

วิทยานิพนธ์ทางการออกแบบเรื่อง

โครงการออกแบบปรับปรุงบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ สเปด
(PACKAGE AND GRAPHIC DESIGN FOR SPED CAR CARE PRODUCTS)



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต

ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าฯ เจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2538

เลขหมู่.....

เลขทะเบียน..... 26695

วัน, เดือน, ปี... 9 S.ค. 2539

หรือการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่าจะเป็นโดยทางใดก็ตาม หากมีข้อผิดพลาดให้ติดต่อแจ้งเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

บทคัดย่อ

กิตติกรรมประกาศ

อนุมติผล

บทที่ 1	บทนำ	1
	ปัญหาและแนวทางการออกแบบเพื่อพัฒนา	7
	ขอบเขตของโครงการ	16
	แนวทางการศึกษาวิจัย	20
	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	
บทที่ 2	ข้อมูลทั่วไป การวิเคราะห์ และสรุปผลการวิเคราะห์	
	2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	22
	2.1.1 การแยกประเภทของบรรจุภัณฑ์	23
	2.1.2 รายละเอียดของผลิตภัณฑ์อย่างละเอียด	24
	2.2 ข้อมูลทางการตลาด	31
	2.2.1 แนวโน้มของตลาด	
	2.2.2 ผลิตภัณฑ์คู่แข่ง และลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์	
	2.2.3 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในตลาดเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	42
	2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภค	47
	2.3.1 ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	
	2.3.2 กระบวนการซื้อของกลุ่มเป้าหมาย	49

	2.4 DESIGN REQUIREMENT	50
	2.5 การวิเคราะห์วัสดุในการผลิตและการพิมพ์	53
	2.5.1 การวิเคราะห์ การเลือกใช้วัสดุที่ผลิตขวด	
	2.5.2 การวิเคราะห์ ชนิดกระดาษที่ใช้ในการทำกล่อง	54
	2.5.3 การวิเคราะห์ภาพการพิมพ์ฉลากและกล่อง	55
บทที่ 3	การพัฒนารูปแบบ	
	การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์	56
	- แบบร่าง	59
	- แบบปรับปรุง	62
	- การวิเคราะห์การออกแบบ	63
	- สรุปผลการวิเคราะห์และคัดเลือกแบบ	
	การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์	66
บทที่ 4	ผลงานการออกแบบ	71
บทที่ 5	สรุป	
	สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะ	96
บรรณานุกรม		
ประวัติการศึกษา		

บทคัดย่อ

หัวข้อวิทยานิพนธ์	โครงการออกแบบปรับปรุงบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ “สเปด” (PACKAGE AND GRAPHIC DESIGN FOR SPED CAR CARE PRODUCTS)
นักศึกษา	นายธีรภัทร ไชยพร
รหัส	34203013
ภาควิชา	ศิลปอุตสาหกรรม
ปีการศึกษา	2538 - 2539

ผลิตภัณฑ์ SPED เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงทางด้านผลิตภัณฑ์น้ำยาเติมหม้อน้ำ ต่อมาได้เพิ่ม PRODUCT LINE ไปในด้านผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ โดยแบ่งได้ 4 ประเภทดังนี้

1. แชมพูล้าง ทำความสะอาดรถยนต์ ซึ่งจะมีส่วนผสมแตกต่างกัน ตามลักษณะการใช้งาน และในด้านคุณภาพ โดยแบ่งเป็น 3 ชนิดคือ แชมพูทำความสะอาดรถยนต์ แชมพูซิลิโคน และแชมพูล้างและเคลือบเงารถยนต์

2. น้ำยาเคลือบเงาสี

3. น้ำยาเคลือบเงาขาว

4. น้ำยาเคลือบเงายาง

เนื่องจากในตลาดผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์มีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง ดังนั้นจึงทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ตามเงื่อนไขความต้องการของผลิตภัณฑ์ โดยศึกษาปัญหาต่างๆ ดังนี้

1. ปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทของเหลว จึงควรมีการออกแบบเพื่อป้องกันการรั่วซึมได้

2. ปัญหาด้านการบรรจุ

การบรรจุผลิตภัณฑ์ประเภทของเหลวส่วนใหญ่ใช้เครื่องจักรอัตโนมัติ จึงควรมีการออกแบบให้สอดคล้องกับเครื่องจักรที่มีในปัจจุบัน

3. ปัญหาด้านการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการขาย

บรรจุภัณฑ์เดิมขาดความโดดเด่นและเอกลักษณ์ทำให้ไม่ดึงดูดใจลูกค้าและไม่สามารถจดจำได้

4. ปัญหาด้านความงาม

บรรจุภัณฑ์เดิมเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ได้ออกแบบไว้นานแล้ว ทำให้ล้าสมัยขาดความน่าเชื่อถือ ไม่มี CORPORATE IDENTITY ระหว่างผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด ทำให้ลูกค้าไม่สามารถจำได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกระใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางการศึกษาวิจัย

1. ศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์และผลิตภัณฑ์คู่แข่ง
2. ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและจิตวิทยาของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย
3. ศึกษาถึงกรรมวิธีการผลิตและบรรจุ
4. ศึกษาเกี่ยวกับวัสดุและระบบการพิมพ์ที่จะนำมาใช้กับบรรจุภัณฑ์
5. ศึกษาถึงหน้าที่การใช้งานของผลิตภัณฑ์ชนิดต่างๆ
6. ศึกษาถึงแนวทางการตลาดของผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์

จากปัญหาและแนวทางการศึกษาดังกล่าว จึงได้ทำการแก้ปัญหาโดยออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ตอบสนองเงื่อนไข ความต้องการของผลิตภัณฑ์ดังนี้

1. สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้โดยไม่รั่วซึม
2. สามารถดึงดูดความสนใจได้ดี
3. มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์
4. ความเป็น CORPORATE IDENTITY ส่งเสริมภาพลักษณ์รวมของสินค้า
5. มีความเหมาะสมต่อขั้นตอนการผลิตและการพิมพ์

โดยการศึกษาทั้งหมดที่เกี่ยวข้องและมีผลกับการออกแบบเท่านั้น ซึ่งเมื่อทำการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆแล้วจะสามารถสรุปผลการวิเคราะห์หรือออกแบบได้ดังนี้

1. การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

จากการศึกษากลุ่มเป้าหมายของสเปคเป็นชาย อายุ 18 - 35 ปี โดยเน้นที่ระดับกลางค่อนข้างสูง B - B+ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีกำลังในการซื้อและสนใจดูแลรถยนต์เป็นพิเศษ

2. แนวการออกแบบ

จากพฤติกรรมและลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย เป็นผู้ที่ชอบความหรูหราทันสมัยดูดีเสมอ และสเปคเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีแต่ราคาไม่แพง การออกแบบจึงต้องสื่อถึงผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี ทันสมัย และมีราคาที่เหมาะสม โดยการออกแบบจะต้องมีความเป็น CORPORATE IDENTITY ของผลิตภัณฑ์ทั้งหมด .

3. การวิเคราะห์ด้านการผลิต

- บรรจุภัณฑ์ชนิดขวดทั้งหมดใช้ขวดพลาสติก HDPE กับฝาเกลียว BREAKAWAY เพื่อป้องกันการปลอมปน CANUBA CAR WAX ขนาด 460 CC. ใช้ฝา FLIP TOP เพื่อความสะดวกในการใช้งาน ขวดทุกขนาดจะมี ALUMINUM FOIL ปิดปากขวดเพื่อป้องกันการปลอมปนและรั่วซึมอีกชั้นหนึ่ง
- บรรจุภัณฑ์ชนิดกล่อง ใช้กล่องแบบ REVERSE TUCK โดยใช้กระดาษกล่องเคลือบ
- ระบบการพิมพ์ เลือกใช้ระบบออฟเซตทั้งหมด

4.การพัฒนาแบบ

ใช้แนวทางการออกแบบให้มีความทันสมัยและดูมีคุณภาพดีโดยมีทางเลือกในการสเกตซ์ 3 แนวทางคือ HI-TECH, HI-GLOSS และ SMART จากนั้นเลือกแบบ SMART พัฒนาเป็นแบบประกอบ การพัฒนาภาพประกอบ โดยเลือกภาพถ่ายรถยนต์และชิ้นส่วนต่างๆ ของรถ เนื่องจากสามารถสื่อถึงความเงางามและเห็นได้ชัดที่สุด ทางด้านโครงสร้าง ออกแบบโดยคำนึงถึง FUNCTION ต่างๆ และมีรูปแบบที่พัฒนาไปพร้อมกับกราฟฟิก โดยโครงสร้าง และกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด ต้องตอบสนองความต้องการได้มากที่สุดและยึดหลัก CORPORATE IDENTITY



กิตติกรรมประกาศ

งานวิทยานิพนธ์ชิ้นนี้ไม่อาจเสร็จสมบูรณ์ได้หากไม่ได้รับความช่วยเหลือจากบุคคลที่จะกล่าวถึงดังต่อไปนี้

กราบขอบพระคุณอย่างสูง : คุณพ่อคุณแม่และทุกคนในครอบครัวที่ให้การสนับสนุนและมอบทุกสิ่งทุกอย่างทำให้คุณลูกสำเร็จการศึกษาได้
อาจารย์ประจำวิชาวิทยานิพนธ์เรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์ทุกท่านที่ให้โอกาสผมได้ทำวิทยานิพนธ์ชิ้นนี้และให้คำแนะนำต่างๆ มากมาย

อาจารย์ชาลิน ยมาภัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ผู้ซึ่งมอบความรู้แนวความคิดและวิธีการต่างๆ อันมีค่ายิ่งตลอดช่วงระยะเวลาการทำวิทยานิพนธ์

อาจารย์ประจำภาควิชาศิลปอุตสาหกรรมที่ท่านได้ให้ความรู้มาตลอด 5 ปีการศึกษา

ขอขอบคุณ

: น้าน้องที่ช่วยให้ภาคินพนธ์เล่มนี้มีคนพิมพ์ให้

น้องอัฟช่วยพิมพ์ BOOK จนเรียนพิมพ์ติดได้เกรด 4

น้องหลิวช่วยทุกๆ อย่างที่ให้ทำ

น้าตุ้ม น้องกอล์ฟ ที่ให้หลิวอยู่ช่วย

ประยุกต์ คุณครูษาปรึกษาได้เป็นอย่างดี

ปลาหมู ทำให้ PLATE เกิดขึ้นได้ภายใน 1 คืน

ก๊อง (สท.4) ที่สละการพักผ่อนมาช่วยตัดกระดาษอย่างหนัก

เก๋ ปอง มาช่วยเหมือนกัน

พี่ตี๋และพี่ๆ ที่ CENTRIS ที่ให้คำแนะนำและปรึกษา

เพื่อนๆ ร่วมวิชาออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เป็นแบบอย่างที่ดีในการทำงาน

เพื่อนๆ ศิลปอุตสาหกรรมรุ่น 22 ที่ให้ประสบการณ์ที่ดีมากมาย

น้องรหัสและน้องเทคที่คอยถามไถ่เป็นกำลังใจเสมอ

ป้าเลี้ยง พี่เล็ก พี่เหว่า ช่วยตัด จัดและเก็บของให้เรียบร้อย

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าฯ เจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้อ้างอิงเพื่อสถานที่เรียนและเครื่องมือต่างๆ ที่ใช้ในการศึกษา ด้านการค้า

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าฯ อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต

คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

คณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์

_____ ประธานกรรมการ

_____ กรรมการ

_____ กรรมการ

_____ กรรมการ

_____ กรรมการ

อาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์ ชาลิน ยมาภัย)

หัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง

โครงการออกแบบปรับปรุงบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิก
ผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ "สเปค"

(PACKAGE AND GRAPHIC DESIGN FOR SPED CAR
CARE PRODUCTS)

นักศึกษา

นายธีรภัทร ไชยพร

ภาควิชา

ศิลปอุตสาหกรรม

ปีการศึกษา

2538

คำนำ

เนื่องจากปัจจุบันรถยนต์เป็นยานพาหนะที่จำเป็นในการดำรงชีวิตของคนไทยและผลิตภัณฑ์ที่บ่งบอกถึงฐานะของเจ้าของอีกด้วย ฉะนั้นความต้องการของผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการบำรุงรักษา (CAR CARE PRODUCTS) ซึ่งมีความต้องการของผลิตภัณฑ์นี้ได้มีผู้ผลิตจำนวนมากขึ้นตามไปด้วย ซึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ได้มีผู้ผลิตขึ้นเป็นจำนวนมาก ได้ผลิตออกจำหน่ายและพยายามคิดค้นหากลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ เพื่อแย่งชิงความเป็นผู้นำทางด้านการตลาด ไม่ว่าจะเป็นทางด้าน คุณภาพ ปริมาณ ราคาของสินค้า การประชาสัมพันธ์ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่แต่ละบริษัทใช้เพื่อเพิ่มหรือแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาด

การออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ถือว่าเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญอย่างหนึ่งด้วย บรรจุภัณฑ์จึงต้องมีความสวยงาม สะดุดตามีเอกลักษณ์แตกต่างจาก ผลิตภัณฑ์คู่แข่งอื่นๆ และสามารถให้รายละเอียด เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี ปกป้องผลิตภัณฑ์ภายในให้อยู่ในสภาพดี รวมทั้งให้ความสะดวกแก่ผู้ผลิต ผู้บรรจุ ผู้ขนส่งและผู้บริโภคอีกด้วย

บทนำ

ความเป็นมา

บริษัท สเปคเคมีคอล (ประเทศไทย) จำกัด ผู้ผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ ภายใต้ชื่อ "สเปค" ก่อตั้งเมื่อ พ.ศ. 2529 โดยมีผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์และมีชื่อเสียงมากที่สุดคือน้ำยาเติมหม้อน้ำ ต่อมาทางบริษัทได้เพิ่ม PRODUCT LINE ไปในด้านผลิตภัณฑ์รักษาความสะอาดต่างๆด้วยการนำเคมีภัณฑ์จากต่างประเทศ เข้ามารรจในประเทศไทย ทำให้ผลิตภัณฑ์สเปคมีมากมายหลายชนิด ซึ่งในปัจจุบันทางบริษัทยังคงรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ยังคงรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน ทัดเทียมกันผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศ และต้องการสร้างความยอมรับทางด้านคุณภาพและภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ "สเปค" ให้ทัดเทียมกับผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศให้ได้

วัตถุประสงค์ทางการตลาด

1. รักษาความเป็นผู้นำในตลาดผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ระดับกลาง
2. สร้างความยอมรับในเรื่องของคุณภาพและภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้ทัดเทียมกับต่างประเทศ

ประเภทของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ภายนอก แชมพูล้างรถ น้ำยาขัดเงาและเคลือบสี น้ำยาเคลือบเงาเบาะ และน้ำยาเคลือบเงายาง

ตำแหน่งของสินค้า

เป็นสินค้าที่นำเคมีภัณฑ์จากต่างประเทศมาบรรจุในประเทศไทย มีคุณภาพในราคาสำหรับผู้บริโภคซื้อได้อย่างสมเหตุสมผล

กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ที่มีรถยนต์ทั่วไป ระดับกลางถึงค่อนข้างสูง

เกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมาย

เป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมการซื้อการใช้ที่เน้นความสะดวกสบายหาซื้อได้ง่ายและใช้เหตุผลในการตัดสินใจซื้อ โดยไม่ยึดติดกับสินค้าต่างประเทศราคาแพง

ช่องทางการจำหน่าย

มีจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และตัวแทนจำหน่ายทั้ง กรุงเทพฯ

และต่างจังหวัด

รายชื่อผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ในประเทศไทย

1.ผลิตภัณฑ์ PM

ผลิตและจำหน่ายโดย บริษัท PMC จำกัด ,

2.ผลิตภัณฑ์ PENRAY

จัดจำหน่ายโดย บริษัท PENRAY มัลติคอร์ป โฮลดิ้ง จำกัด

3.ผลิตภัณฑ์ AUTO GLYM

จัดจำหน่ายโดย บริษัท KAS GLYM INTERNATIONAL จำกัด

4.ผลิตภัณฑ์ POLIFAC

จัดจำหน่ายโดย บริษัท POLIFAC (ประเทศไทย) จำกัด

5.ผลิตภัณฑ์ คาร์ดูแลค , CAR SHINE

จัดจำหน่ายโดย บริษัท เคอริโก (THAILAND) จำกัด

6.ผลิตภัณฑ์ EAGLE ONE , STARLOOP , GUNK , WYNN

จัดจำหน่ายโดย บริษัท PMC จำกัด

7.ผลิตภัณฑ์ DUPONT

จัดจำหน่ายโดย บริษัท เดอะสิทธิ์ จำกัด

23 มิถุนายน 2538

เรียน อาจารย์ประจำวิชา / อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เนื่องจาก นายธีรภัทร ไชยพร นักศึกษาชั้นปีที่ 5 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง
ได้มาติดต่อขออนุญาต ออกแบบบรรจุภัณฑ์ของทางบริษัท สเปคเคมิคอล(ประเทศไทย) จำกัด
เพื่อการศึกษานี้ในวิชาวิทยานิพนธ์บริษัทยินดีที่จะให้ความร่วมมือและสนับสนุนในด้านข้อมูล
ตามสมควร

จึงเรียนมาเพื่อทราบ



ขอแสดงความนับถือ

(Handwritten signature)

(นงลักษณ์ อัครชนะการ)

ผู้ช่วยผู้จัดการ

วัตถุประสงค์ในการออกแบบ

การดำเนินการออกแบบพัฒนาปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ บำรุงรักษารถยนต์นี้ เพื่อประโยชน์แก่ผลิตภัณฑ์ และบริษัทผู้ผลิตในด้านต่างๆ ดังนี้

1. เพื่อประโยชน์ด้านการใช้สอย

- สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพสมบูรณ์
- อำนวยความสะดวกต่อการตั้งโชว์สินค้า และการจัดจำหน่าย
- สะดวกต่อการใช้งาน

2. เพื่อประโยชน์ด้านการสื่อความหมาย

- สร้างความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์
- สะดวกต่อการแยกประเภทของผลิตภัณฑ์
- มีลักษณะที่เด่นชัดง่ายต่อการจดจำ
- สามารถดึงดูดใจผู้บริโภค

3. เพื่อประโยชน์ด้านส่งเสริมการขาย และกลยุทธ์ทางการตลาด

- เพิ่มยอดขายของผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น
- สร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภค
- ยกระดับผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย
- ลักษณะบรรจุภัณฑ์ มีมาตรฐานทัดเทียมกับผลิตภัณฑ์ต่างประเทศ และผลิตภัณฑ์คู่แข่งในตลาด

ความเป็นไปได้ของโครงการ

1.ด้านนโยบาย

ผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์กำลังมีการแข่งขันกันอย่างสูงในตลาดปัจจุบัน โครงการนี้จะมีส่วนช่วยในการให้แนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ดีขึ้น ทัดเทียมกับบรรจุภัณฑ์ของต่างประเทศ และเพิ่มความเชื่อถือในการซื้อสินค้าของบริษัท ซึ่งทางบริษัทได้มีโครงการพัฒนาปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ของทางบริษัทอยู่แล้ว

2.ด้านเศรษฐกิจ

ปัจจุบันคนไทยได้ให้ความสนใจกับผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์เป็นอย่างมากจึงมีการนำผลิตภัณฑ์ต่างประเทศเข้ามาจำหน่ายแข่งขันกับผลิตภัณฑ์ในประเทศ ซึ่งผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศได้มีการให้ความสำคัญในการออกแบบเป็นอย่างมาก

โครงการนี้จะเป็นการพัฒนาปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ให้ทัดเทียมกับผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศและผลิตภัณฑ์คู่แข่ง เพื่อเป็นการโน้มน้าวจิตใจให้ผู้บริโภคนิยมผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศไทย เป็นการรักษาดูแลเงินตรามิให้รั่วไหลออกนอกประเทศ

3.ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

ทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพยิ่งขึ้น กระตุ้นให้ผู้ผลิตสินค้ารายอื่นๆ ในประเทศไทยเล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานขึ้น และกระตุ้นให้ผู้บริโภคตื่นตัวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ภายในประเทศ

4.ด้านการออกแบบ

เป็นการออกแบบพัฒนาโดยการนำเอาข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องนำมาวิเคราะห์และสรุปแนวทางแก้ปัญหา นำข้อสรุปที่ได้มาออกแบบโดยได้คำนึงถึงกรรมวิธีการผลิตได้ในประเทศ การเลือกใช้วัสดุรวมถึงความสวยงามและประโยชน์ใช้สอย

ผลโดยสรุป

โครงการนี้มีความเป็นไปได้สูง ที่จะทำการออกแบบพัฒนาปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากสอดคล้องกับนโยบายของทางบริษัท และเป็นการพัฒนามาตรฐานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ภายในประเทศ

ปัญหาของบรรจุภัณฑ์และแนวทางการแก้ปัญหาทางด้านการออกแบบ

1. น้ำยาเคลือบเงาเบาๆ ปริมาณบรรจุ 3,785 C.C.



ปัญหา	แนวทางการแก้ปัญหา
1. กราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ยากต่อการแยกได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดใด	1. ออกแบบให้ฉลากสามารถแยกชนิดของผลิตภัณฑ์ได้ง่ายโดยคำนึงถึงควมมีเอกลักษณ์ร่วมมีแนวทางดังนี้ - ออกแบบโดยใช้สีแยกชนิด - ออกแบบโดยใช้กราฟฟิกแยกชนิด - มีอักษรบอกชนิดที่เด่นชัด - ฯลฯ
2. โครงสร้างตรงส่วนเมื่อจับใช้งานไม่สะดวกเนื่องจากเป็นบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่และมีน้ำหนักมากทำให้เกิดปัญหาขณะเท	2. ออกแบบโครงสร้างให้ใช้งานได้สะดวกโดยคำนึงถึงหลัก ERGONOMIC และ CHARACTER โดยรวมของผลิตภัณฑ์

2. น้ำยาเคลือบเงาเบาะปริมาณบรรจุ 1,000 C.C.



ปัญหา	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>1. กราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ขาด CORPORATE IDENTITY กับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันที่มีขนาดคนละขนาด</p> <p>2. กราฟฟิกไม่ดึงดูดความสนใจไม่สามารถช่วยส่งเสริมการขายได้</p> <p>3. โครงสร้างแบบเดิมขาดความสะดวกรวดเร็วในขณะเท ทำให้มีการกระชอกของน้ำยาและมือจับจับไม่ถนัด</p>	<p>1. ออกแบบให้มี CORPORATE IDENTITY ทางด้านกราฟฟิก กับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน โดยใช้สี การจัดวางตัวอักษรและกราฟฟิก</p> <p>2. ออกแบบกราฟฟิกของฉลากให้มีจุดเด่นสะดุดตา ให้ความรู้สึกน่าใช้ เป็นของดี โดยใช้สีและการ ILLUSTRATE</p> <p>3. ออกแบบโครงสร้างให้มีเอกลักษณ์ร่วมทางโครงสร้าง โดยคำนึงถึงหลัก ERGONOMIC และการไหลเวียนของอากาศ</p>

3. แชมพูทำความสะอาด ปริมาณบรรจุ 3,785 C.C.



ปัญหา	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>1. กราฟฟิกไม่ดึงดูดความสนใจไม่สามารถส่งเสริมการขายได้</p> <p>2. โครงสร้างเดิมใช้งานไม่สะดวกตรงส่วนมือจับ ทำให้ต้องออกแรงมากขณะเท</p>	<p>1. ออกแบบกราฟฟิกบนฉลากโดยใช้สีและการ ILLUSTRATE สร้างความเด่นให้บรรจุภัณฑ์</p> <p>2. ออกแบบโครงสร้างโดยคำนึงถึงหลัก ERGONOMIC ให้ได้ FORM สัมพันธ์กับ CHARACTER โดยรวมของผลิตภัณฑ์</p>

4. แชมพูทำความสะอาดรถยนต์ ปริมาณบรรจุ 1,000 C.C.



ปัญหา	แนวทางการแก้ปัญหา
1. กราฟฟิกบ่งบอกถึงชนิดของผลิตภัณฑ์ได้ยาก	1. ออกแบบกราฟฟิกให้สามารถสื่อความหมายได้ชัดเจน โดยใช้การจัดตัวอักษรและ ILLUSTRATE
2. ขนาดความสมบูรณ์ทางด้านกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์จึงทำให้ ขาดความสวยงาม น่าสนใจ	2. ออกแบบฉลากใหม่โดยมีกราฟฟิกที่ครบถ้วนและ ความมีเอกลักษณ์ร่วม
3. โครงสร้างบริเวณฝาเปิดอยู่ใกล้กับส่วนมือจับมาก ทำให้เวลาเปิดใช้ไม่สะดวก	3. ออกแบบโครงสร้างโดยการจัดวางตำแหน่งต่างๆ ให้เหมาะสม โดยคำนึงถึงหลัก ERGONOMIC และ ความมีเอกลักษณ์ร่วมโดยใช้รูปทรงเรขาคณิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

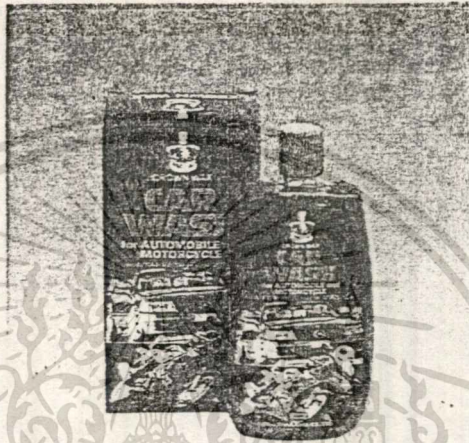
5. แชมพูผสมซิลิโคน ปริมาณบรรจุ 1,000 C.C.
 มี 2 ชนิดได้แก่ - สีแดง
 - สีเขียว



ปัญหา	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>1. กราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ไม่ CORPERATE กับบรรจุภัณฑ์ข้างเคียง</p> <p>2. โครงสร้างมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ข้างเคียงมาก ทำให้ผู้ซื้อขาดความมั่นใจ</p>	<p>1. ออกแบบกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ใหม่โดยเน้นการ CORPERATE IDENTITY เพื่อให้เกิดศักยภาพในการจัดวางบนชั้นวางขาย</p> <p>2. ออกแบบโครงสร้างให้มีเอกลักษณ์ร่วม และรูปแบบที่น่าสนใจ เป็นการดึงดูดใจผู้ซื้อโดยใช้รูปทรงเรขาคณิต</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. แชมพูทำความสะอาดและเคลือบสีรถยนต์ ปริมาณบรรจุ 460 C.C.



ปัญหา	แนวทางการแก้ปัญหา
1. กราฟฟิกบนฉลากไม่ชัดเจน เครื่องหมายการค้า มีขนาดเล็กมากทำให้ผู้ซื้ออาจสับสนได้	1. ออกแบบฉลากใหม่ให้บอกข้อมูลได้ครบถ้วนและชัดเจน
2. กราฟฟิกบน SECONDARY PACKAGE ไม่ครบถ้วน ไม่มีเครื่องหมายการค้า	2. ออกแบบกราฟฟิกบน SECONDARY PACKAGE ให้มีข้อมูลครบถ้วนและชัดเจน
3. โครงสร้างขวดมีเหลี่ยมมุมใกล้กับปากขวด ทำให้มีแชมพูตกค้าง ไม่สามารถใช้ได้จนหมด	3. ออกแบบโครงสร้างขวดให้มีความลาดเอียงบริเวณปากของขวด
4. โครงสร้างขวดไม่แสดงถึงผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์	4. ออกแบบโครงสร้างให้สื่อถึงผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ โดยใช้รูปทรงเรขาคณิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

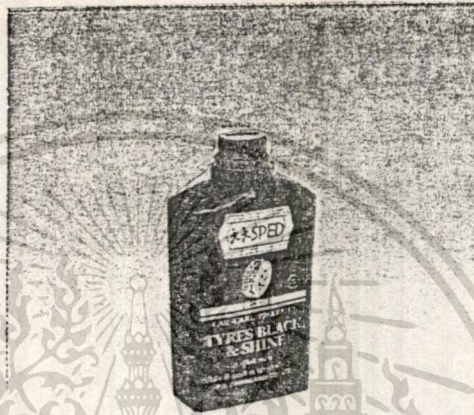
7. น้ำยาเคลือบสี คาร์บูนา คาร์ แวกซ์ ปริมาณบรรจุ 460 C.C.



ปัญหา	แนวทางการแก้ไขปัญหา
<p>1. กราฟฟิกบนฉลากพยายามเลียนแบบผลิตภัณฑ์ยี่ห้ออื่น ขาดความเป็นตัวของตัวเอง ทำให้ดูไม่น่าเชื่อถือ</p>	<p>1. ออกแบบกราฟฟิก ฉลากใหม่ให้มีความเป็นตัวของตัวเอง โดยคำนึงถึงเอกลักษณ์ร่วมของผลิตภัณฑ์</p>
<p>2. กราฟฟิกบนฉลากบอกข้อมูลไม่ครบถ้วน</p>	<p>2. ออกแบบกราฟฟิกบนฉลากให้มีการแสดงข้อมูลที่ครบถ้วนชัดเจน โดยการจัดวางตัวอักษร</p>
<p>3. ภาพถ่ายบน SECONDARY PACKAGE ไม่สื่อว่าเป็นผลิตภัณฑ์บำรุงรักษาสีรถ</p>	<p>3. ออกแบบกราฟฟิก บนฉลากและ SECONDARY PACKAGE ให้สื่อถึงผลิตภัณฑ์บำรุงรักษาสีรถ โดยใช้การ ILLUSTRATE</p>
<p>4. โครงสร้างขวดมีเหลี่ยมมุมใกล้ปากขวด ทำให้ใช้น้ำยาซึ่งมีราคาแพงได้ไม่ทั้งหมด</p>	<p>4. ออกแบบโครงสร้างขวดให้มีความลาดเอียงและลดเหลี่ยมมุม เพื่อไม่ให้มีน้ำยาตกค้าง</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. น้ำยาเคลือบเงายาง ปริมาณบรรจุ 460 C.C.



ปัญหา	แนวทางการแก้ปัญหา
1. กราฟฟิกบนขวดไม่มีเอกลักษณ์ร่วมกับผลิตภัณฑ์ชนิดอื่น	1. ออกแบบกราฟฟิกบนขวดให้มีเอกลักษณ์รวม โดยใช้สี การจัดวางอักษร ILLUSTRATE ฯลฯ
2. กราฟฟิกบนขวดไม่ดึงดูดความสนใจ	2. ออกแบบกราฟฟิกให้น่าสนใจโดยการใช้ภาพ ILLUSTRATE จัดวางตัวอักษร เปลี่ยนจาก SILK SCREEN เป็นฉลาก STICKER
3. โครงสร้างคล้ายคลึงกับผลิตภัณฑ์ยี่ห้ออื่นจนอาจทำให้ผู้ซื้อสับสน	3. ออกแบบโครงสร้าง โดยคำนึงถึงเอกลักษณ์และรูปทรงเรขาคณิต
4. โครงสร้างแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ข้างเคียง ในปริมาณเดียวกันทำให้ผู้ซื้อสับสนและต้นทุนการผลิตสูงขึ้น	4. ออกแบบโครงสร้างให้มีเอกลักษณ์รวม โดยใช้โครงสร้างเดียวกับผลิตภัณฑ์อื่นที่ใช้ปริมาณเท่ากัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาโดยรวมของบรรจุกัณฑ์	แนวทางการแก้ปัญหา
<ol style="list-style-type: none"> 1. ไม่มี CORPORATE ของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดว่าเป็นของสเปด 2. มี CHARACTER ของผลิตภัณฑ์ที่ไม่แน่นอน ทำให้การวางขายบน SHELF ไม่มีประสิทธิภาพ 3. โครงสร้างใช้แบบ STANDARD ที่เลือกแบบไม่เหมาะที่จะใช้กับผลิตภัณฑ์นี้ 4. บอกข้อมูลผู้ผลิตไม่ชัดเจนเพียงพอ 5. กราฟฟิกบนบรรจุกัณฑ์บางชนิดมีรูปแบบเก๋ามาก 6. กราฟฟิกไม่สามารถแยกชนิดของผลิตภัณฑ์ที่คล้ายกันได้ 7. การใช้โครงสร้างมีหลายสร้างในปริมาณบรรจุกัณฑ์เดียวกันทำให้เกิดความสับสนและต้นทุนการผลิตสูง 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สร้าง CORPORATE IDENTITY โดยใช้กราฟฟิกและโครงสร้าง 2. หา CHARACTER และสร้าง IMAGE ที่ดีบนกราฟฟิกและโครงสร้างเพื่อขยายตลาด 3. ออกแบบโครงสร้างโดย คำนึงถึงหลัก ERGONOMIC และตรงตามวัตถุประสงค์ในการใช้งานรักษารถยนต์ โดยใช้รูปทรงเรขาคณิต 4. บอกข้อมูลบนผลิตภัณฑ์ให้ครบถ้วนและชัดเจน 5. ปรับกราฟฟิกให้มีความทันสมัยขึ้นโดยใช้การจัดวางตัวอักษร ILLUSTRATE 6. ออกแบบกราฟฟิกแยกชนิดของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่ใช้โครงสร้างร่วมกันให้ชัดเจนและน่าสนใจด้วยการใช้สี การจัดวางตัวอักษร ILLUSTRATE 7. ออกแบบโครงสร้างใหม่ที่มีโครงสร้างที่แน่นอน โครงสร้างเดียวในแต่ละปริมาณบรรจุกัณฑ์

ขอบเขตโครงการ

ข้อมูลแจกแจงผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิก

แชมพูล้างรถ

- 1.แชมพูทำความสะอาดรถยนต์ ปริมาณบรรจุ 3,785 C.C. ; CAR WASH
- 2.แชมพูทำความสะอาดรถยนต์ ปริมาณบรรจุ 1,000 C.C. ;CAR WASH
- 3.แชมพูทำความสะอาดรถยนต์ผสมซิลิโคน (สีเขียว) ปริมาณบรรจุ 1,000 C.C.;SILICONE CAR WASH
- 4.แชมพูทำความสะอาดรถยนต์ผสมซิลิโคน (สีแดง) ปริมาณบรรจุ1,000 C.C. ; SILICONE -CAR WASH
- 5.แชมพูทำความสะอาดและเคลือบสีรถยนต์ ปริมาณบรรจุ 460 C.C. ; CARWASH AS 301

น้ำยาขัดและเคลือบสีรถยนต์

- 1.น้ำยาเคลือบสีคาร์บูบาร์ คาร์ แวกซ์ ปริมาณบรรจุ 460 C.C. ; CARNUBAR CAR WAX









น้ำยาเคลือบเงาเบาะ

- 1.น้ำยาเคลือบเงาเบาะ ปริมาณบรรจุ 3,785 C.C. ; VINYL RUBBER WAX
- 2.น้ำยาเคลือบเงาเบาะ ปริมาณบรรจุ 1,000 C.C. ; VINYL RUBBER WAX



น้ำยาเคลือบเงายาง

- 1.น้ำยาเคลือบเงายาง ปริมาณบรรจุ 460 C.C. ; TYRE BLACK & SHINE

โครงสร้างและกราฟฟิกของบรรจุภัณฑ์ที่ต้องออกแบบ

ชนิดและกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ปริมาณบรรจุ และโครงสร้าง	น้ำยาเคลือบเงา เบาะ	แชมพูทำความสะอาดรถยนต์	แชมพูผสม ช (แดงและเขียว)	แชมพูล้าง และเคลือบสี	น้ำยาเคลือบสี คาร์บูนา คาร์ แว็กซ์	น้ำยาเคลือบเงา ยาง
3785 C.C.						
1000 C.C.			 x2 GRAPHIC			
460 C.C.						

กราฟฟิกบน SECONDARY PACKAGE (RETAIL BOX) ที่ต้องออกแบบ

SECONDARY PACKAGE	แชมพูล้างและเคลือบสี 460 C.C.	น้ำยาเคลือบสีคาร์บูนาแว็กซ์ 460 C.C.
RETAIL BOX		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเภท	ชนิดของผลิตภัณฑ์	ขนาด C.C.	RETAILS PACKAGE		ลักษณะงาน		หมายเหตุ
			PRIMARY PACKAGE	SECONDARY PACKAGE	โครงสร้าง	กราฟฟิก	
แชมพู	แชมพูทำความสะอาด สระขาดรถยนต์	3785	ขวดพลาสติก	-	ขวด	ออกแบบขวดลาย กราฟฟิกบน PRIMARY PACKAGE	ขวดลายบนกราฟ เหมือนหรือคล้าย คลึงกัน
		1000	ขวดพลาสติก	-	ขวด	ออกแบบขวดลาย กราฟฟิกบน PRIMARY PACKAGE	
	แชมพูทำความสะอาด สระขาดรถยนต์ ผสมซิลิโคน -สีแดง	1000	ขวดพลาสติกใส	-	ขวด	ออกแบบขวดลาย กราฟฟิกบน PRIMARY PACKAGE	ขวดลายบนกราฟ เหมือนหรือคล้าย คลึงกัน
	-สีเขียว	1000	ขวดพลาสติกใส	-	ขวด	ออกแบบขวดลาย กราฟฟิกบน PRIMARY PACKAGE	
แชมพูทำความสะอาด สระขาดและเคลือบ สีรถยนต์	460	ขวดพลาสติก	กล่อง RETAIL BOX	ขวด,กล่อง มาตรฐาน	ออกแบบขวดลาย กราฟฟิกบน PRIMARY PACKAGE และ SECONDARY PACKAGE	ขวดลายกราฟ บน PRIMARY PACKAGE และ SECONDARY PACKAGE เหมือนหรือคล้าย คลึงกัน	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเภท	ชนิดของผลิตภัณฑ์	ขนาด C.C.	RETAILS PACKAGE ลักษณะงาน				หมายเหตุ
			PRIMARY PACKAGE	SECONDARY PACKAGE	โครงสร้าง	กราฟฟิก	
น้ำอัดลมและ เครื่องดื่มรสเย็น	คาร์บูมาคาร์เว็กซ์	460	ขวดพลาสติก	กล่อง RETAIL BOX	ขวด,กล่อง มาตรฐาน	ออกแบบลดตาย กราฟฟิกบน PRIMARY PACKAGE และSECONDARY PACKAGE	ลดตายกราฟฟิก บน PRIMARY PACKAGE และ SECONDARY PACKAGE เหมือนหรือคล้าย คลึงกัน
เครื่องดื่ม เบาะ	น้ำยาเคลือบเบาะ	3785	ขวดพลาสติก	-	ขวด	ออกแบบลดตาย กราฟฟิกบน PRIMARY PACKAGE	ลดตายบนกราฟฟิก เหมือนหรือคล้าย คลึงกัน
		1000	ขวดพลาสติก	-	ขวด	ออกแบบลดตาย กราฟฟิกบน PRIMARY PACKAGE	
เครื่องดื่ม วาง	เคลือบพวยาง	460	ขวดพลาสติก	-	ขวด	ออกแบบลดตาย กราฟฟิกบน PRIMARY PACKAGE	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางการศึกษาวิจัย

1. ศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เดิมและผลิตภัณฑ์คู่แข่ง
2. ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและจิตวิทยาของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย
3. ศึกษาเกี่ยวกับวัสดุโครงสร้างและระบบการพิมพ์ที่จะนำมาใช้กับบรรจุภัณฑ์
4. ศึกษาถึงกรรมวิธีการผลิตและบรรจุ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบให้สอดคล้องกับการผลิต
5. ศึกษาเกี่ยวกับจิตวิทยาสีและการเลือกใช้
6. ศึกษาเกี่ยวกับภาพประกอบและกราฟฟิกในการออกแบบ
7. ศึกษาถึงหน้าที่การใช้งานของผลิตภัณฑ์ชนิดต่างๆ
8. ศึกษาถึงรูปแบบและลักษณะของบรรจุภัณฑ์คู่แข่ง เพื่อนำมาวิเคราะห์และเป็นแนวทางในการออกแบบ
9. ศึกษาถึงแนวทางการตลาด

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. บรรจุภัณฑ์สามารถส่งเสริมคุณค่าของผลิตภัณฑ์และสร้างความเชื่อถือให้กับผู้บริโภค
2. สามารถสร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้า ตลอดจนทำให้ผู้บริโภคเกิดความทรงจำในตัวสินค้า
3. สามารถสื่อความหมายของผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน
4. ช่วยให้การลงทุนเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์นั้นคุ้มค่าขึ้น เมื่อบรรจุภัณฑ์สามารถรักษาและคุ้มครองผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพดีจนถึงมือผู้บริโภค และยังมีส่วนช่วยในการส่งเสริมการขายให้ดียิ่งขึ้น
5. เป็นการส่งเสริมการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในประเทศและยกระดับบรรจุภัณฑ์ให้ทัดเทียมกับต่างประเทศ
6. เป็นการกระตุ้นให้เห็นความสำคัญของงานด้านกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์ภายในประเทศ

ข้อมูลอ้างอิง

- 1.เอกสารภายในของ บริษัท สเปดเคมิคอล (ประเทศไทย) จำกัด
- 2.คำบอกเล่าของ คุณนงลักษณ์ อัครชนะการ (ผู้ช่วยผู้จัดการ)
คุณทวี (ผู้จัดการฝ่ายการตลาด)



บทที่ 2 ข้อมูลทั่วไป การวิเคราะห์ และสรุปผลการวิเคราะห์

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์

บริษัท สเปดเคมีคอล (ประเทศไทย) จำกัด ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ ภายใต้ชื่อ “สเปด” ก่อตั้งเมื่อ พ.ศ. 2529 โดยมีผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงมากที่สุดคือ น้ำยาเติมหม้อน้ำ ต่อมาทางบริษัทได้เพิ่มชนิดของผลิตภัณฑ์ไปทางด้าน ผลิตภัณฑ์บำรุงรักษาความสะอาดต่างๆ ด้วยการนำเคมีภัณฑ์จากต่างประเทศ เข้ามาบรรจุในประเทศไทย ทำให้ผลิตภัณฑ์สเปดมีมากมายหลายชนิด ซึ่งในปัจจุบัน ทางบริษัทยังคงรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานทัดเทียมผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศ และต้องการสร้างความยอมรับด้านคุณภาพ และภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ สเปด ให้ทัดเทียมต่างประเทศให้ได้

ปริมาณที่จำหน่าย

สถานที่จำหน่ายสินค้าจะมีแหล่งขายประจำซึ่งสรุปได้ดังนี้

1. ในระบบขายตรง สถานที่ที่จะขายก็คือผู้ที่ทำการเป็นผู้ขายสินค้า
2. ในระบบขายส่งตามสถานที่

- มีการวางขายตามห้างสรรพสินค้า เช่น โรบินสัน เดอะมอลล์ โดยจะวางตามแผนกรถยนต์ ซึ่งมีทั้งการวางลง SHELF และการวางตามหัว SHELF

- มีการวางขายตามซูเปอร์มาร์เก็ตต่าง ๆ

- มีการวางขายตามปั้มน้ำมัน และศูนย์บริการ CAR CARE ต่าง ๆ ทั้ง

ประเทศ

ฤดูกาลและระยะเวลาที่จำหน่าย

เนื่องจากเป็นสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ จึงมีการจำหน่ายตลอดเวลา คือ จะมีความต้องการเมื่อสินค้าหมด ไม่มีระยะเวลาการจำหน่ายที่แน่นอนเหมือนสินค้าประเภทอาหาร การจำหน่ายจะขึ้นอยู่กับ ปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น คู่แข่ง, ผลิตภัณฑ์ใหม่ ฯลฯ

2.1.1 การแยกประเภทของผลิตภัณฑ์

สามารถแยกเป็น 4 ประเภท ได้ดังนี้

1. แชมพูทำความสะอาดรถยนต์ แบ่งเป็น 3 ชนิด คือ

- แชมพูทำความสะอาดรถยนต์ CAR WASH

ปริมาณบรรจุ 3785 cc., 1000 cc.

- แชมพูทำความสะอาดรถยนต์ ผสมซิลิโคนสีแดงและสีเขียว

SILICONE CAR WASH

ปริมาณบรรจุ 1000 CC

- แชมพูทำความสะอาดและเคลือบสีรถยนต์

CAR WASH AS 301

ปริมาณบรรจุ 460 CC.

2. น้ำยาเคลือบเงาเบาะ VINYL RUBBER WAX

ปริมาณบรรจุ 3785 CC., 10000 CC.

3. น้ำยาเคลือบสีคาร์บูบาร์ คาร์ แวกซ์ CARNUBA CAR WAX

ปริมาณบรรจุ 460 CC.

4. น้ำยาเคลือบเงายาง TYRE BLACK & SHINE

ปริมาณบรรจุ 460 CC

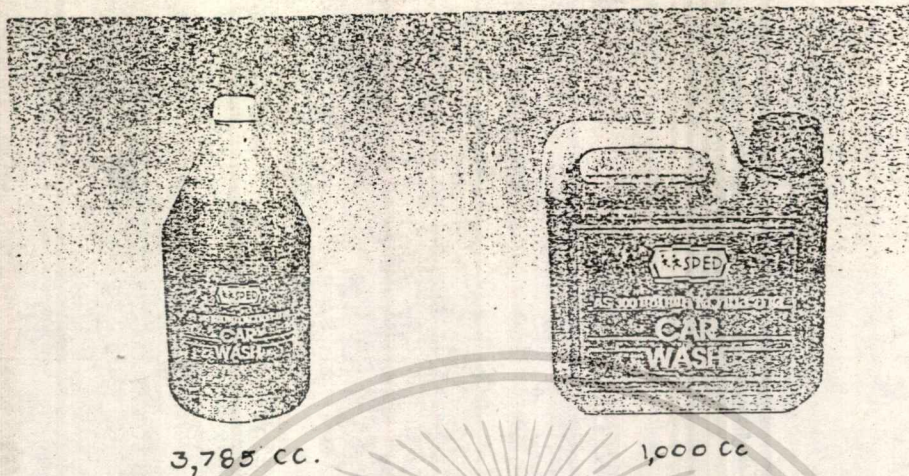
บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ SPED ทั้ง 4 ประเภทนี้ แยกประเภทโดยการ
ใช้ฉลากที่แตกต่างกันไป และโครงสร้างของขวดที่แตกต่างกันโดยไม่มีหลักเกณฑ์ หรือรูปแบบที่
เป็นเอกลักษณ์ ทำให้ไม่ดึงดูดใจ และไม่สามารถจดจำได้

2.1.2 รายละเอียดของผลิตภัณฑ์อย่างละเอียด

ส่วนที่จะกล่าวต่อไปนี้เป็นรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาออกแบบโดยจะกล่าวถึงรายละเอียดดังต่อไปนี้

- ประเภทหรือชนิดของผลิตภัณฑ์
- ขนาดบรรจุ (มิลลิลิตร)
- ลักษณะของบรรจุภัณฑ์เดิม
- ลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายในบรรจุภัณฑ์ (เช่น ของเหลว)
- ประโยชน์และหน้าที่ของผลิตภัณฑ์
- ราคาต่อหน่วยที่จำหน่าย
- ขนาด (มิติ กว้าง x ยาว x สูง)



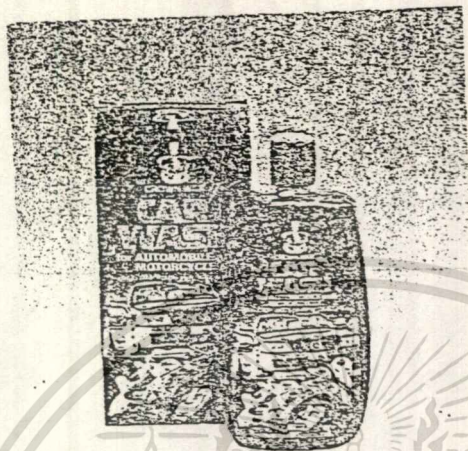


ประเภท	แชมพูทำความสะอาดรถยนต์ CAR WASH
ขนาดบรรจุ	3785 CC, 1000 CC.
ราคา	350 บาท, 120 บาท
ลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิม	
รูปทรงบรรจุภัณฑ์	แกลลอนพลาสติกทรงกระบอก, แกลลอนพลาสติก
วัสดุ	พลาสติกชนิด PE
ผลิตด้วยกรรมวิธี	BLOW MOLD
รูปแบบฉลากเดิม	
ลักษณะฉลาก	สติ๊กเกอร์กระดาษ
พิมพ์ด้วยระบบ	OFF SET 2 สี
ลักษณะฝา	ฝาเกลียวพลาสติกชนิด PE ผลิตด้วยกรรมวิธี INJECTION MOLDING
ลักษณะผลิตภัณฑ์	ของเหลวข้น
หน้าที่และประโยชน์	เป็นน้ำยาทำความสะอาดรถยนต์
ลักษณะการใช้งาน	เปิดฝาเกลียว ตวงแชมพู 1 ฝา ต่อน้ำ 1 ถัง แล้วนำไปล้างรถ
ขนาด	15 cm.x 33.5 cm, 6 cm.x 16 cm.x 17.5 cm.



ประเภท	แชมพูทำความสะอาดรถยนต์ผสมซิลิโคน SILICONE CAR WASH
จำนวนประเภท	2 ชนิด สีแดงและ สีเขียว
ขนาดบรรจุ	1000 CC.
ราคา	195 บาท
ลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิม	
รูปทรงบรรจุภัณฑ์	ขวดพลาสติกทรงสูง มีหูจับ ก้นขวดสีเหลี่ยม
วัสดุ	พลาสติกชนิด PVC
ผลิตด้วยกรรมวิธี	BLOW MOLD
รูปแบบฉลากเดิม	
ลักษณะฉลาก	สติ๊กเกอร์ใส
พิมพ์ด้วยระบบ	SILK SCREEN 2 สี
ลักษณะฝา	ฝาเกลียวพลาสติกชนิด PE ผลิตด้วยกรรมวิธี INJECTION MOLDING
ลักษณะผลิตภัณฑ์	ของเหลวข้น
หน้าที่และประโยชน์	เป็นน้ำยาทำความสะอาดรถยนต์สูตรพิเศษ ขจัดคราบสกปรกได้รวดเร็ว
ลักษณะการใช้งาน	เปิดฝาเกลียว ตวงแชมพู 1 ฝาต่อน้ำ 1 ถัง นำไปล้างรถ
ขนาด	6 cm. x 11.5 cm. x 24.5 cm.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ประเภท

ขนาดบรรจุ

ราคา

ลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิม

รูปทรงบรรจุภัณฑ์

วัสดุ

ผลิตด้วยกรรมวิธี

รูปแบบฉลากเดิม

ลักษณะฉลาก

พิมพ์ด้วยระบบ

แชมพูทำความสะอาดและเคลือบสีรถยนต์ CAR WASH AS 301

460 cc.

295 บาท

ขวดพลาสติก ทรงสูง ก้นขวดวงรี

พลาสติกชนิด PE

BLOW MOLD

สติ๊กเกอร์กระดาษ, กล่อง RETAIL BOX

ออฟเซต 4 สี ธรรมชาติ

ลักษณะฝา

ลักษณะผลิตภัณฑ์

หน้าที่และประโยชน์

ลักษณะการใช้งาน

ฝาเกลียวพลาสติกชนิด PE ผลิตด้วยกรรมวิธี INJECTION MOLDING

ของเหลวชั้น

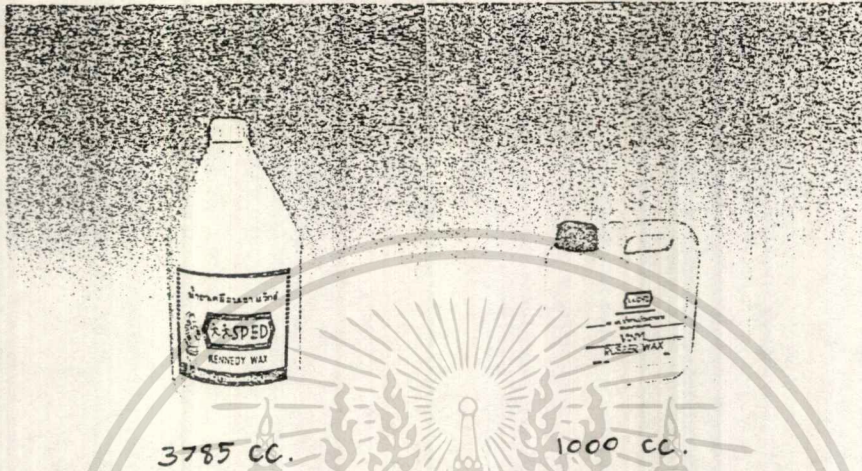
แชมพูล้างรถยนต์และมอเตอร์ไซด์ผสมน้ำแล้วล้างได้ง่ายช่วยรักษา
สีรถให้เงาอยู่เสมอ

เปิดฝาเกลียวเขาแชมพู 1 ฝา ต่อน้ำ 1 ถัง แล้วนำไปล้างรถ

ขนาดเอกสารที่ส่งมอบให้ 4 cm. x 10.5 cm. x 20.5 cm.

เอกสารที่ส่งมอบให้ 4 cm. x 10.5 cm. x 20.5 cm. ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ประเภท	น้ำยาเคลือบเงาเบาะ VINYL RUBBER WAX
ขนาดบรรจุ	3785 cc, 1000 cc.
ราคา	800 บาท, 195 บาท
ลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิม	
รูปทรงบรรจุภัณฑ์	แกลลอนพลาสติกทรงกระบอก, แกลลอนพลาสติก
วัสดุ	พลาสติกชนิด PE
ผลิตด้วยกรรมวิธี	BLOW MOLD
รูปแบบฉลากเดิม	
ลักษณะฉลาก	สติ๊กเกอร์กระดาษ
พิมพ์ด้วยระบบ	ออฟเซต 2 สี
ลักษณะฝา	ฝาเกลียวพลาสติกชนิด PE ผลิตด้วยกรรมวิธี INJECTION MOLDING
ลักษณะผลิตภัณฑ์	ของเหลว
หน้าที่และประโยชน์	ใช้เคลือบเงาเบาะรถยนต์ มอเตอร์ไซด์ และเฟอร์นิเจอร์ และเครื่องหนังต่าง ๆ ให้เงางาม และคงทน
ลักษณะการใช้งาน	เปิดฝาเกลียว เทน้ำาลงบน ผ้าหรือฟองน้ำทาลงบนเบาะหรือเครื่องหนังให้ทั่ว

ขนาด 15 cm.x 33.5 cm, 6 cm.x 16 cm.x 17.5 cm.

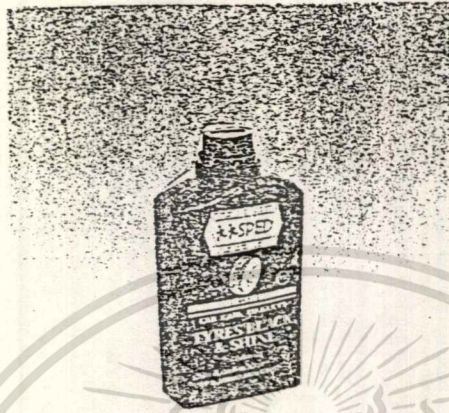
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ประเภท	น้ำยาผลิตสีรถยนต์คาร์นุบา คาร์ แวกซ์ CARNUBA CAR WAX
ขนาดบรรจุ	460 cc.
ราคา	850 บาท
ลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิม	
รูปของบรรจุภัณฑ์	ขวดพลาสติกทรงสูง ก้นขวดสี่เหลี่ยม
วัสดุ	พลาสติกชนิด PE
ผลิตด้วยกรรมวิธี	BLOW MOLD
รูปแบบฉลากเดิม	
ลักษณะฉลาก	สติ๊กเกอร์กระดาษ, กล่อง RETAIL BOX
พิมพ์ด้วยระบบ	ออฟเซต 4 สี ธรรมชาติ
ลักษณะฝา	ฝาพลาสติก FLIP TOP ชนิด PE ผลิตด้วยกรรมวิธี INJECTION MOLDING
ลักษณะผลิตภัณฑ์	ของเหลวชั้น
หน้าที่และประโยชน์	เป็นน้ำยาเคลือบสีรถยนต์ที่สมบูรณ์แบบ ป้องกันรอยขีดข่วน
ลักษณะการใช้งาน	เปิดฝา เทหรือบีบน้ำยาลงบนฟองน้ำ ขัดหรือ ถูวน บนผิวสีรถทำซ้ำ จนทั่วทั้งคัน แล้วเช็ดออก
ขนาด	4 x 10.5 x 20.5 cm.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ประเภท	น้ำยาเคลือบเงาอย่าง TYRE BLACK & SHINE
ขนาดบรรจุ	460 cc
ราคา	75 บาท
ลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิม	
รูปร่างบรรจุภัณฑ์	ขวดทรงสูง ก้นขวดรูปสี่เหลี่ยม
วัสดุ	พลาสติกชนิด PE
ผลิตด้วยกรรมวิธี	BLOW MOLD
รูปแบบฉลากเดิม	
ลักษณะฉลาก	SILK SCREEN 2 สี
พิมพ์ด้วยระบบ	SILK SCREEN
ลักษณะฝา	ฝาเกลียวพลาสติกชนิด PE ผลิตด้วยวิธี INJECTION MOLDING
ลักษณะผลิตภัณฑ์	ของเหลวชั้น
หน้าที่และประโยชน์	รักษาและยืดอายุการใช้งานยางให้ดูใหม่เงาวามตลอดเวลา
ลักษณะการใช้งาน	เปิดฝาเกลียว เทน้ำยาลงบนผ้าหรือฟองน้ำทาให้ทั่วยาง
ขนาด	4.5 cm.x 9 cm.x 18 cm.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 ข้อมูลด้านการตลาด

ข้อมูลด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ SPED

บริษัท สเปด (เคมีคอล) ประเทศไทย จำกัด เป็นบริษัทที่เปิดมานานมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันดี ทำให้ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ออกมานั้น ค่อนข้างเป็นที่ยอมรับได้ในระดับหนึ่งทางด้านคุณภาพ และราคาที่ไม่แพงเกินไป แต่ในระยะหลังขาดการพัฒนาทางด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ทำให้รูปแบบของผลิตภัณฑ์ไม่เหมาะที่จะนำมาโฆษณา การโฆษณาถึงลดน้อยลงและไม่ได้ผลเท่าที่ควร ทำให้ยอดขายไม่เพิ่มขึ้น เท่าที่ควร ผู้ซื้อ จะเป็นผู้ที่ใช้ผลิตภัณฑ์ สเปด เป็นประจำอยู่แล้วมากกว่า

ส่วนผสมทางการตลาด MARKETING MIX

PRODUCT เน้นที่คุณภาพดี มีการนำสารเคมีชนิดใหม่มาปรับปรุงให้มีคุณภาพดีอยู่เสมอ

PRICE เป็นผลิตภัณฑ์ที่ราคาไม่แพง ราคาสมเหตุสมผล ราคาผลิตภัณฑ์ในส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับต่ำกว่าคู่แข่ง

PLACE วางขายตามห้างสรรพสินค้า, ปรระดับยนต์, HARD WARE, ปั๊มน้ำมัน ทั่วประเทศ

PROMOTION มีการลงโฆษณาตามหนังสือรถ และทางโทรทัศน์รายการมวยดัง

2.2.1 แนวโน้มของตลาด

แนวโน้มของตลาด ผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์จะดีขึ้นเรื่อย ๆ เพราะปัจจุบันมีแนวโน้มการใช้รถยนต์ส่วนตัวมากขึ้นเรื่อย ๆ ตลาดผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ จึงต้องมีการแข่งขันกันเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งในตลาดให้มากที่สุด

การพัฒนาทางด้านผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ จึงมีขึ้นตลอดเวลา

2.2.2 ผลิตภัณฑ์คู่แข่งและลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์

ตลาดผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ได้แบ่งผลิตภัณฑ์ออกเป็นหลายระดับผลิตภัณฑ์ SPED จัดอยู่ในตลาดระดับ กลาง ถึงกลางค่อนข้างสูง ซึ่งในตลาดนี้ มีผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ หลายตราด้วยกัน จึงเลือกผลิตภัณฑ์ตรงที่มีระดับราคาใกล้เคียงกัน และมีชนิดของผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงกันมา 4 ตรา ดังนี้ คือ

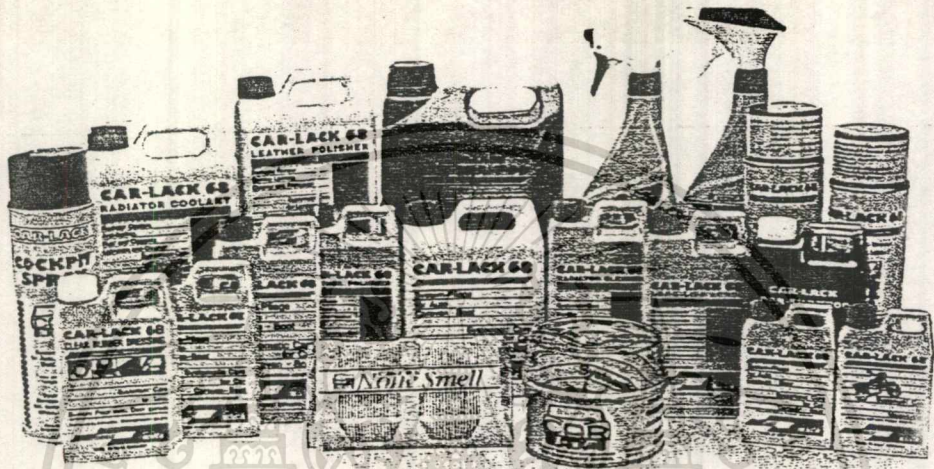
1. ผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ CAR LACK
2. ผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ SONAX
3. ผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ KAR SLINE
4. ผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ ARMOR ALL

ส่วนตลาดระดับบน ได้เลือกผลิตภัณฑ์ที่มีความเด่นในตลาดระดับบน และมีชนิดของผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงกันมา 5 ตรา ดังนี้ คือ

1. ผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ EAGLE ONE
2. ผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ AUTO GLYM
3. ผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ POLIFAC
4. ผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ SIMONIZ
5. ผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ NU FINISH

ตลาดระดับกลาง

1. ผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ CAR LACK



เป็นสินค้าจากประเทศ เยอรมันนี โดยมี บริษัท คาร์แลค (ไทย-เยอรมัน) จำกัด เป็นผู้แทนจำหน่าย สินค้าที่นำมาเป็นผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ทั้งหมดมีชนิดของผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงกับ SPED ราคาในระดับปานกลาง กลุ่มเป้าหมายเดียวกับ SPED บรรจุภัณฑ์ใช้สีเหลือง และมี CORPORATE IDENTITY ที่ชัดเจน ไม่หยาบเกินไป คุณภาพผลิตภัณฑ์อยู่ในเกณฑ์ดี ผลิตภัณฑ์เด่นคือน้ำยาขัดเคลือบสีรถ

ลักษณะเด่นที่เป็นจุดขาย

CAR LACK เป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในตลาดมานานและมีบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง ใช้สีเหลืองเป็นสีที่เด่นและสะดุดตา คุณภาพของผลิตภัณฑ์อยู่ในเกณฑ์ดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ SONAX



เป็นสินค้าจากประเทศ เยอรมันนี ภายใต้การนำเข้าของบริษัท ยูที อินเตอร์เนชันเนล จำกัด มีชื่อเสียงมากทางด้านน้ำยาป้องกันความชื้น หรือน้ำมันครอบจักรวาล มีผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ ทั้งภายนอก ภายใน และเครื่องยนต์ ซึ่งตรง เป็นที่รู้จักเป็นอย่างดี ในกลุ่มผู้ใช้รถยนต์ทั่วไป คุณภาพ ปานกลาง

ลักษณะเด่นที่เป็นจุดขาย

SONAX เป็นผลิตภัณฑ์ที่เชื่อถือได้ในคุณภาพเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายในกลุ่มผู้ใช้รถยนต์

3. ผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ KAR SHINE



เป็นผลิตภัณฑ์จากประเทศอังกฤษที่เป็นตราใหม่ที่เข้ามาในตลาดผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ มี ชนิดของผลิตภัณฑ์ ใกล้เคียงกับ SPED มาก บรรจุภัณฑ์มี CORPORATE IDENTITY มีเครื่องหมายการค้าที่ชัดเจน คุณภาพดีพอใช้

ลักษณะเด่นที่เป็นจุดขาย

เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สามารถทำให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักได้ง่ายและรวดเร็วด้วยการใช้กราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่เด่นชัด มีความเป็นตัวของตัวเอง

4. ผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ ARMOR ALL

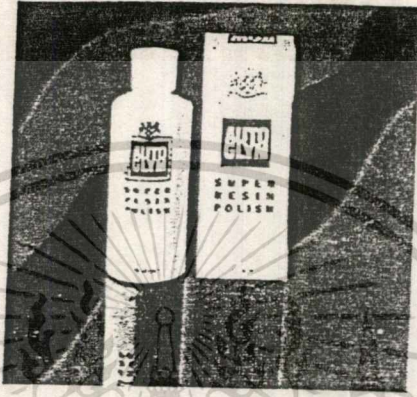


ARMOR ALL เป็นผลิตภัณฑ์จากประเทศสหรัฐอเมริกา มีผลิตภัณฑ์เด่นคือ น้ำยาเคลือบหนัง ไวนิล ต่อมาได้เพิ่มผลิตภัณฑ์ข้างเดียวคือ ผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ชนิดอื่น ๆ โดยใช้ชื่อตราเป็นจุดขาย

ลักษณะเด่นที่เป็นจุดขาย

มี LOGO ที่เด่นเป็นที่จดจำได้และเป็นที่รู้จักเป็นอย่างดี มีการโฆษณาว่าเป็นสินค้าที่ขายดีที่สุดในอเมริกา

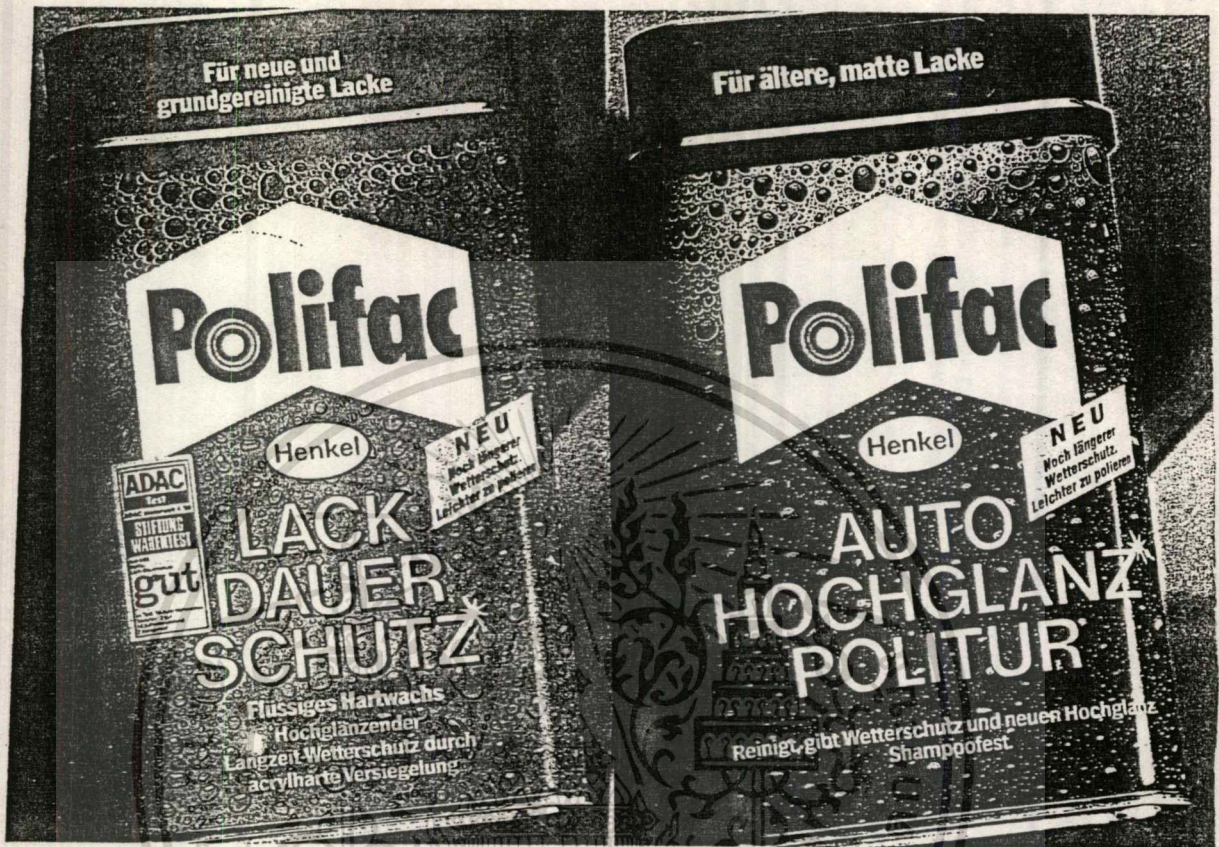
2. ผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ AUTO GLYM



ผลิตภัณฑ์จากประเทศอังกฤษมีภาพจน์เป็นผลิตภัณฑ์ชั้นสูง ใช้สีขาวเป็นสีหลัก เพื่อให้
 ความรู้สึกถึงการปกป้อง รักษา รถยนต์ราคาแพง ผลิตภัณฑ์ AUTO GLYM มีราคาสูง ทำให้มี
 ความรู้สึกว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี

ลักษณะเด่นที่เป็นจุดขาย
 มีบรรจุภัณฑ์ที่ดูแล้วเป็นผลิตภัณฑ์ชั้นสูง มีความหรูหรา และคุณภาพดี ทำให้ผู้บริโภค
 สนใจ และอยากลองใช้ การโฆษณาเน้นให้เห็นถึงการปกป้องรถที่มีค่าราคาแพง

3. ผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ POLIFAC



เป็นผลิตภัณฑ์จากประเทศเยอรมัน มีผลิตภัณฑ์เด่นคือน้ำยาขัดเคลือบ สีรถยนต์ มีผลิตภัณฑ์หลายชนิด คุณภาพดี ราคาสูง

ลักษณะเด่นที่เป็นจุดขาย

มีบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์เป็นของตัวเองสามารถจดจำได้ง่าย เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้บริโภคตลาดบนเป็นอย่างดี

4. ผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ SIMONIZ



ผลิตภัณฑ์จากประเทศอังกฤษที่เข้ามาในตลาดไม่นาน โดยเน้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยรวม มีราคาสูง และมีผลิตภัณฑ์ที่แยกออกมา 1 ชนิด สำหรับผู้บริโภคที่ต้องการความมั่นใจในคุณภาพสูงสุด คือ น้ำยาเคลือบเงารถ E'LITE ซึ่งมีคุณภาพและราคาสูงสุด

ลักษณะเด่นที่เป็นจุดขาย มีการโฆษณาในช่วงเปิดตัวสินค้าทำให้ผู้บริโภคสามารถจำได้ประกอบกับการมี SHELF ต่างหากเป็นของตัวเอง แยกจากผลิตภัณฑ์ตราอื่น บรรจุภัณฑ์มีการวางกราฟฟิกที่แปลกไม่เหมือนใคร

5. ผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ NU FINISH



ผลิตภัณฑ์จากประเทศสหรัฐอเมริกา ที่เพิ่งเข้ามาในประเทศไทยไม่นานมีผลิตภัณฑ์เด่น 3 ชนิด คือ น้ำยาขัดเคลือบสีรถยนต์ แชมพูล้างรถ และน้ำยาเคลือบหนัง ใช้สีลัมเป็นสีหลักของผลิตภัณฑ์ มีราคาค่อนข้างสูง

ลักษณะเด่นที่เป็นจุดขาย

มีชื่อที่แปลกทำให้สามารถจดจำได้ง่าย เน้นการโฆษณาที่มีการเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์คู่แข่งทั้งหมด โดยกล่าวว่า NU FINISH เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคว่าดีที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ SPED



ลักษณะเด่นที่เป็นจุดขายของผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ SPED

ทางด้านผลิตภัณฑ์นั้น SPED มีชื่อเสียงทางด้านน้ำยาเติมหม้อน้ำทำให้ ผลิตภัณฑ์ ชนิดอื่นของ SPED ได้รับการยอมรับในระดับหนึ่ง เพราะคุณภาพที่อยู่ในเกณฑ์ดี และราคาที่ไม่แพง เป็นจุดเด่นและจุดขายที่สำคัญ ส่วนทางด้านบรรจุภัณฑ์ของ SPED ขาดการพัฒนาปรับปรุงเป็นเวลานาน ทำให้รูปแบบล้าสมัย และไม่ดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมาย

ลักษณะด้อยหรือข้อเสียของผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ SPED

เนื่องจากค่านิยมของกลุ่มเป้าหมายสำหรับทางด้านผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์นั้น มีความเชื่อถือในผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศมากกว่า ถึงแม้ SPED จะเข้าน้ำยาจากต่างประเทศก็ตามแต่ชื่อตราก็ยังคงเป็นของในประเทศ ประกอบกับบรรจุภัณฑ์ที่ขาดการพัฒนาทั้งทางด้านรูปแบบและกราฟฟิก ทำให้ขาดความน่าสนใจเมื่อวางขายเทียบกับผลิตภัณฑ์คู่แข่ง

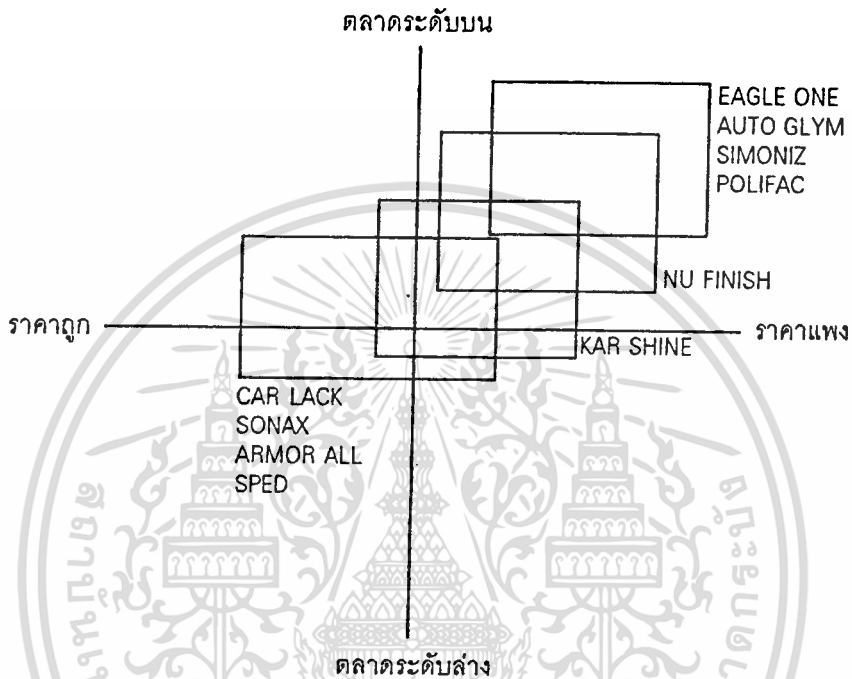
2.2.3 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในตลาด เปรียบเทียบคู่แข่ง

จากกลุ่มคู่แข่งดังกล่าว จึงสามารถทำกราฟเปรียบเทียบความแตกต่างของ SPED และคู่แข่งชั้นได้ดังนี้

1. เปรียบเทียบ PRODUCT POSITIONING รสนิยมและราคา
2. เปรียบเทียบ ระดับอายุของกลุ่มเป้าหมาย



1. กราฟเปรียบเทียบ PRODUCT POSITIONING รสนิยมและราคา

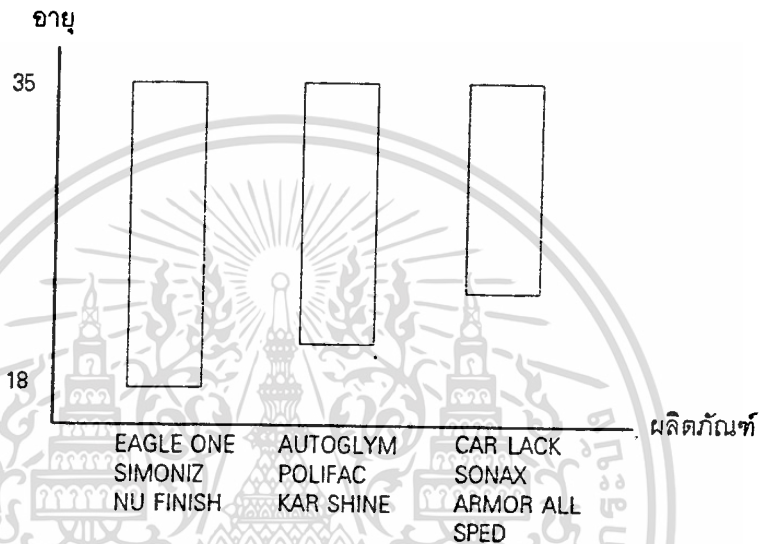


เป็นการแสดงเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ในแง่ 2 ด้าน คือ

1. ราคาของผลิตภัณฑ์ SPED และคู่แข่ง
2. ระดับตลาดของผลิตภัณฑ์ SPED และคู่แข่ง

ซึ่งพบว่า ผลิตภัณฑ์บางชนิดของ SPED มีคุณภาพ และราคาสูงจนเกือบเท่าผลิตภัณฑ์ในตลาดระดับบน แต่กลับมีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสมกับคุณภาพ และราคา ทำให้สินค้าตกอยู่ในระดับตลาดที่ต่ำลง จึงควรสร้าง ภาพพจน์สินค้าใหม่ให้เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า เพื่อเป็นการยกระดับตลาด และเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดของตลาดระดับบนให้มากขึ้น

2. การเปรียบเทียบระดับอายุของกลุ่มเป้าหมาย



จากกราฟ จะเห็นความแตกต่างของ SPED และคู่แข่ง ซึ่ง SPED มีกลุ่มเป้าหมายค่อนข้างแคบ มีระดับอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป เพราะ SPED เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงในอดีต ทำให้กลุ่มเป้าหมายส่วนมากจะเป็นผู้ที่รู้จัก SPED มาก่อน รูปแบบของบรรจุภัณฑ์จึงมีลักษณะกลาง ๆ ไม่ดึงดูดใจต่างจาก EAGLE ONE ซึ่งมีรูปแบบที่ดึงดูดใจ สวยงาม น่าสนใจ เพราะเน้นกลุ่มเป้าหมายที่อายุน้อยกว่า และระดับตลาดสูงกว่า ดังนั้น การออกแบบจึงควรทำให้สินค้าดูมีความทัดเทียมกับ ผลิตภัณฑ์ระดับสูงได้

สรุปผลการวิเคราะห์ระหว่าง SPED กับคู่แข่ง

รูปแบบของ บรรจุกภัณฑ์ SPED ในภาพรวมที่จะออกมาเป็นการนำเอาการวิเคราะห์ที่ได้ซึ่งสามารถสรุปภาพรวมได้ดังนี้

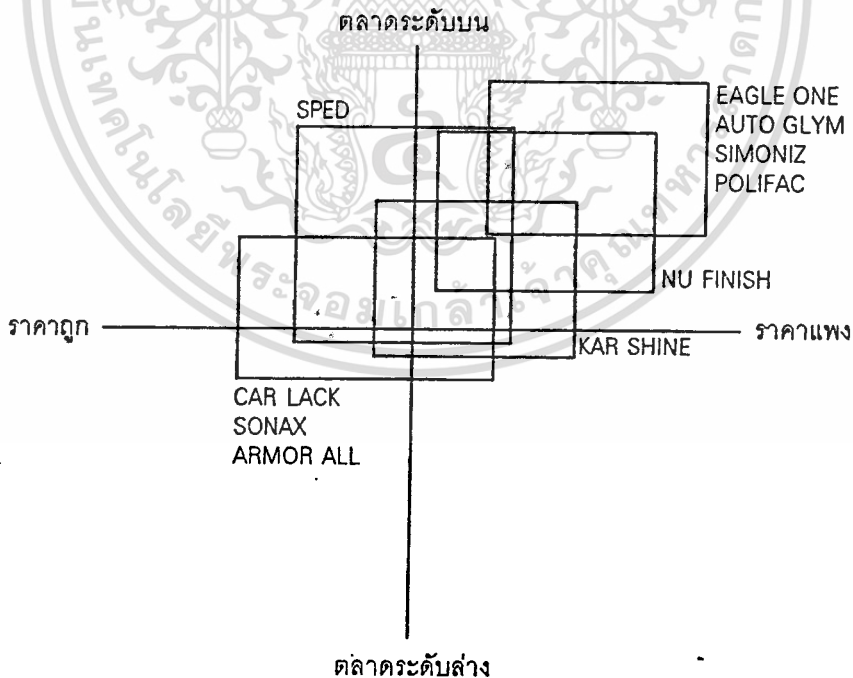
ต้องแสดงให้เห็นจุดขายที่เป็นหลักสำคัญคือ ความคุ้มค่าระหว่างคุณภาพและราคาซึ่งจำเป็นที่จะต้องมีการแสดงให้เห็นถึงความเงางาม ความสะอาด การปกป้องรักษา รถให้ใหม่เสมอ โดยใช้ กราฟฟิก หรือ มีข้อความที่เน้นให้เห็นถึงคุณภาพที่ต้องมาก่อน

ภาพพจน์ของสินค้าต้องสร้างให้ดูเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี ทันสมัย แสดงให้เห็นถึงการปรับปรุง เพื่อยกระดับสินค้าให้สูงขึ้นกว่าเดิม

จากสรุป ผลการวิเคราะห์นำมาเขียนกราฟเปรียบเทียบตำแหน่งใหม่ของผลิตภัณฑ์ SPED และคู่แข่ง ได้ดังนี้

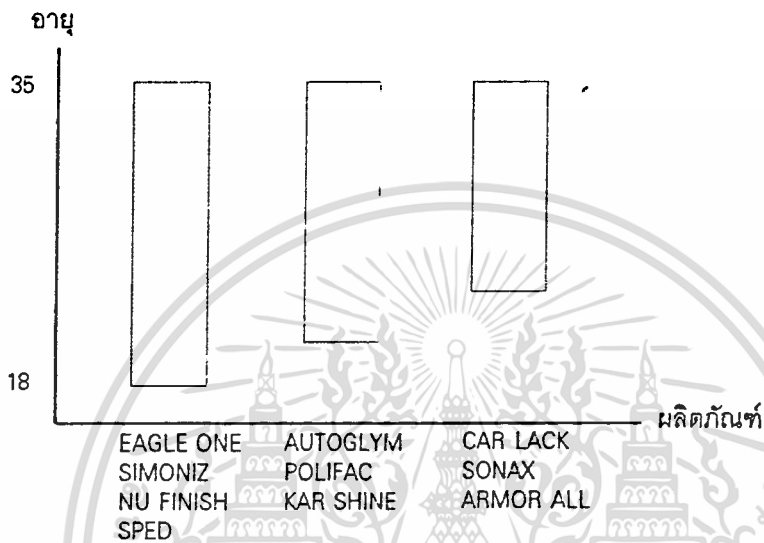
1. กราฟเปรียบเทียบ PRODUCT POSITIONING
2. กราฟเปรียบเทียบระดับอายุของกลุ่มเป้าหมาย

1. กราฟเปรียบเทียบ PRODUCT POSITIONING



จากกราฟแสดงให้เห็นว่า SPED ควรอยู่ในตำแหน่งที่สูงขึ้นในตลาด หลังจากมีการพัฒนาทางด้านบรรจุกภัณฑ์ เพื่อการขยายตลาดและเพิ่มกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น โดยจะเน้นที่ตลาดบน เพื่อใช้กลยุทธ์ทางราคาที่ถูกกว่ามาแย่งแบ่งในตลาด โดยออกแบบให้มีรูปแบบทัดเทียมกับสินค้า

2. กราฟเปรียบเทียบระดับอายุของกลุ่มเป้าหมาย



จากกราฟ แสดงถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีช่วงระดับอายุกว้างขึ้น คือ ตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป

2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภค

2.3.1 ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

เพศ ชาย

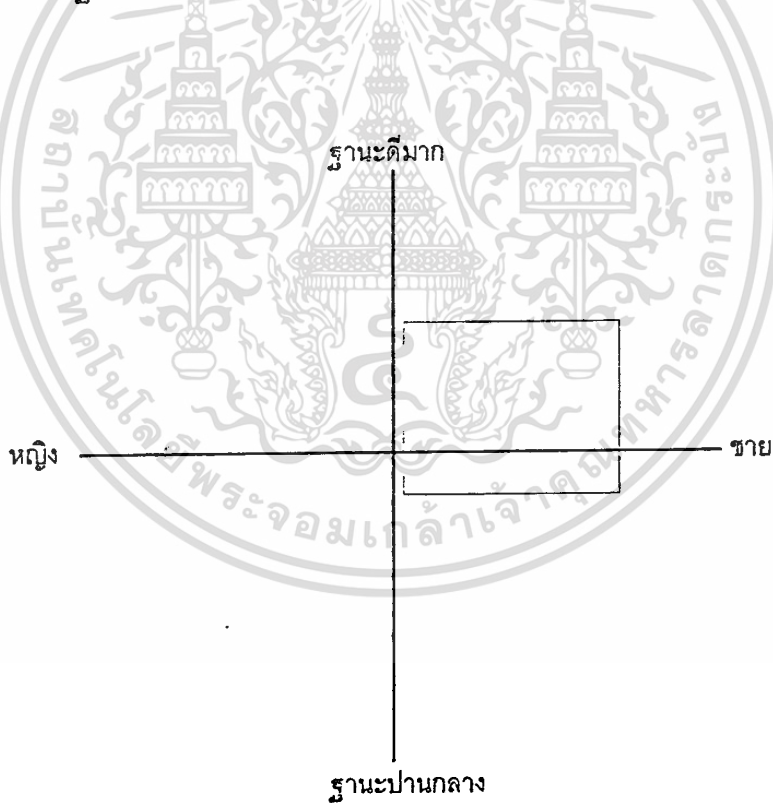
อายุ 18 ปีขึ้นไป

ระดับ กลางถึงค่อนข้างสูง B-B+

รายได้ ตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป

ลักษณะพิเศษ กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายจะเป็นกลุ่มที่ ดูแลรักษารถยนต์ด้วยตัวเอง ไม่ยึดติดกับผลิตภัณฑ์ต่างประเทศราคาแพง ใช้เหตุผลในการตัดสินใจซื้อ

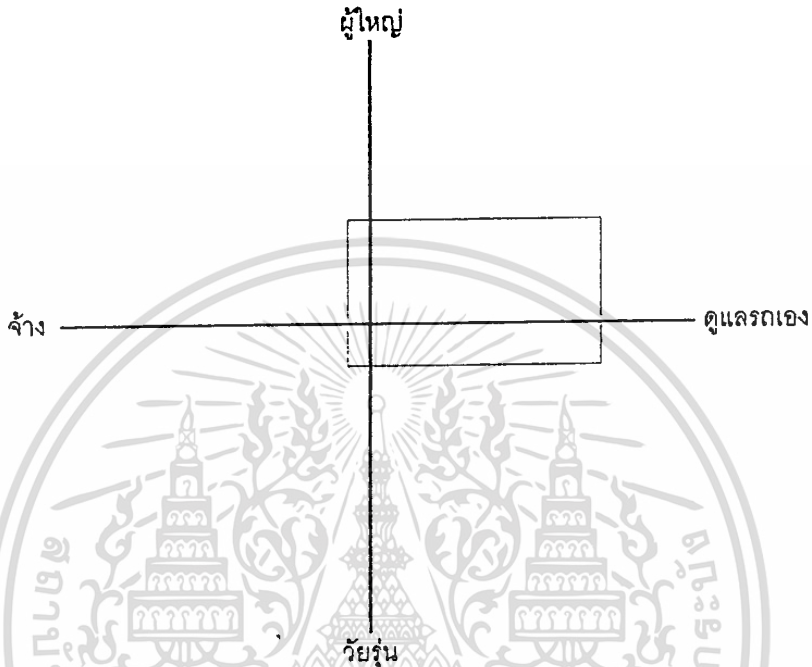
กราฟแสดงฐานะและเพศของกลุ่มเป้าหมาย



ภาพพจน์ของกลุ่มเป้าหมาย เป็นผู้ชายที่ชอบทางด้านรถยนต์ใช้ชีวิตค่อนข้างฟุ่มเฟือย ชอบความ
หรูหรา รสนิยมวิไล ชอบเที่ยว ต้องดูดีเสมอ มีรายได้ดีพอสมควร เป็นคนทำงานในเมือง มีรถสวน
ตัว



กราฟแสดงอายุและพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย



2.3.2 กระบวนการซื้อของผู้บริโภค

ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค ส่วนมากจะขึ้นอยู่กับ การตัดสินใจซื้อใน 3 ลักษณะ ด้วยกัน

1. ซื้อผลิตภัณฑ์เดิมที่เคยใช้อยู่ เพราะมั่นใจในคุณภาพ และไม่กล้าเสี่ยงกับผลิตภัณฑ์ตราอื่น
2. ซื้อผลิตภัณฑ์ที่ออกมาใหม่ เพราะกลุ่มผู้บริโภคเป็นกลุ่มที่ชอบลอง และเชื่อว่าผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ออกมาน่าจะดีกว่าของเดิม
3. ซื้อผลิตภัณฑ์ที่พนักงานขายแนะนำ ในปัจจุบันการขายผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ทางบริษัท ผู้จำหน่ายจะมีพนักงานขาย ที่จะคอยดึงลูกค้าให้มาซื้อผลิตภัณฑ์ของตน โดยการโฆษณาสรรพคุณต่าง ๆ ซึ่งสามารถดึงดูดใจผู้ซื้อและเป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ

2.4 DESIGN REQUIREMENT

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์จำเป็นจะต้องแจกแจงข้อมูลข้อจำกัดต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อ การออกแบบ ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. เงื่อนไขทางการออกแบบด้านการคุ้มครอง (PROTECTION)
2. เงื่อนไขทางการออกแบบในด้านการบรรจุ (CONTAINMENT)
3. เงื่อนไขทางการออกแบบในด้านการอำนวยความสะดวก (CONVENIENCE)

โดยจะใช้อำนวยประโยชน์ต่อชั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

- การผลิต
- การบรรจุ
- การขนส่ง
- การจำหน่าย
- การโฆษณา
- การกำจัดซาก

4. เงื่อนไขทางการออกแบบทางด้านการสื่อความหมายโฆษณา (PROMOTION)

1. ด้านการคุ้มครอง (PROTECTION)

เนื่องจากผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นของเหลวบรรจุภัณฑ์จึงต้องสามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้

- 1.1 สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์จากการเกิดปฏิกิริยากับวัสดุภายในบรรจุภัณฑ์
- 1.2 สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์จากสิ่งแวดล้อมภายนอกได้ ได้แก่

- ของเหลวและความชื้น ซึ่งอาจจะมีการซึมผ่านเข้าไปในบรรจุภัณฑ์ ซึ่งอาจทำให้เกิดปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์

- การเสียหายเชิงกล เช่น การกดทับ ตกหล่น บีบรัด การตีบแท่ง

การเสียหายเนื่องจากการขนส่ง ซึ่งอาจทำให้เกิดการรั่วซึมของผลิตภัณฑ์ได้

2. ด้านการบรรจุ (CONTAIN)

ผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์มีคุณสมบัติเป็นของเหลว จึงต้องสามารถบรรจุได้โดยใช้เทคโนโลยีที่มีอยู่ปัจจุบัน

3. ด้านความสะดวกสบาย (CONVENIENCE)

ด้านการผลิต

1. สามารถผลิตได้โดยใช้เทคโนโลยีการผลิตที่มีอยู่ปัจจุบัน
2. วัสดุที่ใช้ควรมีราคาไม่แพง จัดหาได้ง่ายคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ดี ผลิตง่าย กำจัดซากได้ง่าย ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ

ด้านการบรรจุ

สามารถบรรจุโดยใช้เทคโนโลยีการบรรจุที่มีอยู่ปัจจุบัน

ด้านการขนส่ง

เพื่อความสะดวกและประหยัดในการขนส่ง บรรจุภัณฑ์จึงการมีรูปทรงที่เรียบง่าย สามารถจัดเรียงได้เป็นระเบียบ เพื่อไม่ให้เกิดการกระทบกันเสียหายระหว่างการขนส่ง

ด้านการจัดจำหน่าย

ในการจัดจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ควรมีขนาดสัมพันธ์กับขนาดของชั้นวางมาตรฐาน

ด้านการโฆษณา

บรรจุภัณฑ์สามารถแสดงความเป็นเอกลักษณ์ และดึงดูดใจผู้บริโภคได้

ด้านอุปโภคและการเก็บรักษา

จากการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในด้านการใช้งานแล้วมีเงื่อนไขความจำเป็นดังนี้

1. ในการบำรุงรักษารถยนต์มักจะมีผลิตภัณฑ์หลายชนิด และเป็นขวดที่มีขนาดและรูปร่างใกล้เคียง ดังนั้น บรรจุภัณฑ์ควรมีการแยกประเภทที่ชัดเจนพอสมควร
2. สามารถจับบรรจุภัณฑ์ได้ถนัด เพื่อการเคลื่อนย้ายหรือเทน้ำยาออกมาใช้
3. สามารถเทน้ำยาออกมาใช้ได้อย่างสะดวกและเหมาะสมกับปริมาณที่ใช้
4. สามารถตั้งได้อย่างมั่นคงไม่ล้มง่าย เพราะขณะใช้หรือเก็บอาจมีอากาศกระแทกโดนอาจทำให้ล้มได้
5. ฝาปิดของผลิตภัณฑ์สามารถป้องกัน ผลิตภัณฑ์จากสิ่งรบกวน ภายนอกได้ และเปิด-ปิดได้สะดวก

ด้านการจำกัดซาก

สามารถย่อยสลายได้ง่ายหรือนำกลับมา RECYCLE ได้ เมื่อต้องการทิ้งบรรจุภัณฑ์แล้ว

4. ด้านการส่งเสริมการขาย (PROMOTION)

4.1 บรรจุภัณฑ์สามารถติดฉลากได้สะดวก และมีพื้นที่พอสมควรในการบอกข้อมูล

4.2 บรรจุภัณฑ์สามารถบอกข้อมูลได้ครบถ้วน

4.3 กราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์มีความน่าสนใจและสามารถจำได้ง่าย



2.5 การวิเคราะห์วัสดุในการผลิตและการพิมพ์

2.5.1 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุที่ผลิตขวด

ในการเลือกใช้วัสดุ จำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงสิ่งต่าง ๆ เช่น ราคา การซึมผ่านของไอน้ำ การทนต่อแรงกระแทก ฯลฯ สำหรับลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาบรรจุลงขวดนั้น เป็นผลิตภัณฑ์น้ำยา บำรุงรักษารถยนต์ ที่มีลักษณะเป็นของเหลว วัสดุที่ใช้ต้องสามารถทนทานต่อการเกิดปฏิกิริยา และการซึมผ่านของไอน้ำ การต้านทานแรงกระแทก โดยแบ่งความต้องการเป็นดังนี้

1. ไม่แตกแตกหรือต้านทานต่อแรงกระแทกสูง เนื่องจากการใช้งานจำเป็นที่จะต้องใช้ขณะมือสั่นหรือเปียก สำหรับผลิตภัณฑ์บางชนิด
2. มีสีทึบหรือขุ่น เนื่องจากผลิตภัณฑ์บางชนิดของ SPED มีสีสรรที่ไม่สวยงาม
3. มีสีใส หรือโปร่งแสงเนื่องจากผลิตภัณฑ์บางชนิดของ SPED มีสีสรรสวยงามและเป็นตัวแข่งชนิดของผลิตภัณฑ์
4. การซึมผ่านของไอน้ำต่ำ
5. ราคาต่ำ

ในการผลิตขวดพลาสติกนั้นมีชนิดของพลาสติกที่นำมาผลิตขวดคือ

1. PE
2. PP
3. PVC
4. PS

ซึ่งแต่ละชนิดจะมีคุณสมบัติแตกต่างกันไป โดยจะมีความเหมาะสมที่แตกต่างกันไปเช่นกัน

2.5.2 การวิเคราะห์ชนิดกระดาษที่ใช้ในการทำกล่อง

กระดาษเป็นวัสดุที่นำมาใช้ในการทำกล่อง โดย กระดาษ ที่เลือกมาใช้ ในการทำกล่องนั้น จะมีคุณสมบัติที่ต้องนำมาพิจารณาคือ

1. สามารถพิมพ์ได้สวยงาม เพราะเป็นผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ ผู้บริโภคนิยมความสะดวกเหมือนใหม่ เงามาม สวยงาม เป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยในการตัดสินใจซื้อ
2. ความแข็งแรงทนทาน เนื่องจากกล่องจะต้องมีหน้าที่ในการคุ้มครองบรรจุภัณฑ์ภายในได้
3. สามารถผลิตได้ง่าย ไม่ยุ่งยากต่อกรรมวิธีการพิมพ์



2.5.3 การวิเคราะห์ระบบการพิมพ์ฉลากและกล่อง

วัสดุที่ใช้ระบบการพิมพ์ฉลากที่คัดเลือกมาเป็นกระดาษ ดังนั้นการเลือกระบบการพิมพ์ที่พิมพ์กระดาษได้ดังนี้ คือ

1. ระบบการพิมพ์เลตเตอร์เพลส จะมีค่าใช้จ่ายที่สูงมีจำนวนการพิมพ์ปริมาณ 2000-3000 ชุด มีภาพประกอบไม่มาก ไม่สามารถพิมพ์ฉลากได้ดี ใช้เวลาในการพิมพ์นาน แต่มีข้อดีที่สามารถทำปั๊มหมุน หรือทองได้
2. ระบบการพิมพ์ออฟเซต เป็นระบบการพิมพ์ที่นิยมทั่วโลก มีราคาถูกสามารถพิมพ์ได้สวยงาม มีความรวดเร็ว มีงานอาร์ตเวิร์คที่ยุ่งยาก สามารถพิมพ์ในกระดาษได้ทุกชนิด
3. ระบบการพิมพ์กราเวียร์เป็นระบบการพิมพ์ที่ใช้อย่างแพร่หลายแต่มีข้อเสียที่ราคาแพง แต่เมื่อพิมพ์เป็นจำนวนมาก ๆ จะมีราคาประหยัดลง จำนวนยอดจึงควรเป็นมากกว่าล้านชิ้นขึ้นไป งานที่ออกมามีความละเอียด สามารถพิมพ์ได้ดีในงานพลาสติกด้วย
4. ระบบการพิมพ์ซิลด์สกรีน ไม่เหมาะกับงานพิมพ์ที่ละเอียด สามารถพิมพ์เป็นจำนวนน้อยได้ เพราะสามารถพิมพ์ด้วยมือได้ ราคาต่อหน่วยสูง

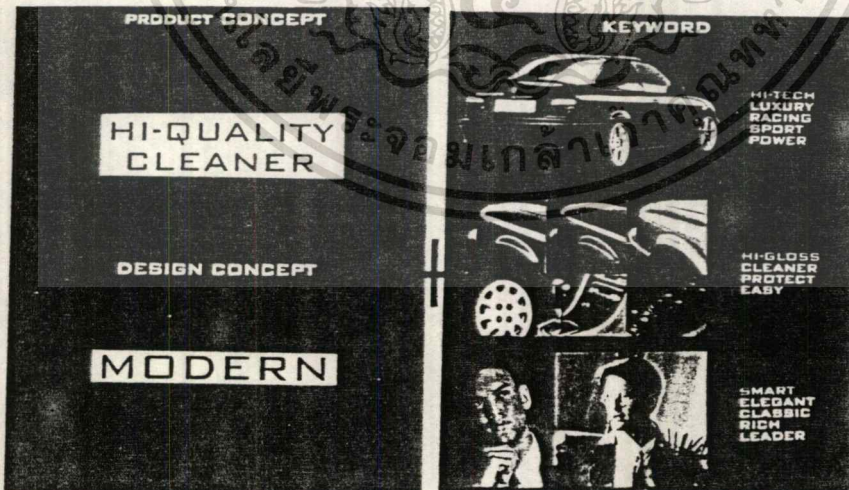
บทที่ 3 การพัฒนาการออกแบบ

จากข้อบกพร่องของผลิตภัณฑ์เดิม คือ ไม่มี IMAGE ที่ชัดเจน ไม่มี CORPORATE IDENTITY และ GRAPHIC ขาดความน่าสนใจ ทำให้ขาดศักยภาพในการขายในตลาด จึงทำการศึกษาจากกลุ่มเป้าหมายพบว่า กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ จะเป็นคนที่มีความสนใจและใส่ใจรถยนต์เป็นพิเศษ ต้องดูดีเสมอ ชอบความเงางามของรถยนต์ ค่อนข้างฟุ่มเฟือย คือจะยอมซื้อของที่มีราคาแพงกว่า เพราะเชื่อว่าจะได้ของที่มีคุณภาพดี จึงได้ตั้ง PRODUCT CONCEPT คือ HI-QUALITY และ DESIGN CONCEPT คือ MODERN จากนั้นจึงเลือกแนวทางการออกแบบมา 3 แนวทาง คือ

1. จากรถยนต์
2. จากตัวผลิตภัณฑ์
3. จากกลุ่มเป้าหมาย

โดยนำแนวทางทั้ง 3 มาสร้าง KEY WORD ต่าง ๆ ดังนี้

8 CONCEPT & KEY WORD



ได้แนวทางการออกแบบมา 3 ALTERNATIVE คือ 1. MODERN + HI-TECH

2. MODERN + HI-GLOSS

3. MODERN + SMART

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับวารใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ซึ่งแนวทางทั้งหมดมาจากความต้องการของกลุ่มเป้าหมายจากรถยนต์ ผลิตภัณฑ์และตัวเอง

การออกแบบ LOGO บนบรรจุภัณฑ์

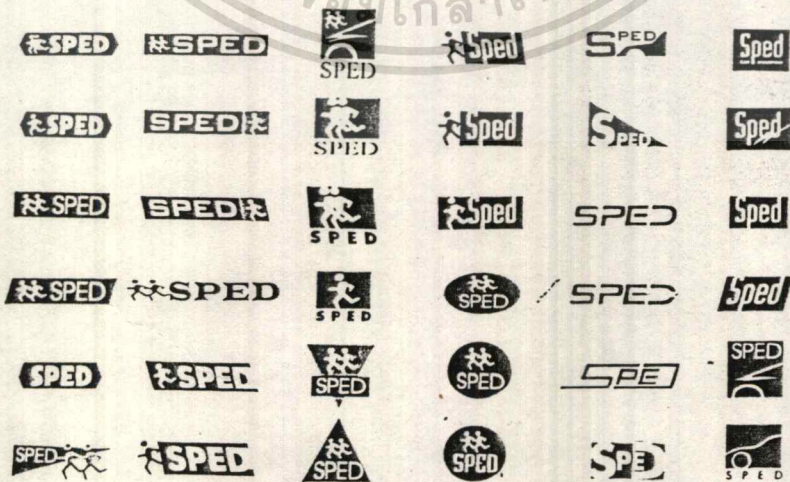
เนื่องจากรูปแบบ LOGO เดิม ไม่สวยงาม ไม่มีความประทับใจและไม่เสริมสร้างภาพพจน์ที่ดีให้สินค้า



รูปแบบ LOGO เดิม

การออกแบบ LOGO นี้ต้องการออกแบบให้สื่อถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ SPED และเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการปรับปรุงยกระดับให้ดีขึ้น ทดเทียมผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเดิมได้รู้สึกว่าคุณภาพที่ดีขึ้น และกลุ่มเป้าหมายใหม่รู้สึกสนใจในผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่ดูแลมีคุณภาพทัดเทียมกับสินค้าต่างประเทศ โดยมีแนวทางการออกแบบ 2 แนวทาง คือ

1. ปรับปรุงจากแบบเดิม
2. เปลี่ยน LOGO ใหม่โดยใช้ชื่อเดิม



ซึ่งการออกแบบจะทำหลายรูปแบบ แล้วนำรูปแบบต่าง ๆ ไปออกแบบควบคู่กับขวดไปเอกสาเพื่อจัดรูปแบบที่เหมาะสมหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

จากนั้นเริ่มทำการ SKETCH โดย SKETCH โครงสร้างขวดไปพร้อมกับกราฟฟิก โดยมี REQUIREMENT คือ

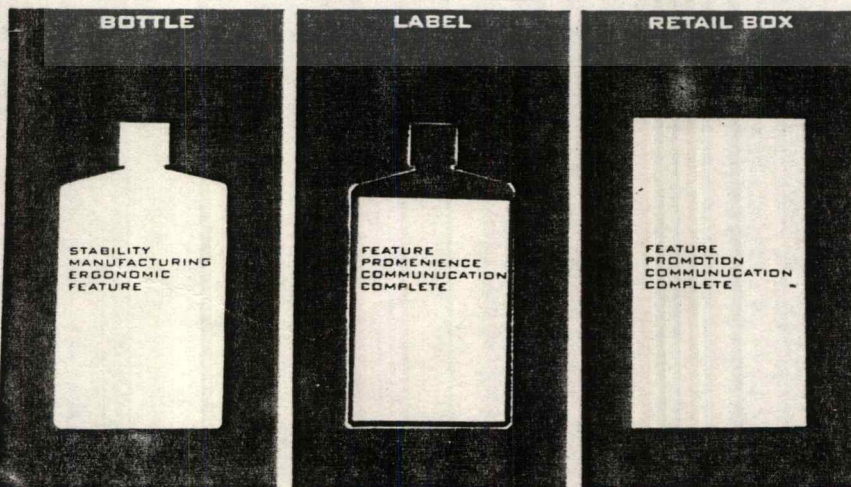
1. เด่น มีเอกลักษณ์ในตัวเอง
2. มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์คู่แข่ง
3. มีการทรงตัวที่ดี
4. สามารถจับถนัด และใช้ได้สะดวกสบาย
5. สามารถผลิตได้ในเทคโนโลยีที่มีอยู่ในปัจจุบัน
6. สามารถสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจได้
7. มีข้อมูลครบถ้วนถูกต้องตามความจริง

ซึ่งมีแนวทางการออกแบบตามที่ได้กำหนดไว้ 3 แนวทาง คือ

1. MODERN + HI-TECH
2. MODERN + HI-GLOSS
3. MODERN + SMART

โดยที่ รูปแบบที่จะ SKETCH ทั้งหมดต้องตรงตาม PRODUCT CONCEPT คือ HI-QUALITY & CLEANER และสามารถตอบสนอง REQUIREMENT ได้ทั้งหมด

9 REQUIREMENT



MODERN + HI-TECH

11 MODERN+HI-TECH

FEATURE
PROMINENCE
STABILITY
ERGONOMIC
MANUFACTURING
COMMUNICATION
COMPLETE



CAR

SPED
CAR
CARE
PRODUCTS

12 MODERN+HI-TECH

FEATURE
PROMINENCE
STABILITY
ERGONOMIC
MANUFACTURING
COMMUNICATION
COMPLETE

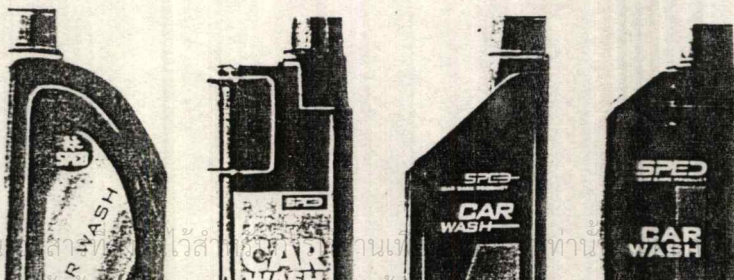


PRODUCT

SPED
CAR
CARE
PRODUCTS

13 MODERN+HI-TECH

FEATURE
PROMINENCE
STABILITY
ERGONOMIC
MANUFACTURING
COMMUNICATION
COMPLETE



SPED
CAR
CARE
PRODUCTS

MODERN + HI-GLOSS

14 MODERN+HI-GLOSS

FEATURE PROMINENCE
STABILITY
ERGONOMIC
MANUFACTURING
COMMUNICATION
COMPLETE

SPED
CAR
WASH
PRODUCTS



COLOR

15 MODERN+HI-GLOSS

FEATURE PROMINENCE
STABILITY
ERGONOMIC
MANUFACTURING
COMMUNICATION
COMPLETE

SPED
CAR
WASH
PRODUCTS



CAR

PRODUCT

16 MODERN+HI-GLOSS

FEATURE PROMINENCE
STABILITY
ERGONOMIC
MANUFACTURING
COMMUNICATION
COMPLETE

SPED
CAR
WASH
PRODUCTS



MODERN + SMART

FEATURE
PROMINENCE
STABILITY
ERGONOMIC
MANUFACTURING
COMMUNICATION
COMPLETE

SPED
CAR
CARE
PRODUCTS

17 MODERN+SMART

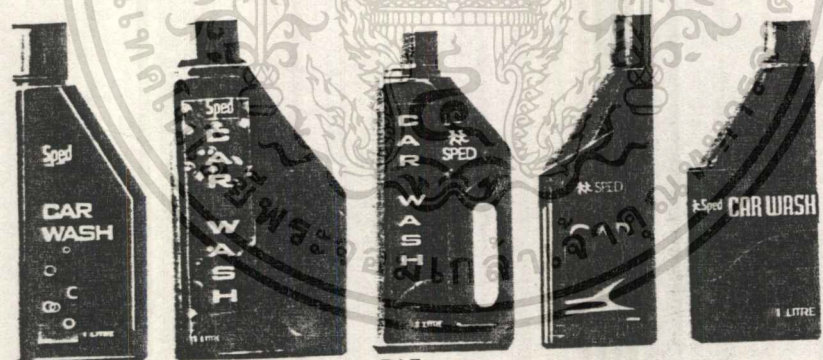


COLOR

18 MODERN+SMART

FEATURE
PROMINENCE
STABILITY
ERGONOMIC
MANUFACTURING
COMMUNICATION
COMPLETE

SPED
CAR
CARE
PRODUCTS



PRODUCT

CAR
PRODUCT

CAR

19 MODERN+SMART

FEATURE
PROMINENCE
STABILITY
ERGONOMIC
MANUFACTURING
COMMUNICATION
COMPLETE

SPED
CAR
CARE
PRODUCTS



จากนั้นเลือกแบบของแต่ละ ALTERNATIVE ที่ตรงกับ CONCEPT และ REQUIREMENT มาพัฒนาโดยการสร้าง CORPORATE IDENTITY และปรับปรุงกราฟิกให้ชัดเจนขึ้น

20 MODERN+HI-TECH



DEVELOPMENT

MODERN + HI-TECH

21 MODERN+HI-GLOSS



DEVELOPMENT

MODERN + HI-GLOSS

22 MODERN+SMART

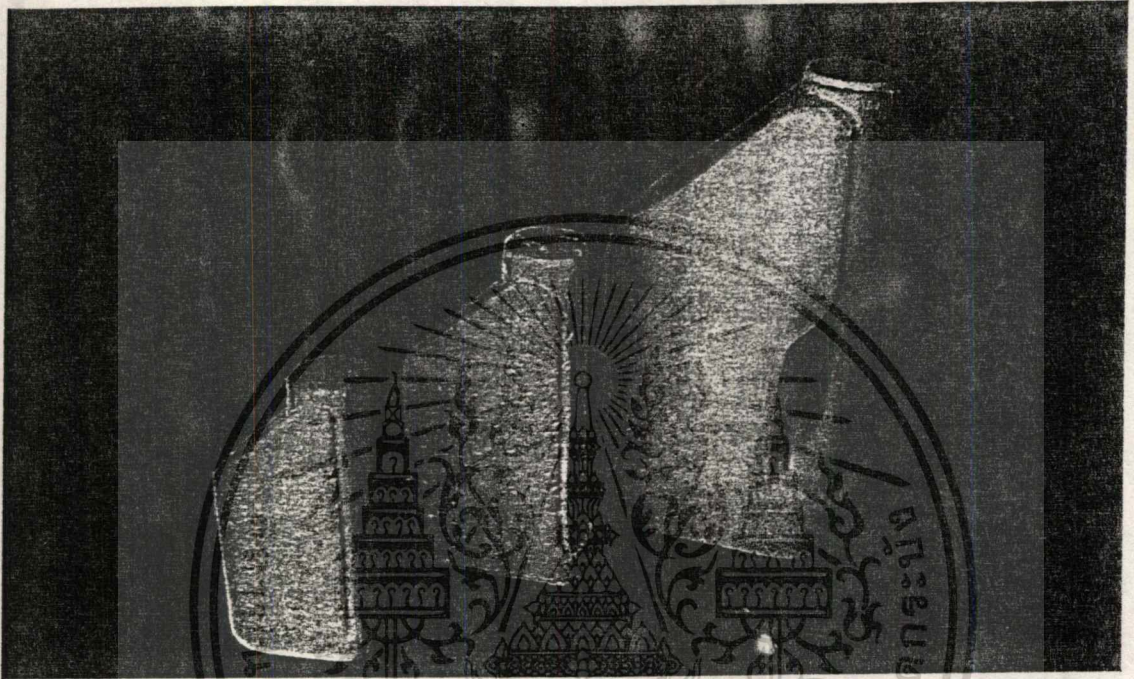


DEVELOPMENT

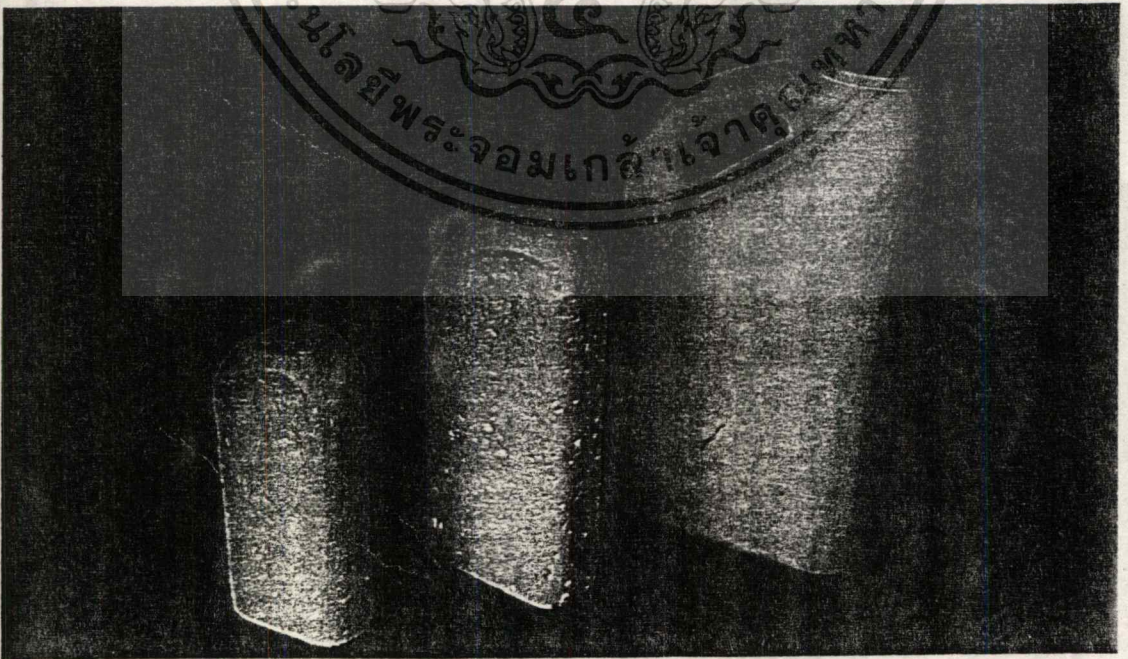
MODERN + SMART

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

จากนั้นได้นำแบบทั้ง 3 มาทำ MODEL STUDY เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางด้าน
โครงสร้างด้านต่าง ๆ

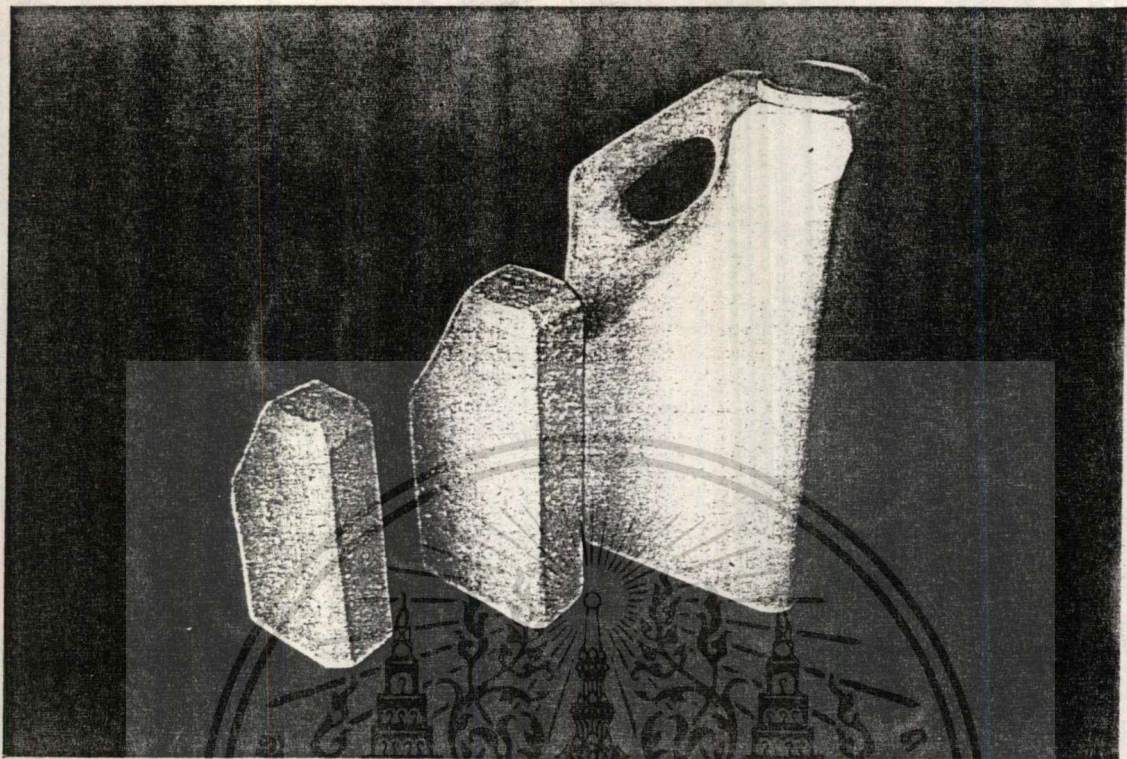


MODERN + HI-TECH



MODERN + HI-GLOSS

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า



จากนั้น เลือกแบบที่ตรงกับ REQUIREMENT และ CONCEPT มากที่สุด มาทำ SHELF IMPACT เพื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

24 PRODUCT HIGH



คู่แข่งในตลาดระดับบน

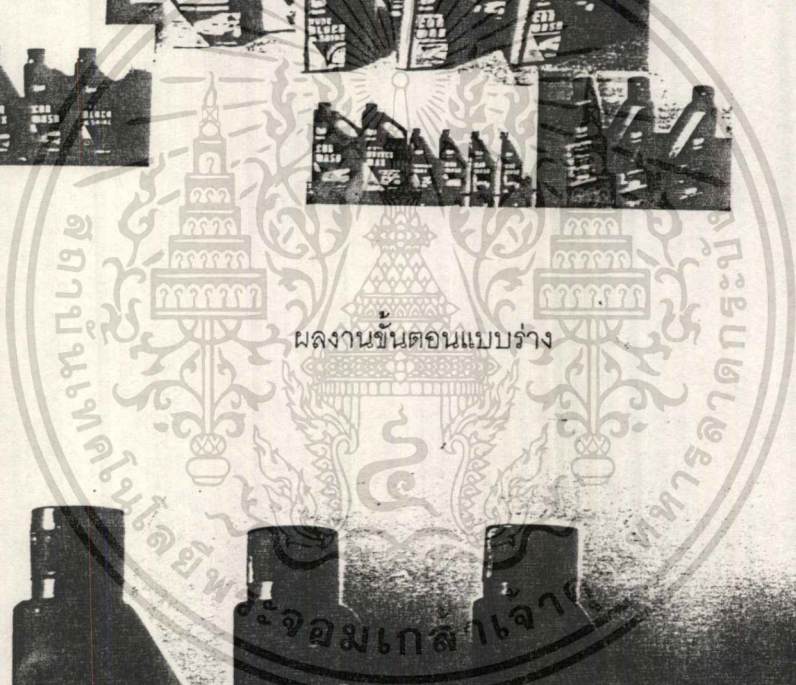
23 PRODUCT LOW



Sped
CAR CARE PRODUCTS

FEATURE
PROMINENCE
STABILITY
ERGONOMIC
MANUFACTURING
COMMUNICATION
COMPLETE

SPED
CAR
CARE
PRODUCTS



ผลงานขั้นตอนแบบร่าง



CARNUBA
**CAR
WAX**

SPECIAL
**CAR
WASH**

TYRE
**BLACK
& SHINE**

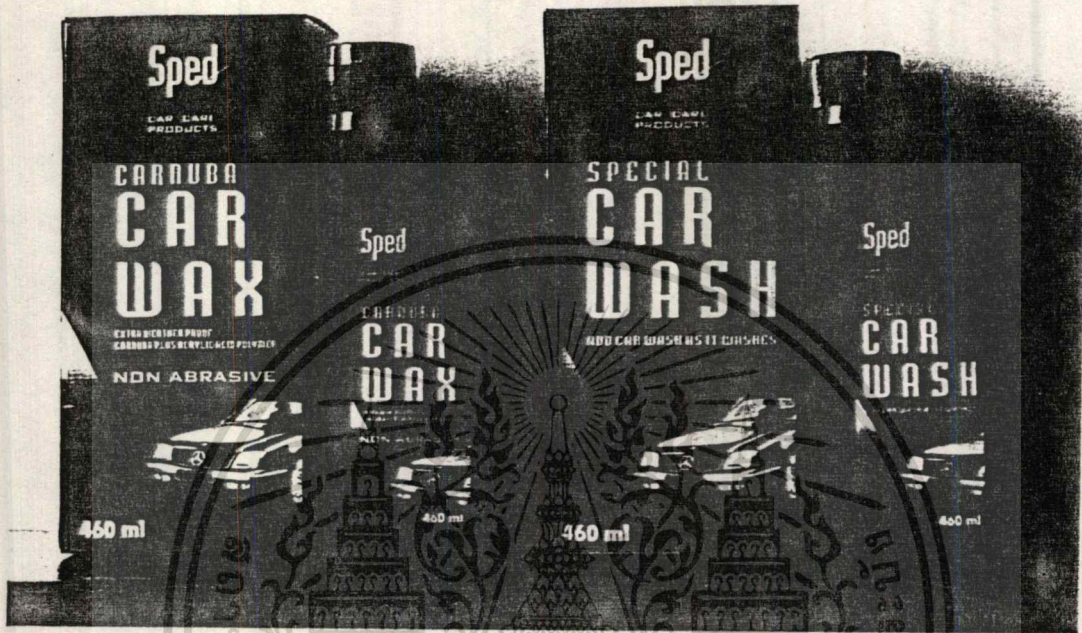
460 ml

460 ml

460 ml

ภาพ CARNUBA CAR WAX, SPECIAL CAR WASH, TYRE BLACK & SHINE

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานขนาดบรรจุ 460 ml. ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า



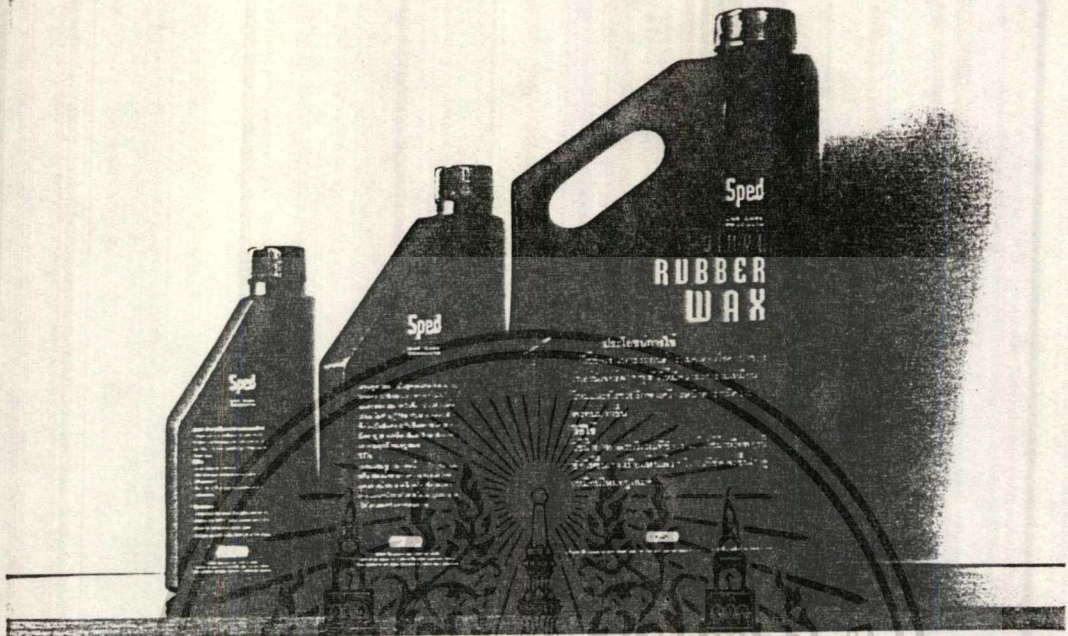
ภาพ CARNUBA CAR WAX, SPECIAL CARWASH พร้อมกล่อง RETAIL BOX





ภาพ SILICONE CAR WASH สีแดงและเขียว ขนาดบรรจุ 1 ลิตร



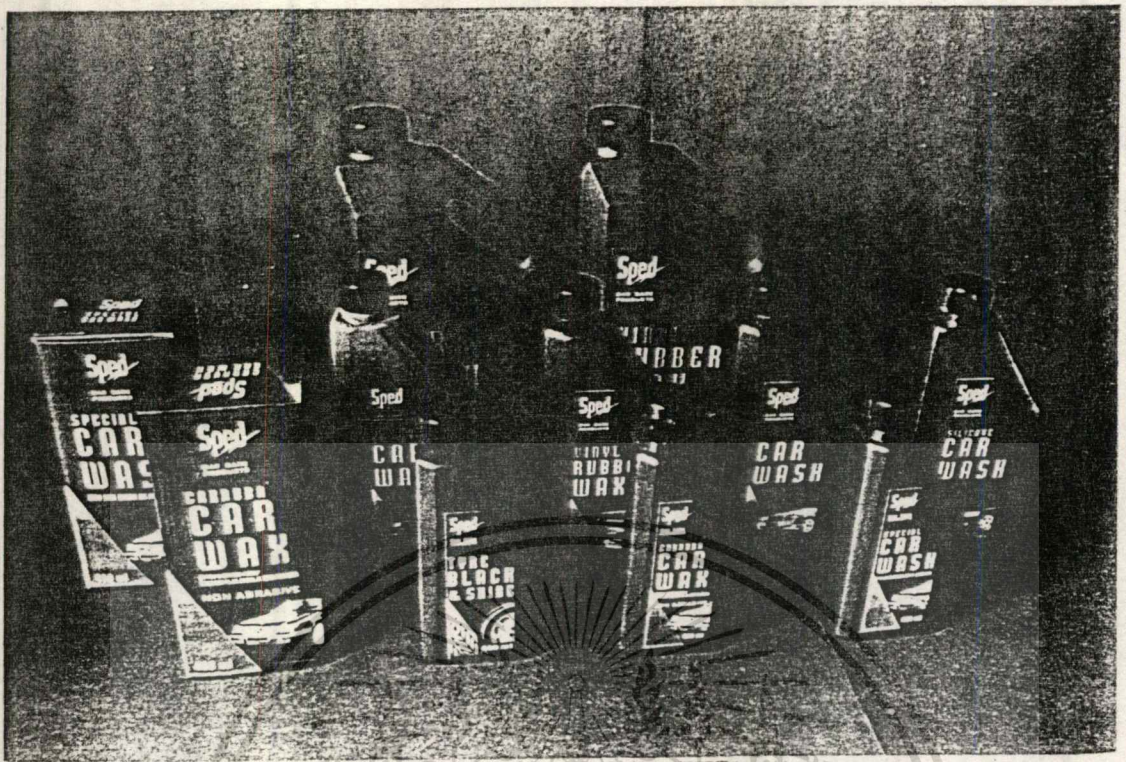


ภาพแสดงการวางกราฟฟิกด้านหลังบนฉลากของขวดทั้ง 3 ขนาด



ภาพแสดงกราฟฟิกที่ต่อเนื่องของด้านหน้าและด้านหลังของ RETAIL BOX

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า



ภาพแสดงผลงานในชั้นแบบร่าง



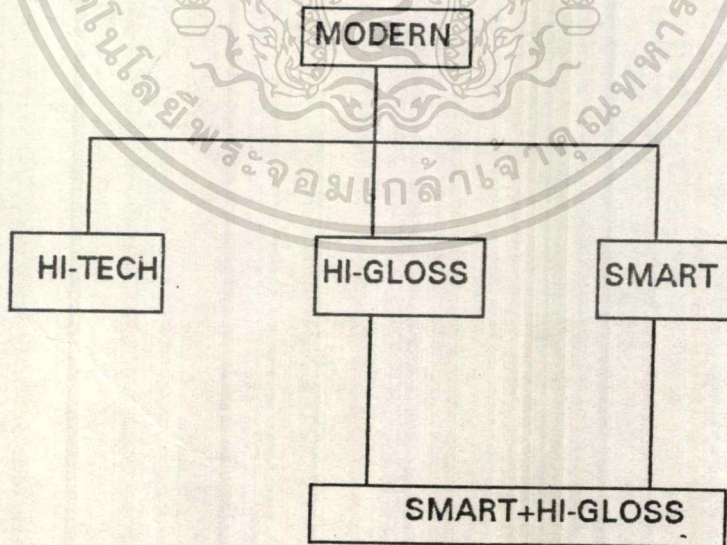
บทที่ 4 ผลงานการออกแบบ

ข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการจากขั้นตอนแบบร่าง

1. รูปแบบโดยรวมดูคล้ายน้ำมันเครื่อง
2. กราฟฟิกมีจุดเด่นหลายจุดมากเกินไป
3. ปรับปรุงรถยนต์ที่ใช้เป็นกราฟประกอบบนกราฟฟิก
4. การแยกชนิดยังไม่ชัดเจน
5. บนฉลากของผลิตภัณฑ์บางชนิดควรมีภาษาไทยประกอบ
6. ศึกษาทางด้านกรออกแบบโครงสร้างในแนวทางเจาะลึกทางด้าน

หน้าที่ใช้สอยต่าง ๆ

จากข้อเสนอแนะจึงเริ่มพัฒนาแบบจาก CONCEPT เดิมคือ MODERN ในแนวทาง HI-GLOSS เข้าไปโดยพิจารณาจากความต้องการของผู้บริโภค ที่ต้องการให้รถยนต์ เงามามและสะอาดจากผลิตภัณฑ์ที่ใช้ โดยออกแบบทั้งหมดต้องตอบสนองความต้องการให้ได้มากที่สุด



REQUIREMENT

--FEATURE

--PROMINIENCE

-MANUFACTURING

-STABILITY

-PROMOTION

COMMUNICATION

ผลงานขั้นพัฒนาแบบ

เริ่มทำการพัฒนาแบบโดยเริ่มจากการปรับปรุงกราฟฟิกในแนวทาง SMART + HI - GLOSS

- ปรับแถบสีแยกชนิดให้ลดความเด่นลงและไม่รบกวนส่วนอื่น ๆ
- เปลี่ยนรูปโดยเลือกรูปรถที่เป็นกลางแต่แสดงความเงางามได้ดี
- ปรับตัวอักษร บอกรชนิด

ภาพงานพัฒนากราฟฟิก

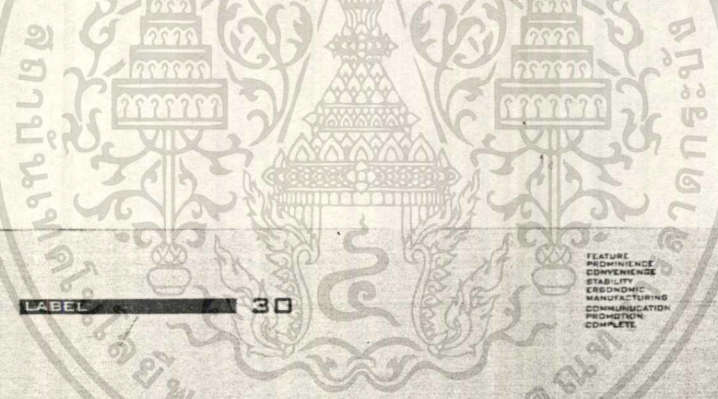


LABEL 29

FEATURE
PROMINENCE
CONVENIENCE
STABILITY
ERGONOMIC
MANUFACTURING
COMMUNICATION
PROTECTION
COMPLETE



DEVELOPMENT



LABEL 30

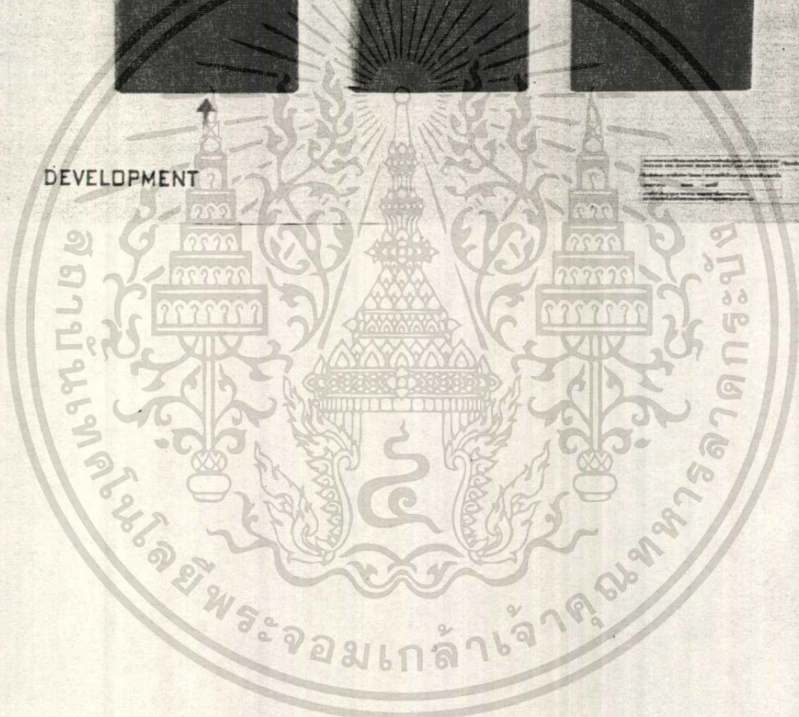
FEATURE
PROMINENCE
CONVENIENCE
STABILITY
ERGONOMIC
MANUFACTURING
COMMUNICATION
PROTECTION
COMPLETE



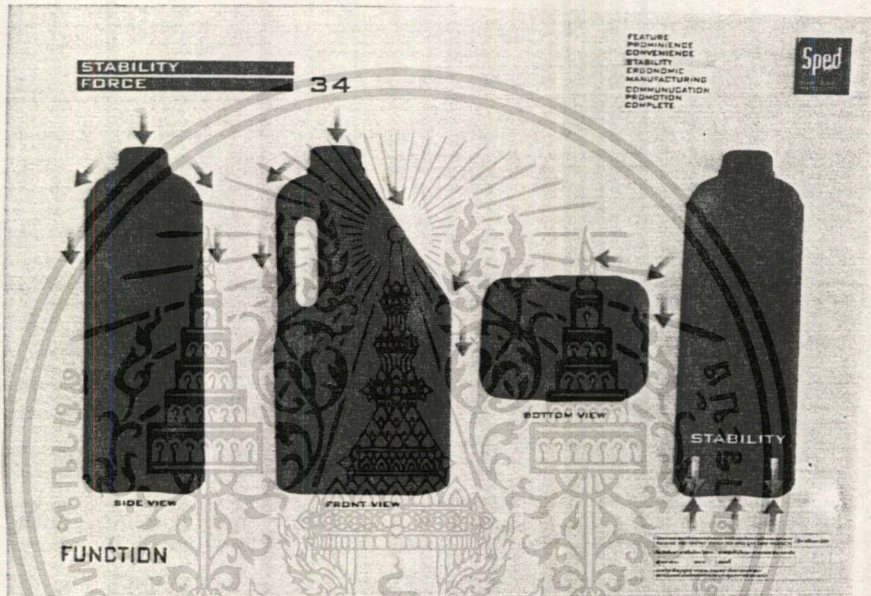
DEVELOPMENT

พัฒนาโครงสร้างโดยพิจารณาจาก FUNCTION ต่าง ๆ ในแนวทาง SMART HI - GLOSS การพัฒนาต้องตอบสนอง REQUIREMENT ต่างๆ ได้ดี ภาพงานพัฒนาโครงสร้าง

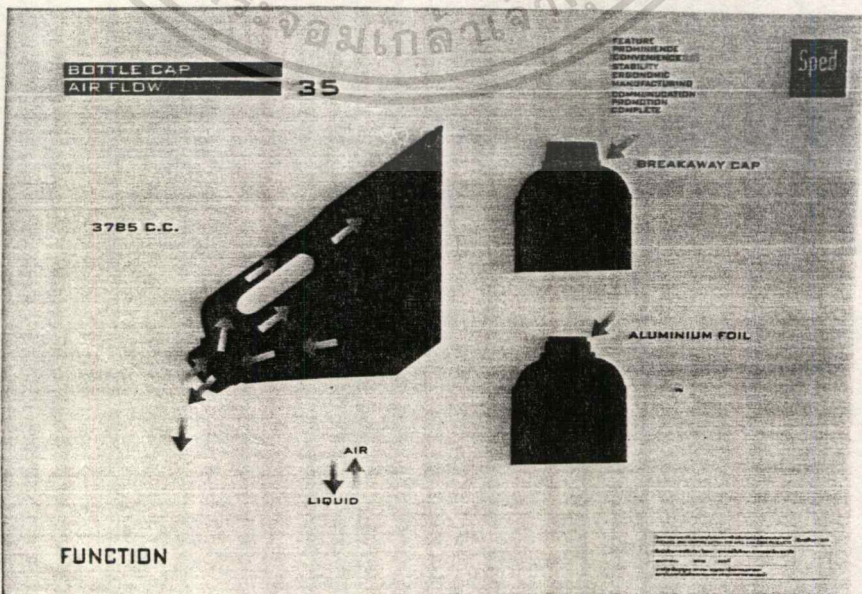




จากการพัฒนาโครงสร้างได้เลือกแบบที่ตอบสนอง REQUIREMENT ได้ดีที่สุด โดยมี FUNCTION ต่าง ๆ ของโครงสร้างที่เลือกมา



แสดงการรับแรงจากด้านบนและด้านข้าง



POUR
ERGONOMIC 36

FEATURE
PROMINENCE
CONVENIENCE
STABILITY
ERGONOMIC
MANUFACTURING
COMMUNICATION
PRODUCTION
COMPLETE

Sped

WRIST ANGLE 155° 80° 40°

LIQUID

GOOD
FAIR
POOR

FUNCTION

แสดงการตอบสนอง FUNCTION ด้าน ERGONOMIC

STACK
TRANSPORTATION 37

FEATURE
PROMINENCE
CONVENIENCE
STABILITY
ERGONOMIC
MANUFACTURING
COMMUNICATION
PRODUCTION
COMPLETE

Sped

3785 C.C. 1000 C.C. 460 C.C.

2X3 3X5 4X6

≈ 33X33 CM

FUNCTION

VOLUMN CHECK 38

16.0*12.7*11.6 = 2264 A
 11.0*4.2*11.6 = 526 B
 10.5*8*2.2*11.6 = 557 C
 3.0*12.2*11.6 = 418 D
 2.0*16.4*4.0 = 131 E
 2.0*16.4*7.6 = 242 F
 4.4*4.2*3.8 = 70 G
 3.0*4.0*4.0 = 32 H
 A+B+C+D+E+F+G+H = 4256 ML

FEATURE
 PERFORMANCE
 CONVENIENCE
 STABILITY
 ECONOMIC
 MANUFACTURING
 COMMUNICATION
 PRODUCTION
 COMPLETE



3785 C.C.



1000 C.C.



460 C.C.

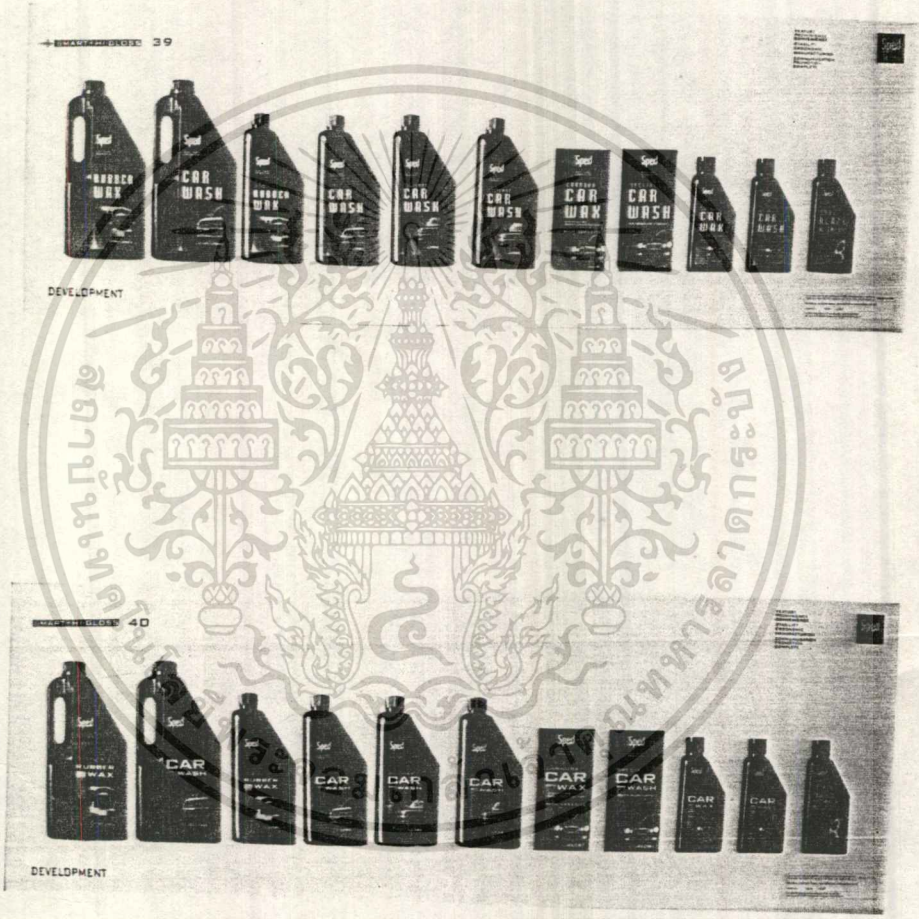
11.0*12.1*6 = 808 A
 10.5*5.6*0.3*6 = 126 B
 5.4*9.2*6.0 = 301 C
 A+B+C = 1175 ML

8.5*9.0*9.5 = 420 A
 10.5*4.0*7.5*5.5 = 77 B
 4.4*7.5*5.5 = 185 C
 A+B+C = 662 ML

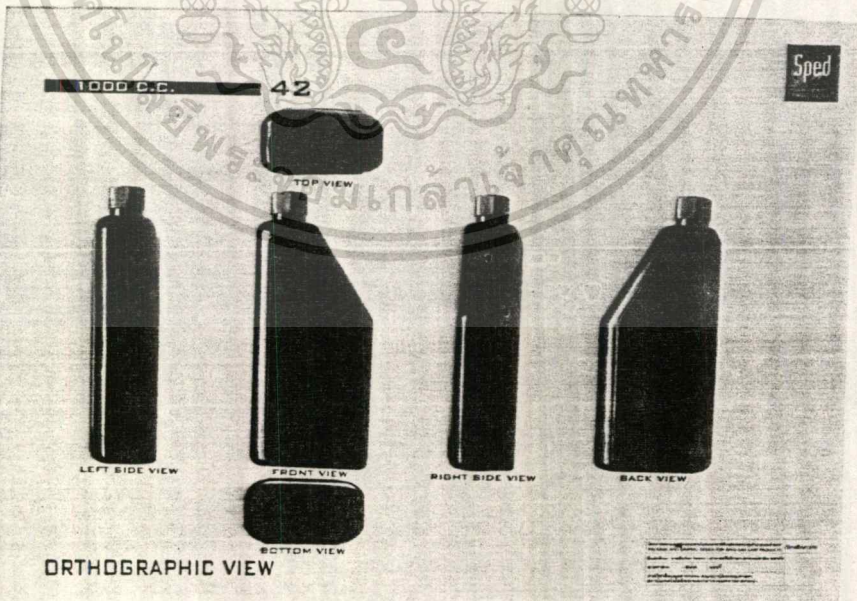
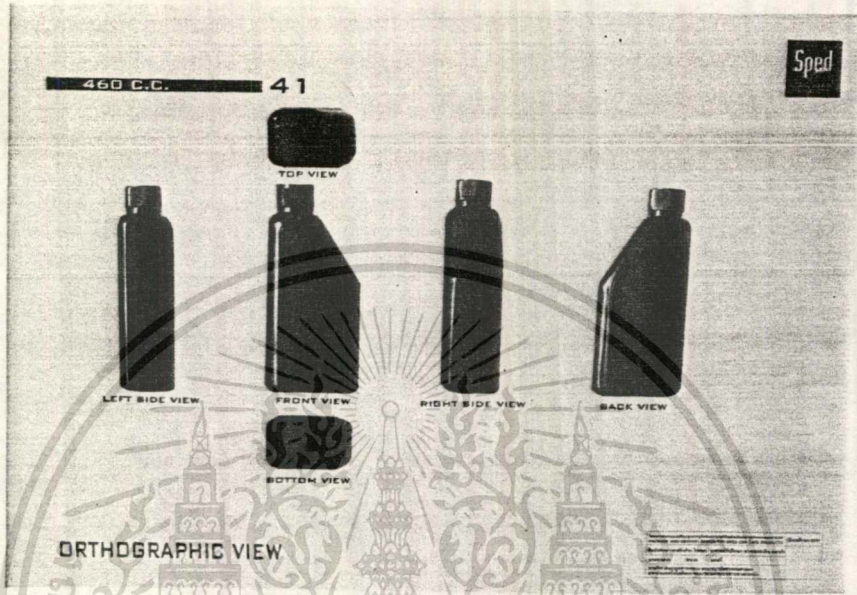
FUNCTION

ภาพการแสดงตรวจวัดปริมาตรบรรจุของขวดขนาดต่างๆ

จากโครงสร้างที่เลือกนำมาพัฒนาต่อรวมกับกราฟฟิกที่เลือกไว้ 2 แบบ โดยทำการสร้าง CORPORATE IDENTITY ทั้ง 2 ชุด

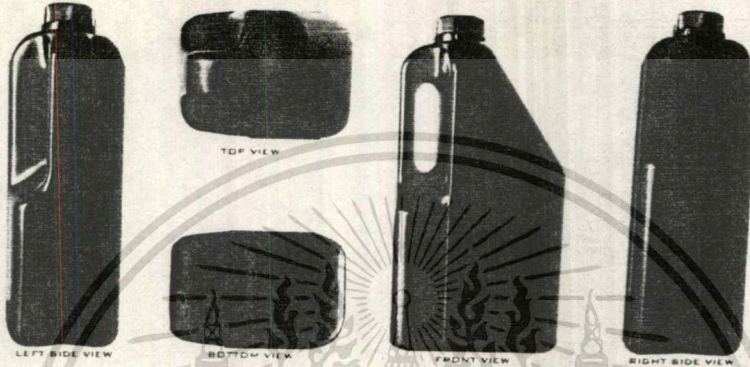


ภาพการแสดงรูปด้านต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดและขนาด



3785 C.C.

43



ORTHOGRAPHIC VIEW

TYRE BLACK&SHINE
CARNUBA CAR WAX
SPECIAL CAR WASH

44



SPECIAL CAR WASH

CARNUBA CAR WAX

TYRE BLACK&SHINE



ORTHOGRAPHIC VIEW

VINYL RUBBER WAX
SILICONE CAR WASH
CAR WASH

45



CAR WASH

SILICONE CAR WASH

VINYL RUBBER WAX



ORTHOGRAPHIC VIEW

VINYL RUBBER WAX
CAR WASH

46



CAR WASH

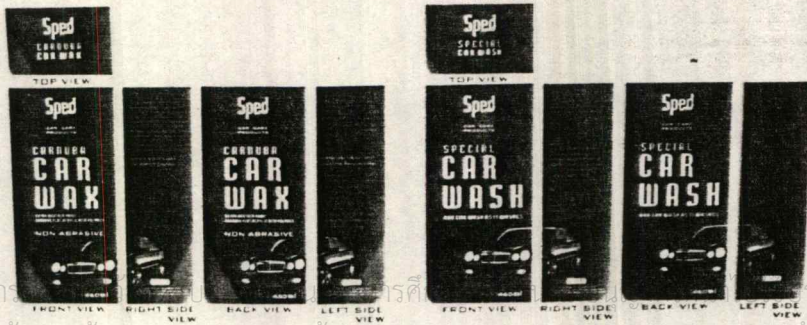
VINYL RUBBER WAX



ORTHOGRAPHIC VIEW

RETAIL BOX

47



ภาพแสดงการทดสอบวางเทียบกับผลิตภัณฑ์คู่แข่ง

23 PRODUCT LOW



SHELF IMPACT

SPED CAR CARE PRODUCTS

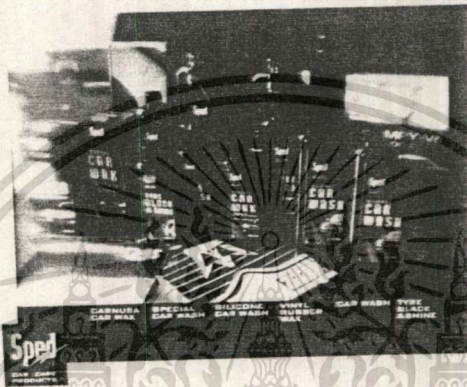
24 PRODUCT HIGH



SHELF IMPACT

SPED CAR CARE PRODUCTS

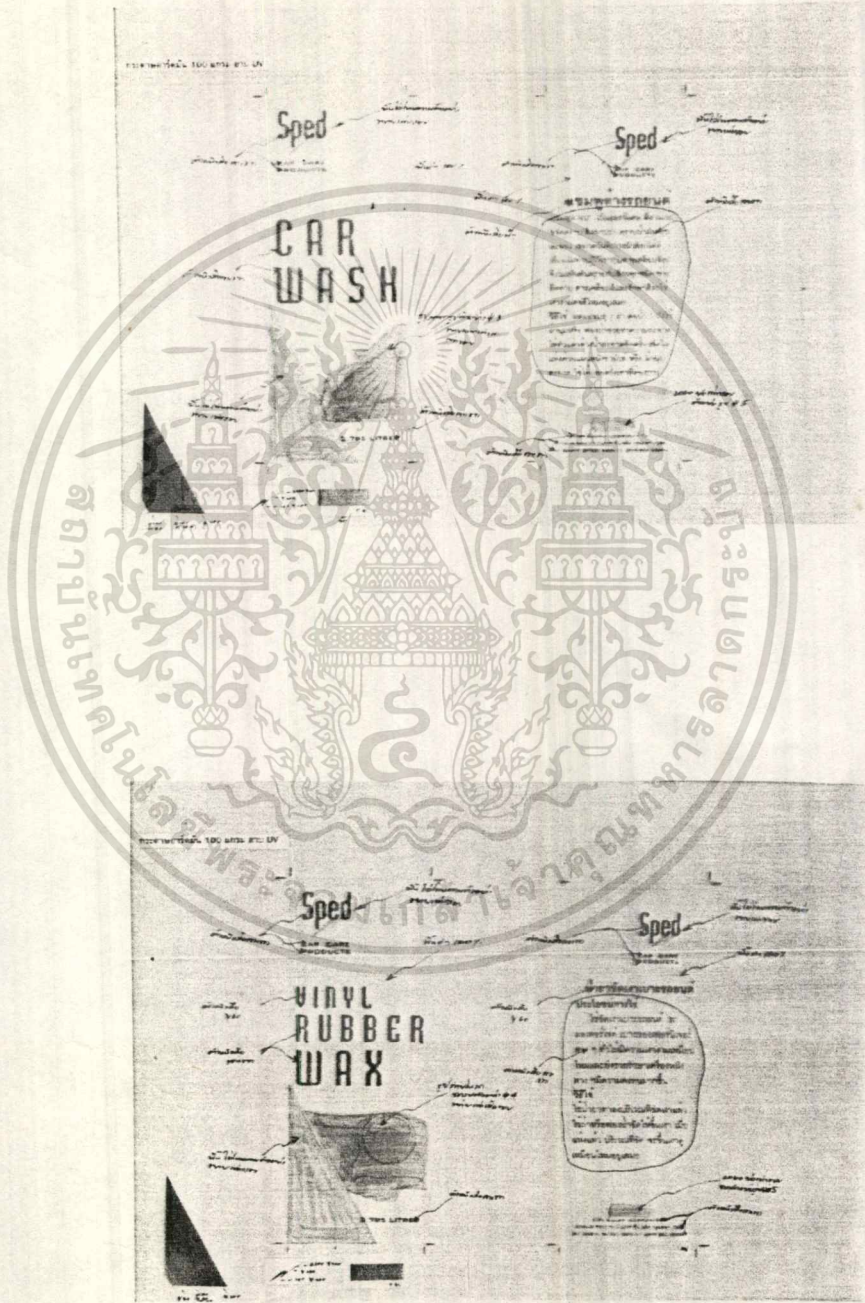
ภาพลักษณ์โดยรวมของผลิตภัณฑ์และภาพโฆษณาในนิตยสาร

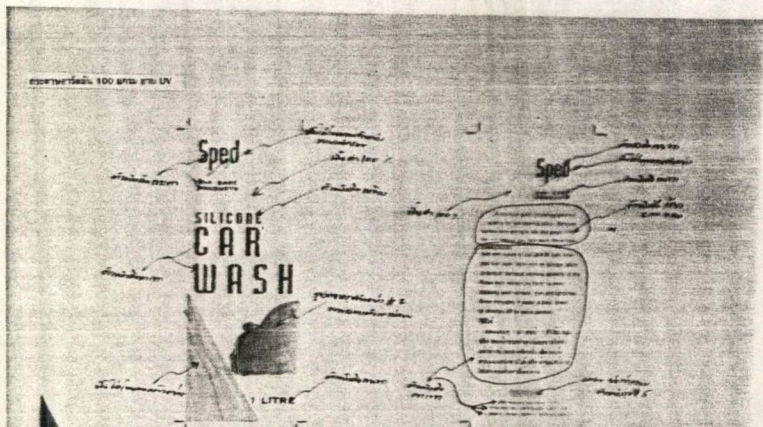
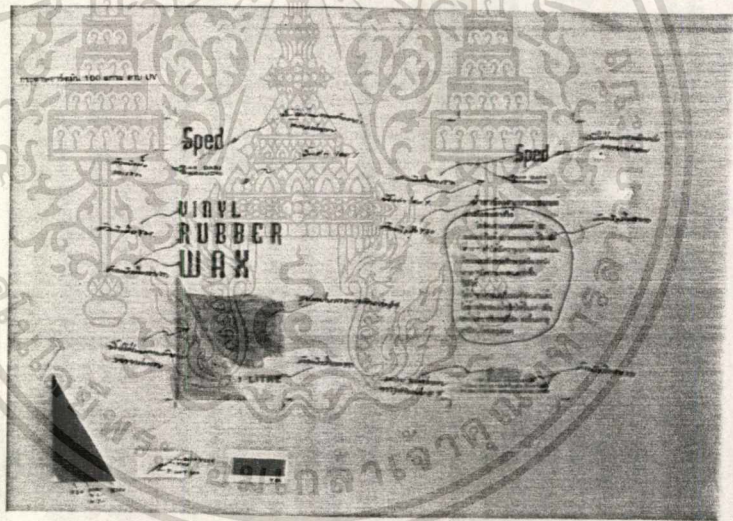
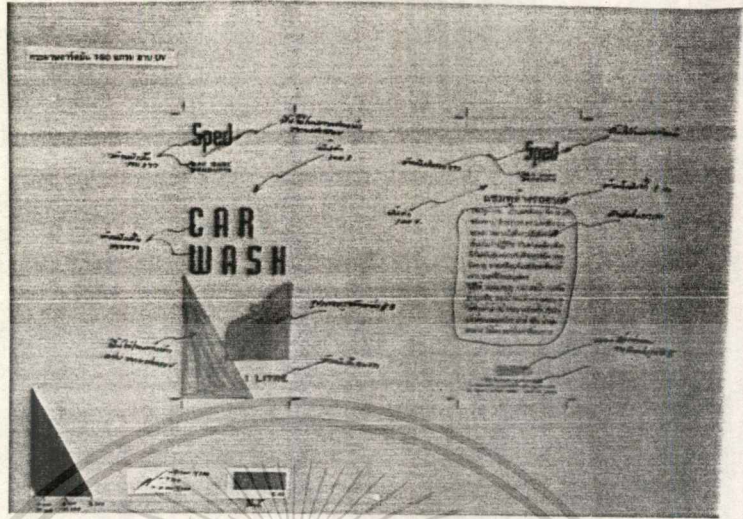


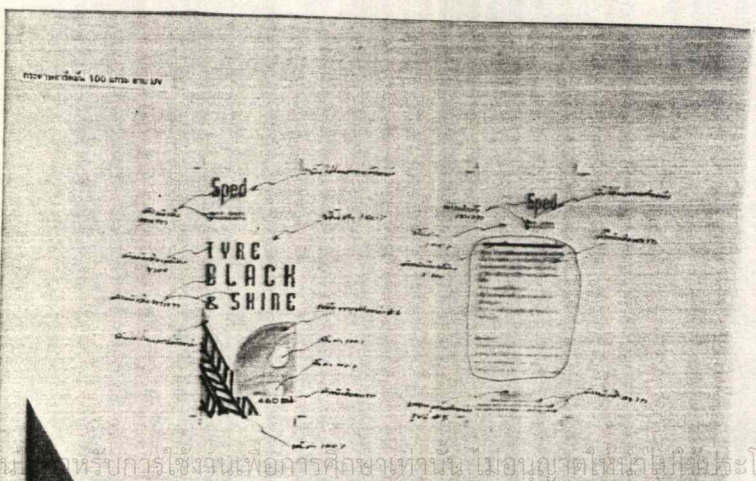
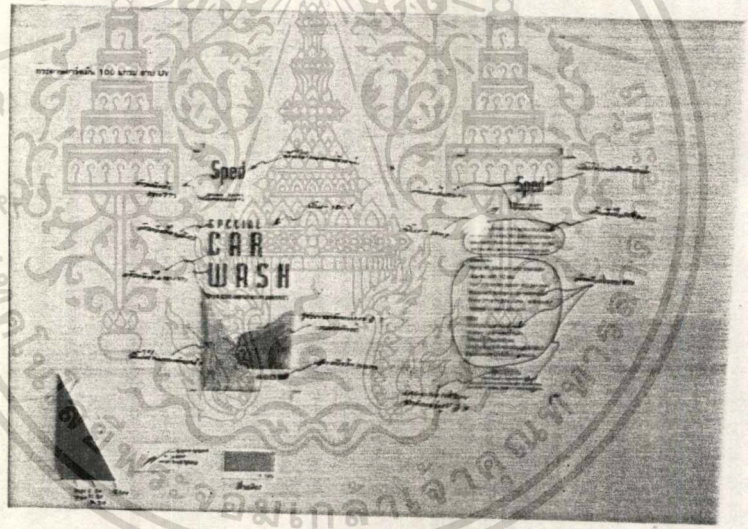
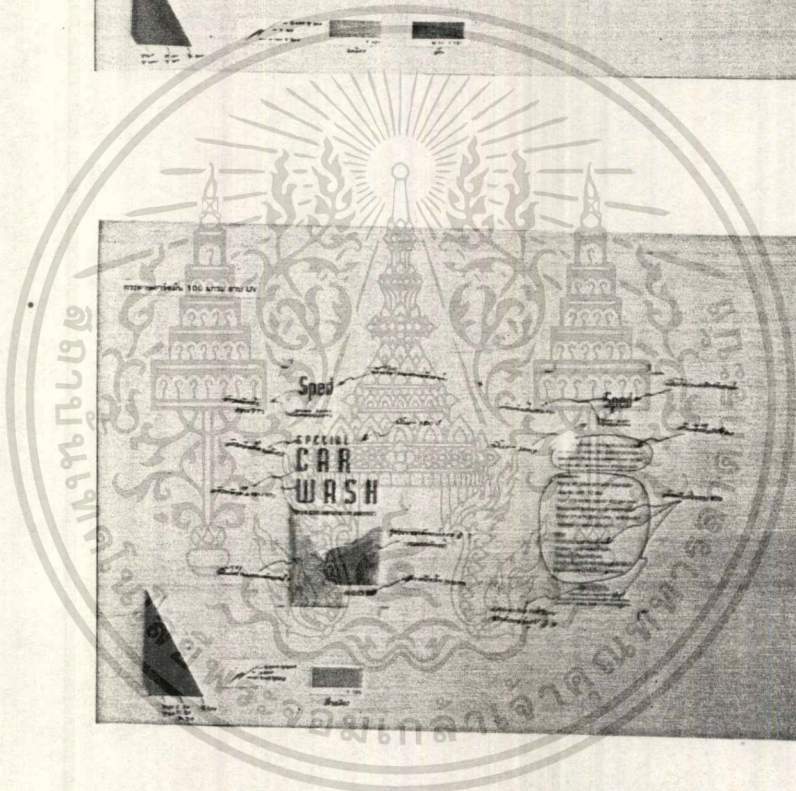
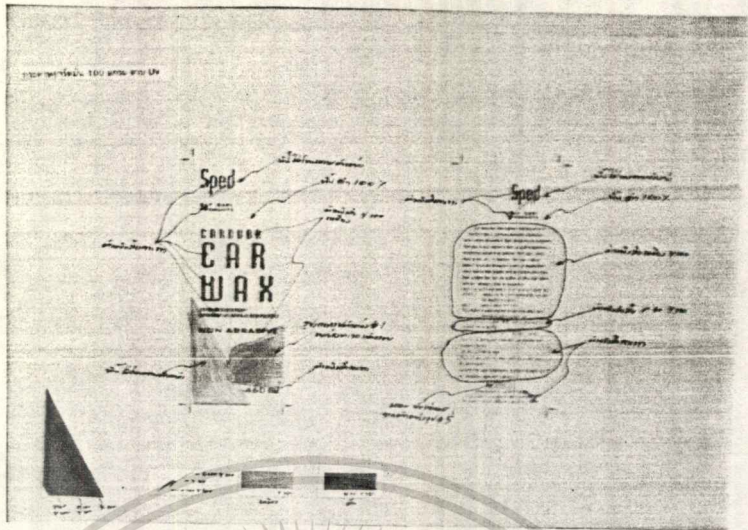
MAGAZINE ADS.

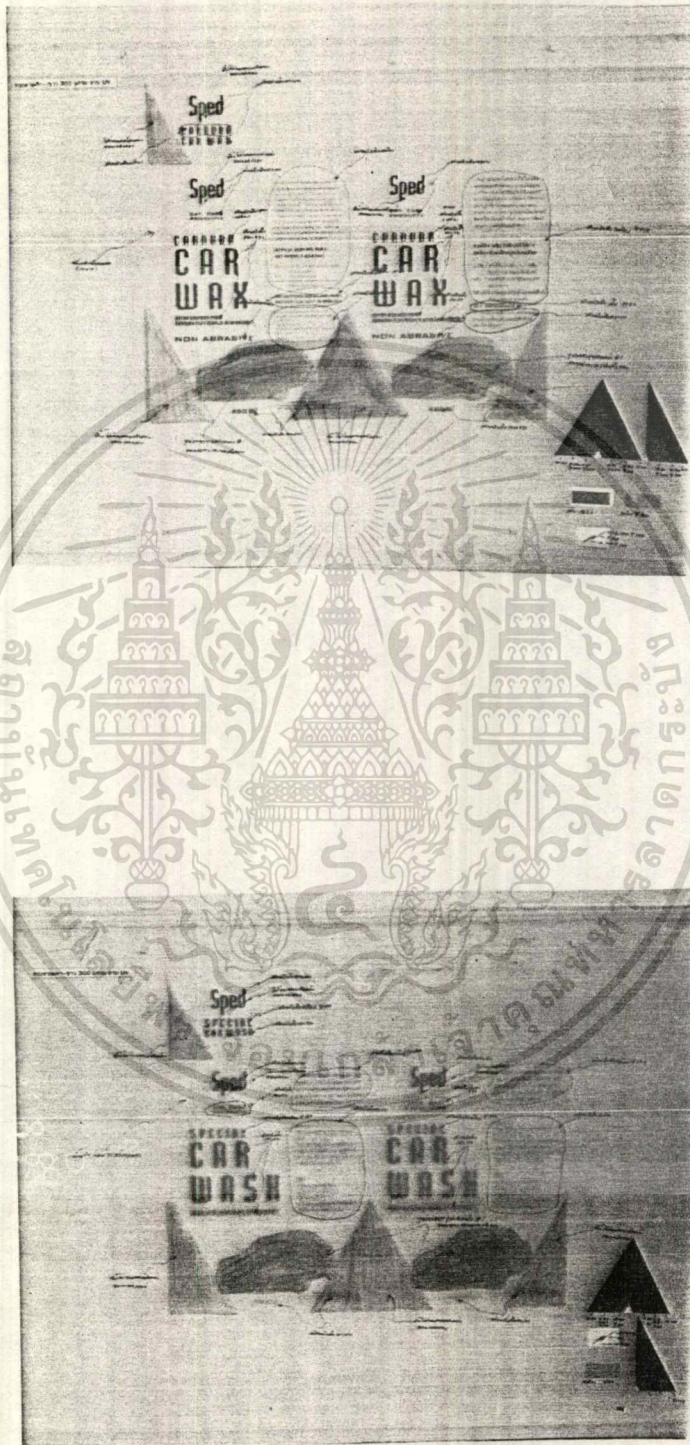


ผลงานขั้นตอน ARTWORK

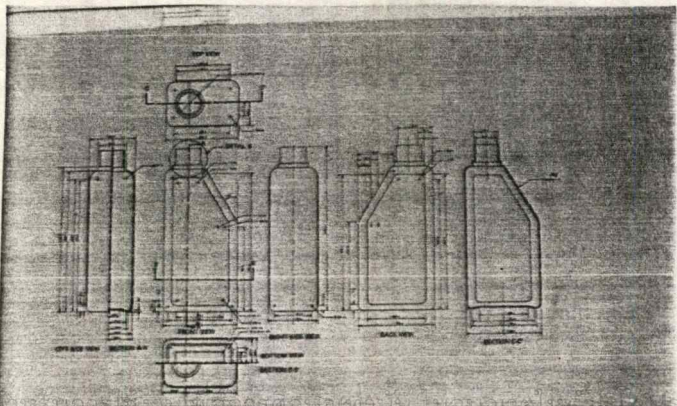
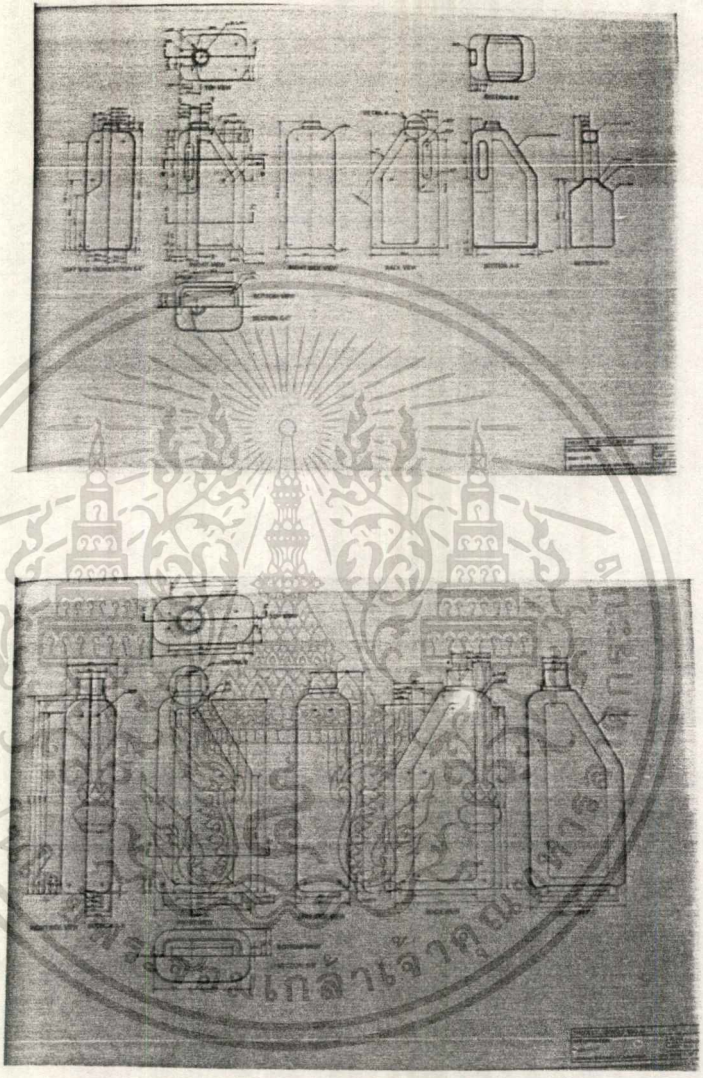


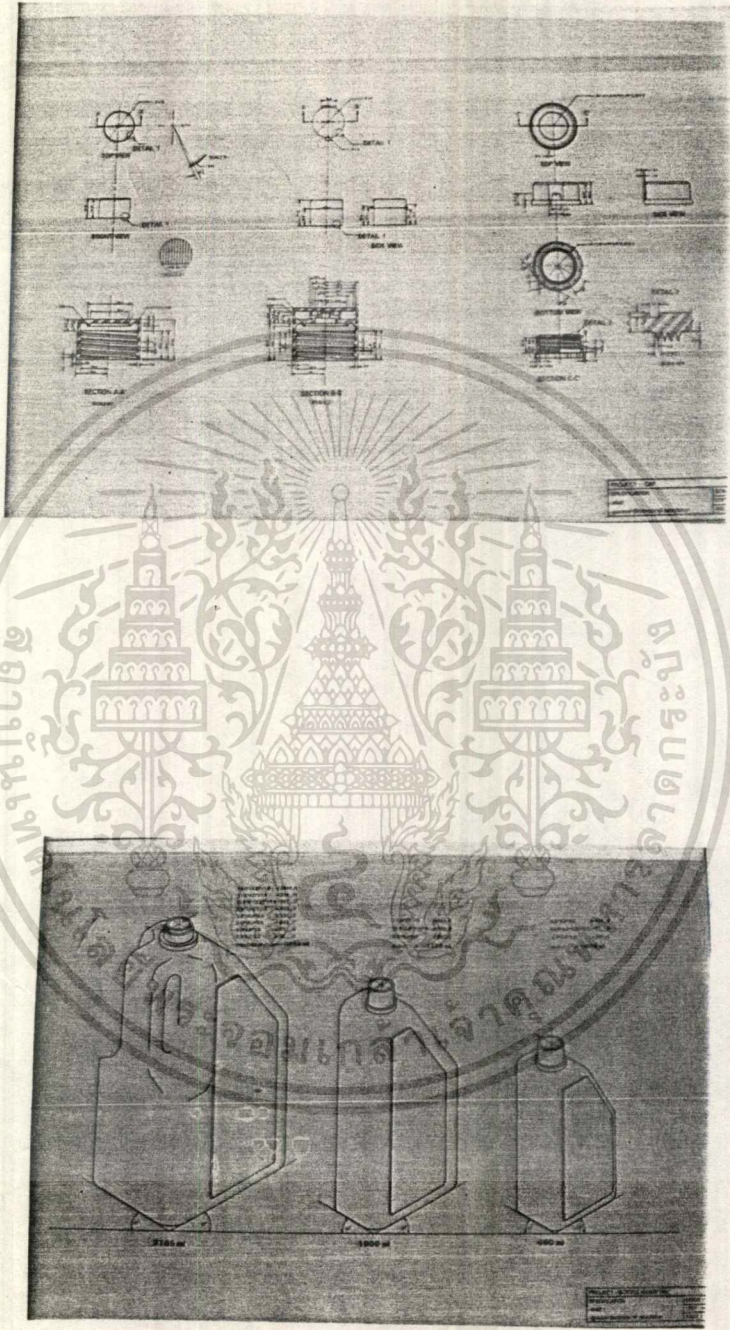


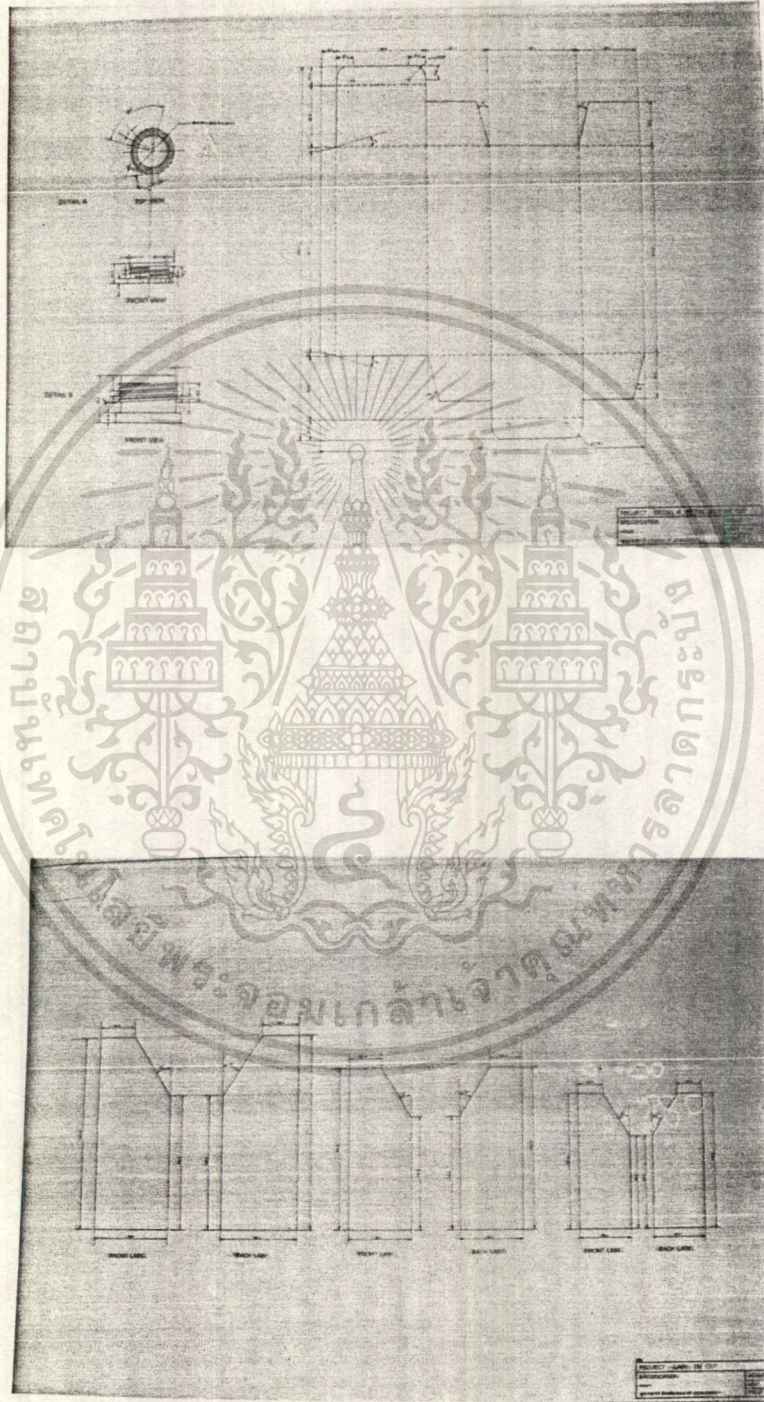




ผลงานขั้นตอนเขียนแบบและ DIE CUT







ภาพผลงานการออกแบบขั้นสุดท้าย

ผลิตภัณฑ์ขนาด 3,785 มิลลิลิตร

-CAR WASH

-VINYL RUBBER WAX



ผลิตภัณฑ์ขนาด 1,000 มิลลิลิตร

-CAR WASH

-VINYL RUBBER WAX

-SILICONE CAR WASH



ผลิตภัณฑ์ขนาด 460 มิลลิลิตร พร้อมกล่อง RETAIL BOX

- CARNUBA CAR WAX
- SPECIAL CAR WASH
- TYRE BLACK & SHINE



ภาพแสดงการวางกราฟฟีกด้านหลังขวดแต่ละขนาด



ผลงานการออกแบบทั้งหมด



บทที่ 5 สรุปผลการออกแบบ

ทางด้านบรรจุกภัณฑ์

- 1.สามารถส่งเสริมคุณค่าของผลิตภัณฑ์และสร้างความเชื่อถือให้กับผู้บริโภคได้
- 2.สามารถสร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้าตลอดจนทำให้ผู้บริโภคเกิดความทรงจำในสินค้าได้
- 3.ช่วยให้การลงทุนเกี่ยวกับบรรจุกภัณฑ์นั้นให้คุ้มค่ายิ่งขึ้น เพื่อบรรจุกภัณฑ์สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพดีจนถึงมือผู้บริโภค และยังมีส่วนช่วยในการส่งเสริมการขายให้ดียิ่งขึ้น

ทางด้านโครงสร้าง

- 1.สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพดีจนถึงมือผู้บริโภค
- 2.สามารถอำนวยความสะดวกทางด้านต่างๆ ให้ดีขึ้น
- 3.สามารถสร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้าได้

ทางด้านกราฟฟิก

- 1.สามารถสื่อความหมายของผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคได้ครบถ้วน
- 2.สามารถส่งเสริมคุณค่าของผลิตภัณฑ์และสร้างความเชื่อถือให้กับผู้บริโภค
- 3.สามารถสร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้าตลอดจนทำให้ผู้บริโภคเกิดความทรงจำในตัวสินค้า

ข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการ

1. ภาพรวมยังคงมีรูปแบบที่คล้ายน้ำมันเครื่องและยังคงติดอยู่กับรูปแบบเดิม
2. ผลิตภัณฑ์ประเภทแชมพูมีหลายชนิดยังไม่สามารถแยกประเภทได้ชัดเจน
3. ฉลากควรมีภาษาไทยและอังกฤษที่เท่ากันหรือมีความหมายเดียวกัน
4. ผลิตภัณฑ์ประเภทแชมพูเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการแข่งขันค่อนข้างสูงจึงควรทำให้โดดเด่นกว่านี้
5. การกระจายน้ำหนักยังมีจุดอ่อนและสามารถพัฒนาได้ดีกว่านี้
6. วิธีการทำงานยังไม่หลากหลายทางด้านรายละเอียดยังไม่ชัดเจนพอ

ข้อเสนอแนะจากผู้ทำวิทยานิพนธ์

1. การศึกษาค้นคว้ายังไม่เจาะลึกพอ
2. กราฟฟิคน่าจะมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์มากกว่านี้
3. การใช้สีดำเป็นสีหลักอาจทำให้คล้ายผลิตภัณฑ์ตราอื่น



บรรณานุกรม

ประชิด ทิณบุตร . การออกแบบบรรจุภัณฑ์ . พิมพ์ครั้งที่ 1 . กรุงเทพฯ . สำนักพิมพ์ โอ.เอส.
พรินติ้งเฮาส์ .2531.

เอกสารประกอบการเรียนการสอน . อาจารย์ อรสา จิรวิญญู
เอกสารข้อมูลภายใน . บริษัท สเปดเคมีคอล(ประเทศไทย) จำกัด



ประวัติการศึกษา

ชั้นอนุบาลและประถมศึกษา	จบการศึกษาจาก	โรงเรียนสมถวิล พระโขนง
ชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น	จบการศึกษาจาก	โรงเรียนสาธิต มศว. ปทุมวัน
ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย	จบการศึกษาจาก	โรงเรียนสาธิต มศว. ปทุมวัน
อุดมศึกษา	จบการศึกษาจาก	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าฯ เจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง

