสฝาด
โดยนำข้าวสุกที่ต้มสุกแล้วมาผสมกับ
เครื่องดื่มที่รสขมหรือรสฝาด

ความต้องการพื้นฐานของ
แบรนด์เครื่องดื่ม
mamee

Design Route



นส. ชวิฐชนก เข้มเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกสำหรับเครื่องดื่มที่รสขมหรือรสฝาดโดยนำข้าวสุกที่ต้มสุกแล้วมาผสมกับเครื่องดื่มที่รสขมหรือรสฝาด



• แนวคิดในการออกแบบ (Design Concept)

Design Route

Route 1 ตำนานเรื่องราวความเป็นมา



สื่อให้เห็นถึงความประทับใจใน
สถานที่และเรื่องราวที่พบความอบอุ่น
ความประทับใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นส. ชวิฐชนก เข้มเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกสำหรับเครื่องดื่มที่รสขมหรือรสฝาดโดยนำข้าวสุกที่ต้มสุกแล้วมาผสมกับเครื่องดื่มที่รสขมหรือรสฝาด



- แนวคิดในการออกแบบ (Design Concept)

Route 2 ดำเนินเรื่องราวความเป็นมา



สื่อให้เห็นถึงความประทับใจในความหลากหลายของภาคตะวันออก ที่มีทั้งภูเขา ทะเล วัฒนธรรมและสถาปัตยกรรม รวมถึงอาหารการกินที่หลากหลาย

นส. ชวีรุชนก เข้มเพชร 52020179

โครงการออกแบบกราฟิกและการสื่อสารด้วยสื่อ (สิ่งพิมพ์) ชั้นปีที่ ๓ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี



- แนวคิดในการออกแบบ (Design Concept)

Route 3 ดำเนินเรื่องราวความเป็นมา



สื่อให้เห็นถึงความสนุกสนาน ความประทับใจในภาคตะวันออกทั้งจากกิจกรรมการท่องเที่ยวของครอบครัวและเพื่อนฝูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นส. ชวีรุชนก เข้มเพชร 52020179

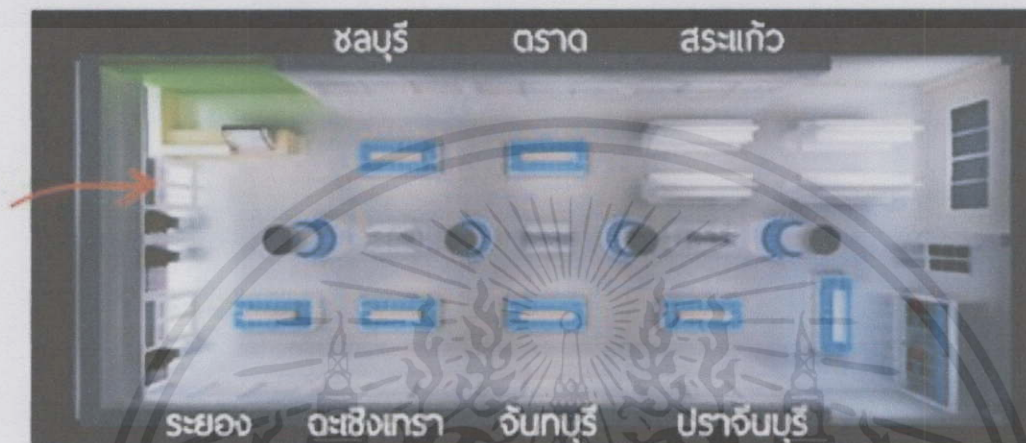
โครงการออกแบบกราฟิกและการสื่อสารด้วยสื่อ (สิ่งพิมพ์) ชั้นปีที่ ๓ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี



• การวิเคราะห์ข้อมูล

การเดิน ศูนย์กลางของฝากภาคตะวันออก

1. การรวมเอาของดีจากจังหวัดต่างๆมารวบรวมไว้ด้วยกัน กรมกรีน
 - * ให้ความสำคัญกับ สินค้าที่ได้รับความนิยมทั้งในระดับจังหวัด
 - แบ่ง zone สินค้าออกเป็น
 - 1. ของดีใจ 7 จังหวัด
 - แบ่งออกเป็น zone จังหวัดต่างๆ เมื่อกรีน จะมีสินค้าครบถ้วนทั้งจังหวัด



นส. ชวัลฤกษ์ เอกมเพชร 52020179

โครงการออกแบบและบรรจุภัณฑ์และกราฟิกดีไซน์โดย: ศูนย์กลางของฝากภาคตะวันออก (กรมกรีน) จังหวัดฉะเชิงเทรา



• การวิเคราะห์ข้อมูล

2. สินค้าขายดีของกรม
สินค้าแนะนำของกรมกรีน เช่น กระเป๋าผ้า ขวดแก้ว



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นส. ชวัลฤกษ์ เอกมเพชร 52020179

โครงการออกแบบและบรรจุภัณฑ์และกราฟิกดีไซน์โดย: ศูนย์กลางของฝากภาคตะวันออก (กรมกรีน) จังหวัดฉะเชิงเทรา



การวิเคราะห์ข้อมูล

3. ชมไทยสด
ชมสดกับรรจุใหม่ทุกวัน มีอายุเก็บได้ไม่นาน
4. ชมทานเล่น
มีสินค้าหลากหลายขนาด รองรับกลุ่มเป้าหมายทั้งหลักและรอง
2. สะดวกในการมาร้าน ในการซื้อสินค้า การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่



3. การประชาสัมพันธ์เรื่องราวและสถานที่ท่องเที่ยวของภาคตะวันออก

นส. ขวัญชนก เอี่ยมเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าในชุดที่ 1 สำหรับผลิตภัณฑ์สินค้าประเภทเครื่องสำอางค์ - วิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



แบบร่างครั้งที่ 1

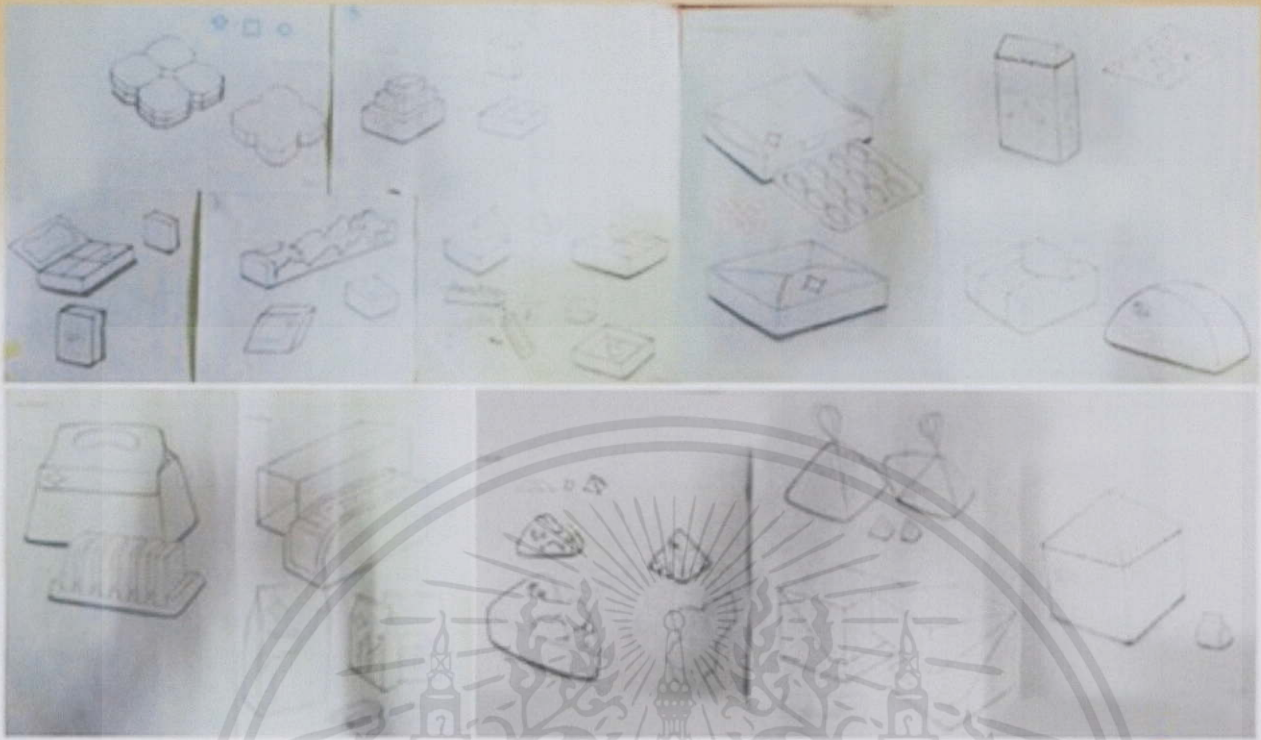


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานี้เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นส. ขวัญชนก เอี่ยมเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าในชุดที่ 1 สำหรับผลิตภัณฑ์สินค้าประเภทเครื่องสำอางค์ - วิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง





นส. ขวัญชนก เข้มเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสังคม ปีที่ 2561 วิชาบรรจุภัณฑ์และงานออกแบบกราฟิก คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี



• แบบร่างครั้งที่ 2

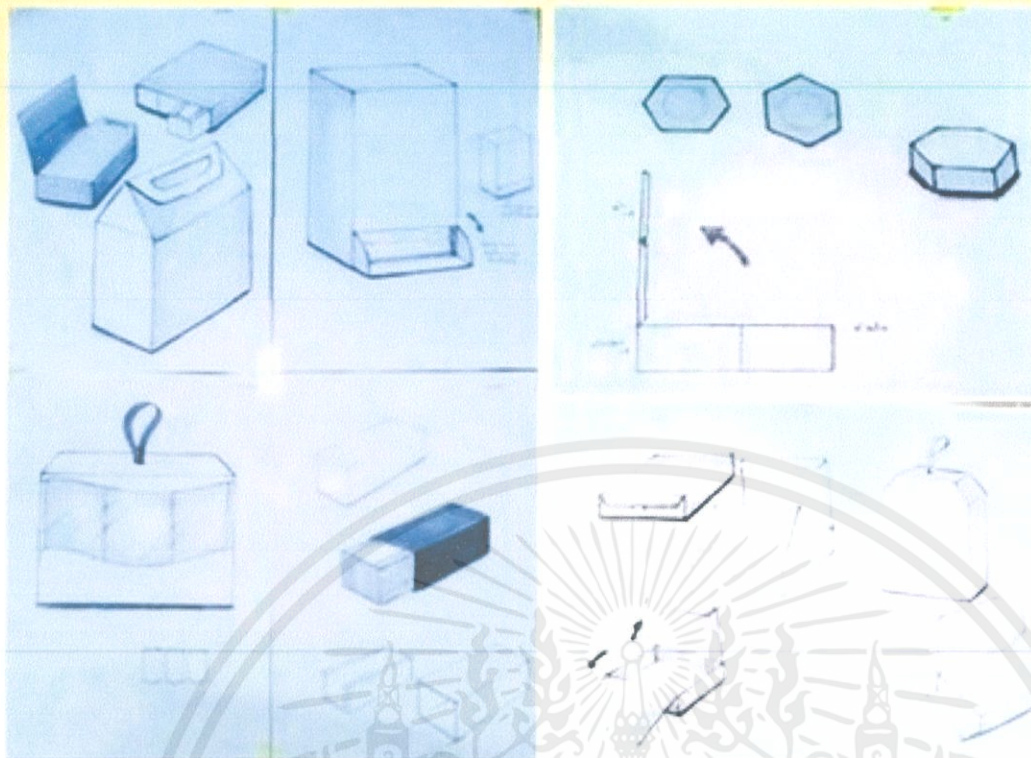


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งไปใช้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นส. ขวัญชนก เข้มเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสังคม ปีที่ 2561 วิชาบรรจุภัณฑ์และงานออกแบบกราฟิก คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี



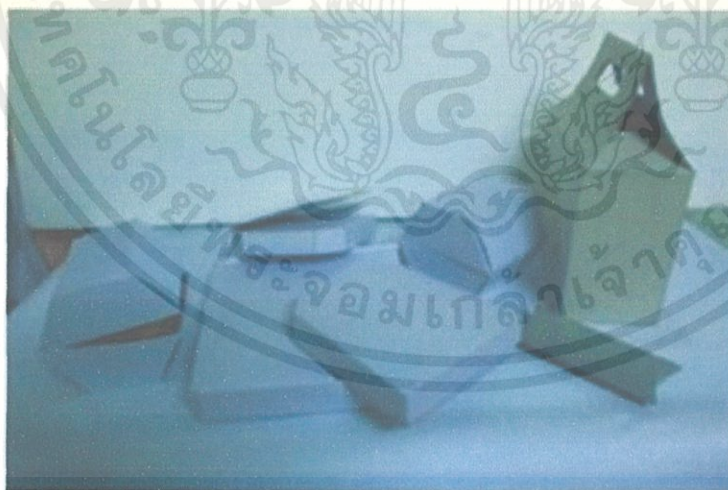


นศ. ขวัญชนก เข้มเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์กระดาษ: ศึกษาโมเดลเพื่อออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์กระดาษ: วิทยาลัยเทคโนโลยีวิชาสินค้า, วิชาโมเดล



• **แบบร่างโครงสร้าง**



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้สำหรับใช้ในงานเพื่อการศึกษานานาชาติ โดยศูนย์การเรียนรู้ด้านเทคโนโลยีและการค้า
 ไม่สามารถนำออกเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตจากศูนย์ฯ และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นศ. ขวัญชนก เข้มเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์กระดาษ: ศึกษาโมเดลเพื่อออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์กระดาษ: วิทยาลัยเทคโนโลยีวิชาสินค้า, วิชาโมเดล



• แบบร่างครั้งที่ 3



นศ. ขวัญชนก เข้มเพชร 52020179

โครงการออกแบบอาคารที่พักอาศัยที่ศูนย์พัฒนาไทยเพื่อเด็ก เป็นศูนย์พัฒนาของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษา "วิบูลย์ไทย"



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นศ. ขวัญชนก เข้มเพชร 52020179

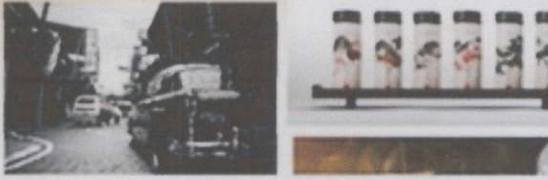
โครงการออกแบบอาคารที่พักอาศัยที่ศูนย์พัฒนาไทยเพื่อเด็ก เป็นศูนย์พัฒนาของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษา "วิบูลย์ไทย"



• การวิเคราะห์ข้อมูล

Route 1

ตำนานเรื่องราวความเป็นมาภาคตะวันออก



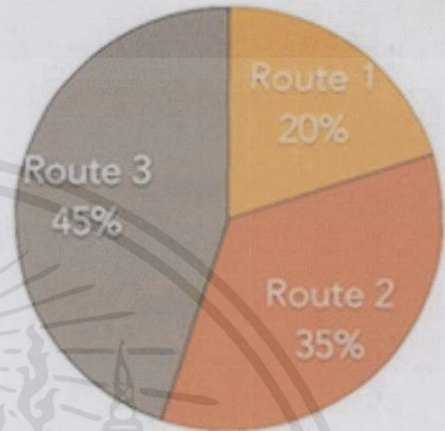
Route 2

ความหลากหลายของภาคตะวันออก



Route 3

ความสนุกสนานการท่องเที่ยวภาคตะวันออก



นส. ชวิรุชนก เขมมเพชร ๒๒๐๒๐๑๗

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรอินทรีย์และสินค้าเกษตรปลอดภัย



• แบบร่างครั้งที่ 4

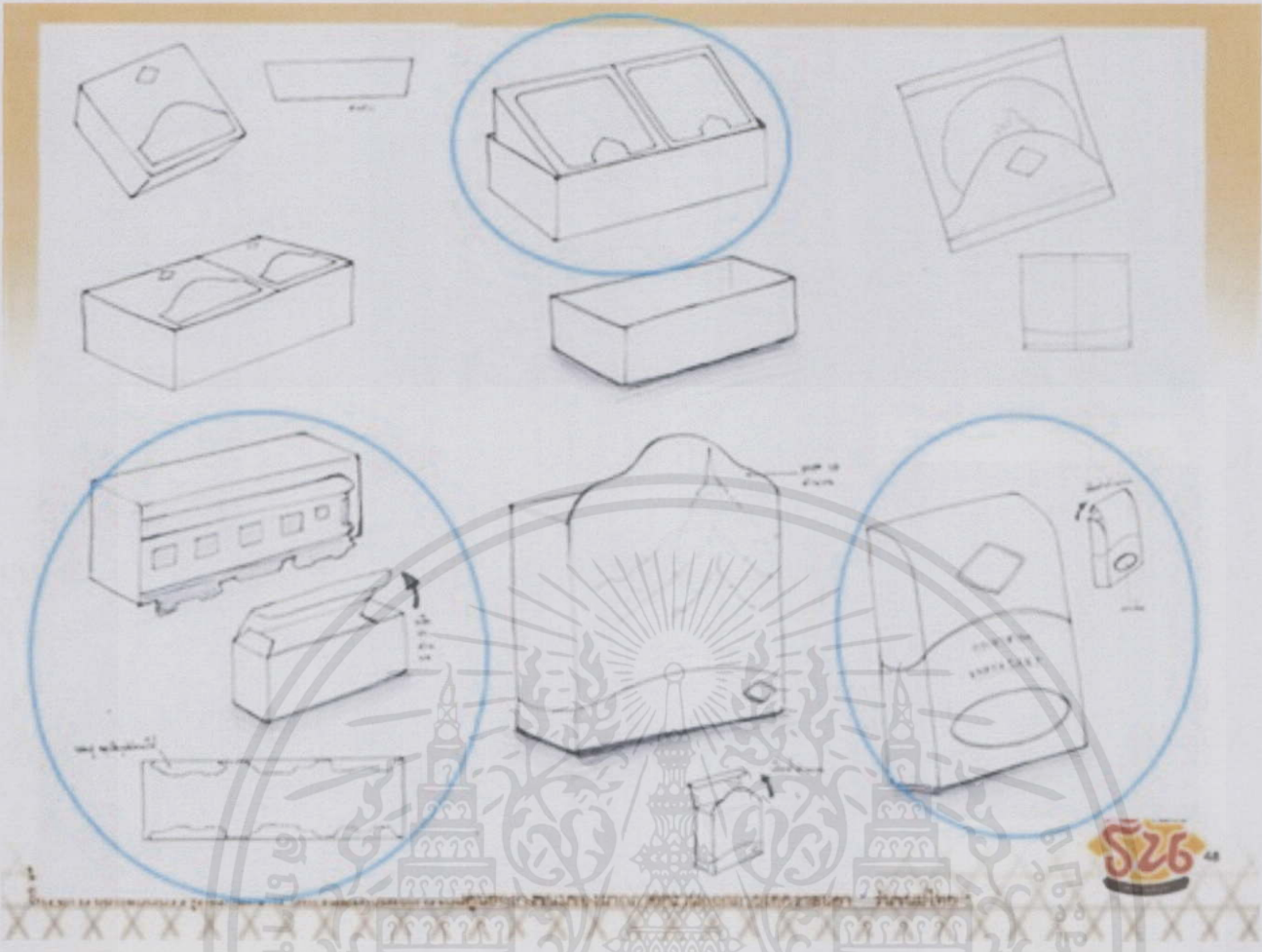


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

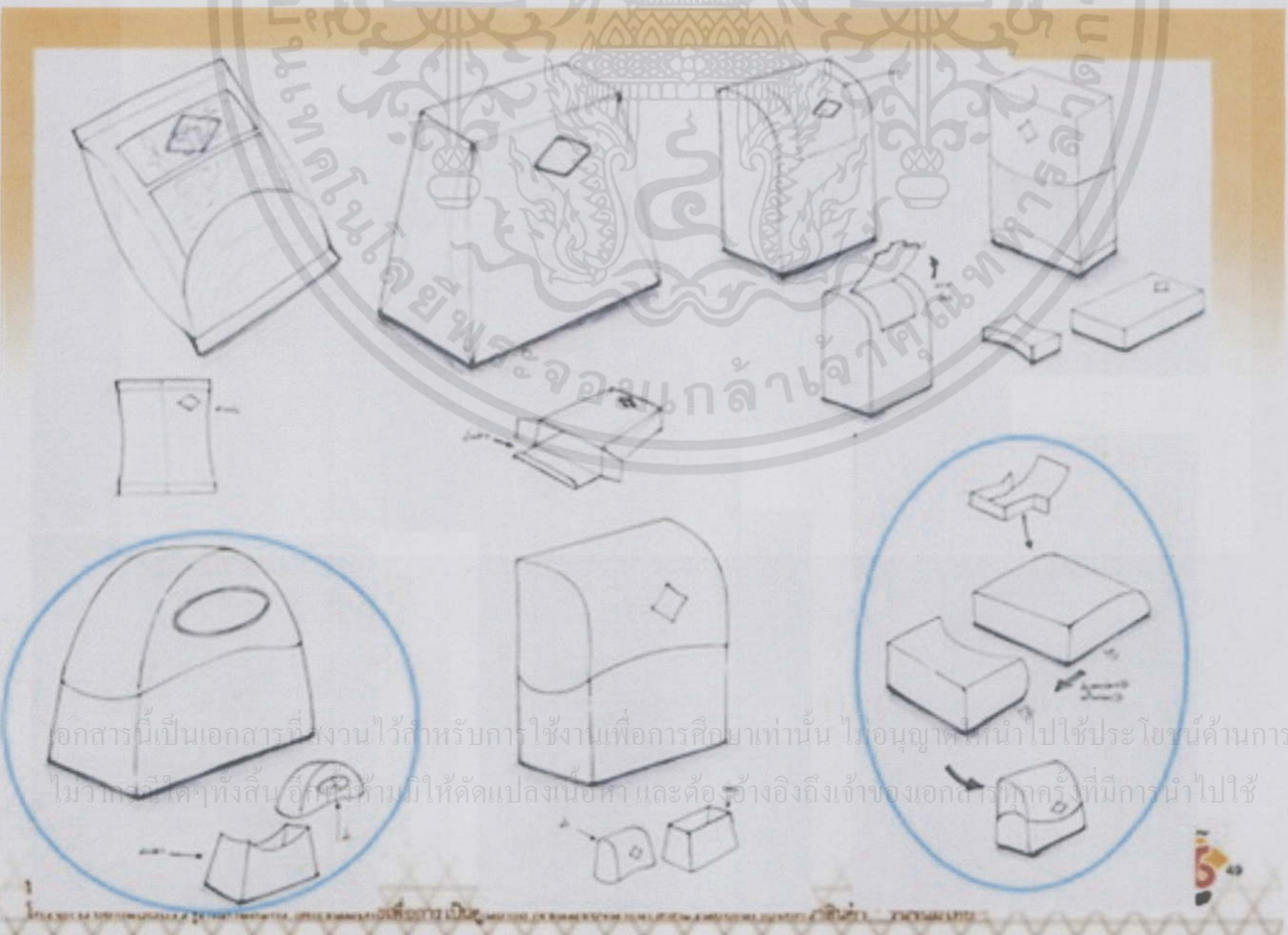
นส. ชวิรุชนก เขมมเพชร ๒๒๐๒๐๑๗

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรอินทรีย์และสินค้าเกษตรปลอดภัยใช้วิชาสินค้า - วิชาแม่โขง



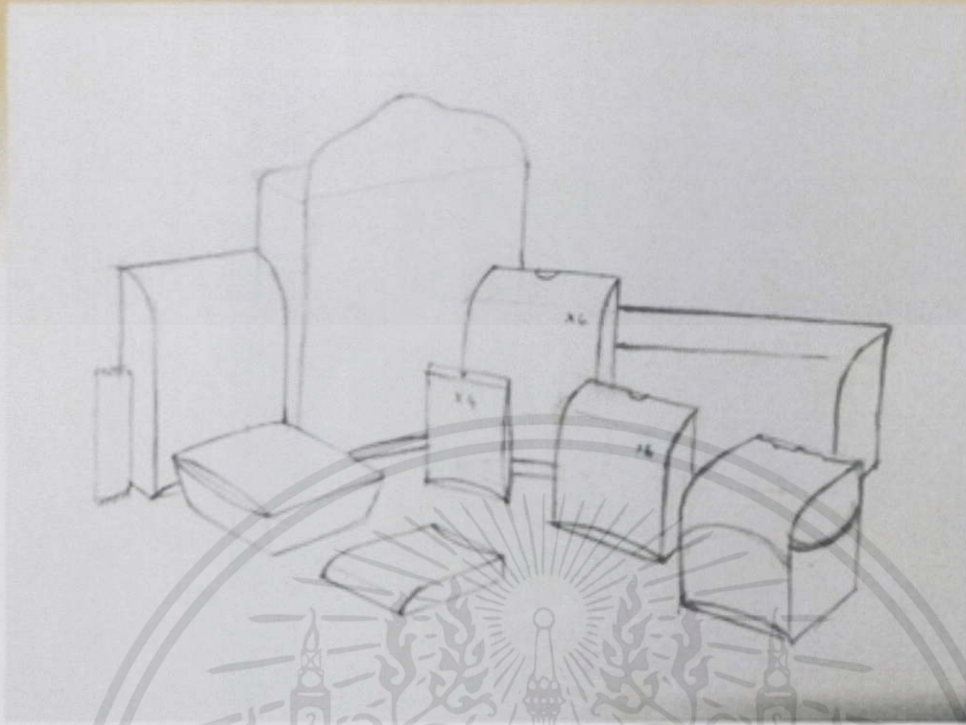


รัฐ ๒๖



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รัฐ ๒๖



นส. ขวัญชนก เข้มเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกดีไซน์เบื้องต้นสำหรับนิสิตสายงานออกแบบและการโฆษณา มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์ จังหวัดบุรีรัมย์



• **แบบร่างโครงสร้าง**



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นส. ขวัญชนก เข้มเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกดีไซน์เบื้องต้นสำหรับนิสิตสายงานออกแบบและการโฆษณา มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์ จังหวัดบุรีรัมย์



• แบบร่างโครงสร้าง



นส. ขวัญชนก เอี่ยมเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้ารายวิชาเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย แผนการเรียนวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์ โรงเรียนไทยรัฐวิทยา 19 (วัดประดู่)



• แบบร่างโครงสร้าง



เอกสารนี้เป็นทรัพย์สินทางปัญญาของโรงเรียนไทยรัฐวิทยา 19 (วัดประดู่) อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่จำกัดวง ใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นส. ขวัญชนก เอี่ยมเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้ารายวิชาเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย แผนการเรียนวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์ โรงเรียนไทยรัฐวิทยา 19 (วัดประดู่)





ขนมสาค

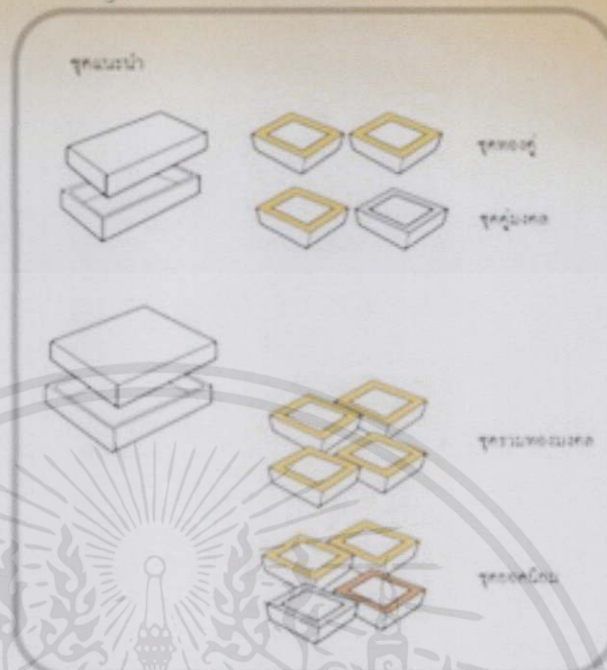
ทอสี
ทอทอง
ฉาบทองคำ
ฉาบทองนพ



ฉาบเงิน
ฉาบเงิน
ทอเงิน



ทอแดง
ทอสี
ทอสี

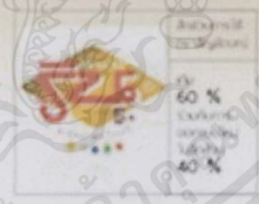


นส. ขวัญชนก เข้มเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกดีไซน์เชิงบูรณาการ เป็นศูนย์กลางของงานออกแบบและการใช้ความคิดสร้างสรรค์ - วิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี



การออกแบบตราสัญลักษณ์



smallest size



ในกรณีที่ ใช้กรณีอื่นหรือรูปแบบตราสัญลักษณ์อื่นใดที่คล้ายคลึง
หรือใกล้เคียงกับตราสัญลักษณ์ของวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
หรือหน่วยงานอื่นใดที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน หรือมีลักษณะคล้ายคลึงกัน
หรือมีลักษณะใกล้เคียงกัน หรือมีลักษณะคล้ายคลึงกัน หรือมีลักษณะใกล้เคียงกัน
หรือมีลักษณะใกล้เคียงกัน หรือมีลักษณะคล้ายคลึงกัน หรือมีลักษณะใกล้เคียงกัน

ตราสัญลักษณ์นี้ถูกกำหนดให้ใช้
โดยมีขนาดอย่างน้อย 15 มม.
สำหรับสื่อที่ 15 มม. สำหรับสื่อที่อื่น ๆ ให้ใช้ขนาดที่
ใหญ่กว่าอย่างน้อย 15 มม.
สำหรับสื่อที่อื่น ๆ ให้ใช้ขนาดที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงชื่อของเอกสารฉบับนี้ทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นส. ขวัญชนก เข้มเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกดีไซน์เชิงบูรณาการ เป็นศูนย์กลางของงานออกแบบและการใช้ความคิดสร้างสรรค์ - วิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี



• แบบร่างครั้งสุดท้าย



นส. ขวัญชนก เข้มเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ขนมกรุบกรอบรสเค็มรสหวานรสเปรี้ยวรสผลไม้รสชาดใหม่รสชาดใหม่รสชาดใหม่ " วิสาหกิจ "



• ขนมไทยสด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นส. ขวัญชนก เข้มเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ขนมกรุบกรอบรสเค็มรสหวานรสเปรี้ยวรสผลไม้รสชาดใหม่รสชาดใหม่รสชาดใหม่ " วิสาหกิจ "



• ขนมไทยสด Premium



นส. ขวัญชนก เข้มเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกดีไซน์เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการขายผลิตภัณฑ์ของประเทศไทยสู่ตลาดโลก สาขาวิชา "วิชาการไทย"



• ขนมไทยสด 9 มงคล



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นส. ขวัญชนก เข้มเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกดีไซน์เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการขายผลิตภัณฑ์ของประเทศไทยสู่ตลาดโลก สาขาวิชา "วิชาการไทย"



• ขนมขบเคี้ยว



นส. ขวัญชนก เขื่อนเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวรสผลไม้รสเปรี้ยว



• กระจยาสารท



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นส. ขวัญชนก เขื่อนเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวรสผลไม้รสเปรี้ยว



• กระจยาสารท



นส. ขวัญชนก เอี่ยมเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกดีไซน์โดยศิลปินนิสิตและคณาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี กรุงเทพมหานคร



• ข้าวตังแผ่น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับครู เช่นงานศิลปะหรือศึกษาเท่านั้น กรุณาอย่านำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นส. ขวัญชนก เอี่ยมเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกดีไซน์โดยศิลปินนิสิตและคณาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี กรุงเทพมหานคร



• ข้าวตังป่น



นส. ขวัญชนก เขียมเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และวัสดุหีบห่อผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มของภาควิชาการอาหารและโภชนาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี



• กาละแม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานของนักศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และห้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นส. ขวัญชนก เขียมเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และวัสดุหีบห่อผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มของภาควิชาการอาหารและโภชนาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี



• ทองม้วน

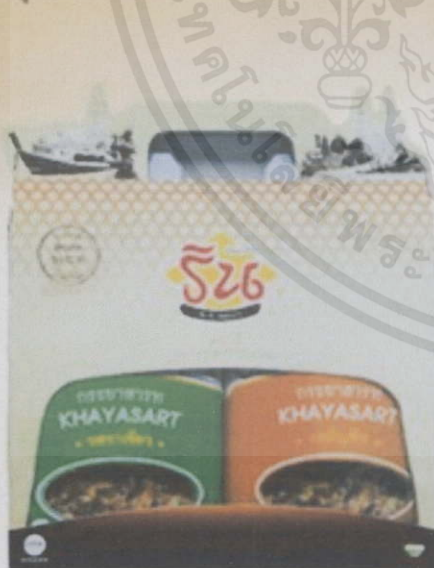


นส. ขวัญชนก เข้มเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกดีไซน์เพื่อส่งเสริมการขายและเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการให้มีความน่าสนใจ - วิทยาลัย



• ชุดของฝาก



เอกสารนี้จัดทำขึ้นเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่สามารถนำไปใช้เพื่อการค้าได้ หากมีข้อผิดพลาดประการใดขออภัยเป็นอย่างสูง

ชุดกระดาษสารทอมรส ชุดขนมไทยรวมรส

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นส. ขวัญชนก เข้มเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกดีไซน์เพื่อส่งเสริมการขายและเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการให้มีความน่าสนใจ - วิทยาลัย



• ชุดของฝาก



ชุดข้าวตังปั่น

นส. ขวัญชนก เอี่ยมเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า สำหรับผลิตภัณฑ์ในชุมชนและโรงเรียนของภาคเกษตรจังหวัดราชบุรี จังหวัดราชบุรี



• ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุที่ใช้ในการผลิต

บรรจุภัณฑ์ขาดเหลี่ยม

วัสดุ : พลาสติก PS, OPS



เลือกใช้

พลาสติก OPS

	ตัวจุดประกายสีฟ้า	ตัวจุดประกายสีชมพู	ตัวจุดประกายสี	ตัวจุดประกายสี	รวม
	๑	๒	๓	๔	
พลาสติก PS	3	3		3	39
พลาสติก OPS	4	4	3	3	45

บรรจุภัณฑ์กล่อง 2

วัสดุ : พลาสติก PP, PE, PVC



เลือกใช้

พลาสติก PP

	ตัวจุดประกายสีฟ้า	ตัวจุดประกายสีชมพู	ตัวจุดประกายสี	ตัวจุดประกายสี	ตัวจุดประกายสี	รวม
	๑	๒	๓	๔	๕	
พลาสติก PP	3	3	4	2	4	51
พลาสติก PE	4	4			3	45
พลาสติก PVC	3	4	3	4	3	44

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นส. ขวัญชนก เอี่ยมเพชร 52020179

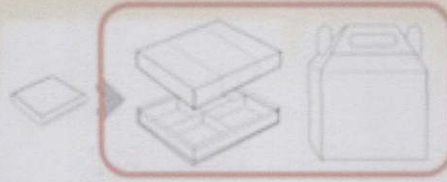
โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า สำหรับผลิตภัณฑ์ในชุมชนและโรงเรียนของภาคเกษตรจังหวัดราชบุรี จังหวัดราชบุรี



ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุที่ใช้ในการผลิต

บรรจุภัณฑ์กล่อง 3

วัสดุ : กระดาษแข็งเคลือบ
กระดาษคาร์ด



เลือกใช้
กระดาษอาร์ตการ์ด

	ตัวจุดประกายผลิตภัณฑ์	กระดาษ โกลด์ เบริก ภาพพรีดีฟิเนชัน	ใบรูปหัวใจ	ผู้ผลิตกับฟิล์มเคลือบจากฟิล์ม	กระดาษอาร์ตการ์ด	รวม
	๑	๑	๑	๑	๑	๑
กระดาษแข็งเคลือบ	4	3	4	3	3	
กระดาษอาร์ตการ์ด	2	4	4	4	4	

นส. ขวัญชนก เข็มเพชร 52020179

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกในโอกาสพิเศษเนื่องในวาระครบรอบ ๖๐ ปีของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี



ภาพที่ 4.18 แผ่นนำเสนองานผลงานขั้นสุดท้าย

4.3 คู่มือการใช้งานตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์

แสดงระบบการใช้งานตราสัญลักษณ์ในโอกาสต่างๆ เช่นการใช้ตราสัญลักษณ์สีเต็ม สีเดียว การใช้ตรา สัญลักษณ์ร่วมกับภาพพื้นหลังแบบต่างๆ เป็นต้น รวมถึงการแสดงองค์ประกอบของกราฟิกและการสื่อสาร ที่นำมาใช้บนบรรจุภัณฑ์โดยแสดงหลักการในการใช้งานการจัดวางในกรณีมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่นักออกแบบ สามารถ ยึดหลักการจัดวางองค์ประกอบตามที่แสดงไว้ได้ คู่มือการใช้งานตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์จึงมีประโยชน์ในการควบคุมงาน ออกแบบให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อสร้างความมั่นคงและสร้างภาพลักษณ์ที่ดี สบายตาผู้บริโภค

LOGO MANUAL



โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ออนไลน์
เพื่อการเรียนรู้สู่สากลของมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ * วิทยาลัย *



OFFICIAL LOGO

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

OFFICIAL LOGO



CORPORATE COLORS



โลโก้ ริ๒๖ มีองค์ประกอบและรูปแบบที่เฉพาะตัว โดยเป็น
 อักษรไทยในรูปตัวอักษรที่มีลักษณะเป็นเลข ๒๖ โดยตัวอักษร
 ริ๒๖ และตัวอักษร ริ๒๖ ๒๕. เป็นลักษณะที่เฉพาะตัว และ
 อักษร ริ๒๖ และตัวอักษร ริ๒๖ ๒๕. เป็นลักษณะที่เฉพาะตัว และ
 อักษร ริ๒๖ และตัวอักษร ริ๒๖ ๒๕. เป็นลักษณะที่เฉพาะตัว และ

โครงการพัฒนาระบบงานด้านการศึกษา
 สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ * กรุงเทพฯ *



OFFICIAL LOGO



- ลักษณะที่เฉพาะตัว
- อักษรไทยในรูปตัวอักษร
- ลักษณะที่เฉพาะตัว
- ลักษณะที่เฉพาะตัว
- ลักษณะที่เฉพาะตัว

โครงการพัฒนาระบบงานด้านการศึกษา
 สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ * กรุงเทพฯ *



OFFICIAL LOGO

Sketch



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้ใช้สำหรับหน่วยงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งการนำเอกสารนี้ไปใช้ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการพัฒนาระบบงานด้านการศึกษา
 สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ * กรุงเทพฯ *



OFFICIAL LOGO
grid & scale



สีของตราสัญลักษณ์ต้องเป็นไปตามสีของตราสัญลักษณ์
ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
โดยต้องไม่เบี่ยงเบนไป
เกินกว่าร้อยละ ๑๐

ตราโลโก้ - ใช้ในกรณีที่ผู้ค้าสินค้าและผู้ประกอบการใช้ตรา

โปรดตรวจสอบตราสัญลักษณ์การค้า
เพื่อการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



OFFICIAL LOGO
color usage



สีของตราสัญลักษณ์ต้องเป็นไปตามสีของตราสัญลักษณ์
ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



ตราโลโก้ - ใช้ในกรณีที่ผู้ค้าสินค้าและผู้ประกอบการใช้ตรา

โปรดตรวจสอบตราสัญลักษณ์การค้า
เพื่อการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



OFFICIAL LOGO
single color



สีทอง



สีน้ำตาล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตราโลโก้ - ใช้ในกรณีที่ผู้ค้าสินค้าและผู้ประกอบการใช้ตรา

โปรดตรวจสอบตราสัญลักษณ์การค้า
เพื่อการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



OFFICIAL LOGO
black & white



ขนาดของโลโก้มาตรฐานของโรงเรียนวัดบ้าน...



OFFICIAL LOGO
color on color



ขนาดของโลโก้มาตรฐานของโรงเรียนวัดบ้าน...
ขนาดของโลโก้มาตรฐานของโรงเรียนวัดบ้าน...
ขนาดของโลโก้มาตรฐานของโรงเรียนวัดบ้าน...



OFFICIAL LOGO
incorrect usage



ห้ามใช้โลโก้ที่มีเงา



ห้ามใช้โลโก้ที่มีเงาตก

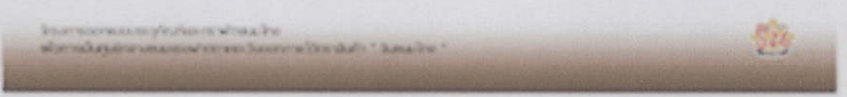


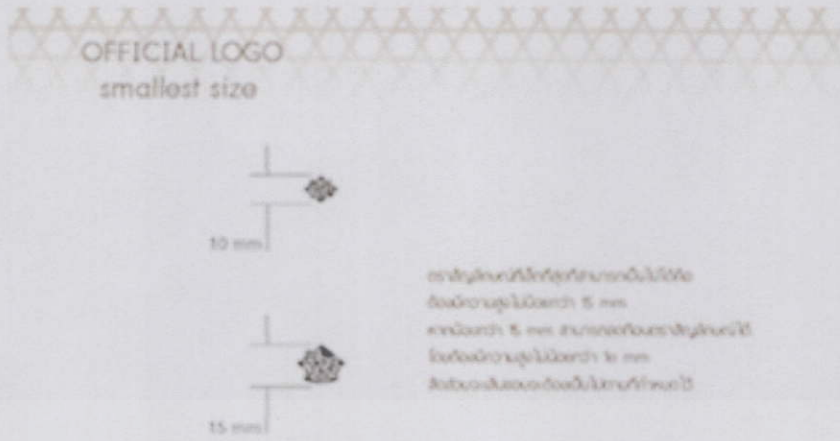
ห้ามใช้โลโก้ที่มีมิติ



ห้ามใช้โลโก้ที่มีขนาด 10 มม.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้





เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4 ภาพถ่ายย่อแผ่นเสนองานอาร์ตเวิร์ค

จากผลิตภัณฑ์ที่มีในโครงการออกแบบมากมายหลายชนิด ดังนั้นจึงเลือกมานำเสนอ
 ในส่วนของอาร์ตเวิร์คดังต่อไปนี้



CORPORATE COLORS

- ◆ R26 YELLOW
C: 24 M: 9
Y: 97 K: 0
- ◆ R26 RED
C: 14 M: 94
Y: 88 K: 4
- ◆ R26 BROWN
C: 41 M: 76
Y: 67 K: 45



ภาพแสดงภาพถ่าย Artwork ตราสัญลักษณ์

- C: 22 M: 27 Y: 47 K: 0
- C: 24 M: 9 Y: 97 K: 0
- C: 38 M: 57 Y: 100 K: 45
- C: 14 M: 94 Y: 88 K: 4
- C: 15 M: 71 Y: 92 K: 3
- C: 66 M: 20 Y: 100 K: 4
- C: 30 M: 40 Y: 96 K: 2
- C: 46 M: 94 Y: 0 K: 0



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา โดยที่ผู้สงวนลิขสิทธิ์ขอสงวนสิทธิ์ในการนำไปใช้

- C: 22 M: 12 Y: 47 K: 0
- C: 24 M: 9 Y: 97 K: 0
- C: 38 M: 57 Y: 100 K: 48
- C: 14 M: 34 Y: 88 K: 4
- C: 43 M: 25 Y: 25 K: 1
- C: 66 M: 20 Y: 100 K: 4
- C: 93 M: 58 Y: 8 K: 2



ภาพแสดงภาพถ่าย Artwork ของบรรจุภัณฑ์กระดาษ

ภาพแสดงภาพถ่าย Artwork ของบรรจุภัณฑ์ทองม้วน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

บทสรุป

บทที่ 5

บทสรุป

5.1 สรุปผลการออกแบบ

5.1.1 ด้านโครงสร้างตราสินค้าใหม่

มีความแข็งแรงและชัดเจนมากขึ้นในแง่ของตำแหน่งทางการตลาด ปรับรูปลักษณ์ให้ทันสมัย สามารถตอบโจทย์ในสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องการได้ ทำให้ตราสินค้ามีศักยภาพทางการตลาด สร้างจุดเด่นและสร้างจุดต่างให้เกินความแตกต่างในตลาดสินค้าขนมของฝาก

5.1.2 ด้านบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์มีเอกลักษณ์ที่สามารถสื่อสารถึงที่มาของแนวความคิดได้และอยู่ภายใต้พื้นฐานของเอกลักษณ์ร่วมองค์กร (Corporate Identity) บรรจุภัณฑ์สามารถแสดงจุดขายของสินค้าที่แตกต่างและน่าสนใจ บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างภาพพจน์ที่ดีต่อสินค้า สื่อสารเรื่องราวของคุณค่า ถ่ายทอดความเป็นตำนานและความ เป็นภาคตะวันออก การออกแบบบรรจุภัณฑ์คำนึงถึงความเป็นไปได้ของการผลิตจริงรวมถึงความเหมาะสมในด้านต้นทุนราคา ขั้นตอนการออกแบบทั้งหมดได้ดำเนินไปอย่างเป็นระบบตามแนวทางการศึกษาข้อมูลการวิเคราะห์ทั้งด้านบรรจุภัณฑ์ กราฟิกและการสื่อสารส่วนส่งเสริมการขายต่างๆและกระบวนการคิดจนได้ผลงานขั้นสุดท้ายได้ในที่สุด

5.1.3 ด้านภาพลักษณ์และเอกลักษณ์องค์กร

มีความชัดเจนมากขึ้น มีความทันสมัย สามารถตอบสนอง ดึงดูดผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมายให้สามารถตัดสินใจเลือกซื้อได้

5.1.4 ด้านคู่มือการใช้ตราสัญลักษณ์องค์กรและองค์ประกอบทางกราฟิก

สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับสินค้าอื่นๆของตราสินค้าใหม่นี้ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2 ข้อเสนอแนะของอาจารย์

5.2.1 ด้านโครงสร้างตราสินค้าใหม่

ตราสินค้ามีการบอกเล่าถึงความเป็นมาดี ยังคงความเป็นตราสัญลักษณ์เก่าอยู่ก็จริง แต่อาจจะต้องการการบอกเล่าถึงความเป็นนามากกว่านี้ อาจจะจำเป็นที่จะต้องมีการใช้การออกแบบอื่นๆร่วมด้วย เช่น การโฆษณา การใช้การส่ง เสริมการขายในรูปแบบอื่นๆร่วมด้วย การจัดกิจกรรม เป็นต้น แต่ถือว่ามีความชัดเจนมากขึ้นเมื่อเทียบกับของเดิม เป็นการขยายช่องทางทางการตลาด

5.2.2 ด้านบรรจุภัณฑ์

ด้านบรรจุภัณฑ์ยังคงขาดน้ำหนักของเหตุผลในการเลือกโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์มาใช้ และขาดความเป็นเอกลักษณ์ที่สื่อออกมาทางบรรจุภัณฑ์ การนำเสนอรวมถึงโทนสีที่ยังขาดความเป็น Corporate Identity ไปบ้าง ควรทำเป็นไดอะแกรม เพื่อให้เข้าใจมากยิ่งขึ้น

แนะนำให้ปรับปรุงกราฟิกในบางสินค้า เช่น กล่อง display ข้าวตังป่น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3 ข้อเสนอแนะของนักศึกษา

5.3.1 ด้านแนวคิดของตราสินค้า

จากการวิเคราะห์เรื่องแนวคิดของตราสินค้าในการนำเอาตำนานและคุณค่าออกมาเพื่อการสื่อสารนั้น อาจจะต้องมีการตีความและทำความเข้าใจในทิศทางที่จะทำการสื่อสารมากกว่านี้ อาจต้องมีการตีความ ให้สามารถรับรู้ได้ง่ายและสร้าง Impact กับผู้บริโภคมากกว่านี้ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รู้ว่าเราคือใคร และเรา ต้องการจะเสนออะไรในสิ่งที่มี

5.3.2 ด้านบรรจุภัณฑ์

ด้านบรรจุภัณฑ์ สามารถพัฒนาได้มากกว่านี้ เพื่อการตอบสนองกับพฤติกรรมที่ได้ทำการสำรวจ ข้อมูลของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายมา เนื่องจากจุดประสงค์นั้นเป็นการศึกษาเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อตอบสนอง กลุ่มคนเมือง จึงควรจะมี ความแตกต่างมากกว่านี้ โดยในส่วนของ การจัดเซตกลุ่มสินค้า และการคำนวณปริมาณ ที่พอเหมาะสมควร หรือการมีกลุ่มสินค้าเพื่อการเติมนั้น ก็เหมาะสมกับพฤติกรรมแต่อาจไม่ใช้ในเรื่องของโครงสร้าง มากนัก

5.3.3 ด้านภาพลักษณ์และเอกลักษณ์องค์กร

ด้านภาพลักษณ์และเอกลักษณ์องค์กรนั้น มีความน่าสนใจและสามารถสร้างเอกลักษณ์ให้กับองค์กรได้ มากขึ้นแต่ยังขาดการนำไปทดลองกับการวางขายบนชั้นสินค้าว่ามีความเหมาะสมและสามารถสร้างความแตกต่างได้หรือไม่เมื่อเทียบกับสินค้ายี่ห้ออื่นๆ

5.3.4 ภาพรวมของการทำวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์นั้นสิ่งที่สำคัญที่สุดคือการวางแผน และการทำให้ได้ตรงตามแผนที่วางไว้ รวมถึง การรวบรวมเอาความรู้ทั้งหมดที่ได้ร่ำเรียนมาใช้ให้ได้อย่างสุดความสามารถ เป็นการทดสอบความสามารถในการ จะออกไปทำงานในชีวิตได้อย่างดีที่สุด การประมวลความรู้และการเลือกนำมาใช้ในการทำวิทยานิพนธ์ต้องเป็นไป อย่างเป็นขั้นเป็นตอน ทุกอย่างล้วนมีเหตุผลที่สามารถอธิบายได้ ในการตัดสินใจเลือกแบบต่างๆ ในหัวข้อ โครงการของตนเองและทำไปตามจุดประสงค์ที่วางไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรมและเอกสารอ้างอิง

- ร้านรินขนมไทย [online] เข้าถึงได้จาก <http://www.rin.co.th>
- ที่นี้จะเชิงเทรา: "ริน" หนึ่งในตำนานขนมหวานแปดริ้ว .2553 [online] เข้าถึงได้จาก teeneechachoengsao.blogspot.com/2010/02/blog-post_19.htm
- "ริน"ขนมไทย(อ่อน)หวาน ภาคต่อธุรกิจทายาทรุ่นสอง.2553 [online] เข้าถึงได้จาก [http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/business/bizweek/20111005/411333/รินขนมไทย\(อ่อน\)หวาน-ภาคต่อธุรกิจทายาทรุ่นสอง.html](http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/business/bizweek/20111005/411333/รินขนมไทย(อ่อน)หวาน-ภาคต่อธุรกิจทายาทรุ่นสอง.html)
- คู่มือท่องเที่ยวไทย ภาคตะวันออกของไทย [online] เข้าถึงได้จาก <http://thai.tourismthailand.org/ข้อมูลจังหวัด/ภาคตะวันออก>
- ภาคตะวันออก - ThaiGoodView.com .2552 [online] เข้าถึงได้จาก www.thaigoodview.com/node/18565
- ภาคตะวันออก (ประเทศไทย) - วิกิพีเดีย [online] เข้าถึงได้จาก [th.wikipedia.org/wiki/ภาคตะวันออก_\(ประเทศไทย\)](http://th.wikipedia.org/wiki/ภาคตะวันออก_(ประเทศไทย))
- BrandAnything. 2554. Y&Rchetypes (Archetype)- 13 ตัวตนของแบรนด์ [online]. ? เข้าถึงได้จาก <http://www.brandanything.biz/wordpress/?p=1502>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



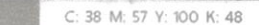



ประวัติการศึกษา

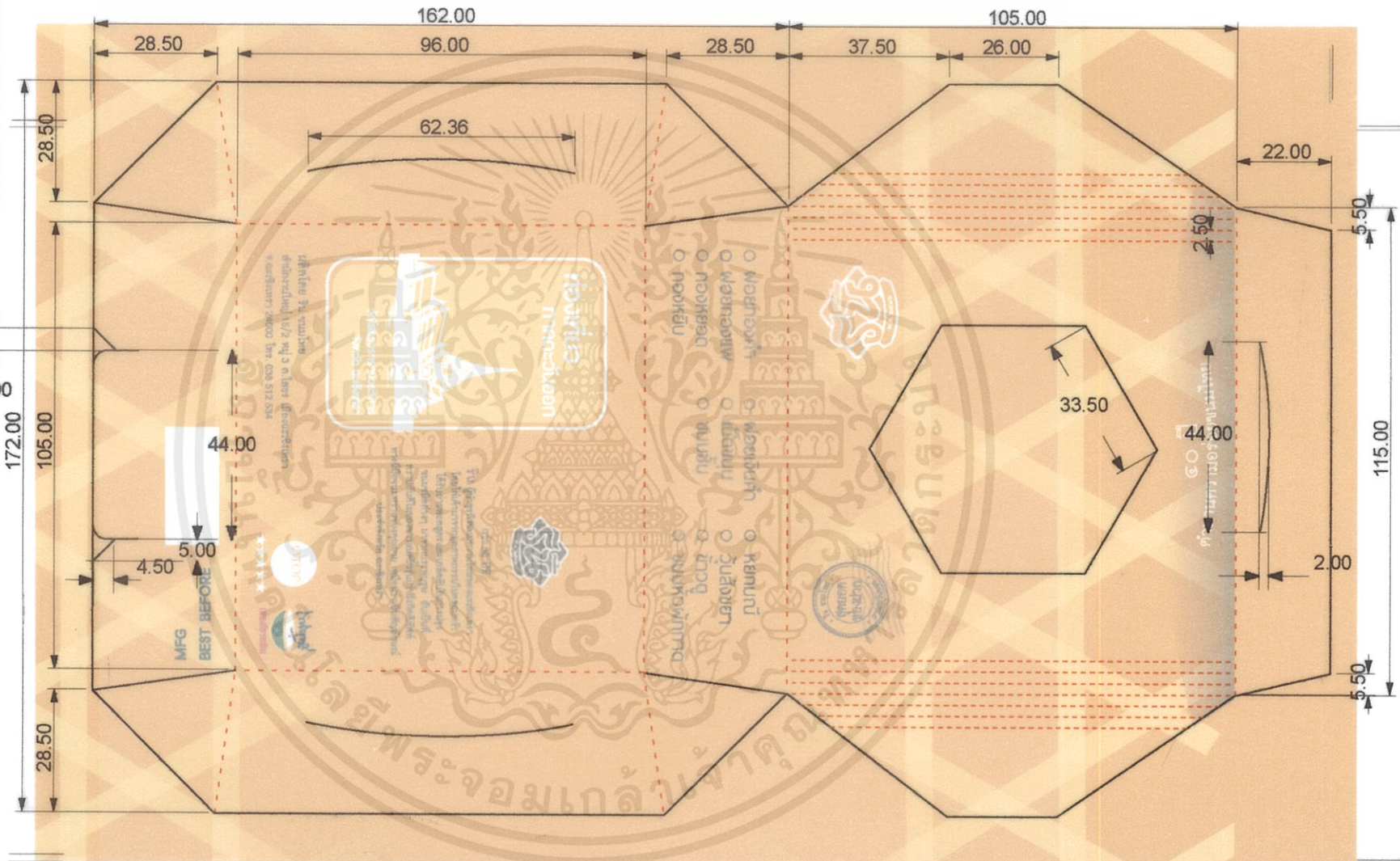
ชื่อ	ขวัญชนก เขี่ยมเพชร
ระดับการศึกษา	
อนุบาล	โรงเรียนชลประทานวิทยา จังหวัด นนทบุรี
ประถมศึกษา	โรงเรียนชลประทานวิทยา จังหวัด นนทบุรี
มัธยมศึกษา	โรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัย นนทบุรี จังหวัด นนทบุรี
อุดมศึกษา	ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วันที่	26/02/14		
ชื่อลูกค้า	SU SUNTOP		
ชื่อสินค้า	กล่องขนมเค้ก		
สีกระดาษ	12		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
จำนวน	172	289	
ผู้ประกอบ	KUNTSCHAU		
ผู้ประกอบ	KUNTSCHAU		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำ	บริษัท สุนทอป แอวโพรส จำกัด		

-  cutting line
-  folding line
-  C: 38 M: 57 Y: 100 K: 48
-  C: 14 M: 94 Y: 88 K: 4
-  C: 21 M: 39 Y: 100 K: 1
-  C: 66 M: 20 Y: 100 K: 4



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

วันที่	26/02/14		
ชื่อลูกค้า	รับ ชมป๊อปปี้		
ชื่อสินค้า	กล่องชมป๊อปปี้สด		
สัดส่วน	12		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก	172	289	
หน้ากระดาษ			
ชนิดกระดาษ	กระดาษอาร์ต		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำแบบ	นส.ขวัญสุดา เวียงเพชร		

-  C: 24 M: 9 Y: 97 K: 0
-  C: 38 M: 57 Y: 100 K: 48
-  C: 14 M: 94 Y: 88 K: 4
-  C: 19 M: 15 Y: 16 K: 0
-  C: 66 M: 20 Y: 100 K: 4



MFG
BEST BEFORE



น้ำดื่มสะอาด น้ำดื่มบริสุทธิ์
 ผลิตจากน้ำดื่มสะอาด 100% ไม่มีส่วนผสมของสารเคมี
 ปลอดภัย 100% เหมาะสำหรับทุกเพศทุกวัย
 1 ลิตร 100% 100% 100%
 1 ลิตร 100% 100% 100%

บริษัท 97.75 จำกัด
 15/2 หมู่ 3 ต.โพธิ์ ต.เมืองชุมพร
 อ.เมืองชุมพร 24000 โทร. 038 512 534

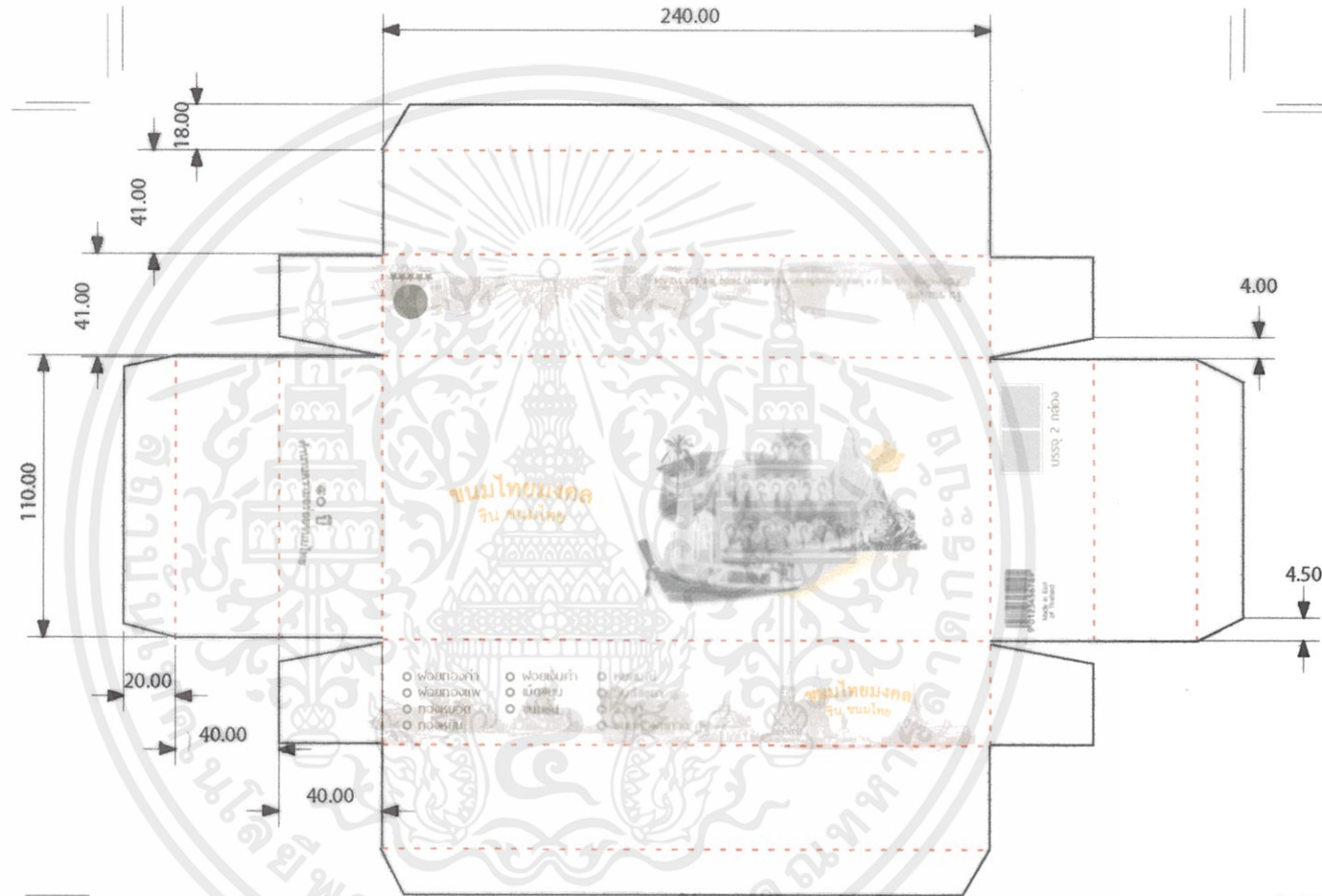
- ขนมพืชมัทธ ○ กฤษณเบ
- บอกรณ
- มังกรเบท
- นมถนอม
- ขนมพืชมัทธ ○ กฤษณเบ
- บอกรณ
- มังกรเบท
- นมถนอม



๕๐ ปี
 ความอร่อยคนไทย

วันที่	26/02/14		
ชื่อลูกค้า	จุฬาลงกรณ์		
ชื่อสินค้า	ซอง Premium (1) ฟ้า		
สีกระดาษ	14		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
จำนวน	313	441	
ชนิดกระดาษ	กระดาษเคลือบ		
ชนิดการพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำ	มหาวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์		

- cutting line
C: 24 M: 9 Y: 97 K: 0
- folding line
- C: 38 M: 57 Y: 100 K: 48
- C: 36 M: 63 Y: 51 K: 12
- C: 60 M: 51 Y: 51 K: 20



วันที่	26/02/14		
ชื่อลูกค้า	รับ สมเด็จพระ		
ชื่อสินค้า	กล่อง Premium (1) ฟาล้าง		
อัตราส่วน	14		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก	307	439	
หน้ากระดาษ			
ชนิดกระดาษ	กระดาษอาร์ต		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำแบบ	นส.ขวัญชนก เรียมเพชร		

- C: 24 M: 9 Y: 97 K: 0
- C: 38 M: 57 Y: 100 K: 48
- C: 60 M: 51 Y: 51 K: 20



วันที่	26/02/14		
ชื่อลูกค้า	ริน ชนมไทย		
ชื่อสินค้า	กล่อง Premium (2) ฟานูน		
สัดส่วน	1:4		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายในอก	410	434	
หน้ากระดาษ			
ชนิดกระดาษ	กระดาษอาร์ต		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำแบบ	นส.ชวัญชนก เอี่ยมเพชร		

	C: 24 M: 9 Y: 97 K: 0
	C: 38 M: 57 Y: 100 K: 48
	C: 36 M: 63 Y: 51 K: 12
	C: 60 M: 51 Y: 51 K: 20



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

วันที่	26/02/14		
ชื่อลูกค้า	ริน ชนนิไทย		
ชื่อสินค้า	กล่อง Premium (2) ฟ้าง		
สีผิว	14		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก	406	430	
หน้ากระดาษ			
ชนิดกระดาษ	กระดาษการ์ด		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำแบบ	นส. ชวิญยนก เอี่ยมเพชร		

 C: 24 M: 9 Y: 97 K: 0

 C: 38 M: 57 Y: 100 K: 48

 C: 60 M: 51 Y: 51 K: 20



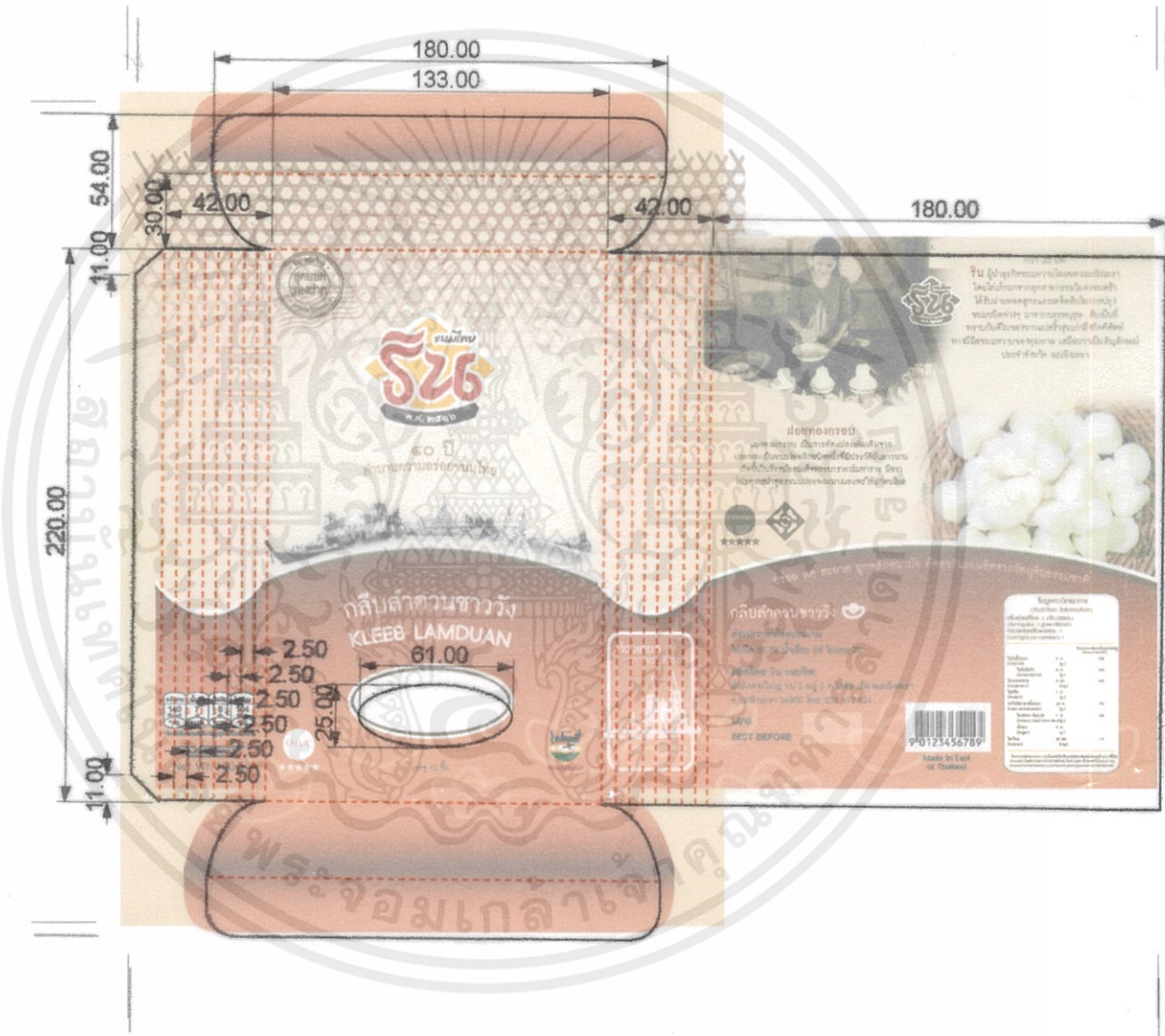
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

วันที่ DATE	26/02/14 28/03/14		
ชื่อลูกค้า CUSTOMER	SUNMI FOOD 301 KULBURI		
ชื่อสินค้า ITEM NAME	ข้าวเหนียว THAI BROWN RICE		
ชื่อรุ่น MODEL	A4		
ขนาด SIZE	หน้า FRONT	ขวา RIGHT	สูง HEIGHT
ขนาดหน้า FRONT SIZE	262 262	450 250	
ชื่อโรงงาน FACTORY			
ชื่อสินค้า ITEM NAME	กระดาษเคลือบ 200 gm Laminated Paper 200 gm		
ชื่อโรงงาน FACTORY	Offset		
ชื่อสินค้า ITEM NAME	ใช้โปรแกรม Adobe Illustrator CS5		

— cutting line
- - - - - folding line

C: 22 M: 12 Y: 47 K: 0

- C: 24 M: 9 Y: 97 K: 0
- C: 38 M: 57 Y: 100 K: 48
- C: 14 M: 94 Y: 88 K: 4
- C: 15 M: 71 Y: 92 K: 3
- C: 66 M: 20 Y: 100 K: 4
- C: 93 M: 90 Y: 31 K: 20



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

วันที่	26/03/14		
ชื่อลูกค้า	รสม หนองไทย		
ชื่อสินค้า	ถล่องขนมแห้ง		
สัดส่วน	14		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก	262	450	
หน้ากระดาษ			
ชนิดกระดาษ	กระดาษถล่องโป่ง 200 gm		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำแบบ	นส อวิรุณกร เอี่ยมเพชร		

- C: 22 M: 12 Y: 47 K: 0
- C: 24 M: 9 Y: 97 K: 0
- C: 38 M: 57 Y: 100 K: 48
- C: 14 M: 94 Y: 88 K: 4
- C: 15 M: 71 Y: 92 K: 3
- C: 66 M: 20 Y: 100 K: 4
- C: 93 M: 90 Y: 31 K: 20



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

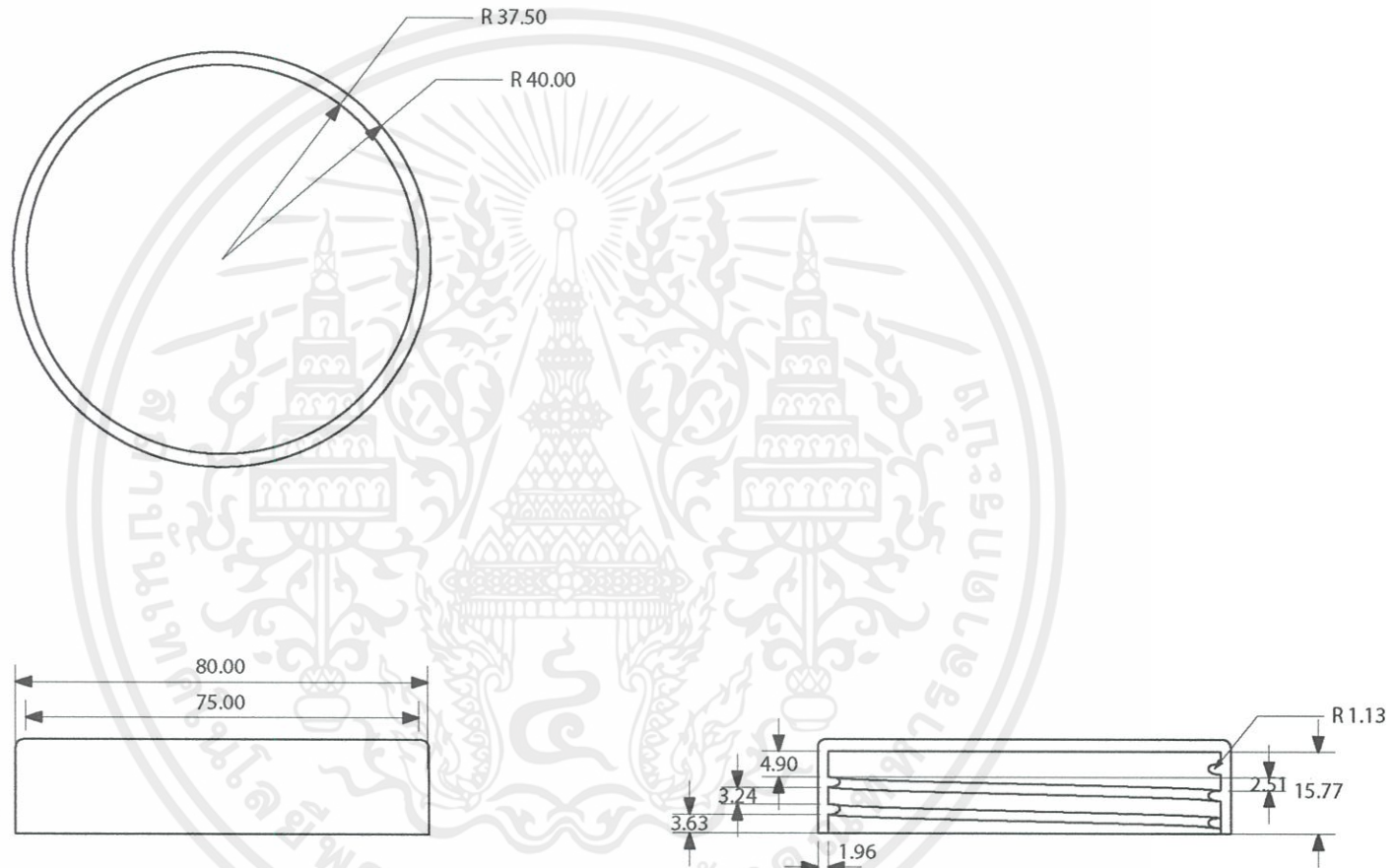
วันที่	26/03/4		
ชื่อลูกค้า	รับ ชมณิทย		
ชื่อสินค้า	กล่องขนมแพ่ง		
สีตส่วน	14		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก	262	450	
หน้ากระดาษ			
ชนิดกระดาษ	กระดาษกล่องแข็ง 200 gm		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำแบบ	นส ชวิญนภ เจริญพร		

- C: 22 M: 12 Y: 47 K: 0
- C: 24 M: 9 Y: 97 K: 0
- C: 38 M: 57 Y: 100 K: 48
- C: 14 M: 94 Y: 88 K: 4
- C: 15 M: 71 Y: 92 K: 3
- C: 66 M: 20 Y: 100 K: 4
- C: 93 M: 90 Y: 31 K: 20

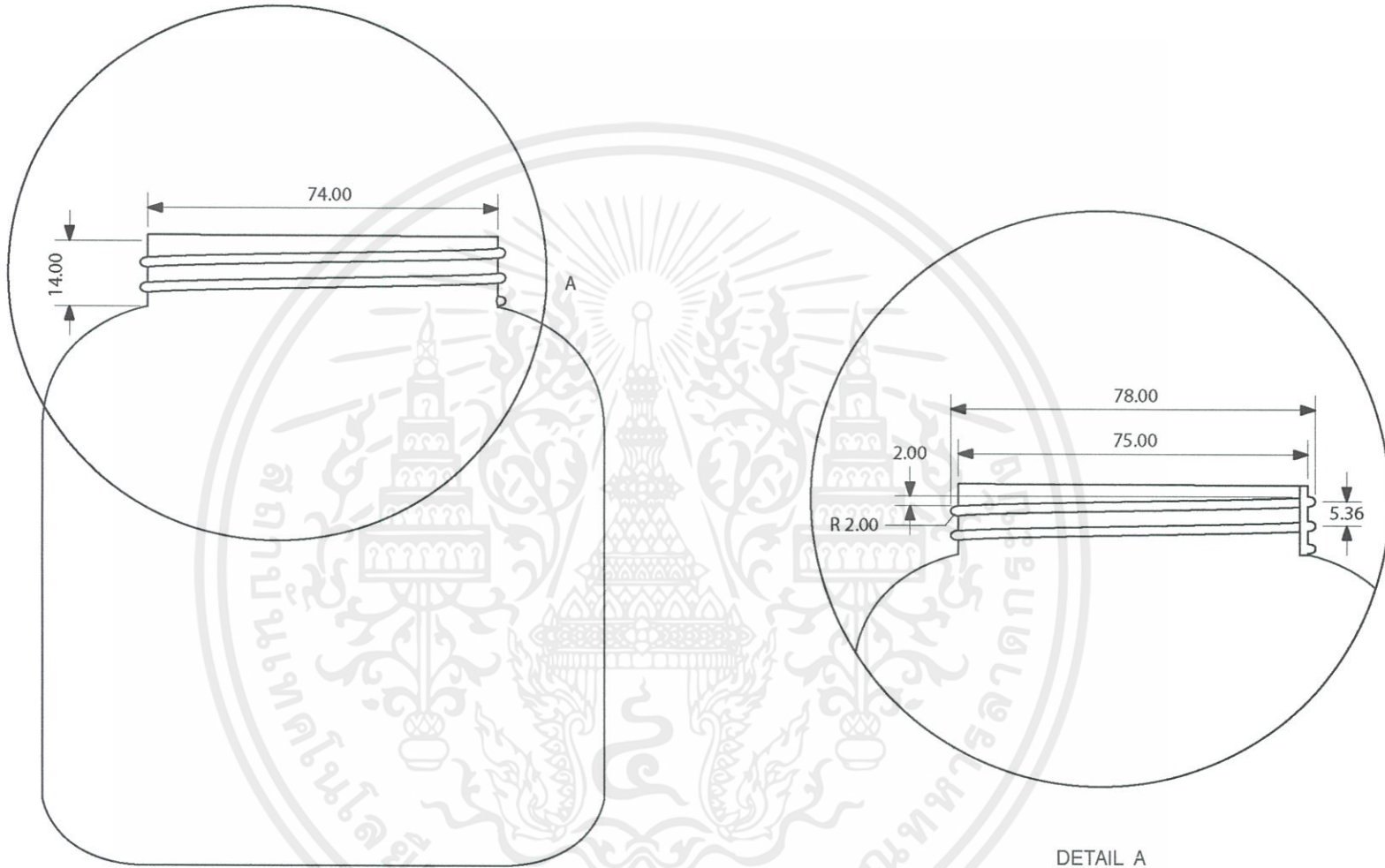


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

วันที่	26/03/14		
ชื่อลูกค้า	รับ ชม.ไทย		
ชื่อสินค้า	ฝากระป๋องข้าวตั้งบน		
สัดส่วน	1:2		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก	80	80	20
-			
วัสดุ	HDPE		
-			
ผู้จัดทำแบบ	บ.ส.ชวิตกุลชนก เอี่ยมเพชร		

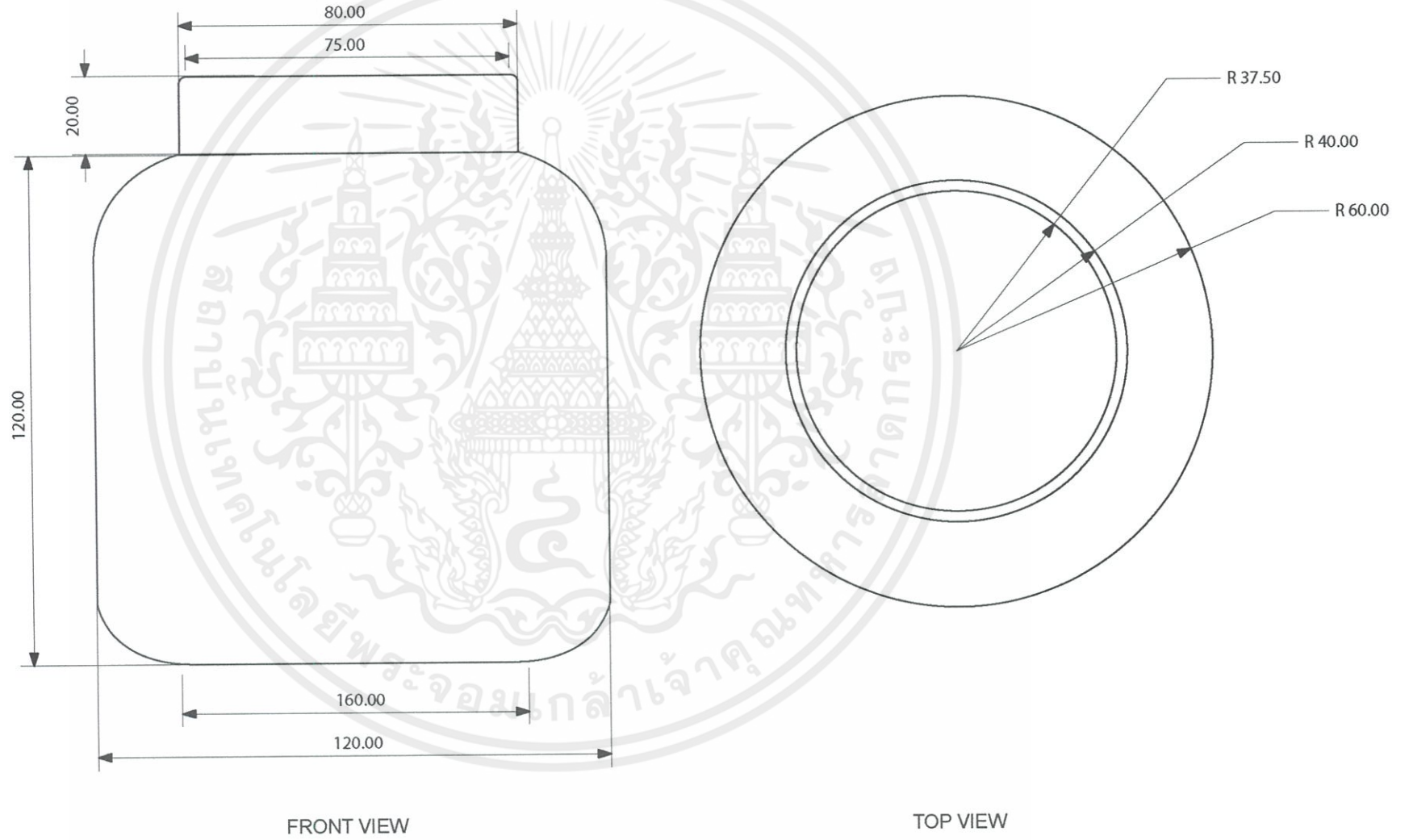


วันที่	26/03/14		
ชื่อลูกค้า	รับ ชม.ไทย		
ชื่อสินค้า	กระป๋องข้าวฉึ่งแปน		
สัดส่วน	1:2		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก	120	120	140
-			
วัสดุ	พลาสติก NP glass		
-			
ผู้จัดทำแบบ	นส.ชวีณัฐยา เอี่ยมเพชร		

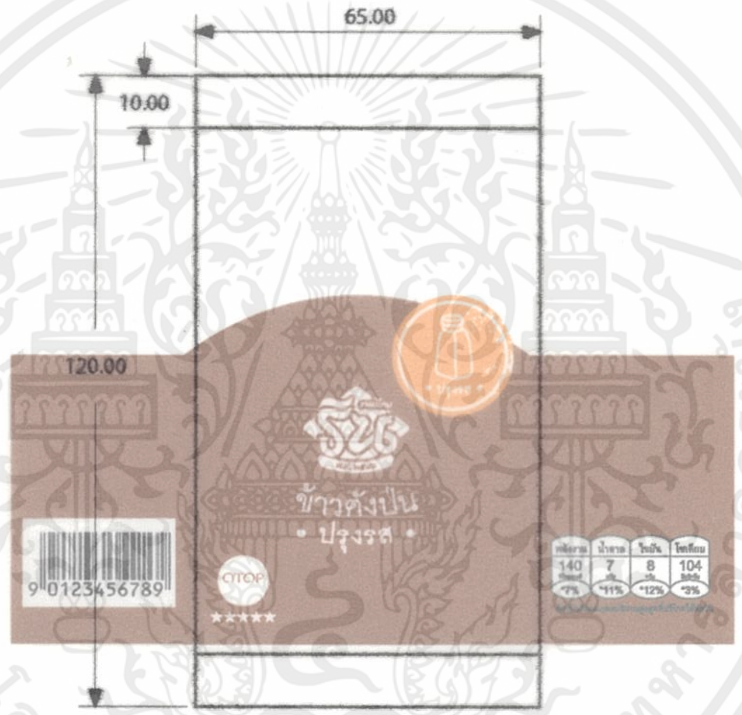
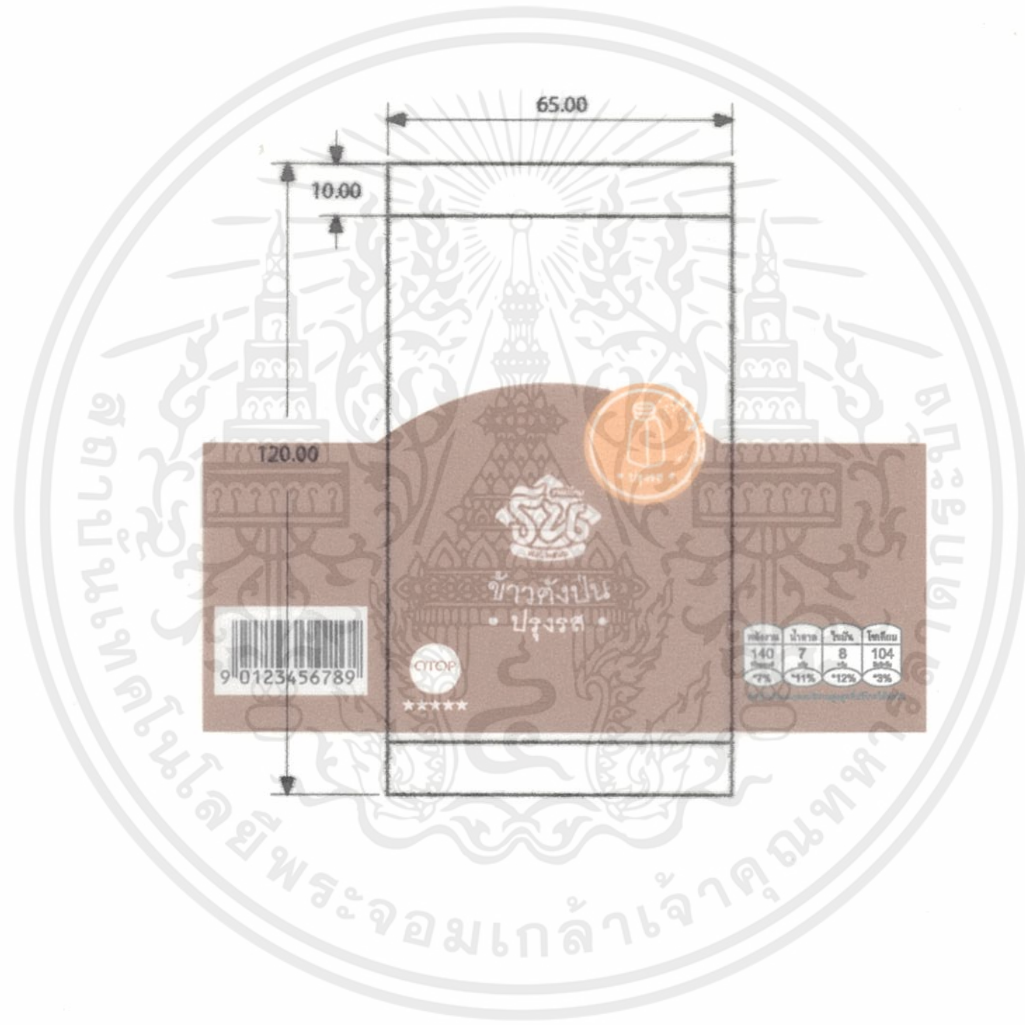


DETAIL A
SCALE 1:1

วันที่	26/03/14		
ชื่อลูกค้า	รับ ชม.ไทย		
ชื่อสินค้า	กระปุกข้าวตังป่น		
สัดส่วน	1:2		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก	120	120	140
วัสดุ	พลาสติก NP glass		
ผู้จัดทำแบบ	นส. ชวิญษณ เอี่ยมเพชร		



วันที่ Date	26/03/14 26/03/14		
ชื่อลูกค้า Customer	SU สมบัติ SU Sambit		
ชื่อลูกค้า Customer	8507 โฉมใหม่ 8507 New Model		
ชื่อรุ่น Model	T2 T2		
ขนาด Size	นิ้ว Inch	นิ้ว Inch	นิ้ว Inch
ขนาด Size	65 65	120 120	
ชื่อ Name	Sawaland Sawaland		
ชื่อ Name	Gravure Gravure		
ชื่อ Name	Sawaland Sawaland		



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

วันที่	26/03/14		
ชื่อลูกค้า	ริน วัฒนไทย		
ชื่อสินค้า	ซองข้าวตังแปบ		
สัดส่วน	1:2		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก	65	120	
-			
วัสดุ	ซองพลาสติก		
เครื่องพิมพ์	Gravure		
ผู้จัดทำแบบ	นส ชวิญษณก เวียดนามพร		



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

วันที่	26/03/14		
ชื่อลูกค้า	รับ ชมไทย		
ชื่อสินค้า	ฉลากข้าวกล้องพรีเมียม		
สัดส่วน	1:2		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก	70	313	
หน้ากระดาษ			
ชนิดกระดาษ	Sticker label		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำแบบ	นส. ชวิญษณ เว็บบเพอร์		



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

วันที่	26/03/14		
ชื่อลูกค้า	รับ สมณิกถ		
ชื่อสินค้า	กลองกาละแม		
สัดส่วน	1:2		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก	196	240	
หน้ากระดาษ			
ชนิดกระดาษ	กระดาษเคลือบเงา 300 gm		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำแบบ	นส. ชวัญคุณ เอี่ยมเพชร		

-  C: 22 M: 12 Y: 47 K: 0
-  C: 24 M: 9 Y: 97 K: 0
-  C: 38 M: 57 Y: 100 K: 48
-  C: 14 M: 94 Y: 88 K: 4
-  C: 20 M: 41 Y: 67 K: 1
-  C: 66 M: 20 Y: 100 K: 4

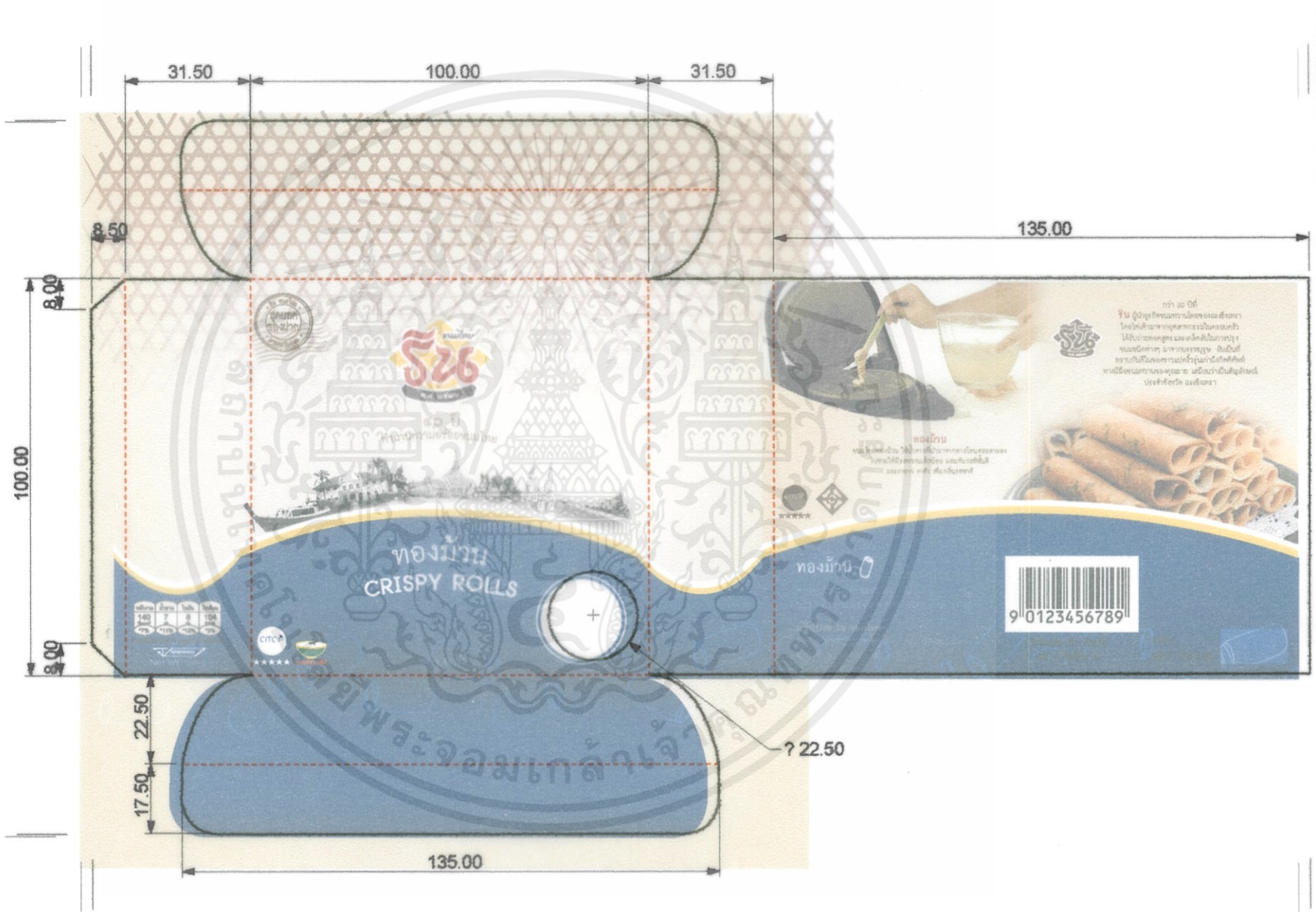


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า



ชื่อสินค้า	260974		
ชื่อลูกค้า	5555.5555		
ชื่อสินค้า	ทดสอบงานพิมพ์		
ชื่อรุ่น	1:22		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
กระดาษ	1880	3006	
ชนิดกระดาษ			
ชนิดกระดาษ	กระดาษเคลือบเงา 90gsm		
ชนิดสีพิมพ์	offset		
ผู้จัดทำ	บริษัท กรีนพีค จำกัด		







C-22-cmyk line 47 K: 0
----- folding line
C-24 M: 9 Y: 97 K: 0

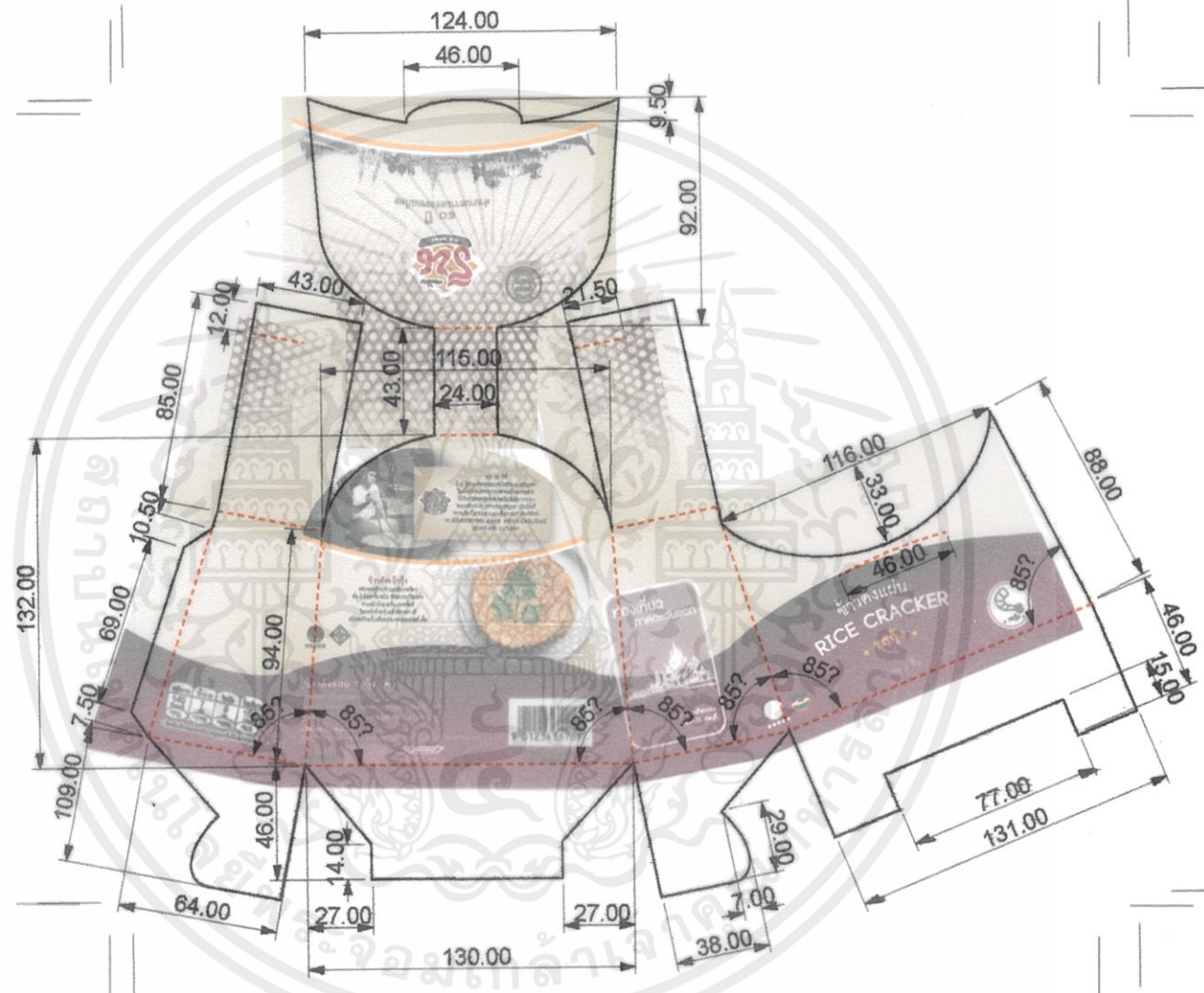
- C: 38 M: 57 Y: 100 K: 48
- C: 14 M: 94 Y: 88 K: 4
- C: 43 M: 35 Y: 35 K: 1
- C: 66 M: 20 Y: 100 K: 4
- C: 93 M: 58 Y: 18 K: 2



วันที่ Date	26/03/14 26/03/14		
ชื่อลูกค้า Customer	สม. สม.ไทย SM. SM. THAI		
ชื่อสินค้า Product	กล่องข้าวต้ม RICE CRACKER		
จำนวน Quantity	14 14		
ขนาด Size	กว้าง Width	ยาว Height	สี Color
	360 360	400 400	80 80
วัสดุกระดาษ Paper			
สีกระดาษ Paper Color			
สีหมึก Ink Color			
ชนิดกระดาษ Paper Type	กระดาษเคลือบเงา 300 gm Glossy Coated Paper 300 gm		
การตัด Cutting	Offset		
การพับ Folding	มีเส้นพับตามรูป Fold lines as shown		

	cutting line
	folding line, 47 K: 0

-  C: 24 M: 9 Y: 97 K: 0
-  C: 38 M: 57 Y: 100 K: 48
-  C: 14 M: 94 Y: 88 K: 4
-  C: 38 M: 93 Y: 36 K: 10
-  C: 40 M: 100 Y: 55 K: 47
-  C: 90 M: 34 Y: 100 K: 27



วันที่	26/03/14		
ชื่อลูกค้า	ริน ชนไทย		
ชื่อสินค้า	กล่องข้าวฉิ่ง		
สัดส่วน	1:4		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก	360	400	
หน้ากระดาษ			
ชนิดกระดาษ	กระดาษกล่องแข็ง 500 gm		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำแบบ	นส. ชวิญญา เอี่ยมเพชร		

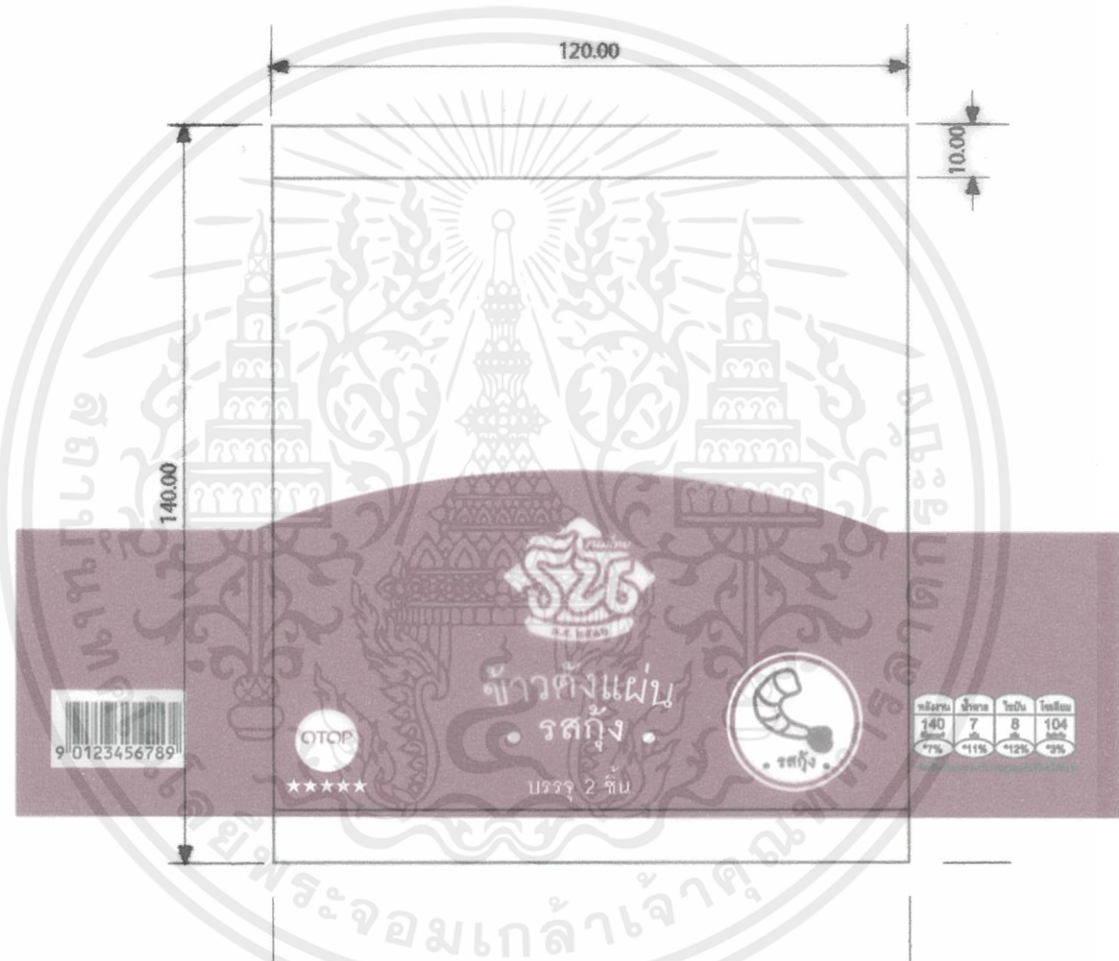
- C: 22 M: 12 Y: 47 K: 0
- C: 24 M: 9 Y: 97 K: 0
- C: 38 M: 57 Y: 100 K: 48
- C: 14 M: 94 Y: 88 K: 4
- C: 81 M: 20 Y: 42 K: 1
- C: 93 M: 90 Y: 31 K: 20
- C: 90 M: 34 Y: 100 K: 27



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

วันที่	26/03/14		
ชื่อลูกค้า	5น. สมปไทย		
ชื่อสินค้า	ซองข้าวตัง		
สีตลับ	12		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภาพบอก	140	120	
วัสดุ	ซองพลาสติก		
เครื่องพิมพ์	Gravure		
ผู้จัดทำแบบ	บส.ชวัญสุนทร เอ็มเพอร์		

 C: 38 M: 93 Y: 36 K: 10
 C: 40 M: 100 Y: 55 K: 47



วันที่	26/03/14		
ชื่อลูกค้า	ริน ชนนิไทย		
ชื่อสินค้า	ซองข้าวตัง		
สัดส่วน	1:2		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก	140	120	
วัสดุ	ซองพลาสติก		
เครื่องพิมพ์	Gravure		
ผู้จัดทำแบบ	นส ชวิญษณก เที่ยมเพชร		

-  C: 81 M: 20 Y: 42 K: 1
-  C: 59 M: 51 Y: 51 K: 20
-  C: 69 M: 63 Y: 62 K: 58



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

วันที่	26/03/14		
ชื่อลูกค้า	ริน ชนนิไทย		
ชื่อสินค้า	กล่องรวมหน่วยข้าวตัง		
สัดส่วน	14		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก	320	800	
หน้ากระดาษ			
ชนิดกระดาษ	กระดาษเทาขาว 300 gm		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำแบบ	นส.ชวิญษณก เอี่ยมเพชร		

-  C: 22 M: 12 Y: 47 K: 0
-  C: 24 M: 9 Y: 97 K: 0
-  C: 38 M: 57 Y: 100 K: 48
-  C: 14 M: 94 Y: 88 K: 4
-  C: 38 M: 93 Y: 36 K: 10
-  C: 40 M: 100 Y: 55 K: 47

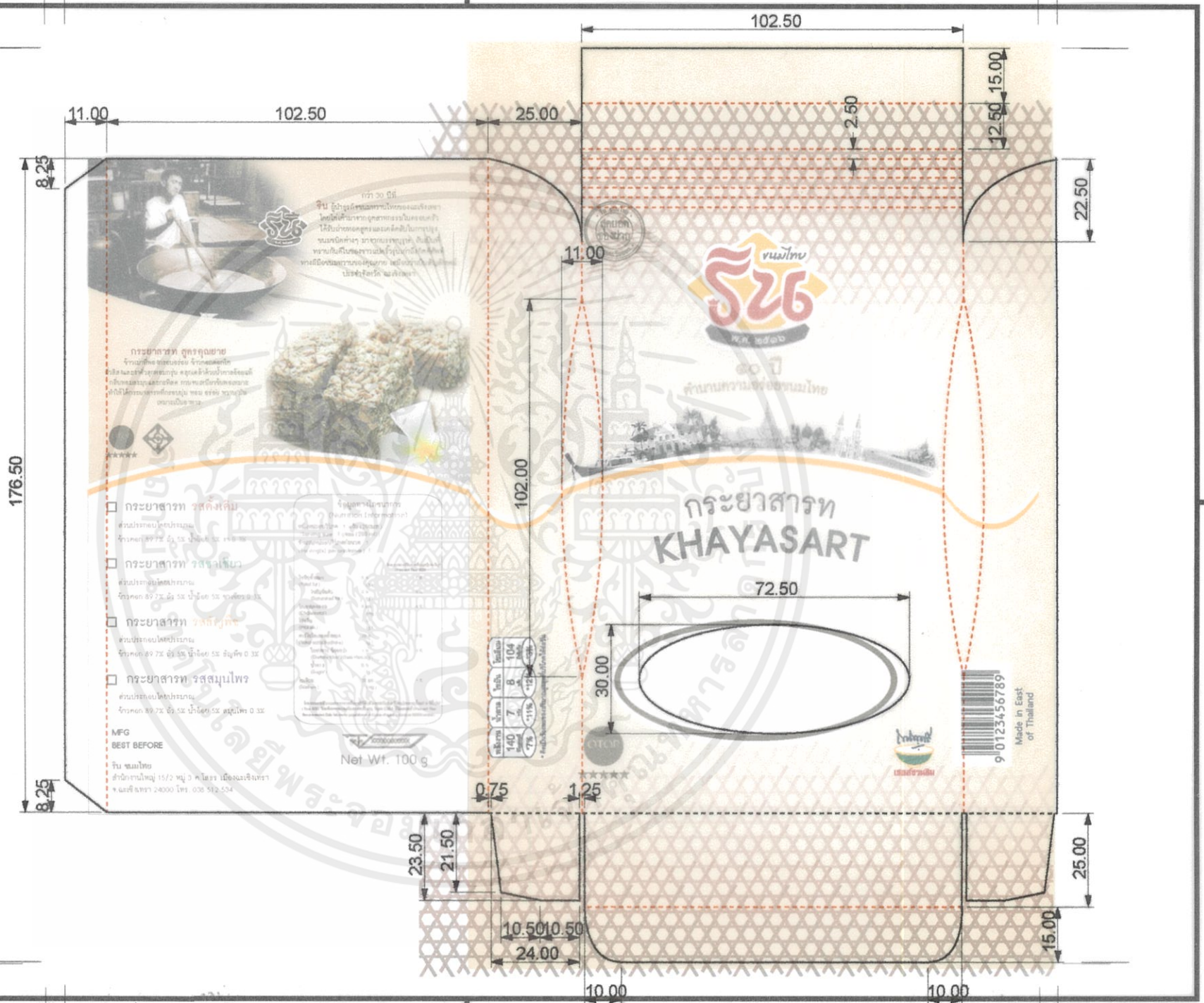


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ฉบับที่	26/26/03/14
ชื่อลูกค้า	ร.บ. ชนมไทย
ชื่อสินค้า	กระดาษซองบรรจุซอง
ชื่อส่วน	12 12
ขนาด	กว้าง ยาว สูง
ขนาดหน้า	266 246
ชื่อกระดาษ	
ชื่อกระดาษ	กระดาษเคลือบเงา 90gsm
ชื่อสีพื้น	Offset
ชื่อผู้จัดทำ	บริษัท ชนมไทย จำกัด

—	cutting line
- - -	folding line
C: 22 M: 12 Y: 47 K: 0	

- C: 24 M: 9 Y: 97 K: 0
- C: 38 M: 57 Y: 100 K: 48
- C: 14 M: 94 Y: 88 K: 4
- C: 15 M: 71 Y: 92 K: 3
- C: 66 M: 20 Y: 100 K: 4
- C: 20 M: 40 Y: 96 K: 2
- C: 46 M: 94 Y: 0 K: 0

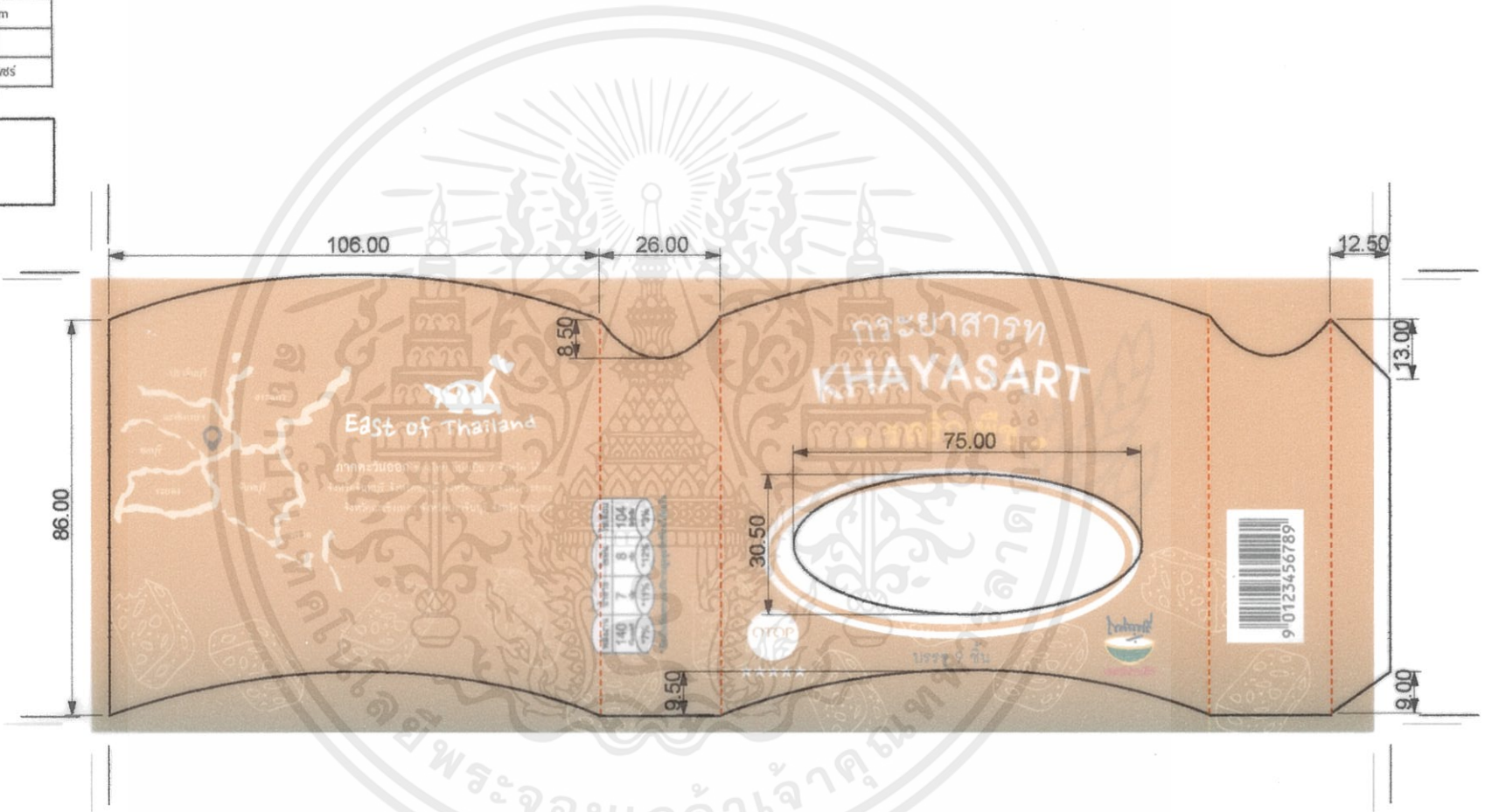


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

วันที่	วันที่	26/03/14	26/03/14	
ชื่อลูกค้า	ชื่อลูกค้า	บริษัท	บริษัท	
ชื่อสินค้า	ชื่อสินค้า	กล่องบรรจุภัณฑ์	กล่องบรรจุภัณฑ์	
สีผิว	สีผิว	12		
ขนาด	ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภาพนอก	ภาพนอก	272	98	
น้ำหนักกระดาษ	น้ำหนักกระดาษ			
ชนิดกระดาษ	ชนิดกระดาษ	กระดาษ	กระดาษ	
เครื่องพิมพ์	เครื่องพิมพ์	Offset		
ชื่อช่าง	ชื่อช่าง	บริษัท	บริษัท	

— cutting line
 - - - - - folding line

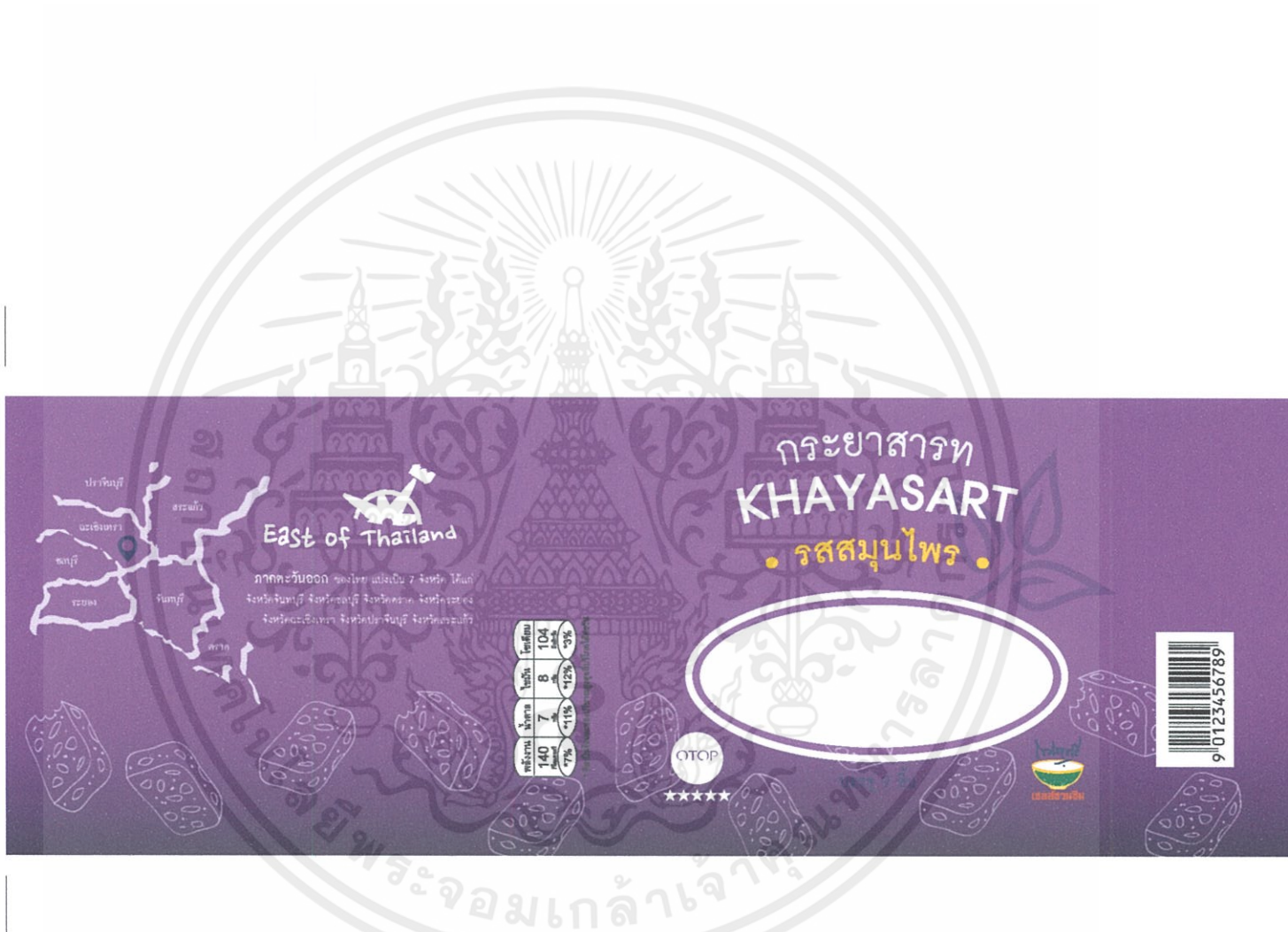
- C: 20 M: 40 Y: 96 K: 2
- C: 24 M: 9 Y: 97 K: 0
- C: 38 M: 57 Y: 100 K: 48
- C: 14 M: 94 Y: 88 K: 4
- C: 66 M: 20 Y: 100 K: 4



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

วันที่	26/03/14		
ชื่อลูกค้า	รับ ชม.ใหญ่		
ชื่อสินค้า	กล่องขนมกระยาสารท		
สัดส่วน	1:2		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก	276	98	
หน้ากระดาษ			
ชนิดกระดาษ	กระดาษอาร์ต 200 gm		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำแบบ	นส.ชวัญธน เอี่ยมเพชร		

-  C: 46 M: 94 Y: 0 K: 0
-  C: 24 M: 9 Y: 97 K: 0
-  C: 93 M: 90 Y: 31 K: 20
-  C: 14 M: 94 Y: 88 K: 4
-  C: 66 M: 20 Y: 100 K: 4



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

วันที่	26/03/14		
ชื่อลูกค้า	5น ชม.นทย		
ชื่อสินค้า	กล่องขนมกระยาสารท		
สัดส่วน	1:2		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก	276	98	
หน้ากระดาษ			
ชนิดกระดาษ	กระดาษอาร์ต 200 gm		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำแบบ	นส ชวิญญน เอี่ยมเพชร		

-  C: 15 M: 71 Y: 92 K: 3
-  C: 24 M: 9 Y: 97 K: 0
-  C: 38 M: 57 Y: 100 K: 48
-  C: 14 M: 94 Y: 88 K: 4
-  C: 66 M: 20 Y: 100 K: 4



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

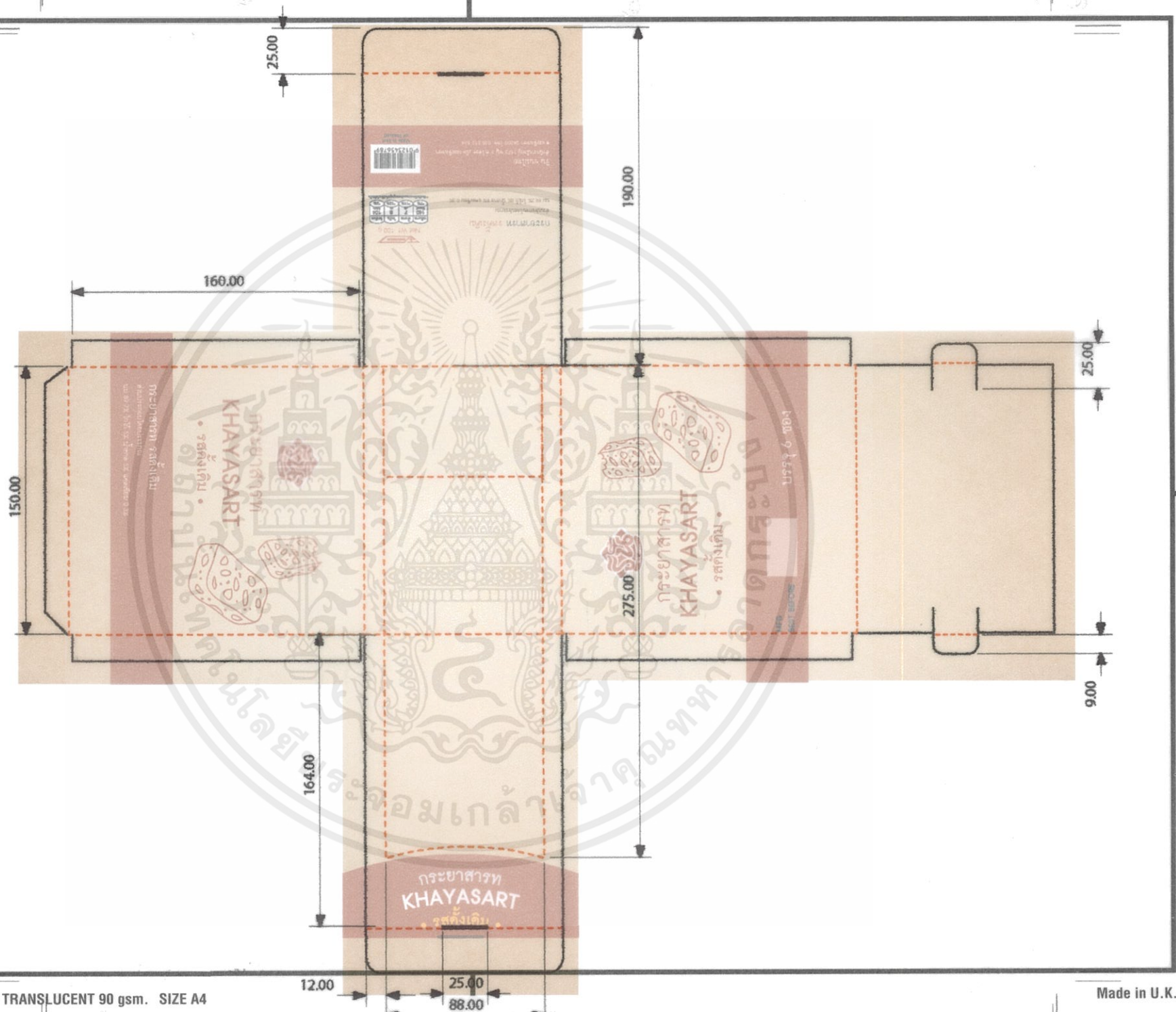
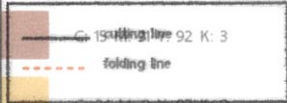
วันที่	26/03/14		
ชื่อลูกค้า	Sru หนองไทย		
ชื่อสินค้า	กล่องขนมกระชายสาร		
สัดส่วน	1:2		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายในอก	276	98	
หน้ากระดาษ			
ชนิดกระดาษ	กระดาษอาร์ต 200 gm		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำแบบ	นส.ชวัญฝน เวียดนาม		

- C: 66 M: 20 Y: 100 K: 4
- C: 24 M: 9 Y: 97 K: 0
- C: 100 M: 87 Y: 33 K: 23
- C: 14 M: 94 Y: 88 K: 4



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

วันที่ DATE	26/03/14 26/03/14		
ชื่อลูกค้า CUSTOMER	สับ สบู่ไทย		
ชื่อสินค้า PRODUCT	สบู่สมุนไพรธรรมชาติ		
สีผิว COLOR	สี		
ขนาด SIZE	150	80	80
น้ำหนัก WEIGHT	530	562	
กระดาษ PAPER			
สีกระดาษ PAPER COLOR	กระดาษสีน้ำตาล 500 gm		
เครื่องพิมพ์ PRINTING	offset		
เครื่องตัด CUTTING	เครื่องตัดแบบอัตโนมัติ		



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

วันที่	26/03/14		
ชื่อลูกค้า	รับ สม.ไทย		
ชื่อสินค้า	กล่องรวมขนมกระยาสารท		
สัดส่วน	1:4		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภาพนอก	530	562	
หน้ากระดาษ			
ชนิดกระดาษ	กระดาษกล่องแข็ง 500 gm		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำแบบ	นส.ขวัญชนก เอี่ยมพานิช		

C: 15 M: 71 Y: 92 K: 3

C: 24 M: 9 Y: 97 K: 0



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

วันที่	26/03/14		
ชื่อลูกค้า	รับ ชม.ไทย		
ชื่อสินค้า	กล่องรวมขนมกระยาสารท		
สัดส่วน	14		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก	530	562	
หน้ากระดาษ			
ชนิดกระดาษ	กระดาษกล่องแข็ง 500 gm		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำแบบ	นส.ขวัญชนก เรียบพร้อม		

C: 66 M: 20 Y: 100 K: 4

C: 24 M: 9 Y: 97 K: 0



วันที่	26/03/14		
ชื่อลูกค้า	Su ชมไทย		
ชื่อสินค้า	กล่องรวมขนมกระยาสารท		
สัดส่วน	14		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก	530	562	
หน้ากระดาษ			
ชนิดกระดาษ	กระดาษกล่องแข็ง 500 gm		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำแบบ	นส.ชวัญสม เวียดนาม		

C: 46 M: 94 Y: 0 K: 0

C: 24 M: 9 Y: 97 K: 0



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

วันที่	26/03/14		
ชื่อลูกค้า	รับ สมปไทย		
ชื่อสินค้า	ซองกระดาษสา สลักรูป		
สีถาด	12		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
กมมมม	200	150	
วัสดุ	ซองพลาสติก		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำแบบ	นางสาววิมลชนก เอี่ยมเพชร		

-  C: 20 M: 40 Y: 96 K: 2
-  C: 24 M: 9 Y: 97 K: 0



วันที่	26/03/14		
ชื่อลูกค้า	วิน ชนมไทย		
ชื่อสินค้า	ซองกระดาษสา รสชาเขียว		
สีผิว	12		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก	200	150	
วัสดุ	ซองพลาสติก		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำแบบ	บส ชวิญธน เอียนเพอร์		

-  C: 66 M: 20 Y: 100 K: 4
-  C: 24 M: 9 Y: 97 K: 0
-  C: 100 M: 87 Y: 33 K: 23



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า





วันที่	26/03/14		
ชื่อลูกค้า	รับ ชมไทย		
ชื่อสินค้า	ซองกระดาษสา สดิงเดิม		
สัดส่วน	1:2		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก	200	150	
วัสดุ	ซองกระดาษสา		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำแบบ	เบส ชวินธน เอ็มเพอร์		

-  C: 15 M: 71 Y: 92 K: 3
-  C: 24 M: 9 Y: 97 K: 0
-  C: 38 M: 75 Y: 100 K: 48



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

วันที่	26/03/14		
ชื่อลูกค้า	ชิน ชมไทย		
ชื่อสินค้า	ซองเล็กกระดาษสา		
สีดส่วน	1:2		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก	107	25	
วัสดุ	ซองพลาสติก		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำแบบ	นส ชวิญญน เอี่ยมเพชร		

-  C: 24 M: 9 Y: 97 K: 0
-  C: 15 M: 71 Y: 92 K: 3
-  C: 66 M: 20 Y: 100 K: 4
-  C: 20 M: 40 Y: 96 K: 2
-  C: 46 M: 94 Y: 0 K: 0



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

วันที่พิมพ์	26/03/2014
ชื่อลูกค้า	50 สมบัติ.โก
ชื่อผลิตภัณฑ์	กล่องบรรจุภัณฑ์กระดาษ
สินค้าเลข	14 14
ขนาดกระดาษ	กว้าง 210 ยาว 297 สูง 24
ขนาดกล่อง	392 392 620 620
ชนิดกระดาษ	
ชนิดกระดาษ	กระดาษเคลือบ 100 gsm
เครื่องพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำ	บริษัท สมบัติ.โก จำกัด

— cutting line
 - - - - - folding line: 12 Y: 47 K: 0

- C: 24 M: 9 Y: 97 K: 0
- C: 38 M: 57 Y: 100 K: 48
- C: 14 M: 94 Y: 88 K: 4
- C: 15 M: 71 Y: 92 K: 3
- C: 66 M: 20 Y: 100 K: 4
- C: 59 M: 0 Y: 80 K: 0
- C: 20 M: 40 Y: 96 K: 2
- C: 46 M: 94 Y: 0 K: 0
- C: 15 M: 71 Y: 92 K: 3
- C: 1 M: 0 Y: 24 K: 0
- C: 23 M: 10 Y: 75 K: 0
- C: 81 M: 44 Y: 54 K: 23
- C: 60 M: 51 Y: 51 K: 20

