

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

วิทยานิพนธ์ทางการออกแบบ

โครงการออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้า  
ยี่ห้อ " แพลดี ชู แคร่ "

โดย

นางสาวดิษยา จุฑาศรี รหัสนักศึกษา 35205303

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต

ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2539

เลขที่.....  
เลขทะเบียน 28678  
วัน, เดือน, ปี 8 ต.ค. 2540

การใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
เปลี่ยนแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต

.....  
คณะบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

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

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....  
อาจารย์ (นภาพรณ สวัสดิชัย)

.....  
อาจารย์ (ญาตยา ขวาลกุล)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทคัดย่อ

หัวข้อวิทยานิพนธ์      โครงการออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้า  
ยี่ห้อ 'แพลลี่ ชู แคร่'  
PACKAGE AND GRAPHIC DESIGN FOR 'PALLY SHOE CARE'  
SHOECARE PRODUCTS

นักศึกษา                      นางสาวติชยา จุฑาศรี รหัสนักศึกษา 35205303

ภาควิชา                      ศิลปอุตสาหกรรม

คณะ                          สถาปัตยกรรมศาสตร์

   สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา                2539-2540

บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) หรือไอซีซี เป็นบริษัทนำเข้าสินค้าต่างประเทศมาจำหน่ายในประเทศไทย มีสินค้าหลายยี่ห้อที่สามารถซื้อลิขสิทธิ์ทั้งการเป็นตัวแทนจำหน่ายและผู้ผลิตจากบริษัทเจ้าของในต่างประเทศได้แล้ว

ปัจจุบันแบ่งการทำงานตามกลุ่มเป็น 14 ฝ่าย ส่วนรองเท้าจัดอยู่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ฝ่ายซี (C) มีนโยบายที่จะนำเข้าสู่ส่วนผสมสำคัญของผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าจากต่างประเทศเพื่อมาผลิต-บรรจุเองภายในประเทศ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูงเท่าเทียมกับต่างประเทศ ขณะที่ราคาจำหน่ายถูกกว่าสินค้านำเข้าเนื่องจากเป็นสินค้าที่ผลิตภายในประเทศ และอาศัยช่องทางการจัดจำหน่ายจากรองเท้ายี่ห้อต่างๆที่บริษัทนำเข้ามาจำหน่าย เช่น รองเท้า NATURALIZER เพื่อให้มาสินค้าเข้าสู่ตลาดได้ง่ายขึ้น

ผลิตภัณฑ์ของไอซีซี จึงสามารถช่วยผู้บริโภคประหยัดค่าใช้จ่าย และสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภคได้ว่าใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพตรงกับความต้องการมากที่สุด

ผลิตภัณฑ์ของไอซีซีเลือกที่จะจำหน่ายให้กับกลุ่มผู้บริโภคระดับบน แม้ว่าจะมีปริมาณผู้บริโภคน้อยกว่าก็ตาม แต่เป็นกลุ่มที่ดูแลรักษารองเท้าสม่ำเสมอ เลือกซื้อสินค้าโดยพิจารณาจากคุณภาพเป็นหลัก มีกำลังการซื้อค่อนข้างสูงและสม่ำเสมอ และสอดคล้องกับภาพลักษณ์ของบริษัท ดังนั้นบรรจุภัณฑ์ต้องสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นที่จดจำที่ติดต่อบริโภคทั้งในด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ด้านความสวยงาม และด้านการส่งเสริมการขาย

ก่อนเริ่มต้นการออกแบบจำเป็นต้องศึกษาข้อมูลด้านต่างๆ ที่มีผลต่อการออกแบบ ดังนี้

1. นโยบายของผู้ผลิต
2. ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในท้องตลาด
3. พฤติกรรมผู้บริโภคและผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย
4. ข้อกำหนดทางด้านกฎหมายของผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.กลยุทธ์ทางการตลาด

6.วัสดุและการผลิตบรรจุภัณฑ์

สามารถสรุปผลการวิเคราะห์เพื่อเป็นข้อกำหนดในการออกแบบ ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในตลาดมีความแตกต่างทางด้านราคาระหว่างสินค้าระดับบนและสินค้าระดับ

กลางสูงมาก

-สินค้าระดับบน เป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ ราคาสูงมาก

-สินค้าระดับกลาง สินค้าผลิตภายในประเทศ หรือได้รับลิขสิทธิ์มาผลิตในประเทศ

ราคาปานกลาง

มีผู้บริโภคอีกส่วนที่ต้องการสินค้าคุณภาพดี แต่กำลังการซื้อไม่สูงพอที่จะซื้อสินค้าระดับบนเป็นประจำได้ จึงต้องซื้อสินค้าระดับกลางที่หาซื้อได้ง่าย และราคาถูกกว่า

เป็นการสอดคล้องกับนโยบายของไอซีซี ที่จะนำเข้าส่วนผสมสำคัญจากต่างประเทศมาผลิตภายในประเทศเพื่อให้ต้นทุนถูกลง จึงสามารถจำหน่ายได้ในราคาที่ถูกลงกว่าสินค้านำเข้า ในขณะที่คุณภาพเท่ากัน

2. ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

-ชายและหญิงในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน

-อายุ 25-49 ปี

-ระดับฐานะ B ขึ้นไป

-เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ เลือกซื้อสินค้าโดยพิจารณาจากคุณภาพ และความเหมาะสม

3. บรรจุภัณฑ์ควรมีลักษณะเด่นดังนี้

-มีรูปแบบกราฟฟิคที่ช่วยแยกแยะผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทได้ชัดเจน

-ส่งเสริมการจัดจำหน่าย โดยจัดผลิตภัณฑ์รวมชุดเพื่อส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ดูมีคุณค่า น่าใช้ และอำนวยความสะดวกในการซื้อ

-รูปแบบโดยรวมมีความเหมาะสมกับคุณภาพและราคา เพื่อตอกย้ำให้เห็นว่าเป็นผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงได้ชัดเจน

สามารถสรุปถึงลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการได้ดังนี้

- HI-QUALITY&REASONABLE PRICE
- UNISEX
- MODERN
- NEW-LOOK

โดยผลิตภัณฑ์ทั้งหมดต้องมีเอกลักษณ์เป็นของตนเองและมีความสอดคล้องกันหมด (CORPORATE IDENTITY) ทั้งสายผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เป็นแรงจูงใจและสร้างการจดจำที่ดีต่อผู้บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## การพัฒนาการออกแบบ

### 1. ด้านกราฟฟิก

สร้างทางเลือกในการออกแบบจากลักษณะเด่นของ - ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย เช่น smart

-ผลิตภัณฑ์ยาจัดรองเท้า เช่น clean&care

-รองเท้า เช่น shiny

โดยนำเหมาะสมผสมผสานและทำการพัฒนาลักษณะการรัดคองค์ประกอบบนฉลากและกล่องให้ได้ตามภาพลักษณ์ที่วางไว้ดังนี้

#### 1.1 ฉลาก

-เลือกใช้ภาพสัญลักษณ์ที่ค่อนข้างเหมือนจริงเป็นสื่อบอกประเภทรองเท้าที่ใช้ ภาพสัญลักษณ์สามารถสร้างความแตกต่างให้เกิดขึ้นเมื่อวางผลิตภัณฑ์รวมกับยี่ห้ออื่นบนชั้นวางสินค้า

-ใช้พื้นหลังโลโก้เป็นสื่อบอกสีของผลิตภัณฑ์

-มีแถบคาดสีดำ เป็นส่วนช่วยให้เกิด SHELF IMPACT

-โลโก้ ใช้ตัวอักษรสีเหลืองบนพื้นสีดำ สื่อถึงความเงางาม

ตัวอักษร y เป็นการนำลักษณะการขีดรองเท้ามาใช้เป็นส่วนสร้างเอกลักษณ์กับ โลโก้

-ตั้งชื่อผลิตภัณฑ์ให้เข้าใจง่าย อ่านแล้วเข้าใจตัวผลิตภัณฑ์ได้ดีขึ้น

-มีคำอธิบายว่าใช้สำหรับรองเท้าประเภทใด บอกลักษณะผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน เช่น liquid , cream , spray

#### 1.2 โครงสร้าง

การออกแบบขวดและฝา

-ขวดมี 2 ลักษณะ คือขวดน้ำยา(หัวตั้ง) และขวดบีบ(หัวคว่ำ) แต่สามารถใช้ฝาร่วมกันได้เพื่อประหยัดต้นทุน โดยเลือกเป็นฝาเกลียวชนิดเกลียวเอียงมาก

-ขวดและฝาย่านความสะดวกในการใช้งาน

-เลือกขวดแบบที่หันหน้าตรงเพื่อให้เกิดช่องว่างในขณะวางผลิตภัณฑ์บนชั้นวางน้อยที่สุด ช่วยสร้าง shelf impact ได้ดีขึ้น

-เลือกสีขวดสีขาว ให้ความรู้สึกสะอาด และทันสมัย

การออกแบบกล่อง

-คุมครองผลิตภัณฑ์ได้ดี อำนวยความสะดวกทั้งในการผลิต การบรรจุ และการขนส่ง

-สร้างให้มีเอกลักษณ์แตกต่างไปจากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ ดังนี้

กล่องบรรจุภัณฑ์รักษาทรงรองเท้า เจาะส่วนใส่ให้เห็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบที่แปลกออกไป

กล่องชุด 3 ESSENTIAL STEPS ใช้พื้นที่ผาด้านในเป็นส่วนอธิบายวิธีการดูแลรักษา กล่าวถึงความพิเศษของชุดผลิตภัณฑ์ และนำมาสร้างให้เกิดเอกลักษณ์ได้ดีเมื่อเปิดกล่องเพื่อแสดงสินค้าบนชั้นวาง

## คำนำ

ในปัจจุบันนี้โลกเรากำลังพัฒนาเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 เป็นยุคที่สามารถติดต่อสื่อสารถึงกันทั่วโลกได้โดยสะดวกรวดเร็วและง่ายดาย ผู้บริโภคสามารถรับรู้ข่าวสารข้อเท็จจริงต่าง ๆ ได้โดยเร็วและขยายวงกว้างขึ้นในเวลาไม่นาน

สินค้าอุปโภคบริโภคเป็นสินค้าที่มีความจำเป็นในการดำรงชีวิต ผู้บริโภคทั่วไปซื้อสินค้าประเภทนี้เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับตนเองโดยตัดสินใจเลือกซื้อจากคุณภาพสินค้า ยี่ห้อสินค้า หรือราคา เป็นต้น และมักจะพบว่าสินค้าหลายประเภทที่วางจำหน่ายอยู่ในท้องตลาดจะมีสินค้านำเข้าจากต่างประเทศวางจำหน่ายรวมอยู่ด้วยเป็นจำนวนมาก สินค้านำเข้านี้มักมีราคาแพงกว่าสินค้าที่ผลิตในประเทศแต่อาจได้เปรียบในด้านของคุณภาพ

หากมีผู้ผลิตภายในประเทศที่มีความมั่นใจในการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพทัดเทียมกับต่างประเทศและมีราคาที่ไม่แพงนัก จัดจำหน่ายในสถานที่ที่เหมาะสมกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ข้อสำคัญให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการขาย โดยอาศัยความก้าวหน้าทางด้านสื่อสารเป็นส่วนช่วย เช่น การใช้สื่อโฆษณา การประชาสัมพันธ์โดยใช้บุคคล หรือแม้แต่การใช้ตัวบรรจุกิจกรรมทำหน้าที่เป็นผู้ขายเงียบ (SILENT SALESMAN) สิ่งเหล่านี้ถือเป็นแรงจูงใจทางการตลาดที่จะทำให้ผู้บริโภคเชื่อถือในตัวผลิตภัณฑ์ขึ้นมาได้ นับว่าเป็นเรื่องดีถ้าเราจะให้การสนับสนุนผู้ผลิตภายในประเทศเหล่านั้นไม่ว่าจะเป็นทางใด ๆ ก็ตาม

## กิติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนทำให้โครงการออกแบบนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

### ขอกราบขอบพระคุณ

- คุณพ่อคุณแม่

ที่คอยดูแล และเป็นกำลังใจตลอดมา คอยให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์อยู่เสมอ

- อาจารย์อรสา จิริญา โณ

ที่ให้ความช่วยเหลือในการติดต่อบริษัท เพื่อผลักดันให้หัวข้อวิทยานิพนธ์มีความเป็นไปได้จริง  
ในด้านการตลาดอุตสาหกรรม

- อาจารย์นภาพรรณ เจริญสุข

อาจารย์ที่ปรึกษาที่คอยเอาใจใส่ดูแล ให้คำแนะนำในด้านต่างๆ เป็นอย่างดี

- อาจารย์ที่ปรึกษากลุ่มบรรจุกันท์ทุกท่าน อาจารย์สมชัย ,อาจารย์ชาลิน ,และอาจารย์ญาตา  
และอาจารย์ทุกท่านที่ได้อบรมสั่งสอนมา

### ขอขอบคุณ

- คุณพัชรี ธีรโยธิน ผู้ช่วยผู้จัดการส่วนรองเท้านบริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล (มหาชน)จำกัด

- ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล สาขาลาดพร้าว และสาขาสีลม

- อาจารย์บุญเลี้ยง สำหรับการติดต่อบริษัทเครื่องหนังชาร์ล จูคอง

### ขอขอบคุณ

- พี่หนึ่ง พี่สาวที่ให้ความช่วยเหลือในด้านการสำรวจข้อมูล และการพิมพ์วิทยานิพนธ์

- พี่บีม พี่ชายที่ให้ความช่วยเหลือในด้านการทำหุ่นจำลอง และอำนวยความสะดวกในการเดินทาง

- พี่รหัส 03 พี่ดี (กิดติ ฉัตรมณีเวช) และพี่ดี (จารุวัตร อิศวนิรมล) ที่ให้ความช่วยเหลือและให้  
คำแนะนำต่างๆ อย่างสม่ำเสมอตลอดมา

- พี่ป้อม (อนุพงษ์) ได้รับความเอื้อเฟื้อด้านเทคโนโลยี

- เพื่อนๆ กลุ่ม PACKAGE

ธนิดา ภาวกุล

ผู้ร่วมอุดมการณ์ที่ปรึกษาเดียวกัน

ศศิพร ตั้งทรงธรรม

ผู้ร่วมอุดมการณ์ที่อยู่อาศัยเดียวกัน(เป็นช่วงๆ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ตีพิมพ์แล้ว กรุณาอย่าเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รัชนิย์ ชลจลาชีพ ผู้รวมอุดมการณ์ที่ให้คำปรึกษา

- น้องๆ รหัส 03 น้องป้าง (หัวหน้าน้องรหัส) น้องกิ๊ก และน้องเปิ้ล
- น้องปรัชญ์(ปี4) น้องโซว์(ปี3) น้องนุชแวน(ปี2) น้องอ้น (ปี3)
- น้องๆ ปี1 น้องเล็ก น้องโป้ง น้องเดียร์ และน้องกุก

ขอขอบคุณเพื่อนร่วมรุ่น

- นางสาวสุทธิมาน ดันดีวุฒานนท์
- นางสาวเสาวรส มะลิวัลย์
- นายสันติ วชิรปัญญาวงศ์

เพื่อนที่คอยให้คำปรึกษา ให้กำลังใจและคอยดูแลกันอย่างดีเสมอมา หวังว่าคงจะเป็นเช่นนี้ตลอดไป

ขอขอบคุณเพื่อนร่วมรุ่น

- ภรณ์ รุจิรา ภัทพา เพ็ญ ศิริภัสสยา รพีพรรณ
- ประยุทธ์ นันทชัย ภัคศุภ พิศิฐ วชิรปาณี สุทัศน์

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ ทุกคนที่ช่วยประคับประคองกันมาอย่างดีตั้งแต่ปี 1 ถึง ปี 5

# สารบัญ

บทคัดย่อ

คำนำ

อนุมติผล

กิตติกรรมประกาศ

บทที่ 1 บทนำ

1.1	ความเป็นไปได้ของ โครงการ	1
1.2	ปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหา	2
1.3	ขอบเขตของ โครงการ	10
1.4	แนวทางการศึกษาวิจัย	36
1.5	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	49

บทที่ 2 การค้นคว้า การวิเคราะห์และการสรุปผลข้อมูล

2.1	ข้อมูลผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าโดยรวม	
2.1.1	ความเข้าใจเกี่ยวกับการดูแลรักษารองเท้า	51
2.1.2	ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าที่จำหน่ายในท้องตลาด	52
2.1.3	ชนิดของยาฆ่าเชื้อรองเท้า	53
2.1.4	ลักษณะและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ประเภทยาฆ่าเชื้อรองเท้า	54
2.1.5	ลักษณะและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ประเภทอุปกรณ์	61
2.1.6	ผลิตภัณฑ์รวมชุดที่จำหน่ายในท้องตลาด	63
2.1.7	เปรียบเทียบปริมาณการบริโภคผลิตภัณฑ์	64
2.1.8	วิเคราะห์และสรุปข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการออกแบบ	66
2.2	ข้อมูลการตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้า โดยรวม	
2.2.1	ขนาดของตลาด ส่วนแบ่งตลาด และแนวโน้มของตลาด	67
2.2.2	ส่วนแบ่งของตลาดแบ่งตามลักษณะผลิตภัณฑ์	71
2.2.3	ท้องถิ่นที่จำหน่าย	72
2.2.4	ฤดูกาลและระยะเวลาที่จัดจำหน่าย	72
2.2.5	ลักษณะผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าในประเทศไทย	73
2.2.6	วิเคราะห์และสรุปข้อมูลด้านการตลาดที่มีผลต่อการออกแบบ	75
2.3	ข้อมูลคู่แข่งชั้นในตลาด โดยรวม	
2.3.1	เปรียบเทียบภาพลักษณ์โดยรวมของคู่แข่งชั้น	76

2.3.2	ข้อมูลผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าที่ต่างกัน	81
2.3.3	เปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของยี่ห้อต่างๆ	96
2.4	ข้อมูลเบื้องต้นของผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าของบริษัท ไอซีซี	
2.4.1	ความเป็นมาของบริษัท ไอซีซี	99
2.4.2	แนวโน้มและแนวทางการดำเนินงานของส่วนรองเท้า	100
2.4.3	ผู้บริหารในกลุ่มเป้าหมายของ ไอซีซี	101
2.4.4	นโยบายการตลาดของ ไอซีซี	102
2.4.5	ประเภทของผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าของ ไอซีซี	104
2.4.6	วิเคราะห์และสรุปข้อมูลที่มีผลต่อการออกแบบ	106
2.5	เงื่อนไขการตอบสนองความต้องการผู้บริโภค	
2.5.1	ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	110
2.5.2	ข้อมูลด้านจิตวิทยาของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	110
2.5.3	วิเคราะห์ลักษณะพิเศษของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด	111
2.5.4	วิเคราะห์และสรุปความต้องการของผู้บริโภคที่มีผลต่อการออกแบบ	113
2.6	ข้อมูลวัสดุและการผลิต	116
2.7	ข้อกำหนดด้านกฎหมาย	127
<b>บทที่ 3</b>	<b>การพัฒนาการออกแบบ</b>	
3.1	การพัฒนาแนวความคิดในการออกแบบ	131
3.2	การวางแผนการออกแบบ	134
3.3	การพัฒนาการออกแบบ	136
3.4	การวิเคราะห์และการสรุปผลการออกแบบในขั้นแบบร่าง	150
<b>บทที่ 4</b>	<b>การเสนอผลงานออกแบบขั้นสุดท้าย</b>	
4.1	ภาพถ่ายแผ่นเสนองาน	152
4.2	ภาพถ่ายงานจริง หรือหุ่นจำลอง	164
4.3	ภาพถ่ายย่อแบบแสดงรายละเอียด	168
<b>บทที่ 5</b>	<b>บทสรุป</b>	
5.1	สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา และคณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์	178
5.2	สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะของนักศึกษา	179
<b>บรรณานุกรม</b>		180
<b>ภาคผนวก</b>		
ก.	ข้อมูลเพิ่มเติม	181
ข.	ประวัติการศึกษา	184

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## บทที่ 1 บทนำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทนำ

มนุษย์เป็นส่วนหนึ่งของสังคม บุคคลในสังคมต้องติดต่อพบปะกันเสมอ ๆ ตั้งแต่สังคมรอบตัวไปจนถึงสังคมระดับโลก การสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นกับผู้คนรอบข้างถือเป็นเรื่องสำคัญ บุคลิกภาพเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยสร้างความประทับใจได้ มนุษย์มีบุคลิกภาพแตกต่างกันไปมีทั้งส่วนดีและส่วนด้อย แต่ก็สามารถเสริมสร้างบุคลิกภาพให้ดูดีขึ้นได้โดยอาศัยการแต่งกาย เช่น การเลือกสรรทรงผม เสื้อผ้า รองเท้า ตลอดจนอุปกรณ์เสริม เช่น กระเป๋า เข็มขัด ให้เหมาะสมกับตนเอง

รองเท้า เป็นอุปกรณ์ประกอบส่วนหนึ่งที่ช่วยเสริมบุคลิกภาพให้แก่บุคคล เช่น บุคคลที่เลือกใส่รองเท้าส้นสูงเนื่องจากต้องการเพิ่มความสูงให้ตนเอง เพื่อให้เกิดความมั่นใจ เลือกใส่รองเท้ารูปแบบต่างๆ กันตามความเหมาะสมกับเวลา โอกาส และสถานที่ เลือกรองเท้ารูปแบบแปลกไปตามยุคสมัย เพศ และวัย หรือเลือกสีต่างกันไปให้เข้ากับเสื้อผ้า เป็นต้น ผลลัพธ์ที่ดูแลรักษารองเท้าจึงมีบทบาทสำคัญตามมา

ในประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ดูแลรักษารองเท้าที่มีวางจำหน่ายส่วนใหญ่เป็นผลลัพธ์นำเข้า แบ่งประเภทสำหรับหนังแต่ละชนิด ราคาจัดจำหน่ายค่อนข้างสูง แม้ว่าจะมียี่ห้อที่ผลิตภายในประเทศซึ่งมีราคาถูกกว่าแต่คุณภาพก็ยังไม่ดีพอ ประกอบกับไม่มีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภค รู้จักการดูแลรักษารองเท้าอย่างถูกวิธี จึงทำให้รองเท้าแต่ละคู่เสื่อมคุณภาพก่อนเวลาอันควร

บริษัทไอ.ซี.ซี.อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) เล็งเห็นความสำคัญของการดูแลรักษารองเท้าให้คงคุณภาพดีอยู่เสมอ จึงมีนโยบายนำเข้าเฉพาะส่วนผสมที่สำคัญๆ และมีคุณภาพสูงของน้ำยาดูแลรักษารองเท้าจากต่างประเทศ เพื่อผลิต-บรรจุเองภายในประเทศ โดยมุ่งเน้นให้ผลลัพธ์ของบริษัทมีคุณภาพเท่าเทียมกับต่างประเทศ ขณะที่ราคาจำหน่ายถูกกว่าสินค้านำเข้า เนื่องจากเป็นการผลิตภายในประเทศ

นอกจากนี้ ทางบริษัทฯ ยังเล็งเห็นความสำคัญของบริษัท ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นที่จดจำต่อผู้บริโภค ทั้งช่วยส่งเสริมการขาย โครงการนี้จึงเกิดขึ้นโดยมี บริษัทฯ เป็นผู้ให้คำปรึกษาและสนับสนุนด้านข้อมูล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ความเป็นไปได้ของโครงการ

### 1. การศึกษาความเป็นไปได้ทางนโยบาย

ในอนาคตทางบริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) มีนโยบายที่จะผลิตผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าที่มีคุณภาพเท่าเทียมกับต่างประเทศ โดยการนำเข้าส่วนผสมสำคัญต่าง ๆ มาผลิตและบรรจุภายในประเทศ เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพเท่าเทียมกับต่างประเทศแต่ราคาปานกลาง และทางบริษัทยังเล็งเห็นความสำคัญของบรรจุภัณฑ์ในการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมการขายได้ โครงการนี้จึงเกิดขึ้น และทางบริษัทฯ ยินดีให้ข้อมูลและคำปรึกษาในโครงการเป็นอย่างดี

### 2. การศึกษาความเป็นไปได้ทางเศรษฐกิจ

นโยบายของโครงการมีอยู่ว่า "สินค้าคุณภาพเท่าเทียมกับต่างประเทศ แต่ราคาปานกลาง" จึงเป็นผลดีต่อผู้บริโภค คือ เป็นการประหยัดและคุ้มค่าที่จะได้เลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดีในราคาที่หาซื้อได้ นอกจากนี้ยังเป็นการส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตและการพิมพ์ภายในประเทศ ให้เป็นที่ยอมรับและยังสร้างงานให้กับบุคคลภายในประเทศอีกด้วย

### 3. การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านสังคมและสภาพแวดล้อม

ผู้บริโภคในปัจจุบันพิจารณาเลือกซื้อสินค้าจากคุณภาพมากขึ้น สินค้าที่มีคุณภาพดีและมีราคาย่อมเยาจึงเป็นที่ต้องการ ส่งผลให้ผู้ผลิตรายอื่น ๆ เห็นความสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานมากขึ้น ทำให้คุณภาพชีวิตของบุคคลในสังคมสูงขึ้นตามความต้องการ

### 4. การศึกษาความเป็นไปได้เบื้องต้นของการออกแบบ

โครงการนี้เป็นแบบฝึกหัดที่ดีในด้านการนำข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์ เพื่อนำมาพัฒนาบรรจุภัณฑ์ทั้งทางด้านโครงสร้าง รูปทรง กราฟฟิก และการสร้างเอกลักษณ์ร่วม (CORPORATE IDENTITY) ให้เกิดขึ้นในส่วนของงาน โดยคำนึงถึงการเลือกใช้วัสดุและกรรมวิธีการผลิตที่สามารถผลิตได้ภายในระบบอุตสาหกรรมในประเทศ รวมถึงความสวยงามและ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ปรากฏในสื่อใด ๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### สรุปความเป็นไปได้ของโครงการ

โครงการที่มีความเป็นไปได้ เพราะทางบริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ยินดีให้ข้อมูลและคำปรึกษาเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้า อีกทั้งยังไม่ก่อให้เกิดผลเสียทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและสภาพแวดล้อมอีกด้วย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

21 มิถุนายน 2539

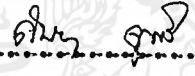
เรื่อง ขอรับรองโครงการ

เรียน คณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์

เมืองกาญจนบุรี นางสาวศิษยา จุฑะศรี นักศึกษาชั้นปีที่ 5 ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ได้ทำการเสนอหัวข้อวิทยานิพนธ์โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องครัวเครื่องหนึ่ง ซึ่งได้รับการสนับสนุนด้านข้อมูลจากแผนก เครื่องหนึ่ง ของบริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล จำกัด(มหาชน) โดยทางบริษัทยินดีที่จะให้ข้อมูลและความร่วมมืออย่างเต็มที่กับนักศึกษา

จึง เรียนมา เชื้อทราบ

ขอแสดงความนับถือ



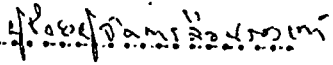
(นางสาวศิษยา จุฑะศรี)

ทางบริษัทยินดีที่จะให้ข้อมูล และอนุญาตให้ใช้ชื่อบริษัทเป็นชื่อผู้ผลิต โดยนักศึกษาได้ติดต่อทางบริษัท เพื่อต้องการทราบข้อมูลด้านการตลาดเป็นหลัก เพื่อให้โครงการออกแบบนี้มีความเป็นไปได้ในการผลิตและการจัดจำหน่าย

ขอแสดงความนับถือ



(นาง พิชรี ชีร์โชติน)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การนำเสนอโครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าภายใต้ชื่อ 'PALLY SHOE CARE' ที่จัดทำขึ้นได้อาศัยนโยบายของบริษัทฯ เป็นแนวทางในการดำเนินงาน ตามรายละเอียดดังนี้

## ○ นโยบายเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์

แบ่งสินค้าออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

### 1. ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้า (SHOECARE)

ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าหนังเรียบ (SMOOTH LEATHER) , หนังกลับ และหนังนุบัค (SUEDE & NUBUCK LEATHER) , และรองเท้ากีฬาที่มีทั้งหนังเรียบ หนังกลับ และผ้าใบ จัดแบ่งตามหน้าที่ของผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้

1.1 ทำความสะอาด (CLEANER)

1.2 เพิ่มสีหนัง และ/หรือขัดเงา (RENOVATION & POLISHING)

1.3 ป้องกันน้ำ (PROTECTOR)

1.4 ผลิตภัณฑ์ชุดดูแลรักษาหนังเรียบ 3 ขั้นตอน (3 ESSENTIEL STEPS for all smooth leather) เป็นการรวมขั้นตอนทั้งสามไว้ด้วยกัน เพื่อมุ่งเน้นให้ผู้บริโภคทราบถึงวิธีการดูแลรักษารองเท้าที่ถูกต้อง โดยตัวผลิตภัณฑ์เองจะมีลักษณะเป็น SOFT WAX และมีคุณสมบัติพิเศษคือมีกลิ่นหอม เพื่อดับกลิ่นรองเท้าทำให้รองเท้าดูน่าสวมใส่ยิ่งขึ้น ถือเป็นชุดพิเศษที่ผู้ผลิตต้องการส่งมอบให้ผู้บริโภคอย่างแท้จริง

### 2. อุปกรณ์เพิ่มเติม (ACCESSORIES)

ได้แก่ แปรงทำความสะอาดหนังเรียบ , แปรงทำความสะอาดหนังกลับและหนังนุบัค , เชือกผูกรองเท้า , หุ่นรักษารองเท้า , และสเปรย์ดับกลิ่น

### 3. ชุดผลิตภัณฑ์สำหรับโอกาสต่างๆ (CASUAL SET)

เป็นการนำผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและอุปกรณ์เพิ่มเติมที่มีลักษณะต้องใช้อุปกรณ์มาจัดรวมชุดเพื่อส่งเสริมการขาย และเพื่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคทราบถึงการดูแล

รักษารองเท้าที่ถูกวิธี โดยพิจารณาเลือกผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมมาจัดชุดให้เหมาะสมกับโอกาสและเครื่องหนังที่นิยมใช้ ผลิตภัณฑ์ชุดที่นิยมใช้ได้แก่

3.1 ชุดผลิตภัณฑ์ TRAVEL SHOE CARE KIT

- บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบซึ่งสะดวกต่อการพกพาเดินทาง

3.2 ชุดผลิตภัณฑ์สำหรับหนังแท้

- สำหรับโอกาสต้อนรับเปิดเทอม

- รูปแบบบรรจุภัณฑ์สามารถใช้มอบเป็นของขวัญในโอกาสต่างๆได้

3.3 ชุดผลิตภัณฑ์สำหรับรองเท้ากีฬา

- สำหรับโอกาสต้อนรับเปิดเทอม

- รูปแบบบรรจุภัณฑ์สามารถใช้มอบเป็นของขวัญในโอกาสต่างๆได้

○ นโยบายเกี่ยวกับผู้บริโภครวมเป้าหมาย

ลักษณะสำคัญของผู้บริโภครวมเป้าหมาย ของโครงการสรุปได้ดังนี้

- 1. เพศ หญิง ชาย ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน (UNISEX)
- 2. อายุ กลุ่มเป้าหมายหลักอายุระหว่าง 25 ปี ถึง 49 ปี  
กลุ่มเป้าหมายรองตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป
- 3. ระดับฐานะ-รายได้ ปานกลางค่อนข้างดี จัดอยู่ในผู้บริโภครวม B ขึ้นไป  
รายได้ 10,000-25,000 บาท
- 4. ที่อยู่อาศัย อาศัยในเขตกรุงเทพฯ และเมืองขนาดใหญ่
- 5. ลักษณะพิเศษ
  - ทิถิทัศน์ รักความสะอาด
  - มีความมั่นใจในตนเองสูง
  - เลือกซื้อสินค้าโดยพิจารณาคุณภาพเป็นปัจจัยหลัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ○ นโยบายเกี่ยวกับสถานที่จัดจำหน่าย

บริษัทฯ มีแนวคิดที่จะจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

### 1. ร้านขายสินค้าเฉพาะอย่าง (SPECIAL STORE)

ได้แก่ ร้านขายรองเท้าสาขาต่างๆ ที่บริษัทมีพื้นที่อยู่ สถานที่จำหน่ายดังกล่าว บริษัทฯ มุ่งหวังให้เป็นจุดหลักในการสร้างยอดขายให้ผลิตภัณฑ์ในโครงการ เนื่องจากมีจำนวนสาขาที่มีอยู่มาก ประกอบกับมีพนักงานขายคอยให้คำแนะนำกับลูกค้า โดยบริษัทฯ มีนโยบายจัดอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับวิถีดูแลรักษารองเท้าให้พนักงานขายควบคู่ไปด้วย

### 2. แผนกขายสินค้าเฉพาะอย่าง (DEPARTMENT STORE)

ลักษณะเหมือนการฝากขาย ได้แก่ แผนกรองเท้าในห้างสรรพสินค้า ซึ่งจัดมุมเฉพาะสำหรับผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้า ส่วนมากลูกค้าที่มายังสถานที่จำหน่ายดังกล่าวมีความตั้งใจซื้อสินค้าจริงๆ หรือทราบว่ามีสินค้าประเภทนี้วางจำหน่าย ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลพวงจากการประชาสัมพันธ์ร้านขายสินค้าเฉพาะอย่าง

## ○ นโยบายเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์

1. ออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์เป็นการเปิดตัวสินค้าชื่อ "PALLY SHOE CARE" ของบริษัท ไอ.ซี.ซี.อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) โดยบ่งบอกจุดประสงค์ของผลิตภัณฑ์คือ "ความเป็นเพื่อนที่ดีกับรองเท้าและมีคุณภาพที่เป็นหนึ่ง" PALLY SHOE CARE The Finest Quality เพื่อให้ผู้บริโภคจดจำภาพพจน์ของสินค้าได้ง่ายขึ้น เป็นการสร้าง BRAND ROYALTY ให้เกิดขึ้นในใจผู้บริโภคได้ทางหนึ่ง

2. ออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ร่วม (CORPORATE IDENTITY) เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจในกลุ่มผลิตภัณฑ์

3. ออกแบบบรรจุภัณฑ์รวมชุดให้กับผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะใช้ประกอบกัน เพื่อเป็นการส่งเสริมการขายทั้งการขายเป็นชุดในโอกาสปกติ และในโอกาสพิเศษต่าง ๆ เช่นต้อนรับเปิดเทอม เป็นต้น และเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคทราบถึงวิธีการดูแลรักษารองเท้าที่ถูกวิธีได้ทางหนึ่งด้วย

4. ออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ให้มีความเป็นสากลเนื่องจากเป็นการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 แม้วารณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ACCESSORIES
<p>1. แปรงทำความสะอาด</p> <p>1.1 สำหรับหนังเรียบ</p> <p>1.2 แปรงยางชนิดมีด้าม สำหรับทำความสะอาด ด้านบนรองเท้าหนังกลับ และหนังนูน</p> <p>1.3 แปรงไนลอนชนิดมีด้าม สำหรับทำความสะอาดซอกรองเท้า หนังเรียบ, หนังกลับ และหนังนูน</p>
<p>2. เชือกผูกรองเท้า</p> <p>2.1 ความยาว 75 cm. สีขาว</p> <p>2.2 ความยาว 90 cm. สีขาว</p>
<p>3. หนุนรักษาทรงรองเท้า</p> <p>3.1 สำหรับรองเท้าชาย หญิง FREE SIZES</p> <p>3.2 สำหรับรองเท้าหญิง เปิดส้น FREE SIZES</p>

CASUAL SET
<p>1. ชุด TRAVEL SHOE CARE KIT</p> <p>ประกอบด้วย</p> <p>1.1 ครีมทำความสะอาดชนิดกระปุก</p> <p>1.2 ดับฟองน้ำขัดเงาสีธรรมชาติ</p> <p>1.3 แปรงสำหรับหนังเรียบ</p> <p>1.4 ถุงมือหรือผ้าทำความสะอาด</p>
<p>2. ชุดต้อนรับเปิดเทอม</p> <p>2.1 ชุดสำหรับรองเท้าหนังเรียบ ประกอบด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ครีมทำความสะอาด 85 ml = 1 ชนิด</li> <li>- ขี้ผึ้งขัดเงาสีดำ (ดลับ) 45 g = 1 ดับ</li> <li>- น้ำยาขัดเงาสีดำ 85 ml = 1 ขวด</li> <li>- แปรงขัดรองเท้า = 1 ชิ้น</li> <li>- ถุงมือหรือผ้าทำความสะอาด = 1 ชิ้น</li> </ul> <p>2.2 ชุดสำหรับรองเท้ากีฬาสีขาว ประกอบด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สเปรย์ทำความสะอาด 200 ml = 1 กระป๋อง</li> <li>- น้ำยาเคลือบรองเท้ากีฬาสีขาว = 1 ชิ้น</li> <li>- ถุงมือหรือผ้าทำความสะอาด = 1 ชิ้น</li> <li>- เชือกผูกรองเท้า สีขาว = 1 คู่</li> </ul>

### สรุปขนาดบรรจุของบรรจุภัณฑ์

1. ประเภทดลับ	ขนาดบรรจุ	45 กรัม
2. ประเภทขวด	ขนาดบรรจุ	85 มิลลิลิตร
3. กระป๋องสเปรย์	ขนาดบรรจุ	200 มิลลิลิตร

หมายเหตุ กำหนดขนาดบรรจุโดยพิจารณาจากหลักเกณฑ์

-เลียนแบบจากคู่แข่ง

-ขนาดมาตรฐานที่นิยมผลิต

-กำลังการผลิตของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย โดยจะออกสินค้าขนาดเดียวคือขนาดเล็กสุดก่อน

เนื่องจากเป็นยี่ห้อใหม่ผู้ซื้อมักจะต้องการซื้อเพื่อทดลองใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# ตารางสรุปประเภทของผลิตภัณฑ์

SHOECARE					
หน้าที่ ผลิตภัณฑ์	(1) ใช้กับหนังเรียบ	(2) ใช้กับหนังกลับและหนังบุค	(3) รองเท้ากีฬา		
			หนังเทียม	หนังกลับ	ผ้าใบ
CLEANER	1.1, 2.1 ครีมห้ทำความสะอาด - ขนาดบรรจุ 85 ml - สีธรรมชาติ		3.1 สเปรย์ทำความสะอาด - ขนาดบรรจุ 200 ml - สีธรรมชาติ		
RENOVATION and POLISHING	1.2 ขี้ผึ้งขัดเงา (คลับ) - ขนาดบรรจุ 45 g. - สีธรรมชาติ, ดำ, น้ำตาล และน้ำเงิน รวม 4 สี  1.3 คลับฟองน้ำขัดเงา (HANDY SHINE) - 2 ขนาดใหญ่, เล็ก - สีธรรมชาติ  1.4 น้วยขัดเงา (INSTANT SHINE) - ขนาดบรรจุ 85 ml - สีธรรมชาติ, ดำ, น้ำตาล และน้ำเงิน รวม 4 สี  1.5 ครีมห้ขัดเงา (NOURISH SHOE CREAM) - ขนาดบรรจุ 85 ml - สีธรรมชาติ, ดำ, น้ำตาล และน้ำเงิน รวม 4 สี	2.2 สเปรย์เพิ่มสีหนัง - ขนาดบรรจุ 200 ml - สีธรรมชาติ, ดำ, น้ำตาล และน้ำเงิน รวม 4 สี	3.2 น้ยเคลือบรองเท้ากีฬา (SPORT WHITE) - ขนาดบรรจุ 85 ml - สีขาว		
PROTECTOR	1.6, 2.3, 3.3 สเปรย์ป้องกันน้ำ - ขนาดบรรจุ 200 ml - สีธรรมชาติ		-		
รวม ทั้ง 3 หน้าที่	1.7 ชุดดูแลรักษาหนังเรียบ 3 ชิ้นตอน ก. SADDLE SOAP ทำความสะอาด ข. DUBBIN ขัดเงา ค. WET PROOF ป้องกันน้ำ - บรรจุชิ้นตอนละ 45 g. ทั้ง 3 ชิ้นตอน	-	-		

# ปัญหาโดยรวมของผลิตภัณฑ์และแนวทางแก้ปัญหา

ปัญหาโดยรวมของผลิตภัณฑ์	แนวทางแก้ปัญหา
<p><u>1.ด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อความหมาย (PROMOTION)</u></p> <p>สืบเนื่องมาจากความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่แยกตามชนิดหนัง และตามลำดับ-หน้าที่ในการใช้งาน ทำให้ผู้บริโภคสับสนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์</p> <p><u>1.1 การตั้งชื่อผลิตภัณฑ์(กรณีชื่อเดียวกัน)</u></p> <p>-ผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างกันแต่ตั้งชื่อผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงกันมาก เช่น LEATHER CREAM และ SHOE CREAM ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสนและไม่ทราบถึงความแตกต่างของผลิตภัณฑ์</p> <p>-ตั้งชื่อผลิตภัณฑ์แต่ละตัวโดยยึดหลักต่างกัน เช่น LEATHERIEN LOTION, WHITE UP, NEO-CLEANER ทำให้ผู้บริโภคสับสนในการทำความเข้าใจและแบ่งประเภทของผลิตภัณฑ์</p> <p>-เน้นความสำคัญของชื่อผลิตภัณฑ์ผิดที่ เช่น <u>LEATHERIEN LOTION</u></p> <p>LEATHER CLEANER</p> <p>ผู้บริโภคต้องใช้เวลาในการอ่านฉลากเพิ่มขึ้นกว่าจะทราบว่าเป็นผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด</p>	<p>1.1 ตั้งชื่อผลิตภัณฑ์ทั้งหมดให้มีความสอดคล้องกันโดยพิจารณาเลือกใช้คำที่กระชับ อ่านแล้วสื่อถึงลักษณะหรือวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ได้อย่างง่ายดาย และบ่งบอกลักษณะของผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-ลักษณะทางกายภาพ และ/หรือ ลักษณะพิเศษของผลิตภัณฑ์</li> <li>-หน้าที่ประโยชน์ใช้สอย</li> <li>-ใช้กับรองเท้าหนัง รองเท้ากีฬาแบบใด</li> </ul>

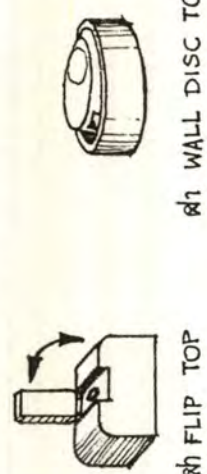

ปัญหาโดยรวมของผลิตภัณฑ์	แนวทางแก้ปัญหา
<p>1.2 การสร้างเอกลักษณ์ร่วมกับผลิตภัณฑ์ (CORPORATE IDENTITY)</p> <p>กรณีที่มีการออกผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ออกมา มักพบว่าผลิตภัณฑ์ใหม่นั้นมีกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างไปจากของเดิม จนเมื่อออกผลิตภัณฑ์ใหม่มากขึ้นจึงสูญเสียเอกลักษณ์ร่วมของผลิตภัณฑ์ไป ทำให้ขาดแรงดึงดูดใจต่อผู้บริโภค เช่น ยี่ห้อ COLUMBUS</p>	<p>1.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ให้มีลักษณะเฉพาะ และสอดคล้องกันทั้งหมด เพื่อสร้างเอกลักษณ์ร่วมให้เกิดกับผลิตภัณฑ์และเป็นแรงจูงใจให้ผู้บริโภคหันมาสนใจกลุ่มผลิตภัณฑ์ยี่ห้อนั้น ๆ</p>
	


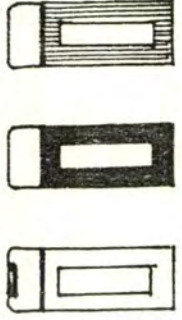
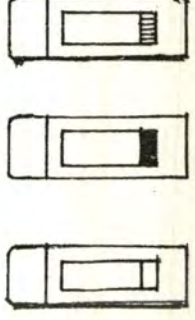
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้


ปัญหาโดยรวมของผลิตภัณฑ์	แนวทางแก้ปัญหา
<p>1.3 ความเข้าใจเกี่ยวกับการดูแลรักษารองเท้าของผู้บริโภค</p> <p>มีผู้บริโภคส่วนน้อยที่มีความเข้าใจเกี่ยวกับการดูแลรักษารองเท้าอย่างถูกวิธี ผู้บริโภคโดยทั่วไปจะดูแลรักษารองเท้าโดยการเช็ดทำความสะอาดและขัดด้วยยาขัดรองเท้าซึ่งต้องมีซีฟี่เป็นส่วนผสม การใช้ซีฟี่มากเกินไปจะไปอุดรูหนังรองเท้า ทำให้หนังไม่สามารถดูดอากาศหรือความชื้นเข้ามา และซีฟี่ยังเป็นตัวดูดสิ่งสกปรก จนเมื่อขัดเคลือบผิวบ่อยๆ เข้าจะทำให้หนังแข็งกระด้างและแห้งแตก</p> <p>2. ด้านการอำนวยความสะดวก (CONVENIENCE)</p> <p>จากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้วพบว่าบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์บางประเภทยังตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคไม่ครบถ้วน เช่น</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-บรรจุภัณฑ์ที่มีหัวฟองน้ำสำหรับป้ายรองเท้าจะพบว่าหัวฟองน้ำจะเสื่อมสภาพ (แข็ง ยุ่ย) ก่อนที่น้ำยาจะหมดขวด เนื่องจากผู้บริโภคไม่นิยมทำความสะอาด(แช่น้ำ) หลังจากใช้งานแล้ว</li> <li>-รูปแบบและวัสดุของบรรจุภัณฑ์ไม่อำนวยความสะดวกต่อการไหลของน้ำยาขัดรองเท้า ได้แก่ คริมขัดเงา เป็นต้น</li> </ul>	<p>1.3 การทำความสะอาดรองเท้าต้องเริ่มต้นจากการทำความสะอาดโดยใช้น้ำยาทำความสะอาดและปรับสภาพหนังที่ไม่ทำให้รูตีบตัน ซึ่งมีจำหน่ายอยู่แล้วแต่ผู้บริโภคมักไม่ทราบถึงความสำคัญที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์ จึงได้จัดผลิตภัณฑ์รวมชุดสำหรับรองเท้าหนังเรียบ ซึ่งเป็นประเภทหนังที่ได้รับความนิยม โดยชุด</p> <p>3 ESSENTIAL STEPs for all smooth leather จะเป็นการแนะนำวิธีดูแลรักษารองเท้าให้แก่ผู้บริโภคได้</p> <p>เลือกใช้วัสดุและออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีรูปทรงที่เอื้ออำนวยต่อลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ และอำนวยความสะดวกในการใช้งาน เช่น บรรจุภัณฑ์บางตัวมีส่วนพิเศษสำหรับจัดเก็บอุปกรณ์เสริม เป็นต้น</p>





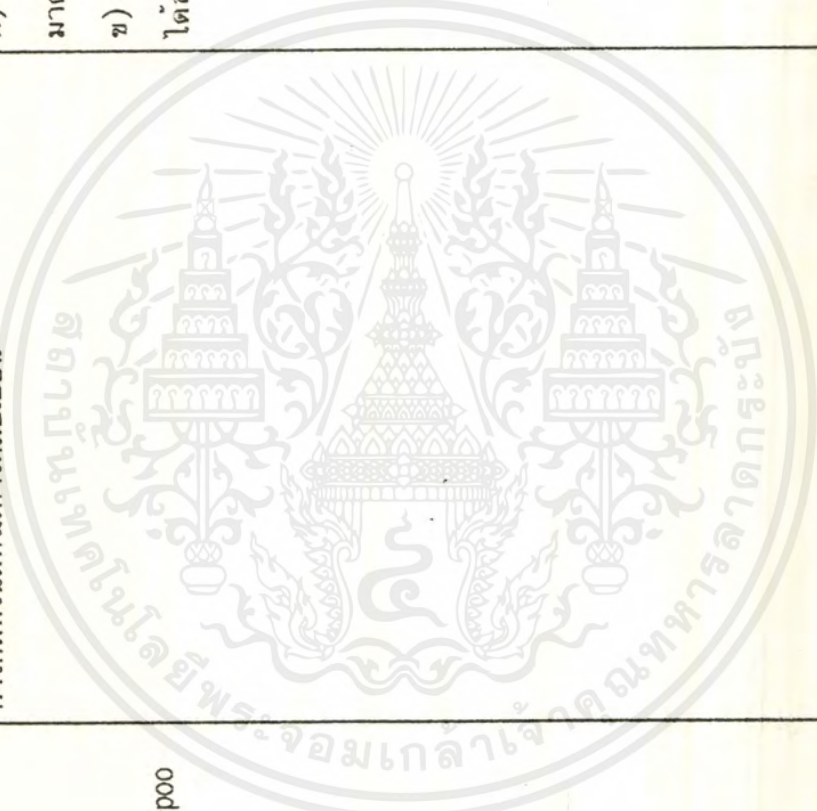
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>รูปลักษณะและข้อมูลผลิตภัณฑ์</p>	<p>ปัญหา/เงื่อนไขการออกแบบ</p>	<p>แนวทางการแก้ปัญหา</p>
<p>1. LOGO</p>	<p>1.1 สามารถสื่อถึงจุดขายของสินค้า คือคุณภาพที่ เป็นหนึ่งเท่าเทียมกับต่างประเทศ</p> <p>1.2 มีความเป็นสากลเพื่อแสดงถึงคุณภาพที่เท่าเทียม กับต่างประเทศ และต้องแข่งขันกับผลิตภัณฑ์นำเข้า จากต่างประเทศเป็นส่วนมาก</p> <p>1.3 สามารถสร้างความสนใจให้กับผลิตภัณฑ์และ มีความเป็นเอกลักษณ์ จัดจำได้ง่าย</p>	<p>1.1 ออกแบบ LOGO โดยมีชื่อความสั้น ๆ ที่ สามารถบอกถึงจุดขายของผลิตภัณฑ์ได้ เช่น "PALLY SHOE CARE" หรือ "THE FINEST QUALITY" เป็นต้น</p> <p>1.2 ออกแบบ LOGO โดยใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ มาจัด องค์ประกอบ ได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. รูปภาพ</li> <li>2. ตัวอักษร</li> <li>3. ลายเส้น</li> <li>4. ลวดลายต่าง ๆ</li> </ol> <p>โดยอาจเลือกใช้สัญลักษณ์ใด ๆ เพียงอย่างเดียว หรืออาจใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ ประกอบกัน เพื่อสามารถ สื่อถึงภาพพจน์ของสินค้าได้</p> <p>1.3 ออกแบบ LOGO ให้มีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสม กับผลิตภัณฑ์ และสามารถอ่านข้อความต่าง ๆ ได้ อย่างชัดเจน เพื่อให้เกิดการจดจำสินค้าได้อย่างรวดเร็ว</p>




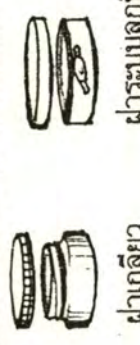
แนวทางการแก้ปัญหา	ปัญหา/เงื่อนไขการออกแบบ	รูปลักษณะและข้อมูลผลิตภัณฑ์
<p>2.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่คุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้โดยพิจารณาทั้งด้านรูปทรงและวัสดุให้เหมาะสมกับลักษณะของผลิตภัณฑ์ คาดว่าจะเป็นบรรจุภัณฑ์ขวดพลาสติก เนื่องจากสามารถออกแบบให้มีรูปทรงที่เป็นเอกลักษณ์ได้มากกว่าบรรจุภัณฑ์ชนิดหลอด และทนทานในการใช้งานมากกว่าวัสดุโลหะที่มักฉีกขาดเมื่อถูกบีบบ่อย ๆ ครั้ง</p> <p>2.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้อำนวยความสะดวกในการใช้งาน และแก้ปัญหาการตกค้างของผลิตภัณฑ์ โดยคำนึงถึงระบบการผลิต การบรรจุ การขนส่ง และการจัดจำหน่าย เช่น</p> <p>ก) เลือกบรรจุภัณฑ์ประเภทขวดพลาสติกหัวกลับ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ภายในพร้อมที่จะไหลออกมาเสมอ</p> <p>ข) เลือกใช้ฝาที่เปิด-ปิดได้ง่าย และไม่สกปรก เช่น</p> <div data-bbox="1070 172 1275 646">  <p>ฝ1 FLIP TOP      ฝ2 WALL DISC TOP</p> </div>	<p>2.1 บรรจุภัณฑ์สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์จากการกระแทกและป้องกันการรั่วซึมได้</p> <p>2.2 บรรจุภัณฑ์สามารถอำนวยความสะดวกในการใช้งาน และแก้ปัญหาการตกค้างของผลิตภัณฑ์เมื่อใช้ใกล้หมด</p>	<p>2.1 ครีมทำความสะอาด CARE &amp; CLEAN</p> <p>ลักษณะของผลิตภัณฑ์ครีมเหลวข้น เหมือนโลชั่น</p> <p>วิธีการใช้งาน - ใช้ทำความสะอาดหนังเรียบร้อยแล้ว ห้างลับและหนังบูต โดยเทครีมลงบนผ้าสะอาดแล้ว เช็ดให้ทั่วรองเท้า</p> <p>ลักษณะบรรจุภัณฑ์มีจำหน่ายขณะนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ขวดพลาสติกหัวกลับ</li> <li>2. ขวดพลาสติก</li> <li>3. หลอดพลาสติก</li> <li>4. หลอดโลหะ (เหมือนหลอดยาสีฟัน)</li> </ol> <div data-bbox="987 1401 1262 1983">  <p>(1)</p> <p>(2)</p> </div>

รูปลักษณะและข้อมูลผลิตภัณฑ์	ปัญหา/เงื่อนไขการออกแบบ	แนวทางการแก้ปัญหา
 <p>(3)</p> <p>(4)</p>	<p>2.3 บรรรจุภัณฑ์สามารถบอกหน้าที่ของผลิตภัณฑ์คือ "ทำความสะอาด" ได้อย่างชัดเจน และมีรูปแบบที่น่าสนใจ ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์มีภาพพจน์ที่ดีเป็นที่จดจำต่อผู้บริโภค</p>	<p>2.3 ออกแบบกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่สามารถบ่งชี้ประเภทของผลิตภัณฑ์ได้ เช่น</p> <p>ก) จัดกราฟฟิกอยู่บนพื้นหลังที่มีสีต่างกันในแต่ละประเภท โดยยึดหลัก Corporate Identity</p>  <p>CLEANER RENOVATION PROTECTOR POLISHING</p> <p>ข) มีพื้นหลังสีเหมือนกันเพื่อเพิ่มความน่าสนใจเมื่อวางผลิตภัณฑ์รวมกันบนชั้นวาง แต่มีสัญลักษณ์บอกหน้าที่ของผลิตภัณฑ์แต่ละตัวในท่่า เห็นได้ชัดเจน</p>  <p>CLEANER RENOVATION PROTECTOR POLISHING</p>

<p>รูปลักษณะและข้อมูลผลิตภัณฑ์</p>	<p>ปัญหา/เงื่อนไขการออกแบบ</p>	<p>แนวทางการแก้ปัญหา</p>
<p>3. สเปรย์ทำความสะอาดรองเท้ากีฬา SPORT CLEANER ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดรองเท้ากีฬามีทั้งชนิดครีม(บรรจุใส่หลอดหรือขวดพลาสติก) และชนิดสเปรย์(บรรจุใส่กระป๋องมาตรฐาน) โดยทั้ง 2 ชนิดมีส่วนผสมที่ต่างไปจากครีมทำความสะอาดในข้อ 2 จึงเลือกบรรจุภัณฑ์ชนิดกระป๋องสเปรย์เพื่อเป็นการจำหน่ายประเภทผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการทำความสะอาดรองเท้ากีฬาได้อย่างชัดเจน ลักษณะของผลิตภัณฑ์ขณะบรรจุเป็นของเหลว ขณะใช้งานถูกอัดอากาศออกมาเป็นฟอง วิธีการใช้งาน - ฉีดสเปรย์ลงบนรองเท้ากีฬา ใช้ได้ทั้งหนังแท้ หนังกลับ และผ้าใบ แล้วใช้ผ้าขนหนูเช็ดทำความสะอาด ลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่มีจำหน่ายขณะนี้ ( ดูรูปหน้าถัดไป ) 1. ขวดพลาสติก 2. หลอดพลาสติก 3. กระป๋องสเปรย์</p>	<p>3.1 เลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่กระป๋องฉีดพ่นที่ผลิตเป็นมาตรฐานไว้แล้ว เพื่อความประหยัดในเชิงการตลาด โดยเลือกรูปแบบที่สื่อถึงภาพพจน์ของสินค้าได้ และสามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์จากสิ่งแวดล้อมภายนอก เช่นความชื้น แร่กระแทก เป็นต้น</p>	<p>3.1 เลือกฝาและกระป๋องสเปรย์ที่สื่อถึงภาพพจน์ของสินค้าคือควรมีคุณภาพและความแข็งแรงเป็นสากล โดยพิจารณาถึง ก) รูปทรงของฝา ฝาลักษณะโค้งมน จะมีความเป็นกันเองและทันสมัยกว่าฝาทึบได้กลมมูม  ข) คุณสมบัติและราคาต่อจำนวนการผลิตของกระป๋องฉีดพ่นแต่ละชนิด ได้แก่ -กระป๋องฉีดพ่นทำจากแผ่นเหล็กเคลือบดีบุก(กระป๋อง 3 ชั้น มีตะเข็บข้าง) -กระป๋องฉีดพ่นทำจากอะลูมิเนียม(กระป๋องชั้นเดียวแต่ในการผลิตจะเหมือน 2 ชั้น มีความแข็งแรงมากกว่าเนื่องจากไม่มีตะเข็บทางด้านข้าง และกันกระป๋อง) ค) เลือกมิติ(เส้นผ่าศูนย์กลาง*ความสูง)ของกระป๋องฉีดพ่นมาตรฐานที่เข้ากันได้กับผลิตภัณฑ์อื่นๆ ของสินค้าในโครงการ</p>



<p>รูปลักษณะและข้อมูลผลิตภัณฑ์</p>  <p>(1)</p> <p>ฟ้าย Sneaker Renew ขาว Sneaker Shampoo</p>	<p>ปัญหา/เงื่อนไขการออกแบบ</p> <p>3.2 บรรจุภัณฑ์อำนวยความสะดวกในการเปิด-ปิด การกดหัวฉีดที่ไม่ทำให้อึดเป็น</p>	<p>แนวทางการแก้ปัญหา</p> <p>3.2 เลือกรูปแบบบรรจุภัณฑ์มาตรฐานที่ ก) ฝาเปิดปิดได้สะดวก สวมพอดีกับกระป๋องสเปรย์มาตรฐาน ข) หัวฉีด สวมพอดีกับคอกระป๋องสเปรย์และกดใช้งาน ได้สะดวกไม่เปราะเปื้อนมือ เช่น</p>  <p>สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง</p>
 <p>(2)</p> <p>Trainer Cleaner Gel ยี่ห้อ Punch</p>  <p>(3)</p>		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 แมวกรณใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



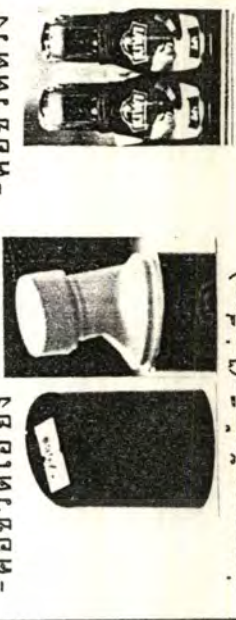
รูปลักษณะและข้อมูลผลิตภัณฑ์	ปัญหา/เงื่อนไขการออกแบบ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>4. ชูฝั่งชัดเจน</p> <p>WAX SHOE POLISH</p> <p>ลักษณะของผลิตภัณฑ์-ชูฝั่ง</p> <p>วิธีการใช้งาน -ใช้เนื้อยาแล้วทาบาง ๆ ให้ทั่วรองเท้าหนังเรียบ แล้วใช้แปรงหรือผ้าขัดจนขึ้นเงา</p> <p>ลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่มีจำหน่ายขณะนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ตลับแก้วและฝาเกลียว</li> <li>2. ตลับพลาสติกและฝาเกลียว</li> <li>3. ตลับโลหะและฝาระบบลูกบิด</li> </ol>  <p>(1)</p>  <p>(2)</p>  <p>(3)</p>	<p>4.1 เลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่ผลิตเป็นมาตรฐานไว้แล้ว เพื่อความประหยัดในเชิงการตลาด โดยเลือกรูปแบบที่เหมาะสมกับภาพพจน์ของสินค้าได้ และสามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์จากสิ่งแวดล้อมภายนอก เช่น ความชื้น แร่กระแทก เป็นต้น</p> <p>4.2 อำนวยความสะดวกในการใช้งาน</p>	<p>4.1 เลือกตีมาตรฐานที่สื่อถึงภาพพจน์ของสินค้า และคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ดีกว่า ไม่เป็นอันตรายขณะใช้งาน โดยพิจารณาถึง</p> <p>ก) ความแตกต่างของวัสดุระหว่างแก้ว พลาสติก และโลหะ</p> <p>ข) ลักษณะการเปิดปิดของฝาที่แตกต่างกัน</p>  <p>ฝาเกลียว      ฝาระบบลูกบิด</p> <p>4.2 คาดว่าจะใช้บรรจุภัณฑ์ลักษณะฝาเกลียวมากกว่าที่จะใช้ฝาลูกบิด เนื่องจากระบบลูกบิดต้องออกแรงในการเปิดและกดปิดมากกว่า และตัวลูกบิดอาจได้รับความเสียหายเพราะอยู่ด้านนอกบรรจุภัณฑ์ และเลือกตัวตลับที่ไม่สูงมากนัก เพื่อความสะดวกในการปாயเนื้อยา</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ของสถาบันพระปกเกล้า สำนักงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

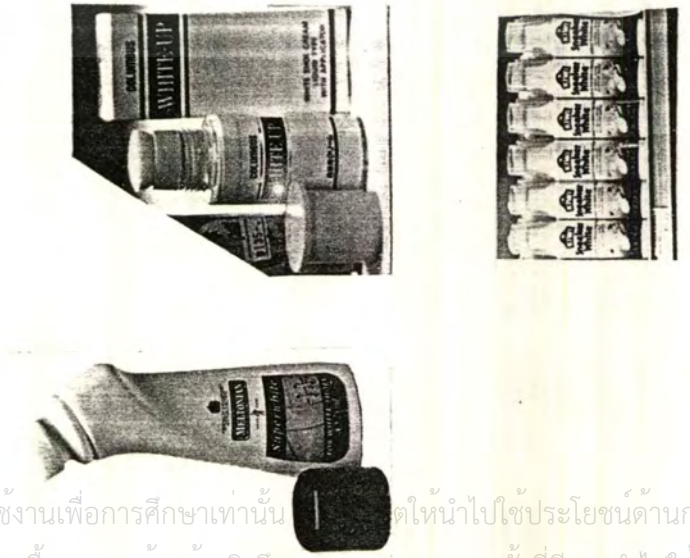
เมื่อกฎหมายใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปลักษณะและข้อมูลผลิตภัณฑ์	ปัญหา/เงื่อนไขการออกแบบ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>5. ตลับฟองน้ำขัดเงา HANDY SHINE</p> <p>ลักษณะของผลิตภัณฑ์-ตลับฟองน้ำบรรจุน้ำยาคัดเงาสี ธรรมชาติ</p> <p>วิธีการใช้งาน -ใช้ป้ายรองเท้าหนังเรียบ</p> <p>ลักษณะบรรจุภัณฑ์มีจำหน่ายขณะนี้</p>  <p>ขนาดเล็ก</p>  <p>ขนาดใหญ่</p>	<p>5.1 บรรจุภัณฑ์คุ้มครองผลิตภัณฑ์จากสิ่งแวดล้อมภายนอก</p> <p>5.2 อำนวยความสะดวกในการใช้งาน ได้แก่</p> <p>ก) จับถนัดมือ</p> <p>ข) ฝาและตัวบรรจุภัณฑ์ประกบกันได้ดีไม่หลุดง่าย</p>	<p>5.1 เลือกวัสดุที่สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ดี เหมาะสมกับลักษณะการใช้งานในราคาที่เหมาะสม เช่นพลาสติกเป็นต้น</p> <p>5.2 ออกแบบตลับที่อำนวยความสะดวกโดยมีแนวทางการ ดังนี้</p> <p>ก) มีขนาดที่กระชับกับมือ โดยตลับเล็ก=1.5"×1.5" ตลับใหญ่ = 2.5" × 4.0"</p> <p>ลบมุมคมและเพิ่มส่วนโค้งมน</p> <p>สำหรับตลับขนาดเล็กต้องออกแบบรูปร่างให้พกพา ได้สะดวกและจัดเข้าชุดกับผลิตภัณฑ์อื่นได้อย่างประหยัด เนื้อที่</p> <p>ข) อาจเป็นการประกบโดยใช้ความถี่หรือออกแบบแบบตั้ง เล็ก ๆ เป็นเตี้ยยลือค</p>


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ลิขสิทธิ์ในเนื้อหาทั้งหมดเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้  
 หมายความว่า หนึ่งส่วน นอกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้


รูปลักษณะและข้อมูลผลิตภัณฑ์	ปัญหา/เงื่อนไขการออกแบบ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p><b>6. น้ำยาดอง</b>  <b>INSTANT SHINE (Liquid Type)</b>  <b>ลักษณะของผลิตภัณฑ์-ของเหลว</b>  <b>วิธีการใช้งาน</b> - ใช้น้ำยาดองเข้าหนังเรียบ โดยน้ำยาจะซึมผ่านหัวฟองน้ำออกมา ทาบาง ๆ ให้ทั่วรองเท้า ใช้ผ้าเช็ดเป็นครั้งคราวเพื่อเพิ่มความเงางาม</p> <p>*เป็นการเพิ่มสีและความเงาให้กับรองเท้าได้ทันทีโดยไม่ต้องขัด แต่ความเงางามไม่มากนัก</p> <p><b>ลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่มีจำหน่ายขณะนี้</b></p> <p>1. ขวดพลาสติก (มีหัวฟองน้ำ)</p> 	<p>6.1 บรรจุภัณฑ์สามารถป้องกันการรั่วซึมและการไหลหกได้</p> <p>6.2 อำนวยความสะดวกในการใช้งาน</p>	<p>6.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่คุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้โดยเลือกวัสดุที่เหมาะสมต่อการผลิต และการใช้งาน และมีรูปทรงที่ป้องกันการไหลหกได้ เช่น ก) คอขวดเป็นหยักเพื่อป้องกันการไหลของน้ำยาไม่ให้ออกเร็วจนเกินไป</p> <p>ข) เลือกใช้ฝาที่ปิดล็อกได้แน่น เช่น</p>  <p>ฝากลีสว      ฝากลดปิด</p> <p>6.2 ทางด้านรูปทรง ออกแบบให้เหมาะสมกับการใช้งานและลักษณะการไหลของน้ำยา โดยเฉพาะในส่วนของคอขวดที่เป็นส่วนสัมผัสกับรองเท้าโดยตรง เช่น</p>  <p>- คอขวดเอียง      - คอขวดตรง</p>
		<p>ช่วยลดการหกขมอมือ (ไม่เมื่อย)</p> <p>เมื่อต้องใช้น้ำยาในมุมตังจากและช่วยลดความเร็วของน้ำยา</p>



<p>รูปลักษณะและข้อมูลผลิตภัณฑ์</p>	<p>ปัญหา/เงื่อนไขการออกแบบ</p>	<p>แนวทางการแก้ปัญหา</p>
<p>7. น้ำยาเคลือบรองเท้ากีฬา SPORT WHITE (Liquid Type) ลักษณะของผลิตภัณฑ์ วิธีการใช้งาน และลักษณะ บรรจุภัณฑ์ที่มีจำหน่ายขณะนี้-เหมือนรายการที่ 6 คือ น้ำยาขัดเงา (INSTANT SHINE- Liquid Type)</p> 	<p>เหมือนรายการที่ 6</p>	<p>เหมือนรายการที่ 6</p>



<p>รูปลักษณะและข้อมูลผลิตภัณฑ์</p>	<p>ปัญหา/เงื่อนไขการออกแบบ</p>	<p>แนวทางการแก้ปัญหา</p>
<p>8. ครีมขัดเงา</p> <p>NOURISH SHOE CREAM</p> <p>ลักษณะของผลิตภัณฑ์-ครีมเหลวข้น เหมือนโลชั่น</p> <p>วิธีใช้</p> <p>-ป้ายน้ำยาให้ทั่วรองเท้าแล้วใช้แปรงหรือผ้าขัดจนขึ้นเงา ใช้กับรองเท้าหนังเรียบ</p> <p>*คุณภาพและความงามดีกว่าน้ำยาขัดเงา ราคาจึงแพงกว่า แต่ต้องใช้เวลาในการขัดเงา</p> <p>ลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่มีจำหน่ายขณะนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ดัลบี้</li> <li>2. หลอดบีบโลหะไม่มีหัวฟองน้ำ</li> <li>3. หลอดบีบโลหะมีหัวฟองน้ำ</li> <li>4. หลอดพลาสติกมีหัวฟองน้ำ</li> <li>5. ขวดพลาสติกมีหัวฟองน้ำ</li> </ol>  <p>(1)</p>	<p>8.1 บรรจุภัณฑ์ที่สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์จากการกระทบกระเทือนและป้องกันการรั่วซึมได้</p> <p>8.2 บรรจุภัณฑ์ที่สามารถอำนวยความสะดวกในการใช้งาน และแก้ปัญหาการตกค้างของผลิตภัณฑ์เมื่อใช้ใกล้หมด</p>	<p>8.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่คุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ดี โดยพิจารณาทั้งด้านรูปทรงและวัสดุให้เหมาะสมกับลักษณะของผลิตภัณฑ์ คาดว่าจะเป็นบรรจุภัณฑ์ขวดพลาสติก เนื่องจากสามารถออกแบบใหม่รูปทรงที่เป็นเอกลักษณ์ได้มากกว่าบรรจุภัณฑ์ชนิดหลอด และทนทานในการใช้งานมากกว่าวัสดุโลหะที่มีลักษณะผิวอ่อนนุ่ม บีบบอบง่าย</p> <p>8.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้อำนวยความสะดวกในการใช้งาน และแก้ปัญหาการตกค้างของผลิตภัณฑ์ โดยคำนึงถึงระบบการผลิต การบรรจุ การขนส่ง และการจัดจำหน่าย เช่น</p> <p>ก) เลือกบรรจุภัณฑ์ประเภทขวดพลาสติกหัวกลับ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ภายในพร้อมที่จะไหลออกมาเสมอ</p> <p>ข) เลือกใช้ฝาที่เปิด-ปิดได้ง่าย เช่น ฝาเกลียว</p>



รูปลักษณะและข้อมูลผลิตภัณฑ์	ปัญหา/เงื่อนไขการออกแบบ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p><b>10. สเปรย์ป้องกันน้ำ</b></p> <p><b>PROTECTOR</b></p> <p>ลักษณะของผลิตภัณฑ์จะเป็นของเหลว ขณะใช้งานถูกอัดอากาศออกมาเป็นละออง</p> <p><b>วิธีการใช้งาน</b> -ใช้ฉีดลงบนรองเท้าหนังทุกชนิด เพื่อป้องกันน้ำ</p> <p><b>ลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่มีจำหน่ายขณะนี้</b></p> <p><b>1. กระป๋องสเปรย์</b></p> <p>*มีบางยี่ห้อผลิตเป็นครีมซึ่งใส่ได้ลับ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำหน้าที่ป้องกันน้ำ</p> 	<p>เหมือนรายการที่ 3</p> <p>(สเปรย์ทำความสะอาดเทีกีฬา-SPORT CLEANER )</p>	<p>เหมือนรายการที่ 3</p> <p>(สเปรย์ทำความสะอาดรองเท้ากีฬา-SPORT CLEANER</p>



รูปแบบและข้อมูลผลิตภัณฑ์	ปัญหา/เงื่อนไขการออกแบบ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>11. ชุดดูแลรักษาหนังเรียบ 3 ขั้นตอน 3 ESSENTIAL STEPS ลักษณะของผลิตภัณฑ์- คริม ชีมีฟิ่ง</p> <p>*ผลิตภัณฑ์มีจุดขายในตัวเอง คือมีกลิ่นหอมเพื่อช่วยดับกลิ่นรองเท้า ทำให้รู้สึกน่าสวมใส่มากขึ้น</p> <p>วิธีการใช้งาน -ใช้เนือยาแต่ละตัวทาบาง ๆ ให้ทั่วรองเท้าหนังเรียบตามลำดับขั้นตอน แล้วใช้แปรงหรือผ้าเช็ดทำความสะอาดหรือขัดจนขึ้นเงา ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ขั้นตอนทำความสะอาด</li> <li>2. ขั้นตอนเพิ่มสีหรือขัดเงา</li> <li>3. ขั้นตอนป้องกันน้ำ</li> </ol> <p>ลักษณะสินค้าที่มีจำหน่ายขณะนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. บรรจุภัณฑ์ชุดเดียวกันยี่ห้อเดียวกัน แต่แยกขายปลีก</li> </ol>	<p>11.1 เนื่องจากผู้บริโภคส่วนมากมีความรู้ในการดูแลรักษารองเท้าที่ถูกวิธีน้อยมาก จึงควรมีการส่งเสริมให้ผู้บริโภครับรู้ถึงวิธีการดูแลรักษารองเท้าที่ควรมีครบทั้ง 3 ขั้นตอนเพื่อช่วยยืดอายุการใช้งานของรองเท้า โดยการจัดผลิตภัณฑ์รวมชุดที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์วิธีการดูแลรองเท้าอย่างถูกวิธีได้อย่างชัดเจนในชุดผลิตภัณฑ์นั้น และยังเป็นการสร้างจุดขายที่แตกต่างได้อีกทางหนึ่งด้วย</p> <p>11.2 บรรจุภัณฑ์สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ชนิดรวมเข้ากันได้โดยสามารถรักษาความเป็นระเบียบ และป้องกันความเสียหายแก่ผลิตภัณฑ์ได้</p>	<p>11.1 จัดผลิตภัณฑ์รวมชุดโดยกำหนดให้เป็นชุดดูแลรักษาหนังเรียบเนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมใช้รองเท้าประเภทนี้มาก และเลือกผลิตภัณฑ์กลิ่นที่จัดและคริมเนื้อจากมีราคาถูก เพื่อให้ชุดผลิตภัณฑ์ที่จัดขึ้นมาได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคจริงๆ และมีระดับราคาอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถซื้อได้</p> <p>11.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์รวมชุดที่บอกลำดับขั้นตอนวิธีการดูแลรักษารองเท้า โดยมีแนวทางดังนี้</p> <p>ก) มี PRIMARY PACKAGE เป็นตลับที่แยกจากกันในแต่ละชนิด และเปิดปิดฝาได้สะดวก นำมาจัดรวมกันใน SECONDARY PACKAGE ที่เป็นกระดาษ โดยมีการพิมพ์ข้อความหรือสัญลักษณ์บอกวิธีการใช้อย่างเข้าใจได้ง่าย</p>






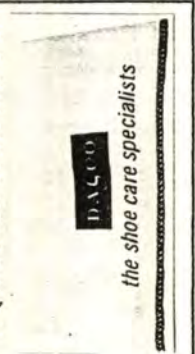
รูปลักษณะและข้อมูลผลิตภัณฑ์	ปัญหา/เงื่อนไขการออกแบบ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p><b>12. แปร่งทำความสะอาด</b></p> <p><b>ลักษณะของผลิตภัณฑ์- วิธีการใช้งาน</b></p> <p>1. แปร่งสำหรับห้องน้ำ - ใช้ขัดเงารองเท้าหนังเรียบ</p> <p>2. แปร่งยางชนิดมีด้าม - ใช้ทำความสะอาดด้านบนรองเท้าหนังกลับและหนังบู๊ต</p> <p>3. แปร่งไนลอนชนิดมีด้าม - ใช้ทำความสะอาดรองเท้าหนังเรียบ หนังกลับและหนังบู๊ต</p> <div data-bbox="857 1393 1269 1627" data-label="Image"> </div> <p><b>ลักษณะสินค้าที่มีจำหน่ายขณะนี้</b></p> <p>1. แปร่งสำหรับหนังเรียบ</p> <div data-bbox="1008 1670 1173 2010" data-label="Image"> </div>	<p>12.1 สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ทั้ง 4 ประเภทได้โดยใช้โครงสร้างเดียวกัน 1 โครงสร้าง เพื่อความประหยัดในเชิงการตลาด</p> <p>12.2 บรรจุภัณฑ์อำนวยความสะดวกในการขนส่ง และการจัดจำหน่าย</p>	<p>12.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์โครงสร้างเดียวแต่สามารถบรรจุปร่งทั้ง 4 ชนิดได้โดยในส่วนของปร่งชนิดมีด้ามอาจมี Inner Lock เพื่อบังคับให้ปร่งอยู่กักับที่</p> <p>12.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยคาดว่าจะเป็นลักษณะของกล่องที่สามารถจัดจำหน่ายได้ทั้งในลักษณะแขวนและวางตั้ง และสามารถถือผลิตภัณฑ์ไม่ให้เคลื่อนที่ไ้ขณะขนส่ง</p>

รูปลักษณะและข้อมูลผลิตภัณฑ์	ปัญหา/เงื่อนไขการออกแบบ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>2. แปรงขนนิ่มมีด้าม</p>  <p>3. แปรงไนลอนชนิดมีด้าม</p> 	<p>12.3 บรรจุภัณฑ์สามารถแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และวิธีการใช้ได้อย่างชัดเจน และมีรูปแบบและกราฟฟิคที่เป็นเอกลักษณ์สามารถสร้างความจดจำให้กับผู้บริโภคได้</p>	<p>12.3 ออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์ให้สามารถบ่งชี้ชื่อใช้งานต่างๆ ได้ เช่น</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ก) ใช้สัญลักษณ์หรือรูปภาพ</li> <li>ข) ใช้ข้อความ</li> </ul> <p>โดยจัดวางในตำแหน่งที่เห็นได้ชัดเจน</p> <p>ออกแบบให้มีความน่าสนใจ จัดจำได้ง่ายโดยยึดหลัก Corporate Identity</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปลักษณะและข้อมูลผลิตภัณฑ์	ปัญหา/เงื่อนไขการออกแบบ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p><b>13. เชือกผูกรองเท้า</b></p> <p>ลักษณะของผลิตภัณฑ์- วิธีการใช้งาน</p> <p>1. เชือกผูกรองเท้าสีขาว ความยาว 75 cm.</p> <p>ใช้กับรองเท้ากีฬาสีขาว</p> <p>2. เชือกผูกรองเท้าสีขาว ความยาว 90 cm.</p> <p>ใช้กับรองเท้ากีฬาสีขาว</p> <p><b>ลักษณะสินค้าที่มีจำหน่ายขณะนี้</b></p>  	<p>13.1 บรรจุภัณฑ์สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์จากสิ่งแวดล้อมภายนอก ได้แก่ ฝุ่น ความชื้น เป็นต้น</p> <p>13.2 บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบที่น่าสนใจ มีความเป็นเอกลักษณ์ จัดจำได้ง่าย</p>	<p>13.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยคาดว่าจะเป็นที่ประจักษ์ประเภท Blister Pack เนื่องจากป้องกันผลิตภัณฑ์จากสิ่งแวดล้อมภายนอกได้ และมีส่วนใส่ให้เห็นลักษณะของผลิตภัณฑ์(เพื่อการพิจารณาเพิ่มผลผลิตของเชือกผูกรองเท้า) และมีความเป็นระเบียบในการจัดจำหน่าย</p> <p>13.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ให้สามารถบ่งชี้ชื่อใช้งานต่างๆ ได้ เช่น</p> <p>ก) ใช้สัญลักษณ์หรือรูปภาพ</p> <p>ข) ใช้ข้อความ</p> <p>โดยจัดวางในตำแหน่งที่เห็นได้ชัดเจน</p> <p>ออกแบบให้มีความน่าสนใจ จัดจำได้ง่ายโดยยึดหลัก Corporate Identity</p>

รูปลักษณะและข้อมูลผลิตภัณฑ์	ปัญหา/เงื่อนไขการออกแบบ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>14. นุ้รรักษาทรงรองเท้า ลักษณะของผลิตภัณฑ์- วิธีการใช้งาน- ลักษณะสินค้าที่มีจำหน่ายขณะนี้</p> <p>1: สำหรับรองเท้าส้นสูง ขนาด S,M,L</p>  <p>2: สำหรับรองเท้าเปิดส้น ขนาด S,M,L</p> 	<p>14.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ตรงสร้างเดียวกัน แต่มี 2 ขนาด</p> <p>14.2 บรรจุภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์ จัดจำได้ง่าย</p>	<p>14.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ลักษณะดังกล่าวโดยคำนึงถึงการประหยัดวัสดุ การพิมพ์ การผลิต และการพับขึ้นรูป</p> <p>14.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิคที่มีเอกลักษณ์ของตัวเอง ทำให้ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย โดยยึดหลัก Corporate Identity และสามารถจำแนกประเภทและขนาดที่แตกต่างกันของผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน</p>

รูปลักษณะและข้อมูลผลิตภัณฑ์	ปัญหา/เงื่อนไขการออกแบบ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p><b>15. ชุด TRAVEL SHOE CARE KIT</b></p> <p>ลักษณะของผลิตภัณฑ์-วิธีการใช้งาน</p> <p>เป็นการนำผลิตภัณฑ์ที่ใช้บ่อยๆ ในการเดินทาง มาจัดรวมชุด เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคในการพกพา ซึ่งประกอบด้วย</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ครีมทำความสะอาดชนิดตลับ ขนาด 45 กรัม</li> <li>2. ตลับฟองน้ำขัดเงาขนาดเล็ก สีสรรรมชาติ</li> <li>3. แปรงสำหรับหนังเรียบ</li> <li>4. ถุงมือหรือผ้าทำความสะอาด</li> </ol> <p>ลักษณะผลิตภัณฑ์ที่มีนำมาจัดรวมชุดมีดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ครีมทำความสะอาดชนิดตลับ 2. ตลับฟองน้ำขัดเงาขนาดเล็ก ขนาด 45 กรัม</li> <li>3. แปรงสำหรับหนังเรียบ</li> <li>4. ถุงมือหรือผ้าทำความสะอาด</li> </ol>  	<p>15.1 เนื่องจากผู้บริโภคส่วนหนึ่งมีอาชีพที่ต้องเดินทางและต้องรักษานบุคลิกภาพให้ดูดีอยู่เสมอ ต้องการชุดทำความสะอาดรองเท้าที่พกพาได้ และมีราคาที่เหมาะสม เช่นอาชีพที่ต้องเดินทางไปสัมมนาต่างจังหวัด หรือต้องไปงานเลี้ยงในเวลาที่เร่งรีบ</p> <p>15.2 บรรจุภัณฑ์มีขนาดเล็กเหมาะกับการพกพา และสามารถบอกลักษณะเด่นของชุดผลิตภัณฑ์นี้ได้</p>	<p>15.1 จัดผลิตภัณฑ์รวมชุดที่พกพาได้สะดวก โดยกำหนดให้เป็นชุดดูแลรักษาหนังเรียบเนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมใช้รองเท้าประเภทนี้ เช่นการไปสัมมนาต่างจังหวัด เป็นต้น และเลือกผลิตภัณฑ์ตลับฟองน้ำขัดเงาเนื่องจากมีขนาดเล็กเหมาะแก่การพกพาและมีราคาถูก โดยผลิตภัณฑ์ชุดนี้มีระดับราคาอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถซื้อได้</p> <p>15.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดเล็ก กะทัดรัด สามารถพกพาได้สะดวก และออกแบบกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ให้ทราบถึงจุดเด่นของชุดผลิตภัณฑ์ที่คือเพื่อพกพา โดยบรรจุภัณฑ์ต้องสามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์และอำนวยความสะดวกในการใช้งาน</p>

รูปลักษณะและข้อมูลผลิตภัณฑ์	ปัญหา/เงื่อนไขการออกแบบ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>16. ชุดต้อนรับเปิดเทอมสำหรับรองเท้าหนังเรียบสีดำ</p> <p>ลักษณะของผลิตภัณฑ์</p> <p>เป็นการนำผลิตภัณฑ์ที่ใช้ได้รับความนิยม และมีลักษณะใช้ประกอบกันมาจัดรวมชุด โดยคำนึงถึงรองเท้าที่เป็นที่นิยมในการใช้งาน ซึ่งประกอบด้วย</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ครีมนำความสะอาด(ขวด) ขนาด 85 กรัม</li> <li>2. ซีฟู้ดขัดเงา(ตลับ) สีดำ ขนาด 45 กรัม</li> <li>3. น้ำยาขัดเงา(ขวด) สีดำ ขนาด 85 กรัม</li> <li>4. แปรงสำหรับหนังเรียบ</li> <li>5. ถุงมือหรือผ้าทำความสะอาด</li> </ol>	<p>16.1 จัดผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ลงบรรจุภัณฑ์ที่สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้</p> <p>16.2 บรรจุภัณฑ์ช่วยส่งเสริมการขายได้</p> <p>16.3บรรจุภัณฑ์สามารถประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคทราบวิธีการดูแลรักษารองเท้าให้มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน</p>	<p>16.1 จัดวางผลิตภัณฑ์ภายในให้เป็นระเบียบสวยงาม เพื่อการจัดแสดงสินค้า ณ จุดขาย และออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่คุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ โดยคำนึงถึงการขนส่ง การเก็บรักษาและการจัดจำหน่าย</p> <p>16.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีรูปแบบที่สามารถใช้มอบเป็นของขวัญในโอกาสต่าง ๆ เช่น ตอนรับเปิดเทอม หรือเพื่อการประชาสัมพันธ์สินค้าเนื่องจากเป็นที่ยอมรับ โดยคำนึงถึงด้านราคา การผลิต การบรรจุ และการส่งเสริมการขาย</p> <p>16.3 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีข้อความหรือสัญลักษณ์แนะนำวิธีการดูแลรักษาที่เป็นลำดับขั้น โดยเริ่มจากการทำความสะอาดรองเท้าก่อน แล้วจึงลงน้ำยาและขัดเงา และมีช่องบ่งชี้การใช้ยาขัดเงาที่มีคุณสมบัติต่างกันระหว่างซีฟู้ดขัดเงาและน้ำยาขัดเงาซึ่งมีความสะดวกในการใช้งานและให้ความงามต่างกัน</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อการใช้งานภายในเท่านั้น อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปลักษณะและข้อมูลผลิตภัณฑ์	ปัญหา/เงื่อนไขการออกแบบ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>17. ชุดต้อนรับเปิดเทอมสำหรับรองเท้านักเรียน</p> <p>เป็นการนำผลิตภัณฑ์ที่ใช้ได้รับความนิยม และมีลักษณะใช้ประกอบกันมาจัดรวมชุด โดยคำนึงถึงรองเท้านักเรียนที่นิยมในการใช้งาน ซึ่งประกอบด้วย</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. สเปรย์ทำความสะอาด(กระป๋อง) ขนาด 200 กรัม</li> <li>2. น้ำยาเลือบรองเท้านักเรียน (ขวด) สีขาว ขนาด 85 กรัม</li> <li>3. เชือกผูกกรองเท้านักเรียน</li> <li>4. ถุงมือหรือผ้าทำความสะอาด</li> </ol>	<p>17.1 จัดผลิตภัณฑ์ต่างๆ ลงบรรจุภัณฑ์ที่สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้</p> <p>17.2 บรรจุภัณฑ์ช่วยส่งเสริมการขายได้</p> <p>17.3 บรรจุภัณฑ์สามารถประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคทราบวิธีการดูแลรักษาองเท้าให้มากยิ่งขึ้น</p>	<p>16.1 จัดวางผลิตภัณฑ์ภายในให้เป็นระเบียบสวยงาม เพื่อการจัดแสดงสินค้า ณ จุดขาย และออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่คุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ โดยคำนึงถึงการใช้งาน การเก็บรักษา และการจัดจำหน่าย</p> <p>16.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีรูปแบบที่สามารรถใช้มอบเป็นของขวัญในโอกาสต่างๆ เช่น ต้อนรับเปิดเทอม หรือเพื่อการประชาสัมพันธ์สินค้าเนื่องจากเป็นที่ยอมรับ โดยคำนึงถึงด้านราคา การผลิต การบรรจุ และการส่งเสริมการขาย</p> <p>17.3 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ข้อความหรือสัญลักษณ์และนำวิธีการดูแลรักษาที่เป็นลำดับขั้น โดยเริ่มจากการทำความสะอาดรองเท้าก่อน แล้วจึงลงน้ำยาและขัดเงา และมีช่องบ่งชี้การใช้ น้ำยาขัดเงาที่มีความเหมาะสมระหว่างชั้นขัดเงาและน้ำยาขัดเงาซึ่งมีความสะดวกในการใช้งานและให้ความงามตาแก่กัน</p>

## ขอบเขตของโครงการด้านคุณภาพ

1. ออกแบบเครื่องหมายการค้าของผลิตภัณฑ์ "PALLY SHOE CARE" 1 รูปแบบ  
โดยการออกแบบเครื่องหมายการค้านั้นจะออกแบบให้มีคุณสมบัติดังนี้
  - 1.1 มีรูปแบบที่แน่นอนเพียงรูปแบบเดียวใช้ได้กับสินค้าทุกประเภท
  - 1.2 ออกแบบเป็นภาษาอังกฤษ เพื่อแสดงความเป็นสากลเท่าเทียมกับผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศ(จาก มอก.1218-2537 สามารถใช้ภาษาต่างประเทศได้)
  - 1.3 ออกแบบให้มีรูปแบบเป็นเอกลักษณ์ จดจำได้ง่าย และอ่านได้ชัดเจน
  - 1.4 ออกแบบให้แสดงถึงภาพพจน์ของสินค้าคือ"ความเป็นเพื่อนที่ดีกับรองเท้าและมีคุณภาพที่เป็นหนึ่ง"
  - 1.5 ออกแบบให้ส่งเสริมบรรจุกฎหมายให้มีความน่าสนใจเพิ่มมากขึ้น และดึงดูดใจผู้บริโภค
  
2. ออกแบบบรรจุภัณฑ์หรือเลือกใช้บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน ดังรายการต่อไปนี้  
ประเภท SHOECARE
  - 2.1 ครีมทำความสะอาดสำหรับรองเท้าหนังเรียบและหนังกลับ-นบูค (ขนาด 85 กรัม)  
CLEAN & CARE -for smooth, suede & nubuck leather  
ออกแบบฝาและขวดให้มีคุณสมบัติดังนี้  
-อำนวยความสะดวกต่อการไหลของผลิตภัณฑ์ และแก้ปัญหาการตกค้างของผลิตภัณฑ์  
เมื่อใช้ใกล้หมด  
-มีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ทำให้ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย และCORPORATE กับบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์รายการอื่น ๆ
  - 2.2 สเปรย์ทำความสะอาดสำหรับรองเท้ากีฬา (ขนาด 200 กรัม)  
SPORT CLEANER  
เลือกใช้กระป๋องสเปรย์มาตรฐาน หัวฉีด และฝาปิดให้มีคุณสมบัติดังนี้  
-คุ้มครองผลิตภัณฑ์จากสิ่งแวดล้อมภายนอกได้โดยคำนึงถึงการขนส่ง ระบบการจัดจำหน่าย และการเก็บรักษา  
-อำนวยความสะดวกในการใช้งาน เช่นการเปิดปิด และการกดหัวฉีด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.3 ขี้ผึ้งขัดเงาสำหรับรองเท้าหนังเรียบ (ขนาด 45 กรัม)

WAX SHOE POLISH

เลือกใช้ดลั้บและฝามาตรฐานให้มีคุณสมบัติดังนี้

-คุ้มครองผลิตภัณฑ์จากสิ่งแวดล้อมภายนอกได้โดยคำนึงถึงการขนส่ง ระบบการจัดจำหน่าย และการเก็บรักษา

-อำนวยความสะดวกในการใช้งาน เช่นการเปิดปิด และการป้ายยาขัดเพื่อใช้งาน

### 2.4 ดลั้บฟองน้ำขัดเงาสำหรับหนังเรียบ (ขนาดเล็ก ประมาณ 1.5"\*1.5"

ขนาดใหญ่ประมาณ 2.5"\*4.0")

HANDY SHINE -handy,light,easy-to-use for smooth leather

ออกแบบดลั้บให้มีคุณสมบัติดังนี้

-อำนวยความสะดวกในการใช้งาน จับถนัด และปิดได้สนิทไม่หลุดง่าย

-รูปร่างของดลั้บขนาดเล็กสามารถบรรจุรวมไว้ในบรรจุภัณฑ์ชุดพกพาได้อย่างเหมาะสม

### 2.5 น้ำยาขัดเงาสำหรับรองเท้าหนังเรียบ (ขนาด 85 กรัม)

INSTANT SHINE -liquid type for all smooth leather

ออกแบบฝาและขวดให้มีคุณสมบัติดังนี้

-มีรูปร่างที่อำนวยความสะดวกต่อการไหลของผลิตภัณฑ์ และป้องกันการหกเลอะโดย

คำนึงถึงพฤติกรรมในการใช้งาน

-ออกแบบปากขวดให้สามารถถอดหัวฟองน้ำออกมาล้างทำความสะอาดหลังการใช้งาน

หรือเปลี่ยนเฉพาะฟองน้ำเมื่อเสื่อมสภาพได้

-มีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ทำให้ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย และCORPORATEกับบรรจุ

ภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์รายการอื่น ๆ

### 2.6 น้ำยาเคลือบรองเท้ากีฬาสำหรับรองเท้ากีฬาผู้ชาย (ขนาด 85 กรัม)

SPORT WHITE- liquid type

รูปร่างของฝาและขวดและคุณสมบัติต่าง ๆ เหมือนข้อ2.5 (น้ำยาขัดเงา)

### 2.7 สเปรย์เพิ่มสีหนังสำหรับหนังกลับและหนังนุ้บ (ขนาด 200 กรัม)

SUEDE & NUBUCK REVIEW

เลือกใช้กระป๋องสเปรย์มาตรฐาน หัวฉีด และฝापิดที่มีคุณสมบัติเหมือนข้อ 2.2

(สเปรย์ทำความสะอาดรองเท้ากีฬา)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.8 ครีมขัดเงาสำหรับหนังเรียบ (ขนาด 85 กรัม)

NOURISH SHOE CREAM- for all smooth leather

ออกแบบฝาขวดให้ที่มีคุณสมบัติเหมือนข้อ 2.5 (นํ้ายาขัดเงา) แต่เนื่องจากลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน คือเป็นนํ้ายาและเป็นครีม ตามลำดับ จึงต้องพิจารณาการจัดวางตำแหน่งของปากขวดและฝาให้เหมาะสมต่างกันไป โดยคาดว่าครีมขัดเงาจะใช้ลักษณะขวดคว่ำ

## 2.9 สเปรย์ป้องกันนํ้าสำหรับรองเท้าหนังทุกชนิด (ขนาด 200 กรัม)

PROTECTOR- for all smooth leather

เลือกใช้กระป๋องสเปรย์มาตรฐาน หัวฉีด และฝาปิดที่มีคุณสมบัติเหมือนข้อ 2.2

(สเปรย์ทำความสะอาดรองเท้ากีฬา)

## 2.10 ชุดดูแลรักษาหนังเรียบ 3 ขั้นตอน

3 ESSENTIAL STEPS - for all smooth leather

ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติดังนี้

- สามารถรวมผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 หน้าเข้าด้วยกันได้อย่างกะทัดรัดและประหยัดวัสดุ
- มีสัญลักษณ์และ/หรือคำบรรยายเพื่ออธิบายวิธีการดูแลรักษารองเท้าตามลำดับขั้นตอน

ที่ถูกต้อง

- มีรูปแบบที่มีความพิเศษกว่าบรรจุภัณฑ์ชุดอื่น ๆ เพื่อแสดงถึงความพิเศษของผลิตภัณฑ์

คือ มีกลิ่นหอม

- สามารถป้องกันการเปิดก่อนการจำหน่ายโดยไม่ทำลายความงามของบรรจุภัณฑ์
- มีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ทำให้ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย และ CORPORATE กับบรรจุ

ภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์รายการอื่น ๆ

ประเภท ACCESSORIES

## 2.11 แปรงทำความสะอาดจัดแบ่งเป็น 3 ประเภท

ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีคุณสมบัติดังนี้

- บรรจุภัณฑ์โครงสร้างเดียวกันสามารถบรรจุแปรงทั้ง 3 ประเภทได้โดยอาจมีตัวล็อกเพิ่มเติมในการบรรจุแปรงชนิดมีด้าม

เพิ่มเติมในการบรรจุแปรงชนิดมีด้าม

- สามารถจัดจำหน่ายสินค้าได้ทั้งลักษณะวางตั้ง หรือแขวน เพื่ออำนวยความสะดวกในการวางจำหน่ายสินค้าตามสถานที่จำหน่ายที่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

-แสดงรายละเอียด ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคอย่างครบถ้วน

-จัดวางรูปแบบ ข้อความ และสัญลักษณ์ในตำแหน่งที่เหมาะสม

4. ออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์โดยยึดหลักความเป็นเอกลักษณ์  
ร่วม (CORPORATE IDENTITY)

5. ออกแบบโดยคำนึงถึงเหตุผล และกลยุทธ์ทางการตลาด

6. วัสดุและกรรมวิธีการผลิตสามารถทำได้จากระบบอุตสาหกรรมภายในประเทศ

7. การออกแบบไม่ครอบคลุมถึงบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง

8. ออกแบบโดยคำนึงถึงต้นทุนที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขอบเขตของโครงการด้านปริมาณ						
รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์		ลักษณะงาน / ปริมาณงาน	
NO.	ผลิตภัณฑ์	ชนิด/ ประเภท/ สี	ขนาด	ชั้น	ชนิด/ รูปแบบ	
1.	LOGO	-	-	-	ภาษาอังกฤษ	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;"> <p>โครงสร้าง</p> <p>กราฟฟิค</p> </div> <div style="width: 50%;"> <p>..... โครงสร้าง ..... ขนาด</p> <p>.1. กราฟฟิคหลัก .1. เอกลักษณ์ร่วม</p> </div> </div>
2.	ครีมทำความสะอาด CLEAN & CARE	ใช้กับหนังเรียบ หนังกลับและนูนัค -สีธรรมชาติ	85 ml.	Primary Package	ขวดและฝา	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;"> <p>โครงสร้าง</p> <p>กราฟฟิค</p> </div> <div style="width: 50%;"> <p>.1. โครงสร้าง .1. ขนาด</p> <p>.1. กราฟฟิคหลัก #. เอกลักษณ์ร่วม</p> </div> </div>
3.	สเปรย์ทำความสะอาด SPORT CLEANER	ใช้กับรองเท้ากีฬา หนังเรียบ หนังกลับ และผ้าใบ -สีธรรมชาติ	200 ml.	Primary Package	กระป๋องสเปรย์	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;"> <p>โครงสร้าง</p> <p>กราฟฟิค</p> </div> <div style="width: 50%;"> <p>.#. โครงสร้าง .1. ขนาด</p> <p>.1. กราฟฟิคหลัก #. เอกลักษณ์ร่วม</p> </div> </div>

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขอบเขตของโครงการตามปริมาณ							
รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์		ลักษณะงาน / ปริมาณงาน		
ผลิตภัณฑ์	ชนิด / ประเภท / สี	ขนาด	ชั้น	ชนิด / รูปแบบ			
4. <b>สีผึงขัดเงา</b> WAX SHOE POLIRH	ใช้กับหนังเรียบ มี 4 สี ดังนี้ -สีดำ -สีน้ำตาล -สีน้ำเงิน -สีธรรมชาติ	45 ml.	Primary Package	ดัด	โครงสร้าง	<input checked="" type="checkbox"/> มาตรฐาน <input type="checkbox"/> ออกแบบ	.# .โครงสร้าง .1 .ขนาด
					กราฟฟิค	<input type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	.1 .กราฟฟิคหนัก .4 .เอกลักษณ์ร่วม
5. <b>ดัดฟองน้ำขัดเงา</b> HANDY SHINE	ใช้กับหนังเรียบ -สีธรรมชาติ	ขนาดเล็ก 1.5"*1.5" ขนาดใหญ่ 2.5"*4.0"	Primary Package	ดัด	โครงสร้าง	<input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	.1 .โครงสร้าง .2 .ขนาด
					กราฟฟิค	<input type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	.1 .กราฟฟิคหนัก .2 .เอกลักษณ์ร่วม
6. <b>น้ำยาดัดเงา</b> INSTANT SHINE	ใช้กับหนังเรียบ มี 4 สี ดังนี้ -สีดำ -สีน้ำตาล -สีน้ำเงิน -สีธรรมชาติ	85 ml.	Primary Package	ขวดและฝา (มีหัวฟองน้ำ)	โครงสร้าง	<input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	.1 .โครงสร้าง .1 .ขนาด
					กราฟฟิค	<input type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	.1 .กราฟฟิคหนัก .4 .เอกลักษณ์ร่วม

ขอบเขตของโครงการตามปริมาณ

รายการผลิตภัณฑ์		ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงาน / ปริมาณงาน		
NO.	ผลิตภัณฑ์	ชนิด / ปริมาณ	ขนาด	ชั้น	ชนิด / รูปแบบ		
7.	น้ำยาเคลือบรองเท้ากีฬา SPORT WHITE	ใช้กับรองเท้ากีฬา หนังเรียบหนัง และผ้าใบ - สีขาว	85 ml.	Primary Package	ขวดและฝา (มีหัวฟองน้ำ)	โครงสร้าง <input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	1. โครงสร้าง (โครงสร้างเหมือน NO.6) .1. ขนาด
8.	ครีมขัดเงา NOURISH SHOE CREAM	ใช้กับหนังเรียบ มี 4 สี ดังนี้ - สีดำ - สีน้ำตาล - สีเงิน - สีธรรมชาติ	85 ml.	Primary Package	ขวดและฝา (มีหัวฟองน้ำ)	โครงสร้าง <input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	1. กราฟฟิกหลัก .# . เอกลักษณ์ร่วม
9.	สเปรย์เพิ่มสีหนัง SUEDE & NUBUCK REVIEW	ใช้กับรองเท้าหนัง กลับและหนังบู๊ต - สีดำ - สีน้ำตาล - สีเงิน - สีธรรมชาติ	20	Primary Package	กระป๋องสเปรย์	โครงสร้าง <input checked="" type="checkbox"/> มาตรฐาน <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> ออกแบบ	1. โครงสร้าง .# . โครงสร้าง .1. ขนาด ..... กราฟฟิกหลัก เหมือนรายการที่ 3







สรุปปริมาณงาน

- ออกแบบโครงสร้าง 11 โครงสร้าง
- ออกแบบกราฟฟิกหลัก 14 กราฟฟิก
- จำนวนชิ้นงานทั้งหมด 34 ชิ้นงาน(รวมLOGO)

\* = ออกแบบโครงสร้าง

*	*	*	← * →		
Shandy Shine	Nourish Shoe Cream 85 g.	Clean & Care (Cream) 85 g.	Sport Cleaner (Spray) 200 g.	Sport White (Liquid Type) 85 g.	Instant Shine (Liquid Type) 85 g.
*					*
Essentiel Steps for all smooth leather	Wax Shoe Polish 45 g.	Suede & Nubuck Review (Spray) 200 g.	Protector (Spray) 200 g.	ชุดรักษาทรงรองเท้า (พลาสติก)	
*	*	*	*	*	
Shoe Brush	Laces	Travel Shoecare Kit	ชุดก่อนรับเปิดเทอมสำหรับรองเท้าหนังเรียบสีดำ ชุดก่อนรับเปิดเทอมสำหรับรองเท้ากีฬาสีขาว		LOGO

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามเผยแพร่เปลี่ยนแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งหากมีการนำไปใช้

## แนวทางการศึกษาวิจัย

1. ศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบผลิตภัณฑ์เดิม และผลิตภัณฑ์ข้างเคียง
2. ศึกษาถึงลักษณะของภาชนะบรรจุที่บรรจุสินค้าประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียง เพื่อทราบถึงการพัฒนาของหีบห่อนั้น
3. ศึกษาพฤติกรรมและจิตวิทยาของกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย
4. ศึกษาการจัดหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์
5. ศึกษากรรมวิธีในการบรรจุ
6. ศึกษากรรมวิธีในการขนส่ง
7. ศึกษากรรมวิธีในการเก็บรักษา
8. ศึกษาทางด้านโครงสร้างและวัสดุ รวมทั้งระบบการพิมพ์ที่จะนำมาใช้กับบรรจุภัณฑ์
9. ศึกษาเกี่ยวกับจิตวิทยาสี และการเลือกใช้
10. ศึกษาเกี่ยวกับภาพประกอบ สัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้อง และการออกแบบกราฟิก
11. ศึกษาเกี่ยวกับลักษณะการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ตามแหล่งจำหน่ายต่างๆ
12. ศึกษาพฤติกรรมของผู้ซื้อและผู้ขาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. บรรจุกฎบัตรสามารถสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และสามารถสื่อความหมายให้ผู้บริโภคมีจินตภาพเกี่ยวกับตัวสินค้าดีขึ้น
2. บรรจุกฎบัตรช่วยส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยตรง
3. ภาชนะบรรจุจะช่วยคุ้มครองผลิตภัณฑ์ให้ปลอดภัยจากการกระทำโดยสภาพแวดล้อม
4. ภาชนะบรรจุมีความสะดวกในการขนส่ง เก็บรักษา และการจัดจำหน่าย
5. การออกแบบภาชนะบรรจุนี้เป็นตัวอย่างที่ดีในการออกแบบ เพื่อระบบอุตสาหกรรมซึ่งเป็นการนำเอาหลักวิชาทางด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์มาใช้ให้สอดคล้องกับระบบการปฏิบัติงาน และสามารถตอบสนองความต้องการของทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคได้ อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมงานทางด้านบรรจุภัณฑ์ให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น
6. กระตุ้นให้ผู้ผลิตเร่งพัฒนาคุณภาพสินค้าให้เท่าเทียมกับต่างประเทศ
7. ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกบริโภคสินค้ามากขึ้น คุณภาพชีวิตเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น



## บทที่ 2 การค้นคว้า การวิเคราะห์และการสรุปผลข้อมูล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.1 ข้อมูลผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าโดยรวม

### 2.1.1 ความเข้าใจเกี่ยวกับการดูแลรักษารองเท้า

หลายคนเข้าใจว่ารองเท้าแต่ละคู่แต่ละประเภทก็คงดูแลรักษาเหมือนกัน เชื่อกันว่าทำความสะอาดหรือใช้ยาขัดรองเท้าอย่างเดียวกัน แต่ความเป็นจริงแล้วรองเท้าแต่ละคู่ต้องการการดูแลเฉพาะแบบ ต้องการความชุ่มชื้นที่ต่างกันตามลักษณะประเภทหนัง

แบ่งประเภทรองเท้าตามลักษณะหนังได้ดังนี้

#### 1. รองเท้าหนังเรียบ

##### 1.1 หนังแท้-การดูแลรักษา

- ต้องทำความสะอาดเพื่อขจัดครอยเปื้อนบนรองเท้าให้ดูสดใสและเพิ่มความชุ่มชื้นให้กับหนัง
- ต้องการความเงางาม โดยการขัดด้วยแปรงขนม้า สามารถลบรอยดำหมันบนรองเท้าได้
- ต้องป้องกันไม่ให้น้ำและน้ำมันซึมเข้าไปในหนังได้

##### 1.2 หนังแก้ว-การดูแลรักษา

- ต้องทำความสะอาดเพื่อไม่ให้เปื้อนรอยดำ และเพิ่มความชุ่มชื้นให้กับหนัง
- หนังรองเท้ามีความเงางามมากอยู่แล้ว
- ต้องป้องกันไม่ให้น้ำและน้ำมันซึมเข้าไปในหนังได้

##### 1.3 รองเท้าหนังเทียม-การดูแลรักษาไม่ต้องดูแลรักษามาก เพียงแค่เช็ดดูขัดเงาก็พอ

#### 2. รองเท้าหนังกลับและหนังนูนัค (หนังกลับคือหนังนูนัคชนิดขนสั้น)

##### การดูแลรักษา

- ต้องการการทำความสะอาดเพื่อขจัดครอยเปื้อนบนรองเท้าโดยใช้แปรงยาง หรือแปรงไนลอน แปรงไปในทางเดียวกันเสมอ(ถ้าแปรงสวนทาง สีและความเงางามของหนังจะเปลี่ยนไป) และต้องการครีมบำรุงเพื่อให้ความชุ่มชื้นพิเศษ
- ควรเพิ่มสีหนังให้ดูสดใสเหมือนใหม่ และลบรอยดำหมันต่าง ๆ บนรองเท้า
- ต้องป้องกันไม่ให้น้ำและน้ำมันซึมเข้าไปในหนังได้

##### 3. รองเท้าผ้าและผ้าใบ-การดูแลรักษา

- ต้องการการทำความสะอาดเพื่อขจัดครอยเปื้อนบนรองเท้า
- ควรเพิ่มสีหนังให้ดูสดใสเหมือนใหม่ และลบรอยดำหมันได้

สรุปขั้นตอนการทำความสะอาดรองเท้าได้ดังนี้

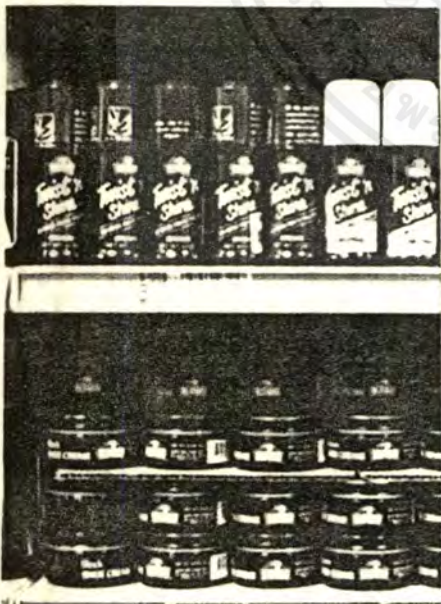
1. ทำความสะอาด (CLEANING)
2. เพิ่มสีหนังและขัดเงา (RENOVATION & POLISHING)
3. ป้องกันน้ำและน้ำมัน (PROTECTION)

ฉะนั้นเราจึงควรหันมาให้ความสนใจกับรองเท้า โดยเริ่มรู้จักการบำรุงรักษาที่ถูกต้องวิธี ขัด หรือทำความสะอาดรองเท้าทุกวัน ซึ่งนอกจากจะทำให้รองเท้าดูเงางามสดใสเหมือนใหม่แล้วยัง ช่วยยืดอายุการใช้งานได้นานกว่าที่ควรจะเป็นอีกด้วย

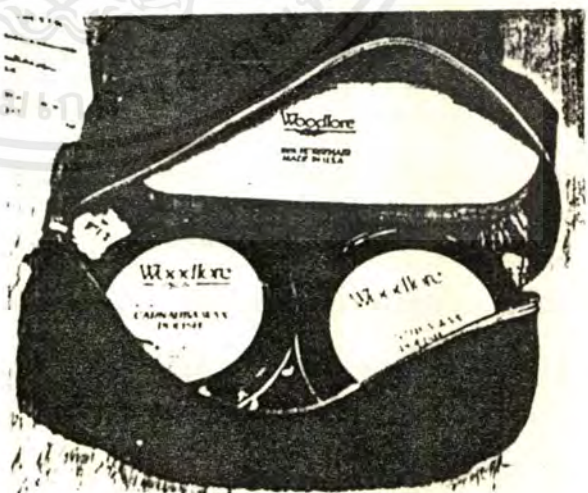
### 2.1.2 ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าที่จำหน่ายในท้องตลาด

ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าที่จำหน่ายในประเทศไทย แบ่งตามการใช้งานได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ยาขีกรองเท้า ได้แก่ยาขัดทำความสะอาด ยาขัดเงาและเพิ่มสี และยาขัดกันน้ำ ที่มีลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ ขี้ผึ้ง(WAX) ขี้ผึ้งอ่อน(SOFT WAX) ครีม(CREAM) และน้ำยา(LIQUID) มีสำหรับรองเท้าชนิดต่าง ๆ เช่นรองเท้าหนังแท้ หนังกลับ หนังบุค และรองเท้ากีฬาเป็นต้น ผลิตภัณฑ์หมวดนี้โดยมากจัดจำหน่ายในลักษณะขายปลีก การจัดผลิตภัณฑ์ รวมชุดมีน้อยมากแต่มีการจัดผลิตภัณฑ์รวมเข้ากับอุปกรณ์ต่างๆ (ACCESSORIES)ที่มีลักษณะใช้ประกอบกัน



ผลิตภัณฑ์ยาขีกรองเท้าชนิดต่าง ๆ



ยาขีกรองเท้าชนิดขี้ผึ้ง(ตลับ)

จัดรวมกับแปรงขัดยี่ห้อ Woodlore

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. อุปกรณ์ต่างๆ ได้แก่อุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการทำทำความสะอาดรองเท้า และ อุปกรณ์ที่ใช้ประกอบกับรองเท้า เช่นแปรงขัดรองเท้าผ้าเช็ดรองเท้า ฟันรักษาทรงรองเท้า และเชือกผูก รองเท้า เป็นต้น การจำหน่ายอุปกรณ์ต่าง ๆ มักเป็นลักษณะการขายปลีก มีการจัด อุปกรณ์บางอย่างรวม กับผลิตภัณฑ์ยาขัดรองเท้าที่มีลักษณะใช้ประกอบกันในโอกาสต่าง ๆ



อุปกรณ์ทำความสะอาดและอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบกับรองเท้า

### 2.1.3 ชนิดของยาขัดรองเท้า

- แบ่งตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมยาขัดรองเท้า มอก.1218-2537

1.ชนิดกึ่งแข็ง(PASTE) :ผลิตภัณฑ์ที่ประกอบด้วยไขและตัวทำละลาย อินทรีย์เป็นส่วนประกอบหลัก อาจมีสารให้สีหรือไม่ก็ได้

:มีลักษณะกึ่งแข็ง เนื้อละเอียดเป็นเนื้อเดียวกันและเป็นสีเดียวกันโดยตลอด และไม่มิกลินที่ไม่พึงประสงค์อย่างรุนแรง

2.ชนิดครีม(CREAM) :หมายถึงผลิตภัณฑ์ที่ประกอบด้วยไข ตัวทำละลาย อินทรีย์ น้ำ สบู่ หรืออิมัลซิไฟเออร์ เป็นส่วนประกอบหลัก อาจมีสารให้สีหรือไม่ก็ได้

:มีลักษณะเหลวข้น เนื้อละเอียดเป็นเนื้อเดียวกันและเป็น สีเดียวกันโดยตลอดและไม่มิกลินที่ไม่พึงประสงค์อย่างรุนแรง ในกรณีที่บรรจุหลอดเมื่อบีบออก จากหลอดต้องมีลักษณะเป็นเส้นต่อเนื่องกัน

- แบ่งตามลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในท้องตลาด

1.ชนิดกึ่งแข็ง(PASTE) :ได้แก่ขี้ผึ้ง(WAX) ขี้ผึ้งอ่อน(SOFT WAX) และสบู่(SOAP) บรรจุอยู่ในบรรจุภัณฑ์ลักษณะต่าง ๆ เช่นคลับโลหะ คลับพลาสติก คลับแก้วและหลอดแห้ง เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.ชนิดครีม(CREAM) :ได้แก่ครีมและเจลมีลักษณะเหลวข้นบรรจุในบรรจุภัณฑ์ลักษณะต่าง ๆ เช่นขวดพลาสติก ขวดสเปรย์พลาสติก และกระป๋องสเปรย์อัดก๊าซ เป็นต้น

3.ชนิดของเหลว(LIQUID) : ได้แก่น้ำยาต่างๆ เช่น LIQUID WAX ,LIQUID SPRAY บรรจุอยู่ในบรรจุภัณฑ์ลักษณะต่างๆ เช่นขวดพลาสติก ขวดสเปรย์พลาสติก และกระป๋องสเปรย์อัดก๊าซ เป็นต้น

#### 2.1.4 ลักษณะและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ประเภทยาขี้ผึ้ง

แบ่งผลิตภัณฑ์ในท้องตลาดตามลักษณะทางกายภาพได้ 3 ชนิดดังนี้

##### 1. ชนิดกึ่งแข็ง (PASTE)



ผลิตภัณฑ์ยาขี้ผึ้งชนิดกึ่งแข็งยี่ห้อต่างๆ

คุณสมบัติ	<p>ผลิตภัณฑ์แต่ละยี่ห้อแต่ละตัวมีคุณสมบัติต่างกันไป ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.สำหรับทำความสะอาด ได้แก่พวกขี้ผึ้งอ่อนและสบู่ ส่วนมากเป็นสีธรรมชาติ</li> <li>2.สำหรับเพิ่มสีและขัดเงา ได้แก่ขี้ผึ้ง มีให้เลือกหลายสีตามสีรองเท้าและสีธรรมชาติ</li> <li>3.สำหรับรักษาหนังให้นุ่มและกันน้ำ ได้แก่ขี้ผึ้งอ่อน ส่วนมากเป็นสีธรรมชาติ</li> </ol>
ประเภทรองเท้า	สำหรับรองเท้าหนังแท้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะบรรจุภัณฑ์  
ในท้องตลาด

1. คลับ ได้รับคานิยมมากที่สุด มีทั้งคลับฝากลีวย และคลับฝาลูกบิด  
ขนาดบรรจุ 45-50 กรัม



คลับฝากลีวย



คลับฝาลูกบิด

การใช้งาน-ใช้แปรงขัดรองเท้าหรือผ้าป้ายยาขัดจากคลับแล้วนำไปขัดที่  
รองเท้า รือให้ยาแห้งจึงขัดด้วยแปรงและผ้าให้ขึ้นเงางาม

2. หลอดแท่ง ขนาดบรรจุ 31-35 กรัม

การใช้งาน-เปิดฝาลแล้วหมุนให้ยาขัด โผล่ขึ้นมา ป้ายยาขัดให้ที่รองเท้า  
ทั้งให้แห้ง ขัดด้วยผ้าให้ขึ้นเงางาม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2. ชนิดครีม (CREAM)



ผลิตภัณฑ์ยี่ห้อต่าง ๆ ของ LION NOIR

คุณสมบัติ	<p>ผลิตภัณฑ์แต่ละยี่ห้อแต่ละตัวมีคุณสมบัติต่างกันไป ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ทำความสะอาด ได้แก่ครีมและเจล ส่วนมากเป็นสีธรรมชาติ</li> <li>2. เพิ่มสีและขัดเงา ได้แก่ครีม มีให้เลือกหลายสีตามสีรองเท้ายี่ห้อ และสีธรรมชาติ</li> <li>3. สำหรับรักษาหนังให้นุ่มและเงางาม ได้แก่ครีม ส่วนมากเป็นสีธรรมชาติ</li> </ol>
ประเภทรองเท้า	<p>ผลิตภัณฑ์แต่ละยี่ห้อแต่ละตัวใช้ได้กับรองเท้ายี่ห้อที่ต่างกัน ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. รองเท้ายางแท้</li> <li>2. รองเท้ายางแก้ว</li> <li>3. รองเท้ากีฬาหนังและผ้าใบ</li> </ol>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



3.ขวด ขนาดบรรจุ 75,85,100 กรัม

3.1 ขวดที่ไม่มีหัวฟองน้ำ-วิธีการใช้เหมือน 2.1

3.2 ขวดที่มีหัวฟองน้ำ-วิธีการใช้เหมือน 2.2



ขวดที่ไม่มีหัวฟองน้ำ



ขวดที่มีหัวฟองน้ำ

### 3. ชนิดของเหลว (LIQUID)



#### ผลิตภัณฑ์ยาชำระรองเท้าชนิดของเหลว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คุณสมบัติ	<p>ผลิตภัณฑ์แต่ละยี่ห้อแต่ละตัวมีคุณสมบัติต่างกันไป ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ทำความสะอาด ส่วนมากเป็นสีธรรมชาติ</li> <li>2. สำหรับเปลี่ยนสี เพิ่มสีและเพิ่มความเงางาม มีให้เลือกหลายสีตามสีรองเท้านี้และสีธรรมชาติ</li> <li>3. สำหรับกันน้ำ ไม่มีสี</li> <li>4. สำหรับดับกลิ่นอับและป้องกันเชื้อแบคทีเรีย ไม่มีสี</li> </ol>
ประเภทรองเท้านี้	<p>ผลิตภัณฑ์แต่ละยี่ห้อแต่ละตัวใช้กับรองเท้านี้ต่างกันดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. รองเท้านึ่งแท้</li> <li>2. รองเท้านึ่งกลับและนึ่งนุ้บัก(ยาชนิดนิยมบรรจุในบรรจุภัณฑ์กระป๋องสเปรย์ เนื่องจากการดูแลรักษาต้องแปร่งหนึ่งไปทางเดียวกันเสมอ ยาชนิดจึงควรมีลักษณะเป็นละอองพ่นได้ทั่วรองเท้า โดยไม่ต้องขัดไปมาหลายครั้ง)</li> <li>3. รองเท้านึ่งแก้ว</li> <li>4. รองเท้ากีฬาหนังและผ้าใบ</li> </ol>
ลักษณะบรรจุภัณฑ์ในท้องตลาด	<p>มีหลายรูปแบบดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ขวด -ขนาดบรรจุ 75.85 กรัม       <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1 ขวดที่ไม่มีหัวฟองน้ำ-เท้ายาลงบนผ้าแห้งสะอาด นำไปเช็ดลงบนรองเท้า รอให้แห้งเช็ดด้วยผ้าแห้ง</li> <li>1.2 ขวดที่มีหัวฟองน้ำ-คว่ำขวดให้น้ำยาผ่านออกมาทางหัวฟองน้ำ ทาให้ทั่วรองเท้า รอให้แห้งเช็ดด้วยผ้าแห้ง</li> </ol> </li> </ol> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะบรรจุภัณฑ์  
ในท้องตลาด

2.ขวดสเปรย์ ขนาดบรรจุ 100-120 กรัม

2.1 สำหรับหนังเรียบ-สเปรย์น้ำยาลงบนรองเท้า รอให้แห้งเช็ดด้วยผ้าให้ขึ้น  
เงา

2.2 สำหรับหนังกลับและหนังนูน-สเปรย์น้ำยาลงบนรองเท้ารอให้แห้ง




3.กระป๋องสเปรย์(อัดก๊าซ) ขนาดบรรจุ 100-200 กรัม

3.1 แบบกดหัวฉีดออกมาเป็นฟองฟู (MOUSSE) ใช้สำหรับทำความสะอาด  
รองเท้า โดยกดหัวฉีดลงบนผ้าสะอาด นำไปเช็ดรองเท้าบริเวณที่เป็น

3.2 แบบกดหัวฉีดออกมาเป็นละออง ใช้เพิ่มความเงางาม เพิ่มสีหรือ  
ป้องกันน้ำโดยฉีดห่างจากรองเท้าประมาณ 10 เซนติเมตร



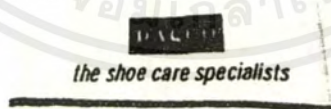
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>ลักษณะบรรจุภัณฑ์ ในท้องตลาด</p>	<p>4. คลับฟองน้ำ</p> <p>ขนาดบรรจุ-คลับเล็กประมาณ 1.5*1.5 นิ้ว</p> <p>-คลับใหญ่ประมาณ 2.5*4.0 นิ้ว</p> <p>ใช้เช็ดรองเท้าหนังเรียบเพื่อเพิ่มความเงา โดยบรรจุน้ำยาในก้อนฟองน้ำซึ่งติดอยู่กับฝาคลับ</p> 
--	--

## 2.1.5 ลักษณะและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ประเภทอุปกรณ์

ผลิตภัณฑ์ประเภทอุปกรณ์มีดังนี้

1. ผ้าเช็ดรองเท้าสำหรับเช็ดทำความสะอาดและขัดเงารองเท้า



### 2. แปรงทำความสะอาดรองเท้า

- 2.1 แปรงขนม้า สำหรับขัดเงารองเท้าหนังแท้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 แปรงยาง สำหรับปัดทำความสะอาดรองเท้านักกลับและหนังบู๊ต



2.3 แปรงไนลอน สำหรับทำความสะอาดรองเท้านักกลับและหนังบู๊ต



แปรงทำความสะอาดคานบนรองเท้า

แปรงทำความสะอาดซอกรองเท้า

แปรงทำความสะอาดใต้พื้นรองเท้า

2.4 แปรงทองเหลือง สำหรับปรับสภาพหนังกลับ

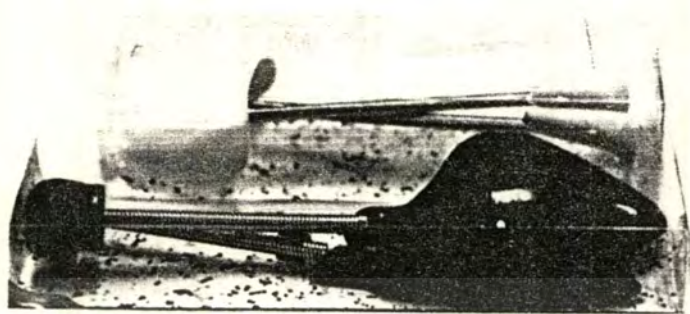


### 3. เชือกผูกรองเท้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4. หุ่นรักษาทรงรองเท้า

##### 4.1 สำหรับรองเท้าชาย และหญิง



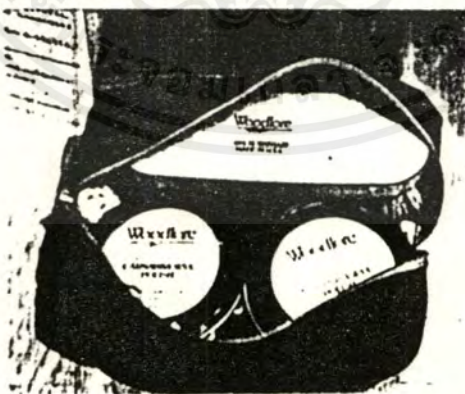
##### 4.2 สำหรับรองเท้าเปิดส้น(หญิง)



#### 5. อื่นๆ ได้แก่ คิวขยายหนังรองเท้า ที่ซ่อมรองเท้า แผ่นรองรองเท้า เป็นต้น

#### 2.1.6 ผลิตภัณฑ์รวมชุดที่จำหน่ายในท้องตลาด

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์รวมชุดมีจำหน่ายน้อยมาก โดยมากจะเป็นการขายปลีกและมีการขายร่วมกับอุปกรณ์อื่น ๆ บางในช่วงแนะนำผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการขาย



การที่ผลิตภัณฑ์รวมชุดมีจำหน่ายน้อยเอง จึงสามารถสร้างโอกาสทางการตลาดจากความต้องการของผู้บริโภคที่ยังไม่ถูกตอบสนอง หรือสร้างความต้องการใหม่ให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภคได้โดยมีหลักดังนี้

#### 1. การรวมชุดผลิตภัณฑ์จะเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคเข้าใจวิธีการดูแลรักษารองเท้าที่ถูก

วิธีได้มากขึ้น เอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. การรวมชุดผลิตภัณฑ์จะเป็นการระบายสินค้าคราวละมากๆ เช่น จัดชุดผลิตภัณฑ์สำหรับโอกาสต้อนรับเปิดเทอม โดยบรรจุผลิตภัณฑ์หลายอย่างรวมกัน

3. จัดผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะใช้ประกอบกันเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์จากชุดผลิตภัณฑ์อย่างเต็มที่

4. ชุดผลิตภัณฑ์อำนวยความสะดวกในการใช้งานแก่ผู้บริโภค

## 2.1.7 เปรียบเทียบปริมาณการบริโภคผลิตภัณฑ์

### • ผลิตภัณฑ์ประเภทยี่ห้อรองเท้าน้ำ

ตารางสรุปลักษณะผลิตภัณฑ์ที่มีใช้กับรองเท้าน้ำประเภทต่าง ๆ

ประเภทรองเท้าน้ำ	หนังเรียบ		หนังกลับ หนังนูน		หนังแก้ว		ผ้า-ผ้าใบ	
ลักษณะ บรรจุภัณฑ์								
ดัลป์	P	C						
ดัลป์ฟองน้ำ			L			L		
หลอดแทง	P							
หลอดบีบ		C		L	C		C	
ขวด		C	L	C	L	C		C
ขวดสเปรย์			L		L		L	
กระป๋องสเปรย์			L		L		L	

หมายเหตุ

P	ชนิดกึ่งแข็ง (PASTE)
C	ชนิดครีม (CREAM)
L	ชนิดน้ำ (LIQUID)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางลำดับการบริโภคผลิตภัณฑ์ตาม ลักษณะบรรจุภัณฑ์

ประเภทรองเท้า	หนังเรียบ	หนังกลับ หนังนูน	หนังแก้ว	ผ้า-ผ้าใบ
ลักษณะ บรรจุภัณฑ์				
ดัด	มากที่สุด	-	-	-
ดัดป้องกัน	5	-	3	-
หลอดแห้ง	4	-	-	-
หลอดบีบ	3	3	4	2
ขาด	2	2	2	มากที่สุด
ขาดสเปรย์	7 น้อยที่สุด	4 น้อยที่สุด	5 น้อยที่สุด	-
กระป๋องสเปรย์	6	มากที่สุด	มากที่สุด	3 น้อยที่สุด

### หนังเรียบ

-ดัดได้รับความนิยมเนื่องจากมีราคาถูก หาซื้อได้ง่าย

-ขาดได้รับความนิยมรองลงมาเนื่องจากใช้สะดวกและหาซื้อได้ง่าย

-ขาดสเปรย์ได้รับความนิยมน้อยที่สุดเนื่องจากมีราคาแพงและขายในร้าน หรือ

แผนกรองเท้ายี่ห้ออื่น ๆ เท่านั้น

### หนังกลับและหนังนูน

-กระป๋องสเปรย์ได้รับความนิยมเนื่องจากมีความเหมาะสมในการดูแลรักษาหนังกลับ และนูน นอกจากนั้นยี่ห้อที่ซึ่งมีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงยังมีผลิตภัณฑ์ประเภทนี้อยู่ น้อย ผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้เป็นกลุ่มที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการดูแลรักษาองเท้า และมีฐานะทางการเงินที่สูงกว่า

-ขาดสเปรย์ได้รับความนิยมน้อยที่สุดเนื่องจากมีราคาแพงและขายในร้านหรือแผนกรองเท้ายี่ห้ออื่น ๆ เท่านั้น

### หนังแก้ว

-เหตุผลในการจัดลำดับเช่นเดียวกับหนังกลับและหนังนูน

## ผ้า-ผ้าใบ

- ชาวได้รับความนิยมเนื่องจากมีราคาถูกกว่าและหาซื้อได้ง่าย
- กระป๋องสเปรย์ได้รับความนิยมน้อยที่สุดเนื่องจากมีราคาแพงเมื่อเทียบกับตัวเลือกอื่น

### ● ผลิตภัณฑ์ประเภทอุปกรณ์ ลำดับการบริโภคได้ดังนี้

- แปรงในลอน -มีการบริโภคมากกว่าเนื่องจากราคาถูก
- แปรงขนม้า และแปรงยาง -การบริโภคพอ ๆ กัน
- หุ่นรักษาทรงรองเท้า -มีการบริโภคน้อยเนื่องจากคนไทยยังไม่เห็นความจำเป็น

ของการรักษาทรงรองเท้าเท่าที่ควร และผลิตภัณฑ์มีราคาสูง

### ● ผลิตภัณฑ์รวมชุด

เมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ 2 กลุ่มที่ผ่านมา ผลิตภัณฑ์รวมชุดมีปริมาณการบริโภคน้อยมากเป็นอันดับ 3 โดยผลิตภัณฑ์กลุ่มยาขัดรองเท้ามีการบริโภคสูงสุด

## 2.1.8 วิเคราะห์และสรุปข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการออกแบบ

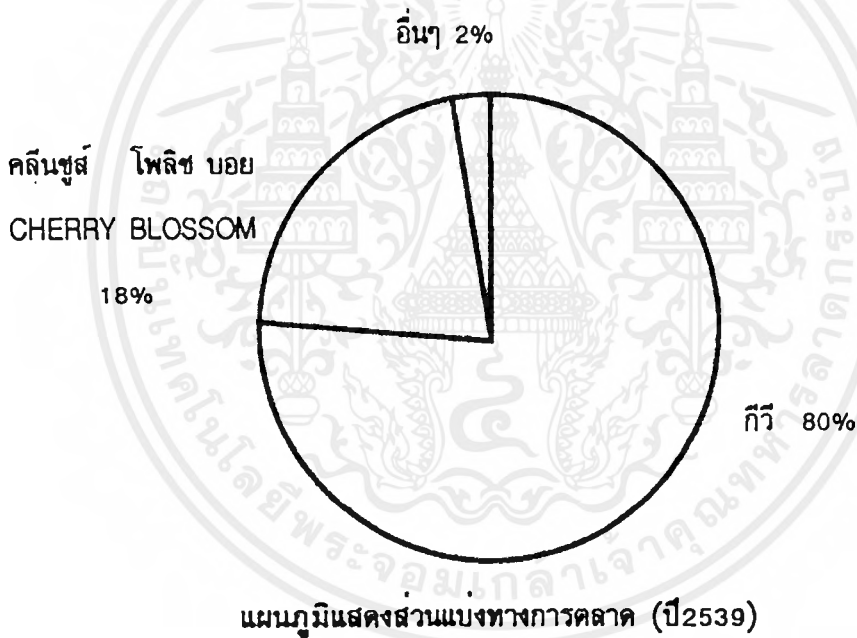
1. ผู้บริโภคทั่วไปมีความเข้าใจเกี่ยวกับการดูแลรักษารองเท้าเป็นอย่างดี จึงควรมีการสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับผู้บริโภค เช่น การออกแบบบรรจุภัณฑ์ชุดที่สามารถอธิบายขั้นตอนการดูแลรักษารองเท้าได้ หรือออกแบบฉลากบนบรรจุภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคเข้าใจวิธีการใช้ได้ง่าย
2. ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้ามีความหลากหลายทั้งในด้านของ 1)ประเภทของรองเท้าที่ใช้ 2)ขั้นตอนการดูแลรักษา 3)ลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ และ 4)สีของผลิตภัณฑ์ ดังนั้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดยาขัดรองเท้า หมวกอุปกรณ์ และหมวกผลิตภัณฑ์รวมชุด ควรมีความชัดเจนในทั้ง 4 ด้านที่กล่าวมาเพื่อสร้างความเข้าใจและความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าให้แก่ผู้บริโภคได้
3. ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็นสินค้าครบวงจร การออกแบบบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดควรมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน คือมีเอกลักษณ์ร่วม (CORPORATE IDENTITY) เพื่อสร้างภาพลักษณ์และความเป็นเอกภาพให้กับสินค้าโดยรวมได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.2 ข้อมูลการตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าโดยรวม

### 2.2.1 ขนาดของตลาด ส่วนแบ่งตลาดและแนวโน้มของตลาด

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าที่จำหน่ายในประเทศไทยมีมูลค่ารวมประมาณปีละ 500 ล้านบาท ซึ่งจัดว่าเป็นตลาดขนาดเล็ก เนื่องจากปริมาณผู้บริโภคสินค้าสำหรับดูแลรักษาของเท้าในประเทศไทยมีเพียงร้อยละ 34 การแข่งขันในตลาดสินค้าประเภทนี้ยังไม่รุนแรงเพราะมีผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศไทยอยู่เพียง 3 ยี่ห้อ ได้แก่ กิวิ (KIWI) คลีนชูส์ (KLEEN SHOES) และโพลิชบอย (POLISH BOY) ซึ่งมีอัตราการเจริญเติบโตของตลาดเฉลี่ยรวมปีละร้อยละ 10-20 แนวโน้มการเจริญเติบโตของตลาดมีความเป็นไปได้ถึงร้อยละ 60(1)



ผลิตภัณฑ์กิวิ เดิมมีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงถึงร้อยละ 98 แต่ปัจจุบันส่วนแบ่งการตลาดเริ่มลดลงเนื่องจากปลายปี 2538 มีผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาของเท้ายี่ห้อใหม่ คือ คลีนชูส์ ออกผลิตและวางจำหน่ายในประเทศเพิ่มขึ้นอีกหนึ่งราย การตีเป้าหมายการตลาดที่ค่อนข้างสูงของคลีนชูส์ กล่าวคือ สามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดได้ถึงร้อยละ 50 ภายในปีที่ 3 นับ จากออกสู่ตลาดทำให้ส่วนแบ่งของผลิตภัณฑ์เดิมลดลง ทั้งนี้การคาดการณ์ว่าการเข้าสู่ตลาด ของคลีนชูส์จะทำให้ตลาดเติบโตขึ้นอีกไม่ต่ำกว่าร้อยละ 30'



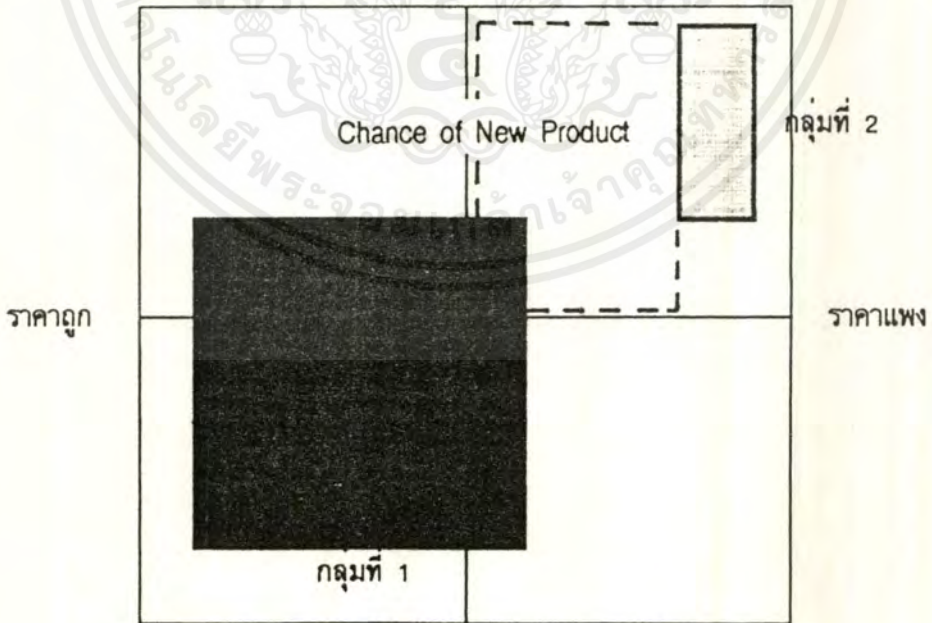
<p>กลุ่มที่ 1 (สินค้าระดับกลาง)</p>	<p>กลุ่มที่ 2 (สินค้าระดับบน)</p>
<p>ส่วนแบ่งทางการตลาด : ร้อยละ 98</p>	<p>ส่วนแบ่งทางการตลาด : ร้อยละ 2</p>
<p>ระดับราคา : ต่ำ ประมาณ 25-200 บาท</p>	<p>ระดับราคา : สูง ประมาณ 120-2,050 บาท</p>
<p>กลุ่มผู้บริโภคหลัก : กลุ่มชนชั้นกลาง(ระดับ C) กำลังการซื้อปานกลางแต่มีขนาดตลาดใหญ่ที่สุด</p> <p>กลุ่มผู้บริโภครอง : ระดับ B ขึ้นไป กำลังการซื้อสูง</p>	<p>กลุ่มผู้บริโภคหลัก : ระดับ B+ ถึง A กำลังการซื้อสูง แต่มีขนาดตลาดที่เล็กมาก</p> <p>กลุ่มผู้บริโภครอง : ระดับ B ขึ้นไป กำลังการซื้อสูง</p>
<p>การเลือกซื้อ : เลือกซื้อโดยพิจารณาจากราคา เป็นสำคัญมากกว่าจะพิจารณาถึงคุณภาพ และหาซื้อได้สะดวก</p> <p>: เลือกซื้อเพราะไม่มีทางเลือก</p> <p>เนื่องจากมีสินค้าให้เลือกเพียงไม่กี่ยี่ห้อ ผู้บริโภคในส่วนนี้จะซื้อสินค้ากลุ่มที่ 2 นาน ๆ ครั้ง ตามกำลัง</p>	<p>การเลือกซื้อ : เลือกซื้อเพราะเชื่อถือในคุณภาพของตราสินค้าต่างประเทศ ผู้บริโภคเชื่อว่าสินค้าราคาสูงจะมีคุณภาพสูงตาม)</p> <p>: เลือกซื้ออย่างมีเหตุผล คือให้ความสำคัญกับคุณภาพมากกว่าราคา เพราะรองเท้าที่ซื้อมีราคาค่อนข้างสูงจึงต้องการสินค้าที่มีคุณภาพดีที่สามารถยืดอายุการใช้งานของรองเท้าได้</p>
<p>ช่องทางการจัดจำหน่าย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>: ห้างสรรพสินค้าทั่วไป</li> <li>: ซูเปอร์มาเก็ต</li> <li>: ร้านค้าปลีกและร้านค้าสะดวกซื้อ</li> <li>: ร้านค้าส่ง</li> </ul>	<p>ช่องทางการจัดจำหน่าย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>: ห้างสรรพสินค้าระดับบน โดยวางจำหน่ายตามแผนรองเท้า และร้านรองเท้าต่าง ๆ มีพนักงานขายประจำอยู่ในส่วนต่าง ๆ เพื่ออธิบายลักษณะของสินค้า</li> </ul>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



กราฟแสดงกลุ่มสินค้าเปรียบเทียบตามระดับราคาและกลุ่มผู้บริโภค

ผู้บริโภคระดับบน (A)



ผู้บริโภคระดับกลาง (c)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากกราฟจะเห็นว่า มีช่องว่างของราคาที่ห่างกันมากและคุณภาพของสินค้าทั้ง 2 กลุ่มก็ต่างกัน โดยกลุ่มสินค้าระดับบน (กลุ่มที่ 2) จะมีสินค้าครบวงจรมากกว่า ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ทำความสะอาด, ผลิตภัณฑ์เพิ่มสีหนังและ/หรือขัดเงา, ผลิตภัณฑ์ป้องกันน้ำ ตลอดจนอุปกรณ์เสริมต่างๆ ขณะที่กลุ่มสินค้าระดับกลาง (กลุ่มที่ 1) จัดจำหน่ายเพียงผลิตภัณฑ์ เพิ่มสีหนังและ/หรือขัดเงาเป็นส่วนใหญ่ การที่ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าในประเทศมีจำนวน ไม่หลากหลายเท่าที่ควร ทำให้ขาดการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคทราบวิธีการดูแลรักษารองเท้าที่ ถูกต้อง เป็นผลให้อายุการใช้งานของรองเท้าสั้นกว่าที่ควรจะเป็นเพราะเกิดปัญหาหนังรองเท้าแตก หรือสีซีด เป็นต้น

จากช่องว่างด้านราคาและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในตลาดปัจจุบัน จะพบว่ามีผู้บริโภค อีกกลุ่มหนึ่งที่เลือกซื้อสินค้า โดยพิจารณาจากคุณภาพสินค้าเป็นหลัก ผู้บริโภคกลุ่มนี้มีกำลังซื้อ ไม่สูงเท่าผู้บริโภคระดับ A แต่ต้องการสินค้าคุณภาพดี จากแนวโน้มการเติบโตของตลาดที่มี สัดส่วนสูงขึ้น การสร้างตลาดให้กับผู้บริโภคกลุ่มนี้จะทำให้ตลาดมีการแข่งขันกันมากยิ่งขึ้น ทั้ง ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์, การให้ความสำคัญการประชาสัมพันธ์, การผลิตสินค้าให้หลากหลาย กว่าเดิม ตลอดจนการให้ความสำคัญกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์

## 2.2.2 ส่วนแบ่งของตลาดแบ่งตามลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์

ตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าแบ่งได้เป็น 2 ส่วนหลัก คือ

### 1. ตลาดของยี่ห้อชนิคซ์นี่นึ่ง

- เป็นส่วนแบ่งตลาดที่มีขนาดใหญ่
- มีความต้องการของตลาดถึงร้อยละ 80
- มีอัตราการเติบโตเพียงร้อยละ 10-20 ต่อปี

### 2. ตลาดของยี่ห้อชนิคซ์นี่น้ำ

- มีส่วนแบ่งตลาดเพียงร้อยละ 20
- มีอัตราการเติบโตร้อยละ 20-30 ต่อปี

อุปกรณ์เพิ่มเติม (ACCESSORIES) นับว่ามีส่วนแบ่งตลาดเพียงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับตลาดทั้งสองกลุ่ม โดยเป็นส่วนเสริมในตลาดเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภค

### 2.2.3 ท้องถิ่นที่จำหน่าย

ผู้บริโภคมล็ดภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าในประเทศไทย แบ่งตามปริมาณการซื้อได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

-ปริมาณการซื้อมาก ได้แก่ กลุ่มชนชั้นกลางในเมือง อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และเขตเทศบาลของอำเภอสำคัญในจังหวัด ซึ่งมีสัดส่วนไม่เกินร้อยละ 25 ของ จำนวนครัวเรือนทั้งหมดในประเทศไทย

-ปริมาณการซื้อปานกลาง-น้อย ได้แก่ ผู้บริโภคที่กระจายอยู่ตามท้องถิ่นต่างๆ ในต่างจังหวัด

พิจารณาจากปริมาณการซื้อของผู้บริโภคได้ว่า ท้องถิ่นที่เป็นตลาดหลักของผลิตภัณฑ์ดูแลรักษา รองเท้า คือ กรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และเมืองใหญ่อื่นๆ เช่น เชียงใหม่ ขอนแก่น นครราชสีมา และบุรีรัมย์ เป็นต้น โดยแต่ละยี่ห้อจะมีช่องทางจัดจำหน่ายต่างกันไปตามระดับ ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

### 2.2.4 ฤดูกาลและระยะเวลาที่จัดจำหน่าย

การวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าจะมีการจำหน่ายได้ตลอดทั้งปี สำหรับสินค้ายี่ห้อที่เริ่มเข้าสู่ตลาดจะมีช่วงแนะนำผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการขาย ด้วยการมอบผลิตภัณฑ์ตัวอย่างรวมไปกับการจำหน่าย

สินค้าบางยี่ห้อมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีลักษณะพิเศษสำหรับโอกาส หรือเทศกาลต่างๆในรอบปี เห็นได้จากยี่ห้อกีวี ออกแบบบรรจุภัณฑ์ยี่ห้อรองเท้าผ้าใบเป็นรูปรองเท้าผ้าใบในช่วงใกล้เปิดเทอมทำให้มียอดจำหน่ายค่อนข้างสูง และลูกค้าจะให้ความสนใจต่อรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ในโอกาสต่างๆไปอีกด้วย

WOODLORE มีการจัดชุดยี่ห้อรองเท้าสำหรับผู้รักการท่องเที่ยว (TRAVEL SHOE CARE KIT) เพื่อระบายนินค้ำครวลระมกๆ และประขำสัมพันธ์ไปในครวเดียวกัน

## 2.2.5 ลักษณะผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าในประเทศไทย

กลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าในประเทศไทยที่มีพฤติกรรมสำคัญทางการตลาดมากที่สุด คือ กลุ่มชนชั้นกลางในเมืองใหญ่ แนวโน้มเชิงพฤติกรรมการซื้อ การใช้ การรับฟังข้อมูลการตลาดและการโฆษณา มีลักษณะที่คล้ายกันและมีอิทธิพลอย่างมากในการชักนำพฤติกรรมของผู้บริโภคอื่นๆ เนื่องจากกลุ่มนี้เป็นกลุ่มผู้นำทางความคิดและผู้นำด้านแฟชั่น ประกอบกับมีกำลังซื้อในฐานะหน่วยครอบครัวค่อนข้างสูง มีความสม่ำเสมอในด้านการใช้จ่ายสอย โดยแบ่งตามวัฏจักรชีวิตได้ 3 กลุ่มดังนี้

### 1. ผู้ใหญ่ที่มีครอบครัว มีลักษณะดังนี้

- ปริมาณประชากรน้อย
- มีความเชื่อถือซื้อสัตย์ต่อยี่ห้อสินค้า
- มีกำลังในการซื้อสูง
- ไม่ชอบการทดลองของใหม่
- มีเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ และตัดสินใจ โดยคำนึงถึงความคุ้มค่าเป็นหลัก

### 2. ผู้ใหญ่ต้นวัยทำงาน จะมีลักษณะดังนี้

- มีปริมาณประชากรจำนวนมาก
- มีความตื่นตัวกับสินค้าใหม่ๆ ได้ง่าย
- มีกำลังในการซื้อสูง
- ชอบความทันสมัย มีรสนิยมเป็นสากล และมีการครอบครองสิ่งต่างๆ ได้ดี
- เร่งรัด กระฉับกระเฉง คล่องแคล่ว มีเวลาในการตัดสินใจซื้อสินค้าสั้นกว่า

### 3. วัยรุ่นตอนปลาย มีลักษณะดังนี้

- มีปริมาณประชากรจำนวนน้อย
- มีความตื่นตัวกับสินค้าใหม่ๆ ได้ง่าย
- มีกำลังทรัพย์ในการซื้อสินค้าระดับปานกลาง
- ชอบทดลองของใหม่ๆ ไม่ชอบความจำเจ ทันสมัยเสมอ
- ไม่คำนึงถึงเหตุผลในการตัดสินใจ ยึดเอาความชอบเป็นหลัก ตัดสินใจง่าย



## 2.2.6 วิเคราะห์และสรุปข้อมูลด้านการตลาดที่มีผลต่อการออกแบบ

1. จากการแบ่งสินค้าตามระดับราคาและกลุ่มผู้บริโภคได้เป็นสินค้าระดับกลางและระดับบน จะพบช่องว่างทางการตลาดที่ยังไม่สามารถตอบสนองกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าคุณภาพสูง แต่กำลังการบริโภคไม่สูงเท่าระดับ A ดังนั้นการออกสินค้าสำหรับผู้บริโภคกลุ่มนี้บรรจุภัณฑ์ควรสื่อถึงความมีคุณภาพสูงของสินค้าได้ชัดเจน เช่น ความสะอาดเงางาม และดูใหม่ อยู่เสมอ เป็นต้น
2. เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มนี้เป็นกลุ่มผู้มีฐานะค่อนข้างดี มีการศึกษา และมีรสนิยม การออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงควรมีการศึกษาจิตวิทยาของกลุ่มผู้บริโภค โดยออกแบบให้มีความเหมาะสมดึงดูดให้ผู้บริโภคซื้อสินค้านั้น ๆ ได้
3. ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าเป็นสินค้าที่วางจำหน่ายตลอดปี ดังนั้นบรรจุภัณฑ์จึงต้องมีอายุการใช้งานที่เหมาะสมกับความต้องการในการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ ฉลากบนบรรจุภัณฑ์มีความทันสมัยตลอดเวลา

## 2.3 ข้อมูลคู่แข่งชั้นในตลาดโดยรวม

### 2.3.1 เปรียบเทียบภาพลักษณ์โดยรวมของคู่แข่งชั้น

ขอกล่าวเฉพาะยี่ห้อที่ผลิตผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าเป็นหลัก หรือมีผลิตภัณฑ์หลากหลาย มีกลุ่มเป้าหมายค่อนข้างกว้างหรือเป็นที่รู้จัก และมีสถานที่จัดจำหน่ายมากพอสมควรดังนี้

- กลุ่มสินค้าระดับกลาง ได้แก่
  1. กิวิ
  2. คลินชูส์
- กลุ่มสินค้าระดับบน ได้แก่
  3. DASCO
  4. SHOE-CARE
  5. COLLONIL
  6. MELTONIAN
  7. COLUMBUS และ
  8. PUNCH

ตารางเปรียบเทียบภาพลักษณ์โดยรวมของกลุ่มแข่งขัน

ยี่ห้อ	บุคลิกภาพของผลิตภัณฑ์	จุดขายของผลิตภัณฑ์	กลุ่มผู้บริโภค	ระดับราคา (บาท)	ช่องทางการจัดจำหน่าย
กีวี	-เป็นที่รู้จักในไทยมานานกว่า 50 ปี -บรรจุภัณฑ์ให้ความรู้สึกสุขุม เครื่องขริม และอนุรักษนิยม	-ยี่ห้อสินค้า  -หาซื้อได้สะดวก	-ระดับ c ชั้นไป  -ชาย/หญิง อายุ 18-50 ปี	23 ถึง 100	-ซูเปอร์มาเก็ต -ร้านค้าปลีก -ร้านค้า สะดวกซื้อ -ร้านค้าส่ง -ห้างสรรพสินค้า
คลีนซุส	-เริ่มเข้าสู่ตลาดเมื่อปี 2538 -บรรจุภัณฑ์มีความทันสมัย ให้ความรู้สึกสะอาด สุขุม	-สื่อถึงความสะอาดเงางาม  -ระดับราคา	-ระดับ c ชั้นไป  -ชาย/หญิง อายุ 18-45 ปี	26 ถึง 55	-ซูเปอร์มาเก็ต -ร้านค้าปลีก -ร้านค้า สะดวกซื้อ -ร้านค้าส่ง -ห้างสรรพสินค้า
DASCO	-สินค้าจากประเทศอังกฤษ -บรรจุภัณฑ์ให้ความรู้สึกสะอาด แปลกใหม่ อนุรักษนิยม ใช้ได้ทั้งชายและหญิง	-ยี่ห้อสินค้าชั้นนำของโลก -คุณภาพและบริการชั้นหนึ่ง	-ระดับ B ชั้นไป  -ชาย/หญิง อายุ 25-50 ปี	120 ถึง 2,050	-ร้านรองเท้านิวยอร์ก -แผนกรองเท้าของห้างสรรพสินค้าชั้นนำในกรุงเทพฯ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

SHOE-CARE	-สินค้าจากประเทศ ฝรั่งเศส -สิทธิของบรรจุกฎหมายให้ ความรู้สึกว่ามีมานาน น่าเชื่อถือ	-การแบ่งประเภท ผลิตภัณฑ์ ได้ อย่างชัดเจน	-ระดับ B ชั้น ไป -ชาย/หญิง อายุ25-50 ปี	200 ถึง 250	-ร้านรองเท้า ในกรุงเทพ และเมืองใหญ่ -แผนกรองเท้า ของห้างสรรพ สินค้าชั้นนำ ในกรุงเทพ และเมืองใหญ่
Collonil	-สินค้าจากประเทศ เยอรมัน -บรรจุกฎหมายดีเป็น ผลิตภัณฑ์ประเภทกีฬา	-ยี่ห้อสินค้า -ระดับราคา	-ระดับ B ชั้น ไป -ชาย/หญิง อายุ25-45 ปี	95 ถึง 150	-ร้านรองเท้า ในกรุงเทพ และเมืองใหญ่ -แผนกรองเท้า ของห้างสรรพ สินค้าชั้นนำ ในกรุงเทพ และเมืองใหญ่
Meltonian	-สินค้าจากประเทศ ฝรั่งเศส -บรรจุกฎหมายดีมีระดับ สะอาด เป็นระเบียบ	-ยี่ห้อสินค้า -ความสง่า งามของบรรจุกฎ หมาย	-ระดับ B ชั้น ไป -ชาย/หญิง อายุ25-50 ปี	85 ถึง 250	-ร้านรองเท้า ในกรุงเทพ และเมืองใหญ่ -แผนกรองเท้า ของห้างสรรพ สินค้าชั้นนำ ในกรุงเทพ และเมืองใหญ่

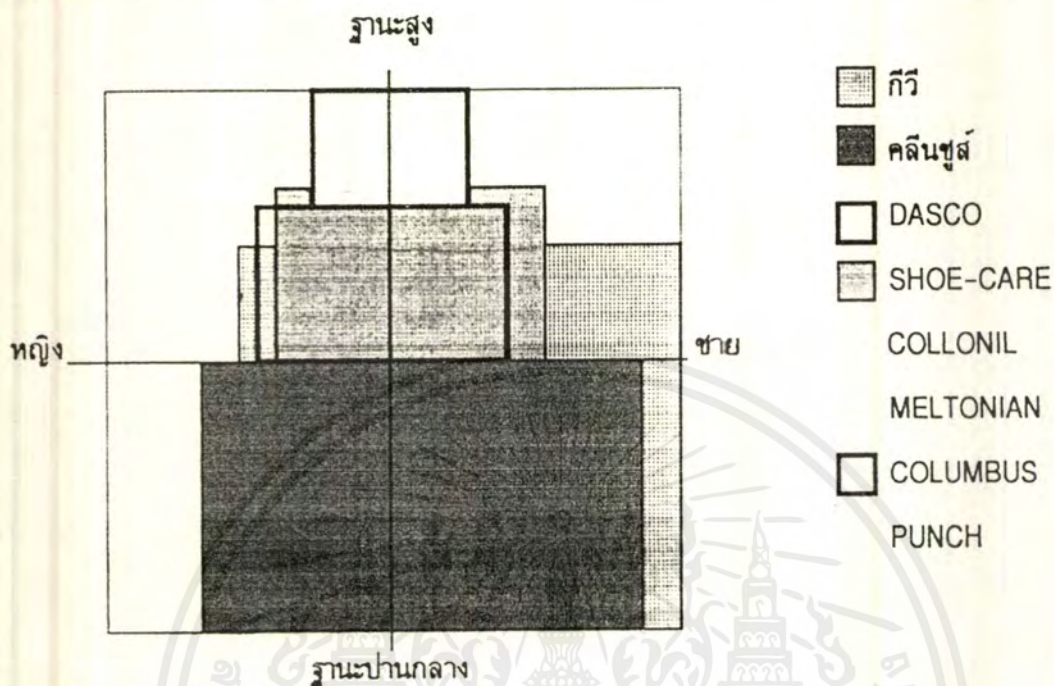
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

COLUM -BUS	-สินค้าจากประเทศ ญี่ปุ่น -เอกลักษณ์ร่วมของ บรรจุภัณฑ์ยังไม่ดี	-ผลิตภัณฑ์ และบรรจุ- ภัณฑ์ที่พัฒนา แตกต่างออกไป	-ระดับ B ชั้น ไป -ชาย/หญิง อายุ 25-45 ปี	85 ถึง 250	-ร้านรองเท้า ในกรุงเทพ และเมืองใหญ่ -แผนรองเท้า ของห้างสรรพ สินค้าชั้นนำ ในกรุงเทพ และเมืองใหญ่
PUNCH	-สินค้าจากต่างประเทศ -เอกลักษณ์ร่วมของ บรรจุภัณฑ์ยังไม่ดีนัก	-ระดับราคา และผลิตภัณฑ์ ที่หลากหลาย	-ระดับ B ชั้น ไป -ชาย/หญิง อายุ 25-45 ปี	30 ถึง 250	-ร้านรองเท้า ในกรุงเทพ และเมืองใหญ่ -แผนรองเท้า ของห้างสรรพ สินค้าชั้นนำ ในกรุงเทพ และเมืองใหญ่

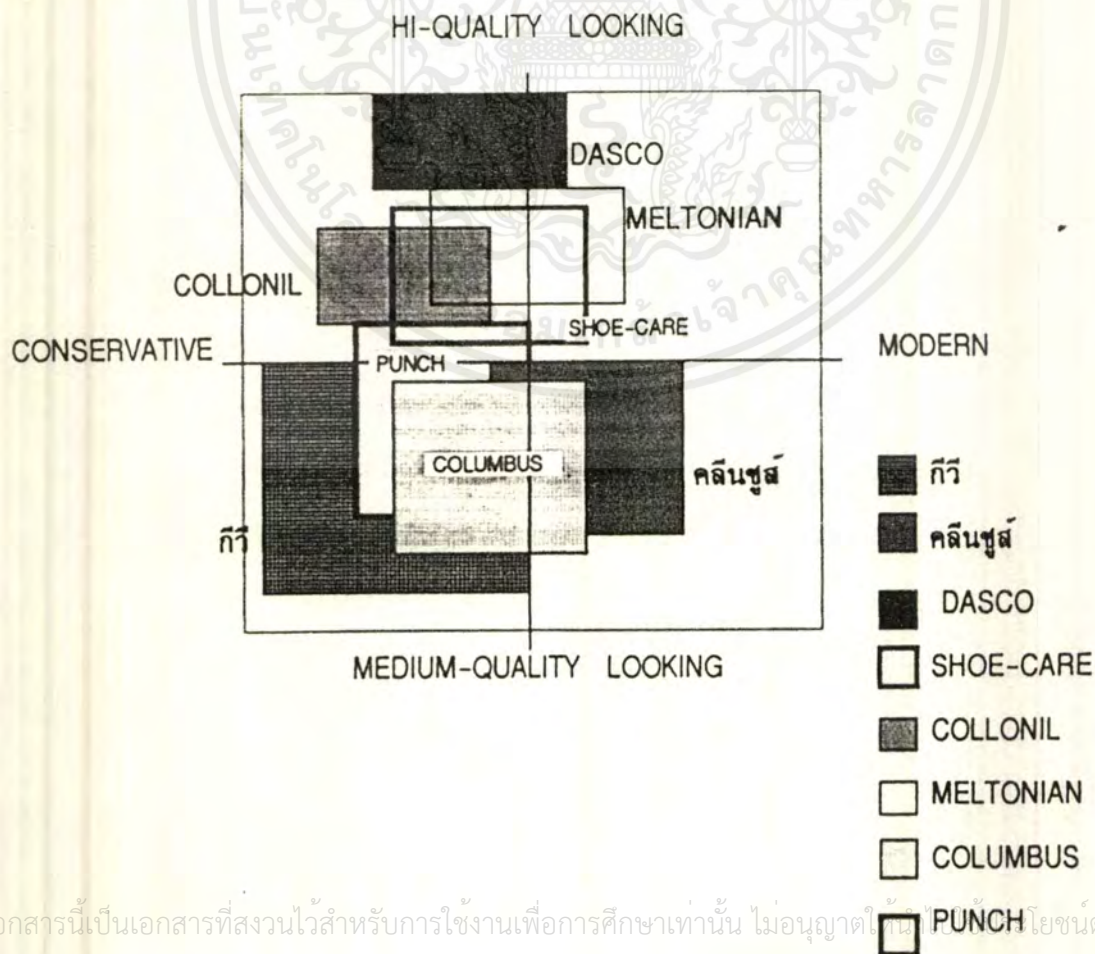
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กราฟเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ดูแลรองเท้ายี่ห้อต่าง ๆ

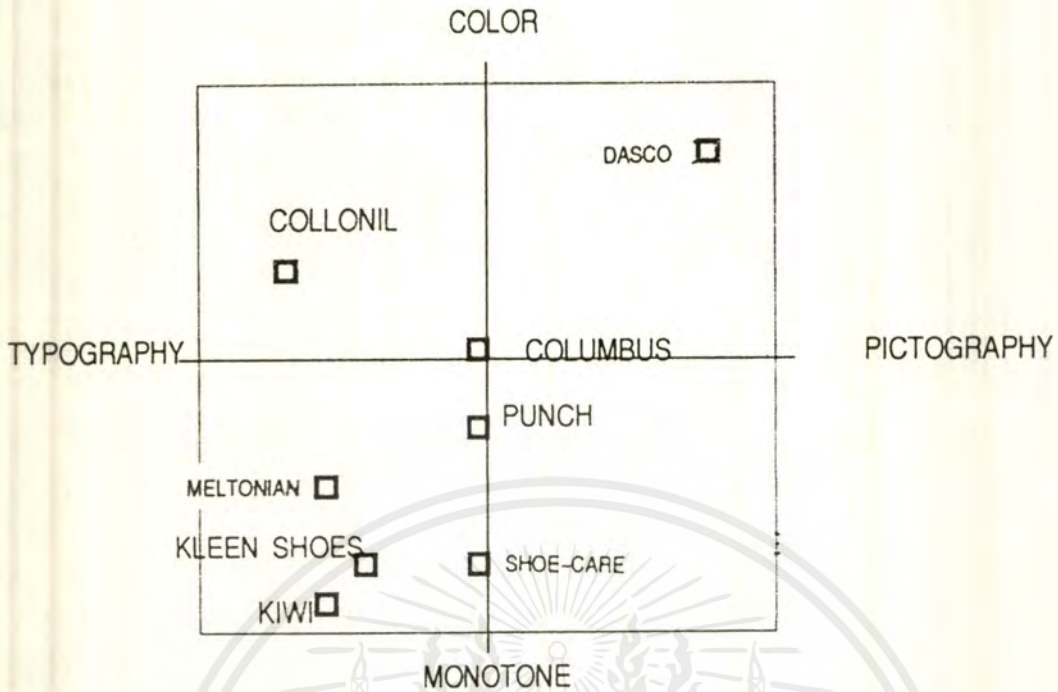
1. เปรียบเทียบลักษณะผู้บริโภค



2. เปรียบเทียบลักษณะบรรจุภัณฑ์

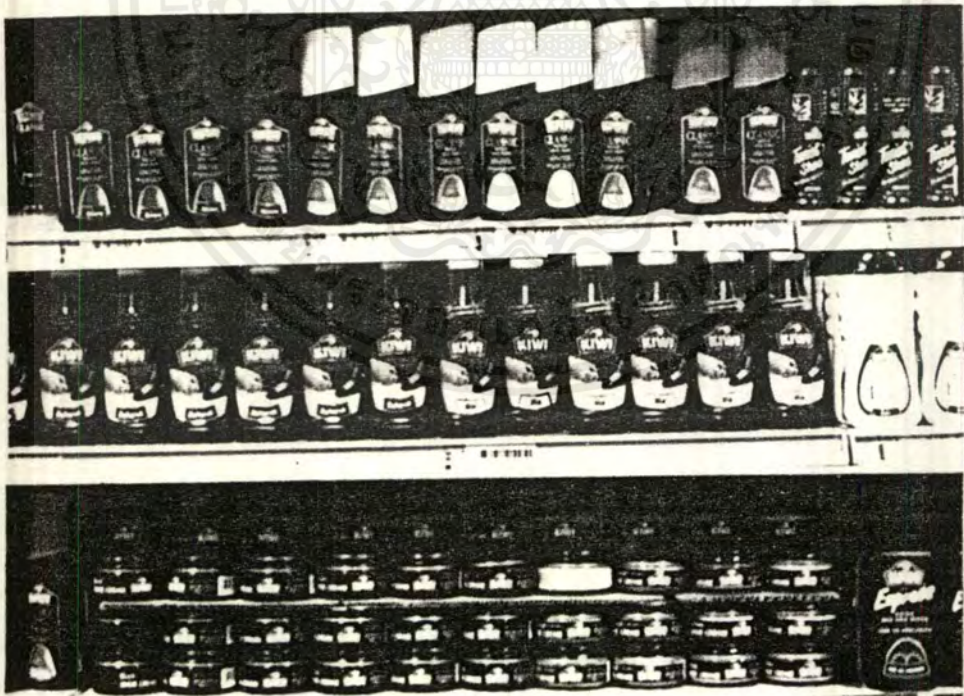


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



### 2.3.2 ข้อมูลผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าที่ชื่อต่างๆ

#### 1. กิวี (KIWI)



ยาขัดรองเท้ากิวีวางจำหน่ายในประเทศไทยมานานกว่า 50 ปี ผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่ายส่วนมากเป็นยาขัดสำหรับรองเท้าหนังเรียบ รองเท้ากีฬาผ้าใบและหนัง ได้แก่ ยาขัดรองเท้า และแปรงขัดรองเท้า เป็นต้น ยาขัดรองเท้ากิวีมีประเภทผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลายแต่ก็ขายได้เรื่อยมา เนื่องจากเป็นที่รู้จักมานาน และแบ่งประเภทผลิตภัณฑ์ตามประเภทหนังรองเท้า ดังนี้

เอกซอสที่ส่งออกไปส่วนหนึ่งคือรองเท้าที่เอกรสังเคราะห์ให้ใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเภทหนังสือ	หน้าที่ผลิตภัณฑ์			รูปแบบบรรจุภัณฑ์	ขนาดบรรจุ(กรัม)	ราคา(บาท)
	CLEANER	RENOVA-TION/ POLISH-ING	PROTEC-TOR			
หนังสือเรียน	-	ซีดี	-	-ดัลบ โลหะชนิดผ้า ลูกบิด	45,100	35-55
	-	ครีม	-	-ดัลบ แก้วชนิดผ้า เกลียว	45	35-90
	-	ครีม	-	-หลอดบีบมีหัว ฟองน้ำ	50	55
	-	ครีม	-	-หลอดแทง	31-35	65
	น้ำยา	-	-	-กระป๋องสเปรย์	125	98
-	น้ำยา	-	-ดัลบ ฟองน้ำ	ขนาดใหญ่	31	
-	น้ำยา	-	-ขวดพลาสติกมีหัวฟองน้ำ	75	35-55	
รองเท้ากีฬา	น้ำยา	-	-	-ขวดพลาสติก	75	37
	-	น้ำยา	-	-ขวดพลาสติกมีหัวฟองน้ำ	75	23-37
	-	-	-	-	-	-

### • สีของบรรจุภัณฑ์

- รองเท้าหนังสือเรียน : ตัวบรรจุภัณฑ์สีดำ ส่วนมากใช้ผ้าสีต่างกันตามสีหนังสือเพื่อจำแนกสีของยาขัดรองเท้าอย่างชัดเจน อย่างไรก็ตามผลิตภัณฑ์บางรุ่นก็ใช้ผ้าสีเดียวกันหมดแม้ว่าจะมียาขัดรองเท้าหลายสีก็ตาม

- รองเท้ากีฬา : ตัวบรรจุภัณฑ์สีขาว ใช้ผ้าสีต่างกันเพื่อจำแนกสีของยาขัดได้อย่างชัดเจนเช่นเดียวกับยาขัดรองเท้าสำหรับหนังสือเรียน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ลักษณะกราฟฟิบบนบรรจุภัณฑ์

- โลโก้เป็นตัวหนังสือ KIWI และนกกีวีสีขาวบนพื้นสีแดง ตัดกับพื้นบรรจุภัณฑ์สีดำและสีขาว

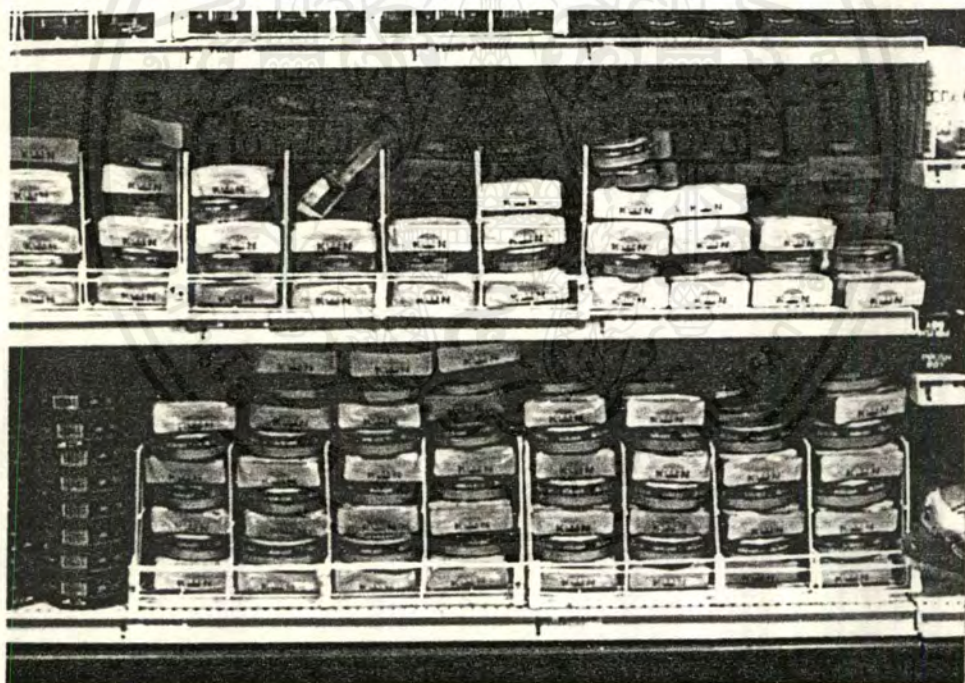
ทำให้เห็นโลโก้ได้อย่างชัดเจน

- มีทั้งการจัดวางภาพร่วมกับตัวหนังสือ และการจัดวางตัวหนังสือเพียงอย่างเดียว
- รูปแบบโดยรวมเป็นแนวอนุรักษ์

- ฉลากบนบรรจุภัณฑ์

- ขนาด : นำฉลากกระดาษมาติดบนบรรจุภัณฑ์
- หลอดบีบ หลอดแท่ง ตลับและกระป๋องสเปรย์ : พิมพ์ฉลากลงบนบรรจุภัณฑ์

## 2. คลีนชูส์ (KLEEN SHOES)



ยาขจัดรองเท้าคลีนชูส์ เป็นผลิตภัณฑ์ขี้เท้าใหม่ที่ผลิตในประเทศไทย วางจำหน่ายเมื่อปลายปี 2538 ประเภทผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่าย ได้แก่ ยาขจัดสำหรับรองเท้าหนังเรียบ และแปรงขจัดรองเท้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเภทหนัง	หน้าที่ผลิตภัณฑ์			รูปแบบบรรจุภัณฑ์	ขนาดบรรจุ(กรัม)	ราคา(บาท)
	CLEANER	RENOVA -TION/ POLISH- ING	PROTEC -TOR			
หนังเรียบ	-	ขัดเงา	-	-ดัลบ โลหะชนิด ฝาเกลียว	45,100	26-42
	-	น้ำยา	-	-ขวดพลาสติกมี หัวฟองน้ำ	75	50

#### ● สีของบรรจุภัณฑ์

- ดัลบ      ตัวบรรจุภัณฑ์สีดำ ใช้ฝาสีต่างกันตามสียาขัดรองเท้าแต่ละสีได้อย่างชัดเจน
- ขวด      ตัวบรรจุภัณฑ์สีดำ สีฝาตามสีของผลิตภัณฑ์

#### ● ลักษณะกราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์

- โลโก้เป็นคิ้วหนังสือ KLEEN SHOES สีแดง มีสัญลักษณ์ที่แสดงถึงความเงางาม โลโก้บนบรรจุภัณฑ์ขวดจะวางบนพื้นสีเหลี่ยมสีขาว ติดกับพื้นบรรจุภัณฑ์สีดำอย่างชัดเจน
- มีทั้งการจัดวางภาพร่วมกับคิ้วหนังสือ และการจัดวางคิ้วหนังสือเพียงอย่างเดียว
- ออกแบบให้ดูทันสมัยขึ้น

#### ● ฉลากบนบรรจุภัณฑ์

- ขวด : นำฉลากมาติดบนบรรจุภัณฑ์
- ดัลบ : พิมพ์ฉลากลงบนบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 3. DASCO



ผลิตภัณฑ์นำเข้าจากประเทศอังกฤษโดยบริษัท โรมา เวีย จำกัด มีผลิตภัณฑ์ครบทุกขั้นตอน สำหรับหนังแต่ละประเภท รวมถึงอุปกรณ์ต่าง ๆ ะดับราคาตั้งแต่ 120-2,050 บาท ขอกล่าวเฉพาะ ผลิตภัณฑ์ที่ขายดี ดังนี้

ประเภทหนัง	หน้าที่ของผลิตภัณฑ์			รูปแบบบรรจุภัณฑ์	ขนาดบรรจุ(กรัม)	ราคา (บาท)
	CLEANER	RENOVA-TION/ POLISH-ING	PROTEC-TOR			
หนังเรียบ	-	ขัดเงา	-	-ดลับโลหะชนิด ฝาลูกบิด	100	120
	ครีม	-	-	-ขวดหัวคว่ำ	100	390
	-	ครีม	-	-ดลับแก้วฝา เกลียว	75	250
-	ครีม	-	-หลอดบีบมีหัว ฟองน้ำ	75	180	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเภทหนังสือ	หน้าที่ของผลิตภัณฑ์			รูปแบบบรรจุภัณฑ์	ขนาดบรรจุ(กรัม)	ราคา(บาท)
	CLEANER	RENOVA -TION/ POLISH- ING	PROTEC -TOR			
หนังสือกลับ	ครีม	-	-	-ขวดหัวคว่ำ	100	390
หนังสือบุ๊ค	-	น้ำยา	น้ำยา	-กระป๋องสเปรย์	200	330
หนังสือแก้ว	ครีม	-	-	-ขวดหัวคว่ำ	100	390
	-	น้ำยา	-	-กระป๋องสเปรย์	200	330
รองเท้า ผ้า,ผ้าใบ	น้ำยา	-	-	-กระป๋องสเปรย์	200	300,330
	-	น้ำยา	-	-ขวดมีหัวฟองน้ำ	45	270

### ● สีของบรรจุภัณฑ์

- ดลับ : ใช้ดลับแก้วเพื่อให้เห็นสีจริงของยาขัด ใช้ผ้าเกลียวสีเหลืองนวล
- กระป๋องสเปรย์ หลอด ขวด : ตัวบรรจุภัณฑ์สีเหลืองนวล ฝาสีดำ
- กล่องบรรจุภัณฑ์ชั้นสอง(SECONDARY PACKAGE) : สีเหลืองนวล

### ● ลักษณะกราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์

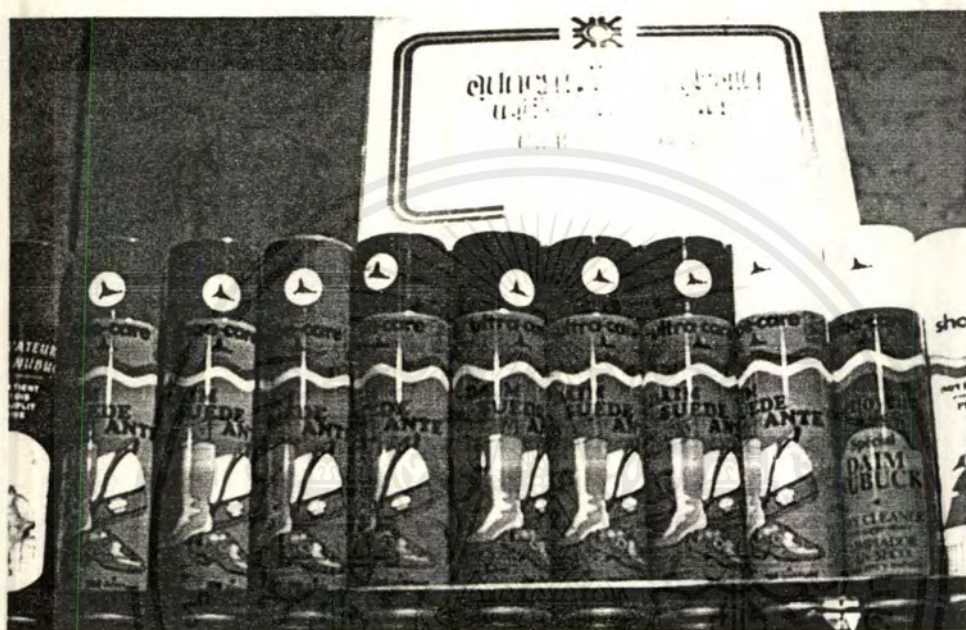
- โลโก้เป็นคิ้วหนังสือ DASC0 สีเหลืองนวล ในกรอบสีเหลี่ยมพื้นสีดำ มีขนาดใหญ่เห็นได้ชัดเจน
- มีทั้งการจัดวางภาพร่วมกับคิ้วหนังสือ และการจัดวางเฉพาะคิ้วหนังสือเพียงอย่างเดียว คิ้วหนังสือโดยรวมสีดำ
- รูปแบบกราฟฟิคใช้ได้กับทั้งหญิงและชาย
- รูปแบบโดยรวมดูสะอาดตา แปลกใหม่ แนวอนุรักษ์นิยม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

● ฉลากบนบรรจุภัณฑ์

- ขวด : นำฉลากกระดาษมาติดบนบรรจุภัณฑ์
- ขวดหัวคว่ำ ดับ หลอดบีบ กระป๋องสเปรย์ และกล่อง : พิมพ์ฉลากบนวัสดุบรรจุ

#### 4 SHOE-CARE



ผลิตภัณฑ์รักษารองเท้านำเข้าจากประเทศฝรั่งเศส ในส่วนของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ดังนี้

ประเภทหนัง	หน้าที่ของผลิตภัณฑ์			รูปแบบบรรจุภัณฑ์	ขนาด บรรจุ(กรัม)	ราคา (บาท)
	CLEANER	RENOVA -TION/ POLISH- ING	PROTEC -TOR			
หนังกลับ หนังนุ้บค	น้ำยา	น้ำยา	น้ำยา	-กระป๋องสเปรย์	250	200-220
หนังแก้ว	-	น้ำยา	น้ำยา	-กระป๋องสเปรย์	250	200-220

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ● สีของบรรจุภัณฑ์

- สเปรย์รักษาและคืนสภาพสีรองเท้าหนังกลับ : พื้นสีส้ม-น้ำตาล ใช้ผ้าสีต่างๆตามสีของหนังรองเท้า เพื่อจำแนกสีของยาได้อย่างชัดเจน

- สเปรย์ป้องกันน้ำ : กระป๋องสเปรย์และฝามีพื้นสีขาว

- สเปรย์หนังแก้ว : กระป๋องสเปรย์มีพื้นสีดำ ฝาสีแดง

### ● ลักษณะกราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์

- โลโก้เป็นคิ้วหนังสือ SHOE-CARE และรูปแมวน้ำสีดำ

- บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ร่วมและสร้างการจดจำ โดยใช้โลโก้และเส้นโค้ง จัดวางในตำแหน่งเดียวกัน

- มีทั้งการจัดวางภาพร่วมกับคิ้วหนังสือ และ การจัดวางเฉพาะคิ้วหนังสือเพียงอย่างเดียว คิ้วหนังสือโดยรวมสีดำหรือขาว แล้วแต่สีพื้นของบรรจุภัณฑ์

- รูปแบบกราฟฟิคลักษณะกลางเกือกกลางไหม

### ● ฉลากบนบรรจุภัณฑ์

- พิมพ์ฉลากลงบนกระป๋องสเปรย์โดยตรง

## 5. COLLONIL



เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ผลิตภัณฑ์รักษารองเท้านำเข้าจากประเทศเยอรมัน

ประเภทหนัง	หน้าที่ของผลิตภัณฑ์			รูปแบบบรรจุภัณฑ์	ขนาดบรรจุ(กรัม)	ราคา(บาท)
	CLEANER	RENOVA-TION/ POLISH-ING	PROTEC-TOR			
หนังเรียบ	ครีม	-	-	-ตลอดปีบ,ขวด	50	95
	-	ครีม	-	-ตลอดปีบมีหัวพองน้ำ	85	95
	-	น้ำยา	-	-ขวดฝาเกลียว, กระป๋องสเปรย์	50,200	95,150
	-	-	น้ำยา	-กระป๋องสเปรย์	200	150
หนังกลับ หนังนูนบัว	น้ำยา	น้ำยา	น้ำยา	-กระป๋องสเปรย์	200	150
หนังแก้ว	น้ำยา	-	-	-ขวดฝาเกลียว	50	95
	-	น้ำยา	น้ำยา	-กระป๋องสเปรย์	200	150
รองเท้า ผ้า,ผ้าใบ	น้ำยา	-	-	กระป๋องสเปรย์	200	145

## ● สีของบรรจุภัณฑ์

- หลอด : บรรจุในบรรจุภัณฑ์ชั้นสอง (SECONDARY PACKAGE) บรรจุภัณฑ์ชั้นสองเป็นกล่องกระดาษ มีสีพื้นต่างกัน คือ ขาว น้ำตาล เขียว เพื่อจำแนกสีของยาชัดเจน มีโลโก้เป็นสื่อสร้างเอกลักษณ์ร่วม

- ขวด : ตัวบรรจุภัณฑ์สีขาว ฝาไม่มีสีขาวและสีต่างๆตามสีของยาขัดรองเท้า

- กระป๋องสเปรย์ : ตัวบรรจุภัณฑ์มีสีขาว ฝาไม่มีสีขาวและสีต่างๆตามชนิดผลิตภัณฑ์ มีโลโก้สี

## เขียวขนาดใหญ่คาดอยู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ลักษณะกราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์

- โลโก้เป็นตัวหนังสือ COLLONIL สีขาว วางอยู่ในกรอบสี่เหลี่ยมพื้นสีเขียว มีขนาดใหญ่เห็น

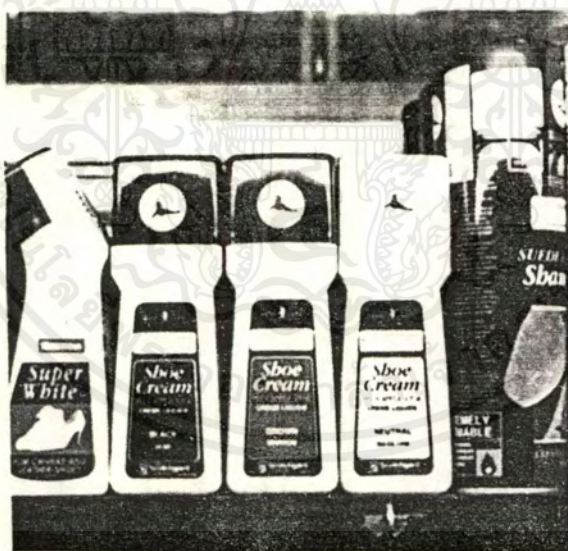
ได้ชัดเจน

- มีทั้งการจัดวางภาพร่วมกับตัวหนังสือ และการจัดวางเฉพาะตัวหนังสือเพียงอย่างเดียว
- ตัวหนังสืออธิบายประเภทรองเท้ามีขนาดใหญ่ สีแดง
- รูปแบบกราฟฟิคลักษณะกลางเก่ากลางใหม่ ดูเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทกีฬา

- ฉลากบนบรรจุภัณฑ์

- กล่องบรรจุภัณฑ์ชั้นสอง : พิมพ์ฉลากลงบนกระดาษ พับชั้นรูป
- ขวดและกระป๋องสเปรย์ : ติดฉลากกระดาษลงบนบรรจุภัณฑ์

## 6. MELTONIAN



ผลิตภัณฑ์รักษารองเท้านำเข้าจากต่างประเทศ มีผลิตภัณฑ์ยาชุดรวมถึงอุปกรณ์ ได้แก่ แปรง

ขัดต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเภทหนัง	หน้าที่ของผลิตภัณฑ์			รูปแบบบรรจุภัณฑ์	ขนาดบรรจุ(กรัม)	ราคา(บาท)
	CLEANER	RENOVA-TION/ POLISH-ING	PROTEC-TOR			
หนังเรียบ	-	ขัดเงา	-	-ดัลบ โลหะชนิด ฝาลูกบิด	50	75
	-	ครีม	-	-ดัลบ แก้วชนิด ฝาลูกบิด	50	75
	-	ครีม	-	-ขวดมีหัวฟองน้ำ	85	95-120
หนังกลับ หนังนูน	น้ำยา	-	-	-กระป๋องสเปรย์	250	200
หนังแก้ว	-	น้ำยา	-	-กระป๋องสเปรย์	250	200
รองเท้าผ้า, ผ้าใบ	น้ำยา	-	-	-กระป๋องสเปรย์	250	200
	-	น้ำยา	-	-ขวดมีหัวฟองน้ำ	65	75

● สีของบรรจุภัณฑ์

- ดัลบ : เน้นสีน้ำเงินที่ฝัก และด้านข้างดัลบ

- ขวด : ตัวบรรจุภัณฑ์มีพื้นสีขาว สีฝักต่างกันตามสีของยาขัด แต่ฝักของขวดน้ำยาเคลือบรองเท้าผ้าใบเป็นสีน้ำเงิน

- กระป๋องสเปรย์ : ฝักและตัวบรรจุภัณฑ์เป็นสีน้ำเงิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

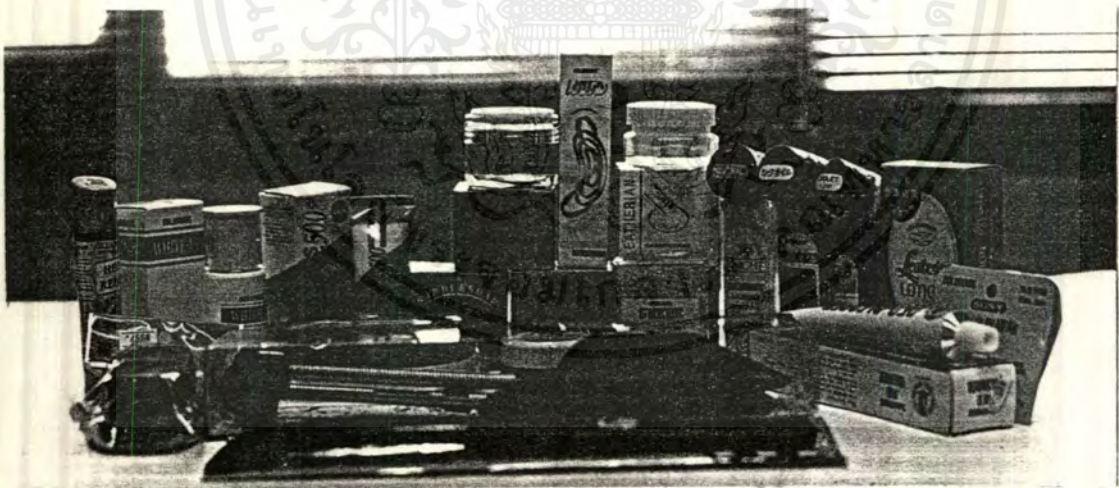
- ลักษณะกราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์

- โลโก้เป็นตัวหนังสือ MELTONIAN สีขาวในกรอบสี่เหลี่ยมพื้นสีเหลือง ยกเว้นขวดน้ำยาเคลือบรองเท้าผ้าใบที่อยู่ในกรอบพื้นสีน้ำเงิน
- มีสัญลักษณ์รูปคนและรูปแมวน้ำ เป็นสื่อช่วยในการจดจำผลิตภัณฑ์
- มีทั้งการจัดวางภาพร่วมกับตัวหนังสือ และการจัดวางเฉพาะตัวหนังสือเพียงอย่างเดียว
- รูปแบบกราฟฟิคดูมีระดับ มีความเป็นระเบียบ

- ฉลากบนบรรจุภัณฑ์

- ดลับ : พิมพ์ฉลากลงบนวัสดุผ้า
- ดลับแก้ว : พิมพ์ฉลากลงบนวัสดุผ้า และติดฉลากกระดาษบนตัวดลับแก้ว
- ขวด : ติดฉลากกระดาษลงบนบรรจุภัณฑ์
- กระป๋องสเปรย์ : พิมพ์ฉลากลงบนวัสดุบรรจุ

## 7. COLUMBUS



ผลิตภัณฑ์รักษารองเท้านำเข้าจากประเทศญี่ปุ่น มีผลิตภัณฑ์ยาขัด รวมถึงอุปกรณ์ ได้แก่ แปรงขัดต่างๆ หุ่นรักษาทรงรองเท้า ที่ซ่อมรองเท้า เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเภทหนัง	หน้าที่ของผลิตภัณฑ์			รูปแบบบรรจุภัณฑ์	ขนาดบรรจุ(กรัม)	ราคา(บาท)
	CLEANER	RENOVA -TION/ POLISH- ING	PROTEC -TOR			
หนังเรียบ	<----	ขัดเงาอ่อน	---->	-ดล็บพลาสติกใส ฝาเกลียว	45	95-180
	ครีม	-	-	-หลอดบีบ พลาสติก, โลหะ,ขวด พลาสติก	45	95-180
	น้ำยา	น้ำยา	-	-ขวดพลาสติก	75	95-120
หนังแก้ว	-	น้ำยา	-	-ขวดสเปรย์ พลาสติก	50	95-120
รองเท้า ผ้า,ผ้าใบ	น้ำยา	-	-	-ขวดพลาสติก	75,85	95-150
	-	น้ำยา	-	-ขวดมีหัวฟองน้ำ	75,85	95-150

● สีของบรรจุภัณฑ์

ไม่มีความแน่นอน เปลี่ยนแปลงไปเมื่อออกบรรจุภัณฑ์ใหม่ เอกลักษณะร่วมไม่ชัดเจน

● ลักษณะกราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์

ไม่มีความแน่นอนเช่นเดียวกับสีของบรรจุภัณฑ์ จำแนกยี่ห้อผลิตภัณฑ์ได้ยากเพราะโลโก้ที่เป็น

ตัวหนังสือ COLUMBUS สีดำ มีขนาดเล็กมากเมื่อเทียบกับบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ฉลากบนบรรจุภัณฑ์
- พิมพ์ฉลากลงบนวัสดุ
- ติดฉลากกระดาษลงบนบรรจุภัณฑ์

8. PUNCH



ผลิตภัณฑ์รักษารองเท้านำเข้าจากต่างประเทศ

ประเภทหนัง	หน้าที่ของผลิตภัณฑ์			รูปแบบบรรจุภัณฑ์	ขนาดบรรจุ(กรัม)	ราคา (บาท)
	CLEANER	RENOVA -TION/ POLISH- ING	PROTEC -TOR			
หนังเรียบ	ขัดเงาอ่อน	ขัดเงา, ขัดเงา อ่อน	ขัดเงาอ่อน	-ดลับ โลหะผ้า เกลียว	45, 80-85	
	ครีม	-	-	-หลอดพลาสติก	50	
	-	ครีม	-	-ขวดพลาสติกมี หัวฟองน้ำ	75	
	-	น้ำยา	น้ำยา	-กระป๋องสเปรย์	200,400	60-200
หนังกลับ	-	น้ำยา	-	-ขวดพลาสติก	75	
หนังบุค	น้ำยา	น้ำยา	น้ำยา	-กระป๋องสเปรย์ที่ ฝามีแปรงในลอน เป็นอุปกรณ์เสริม	200	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาดูงาน ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเภทหนังสือ	หน้าที่ของผลิตภัณฑ์			รูปแบบบรรจุภัณฑ์	ขนาดบรรจุ(กรัม)	ราคา(บาท)
	CLEANER	RÉNOVA -TION/ POLISH- ING	PROTEC -TOR			
หนังสือ	-	น้ำยา	-	-ขวดพลาสติก พร้อมหัวฟองน้ำ	75 200	60-200
	น้ำยา	น้ำยา	น้ำยา	-กระป๋องสเปรย์		
รองเท้าวัว, ผ้าใบ	ครีม	-	-	-หลอดบีบ	75	
	-	น้ำยา	-	-ขวดพลาสติก พร้อมหัวฟองน้ำ	75	

● สีของบรรจุภัณฑ์

- ตัวบรรจุภัณฑ์และฝาของยาขัดทั่วไปมีสีขาว-เทา
- ตัวบรรจุภัณฑ์และฝาของยาขัดที่มีสี เป็นสีดำ ขาว และสีอื่นๆ

● ลักษณะกราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์

- โลโก้เป็นตัวหนังสือ PUNCH สีแดง มีขนาดเล็ก
- มีทั้งการจัดวางภาพร่วมกับตัวหนังสือ และการจัดวางเฉพาะตัวหนังสือเพียงอย่างเดียว
- รูปแบบกราฟฟิคค่อนข้างหลากหลาย เอกลักษณะร่วมยังไม่ตึก

● ฉลากบนบรรจุภัณฑ์

- พิมพ์ฉลากลงบนวัสดุ
- ติดฉลากกระดาษลงบนบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.3.3 เปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของยี่ห้อต่างๆ

#### 1. กวี

ข้อดีเปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ยี่ห้อเก่าแก่ เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคจำนวนมาก</li> <li>2. บรรจุภัณฑ์มีหลายขนาด และหลายรูปแบบให้เลือก</li> <li>3. ยาขัดรองเท้ามีสีให้เลือกหลากหลายมาก</li> <li>4. บรรจุภัณฑ์มีความเป็นอนุรักษ์นิยม แสดงให้เห็นถึงความเก่าแก่ของผลิตภัณฑ์ได้ดี</li> <li>5. หาซื้อได้ทั่วไปสะดวก</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผลิตภัณฑ์จำกัดสำหรับรองเท้าประเภทหนึ่ง เรียบ รองเท้ากีฬาหนังและผ้าใบเท่านั้น</li> <li>2. กวี เอ็กซ์ตรา แยกความแตกต่างของสียาขัดรองเท้าได้ยาก ฝ่าบรรจุภัณฑ์แตกง่าย</li> <li>3. คำอธิบายคุณสมบัติผลิตภัณฑ์บางประเภทไม่สามารถชี้ให้ผู้บริโภคเห็นความแตกต่างในการใช้งานของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทได้ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสนในการเลือกซื้อ</li> </ol>

#### 2. คลีนชูล์

ข้อดีเปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. บรรจุภัณฑ์ทันสมัยขึ้น ใช้งานได้สะดวก</li> <li>2. ระดับราคาต่ำกว่ายี่ห้อกวี</li> <li>3. หาซื้อได้สะดวก</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ประเภทผลิตภัณฑ์ให้เลือกน้อย มีเฉพาะผลิตภัณฑ์สำหรับรองเท้าหนังเรียบเท่านั้น</li> <li>2. ชนิดสีผลิตภัณฑ์มีให้เลือกน้อย เนื่องจากเริ่มเข้าสู่ตลาดได้ไม่นาน</li> <li>3. บรรจุภัณฑ์มีสีค่าเช่นเดียวกับยี่ห้อกวี ทำให้ผู้บริโภคจำแนกความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ได้ยากเมื่อดังวางบนชั้นเดียวกัน</li> </ol>

## 3. DASCO

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ สามารถใช้ได้ทั้งเพศชาย-หญิง</li> <li>2. กราฟฟีกบนบรรจุภัณฑ์มีความโดดเด่น สวยงาม และมีเอกลักษณ์ร่วมชัดเจน</li> <li>3. ผลิตภัณฑ์มีหลากหลายชนิด ทั้งหมดยาขัดและหมวดอุปกรณ์ต่างๆ</li> <li>4. บ่งชี้ชัดเจนว่าผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทใช้กับหนังรองเท้าประเภทใด ระบุหน้าที่ผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทอย่างครบถ้วน ชัดเจน</li> <li>5. ยาขัดรองเท้ามีสีให้เลือกหลากหลาย</li> <li>6. กระเบื้องสเปรย์มีขนาดเล็กกะทัดรัดกว่า</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ระดับราคาสูงมาก</li> <li>2. จัดจำหน่ายเฉพาะห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ในกรุงเทพมหานคร</li> </ol>

## 4. SHOE-CARE

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดจำหน่ายในราคาเดียว</li> <li>2. ใช้สีและกราฟฟีกบนตัวบรรจุภัณฑ์และผาด่างสีกัน เป็นสื่อแบ่งประเภทผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน</li> <li>3. สัญลักษณ์แมว น้ำ และเส้นโค้ง เป็นสื่อสร้างการจดจำในผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคได้ดี</li> <li>4. สร้างความมั่นใจในสินค้าแก่ผู้บริโภคด้วยการติดรูปลอกอธิบายการใช้เป็นภาษาไทยระหว่างฝาและกระป๋องเพื่อป้องกันการเปิดใช้ก่อนจำหน่าย</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกน้อย นำเข้าเฉพาะยาขัดสำหรับหนังกลับและหนังแก้วเท่านั้น</li> <li>2. กระป๋องสเปรย์อ้วน จับไม่ถนัดมือ</li> </ol>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 5. COLONIL

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผลผลิตกัญชงที่หมวดยาชนิดมีให้เลือกหลากหลายชนิด</li> <li>2. ระดับราคาปานกลาง</li> <li>3. โลโก้พื้นสีเขียวเห็นชัดเจน และจดจำง่าย</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. กระบองสปรายอ้วน จับไม่ถนัดมือ</li> <li>2. บรรจุกัญชงชนิดฝาเกลียว ไม่มีฝาปิดปากขวด ด้านใน น้ำยาอาจหกกระฉอกได้เมื่อเปิดฝา ทั้งไม่มีวิธีป้องกันก่อนจำหน่าย</li> </ol>

## 6. MELTONIAN

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ดูดีมีระดับ สะอาด</li> <li>2. บรรจุกัญชงชนิดสวยงาม แตกต่างจากยี่ห้ออื่น</li> <li>3. ป้องกันการเปิดก่อนจำหน่าย โดยติดรูปลอกคำอธิบายวิธีใช้เป็นภาษาไทยระหว่างฝาและตัว บรรจุกัญชง</li> <li>4. ผู้บริโภคสามารถจำแนกผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทได้ชัดเจน</li> <li>5. สัญลักษณ์รูปคนและแม่น้ำ ช่วยสร้าง การจดจำผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภค</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. กระบองสปรายอ้วนจับไม่ถนัดมือ</li> <li>2. ผลผลิตกัญชงมีสีให้เลือกใช้น้อย</li> <li>3. โลโก้ตัวหนังสือสีขาวในกรอบสีเหลี่ยมเส้นเหลือง แลดูไม่โดดเด่น</li> </ol>

## 7. COLUMBUS

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผลผลิตกัญชงและบรรจุกัญชงมีความแตกต่างจากยี่ห้ออื่น</li> <li>2. บรรจุกัญชงตัลล มีแผ่นฟองน้ำสำรองเป็นอุปกรณ์เสริม</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผลผลิตกัญชงไม่มีเอกลักษณ์ร่วม ทั้งด้านบรรจุกัญชงและกราฟฟิก</li> <li>2. ยี่ห้อผลผลิตกัญชงมีขนาดเล็ก</li> </ol>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.4 ข้อมูลเบื้องต้นของผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าไอซีซี

### 2.4.1 ความเป็นมาของไอซีซี

บริษัทไอ.ซี.ซี อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล จำกัด (มหาชน) หรือ ไอซีซี เป็นบริษัทนำเข้าสินค้าต่างประเทศมาจำหน่ายในประเทศ มีสินค้าหลายยี่ห้อที่สามารถซื้อลิขสิทธิ์ทั้งการเป็นตัวแทนจำหน่ายและผู้ผลิตจากบริษัทเจ้าของสินค้าในต่างประเทศได้แล้ว

บริษัทไอซีซี - ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ.2507 ในนามห้างหุ้นส่วนจำกัด อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล คอสเมติกส์ (เพ็ช) โดยมีสินค้าเครื่องสำอางค์เพ็ชจำหน่ายเพียงอย่างเดียว

- พ.ศ.2516 ไอซีซีจึงขอเปลี่ยนเป็น บริษัทอินเทอร์เน็ตเซ็นแนล คอสเมติกส์ จำกัด สินค้าที่จำหน่ายมีดังนี้ เพ็ช วาโก้ และลิตเติ้ลวาโก้

- พ.ศ.2518-2524 ได้รับอนุมัติให้เป็นบริษัทมาตรฐาน และเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปี 2521 สินค้าที่จำหน่ายมีดังนี้ เพ็ช วาโก้ แอร์ไวร์ ลิตเติ้ลวาโก้ และเรนฟลาวเวอร์

- พ.ศ.2525 เป็นปีที่เริ่มบุกตลาดแฟชั่นระดับโลก ได้แก่ ITOKIN, GUY LAROCHE, CATALINA, MIZUNO, NATURLIZER

- พ.ศ.2531-ปัจจุบัน เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล จำกัด (มหาชน) ได้รับรางวัล TOKYO CREATION AWARD รางวัลยอดเยี่ยมที่มีความคิดสร้างสรรค์ในภูมิภาคเอเชียอาคเนย์ดีเด่น มีการเปิดการจำหน่ายไปยังภูมิภาคเอเชียได้แก่ลาว พม่า สิงคโปร์ ฮองกง มีการนำเข้าสินค้าเทคโนโลยี ได้แก่ SAMSUNG, SILICON GRAPHIC, SHIMADZU, KONICA เข้ามาจำหน่าย

ปัจจุบัน บริษัทแบ่งการทำงานตามกลุ่มผลิตภัณฑ์เป็น 14 ฝ่าย คือ ฝ่าย A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, K, L, M, N และสำนักงานบริษัท โดยมีคำขวัญประจำบริษัทว่า เราสร้างสรรค์ความสุขและความสวยงามเพื่อปวงชน

## 2.4.2. แนวโน้มและแนวทางการดำเนินงานของส่วนรองเท้า

ส่วนรองเท้า จัดอยู่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ฝ่ายซี (C) ของบริษัท ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์รองเท้า, เสื้อผ้าเด็ก, เสื้อผ้าARROW, GETAWAY และ ZARCH

ไอซีซีเป็นผู้แทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์รองเท้าสตรีหลายยี่ห้อ คือ เนเจอร์ไลเซอร์ (NATURALIZER) เป็นรองเท้าลำลอง กลุ่มเป้าหมายครอบคลุมตั้งแต่เด็กศึกษาจนถึงวัยทำงาน, แอล (ELLE) มีรูปแบบคล้ายกับเนเจอร์ไลเซอร์ แต่จะมีลักษณะลำลองมากกว่า เนื่องจากจับกลุ่มเป้าหมายเป็นวัยรุ่น และกิลาโรช (GUY LAROCHE) เป็นรองเท้าที่มีรูปแบบเป็นทางการ ใช้วัสดุและความประณีตในการผลิตที่แสดงถึงรสนิยมสูง

ขณะนี้บริษัทได้ขยายแนวสินค้าในกลุ่มรองเท้าสำหรับสตรีที่มีรูปแบบและวัสดุราคาให้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย โดยการนำเข้รองเท้ายี่ห้อใหม่เด็กซ์เตอร์ จากประเทศสหรัฐอเมริกา เน้นรูปแบบรองเท้าประเภทสวมใส่สบาย (COMFORT)

เพื่อรองรับตลาดการค้าเสรีทางบริษัทมีเป้าหมายจะนำเข้รองเท้าชั้นนำจากต่างประเทศ10 ยี่ห้อภายในปี 2540 เข้ามาทำการตลาดอย่างจริงจัง และหากว่าผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่ายได้รับความนิยมจากผู้บริโภค ทางบริษัทมีแผนที่จะซื้อลิขสิทธิ์ทั้งการเป็นตัวแทนจำหน่ายและผู้ผลิตจากบริษัทเจ้าของสินค้าในต่างประเทศและคงนำเข้วัตถุดิบจากต่างประเทศ มาทำการประกอบในประเทศเพื่อรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน<sup>2</sup>

นอกจากนี้ ส่วนรองเท้าของบริษัทยังได้วางแผนผลิตผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้า เพื่อจำหน่ายในประเทศไทย โดยมีนโยบายนำเข้วัตถุดิบหลักจากต่างประเทศมาทำการประกอบ ในประเทศเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูงเท่าเทียมกับต่างประเทศ และอาศัยช่องทางการจัดจำหน่ายจากรองเท้ายี่ห้อต่างๆที่บริษัทนำเข้มาจำหน่าย เพื่อให้การนำสินค้าเข้สู่ตลาด (LAUNCHING) ได้ง่ายยิ่งขึ้น

<sup>2</sup> ข้อมูลจาก หนังสือพิมพ์คู่แข่งรายวัน ฉบับวันที่ 4 ธันวาคม 2538

หนังสือพิมพ์คู่แข่งรายวัน ฉบับวันที่ 7 ธันวาคม 2538

หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ฉบับวันที่ 4 กันยายน 2539

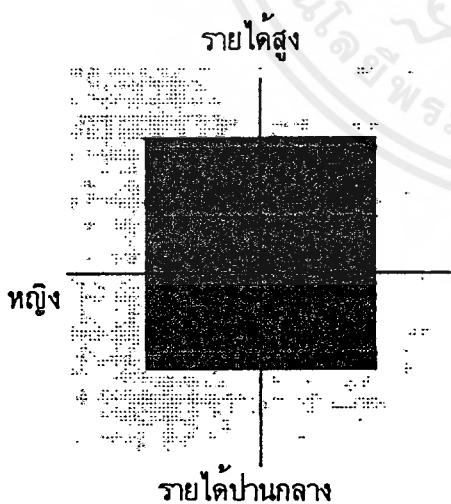
### 2.4.3 ผู้บริโภครวมเป้าหมายของไอซีซี

ผู้บริโภครวมเป้าหมายของไอซีซี มีลักษณะดังนี้

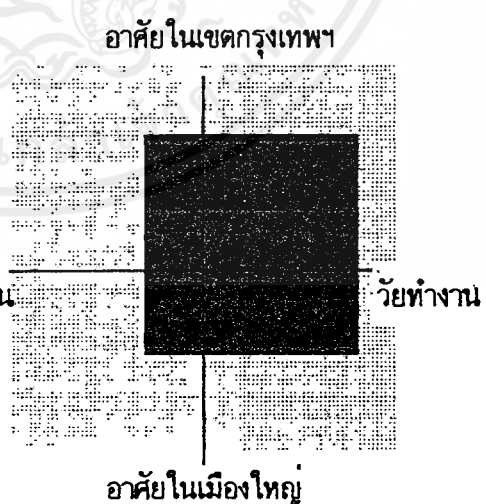
เพศ	- เพศชายและเพศหญิง ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน
อายุ	- กลุ่มเป้าหมายหลัก อายุ 25 - 49 ปี, กลุ่มผู้ใหญ่วัยทำงาน - กลุ่มเป้าหมายรอง อายุ 18 ปีขึ้นไป
ระดับฐานะ-รายได้	- ปานกลางค่อนข้างดี จัดอยู่ในผู้บริโภครวม B ขึ้นไป รายได้ 10,000 - 25,000 บาท ต่อเดือน
ที่อยู่อาศัย	- อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯ และเมืองขนาดใหญ่
ลักษณะพิเศษ	- เป็นผู้ใหญ่วัยทำงาน มีการศึกษาและความรู้ - มีบุคลิกภาพที่เป็นสากล พิถีพิถัน รักความสะอาด - ต้องการแสดงให้เห็นว่าตนมีรสนิยม และความทันสมัย - มีเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ โดยพิจารณาคุณภาพเป็นปัจจัยหลัก

#### กราฟแสดงกลุ่มเป้าหมายของแพลลี

1) รายได้กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

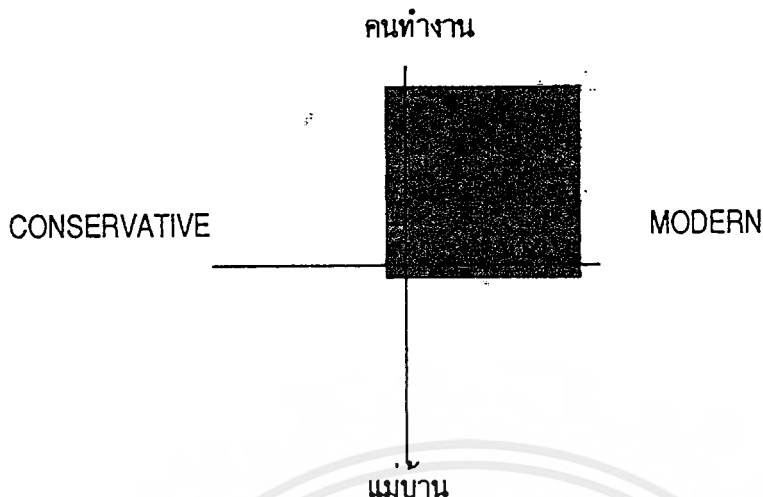


2) วัยและที่อยู่อาศัยของลูกค้า



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3) แนวคิดและการดำรงชีวิต



#### 2.4.4 นโยบายการตลาดของไอซีซี

จุดขายของผลิตภัณฑ์ :

◆ จากนโยบายนำเข้าวัตถุดิบหลักของยาขั้ตรงเท้าจากต่างประเทศเพื่อประกอบในประเทศ จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีข้อได้เปรียบสินค้าที่มีจำหน่ายในปัจจุบัน ดังนี้

- ข้อได้เปรียบเมื่อเทียบกับสินค้าระดับกลาง : ได้เปรียบในแง่คุณภาพที่เหนือกว่า เนื่องจากใช้วัตถุดิบหลักจากต่างประเทศจึงมีคุณภาพเท่าเทียมสินค้าต่างประเทศ

- ข้อได้เปรียบกับสินค้าระดับบน : ได้เปรียบในแง่ของราคาที่ต่ำกว่า ขณะที่คุณภาพเท่าเทียมกัน

◆ ผลิตภัณฑ์ใหม่ภายใต้ชื่อ แพลลลี่ ชู แคร่ เข้าสู่ตลาดด้วยการใช้พนักงานขายเป็นผู้แนะนำ ประชาสัมพันธ์ทั้งเอกสารและการจัดวางชั้นสินค้าให้ผู้บริโภคทราบถึงความแตกต่างของสินค้า ทั้งในด้านราคาและคุณภาพ

ทางบริษัทวางแผนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

#### 1. ช่วงการแนะนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด: เวลาในการเข้าสู่ตลาดประมาณ 1-3 ปี<sup>3</sup>

◆ ช่องทางการจัดจำหน่าย : อาศัยช่องทางการจัดจำหน่ายของรองเท้าเนจเจอร์ เป็นจุดขายในการนำสินค้าเข้าสู่ตลาด เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภค ระดับราคารองเท้าอยู่ตั้งแต่ 700 บาทขึ้นไป และจำนวนสถานที่จัดจำหน่ายรองเท้าเนจเจอร์มีมากกว่า 100 จุดขายทั่วประเทศ ประกอบกับมีพนักงานขายคอยให้คำแนะนำโดยทางบริษัทมีนโยบายจัดอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการดูแลรักษารองเท้าให้พนักงานขายควบคุมไปด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

◆ สถานที่จัดจำหน่าย : แผนกรองเท้าทั้งชายและหญิงในห้างสรรพสินค้าต่างๆ ดังนี้

- โรบินสัน ทุกสาขา - เดอะมอลล์ ทุกสาขา - อีเซตัน
- โดคิว สาขาบางบุญครอง และ - โชโก้

: ร้านรองเท้าสาขาต่างๆ ซึ่งบริษัทมีพื้นที่อยู่

- ร้านของบริษัทในฝั่งพลาซ่าของห้างเซ็นทรัล  
ห้างโรบินสัน และเดอะ มอลล์
- ร้านเปียว (PEAW)

◆ ลำดับขั้นการออกผลิตภัณฑ์ (PRODUCT OF LAUNCHING) : ใช้เกณฑ์ความนิยมของผู้บริโภค และระดับราคา โดยจัดลำดับได้ดังนี้

1. ซี้ผึ้งขัดเงาชนิดดล็บ (บรรจุ 45 กรัม ระดับราคาต่ำที่สุด)
2. น้ำยาขัดเงาชนิดขวด (บรรจุ 85 กรัม ระดับราคาปานกลาง)
3. ครีมขัดเงาชนิดขวด และครีมทำความสะอาดชนิดขวด (บรรจุ 85 กรัม

ระดับราคาสูงกว่าชนิดที่ 2)

## 2. ช่วงผลิตภัณฑ์ที่คิดตลาด

◆ ช่องทางการจัดจำหน่าย : เป็นการขยายตลาดไปในส่วนของร้านรองเท้าทั่วไป และซูเปอร์มาร์เก็ต\* ภายหลังจากที่ผู้บริโภคทราบถึงจุดขายของผลิตภัณฑ์ คือ มีคุณภาพสูง ผู้บริโภคสามารถตอบคำถามได้ว่าเหตุใดระดับราคาของ แพลลี ชู แคร่ จึงแพงกว่าสินค้าระดับ กลางที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูง

◆ สถานที่จัดจำหน่าย : ร้านรองเท้าทั่วไป เช่น ร้าน RAGAZZE, ร้าน เทวินทร์, ร้านบาทูกา และมันนิกา เป็นต้น

: ซูเปอร์มาร์เก็ตในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ\* เช่น โรบินสัน เดอะมอลล์ และอีเซตัน เป็นต้น

◆ ลำดับขั้นการออกผลิตภัณฑ์ : เป็นการออกผลิตภัณฑ์เนื่องจากช่วงแรก แต่ระดับราคาของผลิตภัณฑ์จะสูงกว่า หรือเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นส่วนเสริมในตลาด จัดลำดับได้ดังนี้

1. - สเปรย์เพิ่มสีหนังกลับและนูนับค์ (ชนิดกระป๋องสเปรย์ บรรจุ 200 กรัม ระดับราคาสูง)

- สเปรย์ป้องกันน้ำ (ชนิดกระป๋องสเปรย์ บรรจุ 200 กรัม ระดับราคาสูง)

\* จากกรณำเสนอผลงานในชั้นแบบร่าง คณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์มีความเห็นว่า "การขยายตลาดในช่วงที่2ไปสู่ตลาด ซูเปอร์มาร์เก็ตนั้นมีความเป็นไปได้ยาก ซัดแย้งกับการเข้าสู่ตลาดในระดับแรกที่เป็นกลุ่มเป้าหมายระดับบน ในวาระนี้เอง ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีเหตุผลเป็นข้อๆและต้องอ้างถึงว่าทำไมถึงควรทำทุกครั้งที่มีการนำไปใช้ สรุปผล กลุ่มตลาดมีผลต่อการออกแบบในขั้นสุดท้าย โดยเลือกตลาดระดับบนตามภาพลักษณ์ของบริษัท

2. - สเปรย์ทำความสะอาดรองเท้ากีฬา (ชนิดกระป๋องสเปรย์ บรรจุ 200 กรัม ระดับราคาสูง)
  - น้ำยาเคลือบรองเท้ากีฬา (ชนิดขวด บรรจุ 85 กรัม ระดับราคาปานกลาง)
3. อุปกรณ์เพิ่มเติมต่างๆ (ACCESSORIES)
4. ชุดผลิตภัณฑ์สำหรับโอกาสต่างๆ

#### 2.4.5 ประเภทของผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าของไอซีซี

ผลิตภัณฑ์ใหม่ภายใต้ชื่อ แพลลี่ ชู แคร่ (PALLY SHOE CARE) เป็นสินค้าผลิตสำหรับใช้ดูแลรักษารองเท้าที่ครบวงจร เริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการดูแลรักษาและอุปกรณ์เพิ่มเติม โดยจำแนกผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับรองเท้าประเภทที่ใช้ในโอกาสต่าง ๆ กัน สามารถแบ่งผลิตภัณฑ์ ได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

##### 1. ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้า (SHOE CARE)

ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าหนังเรียบ (SMOOTH LEATHER), หนัง กลับ และหนังนูน (SUEDE & NUBUCK LEATHER) และรองเท้ากีฬาที่มีทั้งหนังเรียบ หนัง กลับและผ้าใบ จัดแบ่งตามหน้าที่ของผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้

- 1.1 ทำความสะอาด (CLEANER)
- 1.2 เพิ่มสีหนังและ/หรือขัดเงา (RENOVATION & POLISHING)
- 1.3 ป้องกันน้ำ (PROTECTOR)
- 1.4 ผลิตภัณฑ์ชุดดูแลรักษาหนังเรียบ 3 ขั้นตอน (3 ESSENTIAL STEPS FOR ALL SMOOTH LEATHER)

เป็นการรวมขั้นตอนทั้งสามไว้ด้วยกัน เพื่อมุ่งเน้นให้ผู้บริโภคทราบถึงวิธีการดูแลรักษารองเท้าที่ถูกต้อง โดยตัวผลิตภัณฑ์จะมีลักษณะเป็นขี้ผึ้งอ่อน (SOFT WAX) และมีคุณสมบัติพิเศษคือมีกลิ่นหอม เพื่อดับกลิ่นรองเท้า ทำให้อายุการใช้งานยาวนานยิ่งขึ้น ถือเป็นชุดพิเศษที่ผู้ผลิตต้องการส่งมอบให้ผู้บริโภคอย่างแท้จริง

##### 2. อุปกรณ์เพิ่มเติม (ACCESSORIES)

ได้แก่ แปรงทำความสะอาดหนังเรียบ แปรงทำความสะอาดหนังกลับและหนัง นูน ขี้ผึ้งรองเท้า หุ่นรักษาทรงรองเท้า และสเปรย์ดับกลิ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3. ชุดผลิตภัณฑ์สำหรับโอกาสต่างๆ (CASUAL SET)

เป็นการนำผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและอุปกรณ์เพิ่มเติมที่มีลักษณะต้องใส่ประกอบกันมาจัดรวมชุดเพื่อส่งเสริมการขาย และเพื่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคทราบถึงการดูแลรักษารองเท้าที่ถูกต้อง โดยพิจารณาเลือกผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมมาจัดชุดให้เหมาะสมกับโอกาสและเครื่องหนังที่นิยมใช้

#### 3.1 ชุดผลิตภัณฑ์ TRAVEL SHOE CARE KIT

- บรรจุภัณฑ์ที่มีรูปแบบซึ่งสะดวกต่อการพกพาเดินทาง

#### 3.2 ชุดผลิตภัณฑ์สำหรับหนังแท้

- สำหรับโอกาสต้อนรับเปิดเทอม
- รูปแบบบรรจุภัณฑ์สามารถไข่มอบเป็นของขวัญในโอกาสต่างๆได้

#### 3.3 ชุดผลิตภัณฑ์สำหรับรองเท้ากีฬา

- สำหรับโอกาสต้อนรับเปิดเทอม
- รูปแบบบรรจุภัณฑ์สามารถไข่มอบเป็นของขวัญในโอกาสต่างๆได้

## สรุปลีของยาช้ครองเท้า ได้แก่

1. สีดำ
2. สีน้ำตาล
3. สีน้ำเงินเข้ม
4. สีธรรมชาติ

กำหนดสีของยาช้ครองเท้าที่จะผลิต โดยพิจารณาจากสีของเท้าที่ผู้บริ โภคกลุ่มเป้าหมายนิยมใช้

### 2.4.6 วิเคราะห์และสรุปลีข้อมูลที่มีผลต่อการออกแบบ

1. การวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์เริ่มจากแผนกรองเท้าในห้างสรรพสินค้าทั้งชายและหญิง และร้านรองเท้าที่บริษัทมีพื้นที่อยู่ และมีการวางแผนนำผลิตภัณฑ์จัดจำหน่ายในซูเปอร์มาเก็ตเมื่อผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักดีแล้ว ดังนั้นการออกแบบจึงควรคำนึงถึงความเป็นระเบียบและความสวยงามเมื่อจัดวางบนชั้นวางสินค้า รวมทั้งสามารถดึงดูดใจและมีความสะดวก
2. จากลักษณะร่วมของผู้บริ โภคกลุ่มเป้าหมาย สามารถวิเคราะห์และสรุปลีได้ดังนี้
  - บรรจุภัณฑ์ควรออกแบบให้ดูมีคุณภาพน่าเชื่อถือ และสามารถใช้ได้ทั้งผู้หญิงและผู้ชาย
  - บรรจุภัณฑ์ควรออกแบบให้แสดงถึงลักษณะเฉพาะของกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ความทันสมัย พิถีพิถัน รักความสะอาดเป็นต้น
  - บรรจุภัณฑ์สามารถบ่งชี้ขั้นตอนการทำความสะอาดได้อย่างชัดเจน และสามารถประชาสัมพันธ์ วิธีการดูแลรักษารองเท้าอย่างถูกวิธีได้
  - สื่อให้ผู้บริ โภคมีความรู้สึกที่ดีกับผลิตภัณฑ์แพลลี่ ชู แคร้ ทั้งหมด ทั้งในหมวดยาช้ครองเท้า อุปกรณ์และผลิตภัณฑ์รวมชุด

## ตารางสรุปประเภทของผลิตภัณฑ์

SHOECARE				
หน้าที่ ผลิตภัณฑ์	(1) ใช้กับหนังเรียบ	(2) ใช้กับหนังกลับและหนังนูนบัว	(3) รองเท้ากีฬา	
			หนังถีย	หนังกลับ
CLEANER	1.1, 2.1 ครีมทำความสะอาด - ขนาดบรรจุ 85 ml - สีธรรมชาติ		3.1 สเปรย์ทำความสะอาด - ขนาดบรรจุ 200 ml - สีธรรมชาติ	
RENOVATION and POLISHING	1.2 ขี้ผึ้งขัดเงา (คลับ) - ขนาดบรรจุ 45 g. - สีธรรมชาติ,ดำ,น้ำตาล และน้ำเงิน รวม 4 สี	2.2 สเปรย์เพิ่มสีหนัง - ขนาดบรรจุ 200 ml - สีธรรมชาติ,ดำ,น้ำตาล และน้ำเงิน รวม 4 สี	3.2 น้ำยาล้างรองเท้ากีฬา (SPORT WHITE) - ขนาดบรรจุ 85 ml - สีขาว	
	1.3 ดับฟองน้ำขัดเงา (HANDY SHINE) - 2 ขนาดใหญ่,เล็ก - สีธรรมชาติ			
	1.4 น้ำยาขัดเงา (INSTANT SHINE) - ขนาดบรรจุ 85 ml - สีธรรมชาติ,ดำ,น้ำตาล และน้ำเงิน รวม 4 สี			
	1.5 ครีมขัดเงา (NOURISH SHOE CREAM) - ขนาดบรรจุ 85 ml - สีธรรมชาติ,ดำ,น้ำตาล และน้ำเงิน รวม 4 สี			
PROTECTOR	1.6, 2.3, 3.3 สเปรย์ป้องกันน้ำ - ขนาดบรรจุ 200 ml - สีธรรมชาติ			
รวม ทั้ง 3 หน้าที่	1.7 ชุดดูแลรักษาหนังเรียบ 3 ขั้นตอน ก. SADDLE SOAP ทำความสะอาด ข. DUBBIN ขัดเงา ค. WET PROOF ป้องกันน้ำ - บรรจุขั้นตอนละ 45 g. ทั้ง 3 ขั้นตอน			

ACCESSORIES
<p>1. แปรงทำความสะอาด</p> <p>1.1 สำหรับหนังเรียบ</p> <p>1.2 แปรงยางชนิดมีด้าม สำหรับทำความสะอาด ด้านบนรองเท้าหนังกลับ และหนังบู๊ต</p> <p>1.3 แปรงไนลอนชนิดมีด้าม สำหรับทำความสะอาดซอกรองเท้า หนังเรียบ, หนังกลับ และหนังบู๊ต</p>
<p>2. เชือกผูกรองเท้า</p> <p>2.1 ความยาว 75 cm. สีขาว</p> <p>2.2 ความยาว 90 cm. สีขาว</p>
<p>3. หุ่นรักษาทรงรองเท้า</p> <p>3.1 สำหรับรองเท้าชาย หญิง FREE SIZES</p> <p>3.2 สำหรับรองเท้าหญิง เปิดส้น FREE SIZES</p>

CASUAL SET
<p>1. ชุด TRAVEL SHOE CARE KIT</p> <p>ประกอบด้วย</p> <p>1.1 ครีมทำความสะอาดชนิดกระปุก</p> <p>1.2 ดับฟองน้ำขัดเงาสีธรรมชาติ</p> <p>1.3 แปรงสำหรับหนังเรียบ</p> <p>1.4 ถุงมือหรือผ้าทำความสะอาด</p>
<p>2. ชุดต้อนรับเปิดเทอม</p> <p>2.1 ชุดสำหรับรองเท้าหนังเรียบ ประกอบด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ครีมทำความสะอาด 85 ml = 1 ชนิด</li> <li>- ขี้ผึ้งขัดเงาสีดำ (ดลับ) 45 g = 1 ดับ</li> <li>- น้ำยาขัดเงาสีดำ 85 ml = 1 ขวด</li> <li>- แปรงขัดรองเท้า = 1 ชิ้น</li> <li>- ถุงมือหรือผ้าทำความสะอาด = 1 ชิ้น</li> </ul> <p>2.2 ชุดสำหรับรองเท้ากีฬาสีขาว ประกอบด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สเปรย์ทำความสะอาด 200 ml = 1 กระป๋อง</li> <li>- น้ำยาเคลือบรองเท้ากีฬาสีขาว = 1 ชิ้น</li> <li>- ถุงมือหรือผ้าทำความสะอาด = 1 ชิ้น</li> <li>- เชือกผูกรองเท้า สีขาว = 1 คู่</li> </ul>

### สรุปขนาดบรรจุของบรรจุภัณฑ์

- |                  |           |               |
|------------------|-----------|---------------|
| 1. ประเภทดับ     | ขนาดบรรจุ | 45 กรัม       |
| 2. ประเภทขวด     | ขนาดบรรจุ | 85 มิลลิลิตร  |
| 3. กระป๋องสเปรย์ | ขนาดบรรจุ | 200 มิลลิลิตร |

หมายเหตุ กำหนดขนาดบรรจุโดยพิจารณาจากหลักเกณฑ์

-เลียนแบบจากคู่แข่ง

-ขนาดมาตรฐานที่นิยมผลิต

-กำลังการซื้อของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย โดยจะออกสินค้าขนาดเดียวคือขนาดเล็กสุดก่อน

เอกสาร เนื่องจากเป็นยี่ห้อใหม่ผู้ซื้อมักจะต้องการซื้อเพื่อทดลองใช้เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.5 เงื่อนไขการตอบสนองความต้องการผู้บริโภค

### 2.5.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

- เพศ : ชายและหญิงสัดส่วนเท่าๆกัน
- วัย : กลุ่มเป้าหมายหลัก อายุ 25-49 ปี กลุ่มผู้ใหญ่วัยทำงาน  
กลุ่มเป้าหมายรอง อายุ 18 ปีขึ้นไป
- อาชีพ : นักธุรกิจ พนักงานบริษัท
- การศึกษา : ปริญญาตรีขึ้นไป
- ที่อยู่อาศัย : อาศัยในเขตกรุงเทพฯ และเมืองใหญ่เพื่อรองรับความต้องการกรณีที่ต้องย้ายไปปรับตำแหน่งหน้าที่สูงกว่าเดิม
- ระดับรายได้ : 10,000-25,000 บาทต่อเดือน

### 2.5.2 ข้อมูลด้านจิตวิทยาของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

#### ลักษณะการใช้ชีวิต (LIFE STYLE)

- การใช้เวลา ให้ความสำคัญเรื่องเวลาเป็นพิเศษ ใช้เวลาส่วนมากในการทำงาน มีการวางแผนและการใช้เวลาอย่างมีระเบียบแบบแผน และแบ่งสัดส่วนการใช้เวลาอย่างสมดุล เช่นการพักผ่อนหย่อนใจ การศึกษาเพิ่มพูนความรู้เป็นต้น นอกจากนี้ยังต้องการความสะดวกสบาย ใช้เวลากับการเดินทางและติดต่อสื่อสารกันค่อนข้างมาก
- การเลือกซื้อสินค้า ใช้เหตุผล และพิถีพิถันในการเลือกซื้อสินค้า ให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้า กลัวซื้อสินค้าที่มีราคาสูงกว่าคุณภาพเป็นที่พอใจ
- การรับรู้ด้านการโฆษณาสินค้า ความที่ไม่มีเวลามากนักเนื่องด้วยกลับบ้านดึกหรือไม่เป็นเวลา การดูรายการทีวีจึงน้อยลง การโฆษณาสินค้าต้องเข้าถึงสื่อทางการตลาดที่จำเพาะเจาะจง เช่น การลงโฆษณาในวารสารพิเศษที่กลุ่มเป้าหมายรับประจำ การนำเสนอที่ใช้ตัวบุคคลหรือการแสดงคุณค่าให้ ประจักษ์ เช่น การชี้ชวนให้ทดลองใช้ เป็นต้น
- กิจกรรมบันเทิง การทำกิจกรรมของกลุ่มเป้าหมายจะเป็นในลักษณะสบาย ๆ รักการใช้ชีวิตอิสระ รักการท่องเที่ยว รักธรรมชาติ ดังนั้นการบันเทิงจะมีหลายลักษณะ ได้แก่การเที่ยวพักผ่อนหลังเลิกงานกับเพื่อนฝูง การเที่ยวผจญภัยในช่วงวันหยุด หรือการพักผ่อนสบาย ๆ อยู่กับบ้านในวันหยุด รวมถึงการใช้เวลาในการเล่นกีฬาและการดูหนังฟังเพลง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## รสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย

- แต่งกายตามกาลเทศะ ไม่เห่อตามแฟชั่น มีความเป็นตัวของตัวเอง แต่มีความพิถีพิถันในการเลือกเครื่องแต่งกาย
- นิยมซื้อสินค้าที่รู้จักเป็นสากล
- ชอบอ่านหนังสือ วารสารและนิตยสาร ที่กำหนดรายละเอียดสำหรับกลุ่มทำงาน และอีกหลายวิถีชีวิต
- ชอบเล่นกีฬากับเพื่อน ๆ กีฬาที่เล่นได้แก่ เทนนิส แบดมินตัน กอล์ฟ วายน้ำ สกุกเกอร์ เป็นต้น
- นิยมห้างสรรพสินค้าเป็นที่เลือกซื้อสินค้า เนื่องจากมีความสะดวกสบายและมีที่ผ่อนคลาย จากการทำงาน เช่นการดูหนัง และการรับประทานอาหาร เป็นต้น

## บุคลิกและลักษณะนิสัย

- สง่าผ่าเผย มีบุคลิกดี มั่นใจในตนเอง
- เป็นคนรุ่นใหม่ มีความคิดเป็นของตัวเอง ทันสมัย
- มีความพิถีพิถัน รักความสะอาด
- ต้องเข้าสังคมพบปะกับผู้อื่น รู้จักการปรับตัวตามกาลเทศะ
- จริงจังและทุ่มเทกับการทำงาน
- รักธรรมชาติ รักสิ่งแวดล้อม สนใจความเป็นไปของสิ่งแวดล้อมรอบตัว
- มีน้ำใจ ชอบช่วยเหลือสังคม

### 2.5.3 วิเคราะห์ลักษณะพิเศษของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด

#### ■ ผลิตภัณฑ์ประเภทยาสีกรองเท้า SHOE CARE

1. **ครีมทำความสะอาด** : สำหรับหนังเรียบ หนังกลับ และหนังนูน
  - ผู้บริโภคมีความเข้าใจเกี่ยวกับการดูแลรักษารองเท้า
  - ผู้บริโภคมีความพิถีพิถัน รักความสะอาด
2. **ขี้ผึ้งขัดเงา** : สำหรับหนังเรียบ
  - ผู้บริโภคทดลองซื้อผลิตภัณฑ์หลายยี่ห้อ เพื่อหายี่ห้อที่มีคุณภาพถูกใจ
  - ผู้บริโภคมีความพิถีพิถัน ใส่ใจกับความเงางามของรองเท้า
  - ผู้บริโภคใช้เวลากับการดูแลรักษารองเท้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ตลับฟองน้ำขัดเงา : สำหรับหนังเรียบ

- ผู้บริโภคต้องการความรวดเร็วในการทำขัดรองเท้า และต้องการความสะดวกสบาย

ในการพกพา

- ผู้บริโภคต้องพบปะกับบุคคลภายนอกในสถานที่ต่าง ๆ เสมอ
- ผู้บริโภคมีหน้าที่การทำงานซึ่งจำเป็นต้องมีบุคลิกภาพภายนอกดูดีตลอดเวลา

4. น้ำยาขัดเงา : สำหรับหนังเรียบ

- ผู้บริโภคต้องการความสะดวก รวดเร็ว ในการขัดรองเท้า

5. ครีมขัดเงา : สำหรับหนังเรียบ

- ผู้บริโภคต้องการความสะดวกในการขัดรองเท้า
- ผู้บริโภคใส่ใจกับความเงางามของรองเท้า

6. สเปรย์เพิ่มสีหนังกลับและหนังนูน

- ผู้บริโภคมีความพิถีพิถัน และเอาใจใส่เกี่ยวกับรองเท้า
- ผู้บริโภคต้องการความสะดวกในการดูแลรักษารองเท้า

7. สเปรย์ทำความสะอาดรองเท้ากีฬา

8. น้ำยาเคลือบรองเท้ากีฬา

- ผู้บริโภคเล่นกีฬาเป็นประจำ
- ผู้บริโภคพิถีพิถัน รักความสะอาด
- ผู้บริโภคมีความเข้าใจเกี่ยวกับการดูแลรักษารองเท้า

9. สเปรย์ป้องกันน้ำ : สำหรับรองเท้าทุกประเภท ยกเว้นผ้า

- ผู้บริโภคใส่ใจกับรองเท้า ต้องการให้มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน
- ผู้บริโภคไม่ต้องการให้รองเท้าได้รับความเสียหายจากน้ำ หรือน้ำมัน
- ผู้บริโภคมีความเข้าใจเกี่ยวกับรองเท้า รักความสะอาด

10. ชุดดูแลรักษาหนังเรียบ 3 ขั้นตอน

- ผู้บริโภคมีความเข้าใจเกี่ยวกับการดูแลรักษารองเท้า
- ผู้บริโภคต้องการความสะดวกในการซื้อ และการใช้งาน
- ผู้บริโภคต้องการของที่มีคุณภาพดี มีความแปลกใหม่ เพื่อแสดงควมมีรสนิยมสูง

## ■ ผลิตภัณฑ์ประเภทอุปกรณ์ ACCESSORIES

- ผู้บริโภคดูแลรักษารองเท้าเป็นประจำ
- ผู้บริโภคมีความพิถีพิถัน รักความสะอาด
- ผู้บริโภคต้องการสินค้าคุณภาพดี เพื่อรักษารองเท้าให้มีอายุการใช้งานยาวนาน

## ■ ผลิตภัณฑ์รวมชุด CASUAL SET

### 1. ชุดพกพา (TRAVEL SHOE CARE KIT)

- ผู้บริโภคต้องเดินทางเป็นประจำ ต้องรักษาบุคลิกภาพภายนอกให้ดูดีเสมอ
- ผู้บริโภคดูแลรักษารองเท้าเป็นประจำ เพื่อให้รองเท้ามีอายุการใช้งานยาวนาน
- ผู้บริโภคต้องการความสะดวกรวดเร็วในการดูแลรักษารองเท้า

### 2. ชุดต้อนรับเปิดเทอม

- ผู้บริโภคดูแลรักษารองเท้าเป็นประจำ
- ผู้บริโภคต้องการความสะดวกรวดเร็วในการซื้อ

## 2.5.4 วิเคราะห์และสรุปความต้องการของ ผู้บริโภคที่มีผลต่อการออกแบบ สรุปความต้องการของผู้บริโภคที่มีผลต่อบรรจุภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ ดังนี้

### 1. กระจบองสเปร์ย์ 200 กรัม

- 1.1 คุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ตลอดระยะเวลาที่ยังใช้งานไม่หมด
- 1.2 บรรจุผลิตภัณฑ์ได้ไม่น้อยกว่าปริมาณที่ระบุไว้ในฉลาก
- 1.3 จับได้ถนัดมือ ไม่ลื่นง่าย
- 1.4 เปิดและปิดฝาได้สะดวก

## 2. ขวด 85 กรัม

ลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์	
ของเหลว (LIQUID)	ของเหลวข้น (CREAM)
2.1 คัดกรองผลิตภัณฑ์จากการเกิดปฏิกิริยากับวัสดุบรรจุภัณฑ์ 2.2 คัดกรองผลิตภัณฑ์จากสิ่งรบกวนภายนอก ได้แก่ ของเหลว ความชื้น และการเสียหายเชิงกล เป็นต้น 2.3 ป้องกันผลิตภัณฑ์หกเลอะในขณะใช้งาน 2.4 บรรจุผลิตภัณฑ์ได้ไม่น้อยกว่าปริมาณที่ระบุไว้ในฉลาก 2.5 เปิดและปิดฝาได้สะดวก 2.6 รูปทรงจับถนัดมือ และสะดวกต่อการไหลของผลิตภัณฑ์ 2.7 มีรูปแบบสวยงามดึงดูดความสนใจ	
-	2.8 แก้ปัญหาการตกค้างของผลิตภัณฑ์เมื่อใช้ใกล้หมด

## 3. ตลับ

ลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์	
กึ่งแข็ง (PASTE)	ของเหลว (LIQUID) บรรจุในก้อนฟองน้ำซึ่งติดอยู่กับฝาตลับ
3.1 คัดกรองผลิตภัณฑ์ได้ตลอดระยะเวลาที่ยังใช้งานไม่หมด 3.2 บรรจุผลิตภัณฑ์ได้ไม่น้อยกว่าปริมาณที่ระบุไว้ในฉลาก 3.3 เปิดและปิดฝาได้สะดวก	
	3.4 ฝาปิดได้สนิท ไม่หลุดง่าย 3.5 มีรูปแบบสวยงาม พกพาได้ง่าย จับถนัด

## 4. บรรจุภัณฑ์ชุด 3 Essential Steps

- 4.1 คัดกรองผลิตภัณฑ์จนถึงมือผู้บริโภค
- 4.2 จัดเรียงผลิตภัณฑ์ในชุดให้เป็นระเบียบเรียบร้อย
- 4.3 เปิดหยิบใช้งานได้สะดวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 4.4 บอกลำดับขั้นตอนการใช้งานให้ผู้บริโภคเข้าใจได้อย่างง่ายดาย
- 4.5 มีรูปแบบสวยงามดึงดูดความสนใจ
5. บรรจุภัณฑ์ชุด Travel Shoe Care Kit
  - 5.1 คู่มือครองผลิตภัณฑ์จนถึงมือผู้บริโภค
  - 5.2 เปิดหยิบใช้งานได้สะดวก
  - 5.3 มีขนาดกะทัดรัดเหมาะแก่การพกพาเดินทาง
  - 5.4 บอกลำดับขั้นตอนการใช้งานให้ผู้บริโภคเข้าใจได้อย่างง่ายดาย
  - 5.5 มีรูปแบบสวยงามดึงดูดความสนใจ
6. บรรจุภัณฑ์ชุดต้อนรับเปิดเทอม
  - 6.1 คู่มือครองผลิตภัณฑ์จนถึงมือผู้บริโภค
  - 6.2 จัดเรียงผลิตภัณฑ์ในชุดให้เป็นระเบียบเรียบร้อย
  - 6.3 เปิดหยิบใช้งานได้สะดวก
  - 6.4 มีรูปแบบสวยงามดึงดูดความสนใจ
7. กล่องหุ้มรักษาทรงรองเท้า
  - 7.1 คู่มือครองผลิตภัณฑ์จนถึงมือผู้บริโภค
  - 7.2 ป้องกันฝุ่นละอองได้ดี
  - 7.3 มีรูปแบบสวยงามดึงดูดความสนใจ
8. บรรจุภัณฑ์แปรงทำความสะอาดรองเท้า และบรรจุภัณฑ์เชือกผูกรองเท้า
  - 8.1 คู่มือครองผลิตภัณฑ์จนถึงมือผู้บริโภค
  - 8.2 จัดเรียงผลิตภัณฑ์ให้เป็นระเบียบเรียบร้อย และป้องกันฝุ่นละอองได้
  - 8.3 มีรูปแบบสวยงามดึงดูดความสนใจ

### สรุปความต้องการผู้บริโภคที่มีผลต่อลักษณะกราฟฟิก

1. มีความสวยงาม สื่อถึงภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน
2. มีเอกลักษณ์ร่วม (CORPORATE IDENTITY)
3. ดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค
4. แสดงชนิด วิธีการใช้งาน และประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภคทราบอย่างชัดเจน
5. แยกประเภท บอกความแตกต่าง ของผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ในการเรียนการสอนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.6 ข้อมูลวัสดุและการผลิต

- **วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุที่ใช้ในการผลิตขวดบรรจุน้ำยาขัดเงา (INSTANT SHINE, SPORT WHITE)**
  - วัสดุที่เหมาะสม คือ พลาสติก ซึ่งควรมีคุณสมบัติดังนี้
    - มีความแข็งแรงพอเหมาะ คุ้มครองป้องกันกลิ่น กันความชื้น การซึมผ่านของก๊าซ ป้องกันแสงแดดและแสงไฟได้ กันกระแทก การทิ่มแทง บีบรัด และดกหล่นได้
    - ทนต่อปฏิกิริยาเคมีทั้งกรดและด่างได้
    - ต้นทุนการผลิตต่ำ
    - ความสะดวกในการผลิต สามารถขึ้นรูปได้ด้วยวิธี BLOW MOLD
    - เนื้อพลาสติกทึบ มีความขุ่น

ตารางวิเคราะห์ชนิดพลาสติกที่ใช้ในการผลิตขวดบรรจุน้ำยาขัดเงา

เงื่อนไขในการพิจารณา	ชนิดพลาสติก	
	LDPE	HDPE
1. ความแข็งแรงพอเหมาะ	3	4
2. ทนต่อปฏิกิริยาเคมี	3	4
3. ต้นทุนการผลิต	4	3
4. เนื้อพลาสติกทึบแสง ขุ่นทึบ	4	4
5. ขึ้นรูปด้วยวิธี BLOW MOLD	4	4
รวม	18	19

4 = ดีมาก    3 = ดี    2 = พอใช้    1 = ไม่ดี

**สรุป** เลือกใช้พลาสติกชนิด HDPE (HIGH DENSITY POLYETHYLENE) ลักษณะคอขวดเป็นเกลียวมาตรฐาน แบบเกลียวเอียงมาก ป้องกันการเปิดของเด็ก ผลิตด้วยวิธีการเป่า (BLOW MOLD)

- วิเคราะห์ทางเลือกใช้วัสดุที่ใช้ในการผลิตขวดบรรจุครีมขัดเงา (NOURIAH SHOE CREAM, CLEAN & CARE)

วัสดุที่เหมาะสม คือ พลาสติก ซึ่งควรมีคุณสมบัติดังนี้

- มีความแข็งแรงพอเหมาะ ค้ำครองป้องกันกลิ่น กันความชื้น การซึมผ่านของก๊าซ ป้องกันแสงแดดและแสงไฟได้ กันกระแทก การทิ่มแทง บีบรัด และตกหล่นได้
- ทนต่อปฏิกิริยาเคมีทั้งกรดและด่างได้
- ต้นทุนการผลิตต่ำ
- ความสะดวกในการผลิต สามารถขึ้นรูปได้ด้วยวิธี BLOW MOLD
- เนื้อพลาสติกทึบ มีความขุ่น

ตารางวิเคราะห์ชนิดพลาสติกที่ใช้ในการผลิตขวดบรรจุน้ำยาขัดเงา

เงื่อนไขในการพิจารณา	ชนิดพลาสติก	
	LDPE	HDPP
1. ความแข็งแรงพอเหมาะ	3	4
2. ทนต่อปฏิกิริยาเคมี	3	4
3. ต้นทุนการผลิต	4	3
4. เนื้อพลาสติกทึบแสง ขุ่นทึบ	4	2
5. ขึ้นรูปด้วยวิธี BLOW MOLD	4	4
รวม	18	17

4 = ดีมาก    3 = ดี    2 = พอใช้    1 = ไม่ดี

สรุป เลือกใช้พลาสติกชนิด LDPE (LOW DENSITY POLYETHYLENE) ลักษณะขวดเป็นเกลียวมาตรฐาน แบบเกลียวเอียงมาก ป้องกันการเปิดของเด็ก ผลิตด้วยวิธีการเป่า (BLOW MOLD)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

● วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุที่ใช้ในการผลิตผ้าขาว

- ได้แก่
1. ผ้าขาวน้ำยาขัดเงา (INSTANT SHINE, SPORT WHITE)
  2. ผ้าขาวครีมขัดเงา (NOURISH SHOE CREAM)
  3. ผ้าขาวครีมทำความสะอาด (CLEAN & CARE)

เนื่องจากผลิตภัณฑ์รายการที่ 1 และ 2 มีลักษณะการใช้งานเหมือนกัน คือ มีหัวฟองน้ำบริเวณคอขวดสำหรับป้ายรองเท้า จึงสามารถใช้ผ้าร่วมกันได้ โดยพิจารณาให้เป็นผ้าเกลียวตามลักษณะคอขวด

ผลิตภัณฑ์รายการที่ 3 ลักษณะขวดเหมือนรายการที่ 2 แต่ไม่มีหัวฟองน้ำ ผ้าที่ใช้ต้องจำกัดการไหลของครีมออกมาได้อย่างเหมาะสมจากคอขวด : โดยพิจารณาให้เป็นผ้าที่เหมือนกับรายการที่ 1, 2 เพื่อประหยัดต้นทุนในการผลิต

ตารางวิเคราะห์ชนิดพลาสติกที่ใช้ในการผลิตขวดบรรจุน้ำยาขัดเงา

เงื่อนไขในการพิจารณา	ชนิดพลาสติก	
	LDPE	HDPP
1. ความแข็งแรงพอเหมาะ	4	3
2. ทนต่อปฏิกิริยาเคมี	4	3
3. ต้นทุนการผลิต	3	4
4. เนื้อพลาสติกทึบแสง ขุ่นทึบ	4	4
5. ความใส	4	3
6. ขึ้นรูปได้ด้วยวิธี INJECTION	4	4
รวม	23	21

4 = ดีมาก    3 = ดี    2 = พอใช้    1 = ไม่ดี

สรุป เลือกใช้พลาสติกชนิด PP (POLYETHYLENE) ลักษณะของผ้า คือ ผ้าเกลียว  
ผลิตด้วยวิธีการฉีด (INJECTION)

● วิเคราะห์การเลือกวัสดุที่ใช้ในการผลิตล้นฟองน้ำขัดเงา (HANDY SHINE)

วัสดุที่เหมาะสม คือ พลาสติก ซึ่งควรมีคุณสมบัติดังนี้

- มีความแข็งแรงพอเหมาะ ค้ำครองป้องกันกลิ้ง กันความชื้น การซึมผ่านของก๊าซ ป้องกันแสงแดดและแสงไฟได้ กันกระแทก การทิ่มแทง บีบรัด และตกหล่นได้
- ทนต่อปฏิกิริยาเคมีทั้งกรดและด่างได้
- ต้นทุนการผลิตต่ำ
- ความสะดวกในการผลิต สามารถขึ้นรูปได้ด้วยวิธี INJECTION
- เนื้อพลาสติกที่บ มีความชุ่ม

ตารางวิเคราะห์ชนิดพลาสติกที่ใช้ในการผลิตขวดบรรจุน้ำยาขัดเงา

เงื่อนไขในการพิจารณา	ชนิดพลาสติก	
	LDPE	HDPP
1. ความแข็งแรงพอเหมาะ	3	4
2. ทนต่อปฏิกิริยาเคมี	3	4
3. ต้นทุนการผลิต	4	3
4. เนื้อพลาสติกที่บแสง ชุ่มที่บ	4	4
5. ขึ้นรูปด้วยวิธี BLOW MOLD	4	4
รวม	18	19

4 = ดีมาก    3 = ดี    2 = พอใช้    1 = ไม่ดี

สรุป เลือกใช้พลาสติกชนิด HDPE (HIGH DENSITY POLYETHYLENE) ผลิตด้วยวิธีการฉีด (INJECTION)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

• วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุที่ใช้ในการผลิต บรรจุภัณฑ์รวมชุด ได้แก่

- 1. บรรจุภัณฑ์ชุด 3 ESSENTIAL STEPS (กล่อง)
- 2. บรรจุภัณฑ์ชุดต้อนรับเปิดทอม (กล่อง)

บรรจุภัณฑ์ควรมีคุณสมบัติดังนี้

- สามารถบรรจุของได้ตามกำหนด
- มีความสวยงาม โดดเด่นเมื่อวางจำหน่าย

คุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้

- มีความแข็งแรงพอเหมาะ
- วางซ้อนกันได้

ตารางวิเคราะห์ชนิดพลาสติกที่ใช้ในการผลิตขวดบรรจุภัณฑ์รวมชุด

เงื่อนไขในการพิจารณา	ชนิดกระดาษ		
	กระดาษ การ์ดเคลือบ	กระดาษ กล่องเคลือบ	กระดาษกล่องไม่เคลือบ
1. ความแข็งแรงพอเหมาะ	4	3	4
2. ต้นทุนต่ำ	1	3	4
3. ความสวยงาม	4	4	3
4. พิมพ์ได้สวย	4	4	2
รวม	13	14	12

4 = ดีมาก    3 = ดี    2 = พอใช้    1 = ไม่ดี

สรุป เลือกใช้กระดาษกล่องเคลือบ

• วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุที่ใช้ในการผลิต **บรรจุภัณฑ์ชุดเดินทาง (TRAVEL SHOE CARE KIT)**

บรรจุภัณฑ์ควรมีคุณสมบัติดังนี้

- สามารถบรรจุของได้ตามกำหนด
- มีความสวยงาม โดดเด่นเมื่อวางจำหน่าย
- คุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ดีตลอดอายุการใช้งาน
- มีความแข็งแรงทนทาน
- วางซ้อนกันได้

ตารางวิเคราะห์ชนิดพลาสติกที่ใช้ในการผลิต **บรรจุภัณฑ์ชุดเดินทาง (กล่อง)**

เงื่อนไขในการพิจารณา	ชนิดกระดาษ		
	กระดาษการ์ด	กระดาษ กลอง เคลือบ	กระดาษกล่อง ลูกฟูกลอน E
1. ความแข็งแรงทนทาน	2	2	4
2. ต้นทุนต่ำ	2	3	4
3. ความสวยงาม	4	3	2
4. พิมพ์ได้สวย	4	4	3
<b>รวม</b>	12	12	13

4 = ดีมาก    3 = ดี    2 = พอใช้    1 = ไม่ดี

สรุป เลือกใช้กระดาษกล่องลูกฟูก ลอน E

● วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุที่ใช้ในการผลิตกล่องบรรจุภัณฑ์ ทรงรองเท้า

บรรจุภัณฑ์ควรมีคุณสมบัติดังนี้

- สามารถบรรจุของได้ตามกำหนด
- มองเห็นตัวผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน
- มีความสวยงาม
- มีความแข็งแรง ปกป้องผลิตภัณฑ์ได้ดี
- วางซ้อนกันได้

ตารางวิเคราะห์ชนิดกล่อง ที่ใช้ในการผลิตขวดบรรจุภัณฑ์รวมชุด

เงื่อนไขในการพิจารณา	ชนิดกล่อง		
	กล่องพลาสติก	กล่องกระดาษ	กล่องกระดาษ
	ใส	เจาะใส	
1. ความแข็งแรงพอเหมาะ	4	4	4
2. ต้นทุนต่ำ	4	3	2
3. ความสวยงาม	2	4	4
4. พิมพ์ได้สวย	1	4	4
5. การปรี (DIE CUT)	4	2	4
6. เห็นผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน	4	3	1
รวม	19	20	19

4 = ดีมาก      3 = ดี      2 = พอใช้      1 = ไม่ดี

สรุป      เลือกใช้กล่องกระดาษเจาะใส

● **วิเคราะห์การเลือกวัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์แปรงขัดรองเท้า**

บรรจุภัณฑ์ควรมีคุณสมบัติดังนี้

- มองเห็นตัวผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน
- ปกปิดผลิตภัณฑ์จากฝุ่นละอองได้
- วางซ้อนกันได้

ตารางวิเคราะห์ชนิดพลาสติกที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์แปรงขัดรองเท้า

เงื่อนไขในการพิจารณา	ชนิดกระดาษ		
	ช่องพลาสติกใส	กระดาษผสมพลาสติก (BLISTER PACK)	กล่องกระดาษ
1. ต้นทุนการผลิตต่ำ	4	1	1
2. ความสวยงาม	2	3	4
3. พิมพ์ได้สวย	2	3	4
4. เห็นผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน	4	4	2
<b>รวม</b>	12	11	11

4 = ดีมาก    3 = ดี    2 = พอใช้    1 = ไม่ดี

**สรุป** เลือกใช้ช่องพลาสติกใส โดยมีป้ายฉลากกระดาษติดอยู่ เพื่อเพิ่มความสวยงาม

● **วิเคราะห์การเลือกวัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์เชิงผู้บริโภค**

บรรจุภัณฑ์ควรมีคุณสมบัติดังนี้

- มองเห็นตัวผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน
- มีความสวยงาม โดดเด่นเมื่อวางจำหน่าย
- ปกป้องผลิตภัณฑ์จากฝุ่นละอองได้
- วางซ้อนกันได้

วัสดุที่เหมาะสม คือ กระดาษผสมกับพลาสติก (BLISTER PACK) เพื่อช่วยเป็นจอแสดงผลิตภัณฑ์ และช่วยลือคผลิตภัณฑ์

ตารางวิเคราะห์ชนิดพลาสติกที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์เชิงผู้บริโภค

เงื่อนไขในการพิจารณา	ชนิดกระดาษ		
	PP	PS	PVC
1. ความแข็งแรงเหมาะสม	3	2	4
2. ต้นทุนการผลิตต่ำ	3	3	4
3. การขึ้นรูปได้ง่าย	4	4	4
4. ความใส	4	3	3
5. ความสะดวกในการผลิต	4	3	4
รวม	18	15	19

4 = ดีมาก    3 = ดี    2 = พอใช้    1 = ไม่ดี

สรุป เลือกใช้กล่องพลาสติก PVC ใส เพื่อผลิตบรรจุภัณฑ์ BLISTER PACK

• วิเคราะห์การเลือกใช้ระบบการพิมพ์ผลึก

วัสดุที่ใช้เป็นฉลานั้นคือกระดาษ เพราะมีต้นทุนต่ำ มีความคงทนพอสมควร ดังนั้นระบบการพิมพ์ที่ใช้ต้องสอดคล้องกับการพิมพ์บนกระดาษ โดยดูจากปริมาณการขาย ราคาของผลิตภัณฑ์ ต้นทุนการผลิต เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นเงื่อนไขที่นำมาพิจารณา

ตารางวิเคราะห์ระบบการพิมพ์ผลึก

เงื่อนไขในการพิจารณา	กราเวียร์	ออฟเซต	ซิลค์ สกรีน	เฟล็กโซ กราฟฟี
1. จำนวนที่ใช้ในการพิมพ์ 10,000 ชุด/ 3 เดือน	✓	✓	✓	✓
2. ความสวยงาม	✓	✓		
3. ต้นทุนการผลิตต่ำ		✓	✓	✓
4. การผลิตง่าย		✓	✓	✓
5. ความทนทานและคงทน	✓	✓	✓	
รวม	3	5	4	3

✓ หมายถึง มีเงื่อนไขเหมาะสมในการผลิตผลึก

สรุป เลือกใช้ระบบออฟเซต สำหรับพิมพ์ผลึก

เลือกระบบซิลค์ สกรีน สำหรับฉลากขวดด้านหลัง และส่วนประกอบย่อยอื่นๆ

## สรุป การเลือกใช้วัสดุทั้งหมด

ชนิดของบรรจุภัณฑ์	วัสดุ
- ขวดน้ำยา	HDPE
- ขวดบีบ (ครีม)	LDPE
- ตลับ	HDPE
- กล่องผลิตภัณฑ์รวมชุด	กระดาษกล่องเคลือบ
- กล่องชุดเดินทาง	กระดาษลูกฟูกลอน E
- กล่องหุ้มรักษารองเท้า	กระดาษประกอบด้วยพลาสติก PVC ใส
- ซองแปรงทำความสะอาด	พลาสติกใส
- ซองเชือกผูกรองเท้า	กระดาษประกอบด้วยพลาสติก PVC ใส (BLISTER PACK)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.7 ข้อกำหนดด้านกฎหมาย

### ประกาศคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

#### เรื่อง ข้อความที่พึงแสดงในฉลาก

ด้วยปรากฏว่า สินค้าที่เสนอขายต่อประชาชนทั่วไปนั้น ถ้าเป็นสินค้าที่มีฉลากแสดงมักจะใช้ข้อความซึ่งไม่ตรงกับความเป็นจริง หรือเกินความจริง หรือก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในแหล่งกำเนิดของสินค้าหรือใช้ข้อความที่ผู้บริโภคทั่วไปไม่อาจเข้าใจได้ว่าเป็นสินค้าที่นำไปใช้เพื่อประโยชน์อย่างใดเป็นต้น ดังนั้นเพื่อให้ผู้บริโภคทราบข้อความเกี่ยวกับสินค้าโดยถูกต้องและเพียงพอ ในการเลือกหาสินค้า ได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าตลอดจนสามารถเรียกร้องค่าเสียหาย ในกรณีที่สินค้ามีคุณภาพหรือปริมาณไม่ตรงกับการโฆษณาหรือบอกกล่าวของผู้ขายได้ ในการนี้สมควรกำหนดข้อความที่ควรมีและไม่ควรมีในฉลากเพื่อประโยชน์แก่ผู้บริโภค จึงออกประกาศดังต่อไปนี้

#### ข้อ 1 ในฉลากต้องมีข้อความดังต่อไปนี้

- 1.1 ชื่อหรือเครื่องหมายการค้าของผู้ผลิต
- 1.2 สถานที่ผลิต ในกรณีที่สินค้านำเข้ามาในราชอาณาจักรควรระบุชื่อและที่อยู่ของผู้นำเข้าด้วย
- 1.3 ข้อความที่แสดงให้ทราบว่าสินค้านั้นคืออะไร มีหรือใช้ประโยชน์อย่างใดตามที่  
เป็นจริง
- 1.4 วัน เดือน ปี ที่ผลิต และวัน เดือน ปี ที่หมดอายุ ถ้ามี
- 1.5 ปริมาณสุทธิตามกฎหมาย ว่าด้วยมาตราชั่ง คอง วัด
- 1.6 ส่วนประกอบของสินค้า
- 1.7 วิธีใช้
- 1.8 วิธีเก็บรักษา
- 1.9 ข้อควรระวังหรือคำเตือน และวิธีป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นได้จากสินค้า ถ้ามี
- 1.10 ราคา

#### ข้อ 2 ในฉลากไม่ควรมีข้อความดังต่อไปนี้

- 2.1 ชื่อหรือเครื่องหมายการค้าของผู้อื่น โดยที่ผู้ประกอบธุรกิจไม่มีสิทธิใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมของต่างประเทศที่ผู้ประกอบการไม่  
มีสิทธิใช้

2.3 ธงชาติ ดวงตรา เครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ของต่างประเทศหรือองค์กรระหว่าง  
ประเทศ หรือเครื่องหมายอื่นใดที่มีลักษณะคล้ายกับเครื่องหมายดังกล่าว

2.4 ข้อความอื่นที่อาจทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดในแหล่งกำเนิด หรือคุณภาพของ  
สินค้า

ข้อ 3 สินค้าใด ซึ่งทำหรือผลิตในประเทศ ผู้ประกอบการควรแสดงชื่อประเทศซึ่งเป็น  
แหล่งกำเนิดของสินค้านั้นไว้ด้วย

ข้อ 4 สินค้าใดที่มีส่วนประกอบที่ทำหรือผลิตในหลายประเทศ ถ้าส่วนประกอบที่ทำหรือผลิต  
ในประเทศเป็นสาระสำคัญของสินค้าประเภทนั้น ควรแสดงชื่อไว้ด้วย

ข้อ 5 ในการแสดงข้อความตาม ข้อ 1 ข้อ 3 และข้อ 4 ควรปฏิบัติดังนี้

5.1 แสดงเป็นภาษาไทยให้ดูง่ายและชัดเจน

5.2 ใช้สำนวนภาษาที่ผู้บริโภคทั่วไปสามารถเข้าใจได้ หากใช้ข้อความที่เป็นภาษา  
ต่างประเทศ ควรมีภาษาไทยกำกับหรือมีคำอธิบายเป็นภาษาไทยด้วย

ข้อ 6 ความในข้อ 1.5 ข้อ1.6 ข้อ1.7 ข้อ1.8 ข้อ1.9 ข้อ3 ข้อ4 ถ้าไม่สามารถ  
แสดงในฉลากได้หมดก็ควรแสดงในเอกสารหรือคู่มือสำหรับใช้ประกอบสินค้านั้น

## มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ยาขี้ดรองเท้า

มอก. 1218-2537

เนื่องจากยาขี้ดรองเท้าเป็นเครื่องอุปโภคที่จำเป็นสำหรับการรักษาผลิตภัณฑ์จากหนัง โดยเฉพาะอย่างยิ่งรองเท้าหนังเพื่อให้มีความนุ่ม คงทนและสวยงาม ดังนั้นเพื่อเป็นการส่งเสริมอุตสาหกรรมประเภทนี้ สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมจึงกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมยาขี้ดรองเท้าขึ้น

เนื่องจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นการศึกษาทางด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นหลัก จึงขอยกข้ออ้างอิงเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์มาดังนี้

### บทนิยาม

ความหมายของคำที่ใช้ในมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนี้ มีดังต่อไปนี้

1. ยาขี้ดรองเท้าชนิดกึ่งแข็ง หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ประกอบด้วยไซ และตัวทำละลาย เป็นอินทรีย์เป็นส่วนประกอบหลัก อาจมีสารให้สีและไม่ก็ได้
2. ยาขี้ดรองเท้าชนิดครีม หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ประกอบด้วยไซ ตัวทำละลายอินทรีย์ น้ำสบู่ หรืออิมัลชันไฟเออร์ เป็นส่วนประกอบหลัก อาจมีสารให้สีหรือไม่ก็ได้

### ชนิด

ยาขี้ดรองเท้าแบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ

1. ชนิดกึ่งแข็ง (paste)
2. ชนิดครีม (cream)

### การบรรจุ

1. ให้บรรจุยาขี้ดรองเท้าในภาชนะที่สะอาด แห้ง และกันการรั่วซึมได้
2. น้ำหนักสุทธิของยาขี้ดรองเท้าในแต่ละภาชนะบรรจุ ต้องไม่น้อยกว่าที่ระบุไว้ในฉลาก।

### เครื่องหมายและฉลาก

1. ที่ภาชนะบรรจุยาขี้ดรองเท้าทุกหน่วย อย่างน้อยต้องมีเลข ตัวอักษร หรือเครื่องหมาย แจ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์ไว้สำหรับบุคลากรในหน่วยงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
รายละเอียดต่อไปนี้จะเห็นได้ง่าย ชัดเจน  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- (1) ชื่อผลิตภัณฑ์
  - (2) ชนิด
  - (3) น้ำหนักสุทธิ เป็นกรัม
  - (4) สีหรือสีบ่งชี้
  - (5) เดือน ปีที่ทำ หรือรหัสรุ่นที่ทำ
  - (6) วิธีใช้ (เฉพาะยาจัดรองเท้าชนิดกึ่งแข็ง และชนิดครีมที่ไม่บรรจุกล่อง)
  - (7) ชื่อผู้ทำหรือโรงงานที่ทำ หรือเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียน
2. ที่กล่องบรรจุยาจัดรองเท้าตามข้อ 1 ทุกหน่วย (ถ้ามี) อย่างน้อยต้องมีเลข อักษร หรือ เครื่องหมายแจ้งรายละเอียดต่อไปนี้ให้เห็นได้ง่าย ชัดเจน
- (1) ชื่อผลิตภัณฑ์
  - (2) ชนิด
  - (3) น้ำหนักสุทธิเป็นกรัม
  - (4) สี
  - (5) วิธีใช้
  - (6) ชื่อผู้ทำหรือโรงงานที่ทำ หรือเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียน
3. ในกรณีที่ใช้ภาษาต่างประเทศ ต้องมีความหมายตรงกับภาษาไทยที่กำหนดไว้ข้างต้น
4. ผู้ทำผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่เป็นไปตามมาตรฐานนี้ จะแสดงเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนั้นได้ ต่อเมื่อได้รับอนุญาตจากคณะกรรมการมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมแล้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

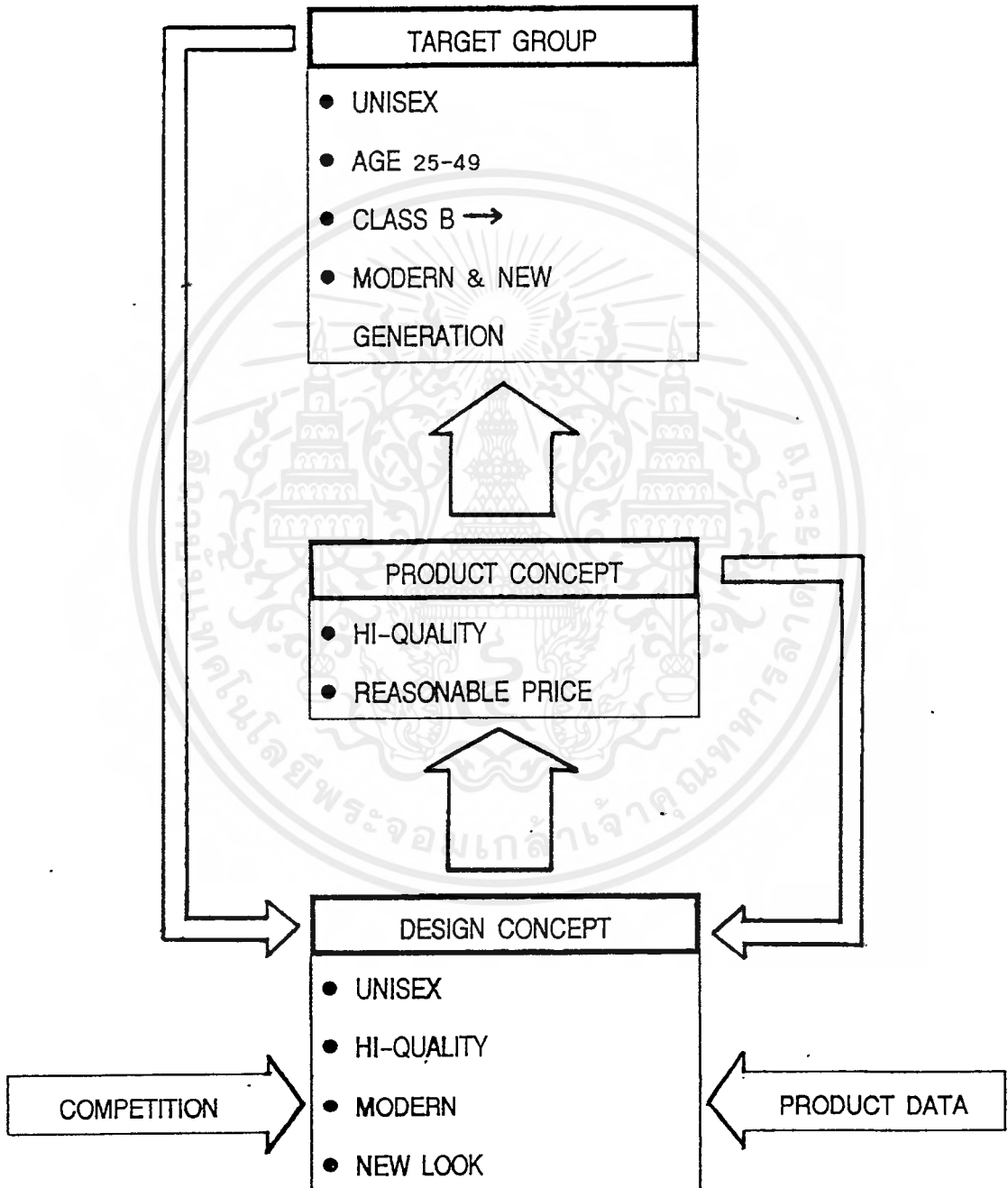


### บทที่ 3 การพัฒนาการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.1 การพัฒนาแนวความคิดในการออกแบบ

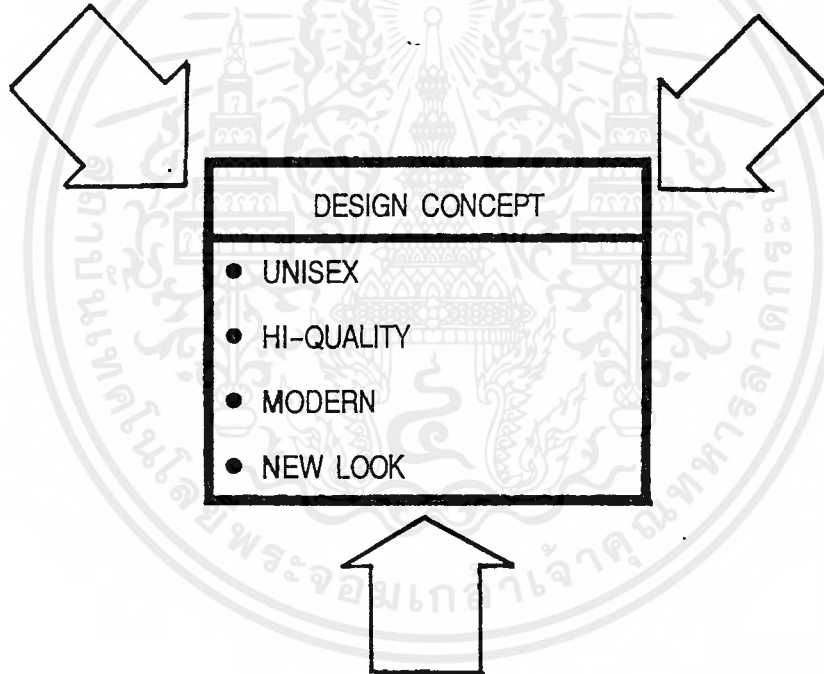
จากขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลในบทที่ 2 สามารถนำมาแปรเป็นข้อกำหนดต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบได้ดังนี้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อได้แนวความคิดรวบยอดในการออกแบบแล้ว ต่อไปก็เป็นการพัฒนาแนวความคิดนั้นให้หลากหลาย โดยการสร้าง KEY WORD ต่างๆ เพื่อขยายความคิดทางการออกแบบ ดังนี้

KEY WORD GROUP 1	KEY WORD GROUP 2
ขยายแนวความคิด โดยนึกถึงคุณสมบัติของยาฆ่าครองเท้า	ขยายแนวความคิด โดยนึกถึงคุณลักษณะของรองเท้า
<ul style="list-style-type: none"> <li>- PROTECTOR</li> <li>- CLEAN &amp; CARE *</li> <li>- SHINE</li> <li>- RENEW</li> <li>- REVIEW</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- CLEAN</li> <li>- COMFORT</li> <li>- SHINY *</li> <li>- NEW LOOK *</li> <li>- GOOD LOOKING</li> </ul>



KEY WORD GROUP 2
ขยายแนวความคิด โดย นึกถึงพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย
<ul style="list-style-type: none"> <li>- MODERN *</li> <li>- SMART *</li> <li>- RATIONAL</li> <li>- ACTIVE *</li> <li>- NEAT</li> </ul>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การสร้าง KEY WORD จะช่วยให้สามารถสร้างแนวทางในการออกแบบ (ALTERNATIVES) ได้มากมายยิ่งขึ้น มีผลให้ได้ผลงานออกแบบที่หลากหลายและแตกต่างออกไป อีกทั้งยังตอบสนองผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

ในขั้นตอนแบบร่างนั้นได้นำ KEY WORD ที่น่าสนใจมาผสมผสานกันทำให้ได้แนวทางในการออกแบบ 6 แนวทาง คือ

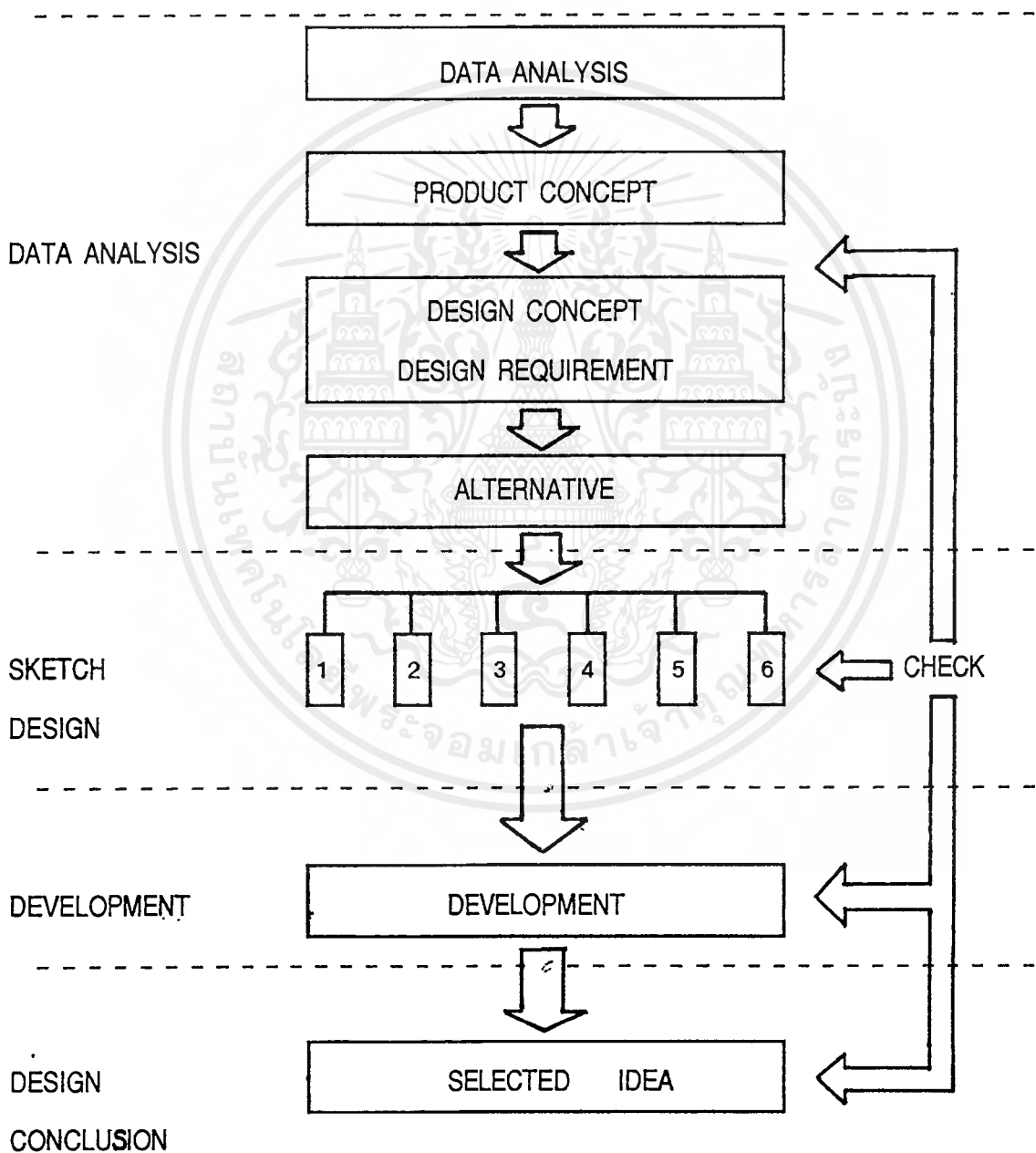
ALTERNATIVE 1	SMART + CLEAN&CARE
ALTERNATIVE 2	CLEAN&CARE
ALTERNATIVE 3	ACTIVE
ALTERNATIVE 4	SMART + ACTIVE
ALTERNATIVE 5	SMART
ALTERNATIVE 6	SMART + NEW LOOK

เมื่อได้แนวทางในการออกแบบแล้วนั้นขั้นตอนต่อไป คือ การวางแผนการทำงาน โดยแสดงออกมาในหลักการของแผนภาพได้ดังนี้

## 3.2 การวางแผนการออกแบบ

เมื่อหาแนวทางในการออกแบบได้แล้ว ควรจะมีการวางแผนงานว่าเราจะเริ่มต้นจากตรงจุดไหนของงาน ซึ่งในการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาจจะเริ่มต้นไม่เหมือนกัน หลังจากนั้นจึงเริ่มทำการออกแบบโดยคำนึงถึงเงื่อนไขความต้องการของผลิตภัณฑ์ที่มีต่อบรรจุภัณฑ์

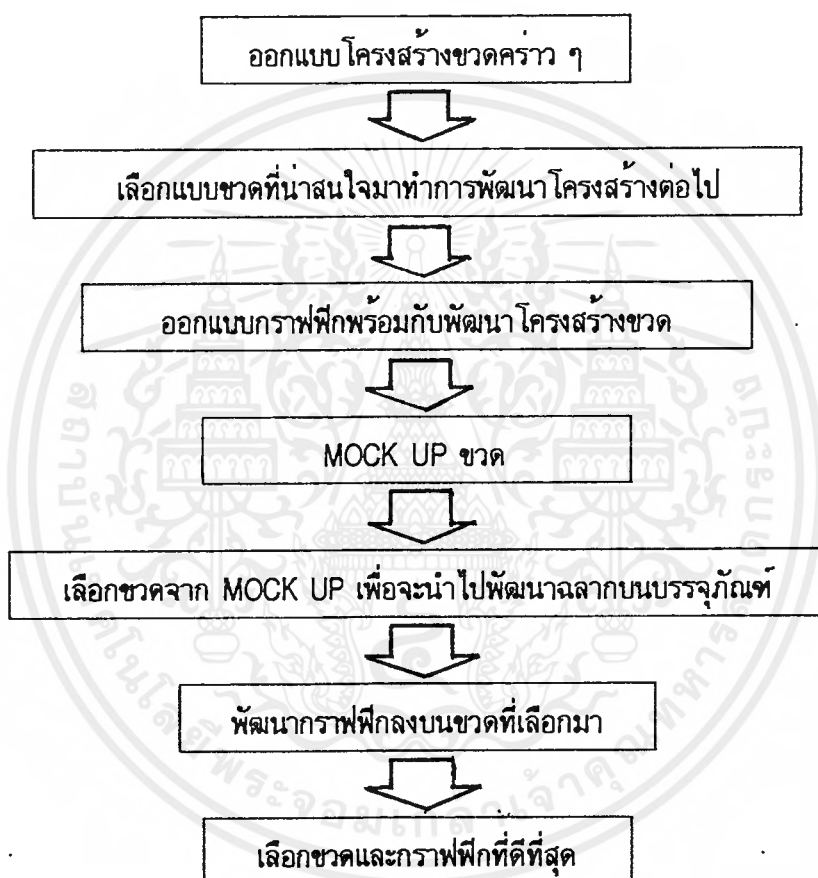
สรุปขั้นตอนหลักในการออกแบบได้ดังนี้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในขั้นตอนการออกแบบขั้นต้น (SKETCH DESIGN) เราต้องดูปริมาณงานทั้งหมดเพื่อเลือกตัวที่มีความสำคัญมากที่สุดมาเป็นตัวออกแบบ โดยในขั้นแบบร่างได้เลือกบรรจุภัณฑ์ขวดมากทำการออกแบบโครงสร้างก่อน เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายมากที่สุด (เทียบกับโครงสร้างออกแบบด้วยกันเอง) และขวดมีขนาดเล็กทำให้ยากในการจัดกราฟฟิก

สรุปขั้นตอนการ SKETCH DESIGN ได้ดังนี้



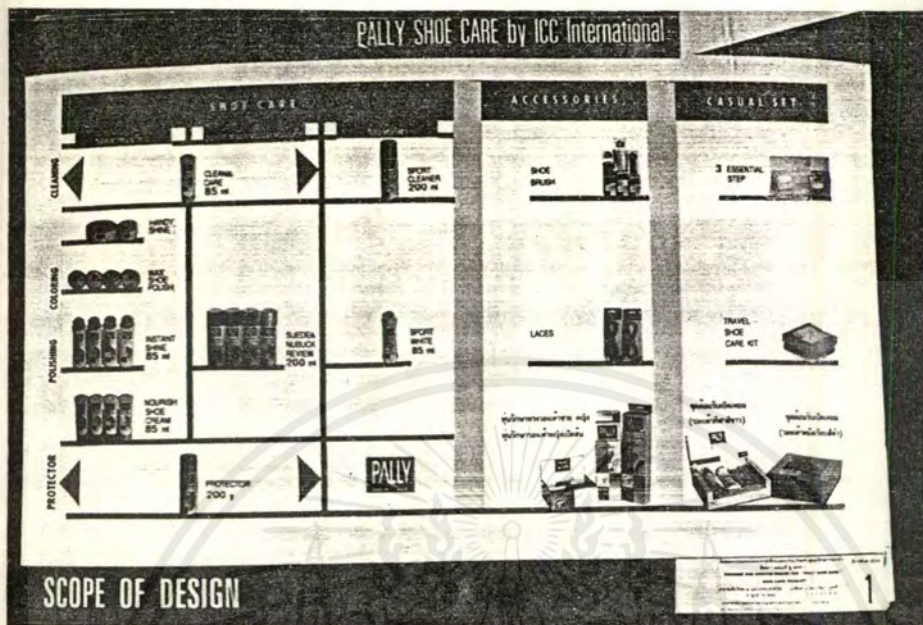
ในขั้นแบบร่างจะทำการออกแบบฉลากขวดและกระป๋องสเปรย์ไปพร้อม ๆ กัน โดย SKETCH 1 ชุด จะมีขวดและกระป๋องสเปรย์ รวม 7 ชิ้น เพื่อจะดูการแบ่งประเภทของผลิตภัณฑ์ และSHELF IMPACK ควบคู่ไปด้วย

เมื่อได้กราฟฟิกฉลากที่แน่นอนแล้วจึงแตก CORPORATE ไปยังบรรจุภัณฑ์ประเภทกล่อง ดับเบิล และBLISTER PACK ต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.3 การพัฒนาการออกแบบ

- ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล (DATA ANALYSIS)



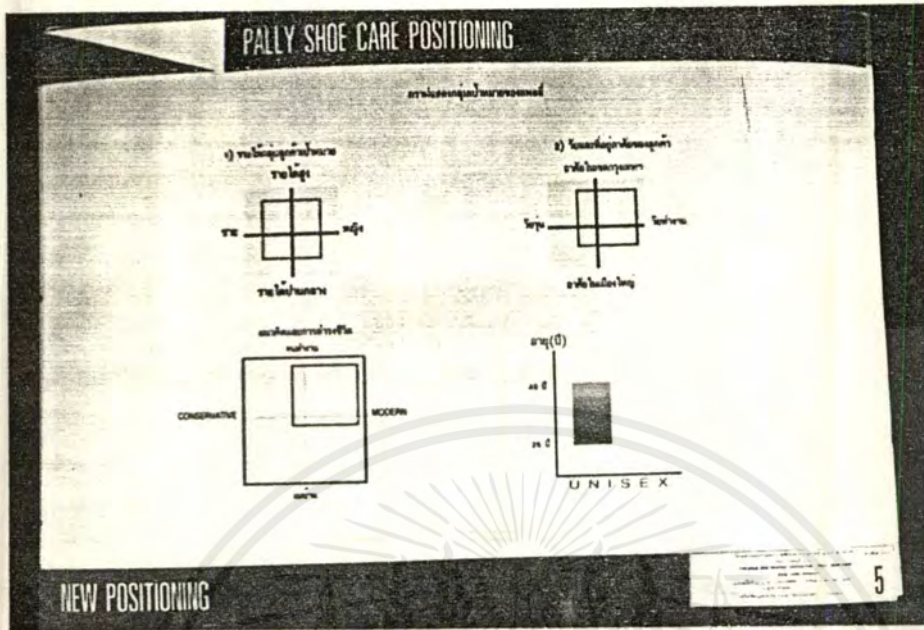
ภาพที่ 1 แสดงขอบเขตของวิทยานิพนธ์ตามที่เสนอหัวข้อไป



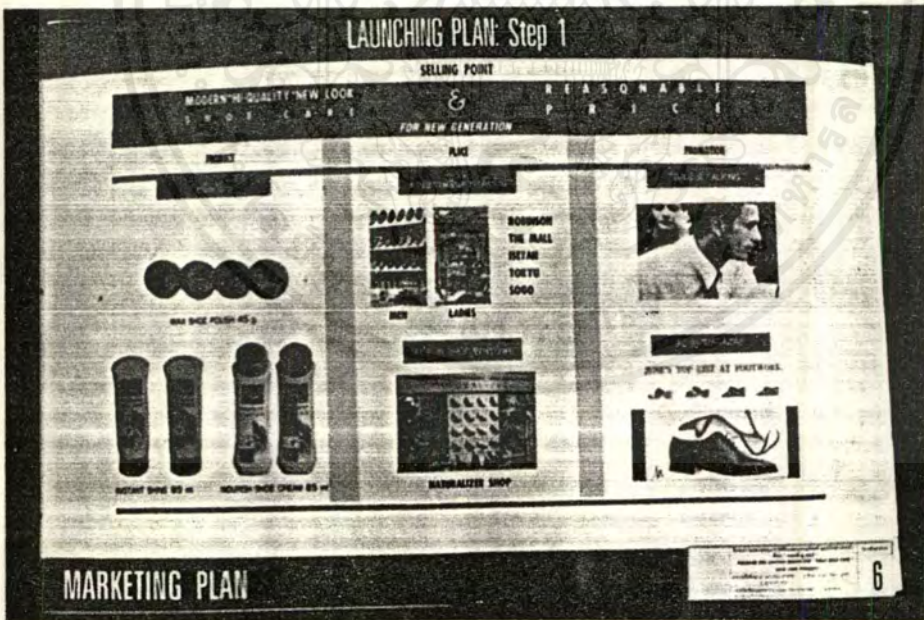
ภาพที่ 2 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ได้แก่ลักษณะทางกายภาพ วิธีการดูแลรักษาองเท้า ข้อพิจารณาเลือกซื้อและการจำแนกผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้





ภาพที่ 5 แสดงตำแหน่งของกลุ่มผู้บริโภคของผลิตภัณฑ์ใหม่ "แพลลี่ ชู แคร์"



ภาพที่ 6 แสดงแผนการตลาดในช่วงแรก การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ สถานที่ขาย และการส่งเสริมการขาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

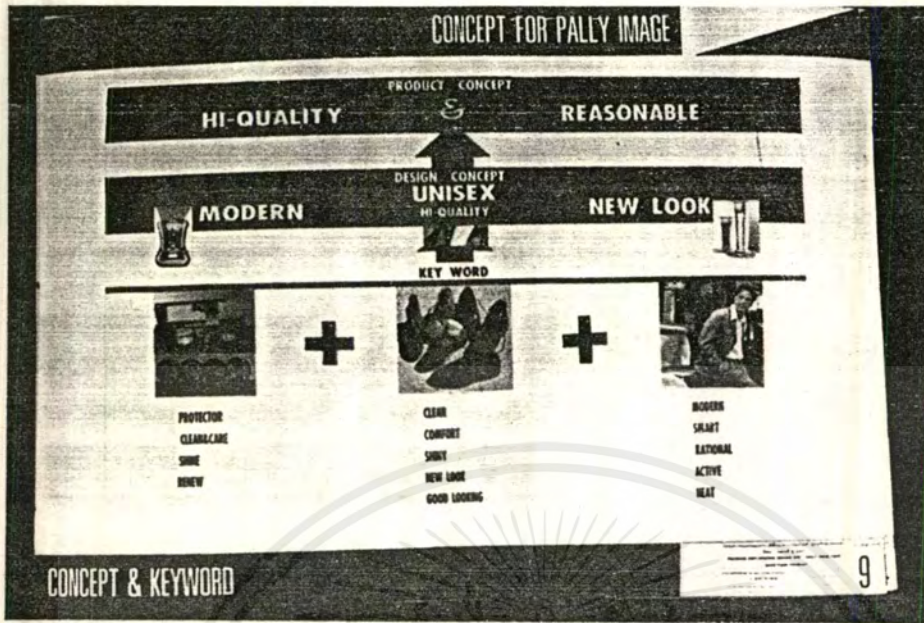


ภาพที่ 7 แสดงแผนการตลาดในช่วงที่ผลิตภัณฑ์ติดตลาดแล้ว



ภาพที่ 8 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายของ "แพลลี่ ชู แคร่"

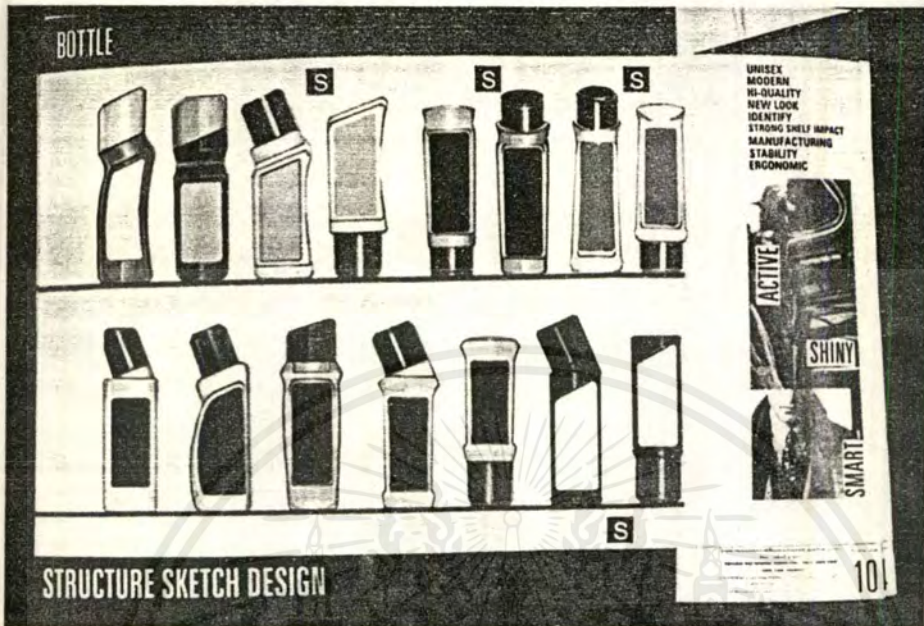
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 9 แสดงแนวความคิดและแนวทางในการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

• ขั้นตอนการออกแบบขั้นต้น ( SKETCH DESIGN)

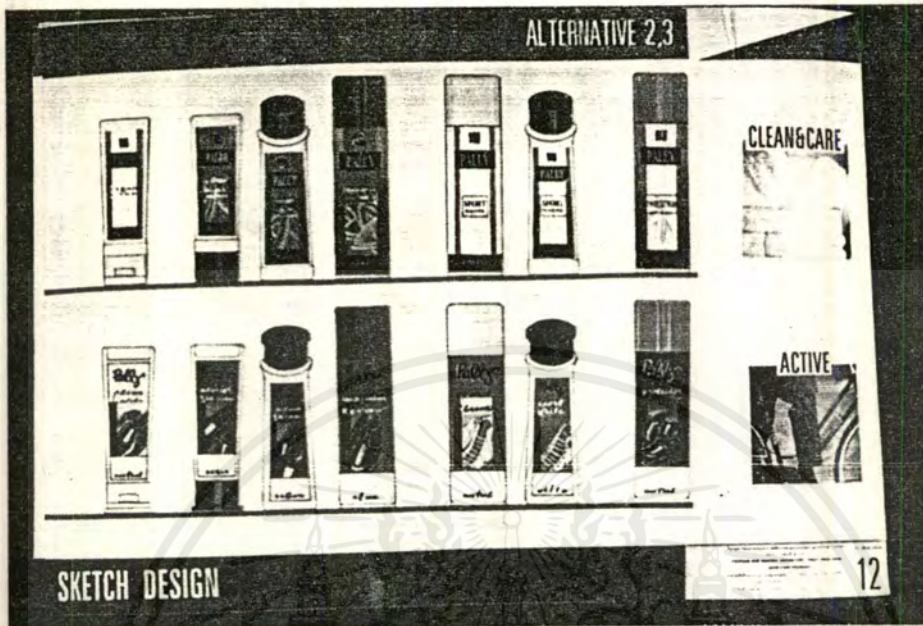


ภาพที่ 10 แสดงแนวทางการออกแบบโครงสร้างขวด



ภาพที่ 11 แสดงแนวทางการออกแบบที่ 1 (SMART + CLEAN & CARE)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

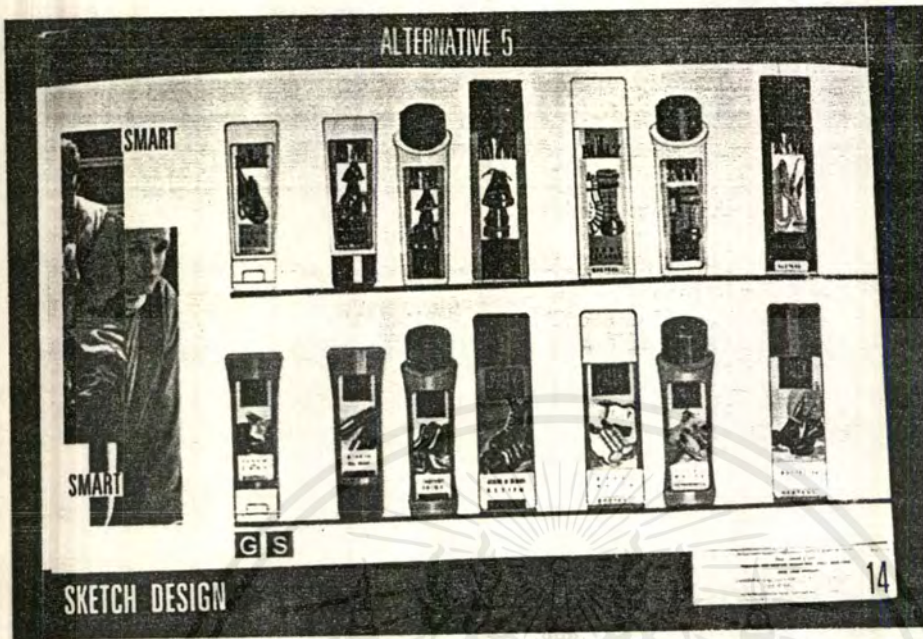


ภาพที่ 12 แสดงแนวทางการออกแบบที่ 2 (CLEAN & CARE) และ 3 (ACTIVE)

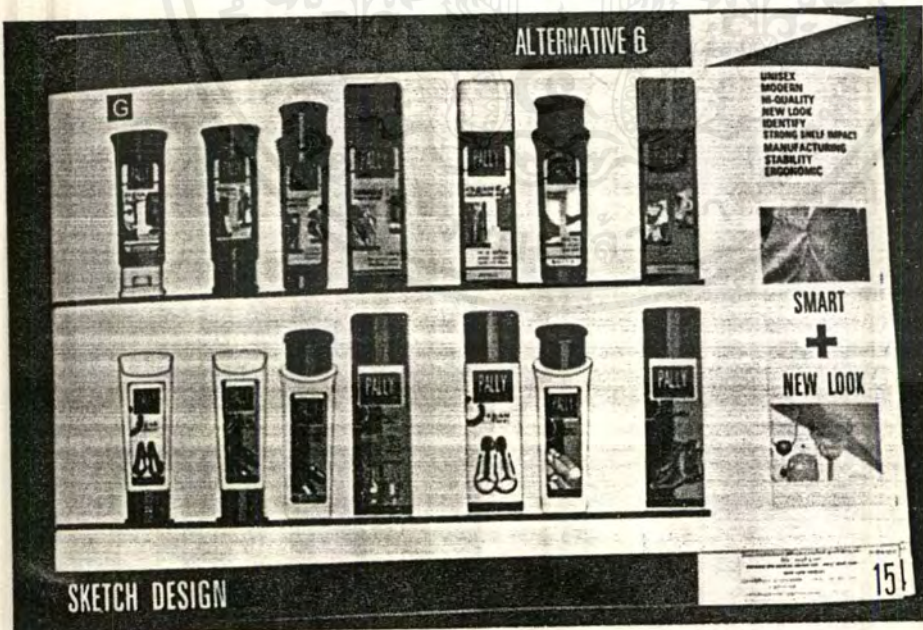


ภาพที่ 13 แสดงแนวทางการออกแบบที่ 4 (SMART + ACTIVE)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



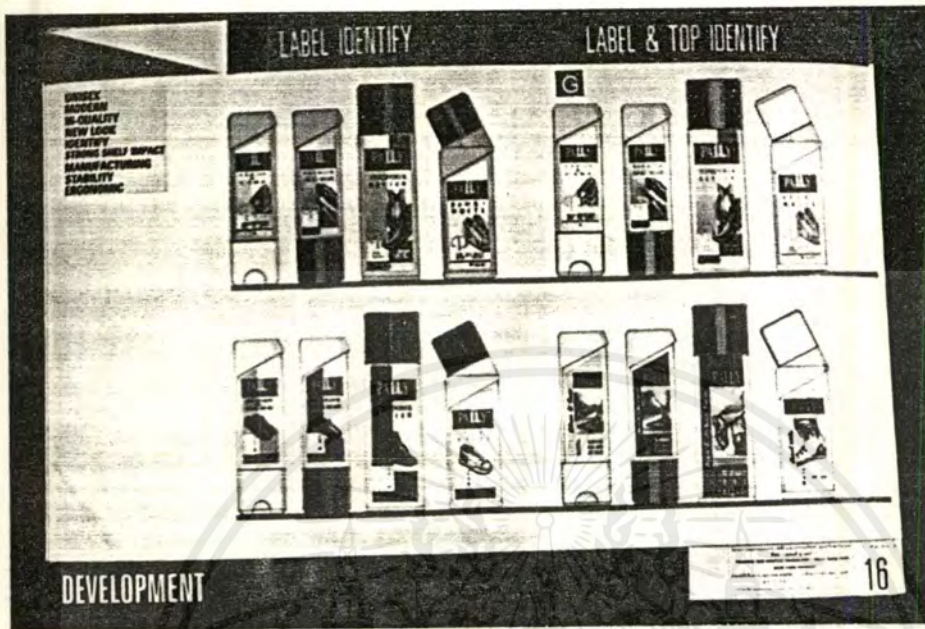
ภาพที่ 14 แสดงแนวทางการออกแบบที่ 5 (SMART)



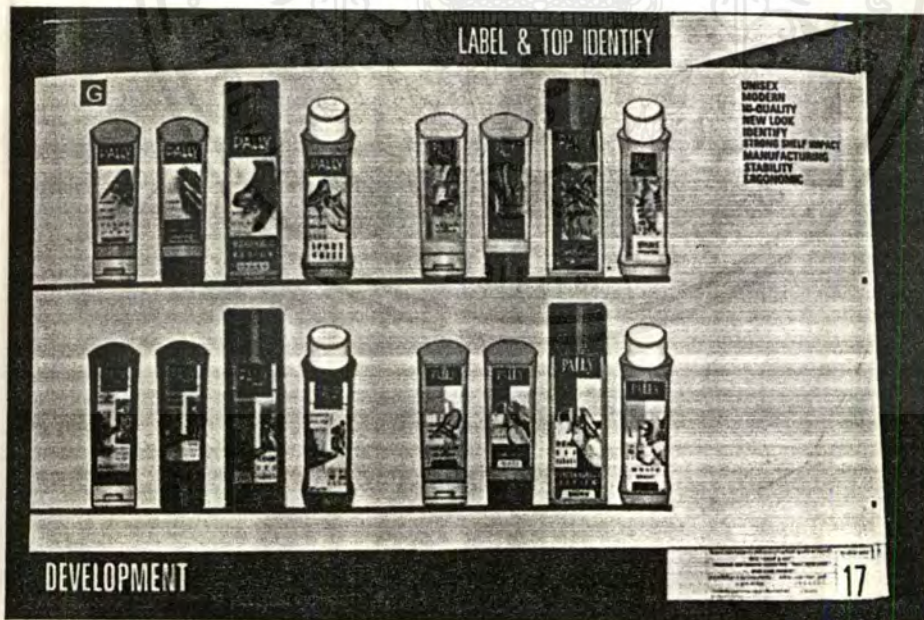
ภาพที่ 15 แสดงแนวทางการออกแบบที่ 6 (SMART + NEW LOOK)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

๕  
 • ขั้นตอนการพัฒนารออกแบบ (DESIGN DEVELOPMENT)

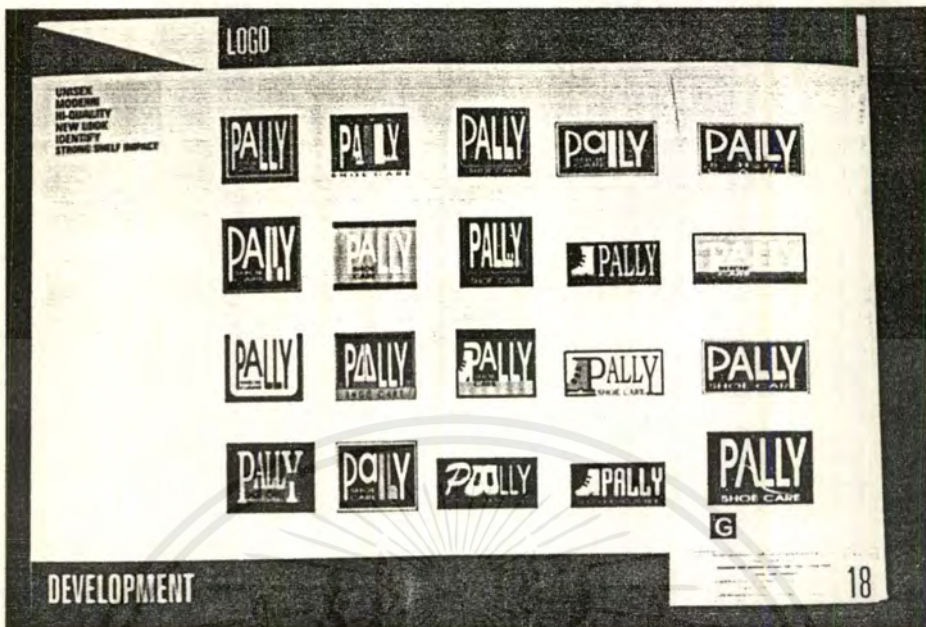


ภาพที่ 16 แสดงการพัฒนารูปภาพที่บนโครงสร้างขวดแบบที่ 1

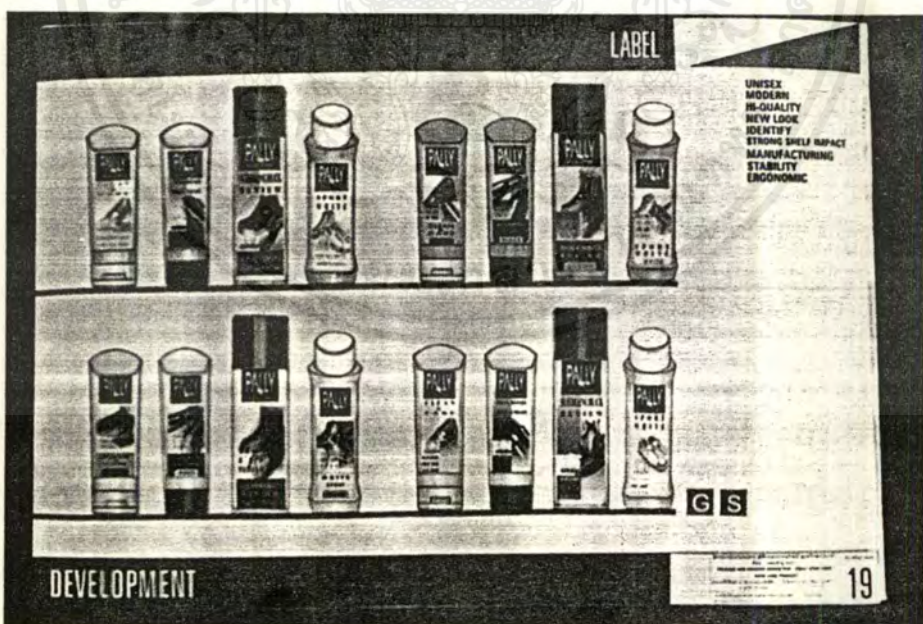


ภาพที่ 17 แสดงการพัฒนารูปภาพที่บนโครงสร้างขวดแบบที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

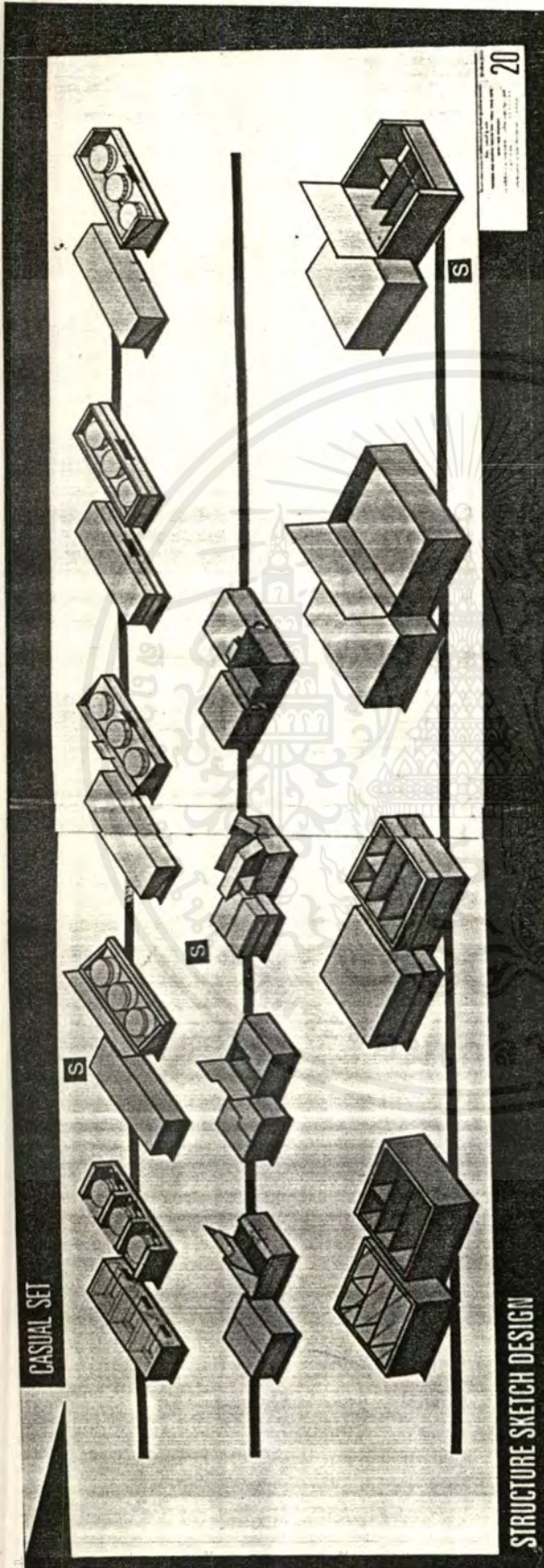


ภาพที่ 18 แสดงการพัฒนาการออกแบบโลโก้



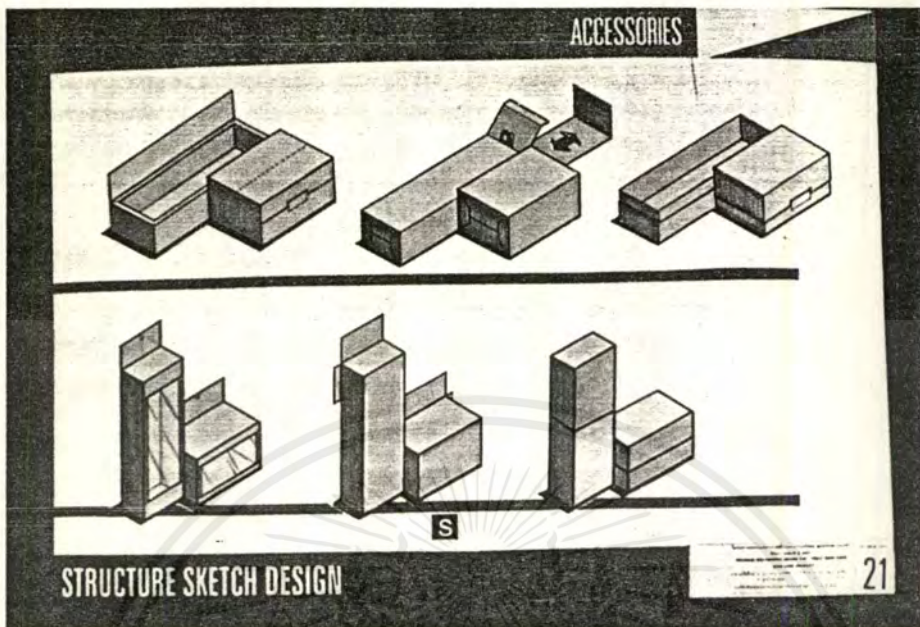
ภาพที่ 19 แสดงการพัฒนากราฟฟิคขั้นสุดท้าย โดยเลือกโครงสร้างขวดแบบที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

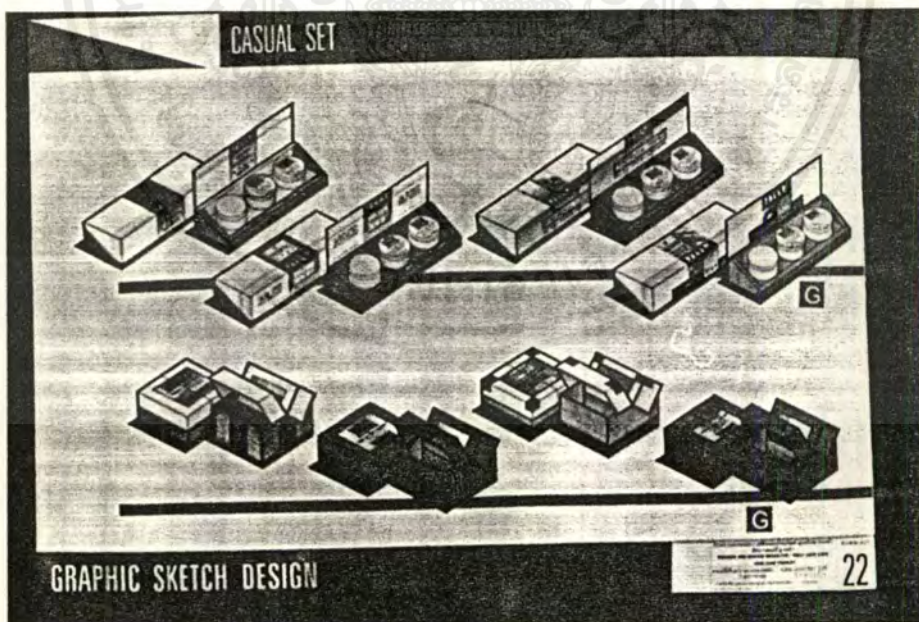


ภาพที่ 20 แสดงการออกแบบ โครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ ชุด 3 ESSENTIAL STEPS  
ชุด TRAVEL SHOE CARE KIT และ ชุดต้อนรับเปิดเทอม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์การใช้งานเพื่อการรกรทกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

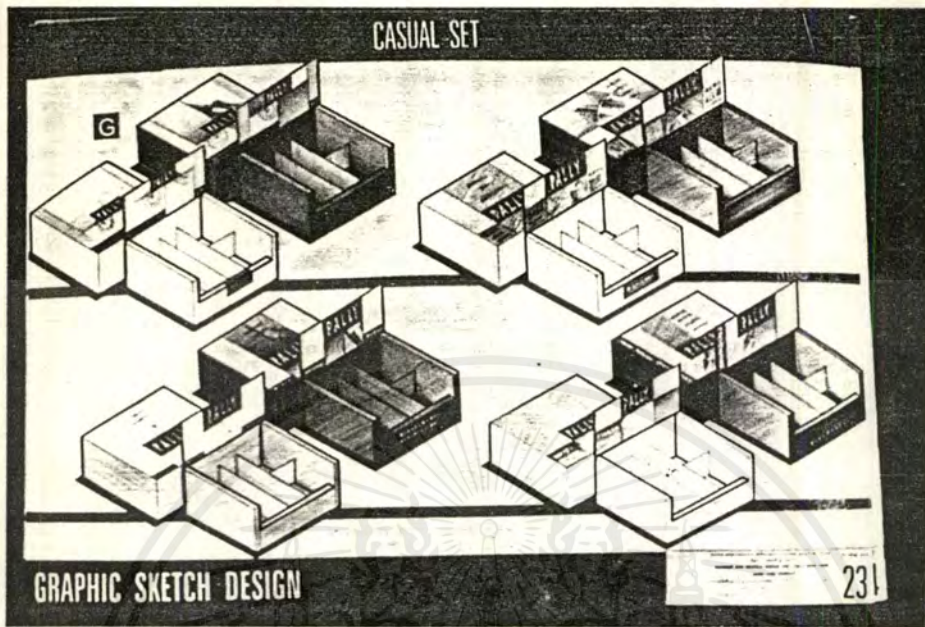


ภาพที่ 21 แสดงการออกแบบ โครงสร้างกล่องบรรจุหุ้่นรักษาทรงรองเท้า

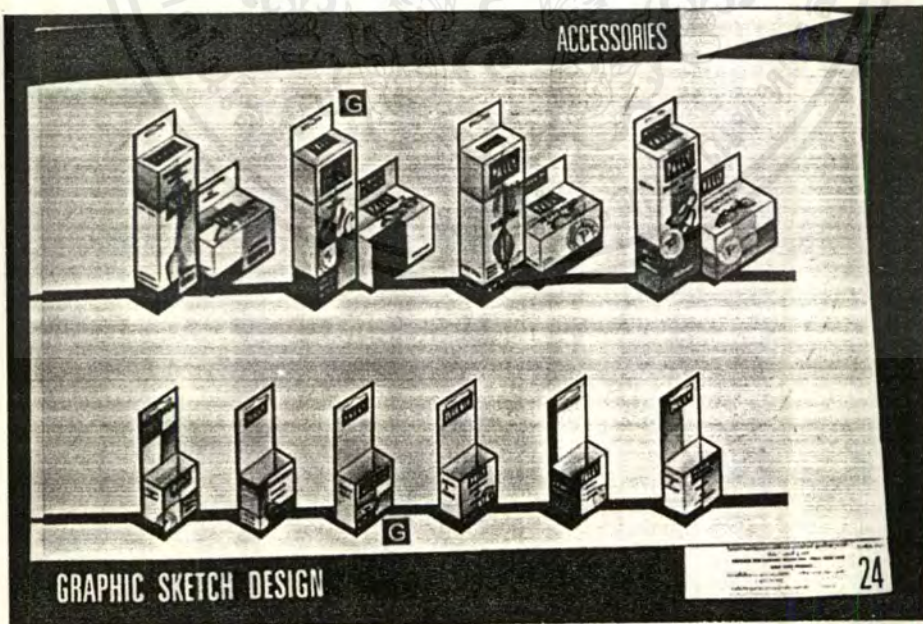


ภาพที่ 22 แสดงการออกแบบกราฟฟิคบนกล่อง หลังจากเลือก โครงสร้างกล่องแล้ว  
ได้แก่ ชุด 3 ESSENTIAL STEPS และชุด TRAVEL SHOE CARE KIT

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 23 แสดงการออกแบบกราฟฟิกบนกล่อง หลังจากเลือก โครงสร้างกล่องแล้ว  
ได้แก่ ชุดคอนรับเปิดเทอม



ภาพที่ 24 แสดงการออกแบบกราฟฟิกบนกล่อง หลังจากเลือก โครงสร้างกล่องแล้ว

ได้แก่ ชุดคอนรับเปิดเทอม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ชั้นตอนสรุปการออกแบบ (DESIGN CONCLUSION)



ภาพที่ 25 แสดงการจัดวางสินค้าเปรียบเทียบกับคู่แข่งบนชั้นวางสินค้า



ภาพที่ 26 แสดงทัศนียภาพของผลการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.4 การวิเคราะห์และสรุปผลการออกแบบ

หลังจากได้นำเสนอผลงานชิ้นแบบร่างต่อคณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์ไปแล้วนั้น คณะกรรมการมีความคิดเห็นดังนี้

#### 1. ด้านข้อมูลการตลาด

- ให้เลือกตลาดคู่แข่งชั้นที่แน่นอนระหว่างสินค้าระดับบน และสินค้าระดับกลาง เนื่องจากในความเป็นจริง ถ้านำเสนอสินค้าใหม่เข้าสู่ตลาด โดยอยู่ในตลาดระดับบนแล้ว จะเป็นการยากที่ขยายตลาดลงสู่ระดับล่าง

ข้อสรุป เลือกที่จะแข่งขันกับสินค้าระดับบนแต่เพียงอย่างเดียว

#### 2. ด้านโครงสร้างขวด และกล่อง

- ขวดควรปรับให้เรียบง่ายลง และมีความแตกต่างจากคู่แข่ง
- กล่องบรรจุภัณฑ์รักษาทรงรองเท้าชายและหญิง
  - ควรปรับให้เป็นกล่องขนาดเดียวกัน เพื่อลดความหลากหลาย
  - ควรมีส่วนใสให้เห็นผลิตภัณฑ์ภายใน

ข้อสรุป เลือกที่จะเปลี่ยนจากกล่องกระดาษทึบเป็นกล่อง ที่มีส่วน ใส โดยมีชั้นส่วน INNER PACK เป็นตัวล็อก

- กล่องบรรจุภัณฑ์แปร่งขัดชนิดต่างๆ
  - ควรปรับให้เป็นกล่องขนาดเดียวกันเพื่อลดความหลากหลาย
  - จัดเป็นบรรจุภัณฑ์ที่เกินความจำเป็น (OVER PACKAGING) เมื่อเปรียบเทียบกับราคามลิตภัณฑ์

ข้อสรุป เปลี่ยนจากกล่องเป็นบรรจุภัณฑ์ประเภทซองหรือถุงพลาสติกใส เนื่องจากต้นทุนการผลิตจะถูกลงกว่ามาก

### 3. ด้านกราฟฟิก

- ภาพลักษณ์โดยรวมดูไม่เป็นสินค้าระดับบนเท่าที่ควร
- การ IDENTIFY สีของรองเท้ายังไม่ชัดเจนเท่าที่ควร เนื่องจากแยกสีโดยใช้แถบสีหลัง รูปภาพเพียงอย่างเดียว ควรจะเปลี่ยนสีรองเท้าด้วย
- LOGO ของสินค้ายังไม่มีความโดดเด่นชัด
- ฉลากด้านหลังขวดควรใช้ระบบการพิมพ์ SILK SCREEN จะช่วยประหยัดต้นทุนข้อสรุป พัฒนาฉลากจากผลงานชิ้นแบบร่างให้ดีขึ้น

### 4. ด้านปริมาณงาน

คณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์พิจารณาให้ลดปริมาณงาน ดังนี้

- บรรจุภัณฑ์ชุดคอนรับเปิดเทอม 2 กล่อง
- บรรจุภัณฑ์ชุดพหุพาเดินทาง 1 กล่อง

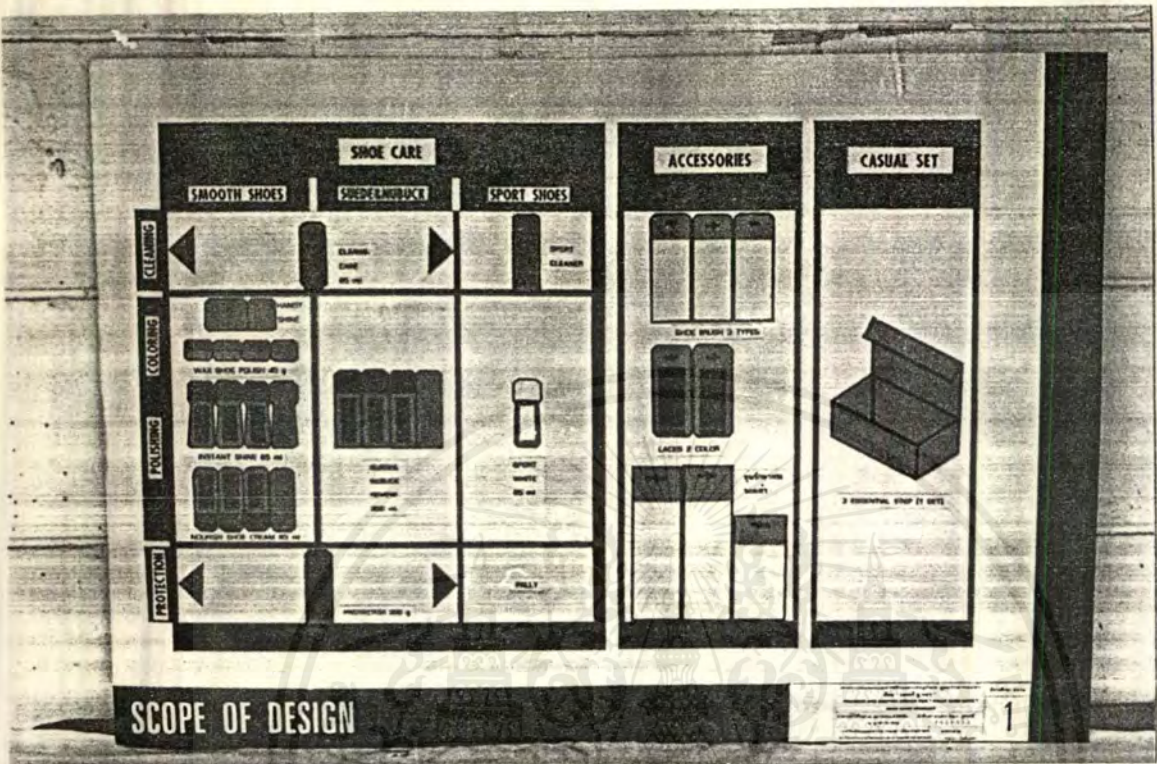
โดยบรรจุภัณฑ์ชุดดังกล่าว ไม่ต้องนำเสนอในผลงานชิ้นสุดท้าย



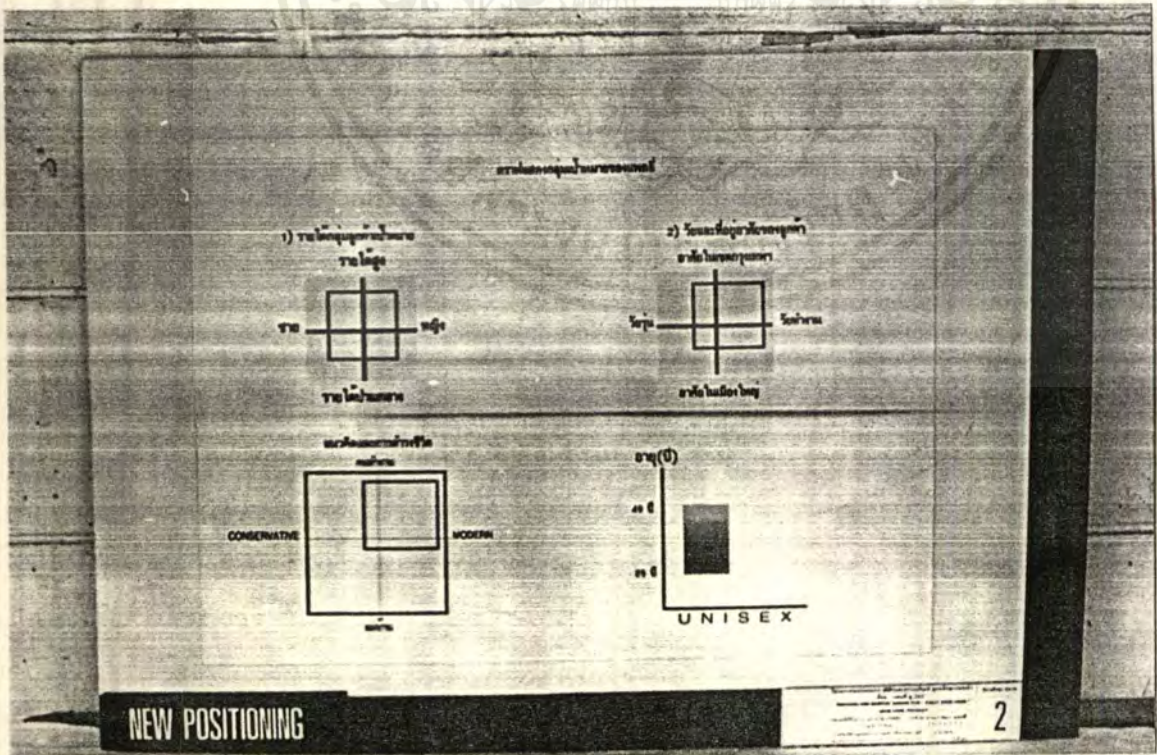
## บทที่ 4 การเสนอผลงานการออกแบบขั้นสุดท้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1 ภาพถ่ายแผนเสนองาน



ภาพที่ 1 แสดงขอบเขตของวิทยานิพนธ์หลังจากได้เสนอผลงานชั้นแบบร่างไปแล้ว



ภาพที่ 2 แสดงตำแหน่งของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มเป้าหมายหลัก อายุ 25-40 ปี  
กลุ่มเป้าหมายรอง อายุ 18 ปี ขึ้นไป  
ชายและหญิงในสัดส่วนโดยเฉลี่ยกัน  
อยู่โดยทั่วทุกภาค มีจำนวน 8 ล้านคน

รวมใจ  
ไว้ด้วย ชอบความทันสมัย

บุคลิกภาพ:  
เมื่อมอง โดยพิจารณาจากภาพ  
บุคลิกภาพที่บ่งชี้

มีอยู่ทั่วไป ค.บ./เมืองใหญ่

ลักษณะการใช้ชีวิต  
มีความรู้และการศึกษาที่  
ดี มีเงิน ให้ความสำคัญ  
แก่ความสะดวกสบาย  
และราคาไม่แพงเกินไป  
เหมาะสำหรับผู้มีฐานะ  
ปานกลางขึ้นไป

**TARGET GROUP** 3

ภาพที่ 3 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมาย

PRODUCT CONCEPT  
**HI-QUALITY & REASONABLE**

DESIGN CONCEPT  
**UNISEX HI-QUALITY**

**MODERN NEW LOOK**

KEY WORD

PROTECTOR  
CLEANCARE  
SHINE  
RENEW

+

CLEAN  
COMFORT  
SHINY  
NEW LOOK  
GOOD LOOKING

+

MODERN  
SMART  
RATIONAL  
ACTIVE  
HEAT



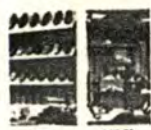
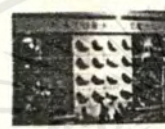


**CONCEPT OF DESIGN** 4

ภาพที่ 4 แสดงแนวความคิดและแนวทางในการพัฒนาการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

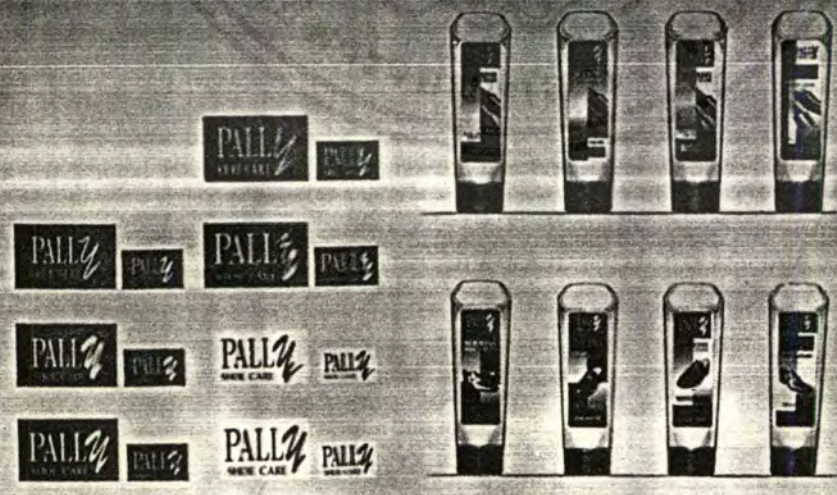
SELLING POINT

MODERN HI-QUALITY NEW LOOK & REASONABLE PRICE  
SHOE CARE FOR NEW GENERATION

PRODUCT	PLCI	PROMOTION
<p>สินค้า</p>  <p>WAX SHOE POLISH 45 g</p>  <p>INSTANT SHINE 85 ml    NOURISH SHOE CREAM 85 ml</p>	<p>ที่ตั้งร้านค้า</p>  <p>ROBBISON THE MALL SETAI TOKYU SOGO</p> <p>WHEN    LADIES</p> <p>SHOP IN SHOP ทั่วประเทศ</p>  <p>NATURALIZER SHOP</p>	<p>SALE TAKING</p>  <p>AD IN MAGAZINE</p> 

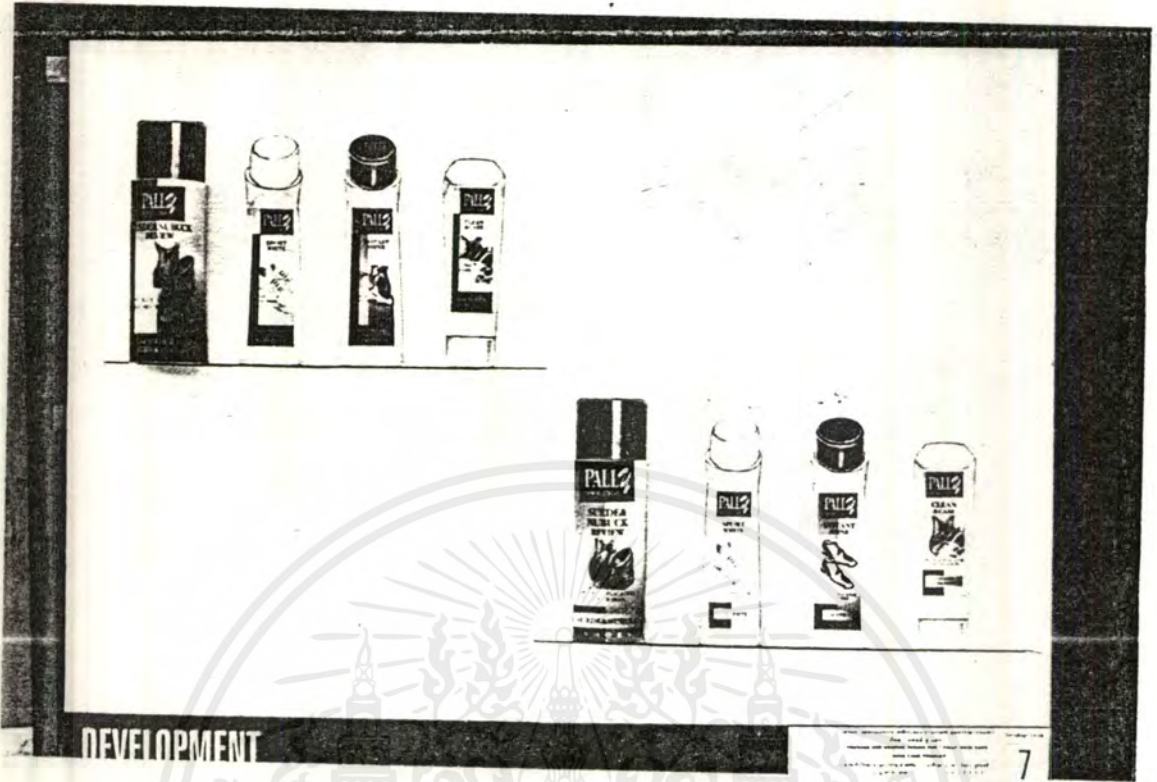
**MARKETING PLAN** 5

ภาพที่ 5 แสดงแผนการตลาด

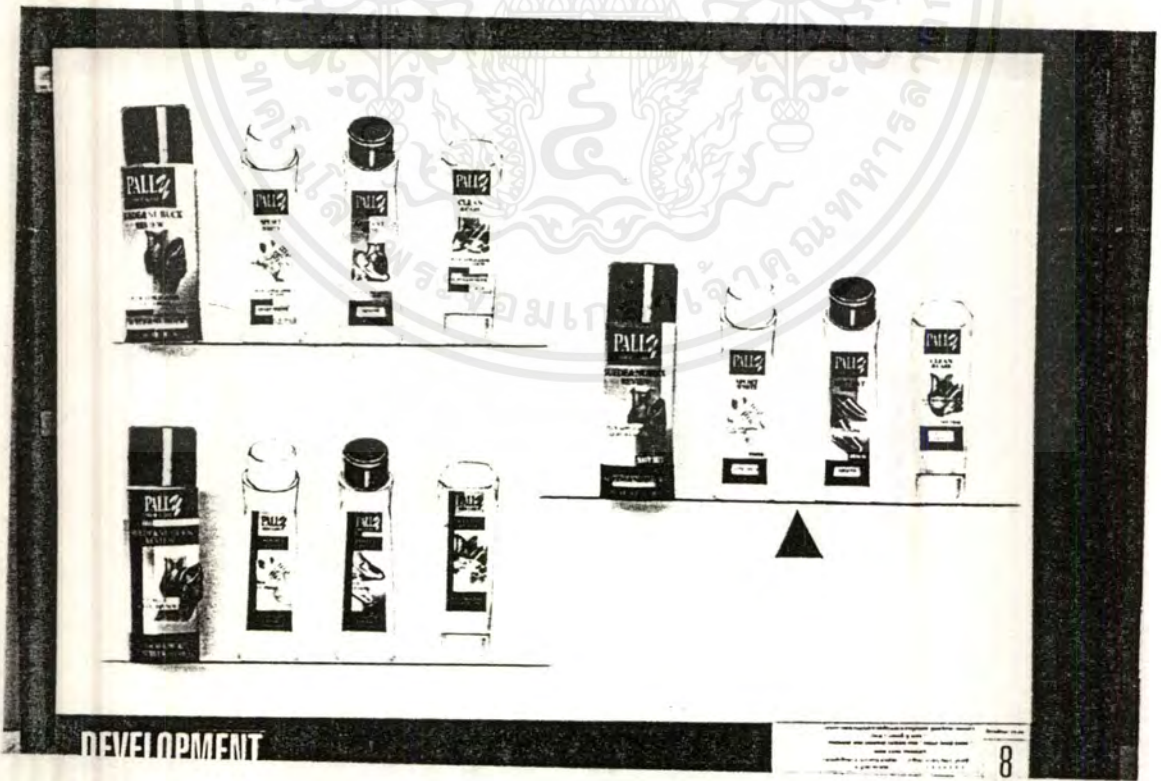


**SKETCH DESIGN** 6

ภาพที่ 6 แสดงการพัฒนาการออกแบบโลโก้ โครงสร้างขวดและกราฟฟิค หน้าไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

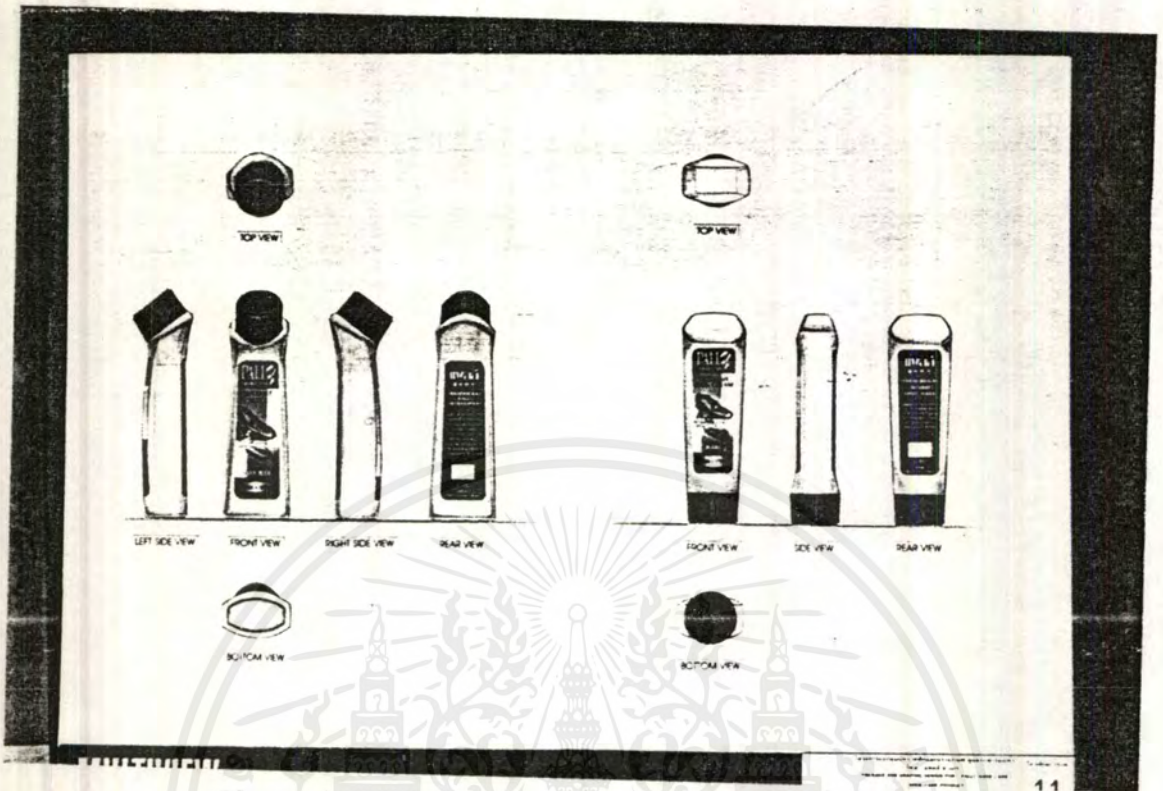


ภาพที่ 7 แสดงการพัฒนากราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์

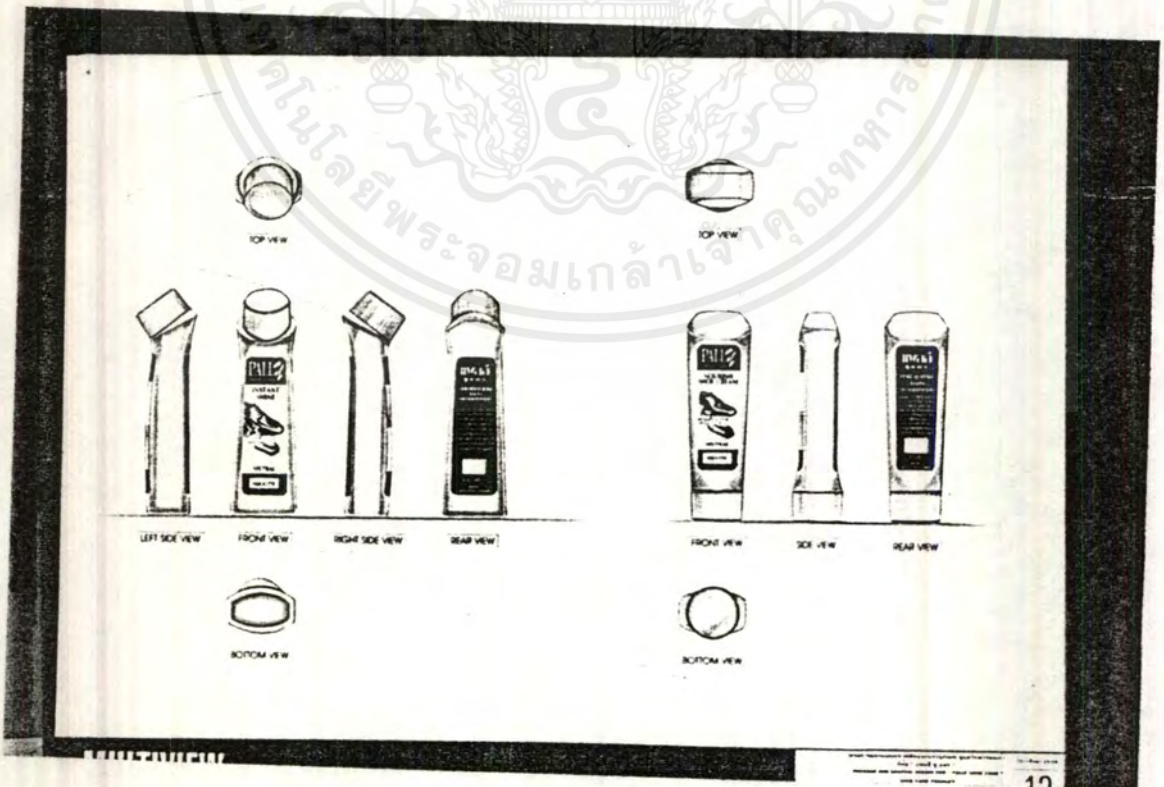


ภาพที่ 8 แสดงการพัฒนากราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

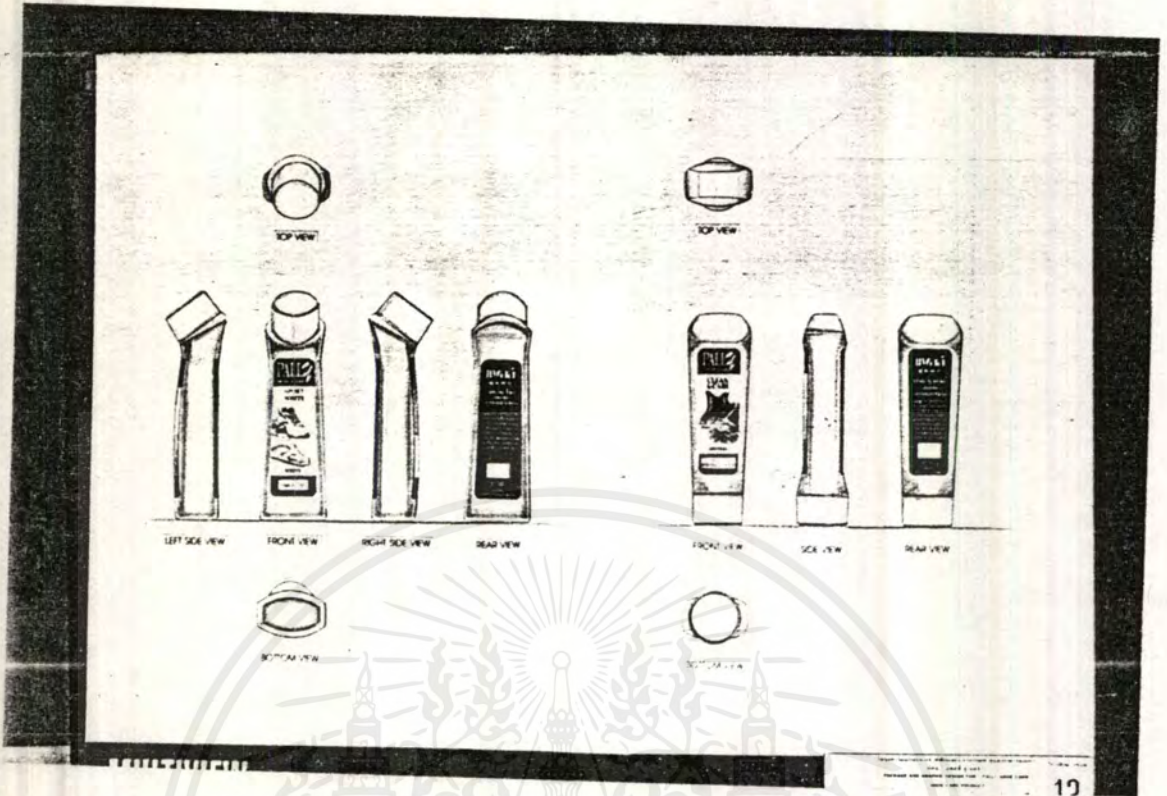


ภาพที่ 11 แสดงรายละเอียดรูปด้านต่าง ๆ ของขวด Instant shine, Nourish Shoe Cream สีน้ำเงิน

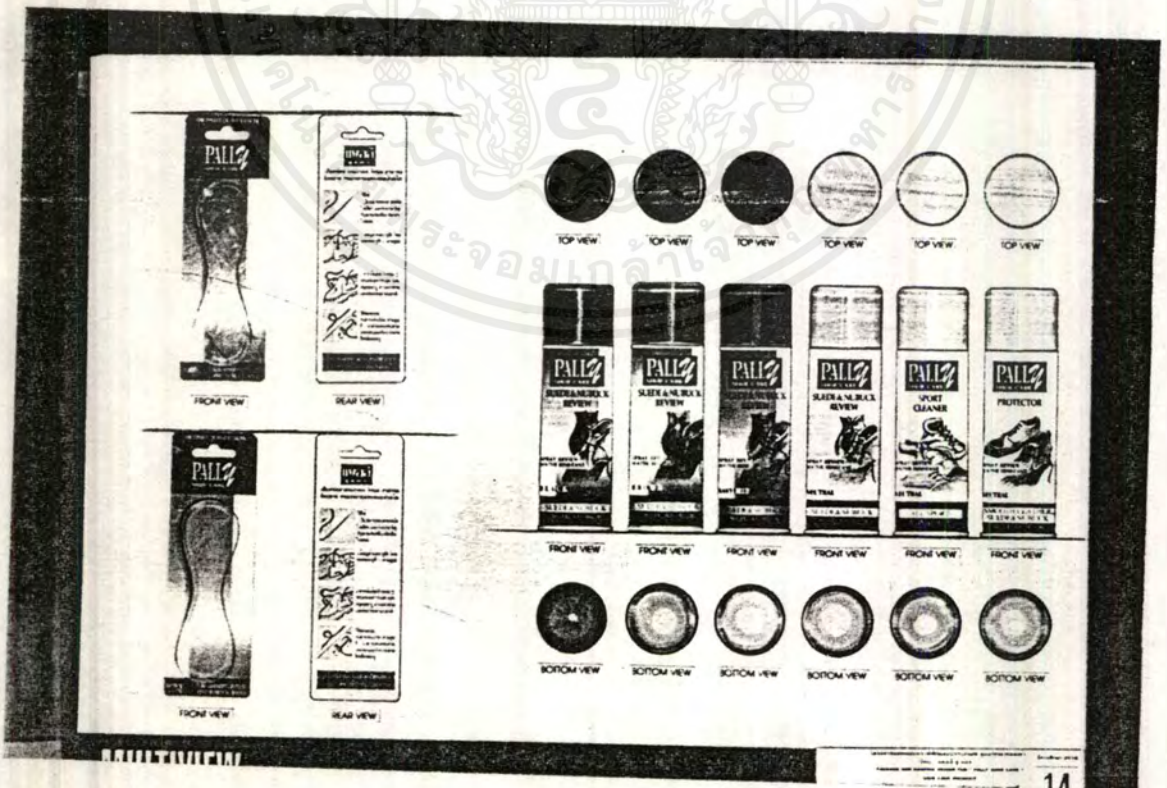


ภาพที่ 12 แสดงรายละเอียดรูปด้านต่าง ๆ ของขวด Instant shine, Nourish Shoe Cream สีธรรมชาติ

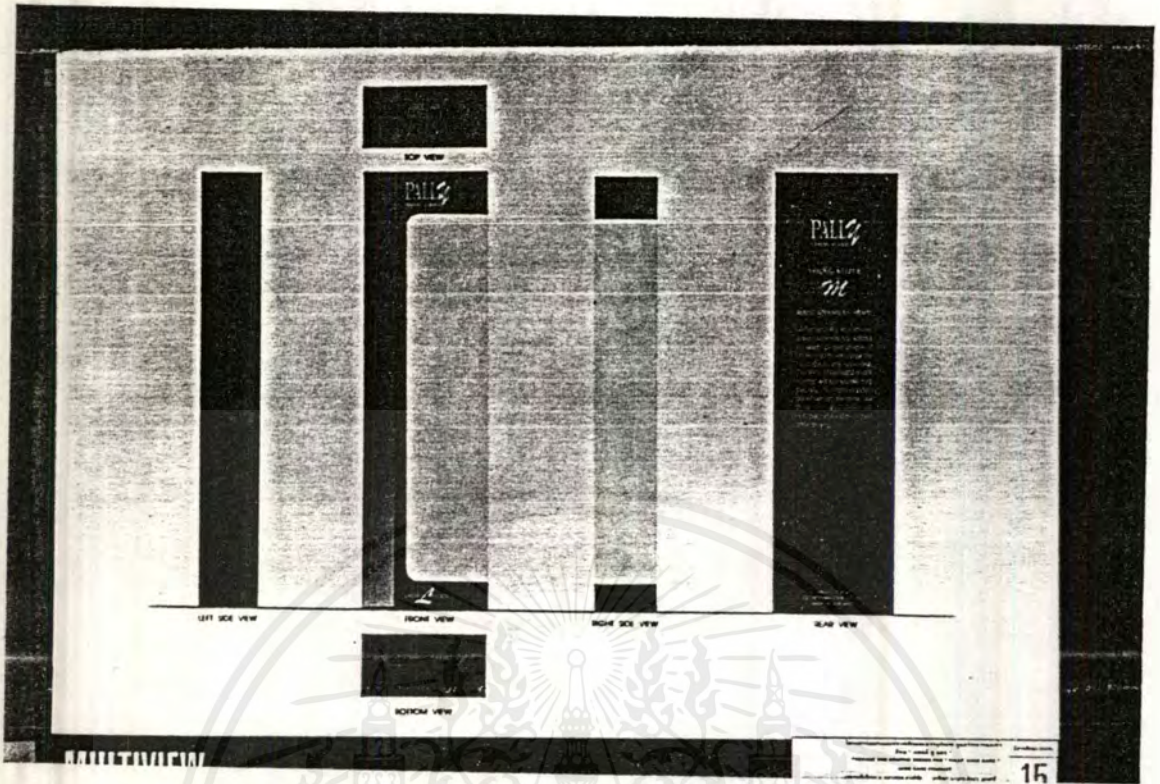
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้เผยแพร่โดยบริษัทเป็นการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



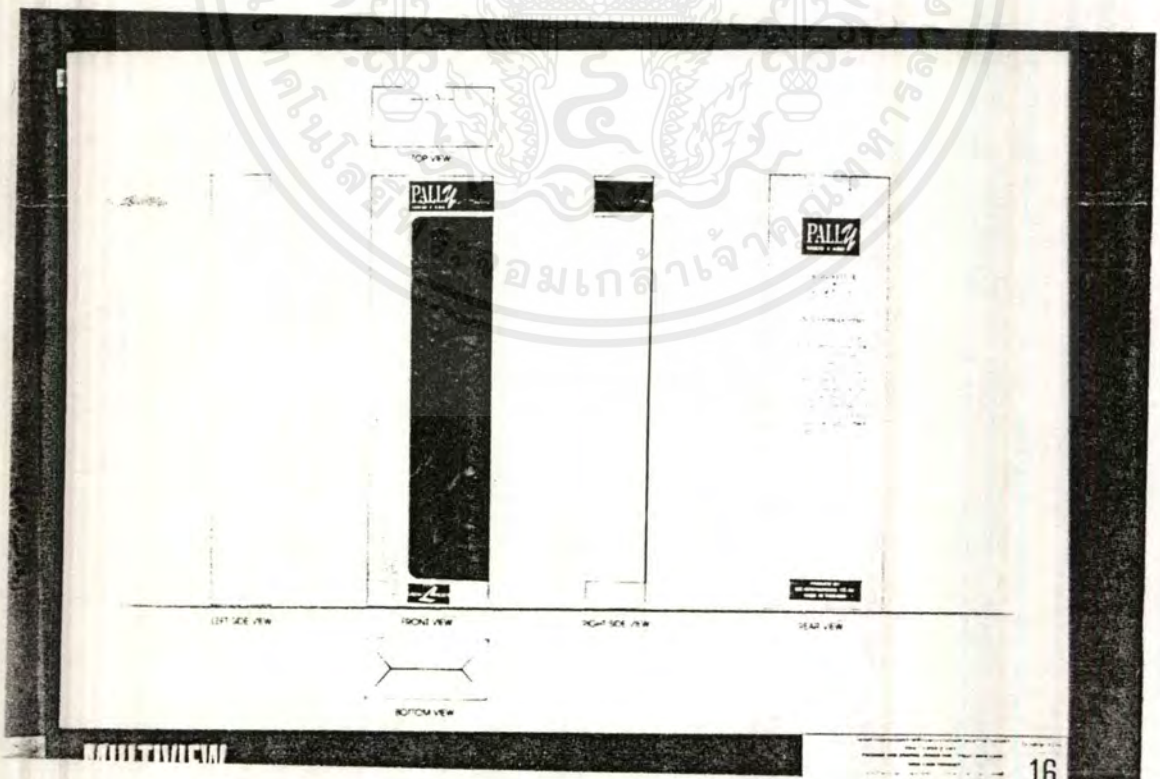
ภาพที่ 13 แสดงรายละเอียดรูปด้านต่าง ๆ ของขวด Sport White, Clean&Care สีธรรมชาติ



ภาพที่ 14 แสดงรายละเอียดรูปด้านต่าง ๆ ของบรรจุภัณฑ์เชือกผูกรองเท้า และบรรจุภัณฑ์ห้กระป๋อง นด้านการค้า เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น มิใช่เอกสารที่จำหน่ายแก่บุคคลอื่นใด การนำเอกสารนี้ไปใช้ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

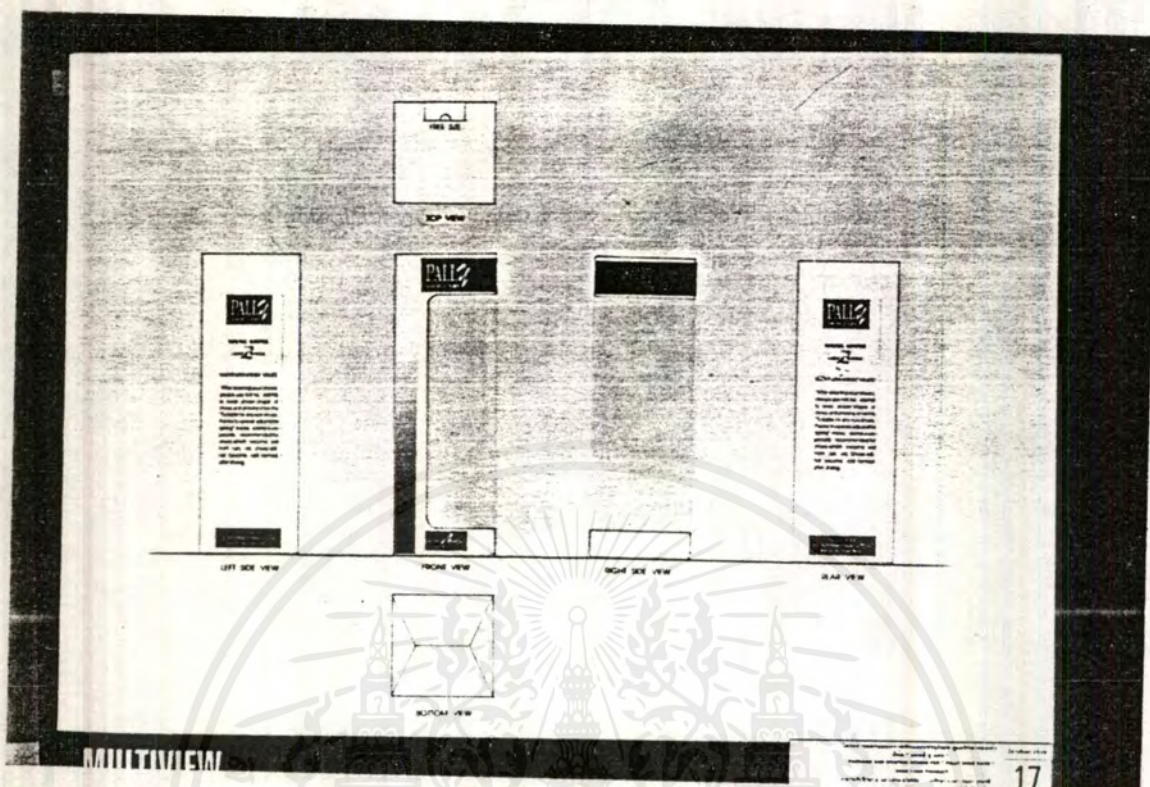


ภาพที่ 15 แสดงรายละเอียดรูปด้านต่าง ๆ ของบรรจุภัณฑ์หุ้มรักษาทรงรองเท้าชาย Free Size

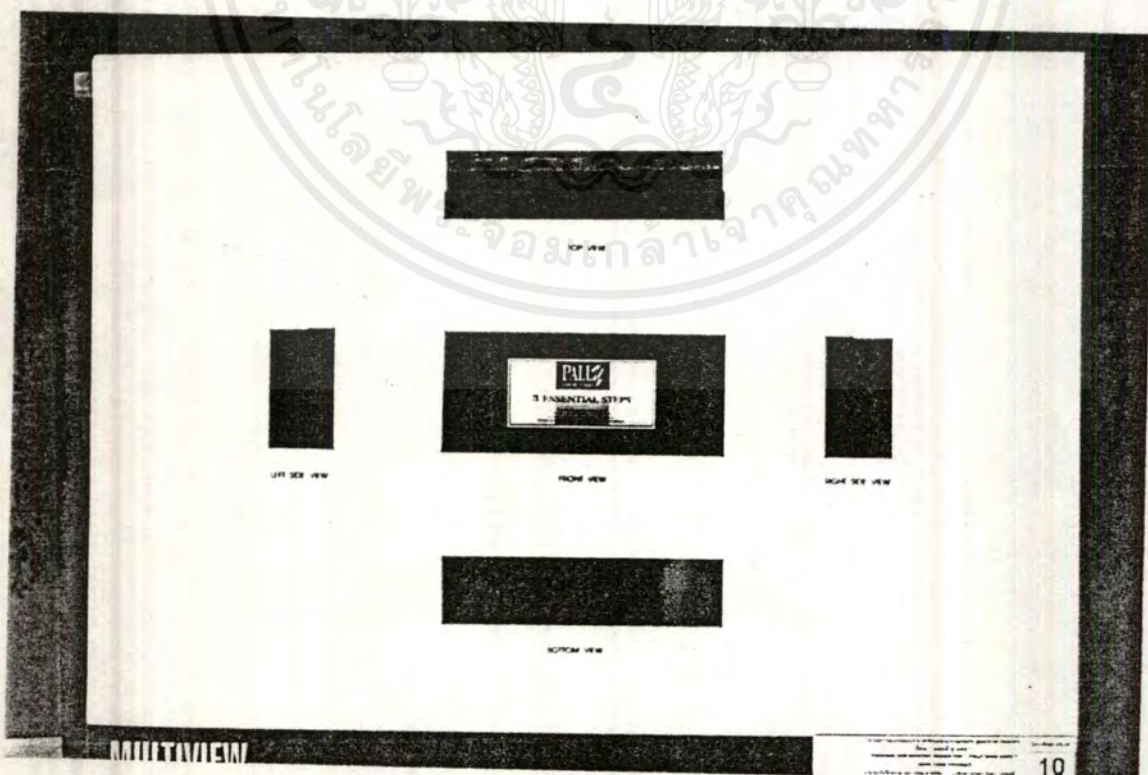


ภาพที่ 16 แสดงรายละเอียดรูปด้านต่าง ๆ ของบรรจุภัณฑ์หุ้มรักษาทรงรองเท้าหญิง Free Size

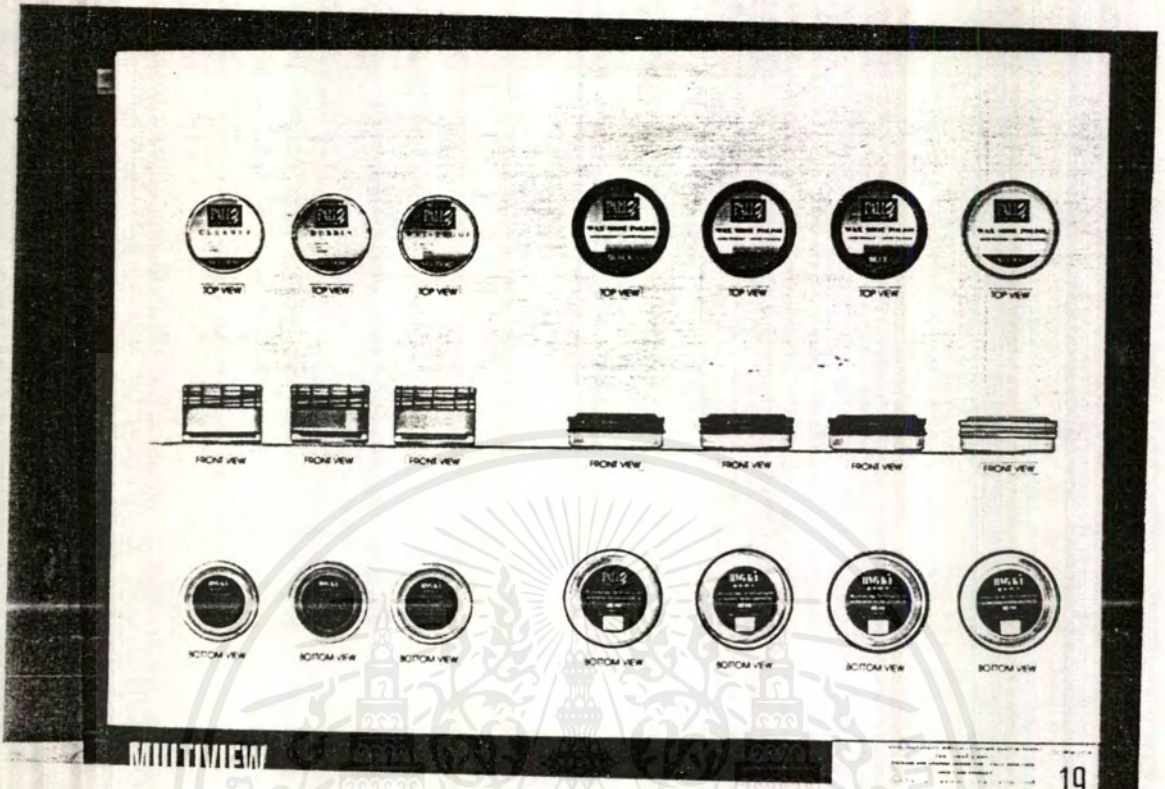
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



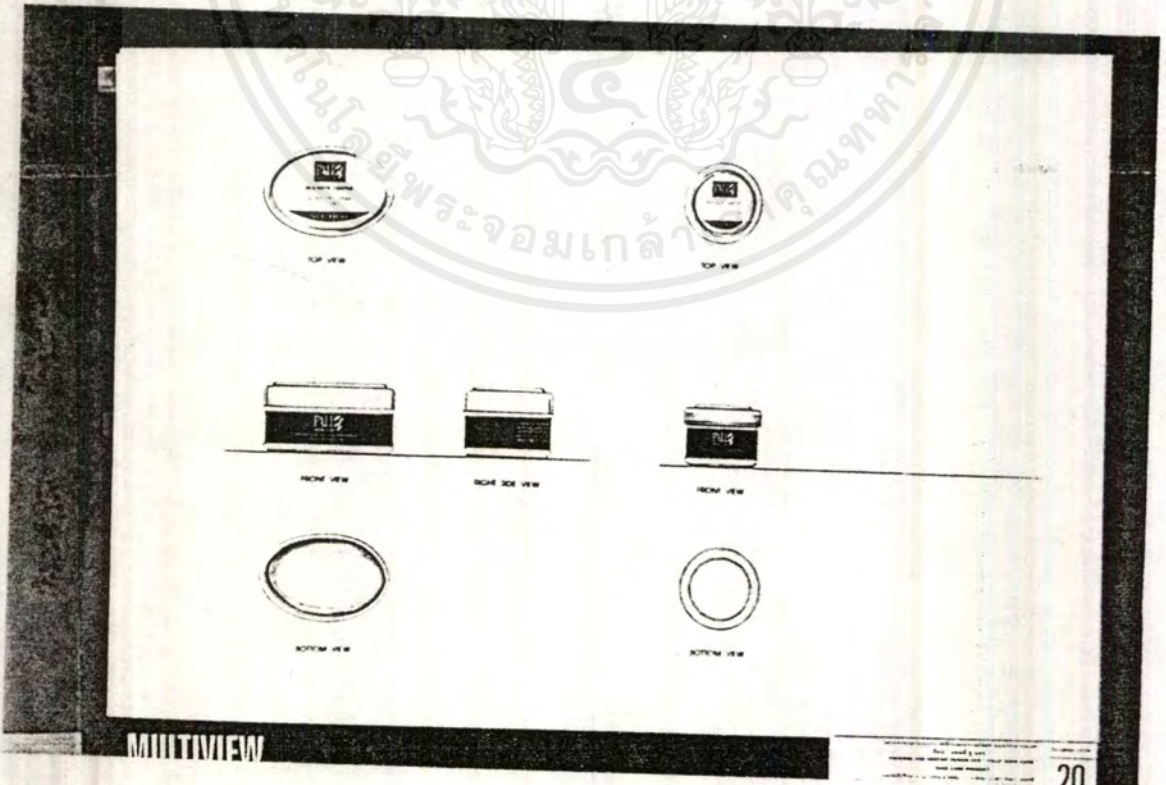
ภาพที่ 17 แสดงรายละเอียดรูปด้านต่าง ๆ ของบรรจุภัณฑ์ห่อรักษาทรงรองเท้าเปิดส้น หญิง Free Size



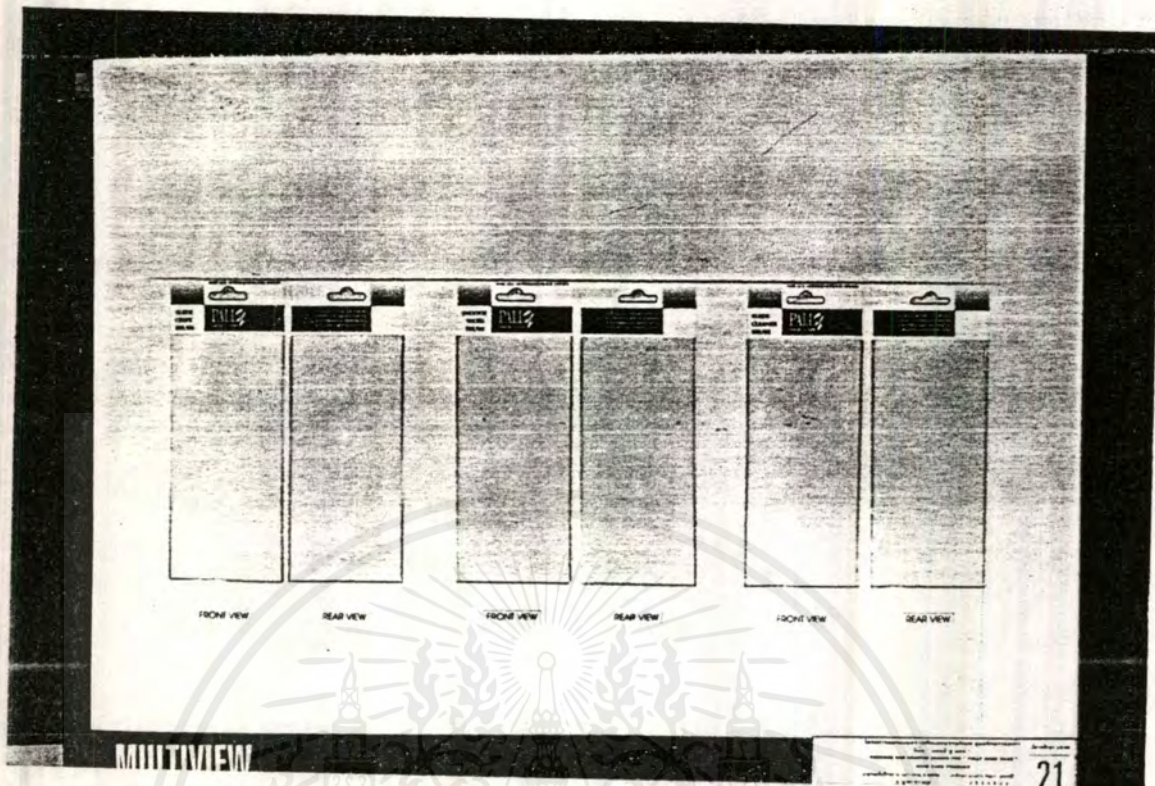
ภาพที่ 18 แสดงรายละเอียดรูปด้านต่าง ๆ ของกล่องชุด 3 Essential Steps ใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนเวลาสำหรับใช้ในงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่ควรนำออกจำหน่ายโดยไม่ได้รับอนุญาต  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 19 แสดงรายละเอียดรูปด้านต่าง ๆ ของ ดิลล์สำหรับบรรจุในชุด 3 Essential Steps ดิลล์ Wax Shoe Polish



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์การเรียงร้อยของภาพที่ 20 ของ ดิลล์ Handy Shine ำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 21 แสดงรายละเอียดรูปด้านต่าง ๆ ของช่องใส่แปรงขัดรองเท้า



ภาพที่ 22 แสดงการจัดวางสินค้าเปรียบเทียบกับคู่แข่งบนชั้นวางสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการค้าเท่านั้น เมื่อผู้ซื้อได้มาเพื่อใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 23 แสดงทัศนียภาพของผลงานขั้นสุดท้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีคุณนำไปใช้

4.2 ภาพถายงานจริง หรือหุ่นจำลอง



ภาพที่ 1 แสดงบรรจุภัณฑ์ "แพลลี่ ชู แคร่" ทั้งหมด



ภาพที่ 2 แสดงผลิตภัณฑ์ประเภท Shoe Care สำหรับรองเท้าหนังเรียบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



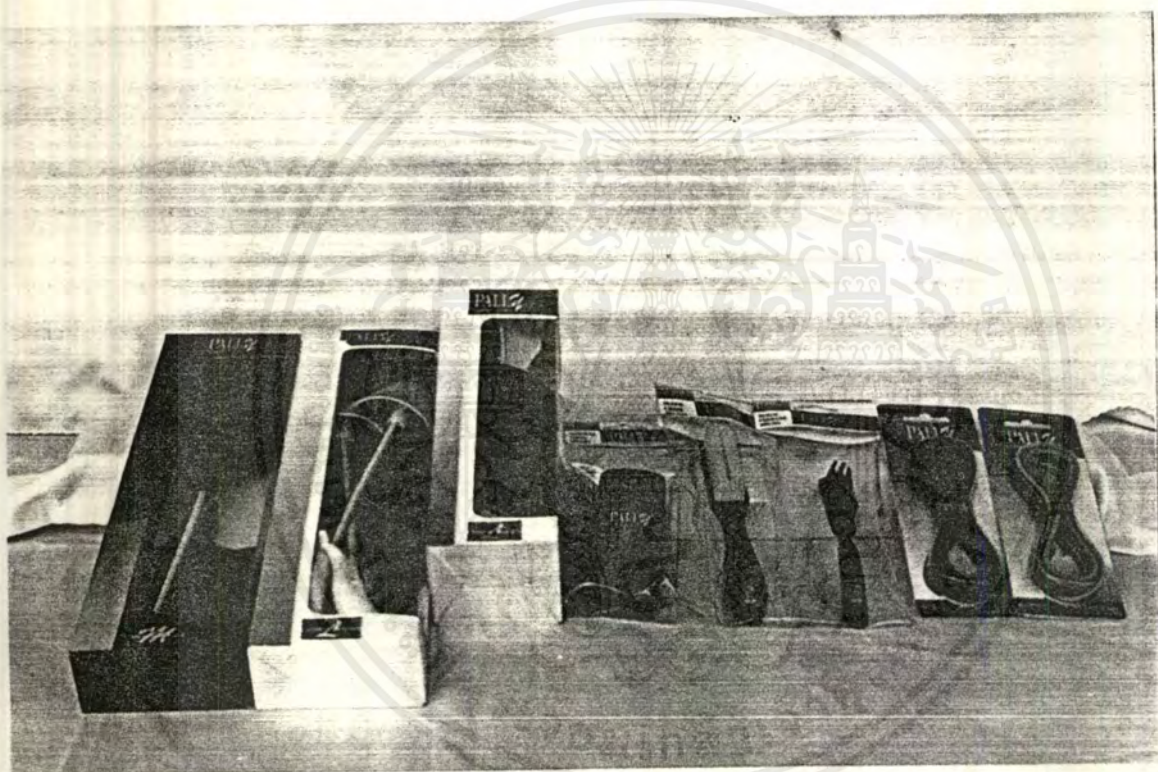
ภาพที่ 3 แสดงผลิตภัณฑ์ประเภท Shoe Care สำหรับรองเท้าหนังกลับและหนังบู๊ต รองเท้ากีฬา และสเปรย์ป้องกันน้ำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4 แสดงผลิตภัณฑ์ประเภท Casual Set ชุด 3 Essential Steps

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการเรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

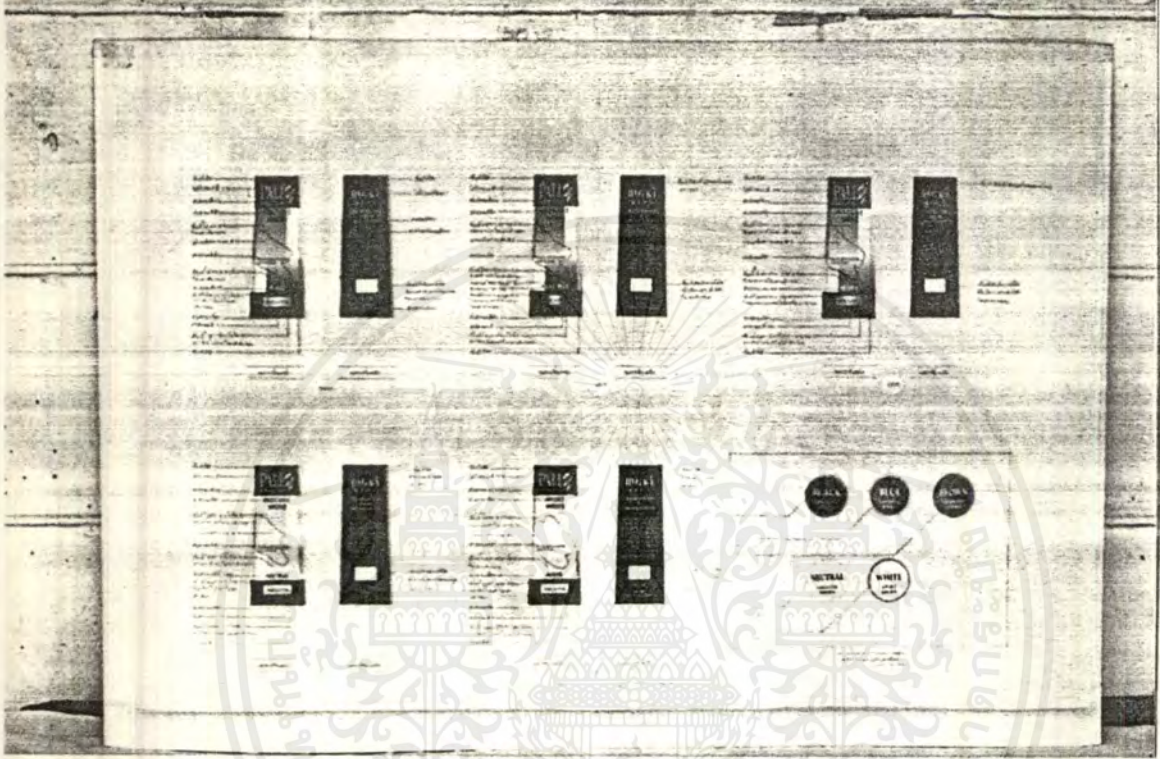


ภาพที่ 5 แสดงผลิตภัณฑ์ประเภท Accessories ได้แก่หมวกนิรภัยทรงรองเท้า แปรซัดรองเท้าชนิดต่างๆ และ เข็มกรองรองเท้า

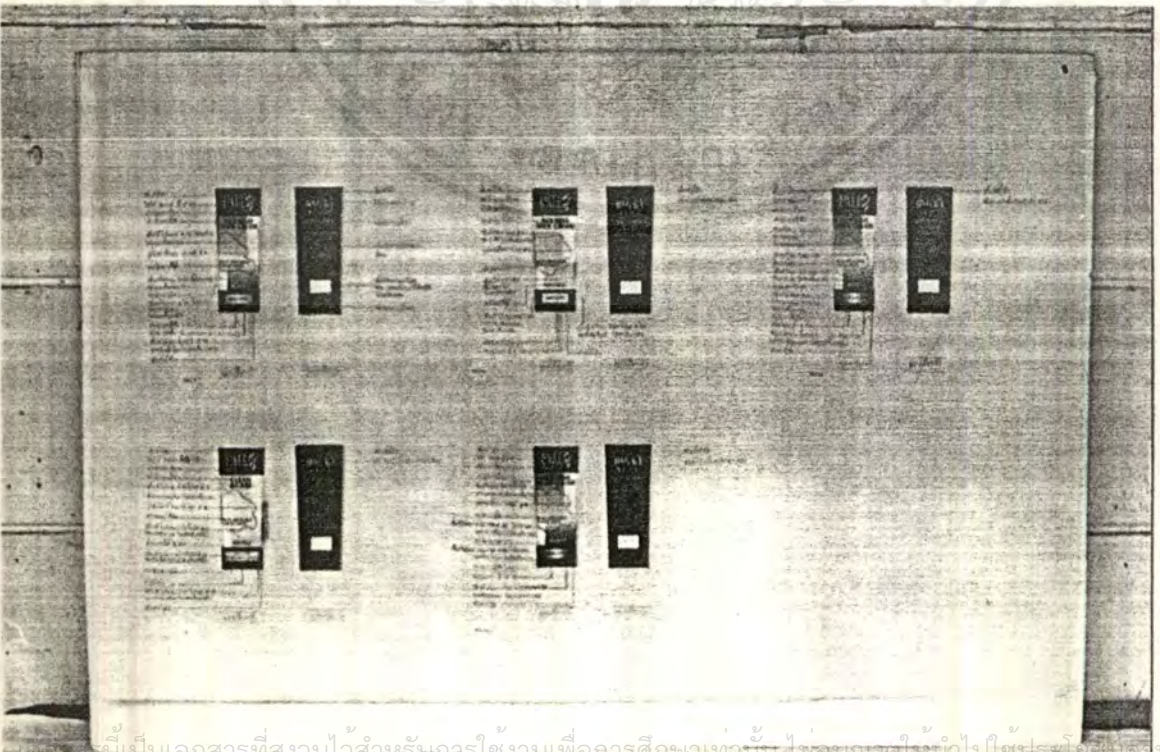
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 4.3 ภาพถ่ายย่อแบบแสดงรายละเอียด

## ART WORK

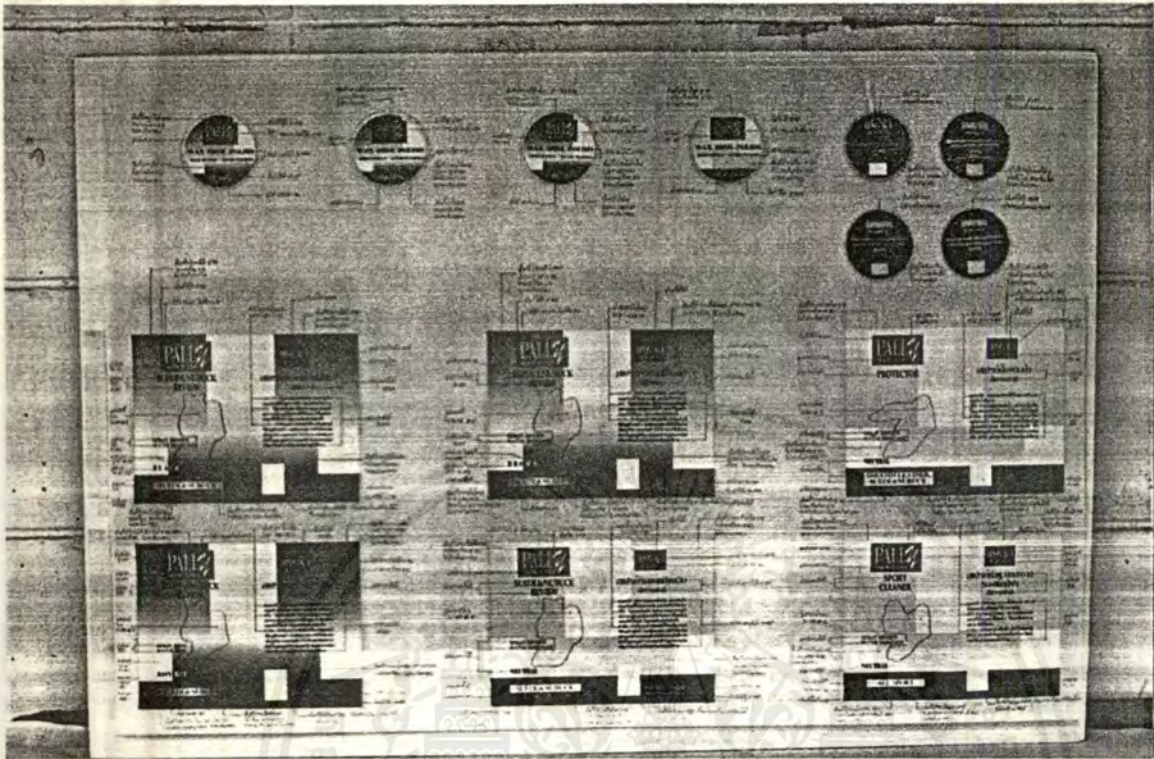


ภาพที่ 1 แสดงรายละเอียดการสังหารค์เวิร์ค ฉลากขวด

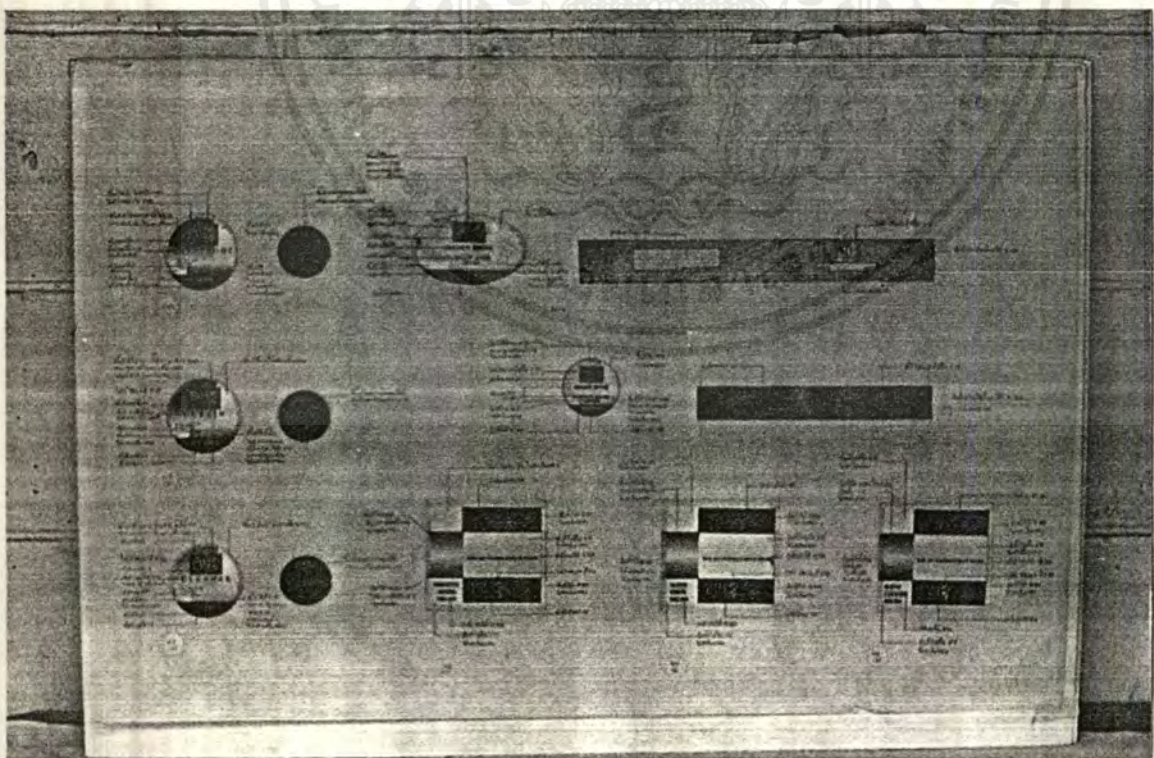


ภาพที่ 2 แสดงรายละเอียดการสังหารค์เวิร์ค ฉลากขวด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า  
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



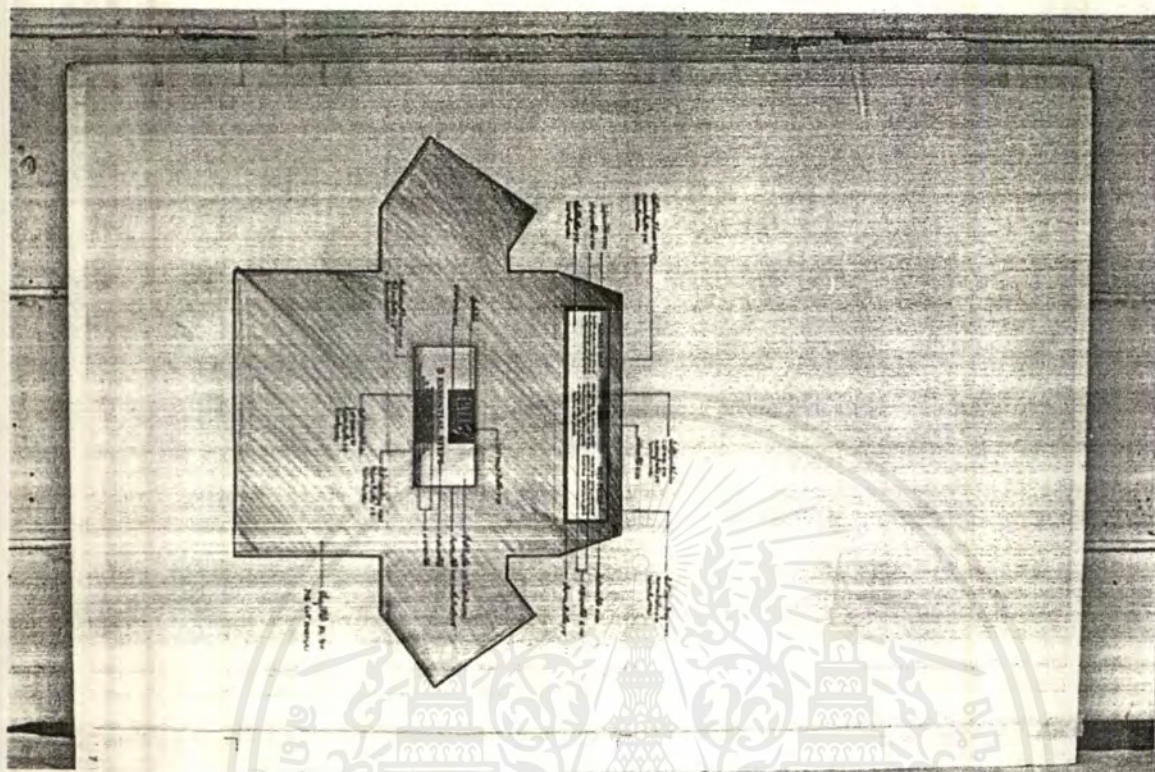
ภาพที่ 3 แสดงรายละเอียดการสั่งอาร์ตเวิร์ค ฉลากกระป๋องสเปรย์มาตรฐานและดัลบมาตรฐาน



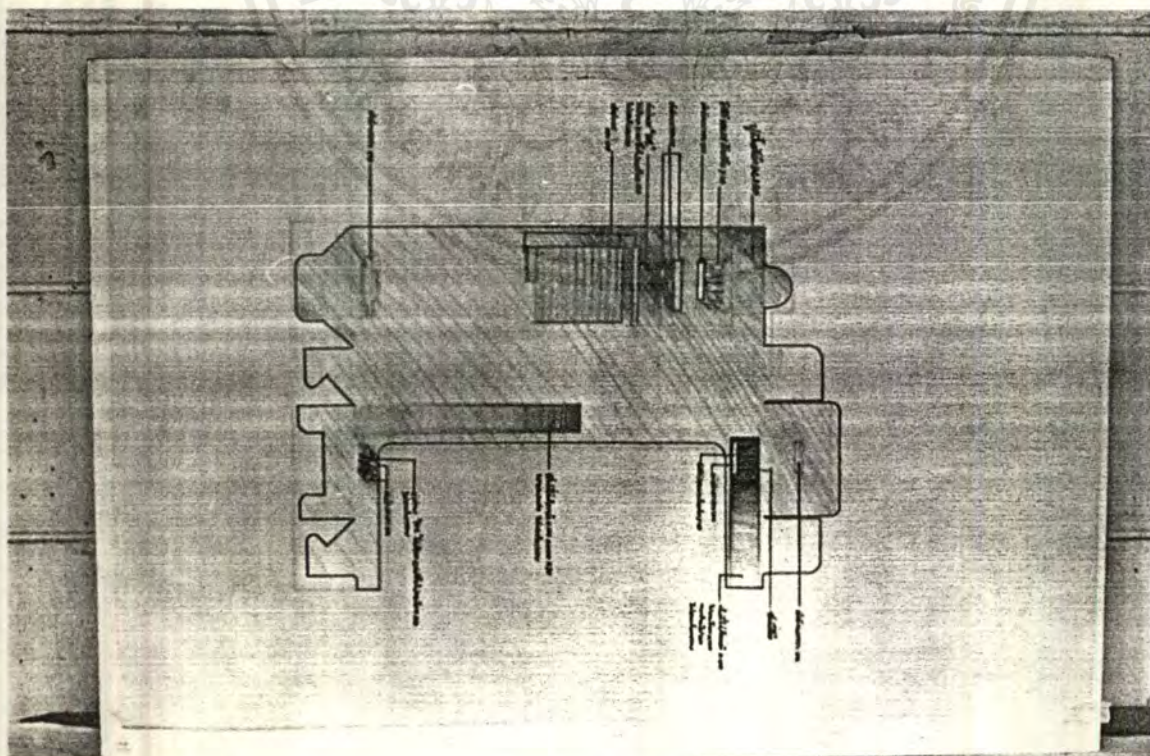
ภาพที่ 4 แสดงรายละเอียดการสั่งอาร์ตเวิร์ค ฉลากดัลบสำหรับบรรจุในชุด 3 Essential Steps

ดัลบ Handy Shine และฉลากช่องแปรงชนิดต่าง ๆ

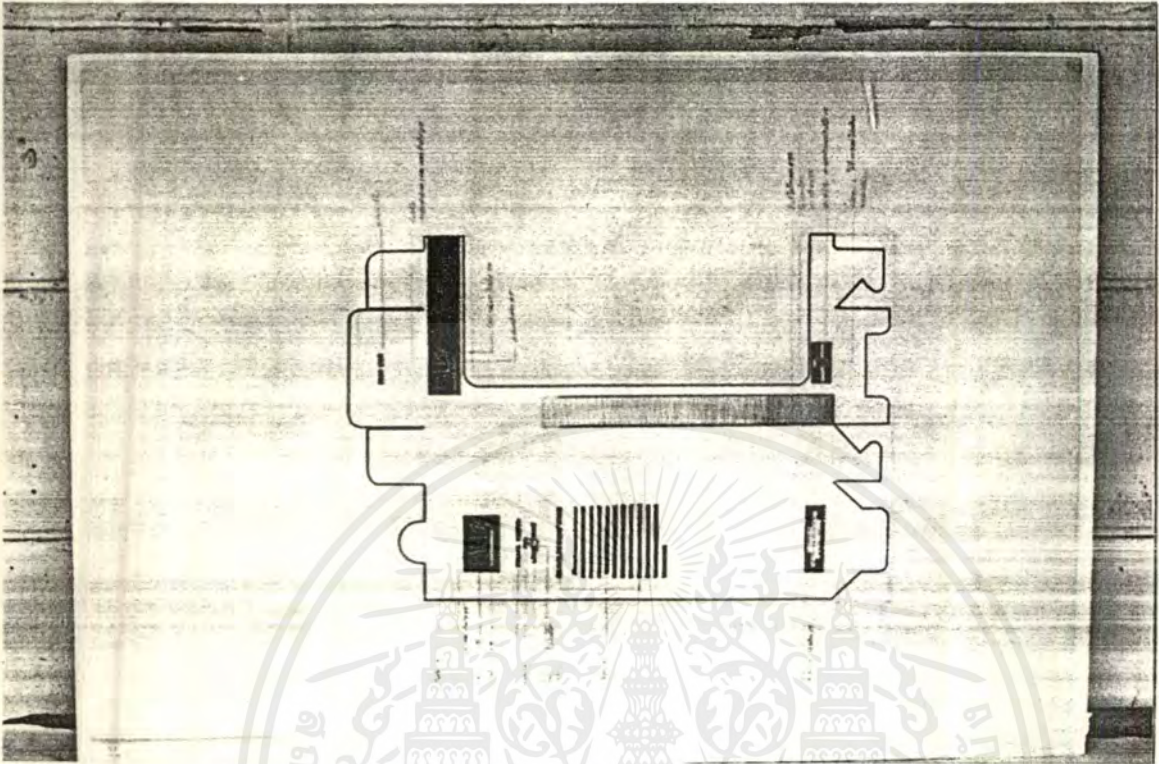
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



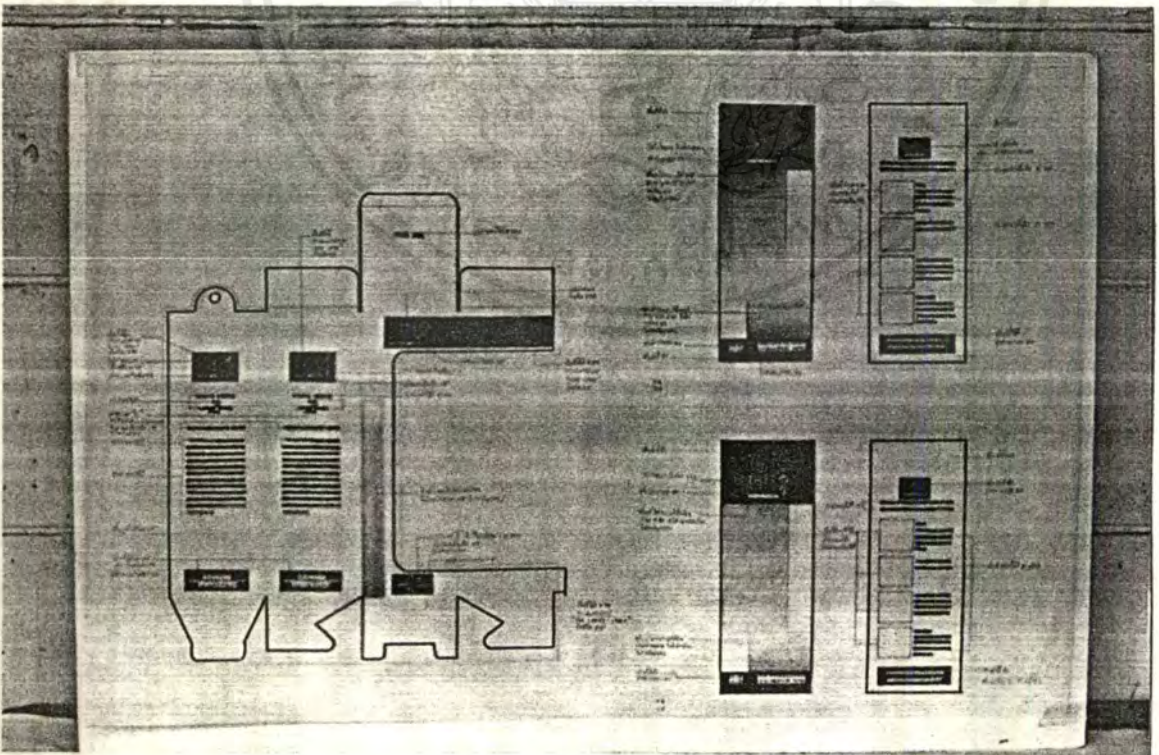
ภาพที่ 5 แสดงรายละเอียดการสังหารตีเวิร์ค ฝากล่องชุด 3 Essential Steps



เอกสารนี้เป็นภาพที่ 6 แสดงรายละเอียดการสังหารตีเวิร์ค ถังล่องหนรักษาทรงรองเท้า ชำยไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



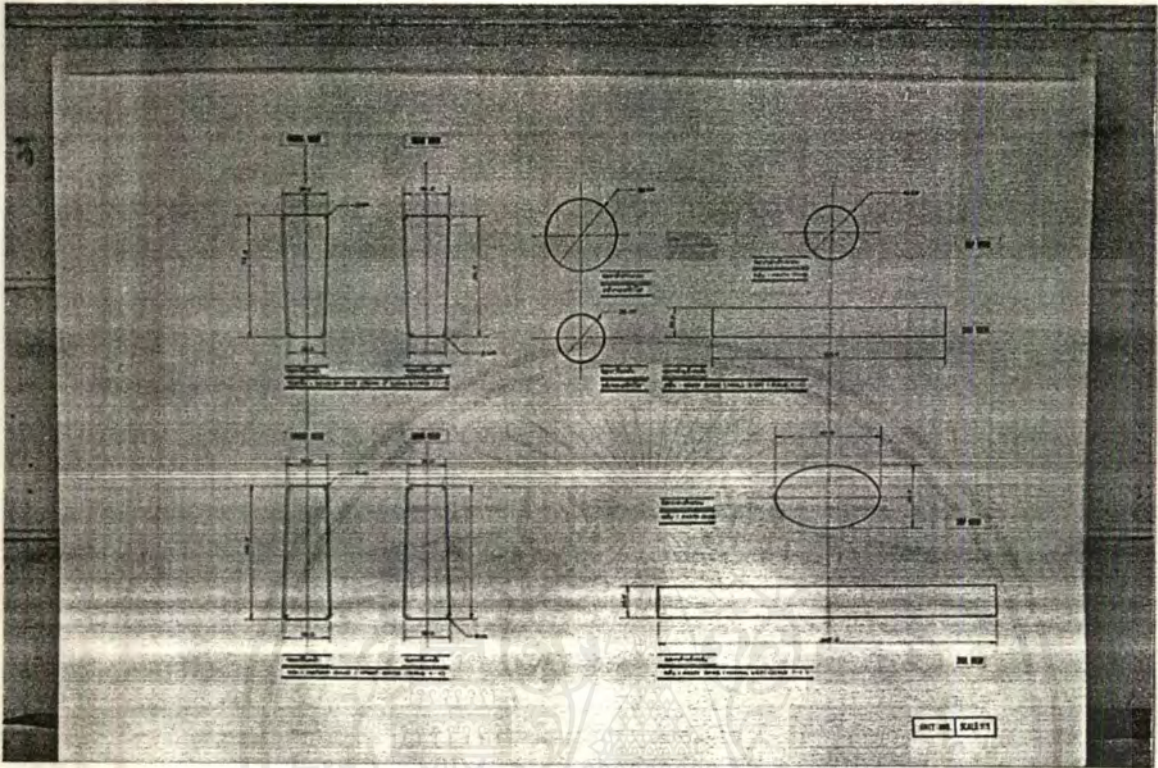
ภาพที่ 7 แสดงรายละเอียดการสังหารตเวริด กล่องทูนรักษาทรงรงเท้า หญิง



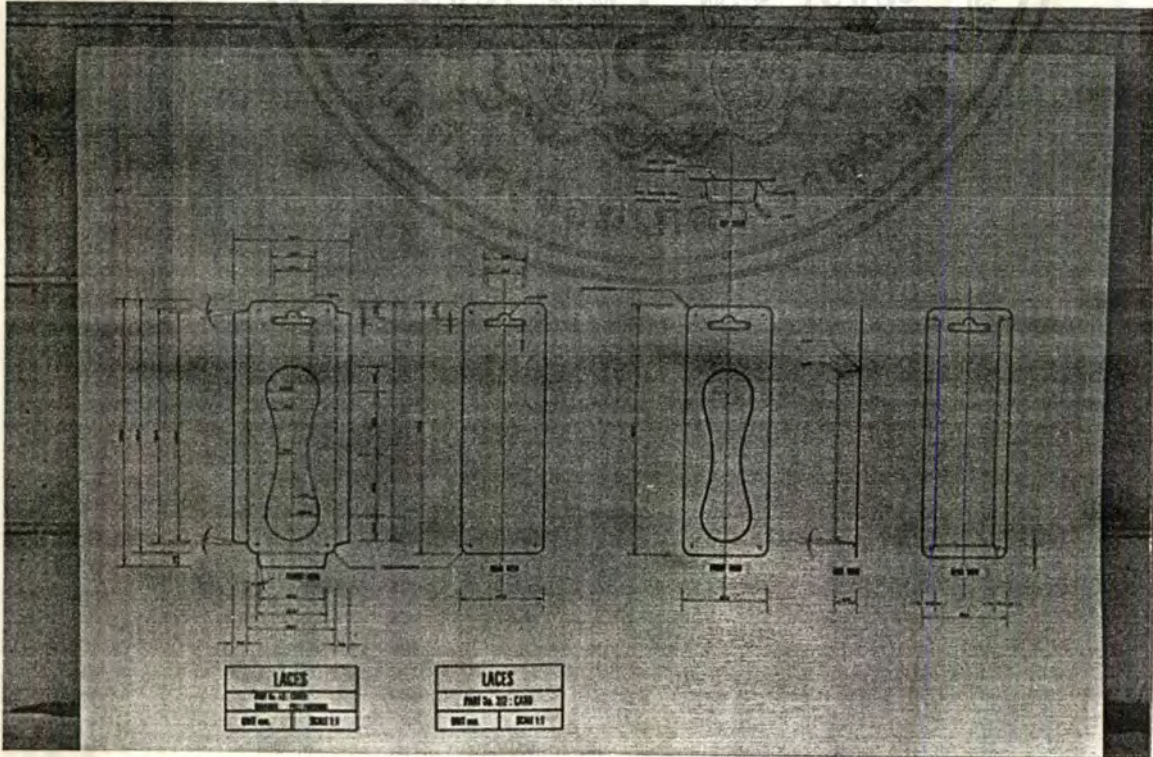
ภาพที่ 8 แสดงรายละเอียดการสังหารตเวริด กล่องทูนรักษาทรงรงเท้าเปิดสัน หญิง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ของกรมศิลปากรที่ออกเผยแพร่โดยอนุญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

DIE CUT

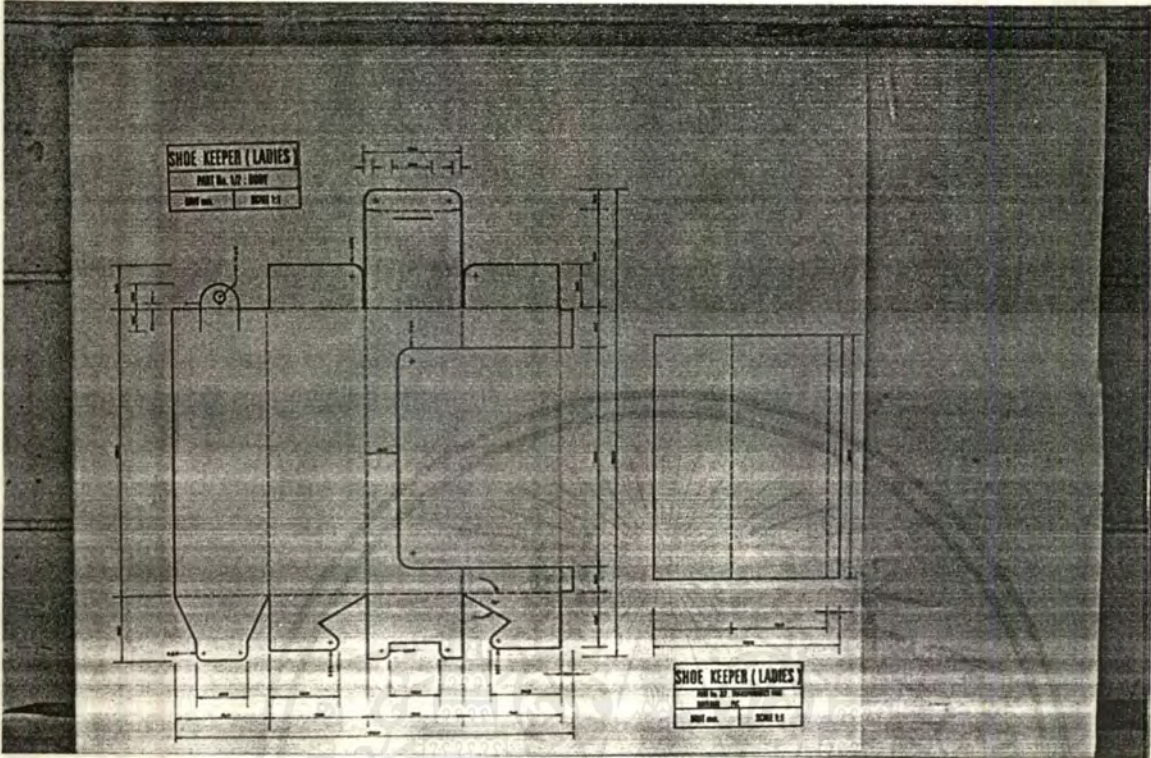


ภาพที่ 1 แสดงการสังัดฉลากขวดบีบ ฉลากขวดน้ำยา และฉลากตลับ

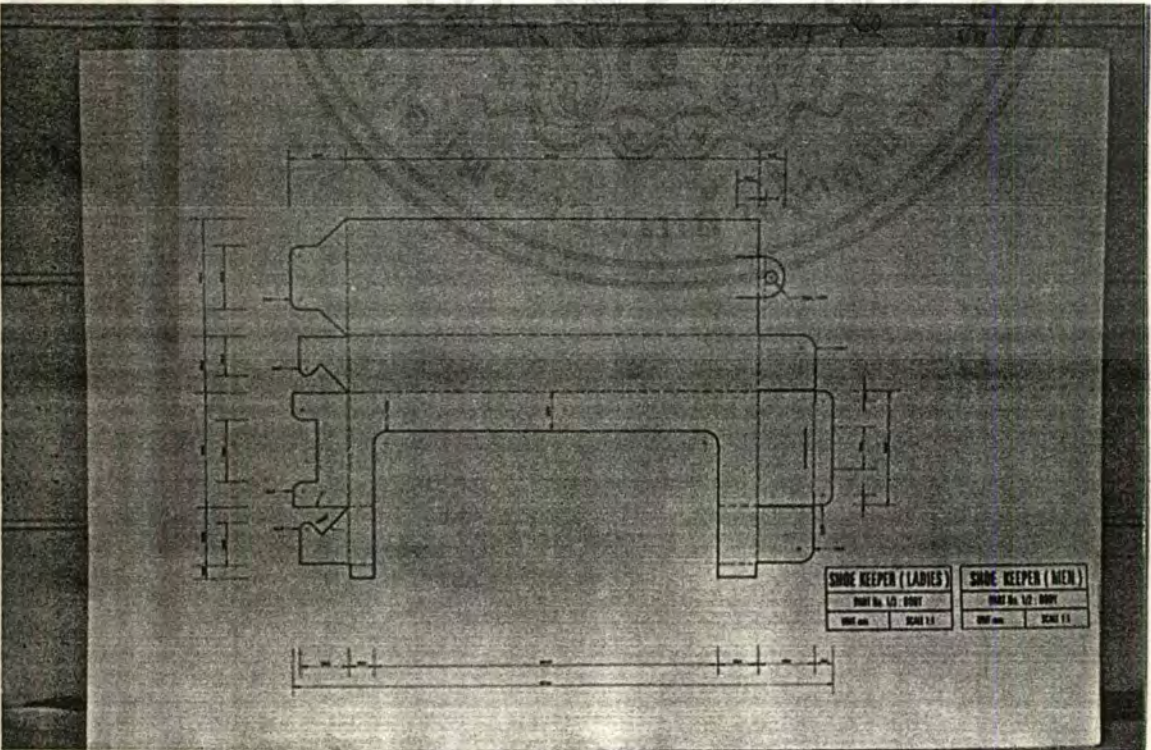


ภาพที่ 2 แสดงการสังัด Blister Pack สำหรับบรรจุเชือกผูกกรองเท้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการเรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

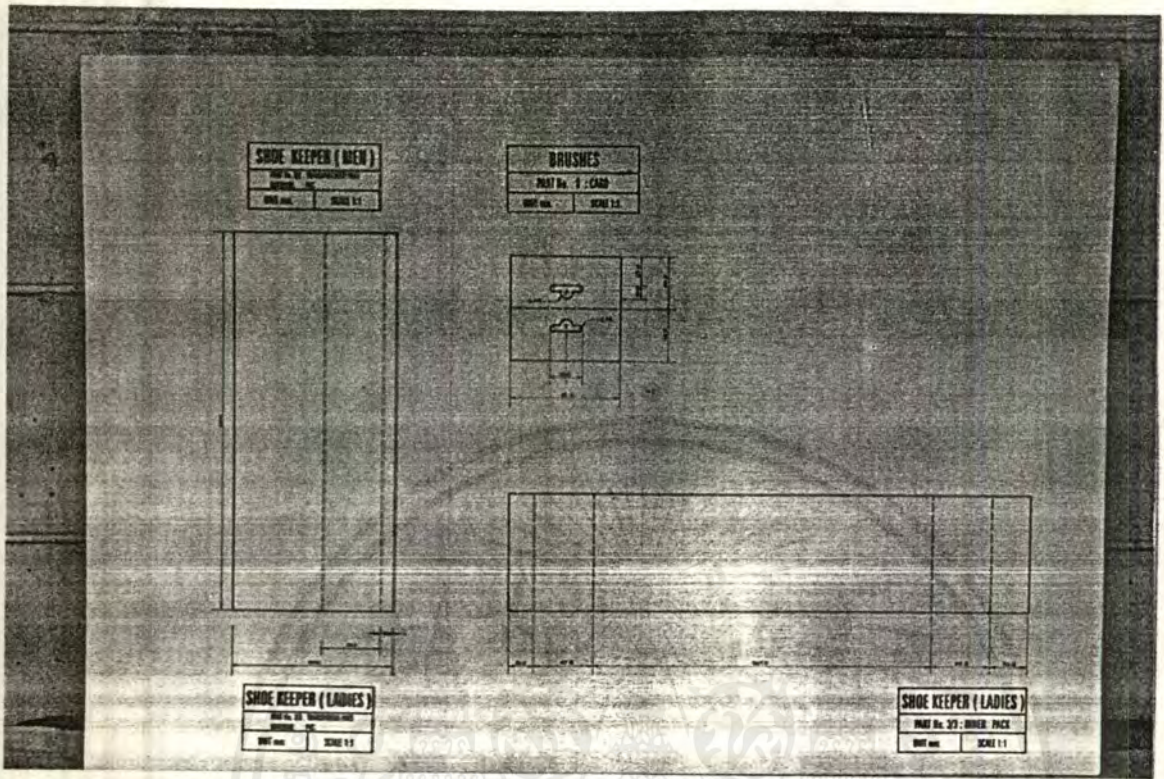


ภาพที่ 3 แสดงการสังคดกล่องผลิตภัณฑ์รักษาทรงรองเท้าหญิง ชนิดเปิดสนับ

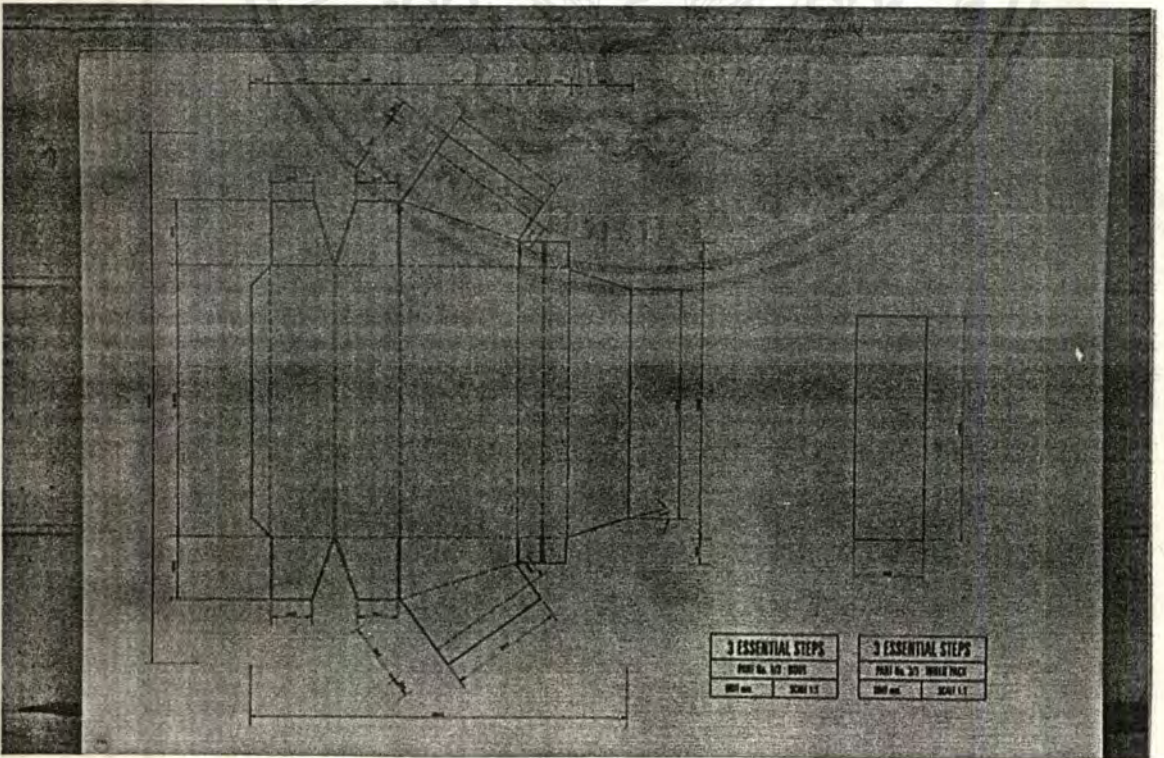


ภาพที่ 4 แสดงการสังคดกล่องผลิตภัณฑ์รักษาทรงเท้าชายและหญิง

เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เมื่อผู้ยืมได้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

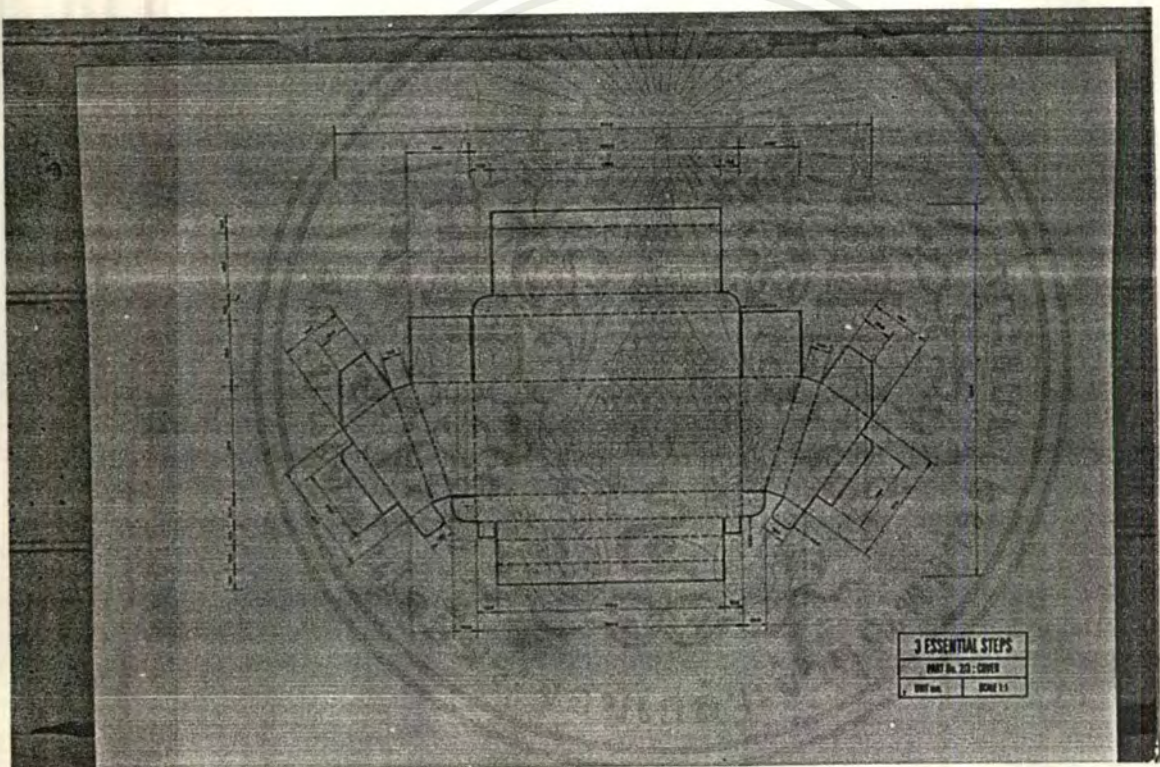


ภาพที่ 5 แสดงการสังคัตตัวประกอบภายในกล่องหุ้มรักษาทรงรองเท้า และป้ายฉลากบรรจุภัณฑ์เชือกผูกรองเท้า



ภาพที่ 6 แสดงการสังคัตฝากล่องบรรจุภัณฑ์ชุด 3 Essential Steps

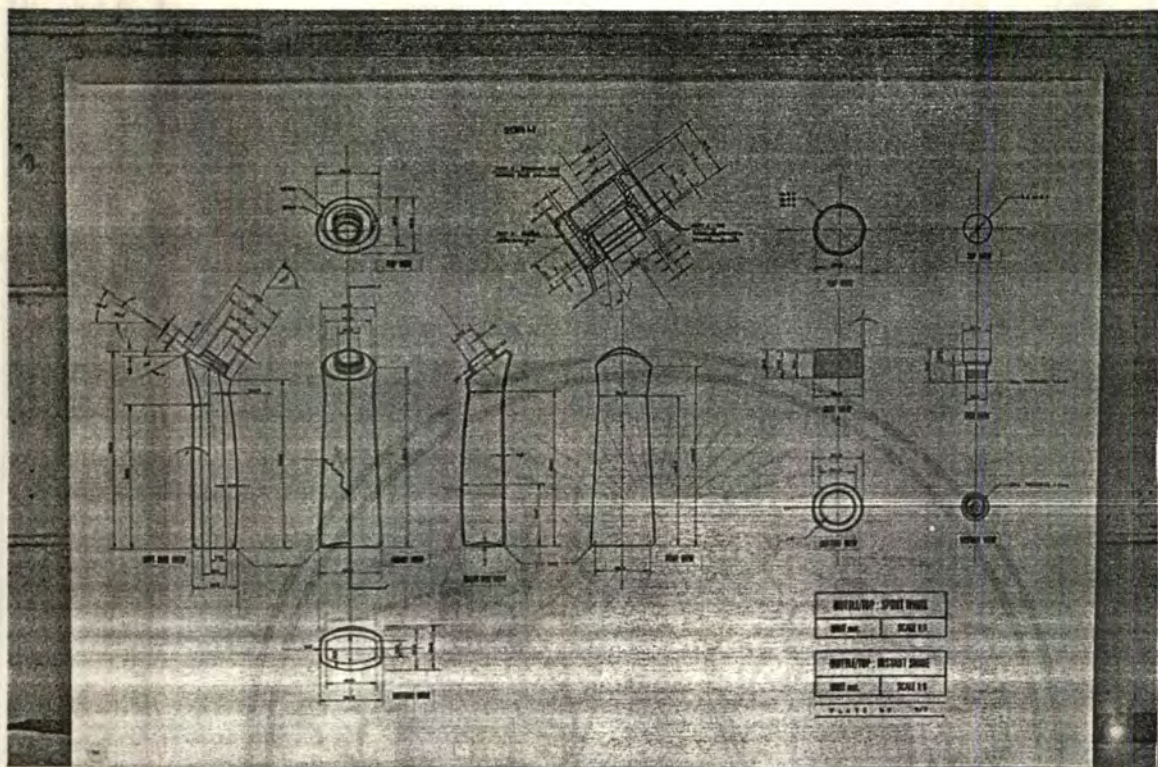
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



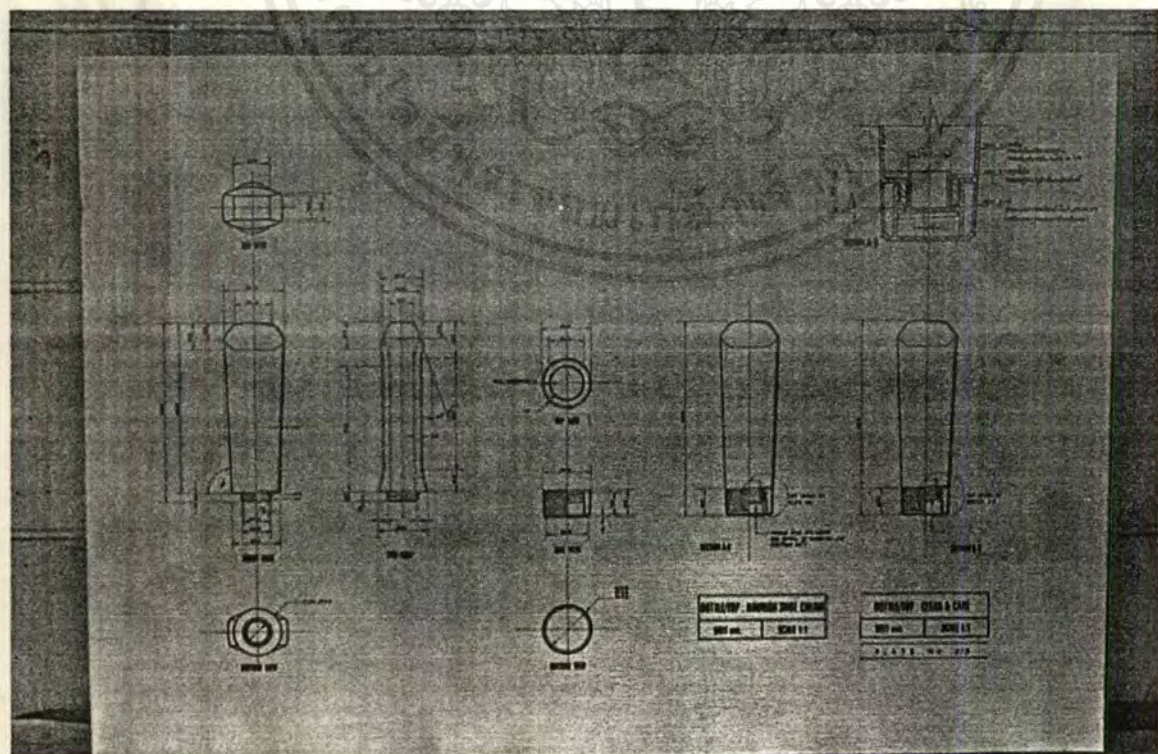
ภาพที่ 7 แสดงการสังคตกลองบรรจุภัณฑ์ชุด 3 Essential Steps

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## DRAWING

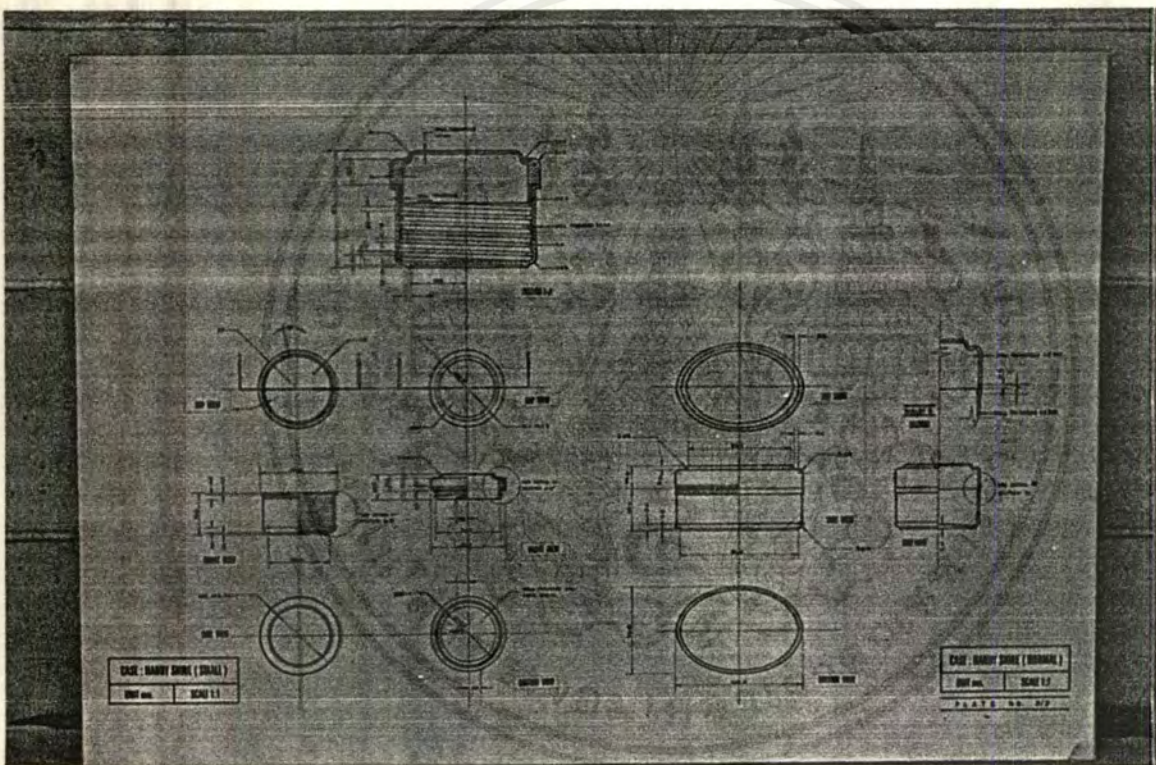


ภาพที่ 1 ผลิตภัณฑ์ขวด Instant Shine และ Sport White



ภาพที่ 2 ผลิตภัณฑ์ขวดนบ Nourish Shoe Cream และ Clean & Care

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ของทางโรงเรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ยู่ยู่ที่หน้าไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3 คลับ Handy Shine

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## บทที่ 5 บทสรุป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 5.1 สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์

### ● ผลงานขั้นสุดท้าย

- รูปแบบกราฟฟิคดีขึ้น แต่น่าจะลองพัฒนาไปในแนวทางที่แตกต่างกว่านี้ได้อีก
- สามารถแยกแยะประเภทของผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจนมากขึ้น
- การนำรูปสัญลักษณ์รองเท้ามาใช้ อาจจะเลือกจุดเด่นของรองเท้าบางส่วนมาเป็นตัว

แทนก็ได้

-บรรจุภัณฑ์ชุดหุ้มรักษาทรงรองเท้ายังคงเป็น OVER PACKAGING โดยอาจเป็นเพียงซองใสเหมือนซองแปรงขัดรองเท้าดีกว่าหรือไม่

### ● การนำเสนองานของนักศึกษา

- ควรมีแผ่นเสนองานทางด้านหน้าที่และประโยชน์ใช้สอย (FUNCTION)
- การพูดเสนองานสั้นเกินไป ต้องให้อาจารย์ถามนำในด้านความดีงามของผลิตภัณฑ์ที่

ได้พัฒนาต่างไปจากแบบร่าง เช่นดีกว่าทั้งในด้านการผลิต การบรรจุ การใช้งานและความสวยงามอย่างไรบ้าง

- การนำเสนอ การถาม-ตอบคำถามต่างๆ ต้องมีความกระตือรือร้นและใส่ใจ

## 5.2 สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะของนักศึกษา

### ● ผลงานชิ้นสุดท้าย

-เป็นการพัฒนาจากผลงานในชิ้นแบบร่างที่ได้ภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์โดยรวมดีขึ้นกว่าเดิมค่อนข้างมาก

-บรรจุภัณฑ์ชุดหุ้नรักษาทรงรองเท้า เป็นโครงสร้างกล่อง AUTO LOCK มาตรฐานพิมพ์ 2 สีสำหรับกล่องหุ้นรักษารองเท้าชาย และหญิง และ 3 สีสำหรับหุ้นรักษาทรงรองเท้าหญิงเปิดส้นง่ายต่อการบรรจุมากกว่าช่องที่ต้องนำฉลากมาคาดปิดด้านบนหลังจากฉีกช่องแล้ว บรรจุภัณฑ์แบบกล่องปกป้องผลิตภัณฑ์จากการกระแทกได้ดีกว่า นอกจากนี้ยังให้ภาพพจน์ต่อสินค้าที่ดีกว่าด้วย

### ● การนำเสนองานของนักศึกษา

-ขาดการพูดชักจูงให้เห็นข้อดีของผลิตภัณฑ์ ต้องให้คณะกรรมการคอยซักถาม การพูดชักจูงนี้ถือเป็นหน้าที่ที่สำคัญยิ่งของนักออกแบบ นักออกแบบต้องชักจูงให้ผู้อื่นทราบว่าผลิตภัณฑ์เรานั้นดีกว่าผลิตภัณฑ์อื่นๆ อย่างไรบ้าง ทั้งด้อยทุนและผู้บริโภค

### ● ข้อเสนอแนะสำหรับนักศึกษารุ่นต่อไป

-การทำวิทยานิพนธ์ให้ลุล่วงไปด้วยดี ต้องมีการวางระบบการทำงานที่สอดคล้องกับระยะเวลาในการทำงาน ประกอบกับความขยัน อดทน และทำงานอย่างสม่ำเสมอ

-การปรับเปลี่ยนระบบวิธีการทำงานให้สอดคล้องตามระยะเวลาที่เหลืออยู่ถือเป็นเรื่องสำคัญมาก

-ในด้านการนำเสนองาน ควรเตรียมแผนเสนองานและลำดับการพูดตามเรื่องราวและระบบงานของนักศึกษาเอง พูดเสนองานในทุกๆเรื่องที่นักศึกษามั่นใจว่าเป็นข้อดีของงาน เช่นการแก้ปัญหาของผลิตภัณฑ์ในด้านนั้นๆ ได้ประสบความสำเร็จ

-ควรศึกษาเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ที่จะทำวิทยานิพนธ์อย่างละเอียด จะช่วยให้นักศึกษานำเสนอสิ่งแปลกใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์ที่จะทำ ได้อย่างชัดเจน

## บรรณานุกรม

กรุงเทพธุรกิจ (น.ส.พ.) ฉบับวันที่ 4 ก.ย. 2538.

จุฬาลงกรณ์วารสาร. Chulalongkorn Review. ปีที่ 8 ฉบับที่ 29 ต.ค.-ธ.ค. 2538.

ผศ. พิไลวรรณ ประกอบผล. การตลาด ,สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ,  
กรุงเทพฯ.

คู่แข่งรายวัน (น.ส.พ.) ฉบับวันที่ 26 ก.ย. 2538 ,4 ธ.ค. 2538 ,7 ธ.ค. 2538.

สื่อธุรกิจ (น.ส.พ.) ฉบับวันที่ 26 ก.ย. 2538.

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ยาฆ่าตรงเท้า  
(มอก.1218-2537).



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ภาคผนวก

### ก. ข้อมูลเพิ่มเติม

1. รหัสแท่ง (ข้อมูลจากวารสาร ข่าวสารบรรณกิจไทย ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 ม.ค.-มี.ค.37)

รหัสแท่ง หมายถึง ระบบสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายประจำตัวของสินค้าแทนเลขรหัส โดยทั่วไปจะเป็นภาษาสากลสำหรับคอมพิวเตอร์ที่ใช้เพื่อสื่อ หรือบ่งบอกถึงข้อมูลที่ต้องการ เช่น ประเทศผู้ผลิต บริษัทผู้ผลิต และชนิดของสินค้า เพื่อก่อให้เกิดความสะดวกแก่ผู้ผลิต และผู้ประกอบการในการตรวจสอบ นับตั้งแต่ขั้นตอนการผลิต การเก็บสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่าย ตลอดจนการกำหนดนโยบายการตลาด รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าหรืองานอื่นใดที่สามารถนำระบบคอมพิวเตอร์ เข้าจัดการ ซึ่งจะสามารถประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายลงเป็นอย่างมาก

ระบบที่เป็นที่รู้จักและใช้ในปัจจุบัน

ประเทศต่าง ๆ ในโลกใช้สัญลักษณ์รหัสแท่งมี 2 ระบบด้วยกัน ได้แก่

1. ระบบ UPC (Universal Product Code)

เป็นระบบรหัสแท่งที่ได้รับการพัฒนาในสหรัฐอเมริกา เมื่อกว่า 20 ปีที่ผ่านมา จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2515 จึงเสร็จสมบูรณ์ ในปัจจุบันใช้อยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกาและแคนาดาเท่านั้น

2. ระบบ EAN (European Article Numbering Code)

เป็นระบบที่ประเทศในแถบยุโรปพัฒนาขึ้นมาในปี 2519 ในปัจจุบันมีผู้นิยมใช้ระบบนี้กว่า 60 ประเทศ โดยใช้กันแพร่หลายในภาคพื้นยุโรป เอเชีย และแปซิฟิก รวมทั้งประเทศไทย ระบบ EAN นี้จะมีเลขรหัสอยู่ 2 ระบบคือ

2.1 ระบบ EAN-13 (Standard version)

2.2 ระบบ EAN-8 (Short Version)

สำหรับประเทศไทย กระทรวงอุตสาหกรรมได้ออกประกาศ ณ วันที่ 21 กรกฎาคม 2536 กำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมสัญลักษณ์รหัสแท่ง สำหรับแสดงข้อมูลสินค้าตามระบบมาตรฐานของ EAN โดยมีสถาบันสัญลักษณ์รหัสแท่งไทย (Thai Article - Numbering Council) เป็นนายทะเบียน โดยแบ่งออกเป็น 2 ระบบ คือ

1 ระบบ EAN-13 (Standard version)

2 ระบบ EAN-8 (Short Version)

### ข้อแนะนำ

- EAN/TAN - 13 ใช้กับผลิตภัณฑ์ที่มีขนาดกลางและใหญ่ เช่น อาหารกระป๋อง อาหารแช่แข็ง
- EAN/TAN - 8 ใช้กับผลิตภัณฑ์ที่มีขนาดเล็ก อาทิเช่น หมากฝรั่ง ทอปปิ้ง สินค้า เครื่องเขียน

### บางประเภทที่มีขนาดเล็ก

ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดใช้รหัสต่างแตกต่างกันออกไป เช่น ขนาดของผลิตภัณฑ์ ประเภทของสินค้า วัสดุที่บดห่อ เป็นต้น รหัสเหล่านี้จะต้องทำให้ถูกต้องชัดเจนให้เครื่องสแกนเนอร์สามารถอ่านได้

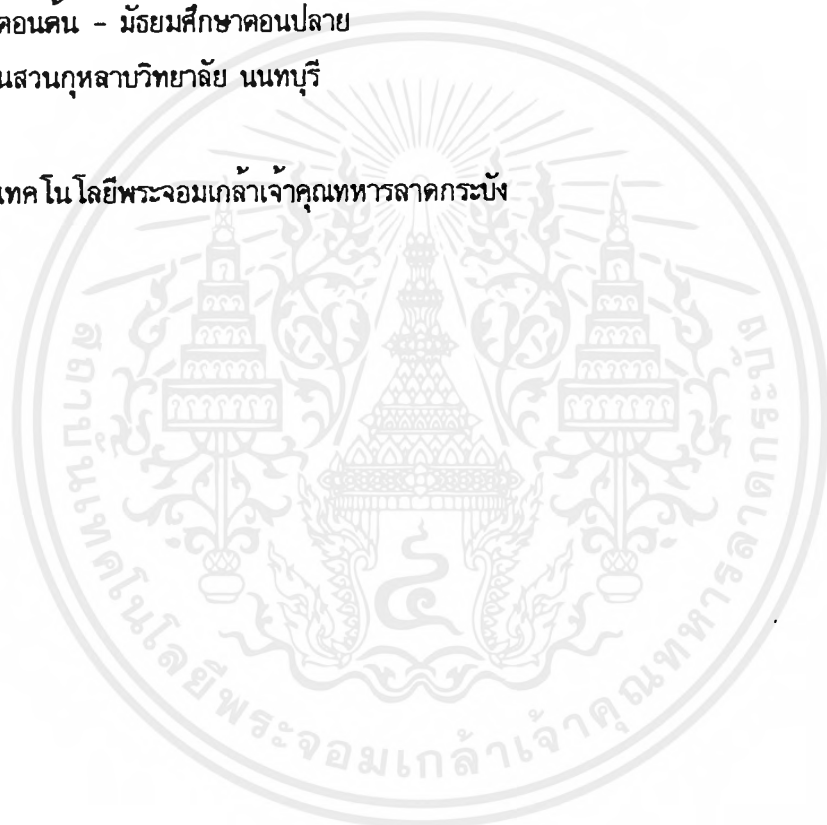


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ข. ประวัติการศึกษา

นางสาวศิษยา จูหะศรี

- อนุบาล 1- ประถมปีที่ 4  
โรงเรียนราชินีบน
- ประถมปีที่ 5 - ประถมปีที่ 6  
โรงเรียนวัฒนาพฤกษา
- มัธยมศึกษาตอนต้น - มัธยมศึกษาตอนปลาย  
โรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัย นนทบุรี
- อุดมศึกษา  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้