



การบริหารภาพลักษณ์ของธุรกิจเบเกอรี่

Bakery Corporate Branding

นางสาวมนตรา ถาวรธรรม

โครงการสหกิจศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีมีเดีย

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

สถาบันเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น

พ.ศ. 2558

การบริหารภาพลักษณ์ของธุรกิจเบเกอรี่

Bakery Corporate Branding

นางสาวมนตรา ถาวรธรรม

โครงการสหกิจศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีมีัลติมีเดีย

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

สถาบันเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น

พ.ศ. 2558

คณะกรรมการสอบ

..... ประธานกรรมการสอบ

(อาจารย์นิติรัตน์ ตัณฑเวท)

..... กรรมการสอบและอาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์ชาญ จารูวงศ์รังสี)

..... กรรมการ

(อาจารย์เชียรทศ ประพุดธิชอบ)

..... ประธานสหกิจศึกษา สาขาเทคโนโลยีมีัลติมีเดีย

(อาจารย์ชาญ จารูวงศ์รังสี)

ลิขสิทธิ์ของสถาบันเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น

ชื่อโครงการ	การบริหารภาพลักษณ์ของธุรกิจเบเกอรี่ Bakery Corporate Branding		
ผู้เขียน	นางสาวมนตรา ถาวรธรรม		
คณะวิชา	เทคโนโลยีสารสนเทศ	สาขาวิชา	เทคโนโลยีมัลติมีเดีย
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ชาญ จารุงศรีรังสี		
พนักงานที่ปรึกษา	นายศิริโรจน์ เกษมวัฒนากุล		
ชื่อบริษัท	Edge Asia		
ประเภทธุรกิจ / สินค้า	Digital Marketing Agency		
พ.ศ.	2558		

บทสรุป

โครงการที่ได้รับคือการบริหารภาพลักษณ์ของธุรกิจเบเกอรี่ (Bakery Corporate Branding) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและลงมือปฏิบัติเกี่ยวกับการออกแบบตราสัญลักษณ์ บรรจุภัณฑ์ และช่องทางการโฆษณาต่างๆ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของธุรกิจ และในระหว่างฝึกงานได้จัดทำ Info graphic ของธนาคารกสิกร ทำ Facebook Post ของ Cellox และงานกราฟฟิกอื่นๆ

ประโยชน์ที่ได้รับ คือการศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับการตลาด ซึ่งมีความสำคัญในการออกแบบ ได้ลงมือปฏิบัติงานจริง ทั้งในส่วนของการงานและงานบริษัท ได้เรียนรู้การออกแบบและใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อเสริมธุรกิจ ได้ฝึกฝนและพัฒนาทักษะการออกแบบ การจัดวางองค์ประกอบภาพ และการเลือกใช้สีเพื่อให้ได้งานที่เหมาะสม อีกทั้งได้เรียนรู้กระบวนการทำงานจริงของสายอาชีพกราฟฟิก เป็นประสบการณ์ซึ่งสามารถนำไปพัฒนาตนเอง และเรียนรู้ข้อบกพร่องเพื่อศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมได้

Title	Bakery Corporate Branding		
Candidate	Montra Thavontum		
Faculty	Information Technology	Field of study	Multimedia Technology
Advisor Teacher	Chan Jaruvongrangsee		
Advisor Employee	Sirarote Kasemwattanakul		
Company	Edge Asia		
Bussiness Type	Digital Marketing Agency		
B.E.	2558		

Abstract

This given project is bakery corporate branding which has objective to study and operate about logo design, packaging design and another advertising to support brand image. Besides during the internship period I made Infographic for Kbank , Facebook Post for Cellox and another graphic design.

The Advantage of this cooperative education is to learn how to find information about marketing that's very important for design, to operate real work in company and project , to learn how to design and think creatively for support business , to practise design skill composition skill and how to choose suitable color for each artwork. Besides I have learnt real work process in graphic designer career that's good experience and learn weakness point to develop in the future.

กิตติกรรมประกาศ

รายงานฉบับนี้บรรลุตามวัตถุประสงค์ได้ด้วยความอนุเคราะห์จากอาจารย์ณภัทร วิชัยดิษฐ์และอาจารย์ชาญ จารวงศ์รังสี ซึ่งเป็นที่ปรึกษาในการสหกิจศึกษา ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับงาน การจัดทำรูปเล่มรายงาน และให้คำปรึกษาเพิ่มเติมเมื่อมีปัญหา ขอขอบคุณนายศิริโรจน์ เกษมวัฒนากุลที่คอยดูแลโครงการตั้งแต่การออกแบบ จนถึงผลสำเร็จของงาน ให้คำแนะนำต่างๆทั้งด้านการออกแบบ การทำงาน แนวคิดต่างๆ และเป็นที่ปรึกษาในการทำโครงการ

ขอขอบคุณนางสาวมัทธมา ถาวรธรรม(พี่สาว) ที่ให้คำปรึกษาในด้านธุรกิจเบเกอรี่ ที่นำมาจัดทำโครงการครั้งนี้ และนางสาวมินตรา ถาวรธรรม(พี่สาว) ที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จ คอยให้ความช่วยเหลือสนับสนุนและให้กำลังใจ ตลอดการปฏิบัติสหกิจศึกษาและจัดทำโครงการ

TNI

สารบัญ

หน้า

บทสรุป

ก

กิตติกรรมประกาศ

ค

สารบัญ

ง

รายการตาราง

ฉ

รายการรูปประกอบ

ญ

บทที่

1. บทนำ

1.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ

1

1.2 ลักษณะธุรกิจของสถานประกอบการ

2

1.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารองค์กร

2

1.4 ตำแหน่งและหน้าที่งานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

3

1.5 พนักงานที่ปรึกษา และ ตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา

3

1.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

4

1.7 วัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายของการปฏิบัติงานหรือโครงการ
ที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

4

1.8 ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการปฏิบัติงานหรือโครงการที่ได้รับมอบหมาย

4

2. ทฤษฎีและเทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

2.1 ทฤษฎีที่ใช้ในการวางแผนและวิเคราะห์การตลาด

5

2.1.1 การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรค ขององค์กร (SWOT)

5

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.1.2 หลักการตลาด 4P	5
2.2 ทฤษฎีที่ใช้ในการออกแบบ	6
2.2.1 6 วิธีการออกแบบโลโก้ที่ดี	6
2.2.2 หลักการจัดองค์ประกอบศิลป์	8
2.2.3 ความหมายของสี	11
2.2. 4 หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์	13
2.2.5 ความหมายและความสำคัญของ Social Media	14
2.3 เทคโนโลยีที่ใช้ในการออกแบบ	16
2.3.1 Adobe Illustrator	16
2.3.2 Adobe Photoshop	17
3. แผนงานการปฏิบัติงานและขั้นตอนการดำเนินงาน	
3.1 แผนงานปฏิบัติงาน	18
3.2 รายละเอียดงานที่นักศึกษาปฏิบัติในงานสหกิจศึกษา หรือรายละเอียดโครงการที่ได้รับมอบหมาย	19
3.2.1 รายละเอียดงานที่ปฏิบัติในงานสหกิจศึกษา	19
3.2.2 รายละเอียดโครงการที่ได้รับมอบหมาย	21
3.3 ขั้นตอนการดำเนินงานที่นักศึกษาปฏิบัติงานหรือโครงการ	22
3.3.1 ศึกษาโครงสร้างของธุรกิจเดิม และของกลุ่มแข่ง	22

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.3.1.1 โครงสร้างและพื้นฐานของธุรกิจที่ทำ	22
3.3.1.2 วิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรค ขององค์กร (SWOT)	23
3.3.1.3 วิเคราะห์คู่แข่ง	24
3.3.2 วางแผนการออกแบบ (Creative Branding Solution)	25
3.3.3 การสืบค้นข้อมูลอ้างอิง (Reference)	27
3.3.4 การออกแบบตราสินค้า (Logo)	30
3.3.4.1 ร่างภาพ	30
3.3.4.2 ขึ้นแบบจากภาพร่าง	35
3.3.4.3 การพัฒนาตราสินค้า (Logo Development)	39
3.3.4.4 ปรับเปลี่ยนงานและร่างแบบใหม่	41
3.3.4.5 ขึ้นแบบจากภาพร่างใหม่	41
3.3.4.6 การพัฒนาตราสินค้าใหม่ (Logo Development)	43
3.3.5 การนำตราสินค้ามาประยุกต์ใช้บนบรรจุภัณฑ์ (Packaging)	51
3.3.5.1 Sticker	51
3.3.5.2 ถุงกระดาษ	52
3.3.5.3 ปดอกกระดาษสวมแก้ว	53
3.3.5.4 กล่องกระดาษแบบมีหูหิ้ว	54
3.3.5.5 บัตรสะสมแต้ม	55
3.3.6 การสร้างแบบจำลองบรรจุภัณฑ์ (Mockup Packaging)	56

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.3.7 การวางแผนการใช้สื่อโซเชียล มีเดีย (Social Media plan)	58
3.3.7.1 ศึกษาข้อมูลและสถิติการใช้งานโซเชียล มีเดียของคนไทย	58
3.3.7.2 วางแผนการทำ Content	58
3.3.7.3 ศึกษาขนาดของงานที่จะนำไปใช้	59
4. ผลการดำเนินงาน การวิเคราะห์และสรุปผลต่าง ๆ	
4.1 ขั้นตอนและผลการดำเนินงาน	61
4.1.1 ตราสินค้า (Logo)	61
4.1.2 บรรจุภัณฑ์ปัจจุบัน (Packaging)	63
4.1.3 บรรจุภัณฑ์ในอนาคต (Future Packaging)	64
4.1.4 ส่งเสริมการขาย	67
4.1.5 ช่องทางการติดต่อและโฆษณาบน Social Media	68
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	74
4.3 วิเคราะห์และวิจารณ์ข้อมูลโดยเปรียบเทียบผลที่ได้รับกับกับวัตถุประสงค์และจุดมุ่งหมายในการปฏิบัติงานหรือการจัดทำโครงการ	75
5. บทสรุปและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการดำเนินงาน	76

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.2 แนวทางการแก้ไขปัญหา	76
5.3 ข้อเสนอแนะจากการดำเนินงาน	77
เอกสารอ้างอิง	78
ภาคผนวก	81
ประวัติผู้วิจัย	85



TNI

รายการตาราง

ตาราง

หน้า

3.1 แผนการปฏิบัติงาน

18

3.2 เปรียบเทียบจุดแข็งและจุดอ่อนของกลุ่ม

24

TNI

สถาบันเทคโนโลยีไทย - ญี่ปุ่น
THAI - JAPANESE INSTITUTE OF TECHNOLOGY

รายการรูปประกอบ

ภาพ	หน้า
1.1 Logo บริษัท Edge Asia	1
1.2 แผนที่บริษัท	2
1.3 แผนผังโครงสร้างองค์กร	3
2.1 การเลือกใช้ตัวอักษรของ Logo Disney	6
2.2 Logo Amazon.com	7
2.3 การพัฒนา Logo ของ Apple	7
2.4 การย่อขนาด Logo	8
2.5 Logo โปรแกรม Adobe Illustrator	16
2.6 Logo โปรแกรม Adobe Photoshop	17
3.1 ตัวอย่างการรวบรวมข้อมูลเชิงสถิติ ของ Eucerin Facebook fan page	19
3.2 ตัวอย่างการวิเคราะห์ Facebook performance ของ Eucerin Facebook fan page	20
3.3 ตัวอย่าง Graphic สำหรับ Cellox Facebook post	20
3.4 ตัวอย่าง Info Graphic สำหรับ Cellox Facebook post	21
3.5 ตัวอย่างโดนัทในบรรจุภัณฑ์แบบถุงพลาสติกใส	22
3.6 ตัวอย่างโดนัทในบรรจุภัณฑ์แบบกล่องพลาสติก	23
3.7 ตัวอย่างกล่องพลาสติกใส่โดนัท 1	25
3.8 ตัวอย่างกล่องพลาสติกใส่โดนัท 2	25
3.9 ตัวอย่างถุงกระดาษใส่ขนม	26

รายการรูปประกอบ (ต่อ)

ภาพ	หน้า
3.10 ตัวอย่างปลอกกระดาดสวมแก้ว	26
3.11 ตัวอย่างกล่องกระดาดแบบมีหูหิ้ว	27
3.12 การสืบค้นตัวอย่างการออกแบบตราสินค้าบนเว็บไซต์ Pinterest.com	28
3.13 การสืบค้นตัวอย่างการออกแบบตราสินค้าบนเว็บไซต์ Behance.net	28
3.14 ตัวอย่างอ้างอิงตัวละครกระดาด	29
3.15 ตัวอย่างอ้างอิงตัวละครเด็กผู้หญิง	29
3.16 ภาพร่างตราสินค้าระยะเริ่มต้น	30
3.17 ภาพร่างลักษณะตัวละครเด็กผู้หญิง	31
3.18 ภาพร่างตราสินค้าแบบที่ 1 ถึงแบบที่ 6	32
3.19 ภาพร่างตราสินค้าแบบที่ 7 ถึงแบบที่ 12	33
3.20 ภาพร่างตราสินค้าแบบที่ 13 ถึงแบบที่ 19	34
3.21 ภาพร่างตราสินค้าแบบที่ 20 ถึงแบบที่ 27	35
3.22 ภาพร่างตราสินค้าแบบที่ 5	36
3.23 ขึ้นแบบตราสินค้าแบบที่ 5	36
3.24 ภาพร่างตราสินค้าแบบที่ 7	37
3.25 ขึ้นแบบตราสินค้าแบบที่ 7	37
3.26 ขึ้นแบบตราสินค้าแบบที่ 14 ถึง 17	38
3.27 ขึ้นแบบตราสินค้าแบบที่ 18 ถึง 21	38

รายการประกอบ (ต่อ)

ภาพ	หน้า
3.28 การปรับเปลี่ยนลายเส้นของภาพร่างแบบที่ 7	39
3.29 การทดลองเลือกสีบนแบบที่ 7	40
3.30 การลดทอนรายละเอียดบนแบบที่ 7	40
3.31 ภาพร่างตราสินค้าแบบที่ 28 ถึงแบบที่ 32	41
3.32 ขึ้นแบบตราสินค้าแบบที่ 29	42
3.33 การปรับเปลี่ยนแบบที่ 29 ให้มีการเคลื่อนไหว	42
3.34 ขึ้นแบบตราสินค้าแบบที่ 32	43
3.35 ภาพตราสินค้าแบบที่ 29 พัฒนาครั้งที่ 1	43
3.36 ภาพตราสินค้าแบบที่ 32 พัฒนาครั้งที่ 1	43
3.37 ภาพตราสินค้าแบบที่ 29 และ 32 พัฒนาครั้งที่ 2	44
3.38 ภาพตราสินค้าแบบที่ 29 พัฒนาครั้งที่ 3	44
3.39 ภาพตราสินค้าแบบที่ 32 พัฒนาครั้งที่ 3	45
3.40 ภาพตราสินค้าแบบที่ 29 และ 32 พัฒนาครั้งที่ 4	45
3.41 ภาพลักษณะตัวอักษร 12 แบบเพื่อนำมาเลือกใช้	46
3.42 ภาพการพัฒนาตัวอักษรครั้งที่ 1	47
3.43 ภาพตราสินค้าแบบที่ 29 พัฒนาครั้งที่ 5	47
3.44 ภาพตราสินค้าแบบที่ 29 พัฒนาครั้งที่ 6	47
3.45 ภาพตราสินค้าแบบที่ 29 ตัวเลือกตราสินค้าแบบแนวนอน	48

รายการประกอบ (ต่อ)

ภาพ	หน้า
3.46 ภาพตราสินค้าแบบที่ 29 พัฒนาครั้งที่ 7	48
3.47 ภาพตราสินค้าแบบที่ 29 พัฒนาครั้งที่ 8	49
3.48 ภาพตราสินค้าแบบที่ 29 พัฒนาครั้งที่ 9	49
3.49 ภาพการพัฒนาตัวอักษรครั้งที่ 2	50
3.50 ภาพการพัฒนาตัวอักษรครั้งที่ 3	50
3.51 ภาพตราสินค้าแบบที่ 29 พัฒนาครั้งที่ 10 แบบแนวตั้ง	50
3.52 ภาพตราสินค้าแบบที่ 29 พัฒนาครั้งที่ 10 แบบแนวนอน	51
3.53 รูปแบบสติ๊กเกอร์จาก 3 สี	51
3.54 แบบถุงกระดาษสีชมพู พื้นขาว	52
3.55 แบบถุงกระดาษสีน้ำตาล พื้นขาว	52
3.56 แบบถุงกระดาษสีน้ำตาล พื้นชมพู	53
3.57 แบบปลอกกระดาษสวมแก้ว 3 สี	53
3.58 แบบกล่องกระดาษมีหูหิ้ว 3 สี	54
3.59 แบบบัตรสะสมแต้ม 3 สี	55
3.60 รายละเอียดการพิมพ์บนบัตร	55
3.61 ภาพการสร้างสี่เหลี่ยมตามขนาดที่ใกล้เคียงกับกล่อง	56
3.62 ภาพตัวอย่างการใช้งาน warp เพื่อปรับสี่เหลี่ยมให้ไปตามทิศทางกล่อง	56
3.63 ภาพตัวอย่างการสร้างแบบจำลอง 3 สี	57

รายการรูปประกอบ (ต่อ)

ภาพ	หน้า
3.64 ภาพแสดงพฤติกรรมการใช้ Facebook	58
3.65 ภาพแสดงขนาด Cover และ Profile Facebook	59
4.1 ภาพตราสินค้าร้าน MyMine	61
4.2 ระยะห่างระหว่างตราสินค้าที่กำหนด	62
4.3 ขนาดเล็กที่สุดที่อนุญาตให้ใช้บนตราสินค้า	62
4.4 ลักษณะตัวอักษรที่ใช้	63
4.5 ภาพจำลองสติ๊กเกอร์ร้าน MyMine	63
4.6 ภาพจำลองการใช้สติ๊กเกอร์ของร้าน MyMine บนกล่องพลาสติก	64
4.7 ภาพจำลองถุงกระดาษของร้าน MyMine	65
4.8 ภาพจำลองปลอกสวมแก้วของร้าน MyMine บนเครื่องดื่มร้อน	65
4.9 ภาพจำลองปลอกสวมแก้วของร้าน MyMine บนเครื่องดื่มเย็น	66
4.10 ภาพจำลองกล่องของร้าน MyMine	66
4.11 ภาพจำลองบัตรสะสมแต้มของร้าน MyMine	67
4.12 ภาพจำลองป้าย (Tag) สำหรับวันพิเศษ	68
4.13 ภาพ Head Cover Facebook fan page	68
4.14 ภาพ Facebook Post หมวดยี่ห้อประจำสัปดาห์รูปที่ 1	69
4.15 ภาพ Facebook Post หมวดยี่ห้อประจำสัปดาห์รูปที่ 2	70
4.16 ภาพ Facebook Post หมวดยี่ห้อรูปที่ 1	70

รายการรูปประกอบ (ต่อ)

ภาพ	หน้า
4.17 ภาพ Facebook Post หมวดสินค้าน้ำรูปที่ 2	71
4.18 ภาพ Facebook Post หมวดสินค้าน้ำรูปที่ 3	71
4.19 ภาพ Facebook Post หมวดสินค้าน้ำรูปที่ 4	72
4.20 ภาพ Facebook Post หมวดสินค้าน้ำรูปที่ 5	72
4.21 ภาพ Facebook Post หมวด Enjoy รูปที่ 1	73
4.22 ภาพ Facebook Post หมวด Enjoy รูปที่ 2	73
4.23 ภาพ Facebook Post หมวด Enjoy รูปที่ 3	74

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ

ชื่อสถานประกอบการ	:	Edge Asia
ที่ตั้งของสถานประกอบการ	:	ชั้น 8 อาคารพาณิชย์คู่สิทธาณี 946 ถ.พระราม 4 แขวงสีลม เขตบางรัก จ.กรุงเทพมหานคร 10500
โทรศัพท์	:	02-237-2737
โทรสาร	:	02-237-2742
Email	:	thailand@edge-asia.com
Website	:	http://www.edge-asia.com/
Facebook	:	https://www.facebook.com/EdgeThailand



ภาพที่ 1.1 Logo บริษัท Edge Asia

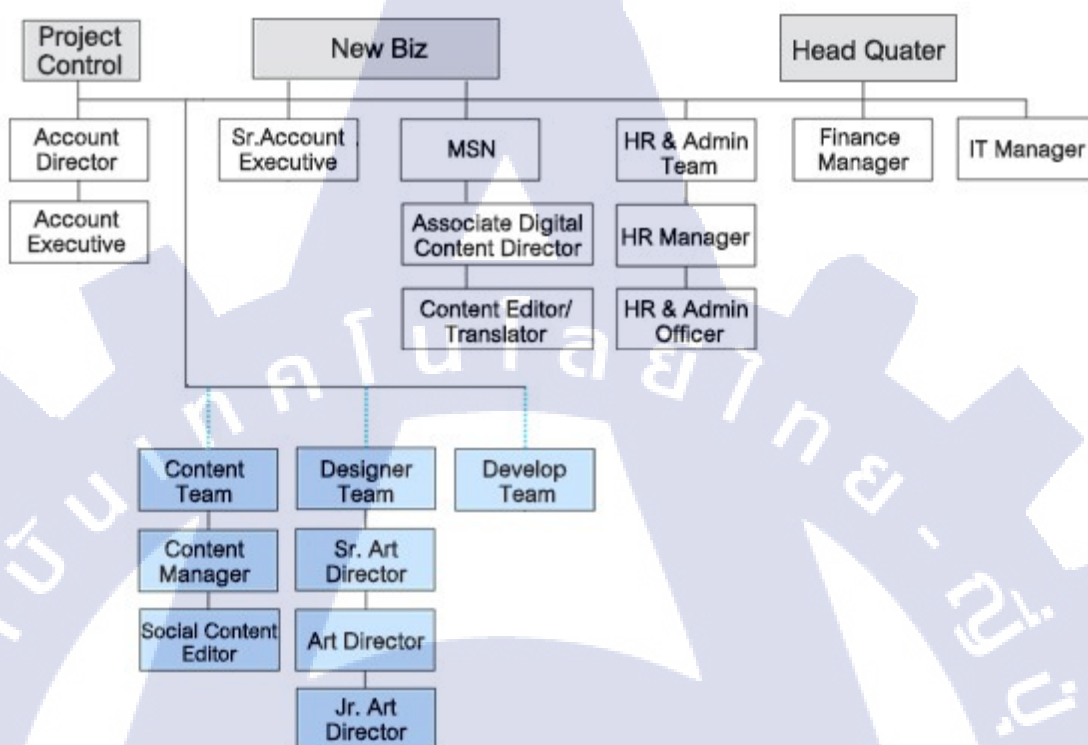


ภาพที่ 1.2 แผนที่บริษัท

1.2 ลักษณะธุรกิจของสถานประกอบการ

Edge Asia เป็นบริษัทดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง เอเจนซี่ ที่ให้บริการเกี่ยวกับการทำคอนเทนต์ และการตลาดดิจิทัลที่หลากหลาย อาทิเช่น วางกลยุทธ์ทางการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Strategy), การวางแผนและการซื้อสื่อโฆษณา (Media Planning and Buying), การสร้างสรรค์และผลิตแคมเปญโฆษณา (Campaign Creative and Production), การออกแบบประสบการณ์การใช้งาน (User Experience Design), การสร้างกลยุทธ์ลูกค้าสัมพันธ์และสร้างความภักดีต่อแบรนด์ (CRM and Loyalty Programs), การจัดการการสื่อสารผ่านช่องทางโซเชียล มีเดีย และชุมชนออนไลน์ (Social Media and Community Management), การวางกลยุทธ์ใช้คอนเทนต์เพื่อแบรนด์ (Branded Content) และการจัดการฝ่ายบริการลูกค้า (Contact Center Management)

1.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารองค์กร



ภาพที่ 1.3 แผนผังโครงสร้างองค์กร

1.4 ตำแหน่งและหน้าที่งานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

- 1) เดือนมิถุนายน ตำแหน่ง Junior Account Executive ทำหน้าที่ รวบรวมข้อมูลและสรุป Facebook Performance ของ Eucerin
- 2) เดือนกรกฎาคม - กันยายน ตำแหน่ง Junior Art Director ทำหน้าที่ ทำ Facebook post ของ Cellox และงานกราฟฟิคดีไซน์อื่นๆ

1.5 พนักงานที่ปรึกษา และ ตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา

พนักงานที่ปรึกษา : นายศิริ โรจน์ เกษมวัฒนากุล
ตำแหน่ง : Senior Art Director

1.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประมาณ 4 เดือน นับตั้งแต่วันที่ 2 มิถุนายน พ.ศ. 2558 ถึง 30 กันยายน พ.ศ. 2558

1.7 วัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายของการปฏิบัติงานหรือโครงการที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

โครงการที่ได้รับคือ การบริหารภาพลักษณ์ของธุรกิจเบเกอรี่ (Bakery Corporate Branding) โดยมีวัตถุประสงค์ คือ

- 1) เพื่อศึกษาการจัดทำตราสัญลักษณ์ (Logo) ให้กับธุรกิจเบเกอรี่
- 2) เพื่อศึกษาการสร้างภาพลักษณ์ (Brand Image) ให้กับธุรกิจเบเกอรี่
- 3) เพื่อศึกษาการจัดทำบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ให้กับสินค้าของธุรกิจเบเกอรี่
- 4) เพื่อศึกษาการวางแผนการใช้โซเชียล มีเดีย (Social Media Plan) ในการโฆษณาให้กับธุรกิจเบเกอรี่

1.8 ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการปฏิบัติงานหรือโครงการที่ได้รับมอบหมาย

- 1) ได้แบบตราสัญลักษณ์ (Logo) เพื่อนำไปใช้กับธุรกิจเบเกอรี่
- 2) ได้ภาพลักษณ์ (Brand Image) ที่เหมาะสมเพื่อนำไปใช้กับธุรกิจเบเกอรี่
- 3) ได้แบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ที่เหมาะสมให้กับสินค้าของธุรกิจเบเกอรี่
- 4) ได้แผนการใช้โซเชียล มีเดีย (Social Media Plan) ในการโฆษณาให้กับธุรกิจเบเกอรี่
- 5) ได้รับความรู้ในการบริหารภาพลักษณ์ของธุรกิจ (Corporate Branding)
- 6) ได้ฝึกฝนการออกแบบเพื่อนำไปประยุกต์ใช้

บทที่ 2

ทฤษฎีและเทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

2.1 ทฤษฎีที่ใช้ในการวางแผนและวิเคราะห์การตลาด

2.1.1 การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรค ขององค์กร (SWOT) [1]

- 1) S คือ Strong (จุดแข็ง) มีจุดแข็งอะไรบ้างในองค์กร
- 2) W คือ Weak (จุดอ่อน) เรามีจุดอ่อนอะไรบ้างในองค์กร
- 3) O มาจาก Opportunity (โอกาส) สภาพแวดล้อมภายนอกอะไรบ้างที่เอื้อประโยชน์ให้องค์กร เช่น ถ้าธุรกิจขนส่ง ราคาน้ำมันที่ต่ำลงถือเป็นโอกาสในการทำกำไร เป็นต้น
- 4) T มาจาก Threat (อุปสรรค) สภาพแวดล้อมภายนอกอะไรบ้างที่เป็นอุปสรรคต่อองค์กร เช่น ในธุรกิจขนส่ง ถ้าน้ำมันขึ้นราคา ถือว่าเป็นอุปสรรคต่อองค์กร เพราะจะทำให้ผลกำไรลดลง เป็นต้น

2.1.2 หลักการตลาด 4P [2]

- 1) Product คือสินค้าหรือบริการที่ต้องการเสนอให้กับลูกค้า แนวทางการกำหนดให้เหมาะสมขึ้นอยู่กับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยทั่วไปแนวทางที่จะทำสินค้าให้ขายได้ คือ
 - สินค้าที่มีความแตกต่าง โดยการสร้างความแตกต่างนั้น จะต้องเป็นสิ่งที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้จริงว่าต่างกันและ ลูกค้าตระหนักและชอบในแนวทางนี้ เช่น คุณสมบัติพิเศษ รูปลักษณ์การใช้งาน ความปลอดภัย ความคงทน โดยกลุ่มลูกค้าที่เราจะจับก็จะเป็นลูกค้าที่ไม่มีการแข่งขันมาก (niche market)
 - สินค้าที่มีราคาต่ำ คือการยอมลดคุณภาพในบางด้านที่ไม่สำคัญลงไป

2) Price คือ ราคา ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญในการตลาด มีวิธีกำหนดราคา ดังนี้

- กำหนดราคาตามความต้องการของลูกค้า หมายถึงราคาที่ลูกค้าเต็มใจจ่ายเพื่อแลกกับสินค้าและบริการ อาจจะได้มาจากการทำสำรวจ หรือแบบสอบถาม
- กำหนดราคาตามตลาด คือการกำหนดราคาตามคู่แข่งในตลาด
- กำหนดราคาตามต้นทุนบวกกำไร วิธีนี้เป็นการคำนวณว่าต้นทุนของเราอยู่ที่เท่าใด แล้วบวกค่าขนส่ง ค่าแรงของเรา บวกกำไร จึงได้มาซึ่งราคา แต่หากราคาที่ได้มาสูงมาก เราอาจจำเป็นต้องมีการทำประชาสัมพันธ์ หรือปรับภาพลักษณ์ ให้เข้ากับราคานั้น

3) Place คือ วิธีการนำสินค้าไปสู่มือของลูกค้า หรือช่องทางการจำหน่าย โดยการเลือกแหล่งจำหน่ายที่เหมาะสมขึ้นอยู่กับว่าสินค้าคืออะไร และกลุ่มเป้าหมายคือใคร

4) Promotion คือการทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อบอกลูกค้าถึงลักษณะสินค้า เช่น โฆษณาในสื่อต่างๆ หรือการทำกิจกรรมที่ทำให้คนมาซื้อสินค้า หรือใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งมีผู้ใช้เพิ่มจำนวนขึ้นมากในแต่ละปี วิธีในการเลือกสื่อนอกจากจะดูเรื่องค่าใช้จ่าย และการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

2.2 ทฤษฎีที่ใช้ในการออกแบบ

2.2.1 6 วิธีการออกแบบโลโก้ที่ดี [3]

1) กำหนดอารมณ์ที่ต้องการสื่อ ซึ่งเป็นการกำหนดแนวทางของการออกแบบ เพราะรูปทรงแต่ละรูป ให้ความรู้สึกที่แตกต่างกันออกไป ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 การเลือกใช้ตัวอักษรบน Logo ของ Disney

จะเห็นได้ว่า Disney เลือกใช้ตัวอักษรที่สื่อถึงความสุข และการมองโลกในแง่ดี เหมาะสมกับแบรนด์ที่เป็นการ์ตูน และมีกลุ่มเป้าหมายเป็นเด็ก แต่หากนำตัวอักษรลักษณะเดียวกันไปใช้กับการขายของที่จริงจัง เช่น ตัวอย่างทางขวา ก็จะไม่เหมาะสม

นอกจากการดูรูปทรงแล้ว นักออกแบบโลโก้ควรศึกษาเรื่องการใช้สี และอารมณ์ของสีด้วย เช่น สีเขียว มีความหมายเกี่ยวกับการเติบโต สุขภาพ และธรรมชาติ นอกจากนั้นยังให้อารมณ์สดชื่น ผ่อนคลายอีกด้วย ในขณะที่ สีแดง สื่อถึงอันตราย และความกระตือรือร้น

2) ความหมายของโลโก้ "โลโก้ที่ดีทุกโลโก้ส่วนมีความหมายอยู่เบื้องหลัง" เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้กับธุรกิจได้อย่างตรงจุด



ภาพที่ 2.2 Logo Amazon.com

ตัวอย่างจากโลโก้ของเว็บไซต์ชื่อดัง Amazon.com จะเห็นว่ามีลูกศรสีส้มชี้จากตัว A ไปถึงตัว Z เป็นการบ่งบอกว่า “Amazon มีทุกอย่างขาย ตั้งแต่ A ถึง Z” นอกจากนั้นลูกศรสีส้มยังโค้งเหมือนรอยยิ้ม สื่อถึงหน้าของลูกค้าที่จะยิ้มเมื่อได้รับสินค้าที่ถูกใจนั่นเอง

3) ทำโลโก้ให้มีอายุยืนยาว คือการทำให้เรียบง่าย เพื่อช่วยในการจดจำ และจะช่วยให้สามารถใช้งานได้นานโดยไม่ตกยุค ดังตัวอย่างภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 การพัฒนา Logo ของ Apple

4) ทำให้โลโก้มีลักษณะเฉพาะ เพื่อไม่ให้จำผิดพลาดกับโลโก้ของธุรกิจอื่น

5) โลโก้ยังสามารถดูออกได้เมื่อเป็นภาพขาวดำ โลโก้ที่ดี คือ โลโก้ที่ดูแล้วบอกได้ว่าเป็นแบรนด์อะไร เพียงแค่เห็นรูปทรง

6) สามารถดูออกได้แม้ลดขนาดเล็กลง เพราะอาจมีการย่อเพื่อนำไปใช้บนสื่อต่างๆ ซึ่งถือเป็นข้อที่สำคัญมาก เพราะโลโก้ต้องมีการนำไปประยุกต์ใช้ในหลายรูปแบบ จากภาพที่ 2.4 จะเห็นได้ว่าแบรนด์ไนกี้ แมคโดนัลด์ ทวิตเตอร์ WWF เท่านั้นที่สามารถดูออกได้ทันที ในขณะที่แบรนด์ GE หรือ Starbucks ดูออกได้ยาก



ภาพที่ 2.4 การย่อขนาด Logo

ทั้งนี้หลักการคิดทั้ง 6 ข้อไม่ได้เป็นกฎตายตัว แต่เป็นแนวทางที่ทำให้ออกแบบโลโก้ที่ดีได้ง่ายขึ้น บางครั้งไม่จำเป็นต้องมีทั้ง 6 ข้อในโลโก้ ก็สามารถเป็นโลโก้ที่ดีและเหมาะสมได้ ขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นทางด้านธุรกิจด้วย เช่น กลุ่มเป้าหมาย หรือลักษณะขององค์กร

2.2.2 หลักการจัดองค์ประกอบศิลป์ [4]

การจัดองค์ประกอบทางศิลปะ เป็นหลักสำคัญสำหรับผู้สร้างสรรค์ และผู้ศึกษางานศิลปะ เนื่องจากผลงานศิลปะใด ๆ ก็ตาม ล้วนมีคุณค่าอยู่ 2 ประการ คือ คุณค่าทางด้านรูปทรง และ คุณค่าทางด้านเรื่องราวคุณค่าทางด้านรูปทรง เกิดจากการนำเอา องค์ประกอบต่าง ๆ ของ ศิลปะ อันได้แก่ เส้น สี แสงและเงา รูปร่าง รูปทรง พื้นผิว ฯลฯ มาจัดเข้าด้วยกันเพื่อให้เกิดความงาม ซึ่งแนวทางในการนำองค์ประกอบต่าง ๆ มาจัดรวมกันนั้น เรียกว่า การจัดองค์ประกอบศิลป์ (Art Composition)

การจัดองค์ประกอบของศิลปะ มีหลักที่ควรคำนึง อยู่ 5 ประการ คือ

1. สัดส่วน (Proportion) หมายถึง ความสัมพันธ์กันอย่างเหมาะสมระหว่างขนาดขององค์ประกอบที่แตกต่างกัน ทั้งขนาดที่อยู่ในรูปทรงเดียวกันหรือระหว่างรูปทรง และรวมถึงความสัมพันธ์กลมกลืนระหว่างองค์ประกอบทั้งหลายด้วย ซึ่งเป็นความพอเหมาะพอดี ไม่มากไม่

น้อย ขององค์ประกอบทั้งหลายที่นำมาจัดรวมกัน ความเหมาะสมของสัดส่วนอาจ พิจารณาจาก คุณลักษณะดังต่อไปนี้

- สัดส่วนที่เป็นมาตรฐาน จากรูปลักษณะตามธรรมชาติ ของ คน สัตว์ พืช ซึ่งโดยทั่วไป ถือว่า สัดส่วนตามธรรมชาติ จะมีความงามที่เหมาะสมที่สุด หรือจากรูปลักษณะที่เป็นการ สร้างสรรค์ ของมนุษย์ เช่น Gold section เป็นกฎในการสร้างสรรค์รูปทรงของกรีก ซึ่งถือว่า “ส่วนเล็กสัมพันธ์ กับส่วนที่ใหญ่กว่า ส่วนที่ใหญ่กว่าสัมพันธ์กับส่วนรวม” ทำให้สิ่งต่าง ๆ ที่สร้างขึ้นมีสัดส่วนที่ สัมพันธ์กับทุกสิ่งอย่างลงตัว

- สัดส่วนจากความรู้สึก โดยที่ศิลปะนั้นไม่ได้สร้างขึ้นเพื่อความงามของรูปทรงเพียง อย่าง เดียว แต่ยังสร้างขึ้นเพื่อแสดงออกถึง เนื้อหา เรื่องราว ความรู้สึกด้วย สัดส่วนจะช่วย เน้นอารมณ์ ความรู้สึก ให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ และเรื่องราวที่ศิลปินต้องการ ลักษณะเช่นนี้ ทำให้งานศิลปะ ของชนชาติต่าง ๆ มีลักษณะแตกต่างกัน เนื่องจากมีเรื่องราว อารมณ์ และ ความรู้สึกที่ต้องการ แสดงออกต่าง ๆ กันไป เช่น กรีก นิยมในความงามตามธรรมชาติเป็น อุดมคติ เน้นความงามที่เกิด จากการประสานกลมกลืนของรูปทรง จึงแสดงถึงความเหมือน จริงตามธรรมชาติ ส่วนศิลปะแอฟริ กันดั้งเดิม เน้นที่ความรู้สึกทางวิญญาณที่น่ากลัว ดังนั้น รูปลักษณะจึงมีสัดส่วนที่ผิดแผกแตกต่างไป จากธรรมชาติทั่วไป

2. ความสมดุล (Balance) ความสมดุล หรือ ดุลยภาพ (Balance) หมายถึง น้ำหนักที่เท่ากันของ องค์ประกอบ ไม่เอนเอียงไปข้างใดข้างหนึ่ง ในทางศิลปะยังรวมถึงความประสานกลมกลืน ความ พอเหมาะพอดีของ ส่วนต่าง ๆ ในรูปทรงหนึ่ง หรืองานศิลปะชิ้นหนึ่ง การจัดวางองค์ประกอบต่าง ๆ ลงใน งานศิลปกรรมนั้นจะต้องคำนึงถึงจุดศูนย์กลาง ในธรรมชาตินั้น ทุกสิ่งสิ่งที่มีทรงตัวอยู่ได้โดย ไม่ล้มเพราะมีน้ำหนักเฉลี่ยเท่ากันทุกด้าน ฉะนั้น ในงานศิลปะถ้ามองดูแล้วรู้สึกว่าบางส่วนหนักไป แนนไป หรือ เบา บางไปก็จะทำให้ภาพนั้นดูเอนเอียง และเกิดความ รู้สึกไม่สมดุล เป็นการ บกพร่องทางความงาม ดุลยภาพในงานศิลปะ มี 2 ลักษณะ คือ

- ดุลยภาพแบบสมมาตร (Symmetry Balance) หรือ ความสมดุลแบบซ้ายขวาเหมือนกัน คือ การวางรูปทั้งสองข้างของแกนสมดุล เป็นการสมดุลแบบธรรมชาติลักษณะแบบนี้ใน ทางศิลปะมี ใช้น้อย ส่วนมากจะใช้ในลวดลายตกแต่ง ในงานสถาปัตยกรรมบางแบบ หรือ ในงานที่ต้องการดุลย ภาพที่นิ่งและมั่นคงจริง ๆ

- ดุลยภาพแบบอสมมาตร (Asymmetry Balance) หรือ ความสมดุลแบบซ้ายขวาไม่เหมือน

กัน มักเป็นการสมดุลที่เกิดจากการจัดใหม่ของมนุษย์ ซึ่งมีลักษณะที่ทางซ้ายและขวาจะไม่เหมือนกัน ใช้องค์ประกอบที่ไม่เหมือนกัน แต่มีความสมดุลกัน อาจเป็นความสมดุลด้วย น้ำหนักขององค์ประกอบ หรือสมดุลด้วยความรู้สึกก็ได้ การจัดองค์ประกอบให้เกิดความ สมดุลแบบอสมมาตรอาจทำได้โดย เลื่อนแกนสมดุลไปทางด้านที่มีน้ำหนักมากกว่า หรือ เลื่อนรูปที่มีน้ำหนักมากกว่าเข้าหาแกน จะทำให้เกิดความสมดุลขึ้น หรือใช้หน่วยที่มีขนาดเล็กแต่มีรูปลักษณะที่น่าสนใจ ถ่วงดุลกับรูปลักษณะที่มีขนาดใหญ่แต่มีรูปแบบธรรมดา

3. จังหวะลีลา (Rhythm) หมายถึง การเคลื่อนไหวที่เกิดจากการซ้ำกันขององค์ประกอบ เป็นการซ้ำที่เป็นระเบียบ จากระเบียบธรรมดาที่มีช่วงห่างเท่าๆ กัน มาเป็นระเบียบที่สูงขึ้น ซ้ำซ้อนขึ้น จนถึงขั้นเกิดเป็นรูปลักษณะของศิลปะ โดยเกิดจาก การซ้ำของหน่วย หรือการสลับกันของหน่วย กับช่องไฟหรือเกิดจาก การเคลื่อนไหวต่อเนื่องกันของเส้น สี รูปทรง หรือ น้ำหนัก

4. การเน้น (Emphasis) หมายถึง การกระทำให้เด่นเป็นพิเศษกว่าธรรมดา ในงานศิลปะจะต้องมีส่วนใดส่วนหนึ่ง หรือจุดใดจุดหนึ่ง ที่มีความสำคัญกว่าส่วนอื่น ๆ เป็นประธานอยู่ ถ้าส่วนนั้นๆ อยู่ปะปนกับส่วนอื่น ๆ และมีลักษณะเหมือน ๆ กัน ก็อาจถูกกลืน หรือ ถูกส่วนอื่น ๆ ที่มีความสำคัญน้อยกว่าบดบัง หรือแย่งความสำคัญ ความน่าสนใจไปเสีย งานที่ไม่มีจุดสนใจ หรือประธาน จะทำให้น่าเบื่อ เหมือนกับลวดลายที่ถูกจัดวางซ้ำกันโดยปราศจากความหมาย หรือเรื่องราวที่น่าสนใจ ดังนั้น ส่วนนั้นจึงต้องถูกเน้น ให้เห็นเด่นชัดขึ้นมา เป็นพิเศษกว่าส่วนอื่น ๆ ซึ่งจะทำให้ผลงานมีความงาม สมบูรณ์ ลงตัว และน่าสนใจมากขึ้น การเน้นจุดสนใจสามารถทำได้ 3 วิธี คือ

- การเน้นด้วยการใช้องค์ประกอบที่ตัดกัน (Emphasis by Contrast) สิ่งที่แปลกแตกต่างไปจากส่วนอื่นๆ ของงาน จะเป็นจุดสนใจ ดังนั้น การใช้องค์ประกอบที่มีลักษณะ แตกต่าง หรือขัดแย้งกับส่วนอื่น ก็จะทำให้เกิดจุดสนใจขึ้นในผลงานได้ แต่ทั้งนี้ต้อง พิจารณาลักษณะความแตกต่างที่นำมาใช้ด้วยว่า ก่อให้เกิดความขัดแย้งกันในส่วนรวม และทำให้เนื้อหาของงานเปลี่ยนไปหรือไม่ โดยต้องคำนึงว่า แม้มีความขัดแย้ง แตก ต่างกันในบางส่วน และในส่วนรวมยังมีความกลมกลืนเป็นเอกภาพเดียวกัน

- การเน้นด้วยการด้วยการอยู่โดดเดี่ยว (Emphasis by Isolation) เมื่อสิ่งหนึ่งถูกแยก ออกไปจากส่วนอื่น ๆ ของภาพ หรือกลุ่มของมัน สิ่งนั้นก็จะเป็นจุดสนใจ เพราะเมื่อ แยกออกไปแล้วก็จะเกิดความสำคัญขึ้นมา ซึ่งเป็นผลจากความแตกต่าง ที่ไม่ใช่แตกต่างด้วยรูปลักษณะ แต่เป็นเรื่องของ

ตำแหน่งที่จัดวาง ซึ่งในกรณีนี้ รูปลักษณะนั้นไม่ จำเป็นต้องแตกต่างจากรูปอื่น แต่ตำแหน่งของมัน ได้ดึงสายตาออกไป จึงกลายเป็น จุดสนใจขึ้นมา

- การเน้นด้วยการจัดวางตำแหน่ง (Emphasis by Placement) เมื่อองค์ประกอบอื่น ๆ ชี้นำ มายังจุดใด ๆ จุดนั้นก็จะกลายเป็นจุดสนใจที่ถูกเน้นขึ้นมา และการจัดวางตำแหน่งที่ เหมาะสม ก็สามารรถ ทำให้จุดนั้นเป็นจุดสำคัญขึ้นมาได้เช่นกัน

พึงเข้าใจว่า การเน้น ไม่จำเป็นจะต้องชี้แนะให้เห็นเด่นชัดจนเกินไป สิ่งที่จะต้อง ระลึกถึงอยู่ เสมอ คือ เมื่อจัดวางจุดสนใจแล้ว จะต้องพยายามหลีกเลี่ยงไม่ให้สิ่งอื่นมา ดึงความสนใจออกไป จนทำให้เกิดความสับสน การเน้น สามารถกระทำได้ด้วยองค์ ประกอบต่าง ๆ ของศิลปะ ไม่ว่าจะเป็น เส้น สี แสง-เงา รูปร่าง รูปทรง หรือ พื้นผิว ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการในการนำเสนอของศิลปิน ผู้สร้างสรรค์

5. เอกภาพ (Unity) หมายถึง ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันขององค์ประกอบศิลป์ทั้งด้าน รูปลักษณะและด้านเนื้อหาเรื่องราว เป็นการประสานหรือจัดระเบียบของส่วนต่าง ๆ ให้เกิดความ เป็น หนึ่งเดียว เพื่อผลรวมอันไม่อาจแบ่งแยกส่วนใดส่วนหนึ่งออกไป การสร้างงานศิลปะ คือ การ สร้างเอกภาพขึ้นจากความสับสน ความยุ่งเหยิง เป็นการจัดระเบียบ และดุลยภาพ ให้แก่สิ่งที่ จัดแย้งกันเพื่อให้รวมตัวกันได้ โดยการเชื่อมโยงส่วนต่าง ๆ ให้สัมพันธ์กันเอกภาพของงานศิลปะ

2.2.3 ความหมายของสี [5]

สีแดง มีความอบอุ่น ร้อนแรง เปรียบดังดวงอาทิตย์ นอกจากนี้ยังแสดงถึง ความมีชีวิตชีวา ความรัก ความปรารถนา เช่นดอกกุหลาบแดงวันวาเลนไทน์ ในทางจราจรสีแดงเป็นเครื่องหมาย ประเภทห้าม แสดง ถึงสิ่งที่อันตราย เป็นสีที่ต้องระวัง เป็นสีของเลือด ในสมัยโรมัน สีของราชวงศ์ เป็นสีแดง แสดงความมั่งคั่งอุดมสมบูรณ์และอำนาจ

สีเขียว แสดงถึงธรรมชาติสีเขียว ร่มเย็น มักใช้สื่อความหมายเกี่ยวกับการ อนุรักษ์ธรรมชาติ เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม การเกษตร การเพาะปลูก การเกิดใหม่ ฤดูใบไม้ผลิ การงอกงาม ในเครื่องหมาย จราจร หมายถึง ความปลอดภัย ในขณะเดียวกัน อาจหมายถึงอันตราย ยาพิษ เนื่องจากยาพิษ และ สัตว์มีพิษ ก็มักจะมีสีเขียวเช่นกัน

สีเหลือง แสดงถึงความสดใส ความเบิกบาน โดยเรามักจะใช้ดอกไม้สีเหลือง ในการไปเยี่ยมผู้ป่วย และแสดงความรุ่งเรืองความมั่งคั่ง และฐานันดร ศักดิ์ ในทางตะวันออกเป็นสีของกษัตริย์ จักรพรรดิของจีนใช้ฉลอง พระองค์สีเหลือง ในทางศาสนาแสดงความเจิดจ้า ปัญญา พุทธศาสนา และยังหมายถึงการเจ็บป่วย โรคระบาด ความริษยา ทฤษฎี หลอกหลวง

สีน้ำเงิน แสดงถึงความเป็นสุภาพบุรุษ มีความสุขุม หนักแน่น และยังหมายถึง ความสูงศักดิ์ ในประเทศไทย สีน้ำเงินหมายถึงพระมหากษัตริย์ ในศาสนา คริสต์เป็นสีประจำตัวแม่พระ โดยทั่วไป สีน้ำเงินหมายถึงโลก ซึ่งเราจะ เรียกว่า โลกสีน้ำเงิน (Blue Planet) เนื่องจากเป็นดาวเคราะห์ที่มองเห็น จากอวกาศโดยเห็นเป็นสีน้ำเงินสดใส เนื่องจากมีพื้นน้ำที่กว้างใหญ่

สีม่วง แสดงถึงพลัง ความมีอำนาจ ในสมัยอียิปต์สีม่วงแดงเป็นสีของกษัตริย์ ต่อเนื่องมาจนถึง สมัยโรมัน นอกจากนี้ สีม่วงแดงยังเป็นสีชุดของพระ สังฆราช สีม่วงเป็นสีที่มีพลังหรือการมีพลัง แอบแฝงอยู่ และเป็นสีแห่ง ความผูกพัน องค์การลูกเสือโลกก็ใช้สีม่วง ส่วนสีม่วงอ่อนมักหมายถึง ความเศร้า ความผิดหวังจากความรัก

สีฟ้า แสดงถึงความสว่าง ความปลอดโปร่ง เปรียบเหมือนท้องฟ้า เป็นอิสระ เสรี เป็นสีของ องค์การสหประชาชาติ เป็นสีของความสะอาด ปลอดภัย สีขององค์การอาหารและยา (อย.) แสดงถึง การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การใช้พลังงานอย่างสะอาด แสดงถึงอิสรภาพ ที่สามารถโยกบินเป็นสีแห่ง ความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการที่ไม่มีขอบเขต

สีทอง มักใช้แสดงถึง คุณค่า ราคา สิ่งของหายาก ความสำคัญ ความสูงส่ง สูงศักดิ์ ความศรัทธา สูงสุด ในศาสนาพุทธ หรือ เป็นสีกายของพระ พุทธรูป ในงานจิตรกรรมเป็นสีกายของพระพุทธเจ้า พระมหากษัตริย์ หรือเป็นส่วนประกอบของเครื่องทรง เจดีย์ต่าง ๆ มักเป็นสีทอง หรือ ขาว และเป็น เครื่องประกอบยศศักดิ์ ของกษัตริย์และขุนนาง

สีขาว แสดงถึงความสะอาด บริสุทธิ์ เหมือนเด็กแรกเกิด แสดงถึงความว่างเปล่า ปราศจากกิเลส ตัณหา เป็นสีอาภรณ์ของผู้ทรงศีล ความเชื่อถือ ความดีงาม ความศรัทธา และหมายถึงการเกิดโดยที่

แสงสีขาว เป็นที่กำเนิดของแสงสี ต่าง ๆ เป็นความรักและความหวัง ความหวังใยเอื้ออาทรและ
เสียสละของ พ่อแม่ ความอ่อนโยน จริงใจ บางกรณีอาจหมายถึง ความอ่อนแอ ขอมแพ้

สีดำ แสดงถึงความมืด ความลึกลับ ลึกลับ หวัง ความตายเป็นที่สิ้นสุดของทุกสิ่ง โดยที่สีทุกสี เมื่อ
อยู่ในความมืด จะเห็นเป็นสีดำ นอกจากนี้ยังหมายถึง ความชั่วร้าย ในคริสต์ศาสนาหมายถึง ซาตาน
อาถรรพ์เวทมนต์ มนต์ดำ ไสยศาสตร์ ความชิงชัง ความโหดร้าย ทำลายล้าง ความลุ่มหลงเมาเมว แต่
ยังหมายถึงความอดทน กล้าหาญ เข้มแข็ง และเสียสละได้ด้วย

สีชมพู แสดงถึงความอบอุ่น อ่อนโยน ความอ่อนหวาน นุ่มนวล ความน่ารัก แสดงถึงความรัก
ของมนุษย์โดยเฉพาะรุ่นหนุ่มสาว เป็นสีของความ เอื้ออาทร ปลอดภัย เอาใจใส่ดูแล ความ
ปรารถนาดี และอาจ หมายถึงความเป็นมิตร เป็นสีของวัยรุ่น โดยเฉพาะผู้หญิง และนิยม ใช้กับ
สิ่งของเครื่องใช้ของเด็กวัยรุ่นเป็นส่วนใหญ่

2.2.4 หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ [6]

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ นักออกแบบต้องคำนึงถึงศาสตร์และศิลป์สำหรับใช้แก้ปัญหาการ
ออกแบบบรรจุภัณฑ์แต่ละด้านให้เกิดผลลัพธ์การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ ในการ
บรรจุวัตถุประสงค์หลักของบรรจุภัณฑ์สองข้อคือ การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ และการ
ออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ ที่ล้วนมีรายละเอียดที่ต้องคำนึงทฤษฎีและหลักการที่เกี่ยวข้อง

ข้อกำหนดในการออกแบบ โครงการบรรจุภัณฑ์ควรคำนึงถึง ชนิดของวัสดุมีความเหมาะสม
ป้องกันสินค้าได้ตลอดอายุการวางขาย รูปแบบกลมกลืนสอดคล้องกับสินค้า, ขนาดพอดีและ
สามารถรับน้ำหนักสินค้าได้ ,การขึ้นรูป การบรรจุ เปิด-ปิดสะดวก ไม่ยุ่งยาก

การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ การออกแบบและการจัดวางรูปประกอบตัวอักษร
ลวดลาย ถ้อยคำ เครื่องหมายหรือตราสัญลักษณ์ทางการค้า โดยใช้หลักวิชาการทางศิลปะ การจัด
ภาพองค์ประกอบศิลป์เพื่อให้ผลงานมีความประสานกลมกลืนกันอย่างสวยงามและสามารถบรรจุ
วัตถุประสงค์ที่วางไว้

2.2.5 ความหมายและความสำคัญของ Social Media [7]

ความหมายของ Social Media คำว่า “Social” หมายถึง สังคม ซึ่งในที่นี้จะหมายถึงสังคมออนไลน์ ซึ่งมีขนาดใหญ่มากในปัจจุบัน

คำว่า “Media” หมายถึง สื่อ ซึ่งก็คือ เนื้อหา เรื่องราว บทความ วิดีโอ เพลง รูปภาพ เป็นต้น

ดังนั้นคำว่า Social Media จึงหมายถึง สื่อสังคมออนไลน์ที่มีการตอบสนองทางสังคมได้หลายทิศทาง โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต พุดง่ายๆ ก็คือเว็บไซต์ที่บุคคลบนโลกนี้สามารถมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกันได้นั่นเอง

พื้นฐานการเกิด Social Media ก็มาจากความต้องการของมนุษย์หรือคนเราที่ต้องการติดต่อสื่อสารหรือมีปฏิสัมพันธ์กัน จากเดิมเรามีเว็บในยุค 1.0 ซึ่งก็คือเว็บที่แสดงเนื้อหาอย่างเดียวนักคนแต่ละคนไม่สามารถติดต่อหรือโต้ตอบกันได้ แต่เมื่อเทคโนโลยีเว็บพัฒนาเข้าสู่ยุค 2.0 ก็มีการพัฒนาเว็บไซต์ที่เรียกว่า web application ซึ่งก็คือเว็บไซต์มีแอปพลิเคชันหรือโปรแกรมต่างๆ ที่มีการโต้ตอบกับผู้ใช้งานมากขึ้น ผู้ใช้งานแต่ละคนสามารถโต้ตอบกันได้ผ่านหน้าเว็บ

เพื่อให้เข้าใจง่ายขึ้นให้นึกถึง สื่อต่างๆ ที่อยู่บนอินเทอร์เน็ต ซึ่งคนที่อยู่ในสังคมออนไลน์ (สังคมของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต) ซึ่งสื่อเหล่านี้แต่ละคนสามารถเข้าไปดูได้ เข้าไปสร้างได้ และสามารถแลกเปลี่ยนสื่อกันได้ เป็นสื่อของสังคมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตร่วมกัน ตัวอย่างเช่น สังคมออนไลน์ของผู้ใช้งาน Facebook สมาชิกแต่ละคนจะสามารถ นำเอาสื่อต่างๆ เช่น เรื่องราวของตัวเองหรือเรื่องราวต่างๆ ภาพ วิดีโอ เผยแพร่ไปยังสมาชิกทุกคนในเครือข่ายได้ ขณะที่สมาชิกคนอื่นก็สามารถ เสนอสื่อของตนเองขึ้นมาแลกเปลี่ยนได้ ดังนั้นสื่อต่างๆ ที่นำมาแลกเปลี่ยนกับสมาชิกในสังคมออนไลน์นั้น จะเรียกว่า Social Media

โดยมีการแบ่งประเภทของ Social Media ออกมาดังนี้

1 Blog เป็นการลดรูปจากคำว่า Weblog ซึ่งถือเป็นระบบจัดการเนื้อหา (Content Management System: CMS) รูปแบบหนึ่ง ซึ่งทำให้ผู้ใช้สามารถเขียนบทความเรียกว่า Post และทำการเผยแพร่ได้โดยง่าย นอกจากนี้เครื่องมือที่สำคัญที่ทำให้เกิดลักษณะของ Social ก็คือการเปิดให้ผู้ใช้คนอื่นๆ เข้ามาแสดงความเห็นได้

2 Twitter และ Microblog อื่นๆ เป็นรูปแบบหนึ่งของ Blog ที่จำกัดขนาดของการ Post แต่ละครั้งไว้ที่ 140 ตัวอักษร โดยแรกเริ่มเดิมที ผู้ออกแบบ Twitter ต้องการให้ผู้ใช้เขียนเรื่องราวว่า คุณกำลังทำอะไรอยู่ในขณะนี้ (What are you doing?) แต่กิจการต่างๆ กลับนำ Twitter ไปใช้ในทางธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างการบอกต่อ เพิ่มยอดขาย สร้าง Brand หรือเป็นเครื่องมือสำหรับการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (CRM) ทั้งนี้เรายังสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์บทความใหม่ๆ บน Blog ของเราได้ด้วย Twitter นั้นเป็นนิยมขึ้นมากอย่างรวดเร็ว

3 Social Networking เป็นเครือข่ายที่เชื่อมโยงผู้ใช้จนกลายเป็นสังคม ทั้งนี้ผู้ใช้จะเริ่มต้นสร้างตัวตนของตนเองขึ้นในส่วนของ Profile ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลส่วนตัว (Info) รูป (Photo) การจดบันทึก (Note) หรือการใส่วิดีโอ (Video) และอื่นๆ นอกจากนี้ Social Networking ยังมีเครื่องมือสำคัญในการสร้างจำนวนเพื่อนให้มากขึ้น คือ ในส่วนของ Invite Friend และ Find Friend รวมถึงการสร้างเพื่อนจากเพื่อนของเพื่อนอีกด้วย

4 Media Sharing เป็นเว็บไซต์ที่เปิดโอกาสให้สามารถ upload รูปหรือวิดีโอเพื่อแบ่งปันหรือเพื่อเผยแพร่ต่อสาธารณชน อย่าง Youtube

5 Social News and Bookmarking เป็นเว็บไซต์ที่เชื่อมโยงไปยังบทความหรือเนื้อหาใดในอินเทอร์เน็ต โดยผู้ใช้เป็นผู้ส่งและเปิดโอกาสให้คะแนนและทำการโหวตได้ เป็นเสมือนมหาชนช่วยกันกรองว่าบทความหรือเนื้อหาใดนั้นเป็นที่น่าสนใจที่สุด ในส่วนของ Social Bookmarking นั้น เป็นการที่เปิดโอกาสให้คุณสามารถทำการ Bookmark เนื้อหาหรือเว็บไซต์ที่ชื่นชอบ โดยไม่ขึ้นอยู่กับคอมพิวเตอร์เครื่องใดเครื่องหนึ่ง แต่สามารถทำผ่านออนไลน์ และเนื้อหาในส่วนที่เราทำ Bookmark ไว้นี้ สามารถที่จะแบ่งปันให้คนอื่นๆ ได้ด้วย นักการตลาดจะใช้เป็นเครื่องมือในการบอกต่อและสร้างจำนวนคนเข้ามายังที่เว็บไซต์หรือ Campaign การตลาดที่ต้องการ

6 Online Forums ถือเป็นรูปแบบของ Social Media ที่เก่าแก่ที่สุด เป็นเสมือนสถานที่ที่ให้ผู้คนเข้ามาพูดคุยในหัวข้อที่พวกเขาสนใจ ซึ่งอาจจะเป็นเรื่อง เพลง หนังสือ การเมือง กีฬา สุขภาพ หนังสือ การลงทุน และอื่นๆ อีกมากมาย ได้ทำการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น แสดงข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนถึงการแนะนำสินค้าหรือบริการต่างๆ นักการตลาดควนสนใจเนื้อหาที่พูดคุยใน Forums เหล่านี้ เพราะ

บางครั้งอาจจะเป็นคำวิจารณ์เกี่ยวกับตัวสินค้าและบริการของเรา ซึ่งเราเองสามารถเข้าไปทำความเข้าใจ แก้ไขปัญหา ตลอดจนถึงใช้สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เว็บไซต์ประเภท Forums อาจจะเป็นเว็บไซต์ที่เปิดให้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันโดยเฉพาะ หรืออาจจะเป็นส่วนหนึ่งในเว็บไซต์เนื้อหาต่างๆ

2.3 เทคโนโลยีที่ใช้ในการออกแบบ

2.3.1 Adobe Illustrator



ภาพที่ 2.5 Logo โปรแกรม Adobe Illustrator

ใช้โปรแกรม Adobe Illustrator เวอร์ชัน CC 2014 และ CS 6 โดยใช้ในการออกแบบ

1. ภาพเวกเตอร์ของตราสัญลักษณ์ (Logo) เพื่อให้ภาพมีความคมชัด และชนิดของภาพที่ทำจาก Illustrator สามารถย่อและขยายเท่าใดก็ได้ โดยที่ภาพไม่แตก ซึ่งเหมาะกับการออกแบบ Logo ที่อาจมีการปรับขนาดให้เหมาะสมตามการใช้งาน อีกทั้งยังมีเครื่องมือที่ช่วยทำให้ภาพที่จะทำการออกแบบมีสัดส่วนที่ดี และตรงตามหลัก Logo ที่ดีอีกด้วย

2. ลวดลายบรรจุภัณฑ์ (Packaging) การใช้โปรแกรม Illustrator นี้เพื่อการออกแบบลวดลาย มีเหตุผลเดียวกันกับการออกแบบ Logo การจะนำภาพไปพิมพ์บนวัสดุใดๆ จะต้องมีความละเอียดสูง เพื่อให้ภาพมีความสวยงาม และตรงตามที่ได้ออกแบบไว้

2.3.2 Adobe Photoshop



ภาพที่ 2.6 Logo โปรแกรม Adobe Photoshop

ใช้โปรแกรม Adobe Photoshop เวอร์ชัน CC 2014 และ CS 6 โดยใช้ในการ

1.สร้างและตกแต่งแบบจำลอง (Mock up) ของบรรจุภัณฑ์ โดยปกติแล้วแบบจำลองจะมีตัวอย่างให้ดาวน์โหลดได้บนอินเทอร์เน็ต แต่ถ้าหาแบบที่เหมาะสมไม่ได้ จึงจำเป็นต้องสร้างขึ้น มา วิธีการสร้างคือการเลือกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการมา ตกแต่งเงาและภาพพื้นหลังเพื่อความสมจริง จากนั้นจึงใช้เครื่องมือในโปรแกรมช่วยในการนำแบบที่ออกแบบมา ทับลงบนบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการ ตกแต่งรายละเอียดเพิ่มเติม ก็จะได้แบบจำลองที่เหมาะสม และช่วยในการส่งเสริมชิ้นงานให้ดูมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.ออกแบบแผ่นแบบ (Template) สำหรับปก (Cover), ภาพแทนตัว (Profile Picture) ของ Facebook Fanpage โปรแกรม Photoshop นี้จะช่วยปรับขนาดของรูปภาพต่างๆให้เหมาะสมกับการใช้บนเว็บไซต์ ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญต่อการออกแบบ ถ้าออกแบบไม่ตรงตามขนาดที่เว็บไซต์รองรับ ความสวยงามจากการออกแบบจะไม่สามารถถ่ายทอดออกไปได้ดีเท่าที่ควร

บทที่ 3

แผนงานการปฏิบัติงานและขั้นตอนการดำเนินงาน

3.1 แผนงานปฏิบัติงาน

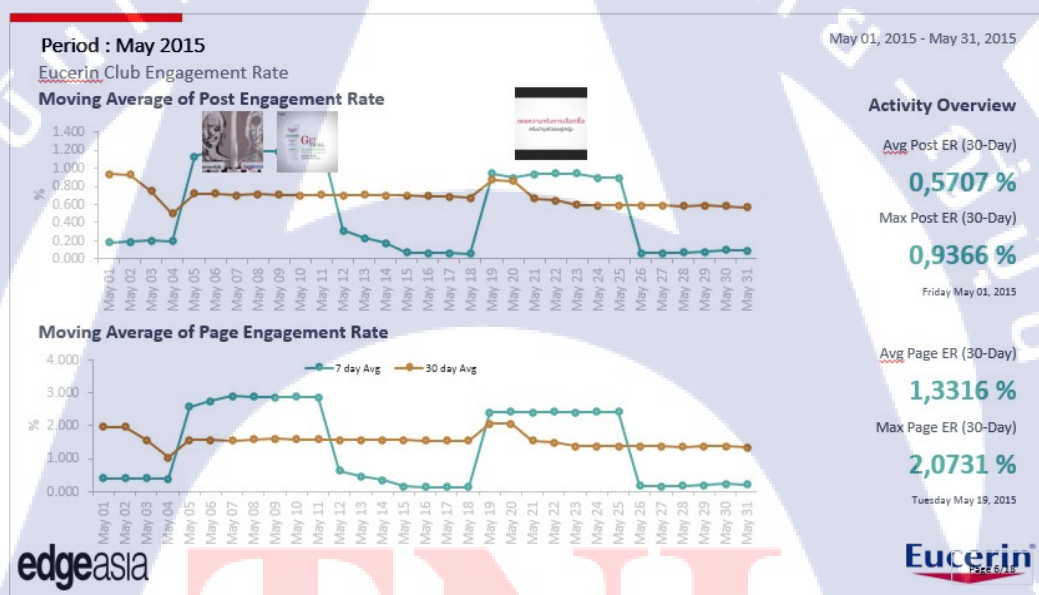
ตารางที่ 3.1 แผนการปฏิบัติงาน

หัวข้องาน	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4
ศึกษาพื้นฐานงานแผนก After Sales	■			
ศึกษาข้อมูลการทำ Report ของ Eucerin	■			
ฝึกงานพนักงานที่ปรึกษาสำหรับหัวข้อโครงร่างรายงาน		■		
ศึกษาพื้นฐานงานแผนก Creative		■		
ปฏิบัติงานแผนก Creative		■		
พื้นฐานโครงสร้างธุรกิจที่จะทำและวิเคราะห์การตลาดธุรกิจเบเกอรี่		■		
รวบรวมข้อมูล Reference สำหรับการออกแบบ Logo และ Packaging		■		
ร่าง Logo		■		
ปรับปรุงและพัฒนา Logo		■		
นำ Logo มาใช้งานบนแบบจำลอง Packaging แบบต่างๆ (Mock up)		■		
จำลองช่องทางโปรโมตธุรกิจบน Facebook และวางแผนการ Post บน Fan page		■		
รวบรวมข้อมูลจัดทำรูปเล่มโครงการ		■		
จัดทำ Presentation		■		

3.2 รายละเอียดงานที่นักศึกษาปฏิบัติในงานสหกิจศึกษา หรือรายละเอียดโครงการที่ได้รับมอบหมาย

3.2.1 รายละเอียดงานที่ปฏิบัติในงานสหกิจศึกษา

- เดือนมิถุนายน รวบรวมข้อมูลทำรายงานวิเคราะห์ Facebook performance ของ Eucerin Facebook fan page โดยรวบรวมข้อมูลว่า Fan page ของ Eucerin มีการตอบสนองของลูกค้าย่างไรบ้าง ยอดของ Like, Comment, Share เปรียบเทียบกับคู่แข่ง และเดือนก่อนหน้าดีขึ้นหรือแย่ลง วิเคราะห์ว่ามีการโฆษณาหรือใช้วิธีการใด ให้ Fan page มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 3.1 ตัวอย่างการรวบรวมข้อมูลเชิงสถิติ ของ Eucerin Facebook fan page

Period : May 2015

Executive Summary FB Insights

Page Level	Apr	May	% change
Fans	277,067	287,290	+3.7%
Total reach*	13,640,040	9,904,780	-33.7%
Total engaged users*	421,076	321,349	-31.0%
Page ER%	3.1%	2.1%	-47.6%
Post Level	Apr	May	% change
Total admin post	73	73	+23.7%
Total engaged use	7,577	7,577	-102.8%
Total reach	2,970	2,970	-39.8%
Total organic	3,482	3,482	+3.8%
Total paid	5,584,000	2,239,488	-51.1%
Organic ER%	6.2%	9.6%	+54.8%

Why engaged users dropped from Apr in page level and in post level the drop is -102.8%? Please state the reasons as well ka.

- This period the overall paid performance is significant decreased while organic performance slightly increase
- Therefore almost decreasing rate is from paid performance
- In April has 2 main campaign that cause engagement rate extremely high
- Compare to March Organic performance constantly increase

edgeasia

*sum of daily totals

Eucerin

ภาพที่ 3.2 ตัวอย่างการวิเคราะห์ Facebook performance ของ Eucerin Facebook fan page

- เดือนกรกฎาคม ถึงกันยายน ทำ Graphic Facebook post และ Info graphic สำหรับ Cellox Facebook Fan page โดยเป็นลักษณะภาพจริงผสม Graphic และงานกราฟฟิกอื่นๆนอกเหนือจาก Cellox เป็นงานเสริม



ภาพที่ 3.3 ตัวอย่าง Graphic สำหรับ Cellox Facebook post



ภาพที่ 3.4 ตัวอย่าง Info Graphic สำหรับ Cellox Facebook post

3.2.2 รายละเอียดโครงการที่ได้รับมอบหมาย

การบริหารภาพลักษณ์ของธุรกิจเบเกอรี่ (Bakery Corporate Branding) โดยครอบคลุม

- ตราสินค้า (Logo)
- บรรจุภัณฑ์ (Packaging)
- วางแผนการโฆษณาบนโซเชียล มีเดีย (Social Media Plan)

โดยศึกษาตั้งแต่พื้นฐานของธุรกิจ ซึ่งเป็นธุรกิจเบเกอรี่ขนาดเล็ก ต้องการภาพลักษณ์องค์กรแบบไหน ออกแบบโดยคำนึงถึงต้นทุนการผลิต และความสะดวกในการใช้งาน ออกแบบตราสินค้าที่มีความสอดคล้องกับภาพลักษณ์ที่ต้องการ และนำตราสินค้ามาประยุกต์ใช้งานบนบรรจุภัณฑ์แบบต่างๆ พร้อมทั้งทำภาพจำลอง (Mock up) เพื่อให้เข้าใจง่าย

วางแผนการโฆษณา เช่น ต้องการ Post อะไรลงบน Fan page เพื่อให้ตรงกับภาพลักษณ์ธุรกิจ เพื่อส่งเสริมให้เป็นที่รู้จัก เพิ่มยอดขาย และช่องทางการติดต่อให้กับธุรกิจเบเกอรี่

3.3 ขั้นตอนการดำเนินงานที่นักศึกษาปฏิบัติงานหรือโครงการ

3.3.1 ศึกษาโครงสร้างของธุรกิจเดิม และของคู่แข่ง

3.3.1.1 โครงสร้างและพื้นฐานของธุรกิจที่ทำ

ธุรกิจเบเกอรี่ที่จะนำมาทำนั้นมีชื่อร้านว่า ‘MyMine’ เป็นร้านขนมที่ผลิตเองในครัวเรือน (Homemade) ยังไม่มีหน้าร้าน โดยมีสินค้าหลักคือโดนัทเค้ก ใช้วิธีการอบ ใช้น้ำมัน สามารถวิเคราะห์โดยใช้หลัก 4P Marketing [2] ได้ดังนี้

1) Product (ผลิตภัณฑ์) เป็นโดนัทขนาดเล็ก เส้นผ่าศูนย์กลาง 6 เซนติเมตร มีรสดั้งเดิม, เคลือบช็อกโกแลต สีดำ, เคลือบไวท์ช็อก สีขาว, เคลือบสตอเบอรี่ สีชมพู, น้ำตาลสีโรยหน้าทั้งแบบขาวและกลม, เยลลี่ตรงกลาง อนาคตอาจมีการพัฒนารสชาติเพิ่มเติม เพื่อเพิ่มกลุ่มเป้าหมาย

ทางด้านคุณภาพเลือกใช้วัตถุดิบที่ดี มีราคาปานกลาง ดีต่อสุขภาพมากกว่าโดนัทแบบทอด และเนื้อสัมผัสนุ่มไม่แข็งกระด้าง

บรรจุภัณฑ์อยู่ในถุงพลาสติกใสและกล่องพลาสติกใส ที่ปิดมิดชิด สะอาด ปลอดภัย



ภาพที่ 3.5 ตัวอย่างโดนัทในบรรจุภัณฑ์แบบถุงพลาสติกใส



ภาพที่ 3.6 ตัวอย่างโดนัทในบรรจุภัณฑ์แบบกล่องพลาสติก

2) Price (ราคา) ธรรมดา 4 ชิ้น 10, 8 ชิ้น 20, 12 ชิ้น 30 และแบบเคลือบสี 3 ชิ้น 10, 6 ชิ้น 20, 10 ชิ้น ซึ่งถือว่าเป็นราคาที่ถูกลง และสามารถใช้เป็นจุดแข็งของสินค้าได้

3) Place (ช่องทางการจัดจำหน่าย) ได้แก่ หน้าโรงเรียนประถม, ฝากวาง ร้านขายของชำ, ฝากวางร้านอาหารตามสั่ง, ฝากวางร้านค้าในตลาดนัด ในอนาคตอาจมีการเปิดหน้าร้าน

4) Promotion (ส่งเสริมการตลาด) การโฆษณา เริ่มแรกจะเป็นปากต่อปาก แล้วขยายไปยัง Facebook fan page เพื่อโฆษณาออนไลน์

3.3.1.2 วิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรค ขององค์กร (SWOT) [1]

1) Strengths (จุดแข็ง) ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพมากกว่าสินค้าในละแวกเดียวกัน มีให้เลือกหลายขนาดตามกำลังการซื้อ และราคาถูก

2) Weaknesses (จุดอ่อน) อุปกรณ์การผลิตมีไม่เพียงพอต่อการขาย ทำให้ผลิตได้จำนวนน้อย (6 ชิ้น ต่อ 2 นาที) ทุนต่ำ และยังไม่มียี่ห้อ หรือเอกลักษณ์ที่บ่งบอกชื่อร้าน

3) Opportunities (โอกาส)

- ความแปลกใหม่ เนื่องจาก กลุ่มลูกค้าบริเวณที่ขาย สัมผัสรสชาติธรรมดาไปถึงแย่งของเบเกอรี่ในราคาที่ถูกลง ทางร้านอื่นไม่ได้เน้นถึงความนุ่ม อร่อย จึงเป็นโอกาสได้ใช้จุดแข็งเรื่องรสสัมผัสในการเปิดตลาดรสสัมผัสใหม่ในราคาใกล้เคียงกัน

- ความสะอาด ที่ตลาดนัดมองข้าม การมีแมลงวันมากมายในตลาดนัด บวกกับการใช้ภาชนะไม่บรรจุหีบห่อมิดชิด วางเปิดอ้าให้เห็นสินค้า แต่แมลงวันตอม จึงเป็นโอกาสในการใช้จุดแข็งเรื่องความสะอาด หีบห่อมิดชิดได้ดี

4) Threats (อุปสรรค)

- การใช้วัตถุดิบคุณภาพดี ทำให้ต้นทุนสูง
- ทศณคติของผู้บริโภค คือ ราคาถูกและปริมาณมากกว่าคุณภาพ

3.3.1.3 วิเคราะห์คู่แข่ง

คู่แข่งในละแวกที่ขายสินค้า ไม่มีร้านโดนัท ดังนั้นจึงเปรียบเทียบกับร้านขายขนมทานเล่นในละแวกเดียวกัน และไม่มีหน้าร้านเหมือนกัน

ตารางที่ 3.2 เปรียบเทียบจุดแข็งและจุดอ่อนของคู่แข่ง

ร้านค้า	Strengths (จุดแข็ง)	Weaknesses(จุดอ่อน)
ร้านขายขนมปังในตลาดนัด	- ราคาถูก - ขายมานาน เป็นที่รู้จักในละแวกนี้	- แมลงวันเกาะ สุขอนามัยไม่ดีนัก - คุณภาพไม่ดี ขนมปังแข็ง
ร้านขายซูชิรูปการ์ตูน	- มีลูกค้าเด็กซื้อจำนวนมาก	- ราคาสูงกว่าขนมอื่นๆในละแวกนี้ - รูปลักษณ์ไม่ค่อยดี
ร้านลูกชิ้นทอด	- ราคาเหมาะสม เป็นที่นิยม - มีภาชนะปิดมิดชิด สะอาด	- ขายมานานลูกค้าเริ่มต้องการความแปลกใหม่
ร้านเครป	- ราคาถูก - มีตัวเลือกเยอะ - มีกลิ่นหอม ช่วยดึงดูดลูกค้า - มีภาชนะปิดมิดชิด สะอาด	- ขายมานานลูกค้าเริ่มต้องการความแปลกใหม่

3.3.2 วางแผนการออกแบบ (Creative Branding Solution)

จากการศึกษาข้อมูลโครงสร้างธุรกิจ การออกแบบในปัจจุบันจึงต้องเน้นความประหยัด และต้นทุนที่น้อย ดังนั้นจึงใช้บรรจุภัณฑ์ (Packaging) ที่เป็นกล่องพลาสติกซึ่งสามารถหาซื้อได้ง่าย ราคาถูก และมีหลากหลายรูปทรงที่สามารถเลือกใช้ได้ เช่น ทรงเหลี่ยม [8] ทรงกลม [9] เป็นต้น



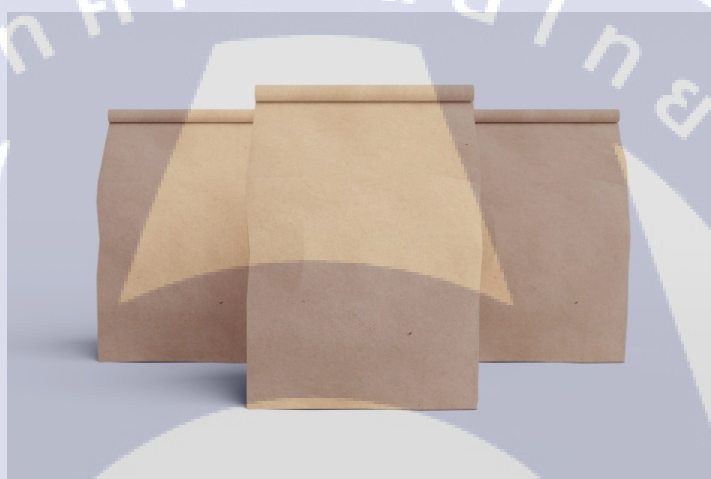
ภาพที่ 3.7 ตัวอย่างกล่องพลาสติกใส่โดนัท 1



ภาพที่ 3.8 ตัวอย่างกล่องพลาสติกใส่โดนัท 2

และใช้การออกแบบตราสินค้า (Logo) ลงบน Sticker สำหรับบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ในปัจจุบัน เนื่องจาก Sticker สามารถสั่งผลิตเป็นจำนวนมาก และนำมาประยุกต์ใช้ลงบนกล่องพลาสติกได้ทุกรูปแบบ ถือว่าเป็นการเลือกใช้ที่เหมาะสมต่อบรรจุภัณฑ์และราคาต้นทุน

รวมถึงการออกแบบในอนาคต เพื่อการพัฒนาองค์กรขึ้นเป็นร้านค้า ซึ่งต้องการบรรจุภัณฑ์ที่ดีขึ้น ดังนั้นจะมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพิ่มเติม ในกรณีที่เพิ่มสินค้าอื่นๆ เช่น คูกี้ คัพเค้ก แยมโรล หรือเครื่องดื่ม โดยจะออกแบบเพิ่มเติมในส่วนของ ถุงกระดาษใส่ขนม [10], ปลูกกระดาษสามแก้ว [11], กล่องกระดาษแบบมีหูหิ้ว [12], บัตรสมาชิกหรือบัตรสะสมแต้มเพื่อการโปรโมตในส่วนของการลดราคาสินค้าอีกด้วย



ภาพที่ 3.9 ตัวอย่างถุงกระดาษใส่ขนม



ภาพที่ 3.10 ตัวอย่างปลูกกระดาษสามแก้ว



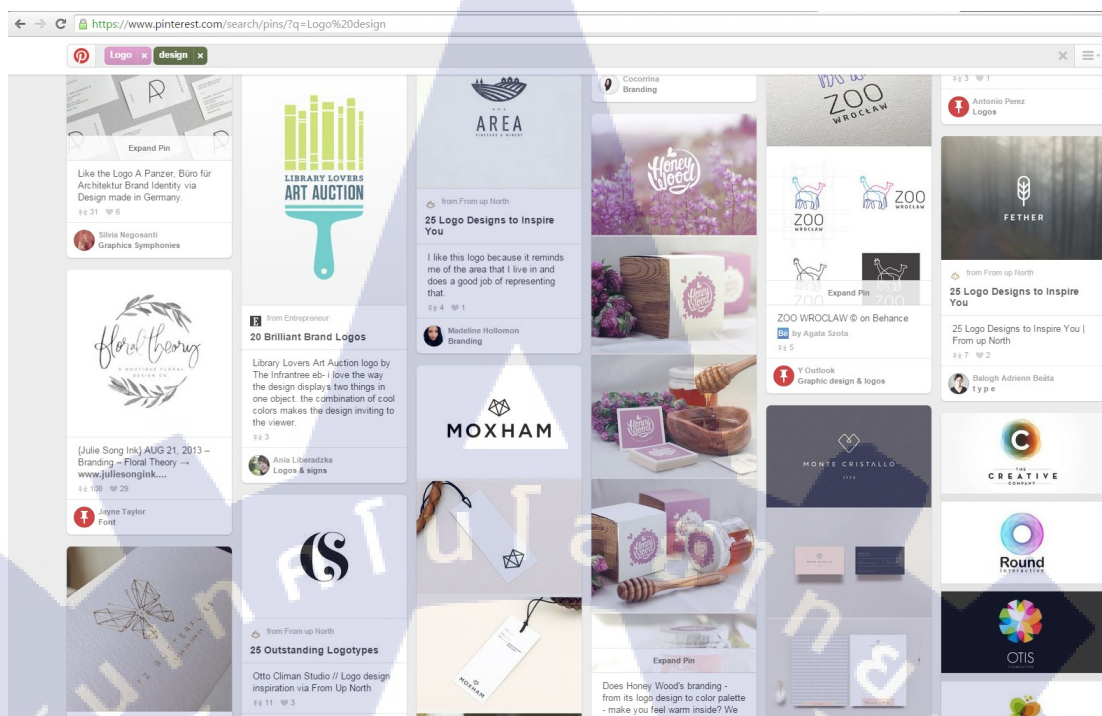
ภาพที่ 3.11 ตัวอย่างกล่องกระดาษแบบมีหูหิ้ว

เมื่อเลือกรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการเรียบร้อยแล้ว จะเป็นการเลือกภาพลักษณ์ที่ต้องการนำมาใช้บนตราสินค้า (Logo) เนื่องจากร้านขนมมีกลุ่มเป้าหมายโดยรวมเป็นเด็กและผู้หญิง จึงต้องการภาพลักษณ์ของความอ่อนหวาน อ่อนโยน เป็นมิตร อาจใช้เด็กผู้หญิงเป็นตัวละครหลัก ประกอบกับมีข้อมูลของเจ้าของธุรกิจซึ่งมีฉายาว่า ‘กระต่าย’ ดังนั้นตราสินค้าอาจใช้เด็กผู้หญิงและกระต่ายเป็นหลัก เมื่อกำหนดความต้องการได้แล้วจึงไปสู่ขั้นตอนการหาข้อมูลอ้างอิง

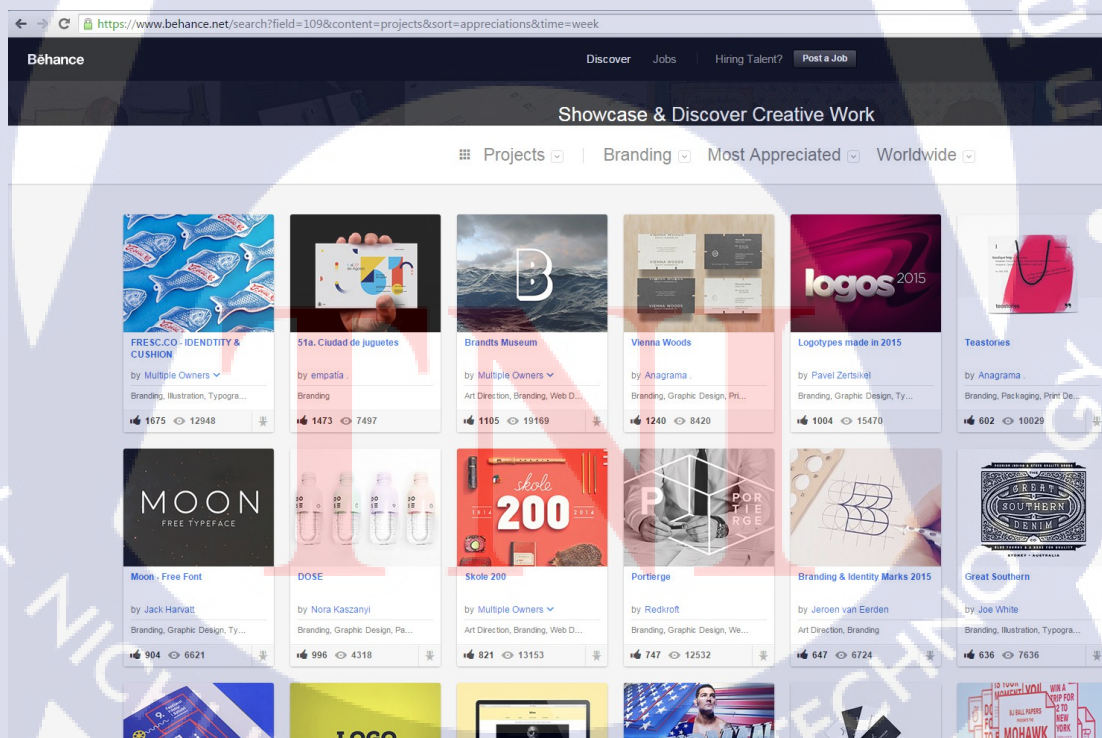
3.3.3 การสืบค้นข้อมูลอ้างอิง (Reference)

การสืบค้นข้อมูลจะสืบค้นตามความต้องการหลัก จากข้อมูลข้างต้น โดยสืบค้นภาพรวมของการออกแบบตราสินค้า(Logo) ก่อน เพื่อศึกษาว่าปัจจุบันมีรูปแบบไหนบ้างที่น่าสนใจ จากนั้นหาตัวอย่างการออกแบบตัวละครกระต่าย [13-14] และผู้หญิง [15-18] เพื่อใช้ประกอบในการออกแบบ จากนั้นรวบรวมข้อมูลอ้างอิงที่ได้ มาประยุกต์ใช้ตามความเหมาะสม

โดยข้อมูลที่สืบค้นส่วนใหญ่มาจากเว็บไซต์ Pinterest.com (เป็นโซเชียล มีเดียสำหรับการลงรูปภาพ ซึ่งเป็นที่นิยมในการลงผลงานจำนวนมาก) และเว็บไซต์ Behance.net (เป็นเว็บไซต์สำหรับลงผลงานโดยเฉพาะ) ซึ่งมีตัวอย่างผลงานให้ศึกษา



ภาพที่ 3.12 การสืบค้นตัวอย่างการออกแบบตราสินค้าบนเว็บไซต์ Pinterest.com



ภาพที่ 3.13 การสืบค้นตัวอย่างการออกแบบตราสินค้าบนเว็บไซต์ Behance.net

Logo design reference



Rabbit Character

ภาพที่ 3.14 ตัวอย่างอ้างอิงตัวละครกระต่าย

Logo design reference



Girl Character



ภาพที่ 3.15 ตัวอย่างอ้างอิงตัวละครเด็กผู้หญิง

หลังจากสืบค้นข้อมูลได้ตามต้องการแล้ว จะนำไปสู่ขั้นตอนการออกแบบ โดยวิธีการร่างภาพบนกระดาษ และใช้โปรแกรม Adobe Illustrator ต่อไป

3.3.4 การออกแบบตราสินค้า (Logo)

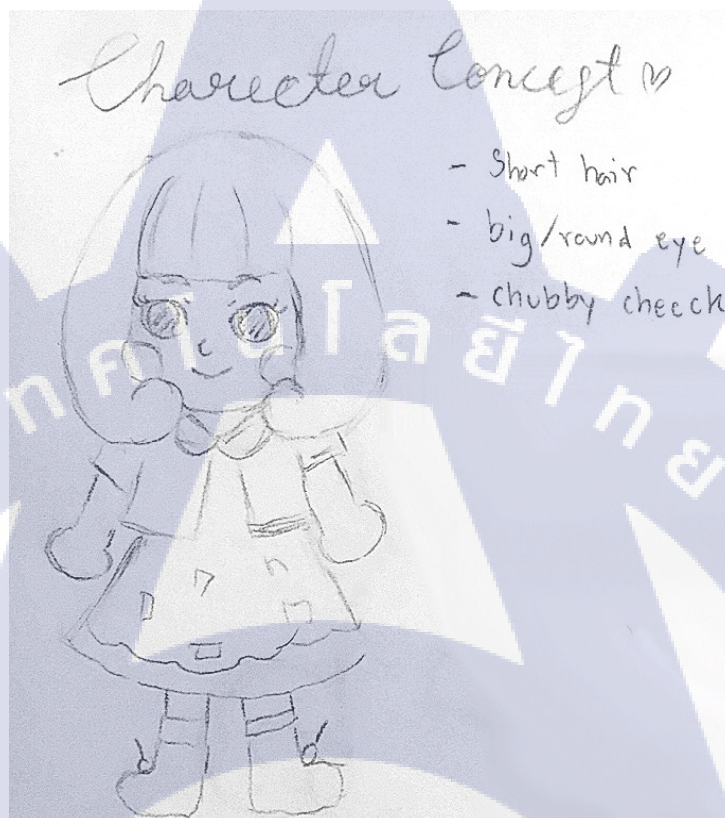
3.3.4.1 ร่างภาพ

ร่างภาพที่จะนำมาประยุกต์ใช้เป็นตราสินค้า โดยเริ่มร่างจากกระต่ายและเด็กผู้หญิงในกิริยาต่างๆที่สัมพันธ์กับขนม ดังภาพที่ 3.16



ภาพที่ 3.16 ภาพร่างตราสินค้าระยะเริ่มต้น

เพื่อเพิ่มความเป็นเอกลักษณ์ให้กับแบรนด์ จึงได้สร้างลักษณะตัวละครขึ้นมาซึ่งลักษณะตัวละครนี้จะช่วยในการร่างแบบให้ตรงตามภาพลักษณ์ที่ต้องการมากขึ้น



ภาพที่ 3.17 ภาพร่างลักษณะตัวละครเด็กผู้หญิง

ลักษณะตัวละคร

เพศ : หญิง

อายุ : ประมาณ 5-6 ปี

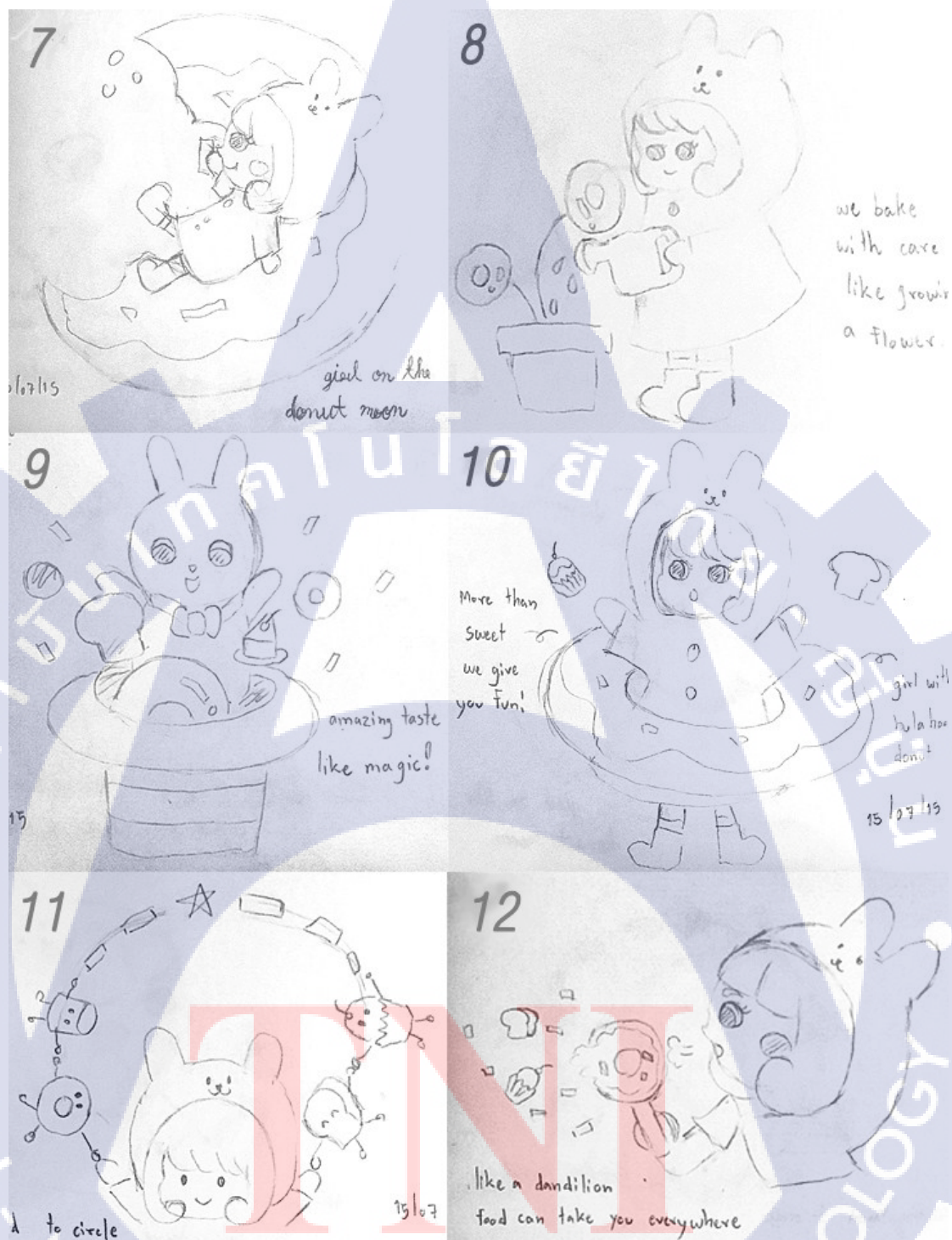
ลักษณะภายนอก : ผอมสั้น ตากลมโต แก้มป่อง

ลักษณะนิสัย : ร่าเริง สนุกสนาน ชอบกินขนมหวานเป็นพิเศษ

จากนั้นร่างภาพใหม่อีกครั้งในลักษณะของเด็กผู้หญิงตามที่ออกแบบไว้ข้างต้น อาจเป็นเด็กผู้หญิงกับกระต่าย หรือเป็นเด็กผู้หญิงใส่ชุดกระต่ายเพื่อลดทอนองค์ประกอบภาพลง



ภาพที่ 3.18 ภาพร่างตราสินค้าแบบที่ 1 ถึงแบบที่ 6

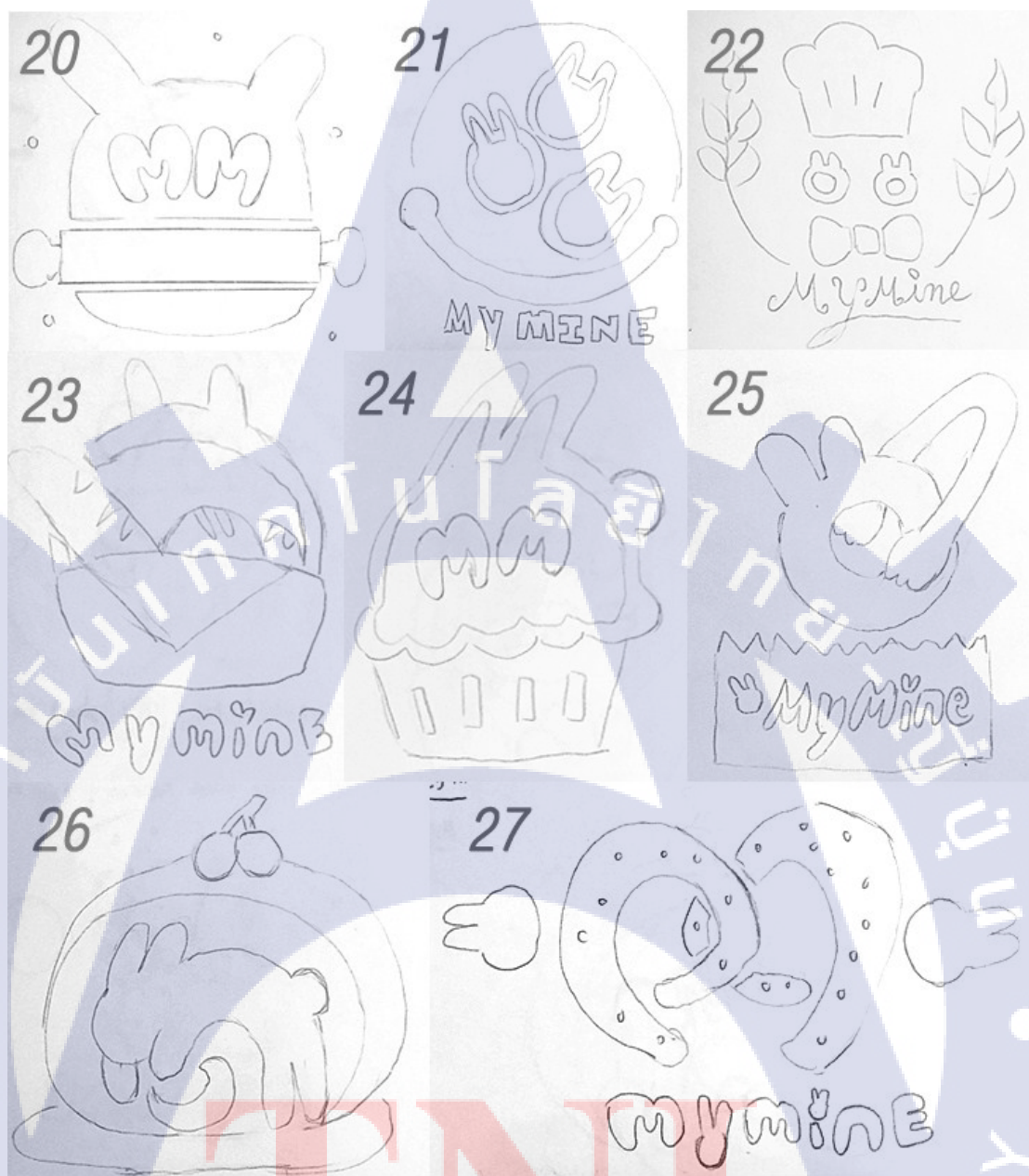


ภาพที่ 3.19 ภาพร่างตราสินค้าแบบที่ 7 ถึงแบบที่ 12

จากภาพร่างที่ผ่านมาทั้งหมดจะอยู่ในรูปแบบที่เอื้อต่อการนำไปทำเป็นสติ๊กเกอร์ตราสินค้า หรือ Mascot logo ดังนั้นจึงมีการออกแบบเพิ่มเติมในรูปแบบที่รายละเอียดน้อยลง และเรียบง่าย



ภาพที่ 3.20 ภาพร่างตราสินค้าแบบที่ 13 ถึงแบบที่ 19



ภาพที่ 3.21 ภาพร่างตราสินค้าแบบที่ 20 ถึงแบบที่ 27

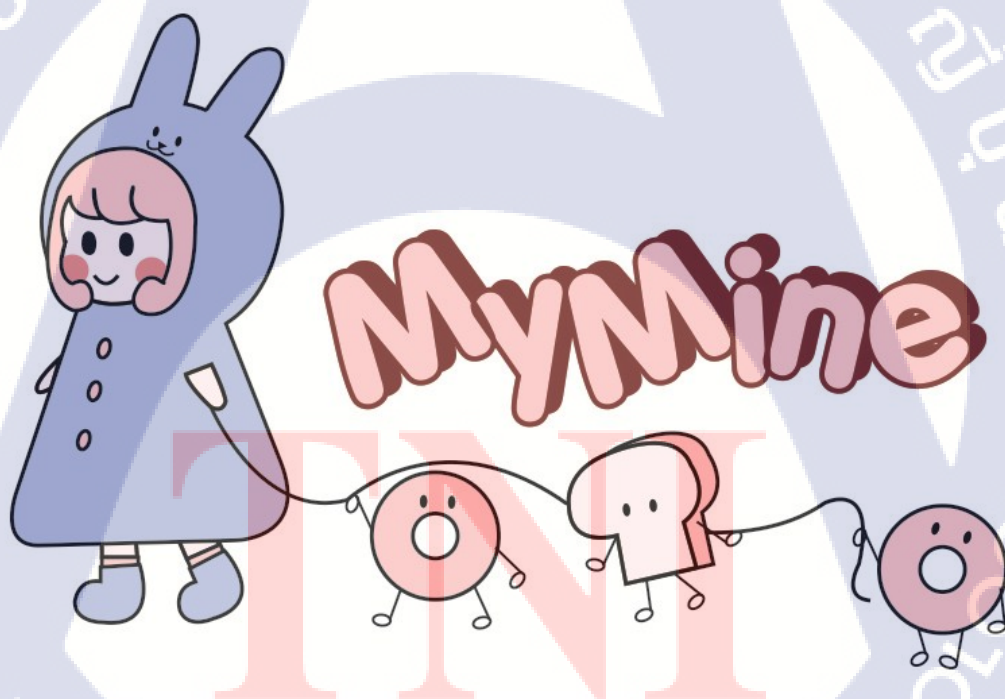
หลังจากได้ภาพร่างจำนวนหนึ่ง ต่อไปผู้ขั้นตอนขึ้นแบบโดยเลือกจากภาพร่างที่สนใจ

3.3.4.2 ขึ้นแบบจากภาพร่าง

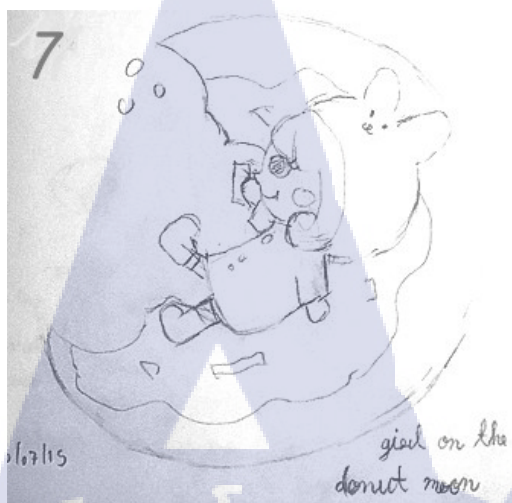
จากภาพร่างต่างๆ ได้เลือกแบบที่ 5, 7, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20 และ 21 รวมทั้งหมดสิบแบบ มาขึ้นแบบเป็นภาพเวกเตอร์ในโปรแกรม Adobe Illustrator



ภาพที่ 3.22 ภาพร่างตราสินค้าแบบที่ 5



ภาพที่ 3.23 ขึ้นแบบตราสินค้าแบบที่ 5



ภาพที่ 3.24 ภาพร่างตราสินค้าแบบที่ 7



ภาพที่ 3.25 ชิ้นแบบตราสินค้าแบบที่ 7



ภาพที่ 3.26 ขึ้นแบบตราสินค้าแบบที่ 14 ถึง 17



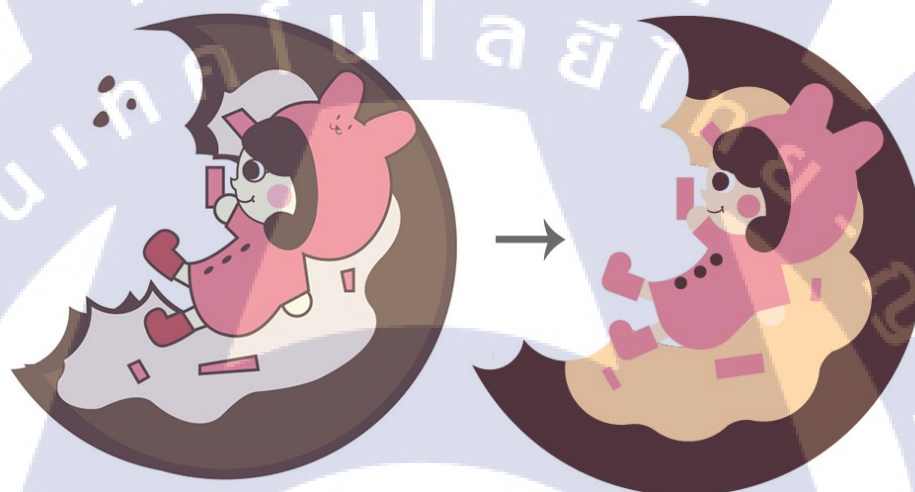
ภาพที่ 3.27 ขึ้นแบบตราสินค้าแบบที่ 18 ถึง 21

จากการขึ้นแบบ 10 แบบ ได้เลือกแบบที่ 7 ซึ่งเป็นเด็กผู้หญิงนั่งอยู่บนโดนัทรูปทรงคล้าย พระจันทร์มาเพื่อใช้พัฒนาต่อ เนื่องจากสามารถแสดงถึงภาพลักษณ์ของความอ่อนโยน น่ารัก และ

เป็นมิตรได้ดี และมีลักษณะโดยรวมเป็นทรงกลม เหมาะแก่การนำไปพัฒนาเป็นสติ๊กเกอร์ต่อไป อีกทั้งยังมีความหมายแฝงซึ่งจะกล่าวถึงในหัวข้อถัดไป

3.3.4.3 การพัฒนาตราสินค้า (Logo Development)

จากการขึ้นแบบภาพที่ 3.25 ภาพยังคงไม่สวยงามเท่าที่ควร จึงต้องนำมาพัฒนา ปรับเปลี่ยนเส้นให้มีความคม และเป็นทางการมากขึ้น โดยใช้รูปทรงเรขาคณิต เช่น วงกลม สี่เหลี่ยม



ภาพที่ 3.28 การปรับเปลี่ยนลายเส้นของภาพร่างแบบที่ 7

จากภาพที่ 3.28 จะเห็นได้ว่าการเปลี่ยนแปลงความสมดุลของภาพมากขึ้น หมวกหูกระต่ายของเด็กผู้หญิงจากลายเส้น เปลี่ยนเป็นทรงกลมทำให้ภาพดูไม่เบี้ยว และหลังจากได้ลายเส้นใหม่จะเป็นการเลือกสี โดยลองใช้สีที่สนใจบนแบบ โดยเน้นไปที่โทนสีชมพูและน้ำตาล

เนื่องจากน้ำตาลเป็นโทนสีของขนมอบ ช็อคโกแลต และมีความหมายถึง คุณภาพ, ความเป็นมิตร, ความซื่อสัตย์ และไว้วางใจได้ [19]

สีชมพูมีความหมายถึง ความอ่อนโยน, ความเอาใจใส่ และความรัก [20]



ภาพที่ 3.29 การทดลองเลือกสีบนแบบที่ 7

จากการเลือกสี จะเห็นได้ว่าภาพต้นแบบมีรายละเอียดค่อนข้างมาก ทำให้เกิดข้อจำกัดในการลดทอนสี และตามหลักการออกแบบตราสินค้าที่ดี [3] ไม่ควรใช้สีจำนวนมาก ควรใช้ 1 หรือ 2 สี ดังนั้นจึงมีการปรับเปลี่ยนโดยการลดทอนรายละเอียด นำส่วนของเด็กผู้หญิงออก คงเหลือแต่เพียงหัวและใบหน้าที่เท่านั้น ดังภาพที่ 3.30



ภาพที่ 3.30 การลดทอนรายละเอียดบนแบบที่ 7

จากตราสินค้าที่ได้นำมาพัฒนา รูปแบบยังไม่เป็นที่น่าสนใจ ดังนั้นจะไปสู่ขั้นตอนการปรับเปลี่ยนงานและร่างแบบใหม่ เพื่อให้ได้ตราสินค้าที่เหมาะสมยิ่งขึ้น

3.3.4.4 ปรับเปลี่ยนงานและร่างแบบใหม่



ภาพที่ 3.31 ภาพร่างตราสินค้าแบบที่ 28 ถึงแบบที่ 32

3.3.4.5 ขึ้นแบบจากภาพร่างใหม่

จากภาพร่าง 28 ถึง 32 ได้เลือกแบบที่ 29 และ 32 มาขึ้นแบบเป็นภาพเวกเตอร์ในโปรแกรม Adobe Illustrator ซึ่งเป็นภาพเด็กผู้หญิงสวมชุดกระต่ายอุ้มขนมปังเอาไว้ในมือ เป็นการใช้นมปังเป็นสัญลักษณ์แทนสินค้าและบริการขององค์กร เพื่อสื่อให้รู้ว่าเป็นร้านเบเกอรี่ที่เด็กๆชื่นชอบ



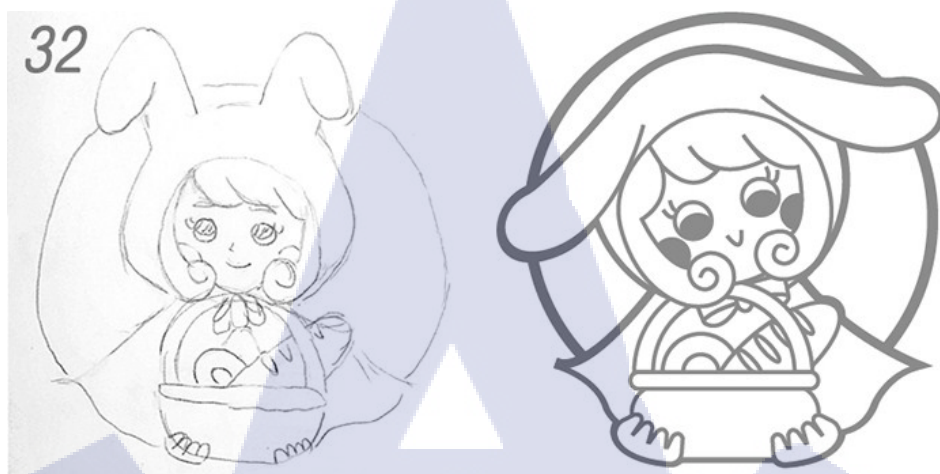
ภาพที่ 3.32 ขึ้นแบบตราสินค้าแบบที่ 29

เนื่องจากลักษณะโดยรวมดูแข็งและไม่อ่อนโยน ดังนั้นจึงมีการปรับเปลี่ยน หูกระต่าย หมวก และผ้าคลุมให้ดูมีการเคลื่อนไหว ทำให้เด็กผู้หญิงดูมีชีวิตมากขึ้น



ภาพที่ 3.33 การปรับเปลี่ยนแบบที่ 29 ให้มีการเคลื่อนไหว

จากนั้นขึ้นแบบตราสินค้าจากแบบภาพร่างที่ 32 โดยออกแบบไปในทิศทางเดียวกันกับภาพที่ 3.33 ทำให้ดูเป็นตัวละครตัวเดียวกัน แต่เปลี่ยนจากการหันข้างมาเป็นหันหน้าตรง และยื่นตระกร้าขนมปังมาให้ เป็นการขึ้นแบบโดยใช้เส้นนอก (Outline) ดังภาพที่ 3.34 โดยจะใส่สีและพัฒนา รูปแบบในขั้นตอนต่อไป



ภาพที่ 3.34 ชั้นแบบตราสินค้าแบบที่ 32

3.3.4.6 การพัฒนาตราสินค้าใหม่ (Logo Development)

ต่อไปจะเป็นการพัฒนารูปแบบตราสินค้าของแบบที่ 29 และ 32 โดยมีแบบเส้นนอก (outline) เพียงอย่างเดียว แบบสีชมพูขาว และแบบที่เพิ่มสีน้ำตาลเข้าไปด้วย

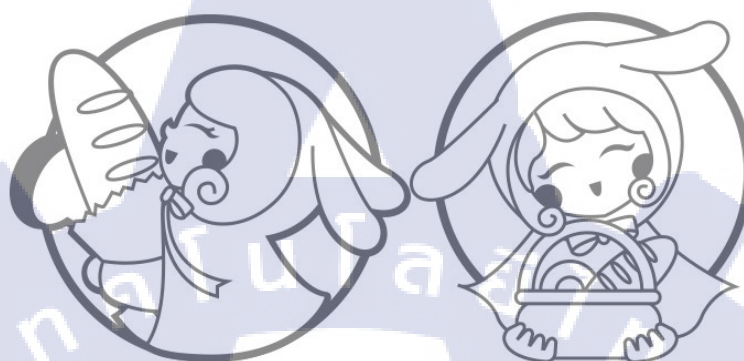


ภาพที่ 3.35 ภาพตราสินค้าแบบที่ 29 พัฒนาครั้งที่ 1



ภาพที่ 3.36 ภาพตราสินค้าแบบที่ 32 พัฒนาครั้งที่ 1

จากภาพที่ 3.35 และ 3.36 ดวงตาและปากยังคงมีลักษณะที่ไม่เป็นมิตรเท่าที่ควร จึงนำไปสู่การพัฒนาตาและปาก ให้เป็นตาอึ้ง และปากอึ้งกว้างเหมือนกำลังอ้าปาก โดยแบบที่ 32 มีการปรับเปลี่ยนหูเล็กน้อยให้ดูน่ารักมากขึ้น



ภาพที่ 3.37 ภาพตราสินค้าแบบที่ 29 และ 32 พัฒนารั้วที่ 2

ในการพัฒนารั้วที่ 3 มีการปรับเปลี่ยนสีอีกครั้ง โดยเน้นให้ตราสินค้าใช้เพียงสีหลักๆ เพียงโทนสีเดียว ในที่นี้คือสีชมพู จึงปรับเปลี่ยนเส้นนอกจากเดิมที่เป็นสีน้ำตาลให้เป็นสีชมพูทั้งหมด และภาพที่มีสีชมพูและน้ำตาล เปลี่ยนเป็นไล่สีและเงา (Gradient) ดังภาพที่ 3.38 และ 3.39

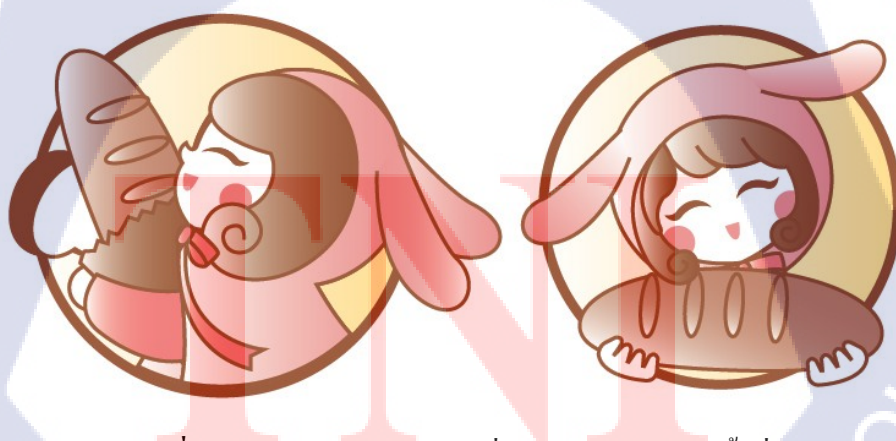


ภาพที่ 3.38 ภาพตราสินค้าแบบที่ 29 พัฒนารั้วที่ 3



ภาพที่ 3.39 ภาพตราสินค้าแบบที่ 32 พัฒนารั้งที่ 3

ในการพัฒนารั้งที่ 4 ได้มีการทดลองลดทอนรายละเอียด โดยในแบบที่ 29 จะเน้นให้เห็นเพียงส่วนหัวของเด็กผู้หญิง เช่นเดียวกับในแบบที่ 32

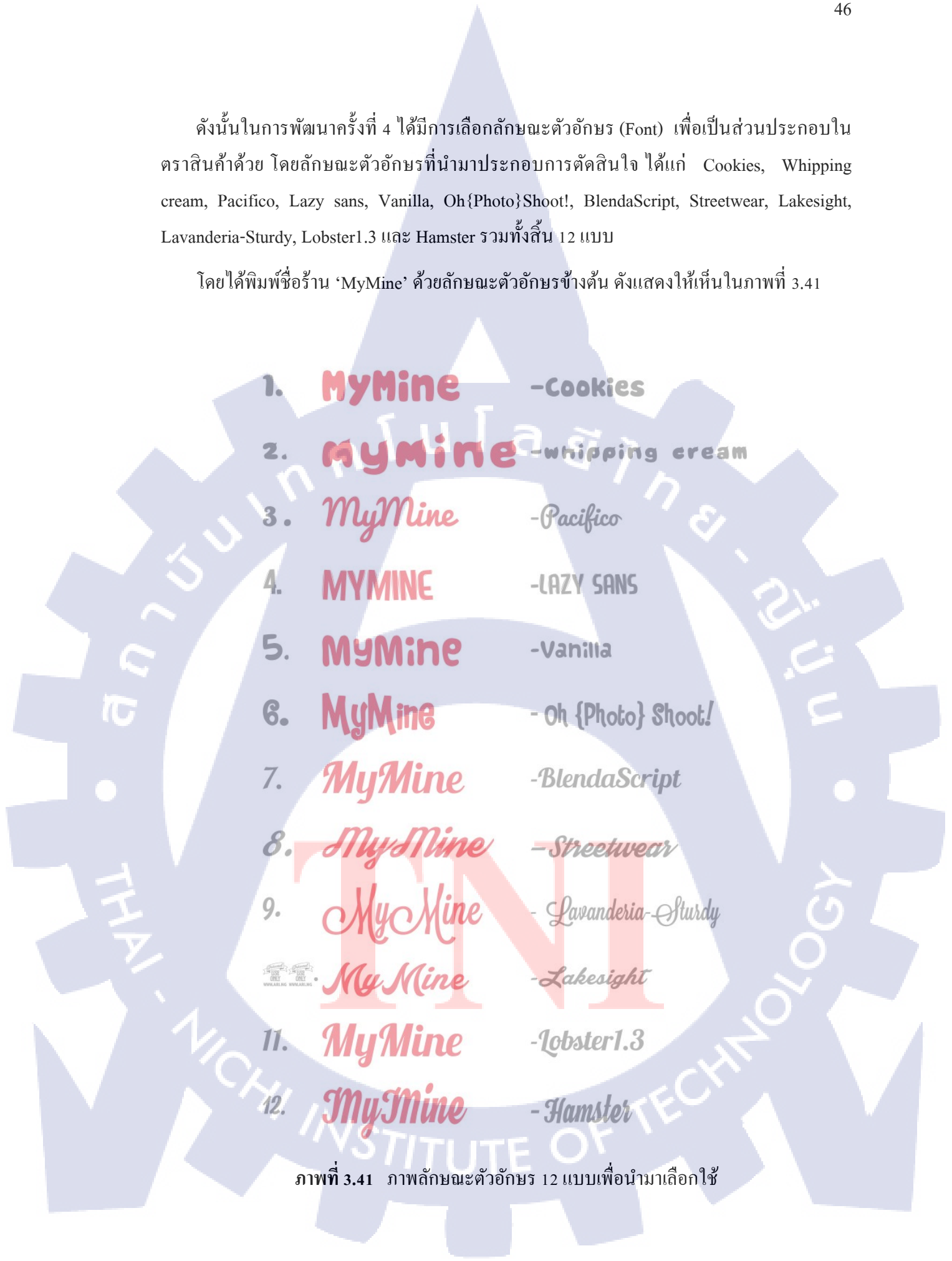


ภาพที่ 3.40 ภาพตราสินค้าแบบที่ 29 และ 32 พัฒนารั้งที่ 4

จากภาพที่ 3.40 ภาพตราสินค้าแบบที่ 32 ไม่เป็นที่ดึงดูดหรือมีลูกเล่นเท่าแบบที่ 29 เนื่องจากตามท้องตลาด มีตราสินค้าที่เป็นตัวละครหันหน้าตรงเป็นจำนวนมาก ในการพัฒนารั้งต่อไปจึงเจาะจงเพียงแค่แบบที่ 29

ดังนั้นในการพัฒนาครั้งที่ 4 ได้มีการเลือกลักษณะตัวอักษร (Font) เพื่อเป็นส่วนประกอบในตราสินค้าด้วย โดยลักษณะตัวอักษรที่นำมาประกอบการตัดสินใจ ได้แก่ Cookies, Whipping cream, Pacifico, Lazy sans, Vanilla, Oh{Photo}Shoot!, BlendaScript, Streetwear, Lakesight, Lavanderia-Sturdy, Lobster1.3 และ Hamster รวมทั้งสิ้น 12 แบบ

โดยได้พิมพ์ชื่อร้าน ‘MyMine’ ด้วยลักษณะตัวอักษรข้างต้น ดังแสดงให้เห็นในภาพที่ 3.41

- 
1. **MyMine** -Cookies
 2. **MyMine** -whipping cream
 3. *MyMine* -Pacifico
 4. **MYMINE** -LAZY SANS
 5. **MyMine** -Vanilla
 6. **MyMine** - Oh {Photo} Shoot!
 7. *MyMine* -BlendaScript
 8. *MyMine* -Streetwear
 9. *MyMine* -Lavanderia-Sturdy
 10. *My Mine* -Lakesight
 11. **MyMine** -Lobster1.3
 12. *MyMine* -Hamster

ภาพที่ 3.41 ภาพลักษณะตัวอักษร 12 แบบเพื่อนำมาเลือกใช้

จากภาพตัวอักษรทั้ง 12 แบบ ได้เลือกแบบที่ 8 คือ Streetwear มาเพื่อใช้ โดยพัฒนาตัวอักษร
ต่อเล็กน้อยในส่วนของหางตัว y และตัว e เพื่อให้มีลูกเล่นเพิ่มมากขึ้น

My Mine → *My Mine*

ภาพที่ 3.42 ภาพการพัฒนาตัวอักษรครั้งที่ 1

เมื่อได้ตัวอักษรตามต้องการแล้ว จะไปสู่การพัฒนาครั้งที่ 5 โดยนำตัวอักษรไปประกอบเข้ากับ
ตราสินค้า ดังภาพที่ 3.43 โดยตราสินค้าแรกได้ทดลองใส่คำขยายเกี่ยวกับร้านเพิ่มเติมไว้ด้านบน



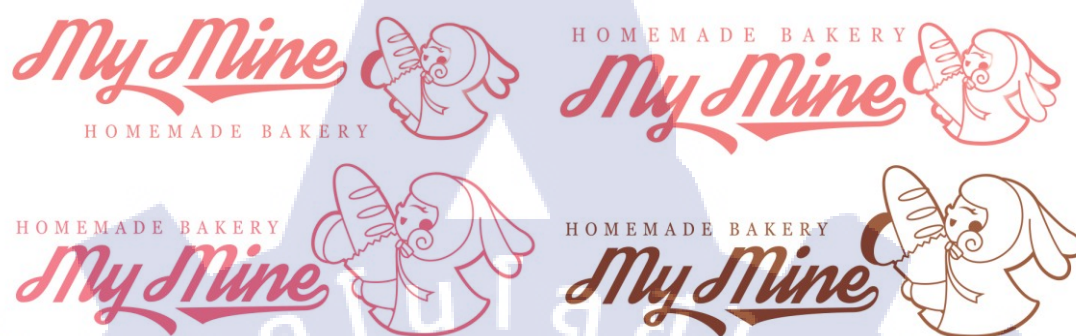
ภาพที่ 3.43 ภาพตราสินค้าแบบที่ 29 พัฒนาครั้งที่ 5

ในการพัฒนาครั้งที่ 6 ได้นำวงกลมด้านหลังออก และให้ตราสินค้าเป็นเพียงภาพเส้นนอก
(Outline) เท่านั้น เพียงให้เกิดความเรียบง่าย และย้ายคำขยาย 'Homemade Bakery' ไปอยู่ด้านล่าง



ภาพที่ 3.44 ภาพตราสินค้าแบบที่ 29 พัฒนาครั้งที่ 6

และมีการเพิ่มเติมรูปแบบของตราสินค้าให้สามารถใช้ได้ทั้งแนวตั้ง (ภาพที่ 3.44) และแนวนอน โดยภาพที่ 3.45 จะแสดงตัวเลือกของการทำตราสินค้าแบบแนวนอน



ภาพที่ 3.45 ภาพตราสินค้าแบบที่ 29 ตัวเลือกตราสินค้าแบบแนวนอน

ในการพัฒนาครั้งที่ 7 ได้ปรับเปลี่ยนตำแหน่งของการวางตัวอักษรไว้หลายหลาย เพื่อเปรียบเทียบและใช้ในการเลือกตามความเหมาะสม โดยทดลองใส่เบอร์โทรศัพท์เพิ่มเติม เพื่อในกรณีทำเป็นสติ๊กเกอร์ ดังภาพที่ 3.46



ภาพที่ 3.46 ภาพตราสินค้าแบบที่ 29 พัฒนาครั้งที่ 7

ในการพัฒนาครั้งที่ 8 ได้ปรับเปลี่ยนให้มีความเป็นรูปใหญ่มากขึ้น เพื่อให้ตราสินค้าดูเป็นทางการน่าเชื่อถือ โดยเปลี่ยนจากลายเส้นเป็นภาพเงา (Silhouette) ดังภาพที่ 3.47



ภาพที่ 3.47 ภาพตราสินค้าแบบที่ 29 พัฒนาครั้งที่ 8

ต่อมาได้พัฒนาให้ตราสินค้ามีความเป็นหนึ่งเดียวกัน(United) โดยนำตัวอักษรเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของรูปภาพ โดยมีทั้งแบบสี่เหลี่ยม และสี่ขาบนพื้นเข้ม ดังภาพที่ 3.48



ภาพที่ 3.48 ภาพตราสินค้าแบบที่ 29 พัฒนาครั้งที่ 9

เนื่องจากตัวอักษร e ที่อยู่ด้านซ้ายมีลักษณะตัวดัดหางลงซึ่งอาจทำให้ตีความหมายได้ไม่ดี จึงมีการปรับเปลี่ยนดังภาพที่ 3.49 นำเอาส่วนที่ตัวดัดออกให้เหลือเพียงหางตัว e ที่ตัวดัดขึ้น

Mine → *Mine*

ภาพที่ 3.49 ภาพการพัฒนาตัวอักษรครั้งที่ 2

ต่อมาปรับเปลี่ยนหางตัว e ให้มีน้ำหนักเพื่อความสวยงาม แล้วจึงเพิ่มแถบลาดด้านล่างซึ่งตัวดัดขึ้นตามแนวทางของตัว e เพื่อให้สื่อความหมายถึงการพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้นขององค์กร ควบคู่ไปกับความพึงพอใจของลูกค้าที่จะมีแต่เพิ่มขึ้นนั่นเอง

Mine → *Mine*

ภาพที่ 3.50 ภาพการพัฒนาตัวอักษรครั้งที่ 3

ดังนั้นในการพัฒนาครั้งที่ 10 ของตราสินค้าจะมีรูปแบบดังภาพที่ 3.51 และมีลักษณะในแนวนอนเหมือนภาพที่ 3.52 และได้ทำการปรับเปลี่ยนโทนสีของสีน้ำตาลให้ดูหนักแน่นและจริงจังมากขึ้น ส่วนสีชมพูให้ความอ่อนหวานและนุ่มนวลมากขึ้น



ภาพที่ 3.51 ภาพตราสินค้าแบบที่ 29 พัฒนาครั้งที่ 10 แบบแนวตั้ง



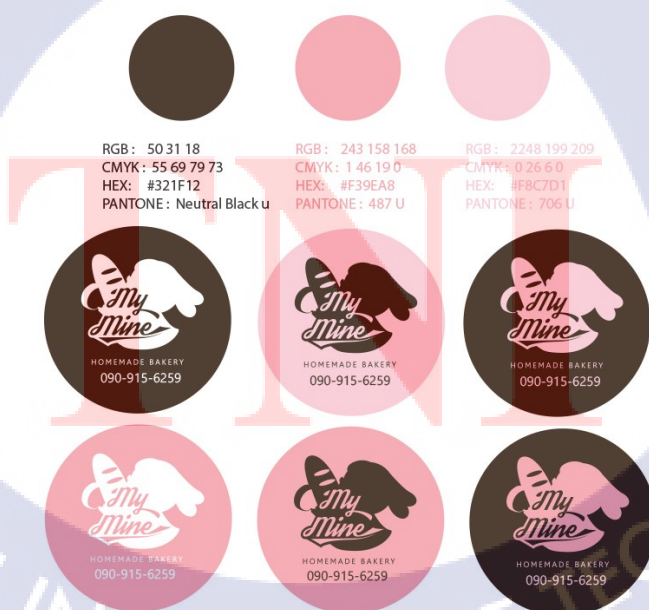
ภาพที่ 3.52 ภาพตราสินค้าแบบที่ 29 พัฒนาครั้งที่ 10 แบบเนวอน

เมื่อได้รูปแบบตราสินค้าที่ต้องการแล้วจึงนำไปประยุกต์ใช้บนผลิตภัณฑ์ในหัวข้อต่อไป

3.3.5 การนำตราสินค้ามาประยุกต์ใช้บนบรรจุภัณฑ์ (Packaging)

3.3.5.1 Sticker

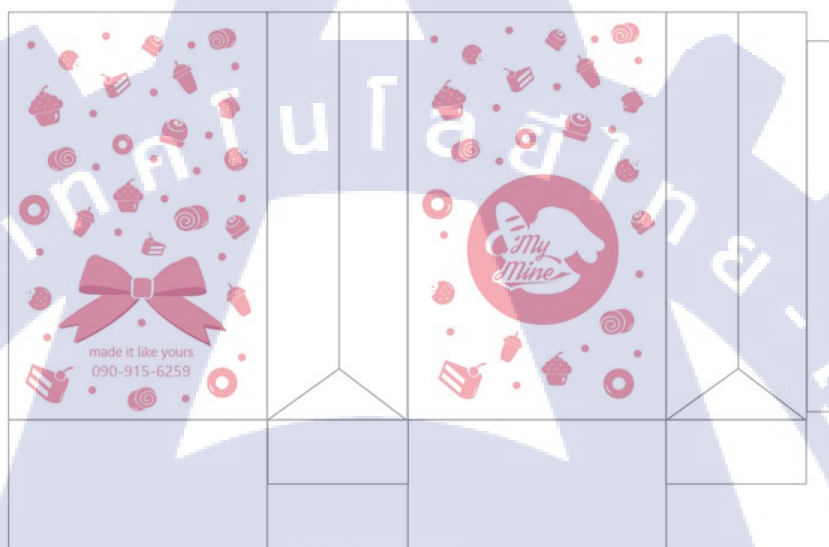
จากที่กล่าวไว้ในหัวข้อ 3.3.2 บรรจุภัณฑ์ในปัจจุบันจะใช้เป็น Sticker ในที่นี้ได้เลือกแบบทรงกลมสีทึบธรรมดา เพราะมีความสวยงามแบบเรียบง่าย โดยเลือกจากสีน้ำตาลเข้มเกือบดำ และสีชมพูอ่อนสองสี ดังภาพที่ 3.53



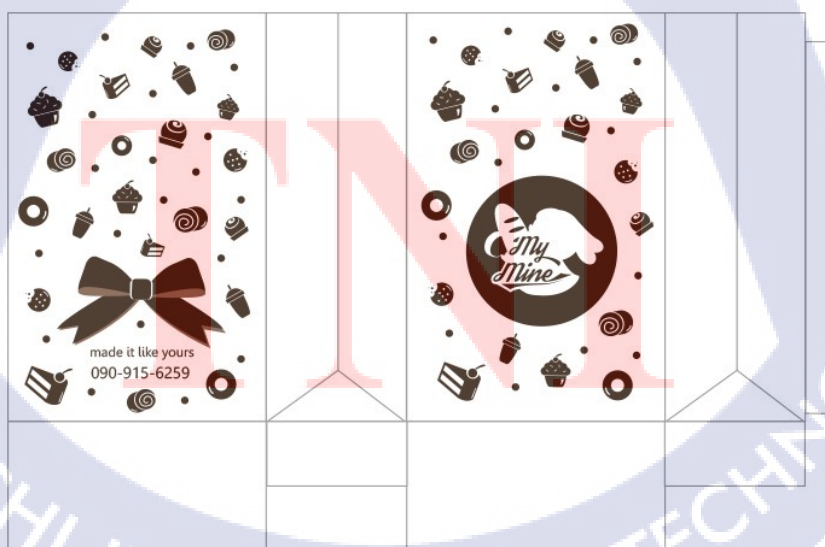
ภาพที่ 3.53 รูปแบบสติ๊กเกอร์จาก 3 สี

3.3.5.2 ถุงกระดาษ

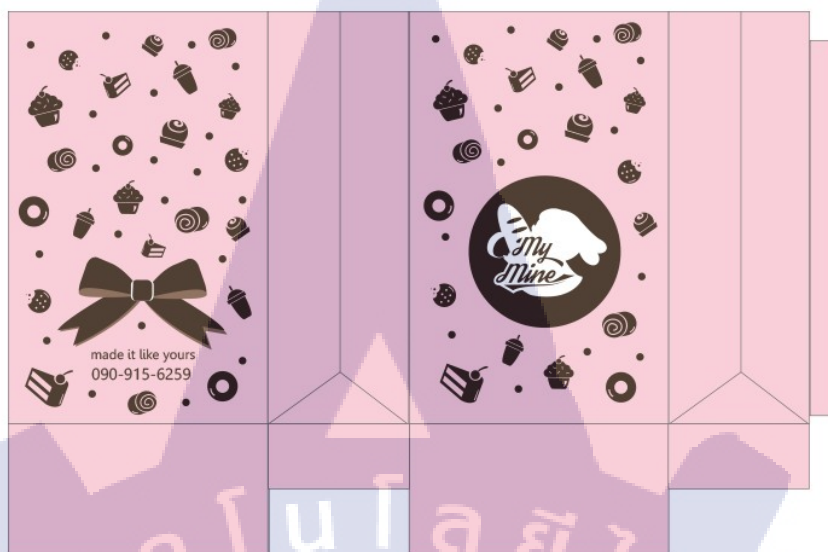
ออกแบบบนถุงกระดาษสีขาว เพราะให้ภาพลักษณ์ที่สะอาด และยังคงความเรียบง่าย เช่นเดียวกับสตีกเกอร์ เพื่อให้ทุกบรรจุภัณฑ์มีภาพลักษณ์ไปในทิศทางเดียวกัน โดยจัดทำเป็นสามสี เช่นเดียวกับสตีกเกอร์ โดยมีเบอร์โทรศัพท์และสโลแกนว่า 'Made it like yours' ที่แปลว่า องค์กรใส่ใจทำขนมเหมือนกับเป็นของคุณ ดังภาพตัวอย่างที่ 3.54, 3.55 และ 3.56



ภาพที่ 3.54 แบบถุงกระดาษสีชมพู พื้นขาว



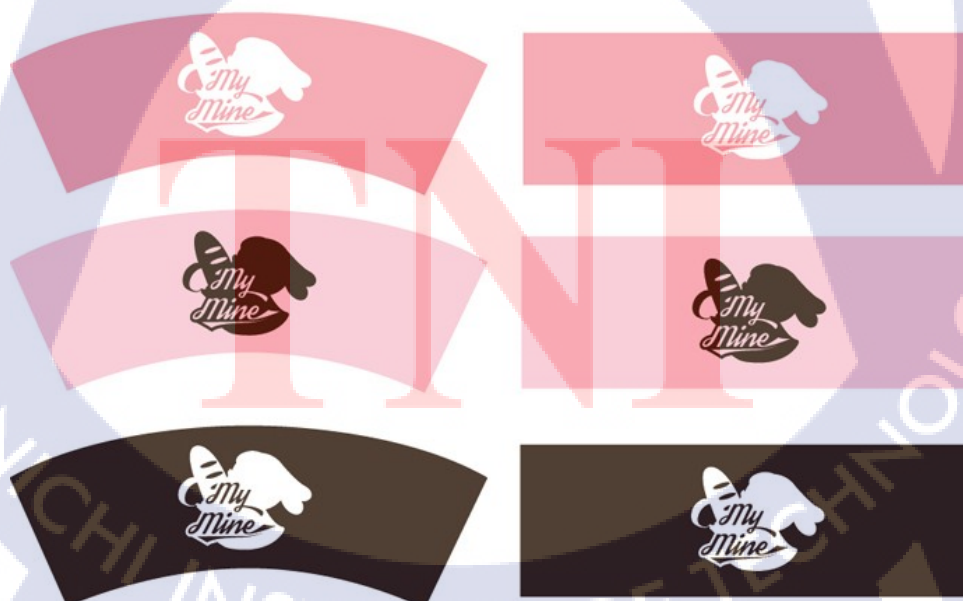
ภาพที่ 3.55 แบบถุงกระดาษสีน้ำตาล พื้นขาว



ภาพที่ 3.56 แบบกล่องกระดาษสีน้ำตาล พื้นชมพู

3.3.5.3 ปดอกกระดาษสามแก้ว

ปดอกกระดาษจะใช้เป็นพื้นสีทึบ และลายขาว ยกเว้นแบบกลางเป็นพื้นสีชมพู ลายสีน้ำตาล ไม่มียอดประกอบอื่นๆ เนื่องจากต้องการความเรียบง่ายให้มากที่สุด



ภาพที่ 3.57 แบบปดอกกระดาษสามแก้ว 3 สี

3.3.5.4 กล่องกระดาษแบบมีหูหิ้ว

ใช้สีทึบแบบเดียวกับปลอกกระดาษสวมแก้ว โดยมีคำขายของค์กรด้านใต้ตราสินค้าว่า ‘Homemade Bakery’ และสโลแกน ‘Make it like yours’ และมีลวดลายแบบเดียวกับถุงกระดาษ ด้านข้างของกล่องจะเป็นข้อมูลติดต่อ ได้แก่ ที่อยู่ร้าน เบอร์โทรศัพท์ และ Facebook Fanpage



ภาพที่ 3.58 แบบกล่องกระดาษมีหูหิ้ว 3 สี

3.3.5.5 บัตรสะสมแต้ม

มีการออกแบบบัตรสะสมแต้ม เพื่อในกรณีต้องการดึงดูดลูกค้าด้วยการแถม หรือลดราคา โบนัสการใช้ ได้จัดทำขึ้นมาเป็นตัวอย่างทั้งหมด 3 สี ดังภาพที่ 3.59



ภาพที่ 3.59 แบบบัตรสะสมแต้ม 3 สี

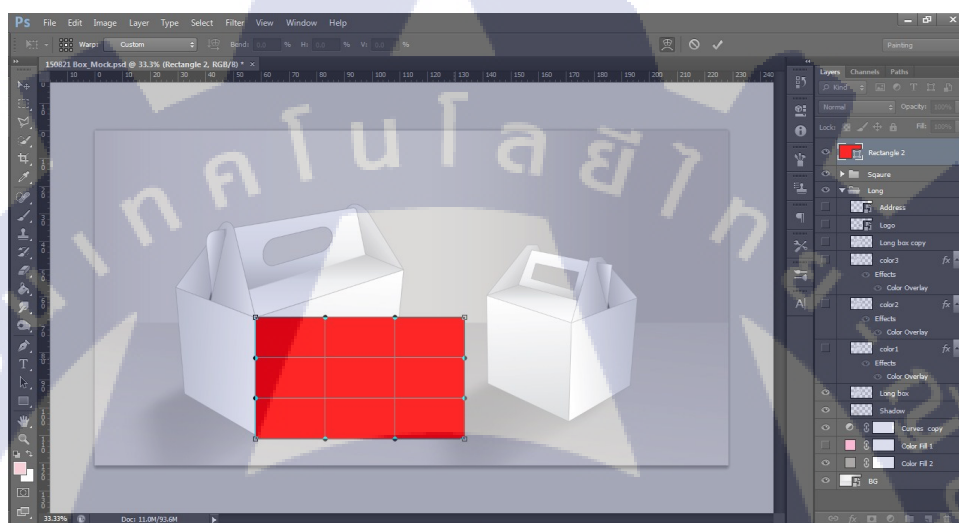
การพิมพ์ลงบนบัตรจะใช้สีที่น้อย และนำลายบนถุงกระดาษมาใช้อีกครั้ง เพื่อให้ไปในทิศทางเดียวกัน บนมุมซ้ายมือของบัตรจะเป็นตราสินค้าในรูปแบบแนวนอน



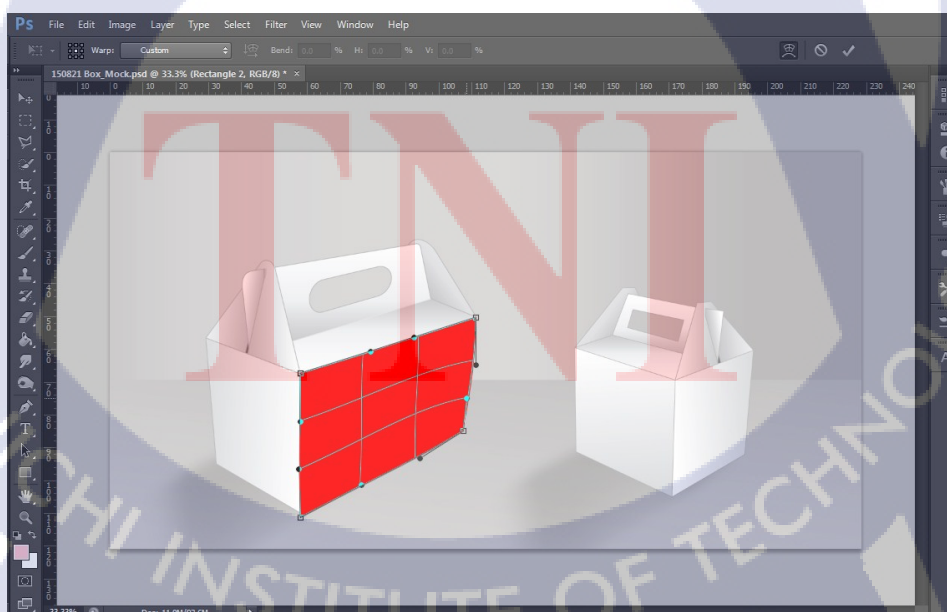
ภาพที่ 3.60 รายละเอียดการพิมพ์บนบัตร

3.3.6 การสร้างแบบจำลองบรรจุภัณฑ์ (Mockup Packaging)

หลังจากได้นำตราสินค้ามาประยุกต์ใช้บนบรรจุภัณฑ์ที่เลือกแล้ว จะเป็นการนำภาพที่ออกแบบมาสร้างเป็นรูปจำลอง เพื่อให้เกิดความเข้าใจได้ง่าย โดยใช้โปรแกรม Photoshop โดยโหลดไฟล์ที่มีสำเร็จรูป หรือใช้เครื่องมือ warp ที่จะช่วยในการปรับรูปภาพให้เหมือนพิมพ์อยู่บนวัตถุ ในรูปทรงที่ต้องการ ดังตัวอย่างในภาพที่ 3.61 และ 3.62



ภาพที่ 3.61 ภาพการสร้างสี่เหลี่ยมตามขนาดที่ใกล้เคียงกับกล่อง



ภาพที่ 3.62 ภาพตัวอย่างการใช้งาน warp เพื่อปรับสี่เหลี่ยมให้ไปตามทิศทางกล่อง

เมื่อวางสีเหลี่ยมตามทิศทางที่ต้องการแล้ว แก้ไขให้เป็นรูปตราสินค้า หรือข้อความใดๆที่ต้องการให้แสดงบนพื้นผิว ทำการสร้างแบบจำลองในลักษณะเดียวกันให้กับสติ๊กเกอร์, ถุงกระดาษ, ปวดอกกระดาษสวมแก้ว, กล่อง และบัตรสมาชิก โดยสร้างแบบจำลอง 3 ชุด สำหรับสามรูปแบบที่ได้ออกแบบไว้ก่อนหน้านี้ ดังภาพที่ 3.63



ภาพที่ 3.63 ภาพตัวอย่างการสร้างแบบจำลอง 3 ดี

3.3.7 การวางแผนการใช้สื่อโซเชียล มีเดีย (Social Media plan)

3.3.7.1 ศึกษาข้อมูลและสถิติการใช้งานโซเชียล มีเดียของคนไทย

จากสถิติการใช้งานโซเชียล มีเดียของคนไทยเมื่อต้นปี 2015 [21] มีโซเชียล มีเดียที่เป็นที่นิยมมากที่สุดคือ Facebook โดยนับจากประชากรไทยมีทั้งหมด 64 ล้านคน ใช้งาน Facebook ถึง 35 ล้านคน หรือคิดเป็น 53% ของประชากรทั้งประเทศ ดังนั้นจึงเลือกใช้ Facebook เป็นช่องทางในการโฆษณาและติดต่อกับลูกค้า โดยจัดทำเป็น fan page

ช่วงเวลาที่เหมาะสมมากที่สุดในการโพสต์[22] คือ วันจันทร์ถึงวันศุกร์ ช่วงเวลา 6.00-8.00 น. และ 14.00-17.00 น. ไม่ควรโพสต์ในวันหยุด รวมถึงช่วงเวลาประมาณ 22.00-4.00 น. สาเหตุที่ควรโพสต์ในช่วงเช้าเพราะว่าผู้ใช้งาน Facebook เป็นกลุ่มผู้ใช้งานผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการเช็ค Status หลังจากตื่นนอน ทั้งนี้เป็นข้อมูลจากต่างประเทศ ซึ่งต้องนำมาปรับใช้กับประเทศไทยอย่างเหมาะสม



ภาพที่ 3.64 ภาพแสดงพฤติกรรมการใช้ Facebook

3.3.7.2 วางแผนการทำ Content

จากข้อมูลในข้อ 3.3.7.1 นำมาปรับใช้กับการ Post ของแบรนด์ โดยใน 1 เดือนจะ Post ทั้งหมด 3 ชุด ชุดละ 10 รูป เนื่องจากเป็นแบรนด์ขนาดเล็กที่ยังไม่มีทุนในการจ้างทีมทำ Content จำนวนมาก จึง Post รูปละวันเท่านั้น ใน 1 ชุดของการ Post จะประกอบไปด้วย 3 หมวดย่อย

- Product (50%) 5 Post ต่อชุด แสดงรูปสินค้า จะมีลักษณะเป็นภาพจริง ผสมตัวการ์ตูน โดยตัวการ์ตูนที่ใช้คือเด็กผู้หญิงตาม Logo โดยปรับเปลี่ยนลายเส้นให้น่ารัก และลดความจริงจังลง เพื่อแสดงภาพลักษณ์ความเป็นมิตร สนุกสนานของแบรนด์

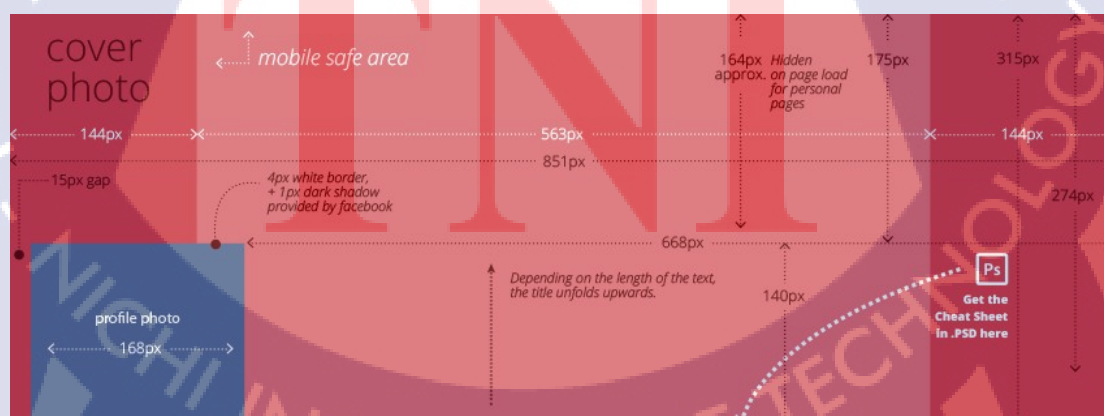
- Enjoy (30%) 3 Post ต่อชุด หมวดที่แสดงความสนุกสนาน น่ารัก มีลักษณะเป็นภาพการ์ตูน ล้วน ของเด็กผู้หญิงบน Logo ในลักษณะท่าทางและเรื่องราวต่าง ๆ กัน แล้วแต่เทศกาล เพื่อเป็นมาสคอตที่ช่วยในการจดจำแบรนด์ และดึงดูดกลุ่มเป้าหมายผู้หญิงและเด็กให้มาติดตาม fan page ง่ายขึ้น ใช้รูปแบบการ์ตูนที่แตกต่างจาก Product เล็กน้อย เพื่อความไม่จำเจ

- Promotion/Activity (20%) 2 Post ต่อชุด หมวดกิจกรรมหรือสินค้าพิเศษ ในที่นี้จะมีเมนูประจำสัปดาห์ เป็นภาพจริงที่มีพื้นหลังตรงกับ Cover Head ของ fan page ในขณะนั้น เพื่อให้ page ดูไปในทางเดียวกัน

ช่วงเวลาในการโพสต์จะเป็น 7 โมงเช้าสลับกับ บ่ายสองโมงเย็นในช่วงเริ่มต้น หากเปิดใช้ไปได้สักระยะ จะมีการปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสมอีกครั้ง เนื่องจากกลุ่มลูกค้าที่ใช้งานในแต่ละ fan page มีช่วงเวลาในการเข้าถึง Post ไม่เหมือนกัน

3.3.7.3 ศึกษาขนาดของงานที่จะนำไปใช้

เมื่อได้รูปแบบที่ต้องการแล้ว จากนั้นศึกษาขนาดของภาพที่จะใช้บน Facebook เพื่อการออกแบบที่มีประสิทธิภาพ ขนาดที่ต้องศึกษาได้แก่ส่วนบนของ fan page และรูปภาพแสดงตัว (Cover picture & Profile picture) [23]



ภาพที่ 3.65 ภาพแสดงขนาด Cover และ Profile Facebook

จากรูปภาพที่ 3.65 สามารถอธิบายรายละเอียดขนาดของภาพต่างๆบน Timeline [24] ดังนี้

- รูป Profile รูปที่จะบ่งบอกว่าเราก็คือใครหรือเป็นแบรนด์อะไร ควรมีขนาดไม่น้อยกว่า 180 * 180 พิกเซล แต่ในการแสดงผลบนหน้าจอจะแสดงเพียงแค่ 160 * 160 พิกเซลเท่านั้น ดังนั้นเวลาจะกำหนดขนาดหรือออกแบบ ต้องคิดเพื่อการแสดงผลด้วย

- รูป Cover Page รูปที่มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการสื่อสารกับคนอ่าน เพราะนี่คือรูปแรกที่ผู้เข้ามาเปิดหน้าจอได้เห็น โดยทาง Facebook กำหนดให้สามารถใช้รูปได้โดยมีความกว้างมากกว่า 720 พิกเซล แต่สำหรับขนาดที่ดีที่สุดที่แสดงผลบนหน้าจอ ได้แก่ 851 * 315 พิกเซล โดยจะต้องเป็นไฟล์ Jpeg และมีขนาดไฟล์ไม่น้อยกว่า 100KB

- รูปที่แสดงบนหน้าจอ Timeline เมื่อเราอัปโหลดขึ้นไปในหน้า Timeline ซึ่งโดยปกติแล้วจะไม่มีกำหนดขนาดของรูป แต่เมื่อถูกอัปโหลดและแสดงผลแล้วจะถูกบีบให้เห็นเพียงแต่ความกว้างที่ 403 พิกเซลเท่านั้น และแสดงผลได้ดีที่สุดในรูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส

เมื่อได้ขนาดที่ต้องการแล้ว จึงลงมือออกแบบรูปภาพตามที่วางแผนไว้ในข้อที่ 3.3.7.2 โดยใช้รูปภาพบนเว็บฟรีเพื่อมาประกอบการทำ จัดทำตัวอย่าง 1 ชุด (10 Post)

บทที่ 4

ผลการดำเนินงาน การวิเคราะห์และสรุปผลต่าง ๆ

4.1 ขั้นตอนและผลการดำเนินงาน

4.1.1 ตราสินค้า (Logo)



ภาพที่ 4.1 ภาพตราสินค้าน MyMine

ตราสินค้าที่เลือกใช้ เป็นรูปแบบของภาพเงา (Silhouette) สีชมพูที่มีความหมายว่า ความรัก การดูแลเอาใจใส่ และความอ่อนโยน โดยมีลักษณะเป็นเด็กผู้หญิงกอดถุงขนมปัง ปลายผ้าคลุม สะบัดไปด้านหลังแสดงให้เห็นถึงความเคลื่อนไหว เหมือนเด็กคนดังกล่าวนำขนมกลับบ้าน หน้าที่ยกขึ้นไปด้านบนแสดงถึงความสุข

ดังนั้นความหมายโดยรวมของตราสินค้า คือร้าน MyMine เป็นร้านเบเกอรี่ที่ผลิตด้วยความ
ดูแล เอาใจใส่ และความรัก ให้คุณได้รับประทานขนมหรือนำกลับไปฝากคนที่รักด้วยความสุข

รายละเอียดสีชมพูที่ใช้

- ค่า RGB คือ R=243, R=158, R=168
- ค่า CMYK คือ C=1, M=46, Y=19, K=0
- ค่า HEX = #F39EA8
- ค่า PANTONE = 487 U

ระยะห่างระหว่างตราสินค้าที่กำหนด (Minimum Clear Space) ในตราสินค้าแนวตั้งกำหนดให้
ภาพหรือตัวอักษรใดๆ อยู่ห่างจากตราสินค้าอย่างน้อยเป็นระยะห่างเท่ากับความกว้างของจุดบนตัว
โอ จากคำว่า 'MyMine' และในแนวนอนให้มีระยะห่างอย่างน้อยเท่าความสูงของเส้นบนขนมปัง
ดังภาพที่ 4.2 จะมีเส้นขอบแสดงให้เห็น



ภาพที่ 4.2 ระยะห่างระหว่างตราสินค้าที่กำหนด

ขนาดเล็กที่สุด (Minimum size) ที่อนุญาตให้ใช้บนตราสินค้าในแนวตั้งคือ สูง 10 มิลลิเมตร
กว้าง 14 มิลลิเมตร หรือขนาด สูง 60 พิกเซล กว้าง 78 พิกเซล ในแนวนอน สูง 5 มิลลิเมตร กว้าง 27
มิลลิเมตร หรือขนาดสูง 40 พิกเซล กว้าง 142 pixel ดังภาพที่ 4.3



ภาพที่ 4.3 ขนาดเล็กที่สุดที่อนุญาตให้ใช้บนตราสินค้า

ตัวอักษรที่ใช้บนตราสินค้าเป็นตัวอักษรชื่อ Streetwear ซึ่งมีลักษณะปกติจากตัว A-Z ตัวพิมพ์ใหญ่และตัวพิมพ์เล็ก ตัวอักษรรองที่ใช้เป็นส่วนเสริมชื่อ Leelawadee ดังภาพที่ 4.4

Streetwear Font
A B C D E F G H I J K L M
n o p q r s t u v w x y z
a b c d e f g h i j k l m
n o p q r s t u v w x y z
Leelawadee Font

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

ภาพที่ 4.4 ลักษณะตัวอักษรที่ใช้

4.1.2 บรรจุภัณฑ์ปัจจุบัน (Packaging)

เป็นการนำตราสินค้ามาทำเป็นสติ๊กเกอร์ทรงกลม ซึ่งเป็นรูปทรงที่ช่วยเรื่องภาพลักษณ์ไม่ให้แข็งกระด้าง และมีเบอร์โทรศัพท์ด้านล่างเพื่อให้ติดต่อได้ง่าย ดังภาพที่ 4.5



ภาพที่ 4.5 ภาพจำลองสติ๊กเกอร์ร้าน MyMine

เป็นการใช้สติ๊กเกอร์บนกล่องพลาสติก เนื่องจากร้านยังมีต้นทุนที่น้อยและไม่มีหน้าร้าน ขนาดของสติ๊กเกอร์ มีเส้นผ่านศูนย์กลาง 3.5 เซนติเมตร เป็นชนิดพีพีด้าน ซึ่งสามารถเปียกหรือโดนน้ำได้ 100% และทนความร้อนได้ 90 องศาเซลเซียส ตัวอย่างการใช้บนกล่องพลาสติก ดังภาพที่ 4.6



ภาพที่ 4.6 ภาพจำลองการใช้สติ๊กเกอร์ของร้าน MyMine บนกล่องพลาสติก

4.1.3 บรรจุภัณฑ์ในอนาคต (Future Packaging)

ในอนาคตทางร้าน Mymine มีการวางแผนว่าจะเปิดหน้าร้าน จึงมีการออกแบบเพื่อสินค้าในอนาคต ซึ่งในที่นี้เป็นเพียงต้นแบบ ยังไม่มีการกำหนดขนาดและวัสดุการผลิตที่แน่นอน

เริ่มจากการออกแบบบรรจุกระดาษ เนื่องจากกระดาษสามารถย่อยสลายได้ดีกว่าพลาสติก และมีความสวยงามแบบคลาสสิก (Classic) จากนั้น ได้เลือกใช้พื้นกระดาษให้เป็นสีขาว และพิมพ์ลาย Logo ร้านขนาดใหญ่ ล้อมรอบด้วยรูปขนมต่างๆ ด้านหลังเพิ่มลูกเล่นโดยการใส่โบว์ และสโลแกนของร้าน 'made it like yours' พร้อมเบอร์โทรศัพท์ ดังภาพที่ 4.7



ภาพที่ 4.7 ภาพจำลองถุงกระดาษของร้าน MyMine

หากพัฒนาเป็นหน้าร้าน อาจต้องมีการเพิ่มสินค้าที่เป็นเครื่องดื่ม เพื่อให้สามารถกินเข้าคู่กับขนมหวานได้ ดังนั้นจึงมีการออกแบบหลอดสวมแก้ว เพื่อให้สามารถใช้ได้ทั้งเครื่องดื่มประเภทร้อนและเย็น โดยวัสดุที่ใช้อาจเป็นหลอดแบบกระดาษ หรือพลาสติก



ภาพที่ 4.8 ภาพจำลองหลอดสวมแก้วของร้าน MyMine บนเครื่องดื่มร้อน



ภาพที่ 4.9 ภาพจำลองป्लอกสวมแก้วของร้าน MyMine บนเครื่องดัดเขียน

และหากมีการเพิ่มเติมสินค้าออกเหนือไปจากโดนัท อาจต้องใช้กล่อง จิ้งจอกแบบกล่องกระดาษแบบมีหูหิ้ว เพื่อลดการใช้ถุงพลาสติกไปในตัว โดยใช้พื้นสีชมพูทึบ พิมพ์ Logo สีขาว ด้านล่างเขียน 'HOMEMADE BAKERY' และสโลแกนร้าน 'made it like yours' ด้านข้างพิมพ์ช่องทางการติดต่อ เช่น ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ Facebook fanpage



ภาพที่ 4.10 ภาพจำลองกล่องของร้าน MyMine

4.1.4 ส่งเสริมการขาย

ร้านค้าส่วนใหญ่มีส่วนเพิ่มเติมในด้านของการส่งเสริมการขาย จึงได้มีการออกแบบบัตรสะสมแต้ม เพื่อดึงดูดให้ลูกค้ากลับมาซื้ออีกครั้ง เพื่อที่จะได้รับส่วนลดหรือของฟรีตามที่กำหนด แบบของบัตรจะเป็นพื้นสีชมพูด้าน พิมพ์ลายขาว ลักษณะลายพิมพ์เป็นแบบเดียวกับกล่องกระดาษ ด้านหลังบัตรจะใช้ Logo ในรูปแบบของแนวนอน



ภาพที่ 4.11 ภาพจำลองบัตรสะสมแต้มของร้าน MyMine

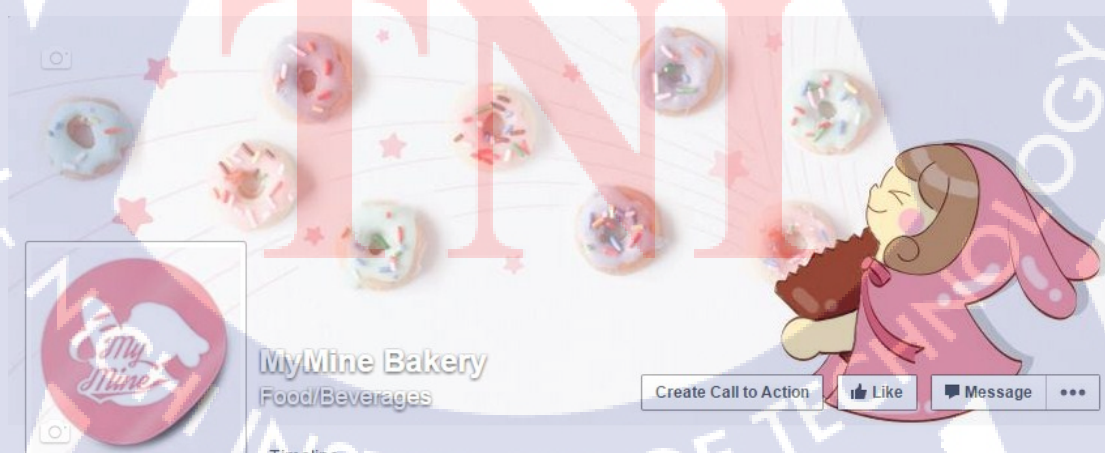
และเพิ่มเติมในส่วนของวันพิเศษหรือเทศกาลพิเศษ อาจมีสินค้าพิเศษเฉพาะเทศกาลนั้นๆ และการตั้งบรรจุภัณฑ์ใหม่จะสิ้นเปลือง ดังนั้นจึงได้ออกแบบป้าย (Tag) เล็กๆ ที่ใช้ผูกเชือกเข้ากับบรรจุภัณฑ์ต่างๆ ให้ดูเข้ากับเทศกาลมากขึ้น โดยที่ยังควบคุมงบการผลิตได้อยู่

จะมีรูปแบบที่คล้ายกัน คือเป็นตราสินค้าที่ด้านหน้า และด้านหลังเป็นภาพกราฟฟิกที่แสดงถึงเทศกาลนั้นๆ ให้ดูสนุกสนาน และเหมาะสำหรับซื้อไปฝาก ในที่นี้ได้การออกแบบตัวอย่างสำหรับวันคริสต์มาส วันเกิด วันฮาโลวีน และวันวาเลนไทน์ อาจมีการออกแบบเพิ่มเติมในภายหลัง



ภาพที่ 4.12 ภาพจำลองป้าย (Tag) สำหรับวันพิเศษ

4.1.5 ช่องทางการติดต่อและโฆษณาบน Social Media



ภาพที่ 4.13 ภาพ Cover Facebook fan page

จากการวางแผน Content ได้เลือกใช้ fan page บน Facebook เป็นช่องทางในการติดต่อและโฆษณา โดยออกแบบในลักษณะที่สนุกสนาน เป็นมิตร ภาพ Cover Head จะเป็นรูปเด็กผู้หญิงถือถุงขนม ในท่าทางเดียวกันกับตราสินค้า เพื่อเป็นการขยายให้เกิดการจดจำและเข้าใจ หรือเป็นการใช้ตัวละครเพื่อเป็นตุ๊กตาสัญลักษณ์ (Mascot) ให้กับร้าน ดังภาพที่ 4.13

Facebook Post ทั้งหมด 10 ภาพ แบ่งตามหมวด หมวดแรกคือ สินค้าประจำสัปดาห์ 2 รูป ใช้ภาพพื้นหลังเดียวกับ Cover Head เพื่อให้ดูเป็นหนึ่งเดียวกัน ในที่นี้ยกตัวอย่างเป็นเทศกาลฮาโลวีน ทั้งสองรูปจะเป็นเมนูเดียวกัน แต่อาจจะเปลี่ยนการตกแต่งและมุมของภาพเพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซ้อน จะโพสต์ 7 โมงเช้าวันจันทร์ และอีกครั้งในวันพฤหัสบดี

ทุกโพสต์จะมีตราสินค้าในลักษณะสติ๊กเกอร์ที่ด้านซ้าย เนื่องจากคนส่วนใหญ่ถนัดขวา เมื่อเลื่อนหน้าจอโทรศัพท์นิ้วจะบังตราสินค้าถ้าไว้ทางขวา โดยสามารถวางที่มุมบนซ้ายมือหรือด้านล่างซ้ายมือ แล้วแต่ความเหมาะสมของรูปภาพนั้นๆ



ภาพที่ 4.14 ภาพ Facebook Post หมวดสินค้าประจำสัปดาห์รูปที่ 1



ภาพที่ 4.15 ภาพ Facebook Post หมวดสินค้าประจำสัปดาห์รูปที่ 2

หมวดที่สองเป็นหมวดสินค้า มีทั้งหมด 5 รูป เป็นการนำภาพสินค้าที่ขายเป็นประจำ มาตกแต่งเพิ่มเติมให้เกิดลูกเล่น คือนำภาพการ์ตูนเด็กผู้หญิงมากินขนม หรือเล่นกับขนม



ภาพที่ 4.16 ภาพ Facebook Post หมวดสินค้ารูปที่ 1



ภาพที่ 4.17 ภาพ Facebook Post หมวดสินค้ารูปที่ 2



ภาพที่ 4.18 ภาพ Facebook Post หมวดสินค้ารูปที่ 3



ภาพที่ 4.19 ภาพ Facebook Post หมวดสินค้ารูปที่ 4



ภาพที่ 4.20 ภาพ Facebook Post หมวดสินค้ารูปที่ 5

หมวดที่สาม จะเป็นหมวดความสนุกสนาน (Enjoy) เป็นภาพการ์ตูนเกี่ยว mascot ของร้านและขนมต่างๆ มีขึ้นเพื่อไม่ให้เกิดการ Post คุณาเบื้อและมีแต่สินค้ามากจนเกินไป จะมีจำนวน 3 รูปภาพ



ภาพที่ 4.21 ภาพ Facebook Post หมวด Enjoy รูปที่ 1



ภาพที่ 4.22 ภาพ Facebook Post หมวด Enjoy รูปที่ 2



ภาพที่ 4.23 ภาพ Facebook Post หมวด Enjoy รูปที่ 3

ภาพสุดท้ายทำเป็นตัวอย่างในกรณีที่มีเทศกาลพิเศษ ตัว mascot ของร้านอาจเปลี่ยนเสื้อผ้าได้ แต่ยังคงมีชุดที่ด้านหลังไปอยู่ว่าเป็นตัวละครเดียวกันกับ Post อื่นๆ ในภาพที่ 4.23 จะเป็นตัวอย่างในกรณีวันฮาโลวีน ซึ่งแต่ละรูปจะมีตราสินค้าอยู่ที่มุมขวาล่าง และตัวอักษรพูดถึง Theme ของภาพนั้นๆ อย่างเช่น ‘Trick or Sweets’ ซึ่งล้อเลียนมาจากการละเล่น ‘Trick or Treats’ ของต่างประเทศ ที่เล่นกันในวันฮาโลวีน ในส่วนของ Caption หรือเนื้อหาที่จะลงใน Post อาจเขียนอธิบายถึงการละเล่นในเทศกาลนี้ เพื่อเสริมความเข้าใจ และเป็นความรู้ให้กับผู้ติดตาม

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการปฏิบัติโครงการและจัดทำรายงานพบว่า ต้องมีการศึกษาหาข้อมูลของงานที่จะออกแบบเพื่อให้เห็นภาพชัดเจน และเห็นกระแสนของการออกแบบว่าทันสมัยไหม อะไรที่ไม่ควรทำ เพื่อให้ง่ายต่อการวางแผนการทำงาน เช่น ค้นหาตัวอย่างตราสินค้าของธุรกิจเบเกอรี่อื่นๆ แบบไหนเป็นที่นิยมและสามารถนำมาปรับใช้ได้ และการออกแบบตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์มีส่วนช่วยใน

การส่งเสริมธุรกิจมากนักน้อยเพียงใด เมื่อได้ข้อมูลที่ชัดเจน จะช่วยในการออกแบบที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

โครงการการบริหารภาพลักษณ์ของธุรกิจเบเกอรี่ (Bakery Corporate Branding) นี้มีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาและจัดทำตราสัญลักษณ์, บรรจุภัณฑ์, การวางแผนการใช้โซเชียล มีเดีย เพื่อส่งเสริมธุรกิจเบเกอรี่

4.3 วิเคราะห์และวิจารณ์ข้อมูลโดยเปรียบเทียบผลที่ได้รับกับกับวัตถุประสงค์และจุดมุ่งหมายในการปฏิบัติงานหรือการจัดทำโครงการ

จากการศึกษาและจัดทำตราสัญลักษณ์ บรรจุภัณฑ์ และการใช้โซเชียลมีเดีย ทำให้ได้รับความรู้และพัฒนาทักษะในการออกแบบตรงตามวัตถุประสงค์ โดยผลที่ได้รับอยู่ในระดับปานกลาง ยังต้องมีการศึกษาเพิ่มเติม ในเรื่องของการคุมโทนและภาพลักษณ์โดยรวมของแบรนด์ให้ไปในทิศทางเดียวกัน และชัดเจนมากขึ้น รวมถึงต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่องหากนำไปใช้งานจริง

ทั้งนี้ความรู้และทักษะที่ได้รับสามารถนำไปศึกษาต่อและต่อยอดเพื่อออกแบบภาพลักษณ์องค์กรอื่นๆได้ในอนาคต

TNI

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการดำเนินงาน

โครงการที่ได้รับคือการบริหารภาพลักษณ์ของธุรกิจเบเกอรี่ (Bakery Corporate Branding) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและลงมือปฏิบัติเกี่ยวกับการออกแบบตราสัญลักษณ์ บรรจภัณฑ์ และช่องทางการโฆษณาต่างๆ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของธุรกิจ

จากการดำเนินงานตราสัญลักษณ์ ได้ผลลัพธ์ปานกลาง เพราะยังไม่ตรงตามความต้องการของธุรกิจเท่าที่ควร ซึ่งต้องการภาพลักษณ์ที่น่ารัก อ่อนโยน และเป็นมิตร แต่ตัวสัญลักษณ์ต้องการความเป็นทางการมาก และในส่วนของบรรจภัณฑ์ยังไม่สามารถหาแบบจำลองที่เหมาะสมกว่านี้ได้ ทำให้แสดงผลออกมาไม่สมบูรณ์เท่าที่ควร รวมถึงข้อจำกัดของต้นทุน ทำให้ต้องออกแบบโดยคำนึงถึงราคาและความประหยัด ขนาดของธุรกิจซึ่งเป็นขนาดเล็ก ทำให้ต้องจัดการออกแบบหลายๆอย่างลง เพื่อความเหมาะสมกับธุรกิจ ทั้งนี้ผลลัพธ์โดยรวมเป็นที่น่าสนใจ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้บนธุรกิจจริงได้ อาจมีการเพิ่มเติมการศึกษาวัสดุของบรรจภัณฑ์เพิ่มเติม

นอกจากนี้ยังได้รับประสบการณ์การทำงานจากการฝึกฝนการตกแต่ง Facebook Post ของ Cellox และงานกราฟฟิคอื่นๆที่ได้รับ ได้เรียนรู้แนวทางการทำงานจริง การวางองค์ประกอบของภาพ และความสำคัญของการใช้สีและขนาดภาพ ทำให้เพิ่มเติมทักษะและเรียนรู้เพื่อเป็นประสบการณ์ในการทำงานต่อไปในอนาคต

5.2 แนวทางการแก้ไขปัญห

ปัญหาที่ได้รับคือการขาดประสบการณ์ในงานที่ทำ ผู้วิจัยไม่เคยทำงานเกี่ยวกับการบริหารภาพลักษณ์องค์กร และไม่เคยออกแบบตราสัญลักษณ์มาก่อน ทำให้ขาดความรู้ ความสามารถ ซึ่ง

จะต้องศึกษาเพิ่มเติมทั้งในส่วนของทฤษฎีการตลาดบางส่วนที่สำคัญ การออกแบบ และผลงานตัวอย่างที่มีในท้องตลาดให้มากขึ้น เพื่อเรียนรู้ความหลากหลาย และข้อจำกัดของงานประเภทต่างๆ และฝึกฝนทักษะการออกแบบ โดยเฉพาะการออกแบบตัวอักษร (Typography) ซึ่งผู้วิจัยไม่มีทักษะทำงานไม่สวยงามเท่าที่ควร จำเป็นจะต้องศึกษาเพิ่มเติม

อีกหนึ่งปัญหาคือการตั้งภาพลักษณ์ ซึ่งจะต้องชัดเจนตั้งแต่ก่อนลงมือออกแบบ แต่ผู้วิจัยไม่ได้ตั้งให้ชัดเจน ทำให้การออกแบบล่าช้า และผิดประเด็นไปบางส่วน ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้วิจัยจะเรียนรู้การวางแผนงานให้รอบคอบ และพัฒนาต่อไปอย่างเหมาะสม

5.3 ข้อเสนอแนะจากการดำเนินงาน

ข้อเสนอแนะต่อผู้สนใจการออกแบบภาพลักษณ์ธุรกิจ

1. วางขอบเขตของงานอย่างรอบคอบและชัดเจน
2. วางแผนการทำงานอย่างเป็นขั้นตอน
3. ศึกษาการตลาดของธุรกิจอย่างคร่าวๆ
4. ศึกษาคู่แข่งและสถานะการแข่งขันของธุรกิจอย่างคร่าวๆ
5. ศึกษาวิธีการออกแบบตราสัญลักษณ์อย่างเหมาะสม
6. ศึกษาตัวอย่างงานเพิ่มเติม
7. ออกแบบตามความต้องการของลูกค้า
8. ขึ้นแบบจำลองเพื่อแสดงตัวอย่างให้เห็นภาพชัดเจน
9. รวบรวมงานออกแบบทั้งหมด เพื่อสังเกตว่าเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และทำให้เห็นภาพลักษณ์ชัดเจน ตามที่ต้องการ

เอกสารอ้างอิง

1. เมตตา, 2550, **ขั้นตอนที่ 4 การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรค ขององค์กร (SWOT)** [Online], Available : http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?pageid=6&bookID=344 [3 กรกฎาคม 2558].
2. Nanosoft & Solution Ltd., **หลักการตลาด 4P (Nanosoft Marketing Series)** [Online], Available : <http://nanosoft.co.th/maktip01.htm> [29 มิถุนายน 2558].
3. DESIGNIL, 2557, **6 วิธีการออกแบบโลโก้ที่ดี พร้อมตัวอย่างประกอบ** [Online], Available : <http://www.designil.com/how-to-logo-design-tips.html> [6 สิงหาคม 2558].
4. krittayakorn, 2556, **หลักการจัดองค์ประกอบศิลป์** [Online], Available : <https://krittayakorn.wordpress.com/2013/03/24/> [5 ตุลาคม 2558].
5. krittayakorn, 2556, **จิตวิทยาเกี่ยวกับสี** [Online], Available : <https://krittayakorn.wordpress.com/2013/03/20/> [5 ตุลาคม 2558].
6. มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพาง, 2552, **หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์** [Online], Available : <http://netra.lpru.ac.th/~weta/m4/index.html> [5 ตุลาคม 2558].
7. SRICHAO VIHOGTO, 2556 , **ความหมายและความสำคัญของ Social Media** [Online], Available : <http://cmfe2013.blogspot.com/2013/05/11-social-media.html> [5 ตุลาคม 2558].
8. pncafe, 2555, **แนะนำมินิโดนัทเค้ก รวมนรส เบเกอรี่โฮมเมด By:PN Cafe'** [Online], Available : <http://www.roytawan.com/forum/index.php?topic=19151.0> [4 กรกฎาคม 2558].
9. jena_naam, 2555, **Tutty fruity butter cheese roll พร้อมอวดของเล่นใหม่ อี้** [Online], Available : <http://topicstock.pantip.com/food/topicstock/2012/04/D12031976/D12031976.html> [4 กรกฎาคม 2558].

10. GraphicList, 2015, **Paper Bag PSD Mockups** [Online], Available : <http://graphiclist.com/paper-bag-psd-mockups/#> [2015, August 10].

11. Ashlee Harrell, 2015, **Free Paper Cup Coffee Mockup** [Online], Available : <http://vectorchameleon.com/2015/02/free-paper-cup-coffee-mockup/> [2015, August 10].

12. elfishes, **Stock Vector Illustration: die set cake box** [Online], Available : <http://www.shutterstock.com/en/pic-93619630/stock-vector-caja-de-tintes-de-pastel.html> [2015, August 10].

13. raviefile, **raviefile** [Online], Available : <http://blog.naver.com/raviefile> [2015, July 4].

14. HEATHER, **HEATHER'S SKETCHES** [Online], Available : <http://heathersketcheroos.tumblr.com/post/66206597991/some-character-poses-for-a-project-im-working-on> [2015, July 4].

15. Idleidol, 2010, **Peko-chan Museum** [Online], Available : <http://idleidol.net/peko-chan-museum/> [2015, July 4].

16. Ella Bailey, 2013, **Elladraws Tumblr** [Online], Available : <http://elladraws.tumblr.com/post/58180216835/i-havent-updated-in-too-long-sorry-o> [2015, July 4].

17. Ella Bailey, 2013, **Elladraws Tumblr** [Online], Available : <http://elladraws.tumblr.com/post/58181349207/this-one-too-ive-been-having-fun-with-limited> [2015, July 4].

18. Weerawat Mungkung, 2011, **Initial Pixie Sketches** [Online], Available : <http://kalumpee1983.blogspot.pt/2011/02/initial-pixie-sketches.html?m=1> [2015, July 4].

19. Empower-yourself-with-color-psychology, **The Color Brown** [Online], Available : <http://www.empower-yourself-with-color-psychology.com/color-brown.html> [2015, August 27].

20. Empower-yourself-with-color-psychology, **The Color Pink** [Online], Available : <http://www.empower-yourself-with-color-psychology.com/color-pink.html> [2015, August 27].

21. Tumz Chanin, 2558, (รวบรวม + วิเคราะห์) สถิติ **Social Media** ที่น่าสนใจ จากงาน **#Zocial Awards2015** [Online], Available : <http://www.tumzchanin.com/2015/04/socialmedia-zocialawards2015.html> [7 กันยายน 2558].

22. Atime design, 2558, โพสต์บน **Social Media** ต่างๆ ควรจะ Post ตอนไหน? [Online], Available : <http://www.atimedesign.com/webdesign/> [7 กันยายน 2558].

23. Fb pages: Sizes & Dimensions, 2014, **Facebook Cover Photo size for the mid 2014 layout** [Online], Available : https://www.facebook.com/PagesSizesDimensions/app_1506707516219133?ref=page_internal [2015, September 7].

24. charathBank, 2555, รวมขนาดของรูปที่ต้องใช้บน **Facebook Page** สำหรับ **Timeline** [Online], Available : <http://thumbsup.in.th/2012/10/facebook-timeline-photo-size/> [14 กันยายน 2558].

25. Brittini, 2014, **Make This: Candy Mini Donuts DIY** [Online], Available : <http://www.papernstitchblog.com/2014/08/04/make-this-candy-mini-donuts-diy/> [2015, September 10]

26. Ruthanne, 2015, **A collection of receipt** [Online], Available : <http://easybaked.net/> [2015, September 6]

27. รับพิมพ์ สติกเกอร์ราคาถูกสินค้า งานดี ราคาถูก พร้อมส่งทั่วโลก IDprint24 , 2557, Available : https://www.facebook.com/idprint24com?_rdr=phttps://www.facebook.com/idprint24com [16 กันยายน 2558]

ภาคผนวก

ชนิดสติ๊กเกอร์แบบต่างๆ

- สติ๊กเกอร์กระดาษ Paper sticker

สติ๊กเกอร์ชนิดนี้ เป็นที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย เพราะเนื่องจากมีราคาถูกกว่าสติ๊กเกอร์ชนิดอื่นๆ เหมาะสำหรับนำไปใช้งานประเภทติดกับวัสดุที่ไม่ต้องระวังการเปียกหรือโดนน้ำ และใช้ติดฉลากสินค้าต่างๆ ไป เช่น สติ๊กเกอร์บาร์โค้ด สติ๊กเกอร์บอกวันหมดอายุ สติ๊กเกอร์ติดผลไม้ เป็นต้น

สติ๊กเกอร์กระดาษมีอยู่ด้วยกันหลายชนิด อาทิ สติ๊กเกอร์กระดาษขาวเงา สติ๊กเกอร์กระดาษขาวด้าน สติ๊กเกอร์กระดาษเงินเงา สติ๊กเกอร์กระดาษทองเงา และสติ๊กเกอร์กระดาษอื่นๆ อีกมากมาย คุณสมบัติ สามารถเปียกหรือโดนน้ำได้ประมาณ 40% สามารถเพิ่มความสวยงาม โดยการเคลือบยูวีเงา ลามิเนตเงา ลามิเนตด้าน ลามิเนตด้านบวกสโปดยูวี บั้มเงิน บั้มทอง หรือบั้มนูน

- สติ๊กเกอร์พีวีซี PVC sticker

สติ๊กเกอร์ชนิดนี้ มีความคงทน จึงนิยมใช้กับงานประเภทที่ต้องเปียกหรือโดนน้ำ ตกฝนและโดนแสงแดดจัดเป็นเวลานาน แต่ราคาก็จะแพงกว่าสติ๊กเกอร์กระดาษ เหมาะสำหรับนำไปใช้งานประเภทติดฉลากสินค้าต่างๆ ไป เช่น สติ๊กเกอร์โลโก้ สติ๊กเกอร์เครื่องใช้ไฟฟ้า สติ๊กเกอร์เกลอน้ำมัน สติ๊กเกอร์ถังน้ำมัน สติ๊กเกอร์ติดแก้วน้ำ สติ๊กเกอร์ติดกระถางรถยนต์ สติ๊กเกอร์ติดโฆษณาอื่นๆ เป็นต้น

สติ๊กเกอร์พีวีซีมีอยู่ด้วยกันหลายชนิด อาทิ สติ๊กเกอร์พีวีซีใส สติ๊กเกอร์พีวีซีขาวเงา สติ๊กเกอร์พีวีซีขาวนวล สติ๊กเกอร์พีวีซีขาวเหนียวพิเศษ และสติ๊กเกอร์พีวีซีอื่นๆ อีกมากมาย คุณสมบัติ สามารถเปียกหรือโดนน้ำได้ 100% และทนความร้อนได้ประมาณ 40-60 องศาเซลเซียส แต่ถ้าโดนความร้อนมากกว่า 40 องศาเซลเซียส สติ๊กเกอร์อาจจะเริ่มหดตัวและเกิดรอยย่นได้ สามารถเพิ่มความสวยงาม โดยการเคลือบยูวีเงา แต่ถ้าต้องการสติ๊กเกอร์แบบด้าน ควรใช้วัสดุเป็นแบบพีพีดีด้านแทนพีวีซีจะดีกว่า

- สติ๊กเกอร์พีพี PP sticker

สติ๊กเกอร์ชนิดนี้ มีความคงทนและเหมาะกับงานที่ต้องเปียกน้ำหรือโดนน้ำได้มากกว่าสติ๊กเกอร์พีวีซีหลายเท่า แต่ราคาก็จะแพงกว่าสติ๊กเกอร์พีวีซีด้วยเช่นกัน ที่แพงกว่าเพราะสติ๊กเกอร์ชนิดนี้มีความเรียบเนียนและสวยงามกว่าสติ๊กเกอร์อื่นๆ ไป เหมาะสำหรับนำไปใช้งานประเภทติด

ฉลากสินค้าต่างๆ ไป เช่น สติกเกอร์ติดขวดครีมหาน้ำ สติกเกอร์ติดขวดแชมพู สติกเกอร์ติดขวดครีมนวด เป็นต้น

สติกเกอร์พีพีมีที่นิยมใช้มีอยู่ 3 ชนิด คือ สติกเกอร์พีพีใส สติกเกอร์พีพีขาวเงา และสติกเกอร์พีพีด้าน คุณสมบัติ สามารถเปียกหรือโดนน้ำได้ 100% และทนความร้อนได้สูงถึง 90 องศาเซลเซียส

- สติกเกอร์พีอีที PET sticker

สติกเกอร์ชนิดนี้ มีความทนต่อความร้อนได้เป็นอย่างดี จึงนิยมใช้กับงานประเภทที่เกี่ยวข้องกับความร้อน แต่ราคาก็แพงกว่าสติกเกอร์อื่นๆ ไปอยู่พอสมควร เหมาะสำหรับนำไปใช้งานประเภทติดเครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีอุณหภูมิสูง หรือใช้ติดฉลากสินค้าต่างๆ ไปที่มีอุณหภูมิสูงหรือต้องทนต่อความร้อนและน้ำ

คุณสมบัติ สามารถเปียกหรือโดนน้ำได้ 100% และทนความร้อนได้ประมาณ 140-200 องศา สามารถเพิ่มความสวยงาม โดยการเคลือบยูวีเงา หรือปั๊มเคเงิน ปั๊มเคทอง

- สติกเกอร์กันปลอม

สติกเกอร์ชนิดนี้ นิยมนำมาใช้ในสินค้าที่มีราคาสูง แต่ราคาก็แพงสูงตามด้วยเช่นกัน เช่น สติกเกอร์ Void กันปลอมสีเงินเงาและเงินด้านไม่มีลาย สติกเกอร์กันปลอมลายเลเซอร์ “void if remove” เป็นต้น คุณสมบัติ สามารถเปียกหรือโดนน้ำและทนต่อความร้อนได้ 100% แต่ที่พิเศษ คือ สติกเกอร์ชนิดนี้ เมื่อเวลาลอกออก จะยังคงทิ้งคราบของลายตัวอักษรไว้ เวลาโดนแสงไฟส่อง จะมองเห็นเป็นสีรุ้งๆ

- สติกเกอร์สูญญากาศ

สติกเกอร์ชนิดนี้ นิยมนำมาใช้ติดกับกระจกรถยนต์ หรือเหมาะสำหรับใช้งานประเภทอื่นๆ เช่น บัตรอนุญาตจอดรถ ติดกระจกเพื่อโฆษณาต่างๆ ไป เป็นต้นคุณสมบัติ สามารถเปียกหรือโดนน้ำได้ แต่ส่วนมากจะไม่นำเอาไปติดบนสถานที่โดนน้ำ และทนความร้อนได้ประมาณ 40-60 องศาเซลเซียส

รูปผลงานสหกิจศึกษาที่ได้ดำเนินการ






ไอเดีย...ความคิด

ให้ทายเลขในช่องว่าง!










16 06 68 88 ? 98

รูปสุดท้าย ก็จะต้องอยู่ช่องไหนบ้าง?

8014101_0201041

1	2	3
4	5	6
7	8	9



ยับยั้งจิต 1 ก้าน



ไอเดียดี...ไอเดีย



ให้สมการเป็นจริง



NITIPON
CLINIC

“บ่ม เติง เต่งตึง”
Collagen Plus Vitamin C

nitipon.online nitiponclinic

NITIPON CLINIC

ทำใบ “สิ่ว”
เป็นๆหายๆ

nitipon.online [nitiponclinic](https://nitiponclinic.com)

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล

นางสาวมนตรา ถาวรธรรม

วัน เดือน ปีเกิด

17 กรกฎาคม 2536

ประวัติการศึกษา

ระดับประถมศึกษา

ประถมศึกษา พ.ศ. 2548

โรงเรียนเซนต์หลุยส์ศึกษา

ระดับมัธยมศึกษา

มัธยมศึกษาตอนต้น พ.ศ. 2551

โรงเรียนเซนต์หลุยส์ศึกษา

มัธยมศึกษาตอนปลาย พ.ศ. 2554

โรงเรียนอัสสัมชัญศึกษา

ระดับอุดมศึกษา

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาเทคโนโลยีมัลติมีเดีย พ.ศ. 2558

สถาบันเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น

ทุนการศึกษา

- ไม่มี -

ประวัติการฝึกอบรม

1. พื้นฐานการใช้กล้อง D-SLR ณ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

2. The Future is Now with 3D Printing ณ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

ผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ - ไม่มี -

TNI