

โครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์
ดูแลรักษาและอุปกรณ์สำหรับเครื่องดนตรี ตรา ฮามอน
GRAPHIC & PACKAGING DESIGN FOR HARMON
MUSIC INSTRUMENT ACCESSORIES



โดย
นาย ไชยณ ธาดาวากร

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต
ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน..... 38069
ฉบับ, เดือน, ปี 2 1 พ.ย. 2543

บทคัดย่อ

หัวข้อวิทยานิพนธ์	โครงการออกแบบปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ดูแลรักษาและ อุปกรณ์สำหรับเครื่องดนตรี ตรา ฮามอน GRAPHIC & PACKAGING DESIGN FOR HARMON MUSIC INSTRUMENT ACCESSORIES
ชื่อนักศึกษา	นาย โชชน ธาดาวกร รหัสนักศึกษา 38025307
ภาควิชา	ศิลปอุตสาหกรรม
ปีการศึกษา	2542

ในปัจจุบัน บรรจุภัณฑ์มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคมาก เนื่องจากสามารถสื่อสารได้โดยตรง ชัดเจน จึงเป็นเรื่องสำคัญที่จะต้องพัฒนาเพื่อให้การส่งเสริมการขายเป็นไปได้โดยมีประสิทธิภาพ

ในตลาดของเครื่องดนตรีและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องในประเทศไทยนั้น เป็นตลาดที่ถือว่าค่อนข้างเล็กแต่มีปัจจัยหลายประการที่สามารถบ่งบอกได้ว่า มีโอกาสเติบโตในอนาคตได้ดี ทั้งจากความนิยมในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนดนตรีที่มีปริมาณสูงขึ้น และยอดขายที่สูงขึ้นของเครื่องดนตรีในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา

จากการที่เจ้าของกิจการ บริษัท เอื้ออารีย์ การดนตรี จำกัด (ดร.สุกรี) เป็นผู้กว้างขวางในวงการดนตรี ได้เริ่มที่จะผลิตสินค้าเกี่ยวกับเครื่องดนตรีภายในประเทศ โดยมุ่งหวังให้สินค้าของไทยสามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้ และลดระดับราคาเพื่อให้การเล่นดนตรีแพร่หลายออกไปทั่วประเทศ

การออกแบบปรับปรุงผลิตภัณฑ์นี้จึงต้องมีการศึกษาปัญหาของบรรจุภัณฑ์เดิม ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1.ปัญหาด้านภาพพจน์สินค้า

-บรรจุภัณฑ์โดยรวมยังไม่น่าสนใจ ขาดความงาม,ความน่าเชื่อถือและการแยกแยะประเภทชนิดสินค้าให้ชัดเจน

-ยังดูไม่มีคุณค่าเท่าของต่างประเทศ

2.ปัญหาด้านการบรรจุ

-ผลิตภัณฑ์ในส่วนที่บรรจุในกล่องกระดาษ, ซองกระดาษยังไม่มีบรรจุที่ดีที่ช่วยรักษาสภาพของสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภคอย่างปลอดภัย

3.ปัญหาด้านการอำนวยความสะดวก

-กล่องสินค้ายังไม่สะดวกกับการใช้งานเท่าที่ควร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

-ขวดน้ำมันมักสีน จับถือลำบาก

4.ปัญหาด้านการคุมครอง

-ของกระดาษชั้นนวมไม่สามารถคุมครองกระดาษภายใน เมื่อใส่ในกล่องเครื่องดนตรี ทำให้กระดาษเลื่อนหลุดเสียหายได้

5.ปัญหาด้านการสื่อความ

-ขาดการแยกแยะประเภท และชนิดสินค้าต่างๆให้ชัดเจน

-การบอกวิธีการใช้งานยังเข้าใจยาก

จากการศึกษาข้อมูลทางการตลาดและผู้บริโภคสามารถกำหนดแนวทางได้ดังนี้

1.การกำหนดเป้าหมาย

-เนื่องจากผู้บริโภคในตลาดนั้น 70 % เป็นผู้ที่เล่นเป็นงานอดิเรก จึงจับกลุ่มเป้าหมายนี้โดยมีช่วงอายุที่ 15- 25 ปี และอยู่ในวัยเรียน

2.แนวทางการออกแบบ

-จากการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด คู่แข่ง และพฤติกรรมผู้บริโภคสามารถนำมากำหนดแนวทางการออกแบบได้ดังนี้

-มีความสวยงาม ทันสมัย น่าเชื่อถือในกลุ่มสังคมรอบด้าน

-สามารถเข้าใจการใช้งานได้ง่าย เนื่องจากผู้บริโภคเป็นเด็กวัยรุ่นและผู้เริ่มเล่น

-โครงสร้างมีความเหมาะสมต่อการผลิต, บรรจุ, คุมครองและอำนวยความสะดวก

ในการใช้งาน

3.การพัฒนาการออกแบบ

ทำการออกแบบโดยเริ่ม SKETCH จากขวดที่ออกแบบ 5 ขวดเนื่องจากเป็นสินค้ากลุ่มใหญ่และต้องการความแตกต่าง โดยประกอบกับ Key Word 4 ตัว คือ Modern, Enjoy Playing, Skillful และ Musical Instrument ซึ่งสามารถผสมกันได้อีกหลายแนวทาง จนได้ลักษณะที่เป็นแกนหลักคือ Musical Instrument แล้วนำไปพัฒนาต่อ โดยจับเอาลักษณะเด่นของเครื่องดนตรีกีตาร์ที่มีส่วนเว้าโค้งที่สวยงามมาใส่ในตัวโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ จากนั้นนำมาพัฒนาทางด้านกราฟิกโดยทดลอง SKETCH ใน 3 ลักษณะคือ Realistic, Symbolic และ Illustrate พบว่าแนวทางที่จะเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้แก่ แนวทางแบบ Illustrate จึงทำการพัฒนาต่อจนได้แบบ FIXED IDEA สำหรับสีที่ใช้ในกลุ่มบรรจุภัณฑ์ ได้แบ่งบรรจุภัณฑ์ออกเป็นหมวดคร่าว ๆ คือ สีส้ม ใช้กับผลิตภัณฑ์เครื่องทองเหลือง สีเขียว ใช้กับผลิตภัณฑ์เครื่องไม้ สีม่วง ใช้กับผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องสาย และสีน้ำเงิน ใช้กับเครื่องดนตรีที่มีกลไก

จากภาพรวมของบรรจุภัณฑ์ในขั้นตอนสุดท้าย แสดงให้เห็นภาพลักษณ์ใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน มีจุดเด่น และเอกลักษณ์ที่น่าสนใจ ง่ายต่อการจดจำ มีความเป็น CORPORATE IDENTITY ระหว่างกลุ่มสินค้าที่มีการออกแบบ ให้สามารถแยกแยะประเภท ชนิด กลุ่มที่ชัดเจน ง่ายต่อการเข้าใจและมีความเหมาะสมต่อลักษณะสินค้า ซึ่งสิ่งต่างๆเหล่านี้จะตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ทำให้มีโอกาสได้รับการตัดสินใจซื้อที่เพิ่มมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ในประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สามารถสำเร็จลุล่วงลงได้ก็เพราะความช่วยเหลือจากบุคคลต่าง ๆ มากมายข้าพเจ้าขอกล่าวขอบพระคุณมา ณ. ที่นี้

- พ่อแม่และน้องชายที่ให้ทุกสิ่งทุกอย่าง รวมทั้งคอยเป็นห่วงโดยเฉพาะในช่วงทำวิทยานิพนธ์

- อ. สมชัย จันทร์รุจิพัฒน์ อาจารย์ที่ปรึกษาผู้ให้คำแนะนำ ความรู้ และทุก ๆ อย่างตั้งแต่ ปี 1
- อ. อรสา , อ. พิมพ์ปราโมทย์ และ อาจารย์ชารินทร์ ผู้ให้คำแนะนำอันมีค่าทั้งในด้านการทำวิทยานิพนธ์และในชีวิตจริง

- อ. สุกรี เจริญสุข เจ้าของบริษัท เอื้ออารีย์การดนตรีผู้ให้การสนับสนุนโครงการนี้มาด้วยดี
- คุณ แสงชัย เมธีธนกกุล ผู้จัดการส่วนดุริยางค์ บริษัท สยามดนตรียามาฮา จำกัด ที่กรุณาเอื้อเพื่อความรู้, เอกสารและสละเวลาอันมีค่าเพื่อให้อข้อมูล

- พี่อ้วน พี่หัสผู้เป็นห่วงตลอดมา

- พี่จืด พี่รุ่ง สำหรับความช่วยเหลือและเสียบียงมาโดยตลอด

- พี่ไอ้ต พี่หัสคนโตที่คอยดูแลตั้งแต่หัวข้อตลอดจนคอยบันทึกในนาฬิกาสุดท้าย

- พี่หริศ พี่ป๊อป ที่ช่วยเหลือได้อย่างเต็มที่ รวมทั้งยอมเสียสละมานอนค้างด้วย

- พี่ชาติ ที่แวะมาช่วยเป็นกรณีพิเศษ

- น้องกุก, น้องอู๋ น้องหัสปี 4 ที่คอยช่วยเหลือแม่จะเป็นวินาทีสุดท้าย

- น้องเจ๊ก น้องหัสสุดขยันสำหรับโมเดล

- น้องชล น้องหัสปี 3 คอยดูแลการเดินทางของโมเดลและอาหาร

- น้องแอร์และน้องนิต น้องสาวที่น่ารัก

- น้องเกต สุดเก่งปี 1 ขอขอบคุณพิเศษในความขยันและตั้งใจจริงหวังว่าคงจะประสบความสำเร็จในชีวิตการเรียน

สำเร็จในชีวิตการเรียน

- มือปืนอิสระมากมาย น้องปลา, น้องเตย(สน.), ธนวัฒน์ , แทน และกร สำหรับความช่วยเหลือและอารมณ์ขันต่างๆ, น้องอื่น ๆ ที่อาจไม่ได้กล่าวถึง

- เอ้ สำหรับทุก ๆ สิ่งที่มีให้กันมาตลอด

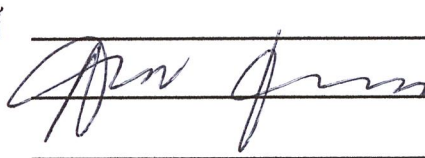
สุดท้ายนี้ขอขอบคุณอาจารย์เกือบทุกท่านเพื่อนเกือบทุกคนที่ช่วยให้ประสบการณ์ต่าง ๆ จนจบการศึกษาและขอระลึกถึงมหาวิทยาลัยที่เป็นที่รักตลอดไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต

คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

คณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์



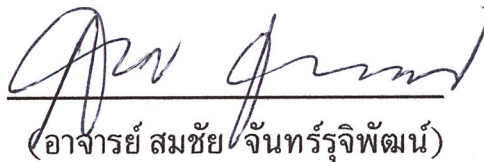
ประธานกรรมการ

กรรมการ

กรรมการ

กรรมการ

อาจารย์ที่ปรึกษา


(อาจารย์ สมชัย จันทรรูจีพัฒน์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บริษัท สยามทบตริเยนเอเชีย จำกัด

121/69-01 อาคารเอชเอเธอร์ ชั้น 17 จ. รัชดาภิเษก เขตดินแดง กทม. 10320

โทร. 641-2951-65 FAX: (662) 641-2970-1, 248-0069

พ.ศ. 056 2542

29 เมษายน 2542

เรื่อง การให้ข้อมูลเพื่อประกอบการเรียนวิชาวิทยานิพนธ์

เรียน หัวหน้าภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม

ตามที่ท่านได้มีหนังสือเลขที่ พม 1503(3)/041 เรื่องขอความอนุเคราะห์ขอข้อมูลให้นายโรเชน ราชวาท นักศึกษาชั้นปีที่ 5 ภาควิชาอุตสาหกรรม ในสถาบันการศึกษาของท่านนั้น ส่วนดุริยางค์มีความยินดีที่จะให้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าด้านต่างๆ เพื่อให้นายโรเชน ราชวาท นำไปใช้ประโยชน์ในการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพื่อประกอบการเรียนวิชาวิทยานิพนธ์

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

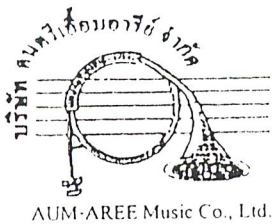
ขอแสดงความนับถือ

(นายสงชัย เมธีธนกุล)

ผู้จัดการสวนดุริยางค์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้





บริษัทคมนตร์เอี่ยมอารีย์ จำกัด

11 พฤษภาคม 2542

เรื่อง ขอความร่วมมือ

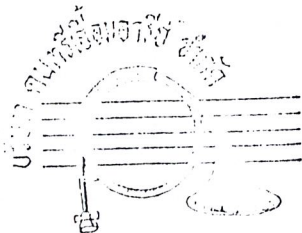
เรียน อาจารย์ที่ปรึกษา นายโชชน ชาติวากร

ด้วย นายโชชน ชาติวากร นักศึกษาจากสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ได้ขอความร่วมมือที่จะศึกษาออกแบบอุปกรณ์ทำความสะอาดเครื่องดนตรี ทางบริษัทคมนตร์เอี่ยมอารีย์ จำกัด ((DR.Sax) ยินดีให้ความร่วมมือทางด้านข้อมูล

จึงเรียนเพื่อท่านจะได้พิจารณาดำเนินการต่อไป

(นาย จิตเพชร เจริญสุข)

ผู้จัดการ



หัวข้อวิทยานิพนธ์

โครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์
ดูแลรักษาและอุปกรณ์สำหรับเครื่องดนตรี ตรา ฮามอน
(GRAPHIC & PACKAGING DESIGN FOR HARMON
MUSIC INSTRUMENT ACCESSORIES)

นักศึกษา

นาย โชชน ธาดาวากร

รหัส

38025307

ภาควิชา

ศิลปอุตสาหกรรม

ปีการศึกษา

2542

คำนำ

ดนตรี เป็นศิลปะที่มีมาพร้อม ๆ กับมนุษย์ นับตั้งแต่ครั้งโบราณ เป็นเครื่องช่วยขัดเกลาจิตใจให้สูงขึ้น เป็นภาษาสากล ที่ไม่จำเป็นที่จะพูดภาษาเดียวกันก็จะเข้าใจกันได้ เสียงดนตรีช่วยให้เกิดการสร้างสรรค์ศิลปะ จนกระทั่งทุกวันนี้ดนตรีเป็น ศาสตร์ที่มีระเบียบแบบแผน มีการปรับปรุงอยู่อย่างสม่ำเสมอ และมีเครื่องดนตรีที่ผ่านการพัฒนามาจนเกือบสมบูรณ์แบบ

เครื่องดนตรีในปัจจุบันนั้นมีหลากหลายประเภท แบ่งออกได้เป็นกลุ่มย่อยได้ 4 ประเภทคือ ดิด , ลี , ตี , เป่า เครื่องดนตรีในกลุ่มดิด คือ เครื่องดนตรีที่มีการใช้วัสดุหรือร่างกายดิดลงบนสายของเครื่องดนตรีเพื่อทำให้เกิดเสียง เช่น กีตาร์ , พิณ

เครื่องดนตรีในกลุ่มลี คือ เครื่องดนตรีที่ใช้วัสดุสีกับสายเครื่องดนตรี ทำให้เกิดเสียงออกมาได้ นับเป็นเครื่องดนตรีที่มีวิวัฒนาการสูงสุด เพราะต้องใช้เทคโนโลยีทุกชิ้นส่วน

เครื่องดนตรีในกลุ่มตี โดยมากจะเป็นเครื่องดนตรีที่ให้จังหวะ เช่น กลอง, สามเหลี่ยม เป็นเครื่องดนตรีที่มีวิวัฒนาการต่ำที่สุดจึงทำให้ทั่วโลก แทบจะทุกพื้นที่มีเครื่องดนตรีประเภทตี (ซึ่งต่างจากเครื่องดนตรีประเภท ลี)

เครื่องดนตรีประเภทเป่า เป็นเครื่องดนตรีในกลุ่มที่มีวิวัฒนาการมาเกือบพร้อม ๆ กับเครื่องตี ตัวอย่างของเครื่องดนตรีประเภทนี้ได้แก่ ชลุ่ย , เป้

ในสมัยโบราณเครื่องดนตรีจะต้องถูกสร้างขึ้นมาจากด้วยช่างผู้มีความชำนาญมาก และมีจำนวนน้อย อีกทั้งยังมีราคาแพงคนธรรมดาไม่สามารถมีไว้ในครอบครองได้ นอกจากนักดนตรีที่ถูกอุปการะเลี้ยงดูจากขุนนาง แต่ในปัจจุบันเครื่องดนตรีสามารถหาซื้อได้ง่าย สามารถเข้าถึงคนได้ทุกระดับ จึงเกิดการแข่งขันที่จะผลิตเครื่องดนตรีและอุปกรณ์ต่าง ๆ นานามาแข่งขันกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการตารางประกอบ

ตารางที่	หน้า
2.1.4.1	ตารางแสดงปริมาณนักเรียนในแต่ละปี
2.1.4.2	ตารางข้อมูลปริมาณการขายเฉพาะร้านขายเครื่องดนตรี เอเซียมิวสิค
2.4.1.1	ตารางเปรียบเทียบลักษณะโดยรวมของตลาด
2.5.1.1	ตารางเปรียบเทียบวัสดุบรรจุภัณฑ์ประเภทกล่อง
2.5.1.2	ตารางเปรียบเทียบวัสดุบรรจุภัณฑ์ประเภทขวด
2.5.1.3	ตารางเปรียบเทียบวัสดุบรรจุภัณฑ์ประเภทฝา
2.5.1.4	ตารางเปรียบเทียบวัสดุบรรจุภัณฑ์ประเภทกระป๋องครีมกำจัดรอย
2.5.1.5	ตารางเปรียบเทียบวัสดุบรรจุภัณฑ์ประเภทBlister Packaging
2.5.1.6	ตารางเปรียบเทียบวัสดุบรรจุภัณฑ์ประเภทกล่องลิ้นพลาสติก
2.5.1.7	ตารางเปรียบเทียบวัสดุบรรจุภัณฑ์ประเภทถาดพลาสติก
2.5.2.1	ตารางวิเคราะห์ระบบการพิมพ์กล่องกระดาษแข็ง
2.5.2.2	ตารางวิเคราะห์ระบบการพิมพ์ขวดพลาสติก
2.5.3.2.1	ตารางวิเคราะห์โลโก้
2.5.3.2.2	ตารางวิเคราะห์การออกแบบในขั้นต้น
2.5.3.2.3	ตารางวิเคราะห์การออกแบบในขั้นพัฒนา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
2.1.2.1	การวางสินค้าบนชั้นวาง
2.1.2.2	ตัวอย่างการจัดร้านเครื่องดนตรีขนาดเล็ก
2.1.3.1	ภาพแสดงสินค้าตรา ยามาฮ่า
2.1.3.2	ภาพแสดงสินค้าตรา เซลเมอร์
2.1.3.3	ภาพแสดงสินค้าตรา เลอ บลัง
2.1.3.4	ภาพแสดงสินค้าตรา เฟนเดอร์
2.1.3.5	ภาพแสดงสินค้าตรา คอนน
2.1.3.6	ภาพแสดงสินค้าตรา จูปีเตอร์
2.1.3.7	ภาพแสดงสินค้าตรา กีปสัน
2.1.3.8	ภาพแสดงสินค้าตรา แวนโดเรน
2.1.3.9	ภาพแสดงสินค้าตรา ไอบานเนส
2.1.3.10	ภาพแสดงสินค้าตรา เอต ดารีโอ
2.1.3.11	ภาพแสดงสินค้าตรา จอห์นสัน เวกซ์
2.1.3.12	ภาพแสดงสินค้าตรา ฮอลตัน
2.3.2.1	กระดาษชั้นนวม
2.3.2.2	น้ำยาทำความสะอาด
2.3.2.3	ผ้าเช็ดเครื่องดนตรี
2.3.2.4	แปรงทำความสะอาด
2.3.2.5	น้ำมันกลไก
2.3.2.6.1	ภาพแสดงการหยอดลูกสูบน้ำมันยามาฮ่า
2.3.2.6.2	ภาพแสดงการใช้งานยามาฮ่า
2.3.2.7	ภาพน้ำมันทาข้อต่อ
2.3.2.8.1	ภาพบรรจุภัณฑ์ภายนอกของน้ำมันทาสาย
2.3.2.8.2	น้ำมันทาสาย
2.3.2.9	สเปรย์เคลือบผิว
2.3.2.10	ครีมดูแลหนัง
2.3.2.11.1	ภาพบรรจุภัณฑ์ลิ้น ตรา ริโค
2.3.2.11.2	ภาพบรรจุภัณฑ์ลิ้น ตรา ริโค พลาสติกโคเวอร์
2.3.2.11.3	ภาพบรรจุภัณฑ์ลิ้น ตรา แวนโดเรน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่รวมเนื้อหาบางส่วนจากเอกสารฉบับเต็ม ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 2.3.2.12 ภาพกำพรวดแซกโซโฟน
- 2.3.2.13 ภาพกำพรวดเครื่องทองเหลือง
- 2.3.2.14 ภาพกำพรวดลาริเน็ต
- 2.3.2.15 ภาพสายสัญญาณเสียง
- 2.3.2.16.1 ภาพสายสะพายกีตาร์
- 2.3.2.16.2 ภาพสายสะพายแซกโซโฟน
- 2.3.2.16.3 ภาพสายสะพายทูบา
- 2.3.2.17 ภาพสายชนิดต่างๆ
- 2.3.2.18 บรรจุภัณฑ์เม็ดทำความสะอาด
- 2.3.2.19 ภาพแสดงกระป๋องครีมลบรอยขีดข่วน
- 2.3.2.20.1 ภาพตัวอย่างกาวลาเท็กซ์ธรรมดา
- 2.3.2.20.2 ภาพตัวอย่างกาวลาเท็กซ์ชนิดเข้มข้น
- 3.3.1.1 ภาพแสดงส่วนแบ่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับดนตรี
- 3.3.1.2 ภาพแสดงข้อมูลด้านผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย และปัจจัยซื้อ
- 3.3.1.3 ภาพแสดงการเปรียบเทียบคู่แข่งในโครงการทางด้านส่วนแบ่งการตลาดและจุดอ่อนจุดแข็ง
- 3.3.1.4 ภาพแสดงกลุ่มเป้าหมาย และความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
- 3.3.2.1 แบบขั้นต้น Key Word: Skillful
- 3.3.2.2 แบบขั้นต้น Key Word: Music Instrument
- 3.3.2.3 แบบขั้นต้น Key Word: Modern
- 3.3.2.4 แบบขั้นต้น Key Word: Enjoyed Playing
- 3.3.2.5 แบบขั้นต้น Alternative 1/ Key Word: Musid Instrument+ Skillful
- 3.3.2.6 แบบขั้นต้น Alternative 2/ Key Word: Musid Instrument+ Modern
- 3.3.2.7 แบบขั้นต้น Alternative 1/ Key Word: Musid Instrument+ Enjoyed Playing
- 3.3.2.8 ภาพแสดงการพัฒนาแบบที่1
- 3.3.2.9 ภาพแสดงการพัฒนาแบบที่2
- 3.3.2.10 ภาพแสดงการพัฒนาแบบที่3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 3.3.2.11 ภาพแสดงแบบจำลองหมวดผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาเครื่องดนตรี
- 3.3.2.12 ภาพแสดงแบบจำลองหมวดอุปกรณ์เสริมเครื่องดนตรี
- 3.3.2.13 ภาพแสดงแบบSketch สำหรับการพัฒนาแนวความคิดในขั้นสุดท้ายแบบที่1
- 3.3.2.14 ภาพแสดงแบบSketch สำหรับการพัฒนาแนวความคิดในขั้นสุดท้ายแบบที่2
- 3.3.2.15 ภาพแสดงแบบSketch สำหรับการพัฒนาแนวความคิดในขั้นสุดท้ายแบบที่3
- 3.3.2.16 ภาพแสดงแบบSketch สำหรับการพัฒนาแนวความคิดในขั้นสุดท้ายแบบที่4
- 3.3.2.17 ภาพแสดงแบบจำลองในขั้นสุดท้าย
- 4.1.1 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์สายชนิดต่างๆ
- 4.1.2 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ลิ้นเครื่องเป่า
- 4.1.3 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์กระดาษขั้วบวมและDisplay
- 4.1.4 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์แปรงทำความสะอาด
- 4.1.5 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์สายสัญญาณเสียง
- 4.1.6 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ครีมลบรอยขีดข่วน
- 4.1.7 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ในกลุ่มน้ำมันหล่อลื่น
- 4.1.8 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ในกลุ่มน้ำยาทำความสะอาด
- 4.1.9 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์กาวติดสั๊กหลอด
- 4.1.10 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ครีมดูแลหนัง
- 4.1.11 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ผ้าเช็ดเครื่องดนตรี
- 4.1.12 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์สเปรย์เคลือบผิว
- 4.1.13 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์เม็ดทำความสะอาด
- 4.1.14 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์กำพรวดเครื่องดนตรี
- 4.1.15 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์สายสะพายเครื่องดนตรี
- 4.1.16 ภาพถ่ายDisplay Packaging สาย
- 4.2.1 ขอบเขตของโครงการออกแบบ
- 4.2.2 ข้อมูลทางการตลาด 1
- 4.2.3 ข้อมูลทางการตลาด 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ของกลุ่มเป้าหมายและ Concept of Design กรุณาอย่าให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 4.2.5 เปรียบเทียบคู่แข่งในโครงการ
- 4.2.6 ช่องทางการจำหน่าย
- 4.2.7 Sketch ตรายินค้า
- 4.2.8 การออกแบบเบื้องต้น1
- 4.2.9 การออกแบบเบื้องต้น2
- 4.2.10 การออกแบบเบื้องต้น3
- 4.2.11 การพัฒนาแบบ 1
- 4.2.12 การพัฒนาแบบ 2
- 4.2.13 การพัฒนาแบบ 3
- 4.2.14 รูปด้านเม็ดทำความสะอาดและสเปรย์เคลือบผิว
- 4.2.15 รูปด้านขวดน้ำมัน
- 4.2.16 รูปด้านซองสาย
- 4.2.17 รูปด้านน้ำยาทำความสะอาด
- 4.2.18 วัสดุและกรรมวิธีการผลิต
- 4.2.19 เปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ที่มีในท้องตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

บทคัดย่อ

กิตติกรรมประกาศ

อนุมัติผล

คำนำ

บทนำ

บทที่ 1 บทนำ

ความเป็นไปได้ของโครงการ

ปัญหาที่เกิดขึ้นและแนวทางแก้ปัญหา

ของเขตของโครงการ

แนวทางการศึกษาวิจัย

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

บทที่ 2 การค้นคว้า วิเคราะห์ข้อมูล และสรุปผล

2.1 ข้อมูลด้านการตลาด

2.1.1 ข้อมูลด้านการตลาดโดยรวม

2.1.2 วิธีการจัดจำหน่าย

2.1.3 ข้อมูลของคู่แข่ง

2.1.4 แนวโน้มของตลาดในอนาคต

2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภค

2.2.1 จิตวิทยาเกี่ยวกับแรงจูงใจและกระบวนการตัดสินใจซื้อ

2.2.2 ข้อมูลผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย และพฤติกรรมการใช้งานและ
ความต้องการของผู้บริโภคที่มีผลต่องานออกแบบ

2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

2.3.1 ประวัติความเป็นมา

2.3.2 รายละเอียดและความต้องการของผลิตภัณฑ์

2.4 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์เปรียบเทียบกับสินค้าคู่แข่ง

2.4.1.เปรียบเทียบลักษณะโดยรวมของตลาด

2.4.2.เปรียบเทียบลักษณะแยกแต่ละประเภทผลิตภัณฑ์

2.4.3 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ข้ามอนุญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้ว่า ห้ามมิให้คัดลอกหรือทำซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 2.5 ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุ และกรรมวิธีการผลิต
 - 2.5.1 วิเคราะห์และสรุปวัสดุที่ใช้ในการผลิต
 - 2.5.2 วิเคราะห์ระบบการพิมพ์
- 2.6 ข้อกำหนดด้านกฎหมาย

บทที่ 3 การพัฒนาการออกแบบ

- 3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ
- 3.2 การพัฒนาความคิดและการออกแบบ
- 3.3 การวิเคราะห์การออกแบบและการประเมินค่า

บทที่ 4 การนำเสนองานการออกแบบขั้นสำเร็จ

- 4.1 สรุปขั้นตอนการพัฒนาการออกแบบ
 - 4.1.1 การพัฒนาการออกแบบด้านกราฟิก
 - 4.1.2 การพัฒนาการออกแบบด้านโครงสร้าง
- 4.2 ภาพถ่ายหุ่นจำลอง
- 4.3 ภาพถ่ายย่อแผ่นเสนองาน
- 4.4 ภาพถ่ายย่ออาร์ตเวิร์ค
- 4.5 ภาพถ่าย DRAWING และ DIE CUT

บทที่ 5 บทสรุป

สรุปผลการออกแบบ และข้อเสนอแนะของคณะกรรมการ

บรรณานุกรม

ประวัติการศึกษา

บทที่ 1

บทนำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทนำ

ปัจจุบันนักดนตรีในประเทศไทยที่เล่นเครื่องดนตรีสากลชนิดต่างๆนอกจากจะต้องเสียเงิน เป็นจำนวนมากเพื่อซื้อเครื่องดนตรีจากต่างประเทศแล้วยังจะต้องซื้ออุปกรณ์ดูแลรักษา เช่น น้ำมันเคลือบเงา, การล้างคราบไขมัน รวมทั้ง อุปกรณ์เสริมที่ต้องใช้สิ้นเปลืองเช่น ลิ้น, กระจาด, เช็ด, สาย และสายสะพายต่างๆ เป็นต้น เนื่องจากประเทศไทยยังไม่มีบริษัทที่ผลิตสินค้าประเภท อุปกรณ์ดูแลรักษาและอุปกรณ์สำหรับเครื่องดนตรีอย่างจริงจัง

ประวัติโดยสังเขปของบริษัท

ดร.แซ็กเป็นบริษัทที่ทำกิจการในการรับซ่อมเครื่องดนตรีและผลิตอุปกรณ์ใช้สำหรับเครื่องดนตรีบางส่วน ก่อตั้งเมื่อ ปี พ.ศ.2532 โดย ดร.สุกรี ณ เลขที่ 208-210 ถ.มหาชัย แขวง สาราณราชบุรี เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ปัจจุบันใช้เป็นศูนย์ซ่อมเครื่องดนตรี ทั้งไทยและสากล (แต่เป็นเครื่องดนตรีประเภท Acoustic)

เอื้ออารีย์การดนตรี (Dr.Sax) ณ ชั้น 6 ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ปิ่นเกล้า เป็นสาขาเพียงหนึ่งเดียวของร้าน Dr.Sax โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ ชาย ซ่อม และโรงเรียนสอนดนตรีประกอบกับเจ้าของกิจการ เป็นผู้มีชื่อเสียง ทางดนตรี พอสมควร(ดร.สุกรี เจริญสุข)มีความสนใจที่จะผลิตอุปกรณ์ดูแลรักษา และอุปกรณ์สำหรับเครื่องดนตรี เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยีไม่สูงกว่าที่ประเทศไทยจะผลิตเองได้, เป็นสิ่งที่จำเป็นต้องใช้และต้องใช้บ่อยๆ จึงนับเป็นก้าวแรกที่เราจะสามารถผลิตของใช้ขึ้นมาในประเทศเพื่อ ส่งเสริมให้ดนตรีแพร่หลาย อันจะช่วยขัดเกลาจิตใจทั้งผู้เล่นและผู้ฟังให้ดีขึ้น และช่วยนำเงินตรากลับจากต่างประเทศ

เดิมทีทางบริษัทผลิตสินค้าที่ใช้เกี่ยวกับเครื่องดนตรี เช่น ผ้าเช็ดเครื่องดนตรีและลิ้นสำหรับแซ็กโซโฟนเท่านั้น ซึ่งไม่มียี่ห้อ เป็นเพียงการขายปลีกในร้านเท่านั้น แต่ในปัจจุบันนี้ บริษัทมีโครงการที่จะทำ Brand ใหม่ขึ้นมาเพื่อ

1. ส่งเสริมการจำหน่ายสินค้า
2. เพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับตัวบริษัท

ความเป็นไปได้ของโครงการ(FEASIBILITY)

1.ด้านนโยบาย

โครงการนี้ดำเนินงานโดยใช้ข้อมูลทางการตลาดจริง และข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบ โดยได้รับการสนับสนุนข้อมูลจาก บริษัท สยามดนตรี ยามาฮา จำกัด ผู้ผลิต และนำเข้าสินค้า ยามาฮา และ ร้าน ดร.แซ็ก ร้านค้าผู้ผลิตสินค้าสำหรับคนไทย เพื่อยกระดับความสามารถ ทางการผลิตให้กับประเทศไทย

2.ด้านเศรษฐกิจ

เป็นการส่งเสริมให้มีการผลิตสินค้าภายในประเทศ ลดการขาดดุลช่วยให้เกิดการสร้างงาน การกระจายรายได้ ทำให้เงินตราหมุนเวียนภายในประเทศช่วยแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจในปัจจุบัน

3.ด้านสังคมและสภาพแวดล้อม

ทำให้สินค้าของไทย เป็นที่ยอมรับและเชื่อถือ สร้างจิตสำนึกให้คนไทยใช้สินค้าไทย ส่งเสริมการเล่นดนตรี ให้กว้างขวางมากขึ้น ทำให้จิตใจและสังคมสูงขึ้น

4.ด้านการออกแบบ

เป็นการออกแบบโดยใช้ข้อมูลจริง ในส่วนต่างๆที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนวิเคราะห์และสรุปผล โดยคำนึง ถึงข้อกำหนดในด้านต่างๆ ขบวนการผลิต สภาพแวดล้อมและพฤติกรรมการใช้งาน

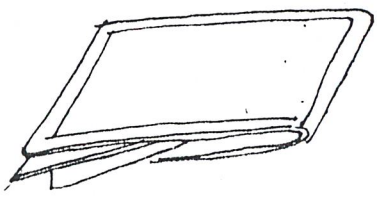
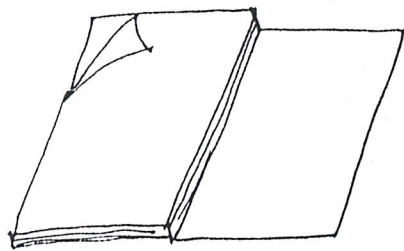
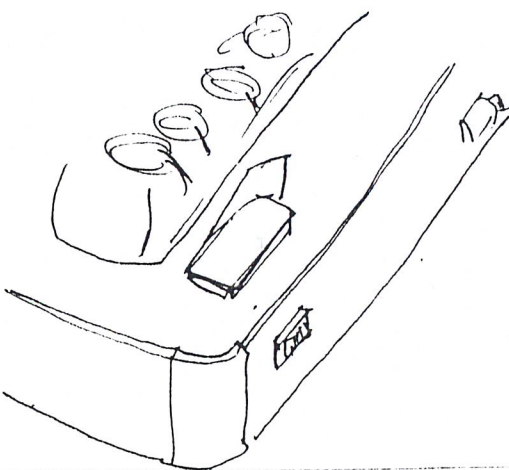
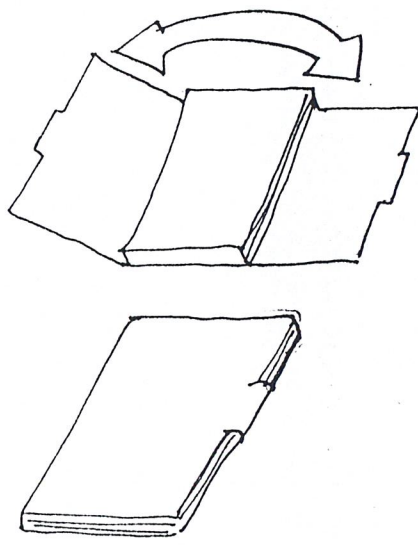
สรุป หัวข้อวิทยานิพนธ์นี้ มีความเป็นไปได้สูง เนื่องจากสอดคล้องกับแนวทางต่างๆดังกล่าวมาแล้ว

ปัญหาและแนวทางแก้ปัญหา

ปัญหาทางบรรจุภัณฑ์และแนวทางแก้ปัญหา

1. กระดาษขับนวม(POWDER PAPER)

ปัญหาด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์และอำนวยความสะดวก(PROTECTION & CONVENIENCE)

ปัญหาเงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
<p>1.1 กระดาษมีการเสียหาย ฉีกขาดเนื่องจากการเก็บในกล่องเครื่องดนตรี ปกติกระดาษขับนวม 100 แผ่นอัดสั้นกาวด้านข้าง อาจโดนทับทำให้ปอกเปิดออกและกระดาษเสียหายได้</p> 	<p>1.1 อาจออกแบบซองซึ่งใช้บรรจุกระดาษโดยเข้าเล่มในแนวตามยาว เพื่อป้องกันการบิดตัวและมีปกหน้าเพื่อล๊อคให้สนิท</p> 
<p>การเก็บในกล่องเครื่องดนตรีจะทำให้เล่มกระดาษบิดโดยไม่ได้ตั้งใจ ทำให้กระดาษเสียหาย</p> 	<p>ลักษณะของแบบมีปกหน้าเป็นตัวล๊อค</p> 
<p>1.2 ตัวสินค้ามีขนาดเล็กและแบนทำให้เมื่อวางรวมกับสินค้าอื่นจะทำให้จมหายไป</p>	<p>1.2 อาจออกแบบให้มี Display Pac เพื่อช่วยในการส่งเสริมการขายของร้านให้สะดวกขึ้น และมีเนื้อที่เพิ่มในการโฆษณาคุณสมบัติสินค้า</p>

ปัญหาด้านการสื่อความและการส่งเสริมการขาย(PROMOTION)

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
<p>1.3 กราฟิกร์ที่ด้านหน้าของซองมีเพียงยี่ห้อ และชื่อผลิตภัณฑ์เท่านั้น ไม่แสดงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ไม่มีความโดดเด่น การดึงดูด ขาดแรงจูงใจในการซื้อ</p> <div data-bbox="125 567 581 851" style="border: 1px solid black; padding: 10px; text-align: center;"> <p>YAMAHA</p> <p>POWDER PAPER FOR PAD</p> <p>PAPIER POUR NETTOYER LES TAMPONS</p> </div>	<p>1.3 อาจออกแบบกราฟิกร์ด้านหน้าให้มีความน่าสนใจ ใช้สีสีนของดนตรี หรือ อารมณ์สนุกสนานขณะเล่นดนตรี รวมทั้งแสดงจุดที่ใช้งานของผลิตภัณฑ์</p>
<p>1.4 กราฟิกร์ด้านหน้ายังไม่แสดงถึงข้อดีเด่นของตัวสินค้าซึ่งเป็นจุดขายที่สำคัญ</p>	<p>1.4 อาจออกแบบกราฟิกร์ด้านหน้าให้แสดงถึงข้อดีอันนี้เพื่อช่วยกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. นวัตกรรมเพื่อความสะอาด

ปัญหาด้านการอำนวยความสะดวก(CONVENIENCE)

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
<p>2.1 ฝาเกลียวทำให้เสียเวลาในการเปิด/ปิด และ สิ้นเปลืองค่าวัสดุ</p> 	<p>2.2 อาจออกแบบโดยใช้ฝาที่สะดวกในการใช้ งานมากกว่า เช่น ฝาแบบFlip และยังประหยัดค่า วัสดุมากกว่า</p> 
<p>2.2 ขวดที่มีลักษณะทรงสูง ฐานแคบและบรรจุ ของเหลวไว้เต็มจะทำให้ล้มได้ง่าย และสามารถ ก่ลิ่งได้</p> 	<p>2.2 อาจออกแบบขวดให้มีลักษณะฐานที่กว้าง เพื่อให้ทรงตัวได้ดี และ ขวดอาจเป็นทรงที่แบน เพื่อป้องกันการก่ลิ่งของขวด</p> 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาด้านการสื่อความและการส่งเสริมการขาย(Promotion)

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
2.3 ขาดการให้ข้อมูลเกี่ยวกับความแตกต่างของน้ำยาแต่ละชนิด เนื่องจากน้ำยาแต่ละชนิดมีคุณสมบัติแตกต่างกันมากไม่สามารถใช้แทนกันหรือ สลับกันได้	2.3อาจออกแบบกราฟิกให้แสดงความแตกต่างระหว่างประเภทของน้ำยา เพื่อความชัดเจนของผู้ซื้อ
2.4 โครงสร้างและกราฟิก ควรมีความโดดเด่น สร้างจุดสนใจเพราะเดิมมีเพียงยี่ห้อเป็นหลักเท่านั้น	2.4อาจออกแบบโครงสร้างและกราฟิกให้มีความโดดเด่น สร้างบุคลิกให้กับสินค้า



3.ผ้าเช็ดเครื่องดนตรี

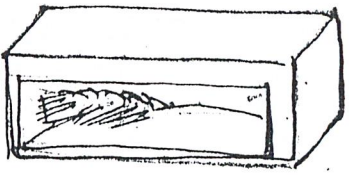
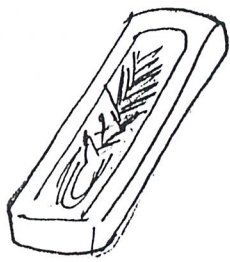
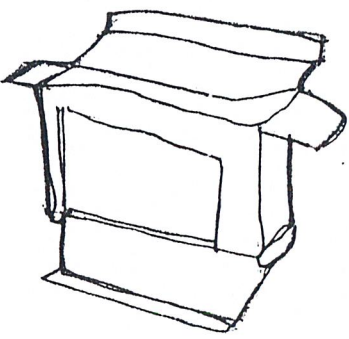
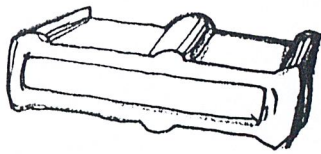
ปัญหาด้านการสื่อความและการส่งเสริมการขาย(PROMOTION)

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
3.1ขาดการใช้พื้นที่ที่มีอยู่ให้เต็มประสิทธิภาพ เพราะแทบทุกยี่ห้อบรรจุภัณฑ์ไม่มีจุดขายที่ดึงดูดใจ และกราฟิกที่สะดุดตาซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการตัดสินใจซื้อ	3.1อาจออกแบบให้มีกราฟิกที่โดดเด่น และสร้างบุคลิกให้กับสินค้า
3.2 ต้องการสื่อถึงลักษณะเฉพาะที่เป็นจุดขายของผลิตภัณฑ์ คือ การชุบน้ำยาขัดเงินและทองเหลือง	3.2 อาจออกแบบให้มีกราฟิกแสดงคุณสมบัติเด่นของผลิตภัณฑ์ เพิ่มน้ำหนักในการตัดสินใจซื้อ

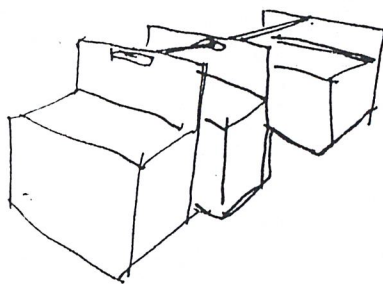
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. แปร่งทำความสะอาด

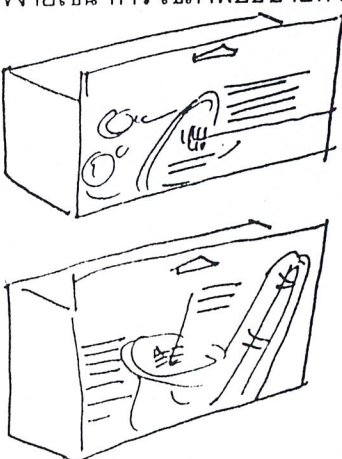
ปัญหาด้านการคุ้มครองอำนวยความสะดวก(Protect&Convenience)

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
<p>4.1 กล่องที่ใช้ใส่ชุดทำความสะอาดเดิมเป็น Carton ที่เจาะช่องหน้าต่างด้านหน้า ขาดการออกแบบให้มีการล็อกตัวผลิตภัณฑ์ด้านใน ทำให้ผลิตภัณฑ์เคลื่อนที่ได้ ทำให้ไม่สวยงามเมื่อตั้งขาย และทำให้แปร่งเสียรูปด้วย</p> 	<p>4.1 อาจออกแบบให้มีถาด หรือกล่องเพื่อวางสินค้าให้หยิบใช้ง่าย ป้องกันชนแปร่งเสียหาย และเป็นระเบียบสวยงาม</p> 
<p>4.2 กล่องแบบเดิมไม่สามารถรับแรงได้ดี นอกจากนั้นการเปิดใช้งานนานๆแล้วจะลดความแข็งแรงลง ทำให้ชนแปร่งเสียรูปส่งผลให้การทำความสะอาดไม่ดีเท่าที่ควร</p> 	<p>4.2 อาจออกแบบให้ถาดพลาสติกภายใน มีโครงสร้างที่สามารถรับแรงได้ดี สามารถเปิด/ปิดใช้งานได้นาน</p> 
<p>4.3 บรรจุภัณฑ์ในปัจจุบัน มีขนาดใหญ่กว่าตัวสินค้าทำให้สิ้นเปลืองวัสดุ ค่าขนส่ง</p>	<p>4.3 ออกแบบให้สามารถใช้พื้นที่ได้อย่างเหมาะสม และคุ้มค่า</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
<p>4.4 ควรเพิ่มส่วนที่ใช้ในการแขวน เพื่อช่วยให้สะดวกในการวางสินค้า ในกรณีที่มีพื้นที่การวางจำกัด</p>	<p>4.4 ออกแบบให้มีส่วนที่ใช้ในการแขวนให้มีตำแหน่งที่ถูกต้องเหมาะสม</p> 

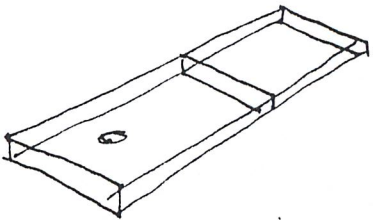
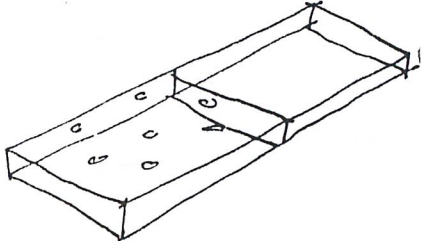
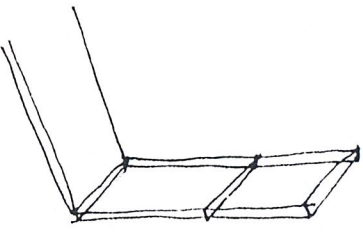
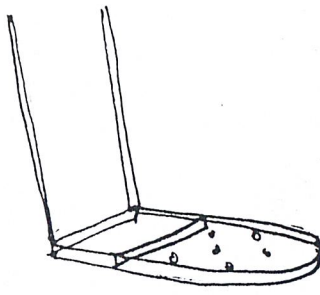
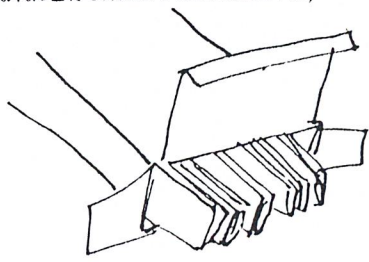
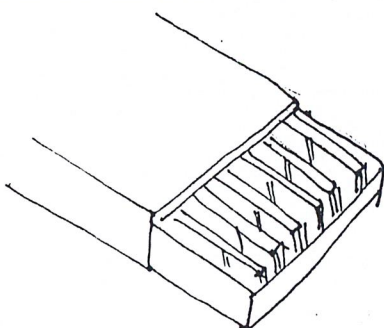
ปัญหาด้านการสื่อความและส่งเสริมการขาย(PROMOTION)

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
<p>4.5 ขาดการแสดงผลข้อมูลเกี่ยวกับการใช้งานของผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้นและประเภทของเครื่องดนตรีที่เหมาะสมกับขนาดแปรง</p>	<p>4.5 อาจออกแบบกราฟิกให้มีการบ่งบอกถึงเครื่องดนตรีที่ใช้งาน รวมทั้งวิธีการใช้งานให้เข้าใจง่ายเช่น การใช้ภาพอธิบายการใช้งาน</p> 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

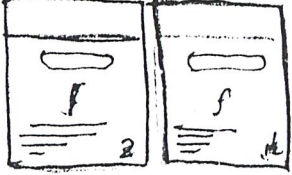

5. ดิน

ปัญหาด้านการอำนวยความสะดวกและการคุ้มครองผลิตภัณฑ์(Convenience&Protection)

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
<p>5.1 กล่องเก็บดินแบบRICO PLASTICCOVER จะเหมาะสมที่สุดในการพิจารณา แต่ขาดการระบายความชื้นที่ดีพอ ทำให้ลื่นขึ้นราได้ง่าย</p> 	<p>5.1 อาจออกแบบให้ กล่องเก็บดินมีรูระบายความชื้นมากขึ้น</p> 
<p>5.2 กล่องเก็บดินไม่มีเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ที่ทำให้ใส่ดินถูกทาง</p> 	<p>5.2 อาจออกแบบให้กล่องเก็บดินมีเครื่องหมายที่บอกทิศทางการเก็บดินที่ถูกต้อง</p> 
<p>5.3 ในสภาพการใช้งานจริง กล่องกระดาษที่ใช้เป็นแบบTUCK CARTONทำให้ต้องเทออกมาเพื่อเลือกดินที่ใช้งานเพียงดินเดียว(เนื่องจากดินแต่ละอันให้เสียงไม่เหมือนกัน)</p> 	<p>5.3 อาจออกแบบให้กล่องเก็บดิน สามารถดึงออกมาได้เหมือนลิ้นชัก เพื่อสะดวกในการเลือก</p> 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่จำกัดสิทธิ์ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

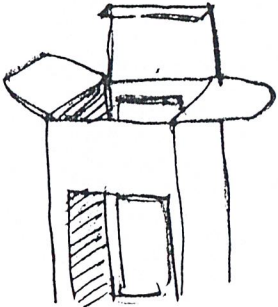
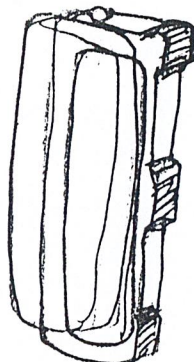
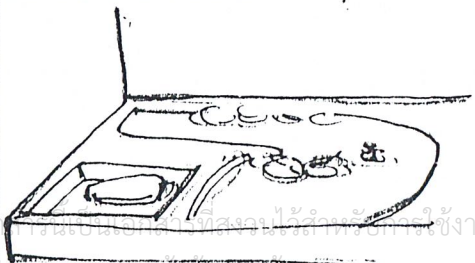
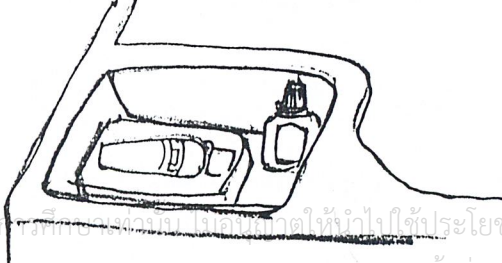
ปัญหาด้านการสื่อสารและส่งเสริมการขาย(Promotion)

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
<p>5.4 ขาดการสื่อสารถึงลักษณะความแตกต่างของสินค้าแต่ละชนิด(สินค้ายาวจะให้เสียงที่สูงกว่า)สินค้าของแช็ก, สินค้าของคลาริเน็ต</p> 	<p>5.4 อาจออกแบบกราฟิกบนกล่องให้บ่งบอกถึงลักษณะพิเศษ และความแตกต่างของเครื่องดนตรีให้ชัดเจน</p> 

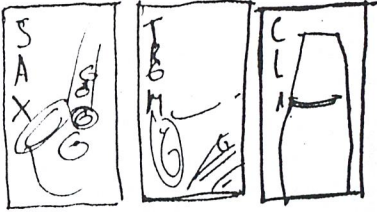
เนื่องจากกำหนดทั้ง 3 ชนิดมีปัญหาเดียวกันจึงขอก่อรวมนั้นดังนี้

6. กำพรวดแช็กโซโฟน, คลาริเน็ต, เครื่องทองเหลือง

ปัญหาด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์และอำนวยความสะดวก(Protection&Covenience)

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
<p>6.1 กล่องที่ใส่กำพรวดในปัจจุบัน ทุกยี่ห้อเป็นเพียงTUCK CARTON ไม่มีวัสดุรองรับใดๆอยู่ภายใน ซึ่งไม่อาจคุ้มครองกำพรวดได้ เมื่อเกิดการกระแทกหรือตกหล่น</p> 	<p>6.1 อาจออกแบบเพิ่มส่วนคุ้มครองเช่นกล่อง/ ถาดพลาสติก เพื่อรองรับแรงกระแทก</p> 
<p>6.2 การเก็บกำพรวดโดยส่วนมากภายหลังการเล่นคือ การใส่ไว้ในช่องเก็บอุปกรณ์เล็กที่มีภายในกล่องเครื่องดนตรี อาจทำให้เกิดรอยขีดข่วนหรือโดนคราบน้ำมันได้</p> 	<p>6.2 ออกแบบให้กล่อง/ถาด ให้สามารถใส่เก็บกำพรวดภายหลังใช้งานเพื่อป้องกันกำพรวดจากรอยขีดข่วนและคราบสกปรกต่างๆได้สะดวกและเหมาะสม</p> 

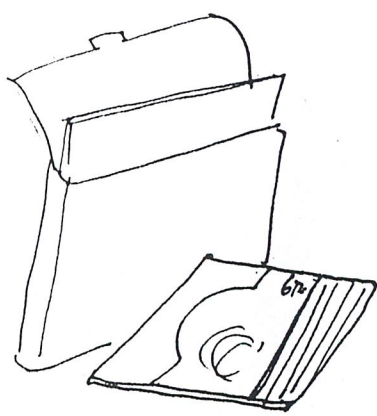
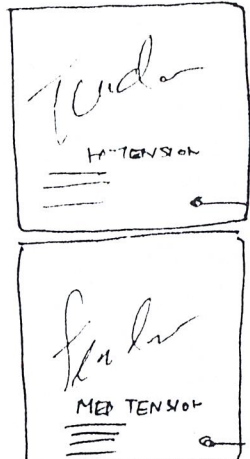
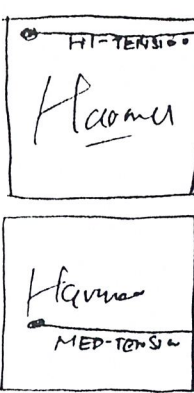
ปัญหาด้านสื่อความและส่งเสริมการขาย(Promotion)

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
6.3 ต้องการให้ข้อมูลและแสดงความแตกต่างระหว่างกำพรวดชนิดต่างๆ ควรบอกให้ชัดเจนเกี่ยวกับชื่อเครื่องดนตรี	<p>6.3 อาจออกแบบกราฟิกเพื่อแสดงความแตกต่างระหว่างประเภทของเครื่องดนตรี เพื่อให้ข้อมูลที่ชัดเจนแก่ผู้ซื้อ</p> 
6.4 โครงสร้างและกราฟิกขาดความโดดเด่นการดึงดูดและการสร้างความประทับใจต่อตัวผลิตภัณฑ์	<p>6.4 อาจออกแบบวิธีการจัดเก็บ โครงสร้างและกราฟิกซึ่งมีเอกลักษณ์โดดเด่น สร้างความเชื่อถือประทับใจให้กับตัวผลิตภัณฑ์</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. สาย

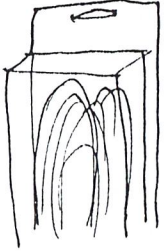
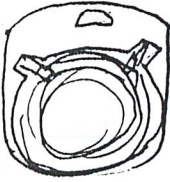
ปัญหาด้านการสื่อสารและส่งเสริมการขาย(PROMOTION)

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
<p>7.1 กราฟิกระบายการอธิบายวิธีการใช้งานสำหรับผู้เริ่มเล่นอาจสับสนในเรื่องตำแหน่งการใส่สายได้</p>	<p>7.1 ควรมีภาพประกอบคำอธิบายในเรื่องวิธีการใส่สาย เพื่อให้ผู้บริโภคเริ่มเล่นเข้าใจได้สะดวก และมี กราฟฟิกที่ดึงดูด น่าสนใจ</p> 
<p>7.2 รูปแบบของผลิตภัณฑ์เดิมแทบทุกยี่ห้อแบ่งชนิดของความตึงของสาย(Tension)ด้วยตัวอักษรกับสีเท่านั้น ต้องใช้เวลาในการเข้าใจ</p> 	<p>7.2 อาจออกแบบให้กราฟิกระบายได้เข้าใจง่ายถึงชนิดของสายที่แตกต่างกันได้ชัดเจนและรวดเร็ว</p> 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. สายสัญญาณเสียง

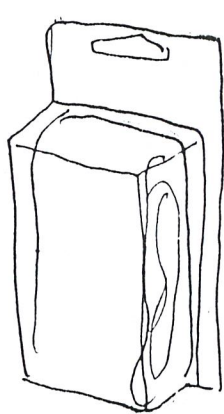
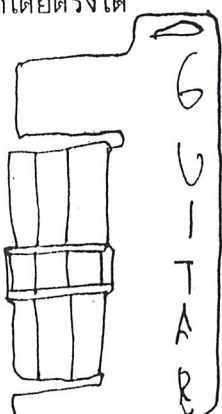
ปัญหาด้านการถือครองและส่งเสริมการขาย(PROMOTION)

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
8.1 ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในท้องตลาดกราฟฟิกขาดการดึงดูด และการสร้างความประทับใจ 	8.1 อาจออกแบบให้กราฟฟิกมีความโดดเด่นดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อ เนื่องจากการตัดสินใจซื้อของสินค้าชนิดนี้แต่เดิมใช้ราคากับยี่ห้อเป็นปัจจัยหลัก 
8.2 ต้องการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้งาน, การดูแลรักษา, และความยาวที่เข้าใจได้ง่าย	8.2 อาจออกแบบให้มีกราฟิกแสดงข้อมูลในด้านต่างๆอย่างครบถ้วนและเข้าใจง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. สายสะพาย

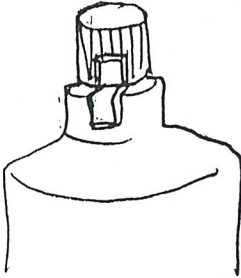
ปัญหาด้านการสื่อสารและส่งเสริมการขาย(Promotion)

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
<p>9.1 ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในท้องตลาด โครงสร้างและกราฟฟิกขาดการดึงดูด และการสร้างความประทับใจ</p> 	<p>9.1 อาจออกแบบให้กราฟฟิกมีความโดดเด่นดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อ เนื่องจากการตัดสินใจซื้อของสินค้าชนิดนี้แต่เดิมใช้ราคากับยี่ห้อเป็นปัจจัยหลักโดยอาจออกแบบให้ผู้ซื้อสัมผัสสินค้าโดยตรงได้</p> 
<p>9.2 ต้องการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้งาน, การดูแลรักษา, และความยาวที่เข้าใจได้ง่าย</p>	<p>9.2 อาจออกแบบให้มีกราฟฟิกแสดงข้อมูลในด้านต่างๆอย่างครบถ้วนและเข้าใจง่าย</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10. สเปรย์เคลือบผิว

ปัญหาด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์(PROTECTION)

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
10.1 ต้องการป้องกันการเกิดก่อนจำหน่ายขณะวางขาย เนื่องจากเป็นสินค้าที่ผู้ใช้มักลองฉีดพ่นดูก่อนและซื้อกระป๋องอื่น	10.1 าจออกแบบให้มีการป้องกันการเกิดก่อนมีการจำหน่าย เช่น มีสติ๊กเกอร์ติดระหว่างฝาและกระป๋อง หรือ ใช้Shrink Wrap หุ้มกระป๋องอีกที 

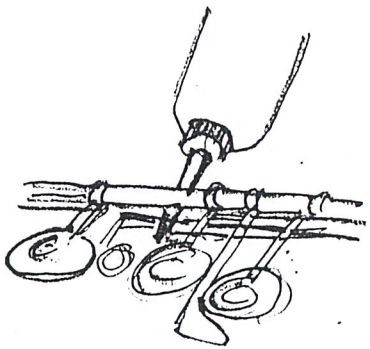
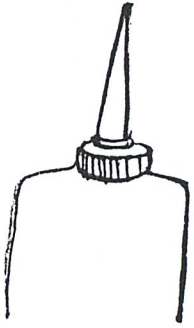
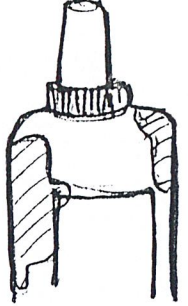
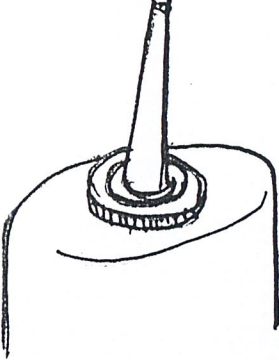
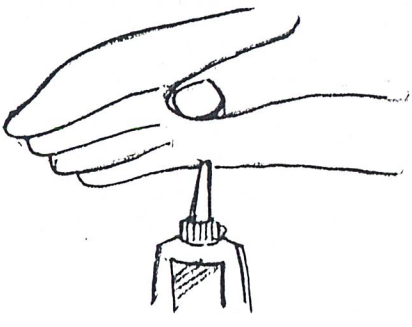
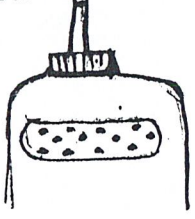
ปัญหาด้านการสื่อความและส่งเสริมการขาย(Promotion)

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
10.2 ต้องการให้ข้อมูลและแสดงความแตกต่างของสเปรย์ทั้ง2ประเภท ช่วยให้ผู้ซื้อเข้าใจง่าย	10.2 อาจออกแบบกราฟิก เพื่อแสดงความแตกต่างระหว่างประเภทให้ข้อมูลที่ชัดเจนแก่ผู้ซื้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

11. น้ำมันหยอดกลไก(Machanic Oil)

ปัญหาด้านการคุ้มครองอำนวยความสะดวก(Protection&Convenience)

ปัญหาเงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
<p>11.1 บริเวณที่หยอดน้ำมันในบางจุด เป็นช่องเล็ก ๆ ต้องแห่ปากเข้าไปหยอด และต้องควบคุมปริมาณน้ำมันให้เหมาะสม</p>	<p>11.1 อาจออกแบบให้มีปลายปากเรียวเล็ก เพื่อสอดเข้าไปในช่องเล็กๆ ได้สะดวก และควบคุมปริมาณน้ำมันได้เหมาะสม</p>
	
<p>11.2 ขวดแบบเดิมมีปัญหาเรื่องการเปื้อนของน้ำมันที่ข้างขวด เนื่องจากหลังการใช้งาน น้ำมันจะไหลกลับลงมาข้างขวด</p>	<p>11.2 อาจออกแบบให้มีร่องสำหรับกักน้ำมันที่ปากขวด เพื่อป้องกันการไหลกลับของน้ำมัน</p>
	
<p>11.3 ตัวขวดแบบเดิมอาจลื่นหลุดมือได้เมื่อเปื้อนน้ำมัน</p>	<p>11.3 อาจออกแบบให้มีร่องสำหรับจับหรือมีผิวกันลื่นที่บริเวณจับ</p>
	

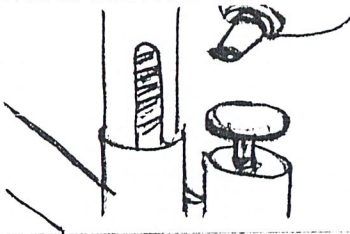
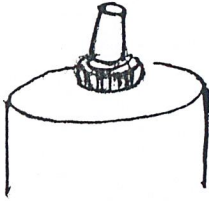
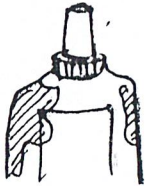
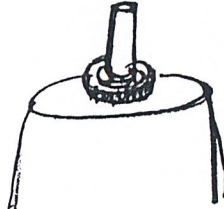


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาด้านการสื่อความและส่งเสริมการขาย(Promotion)

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
11.4 กราฟิกบนขวดขาดการสื่อความ ไม่ดึงดูดให้ซื้อสินค้า อีกทั้งยังไม่แสดงการใช้งานว่าใช้กับส่วนใดของเครื่องดนตรี	11.4 อาจออกแบบให้กราฟิก มีการสื่อความถึงตำแหน่งการใช้งานของเครื่องดนตรี รวมทั้งออกแบบให้กราฟิกมีความโดดเด่นน่าสนใจ

12. น้ำมันลูกสูบ(VALUE OIL)

ปัญหาด้านการอำนวยความสะดวก(Convenience)

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
12.1 ปลายปากของน้ำมันหยอดตัวฉ่ำ จะใหญ่และสั้นกว่าน้ำมันหยอดกลไก เนื่องจากไม่ต้องการการสอดเข้าไปหยอดในจุดเล็กๆและต้องการปริมาณน้ำมันมากกว่า 	12.1 อาจออกแบบให้ปลายท่อหยอดน้ำมันมีขนาดรูและความยาวที่เหมาะสมกับปริมาณน้ำมันที่ไหลออกมา 
12.2 ขวดแบบเดิมมีปัญหาเรื่องการเปราะเปื้อนของน้ำมันที่ข้างขวด เนื่องจากหลังการใช้งาน น้ำมันจะไหลกลับลงมาข้างขวด 	12.2 อาจออกแบบให้มีร่องสำหรับกักน้ำมันที่ปากขวดเพื่อป้องกันการไหลกลับของน้ำมัน 
12.3 ตัวขวดแบบเดิมอาจฉีกหลุดมือได้เมื่อเปื้อนน้ำมัน 	12.3 อาจออกแบบให้มีร่องสำหรับจับหรือมีผิวกันลื่นที่บริเวณจับ 



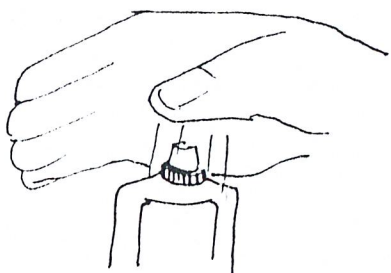

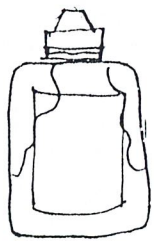
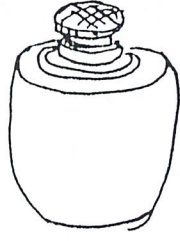
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งไปสำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่มีการคืนค่าลิขสิทธิ์ อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาด้านการสื่อสารและความส่งเสริมการขาย(PROMOTION)

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
12.4 มีปัญหาและแนวทางแก้ปัญหาในด้านนี้ เช่นเดียวกับข้อ 11.4	

13. น้ำมันทาสาย(String Oil)

ปัญหาด้านการอำนวยความสะดวก(Convenience)

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
<p>13.1 น้ำมันสำหรับเช็ดสายโดยมาก จะเทน้ำมันลงบนผ้าเพื่อเช็ดคราบสนิมออกจากสาย ซึ่งกินน้ำมันมากเพราะน้ำมันอาจนองในบริเวณวงแคบ</p> 	<p>13.1 อาจออกแบบให้มีลักษณะปากที่มีส่วนปลายเป็นสีกหลาดช่วยในการทาน้ำมันคล้ายกับยี่ห้อ "Fast Fret"</p> 
<p>13.2 ตัวขวดแบบเดิมอาจลื่นหลุดมือได้เมื่อเปื้อนน้ำมัน</p> 	<p>13.2 ออกแบบให้มีร่องสำหรับจับหรือมีผิวกันลื่นบริเวณที่จับ</p> 
<p>13.3 บริเวณข้างขวดอาจมีคราบน้ำมันที่ไหลย้อนลงมาทำให้สกปรกและลื่นได้</p> 	<p>13.3 อาจออกแบบให้ปากขวดมีปากที่กักน้ำมันไม่ให้ไหลย้อนลงมาที่ข้างขวดได้</p> 

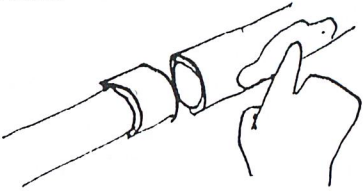

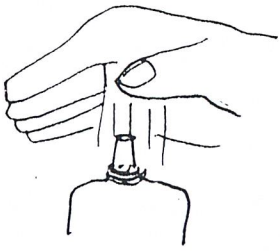
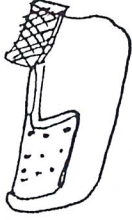
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับควรใช้วงเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาด้านการสื่อความและส่งเสริมการขาย(PROMOTION)

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
13.4 มีปัญหาและแนวทางแก้ปัญหาในด้านนี้ เช่นเดียวกับข้อ 11.4	

14. น้ำมันทาข้อต่อ(Joint Oil)

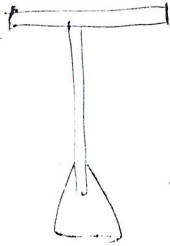
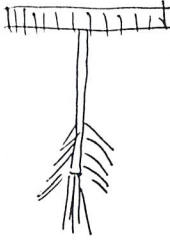
ปัญหาด้านการอำนวยความสะดวก(Convenience)

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
<p>14.1 ปัญหาของการทาน้ำมันข้อต่อคือ บริเวณรอยต่อจะมีลักษณะเป็นท่อกลม เดิมใช้การหยदन้ำมันลงบนท่ออาจใช้นิ้วช่วยในการเสแงเพื่อให้ทั่วทำให้มือเปื้อนและไม่สะดวก</p> 	<p>14.1 อาจออกแบบขวดที่มีฟองน้ำติดอยู่ที่ปลายเพื่อช่วยในการกระจายน้ำมัน และทำให้ทาน้ำมันได้ทั่วโดยไม่ต้องใช้มือช่วย</p> 
<p>14.2 อาจมีการเปราะเปื้อนของน้ำมันทำให้ขวดลื่น และหล่นเสียหายได้</p> 	<p>14.2 ออกแบบให้มีร่องสำหรับจับหรือมีผิวกันลื่นบริเวณที่จับเพื่อช่วยให้จับถนัดไม่ลื่น</p> 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

18. กาวติดไม้, ลักหลาด

ปัญหาด้านอำนวยความสะดวก(Convenience)

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
<p>18.1 กาวที่ใช้ติดไม้ปกติเป็นกระป๋องเพียงอย่างเดียว ใช้งานยาก ส่วนรุ่นที่มีแปรงที่ติดมากับขวด กาวก็มีขนาดใหญ่เกินความต้องการใช้งาน</p> 	<p>18.1 อาจออกแบบให้มีแปรงสำเร็จรูปอยู่ด้วย และควรมีลักษณะของแปรงที่ใช้งานต่างกันได้หลายงาน เช่น มีลักษณะของขนสั้นและยาวในอันเดียว</p> 
<p>18.2 ขวดกาวควรป้องกันการไหลเอี่ยมหรือรั่วไหลของเนื้อกาวได้ดี</p>	<p>18.2 อาจออกแบบให้บริเวณปากขวดมีการป้องกันการรั่วซึมของกาวและกันกาวไหลเอี่ยม โดยอาจมีส่วนที่เป็นร่องช่วยกันกาวไหลลงข้างขวดได้</p>

ปัญหาด้านสื่อความและส่งเสริมการขาย(Promotion)

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
<p>18.3 ผลิตภัณฑ์เดิมใช้งานในวงกว้างๆ จึงควรที่จะออกแบบใหม่ให้สื่อได้ถึงเครื่องดนตรีเป็นการเฉพาะ</p>	<p>18.3 อาจออกแบบให้กราฟิกดึงดูดความสนใจและสื่อความเกี่ยวกับดนตรี</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาด้านสื่อความและส่งเสริมการขาย(Promotion)

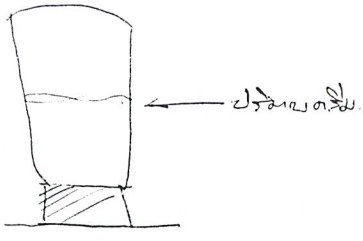
ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
16.2 ควรออกแบบกราฟิกข้างผลิตภัณฑ์ให้สามารถสื่อความเป็นเครื่องดนตรีได้ชัดเจน	16.2 อาจออกแบบให้กราฟิกมีภาพที่แสดงให้เห็นภาพลักษณ์ของดนตรี เช่น ภาพประกอบ, ลีลีน, ตัวอักษร
16.3 ควรบอกวิธีใช้งานข้างบรรจุภัณฑ์โดยละเอียดให้เข้าใจง่าย	16.3 อาจออกแบบให้มีภาพประกอบเพื่อแสดงการใช้งานให้เข้าใจง่ายและรวดเร็ว

17. ครีมนำจัดรอยขีดข่วน

ปัญหาด้านสื่อความและส่งเสริมการขาย(Promotion)

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
17.1 ผลิตภัณฑ์เดิมใช้งานในวงกว้างมากได้แก่ ลีเคือบทัวๆไป เช่น รถยนต์ จึงควรที่จะออกแบบใหม่ให้สื่อได้ถึงเครื่องดนตรีเป็นการเฉพาะ	17.1 อาจออกแบบให้กราฟิกดึงดูดความสนใจและสื่อความเกี่ยวกับดนตรี
17.2 กราฟิกที่ประกอบการใช้งานควรสื่อความถึงการใช้งานที่ถูกต้อง และเข้าใจง่าย	17.2 อาจออกแบบกราฟิกประกอบการใช้งานโดยใช้รูปภาพอธิบายได้ชัดเจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

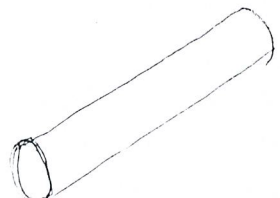
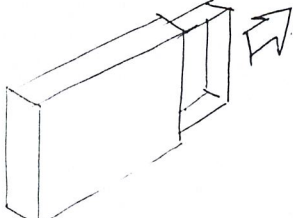
ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
15.3 ครีมจากกองอยู่ที่ก้นขวดทำให้บีบใช้ได้ยากเมื่อปริมาณพร่องลง	15.3 ออกแบบให้ฝาขวดสามารถคว่ำเป็นฐานวางได้สะดวก ไม่ล้มง่าย 

ปัญหาด้านการสื่อความและส่งเสริมการขาย(Promotion)

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
15.4 ผลิตภัณฑ์เดิมไม่มีจุดขายในด้านเครื่องดนตรีมากนักทำให้ผู้บริโภคไม่ซื้อมาใช้ โครงสร้างและกราฟิกไม่โดดเด่นน่าสนใจ	15.4 ออกแบบโครงสร้างและกราฟิก ให้มีความน่าสนใจและบ่งบอกข้อมูลในเรื่องเครื่องดนตรีที่ใช้ทำงาน

16. เม็ดทำความสะอาด

ปัญหาด้านอำนวยความสะดวก(Convenience)

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
16.1 ผลิตภัณฑ์เดิมมีขนาดยาวและใหญ่เกินไป ทำให้พกพาไม่สะดวก 	16.1 อาจออกแบบให้มีรูปทรงที่ประหยัดพื้นที่ โดยการออกแบบลักษณะเม็ด และบรรจุภัณฑ์ให้มีรูปทรงที่เหมาะสม 

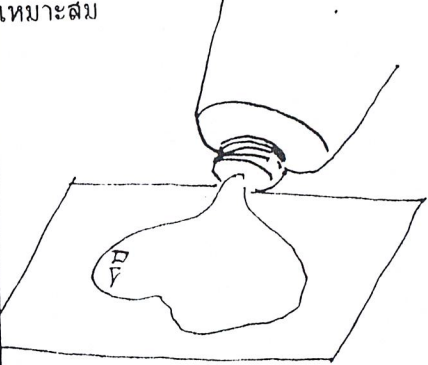

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้拿去ใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาด้านการสื่อความและส่งเสริมการขาย(Promotion)

ปัญหาเงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
14.3 มีปัญหาและแนวทางแก้ปัญหาในด้านนี้ เช่นเดียวกับข้อ 11.4	

15. ครีมนวดแลหน้า

ปัญหาด้านอำนวยความสะดวก(Convenience)

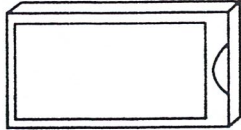
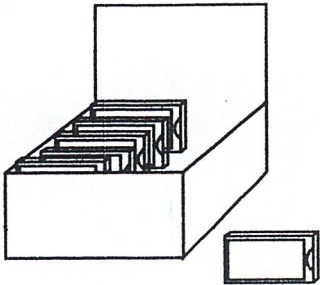
ปัญหาเงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
<p>15.1 ครีมนวดแลหน้า มีความชันต่างกับน้ำมัน ตัวนั้นจึงควรมีลักษณะปากที่ควบคุมการไหลได้เหมาะสม</p> 	<p>15.1 ออกแบบให้ปากขวดมีลักษณะที่เหมาะสมกับความชันของครีม ทำให้ให้สามารถบีบได้สะดวก</p>
<p>15.2 ขวดจำเป็นต้องมีการบีบจึงควรรใช้วัสดุที่เหมาะสม สามารถคืนตัวได้ดี</p> 	<p>15.2 เลือกใช้วัสดุที่เหมาะสม มีการคืนตัวที่ดี และมีความทนทาน</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

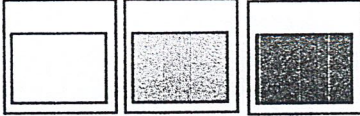
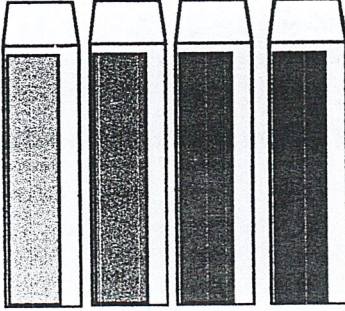
ขอบเขตของงาน

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน		
เครื่องหมายการค้า				HARMON	<input type="checkbox"/> Containment <input type="checkbox"/> Protection <input type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input type="checkbox"/> ออกแบบ	-โครงสร้าง -ขนาด
						กราฟฟิก <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input type="checkbox"/> ออกแบบ เหนือลักษณะร่วม	กราฟฟิกหลัก - กราฟฟิกร่วม

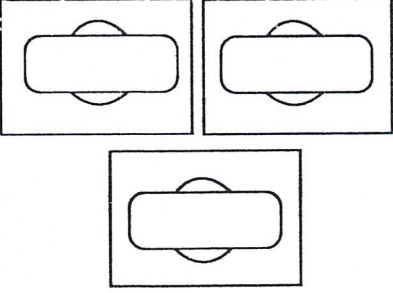
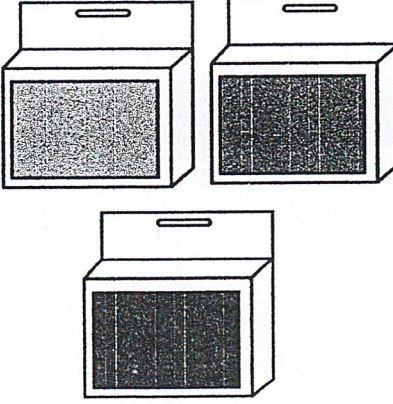
ขอบเขตของงาน

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน			
1.กระดาษขี้นวม		100 แผ่น	Primary Package	ซองกระดาษ 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ -ป้องกันารเปิด ทำให้กระดาษเสียหาย	1โครงสร้าง 1ขนาด	
						กราฟฟิก <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input type="checkbox"/> ออกแบบ เอกลักษณ์ร่วม -ออกแบบให้โดดเด่น แสดงการใช้งานที่ถูกต้อง	1กราฟฟิกหลัก - กราฟฟิกร่วม	
		50 ซอง	Display Package	กล่องกระดาษ Folding Carton 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	1โครงสร้าง 1ขนาด	
						กราฟฟิก <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input type="checkbox"/> ออกแบบ เอกลักษณ์ร่วม -แสดงตำแหน่งการใช้งาน ชัดเจน -บอกชนิดเครื่องดนตรี	1กราฟฟิกหลัก - กราฟฟิกร่วม	

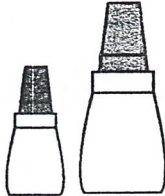
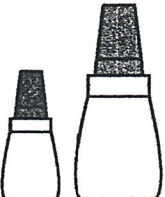
ขอบเขตของงาน

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน			
2.พม่าเช็ดเครื่องดนตรี	-พม่าสำลี -พม่าชุบน้ำยา บัดเงิน -พม่าชุบน้ำยา บัดทองเหลือง	1 แผ่น	Primary Package	ช่องพลาสติก 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input checked="" type="checkbox"/> มาตรฐาน <input type="checkbox"/> ออกแบบ	1โครงสร้าง 1ขนาด	
						กราฟฟิก <input type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ เอกลักษณ์ร่วม -บอกข้อดีเด่นของสินค้า รวมทั้งข้อมูลต่างๆครบ -กราฟฟิกมีความโดดเด่น และมีCI		1กราฟฟิกหลัก 3กราฟฟิกร่วม
3.น้ำยาทำความสะอาด	-BRASS -SILVER -WOOD -STRING	-110cc	Primary Package	บวดพลาสติก 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ -ป้องกันการล้มง่ายและ การกลิ้ง -ออกแบบพม่าให้ใช้งาน สะดวก	1โครงสร้าง 1ขนาด	
						กราฟฟิก <input type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ เอกลักษณ์ร่วม -มีความโดดเด่นและมีCI -แสดงข้อมูลครบถ้วน -สื่อถึงชนิดของน้ำยาได้ ชัดเจนและรวดเร็ว		1กราฟฟิกหลัก 4กราฟฟิกร่วม

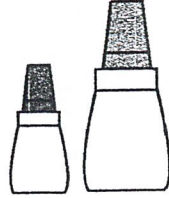
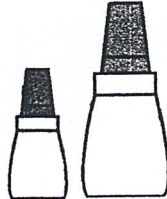
ขอบเขตของงาน

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน		
4.แปรงทำความสะอาด	-Small -Medium -Large	1 ชั้น	Primary Package	ภาดพลาสติก 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ -ออกแบบให้ถอดเก็บเลือกแปรงให้สวยงามและกันการเสียหายได้ดี -สามารถเก็บแปรงได้ดีหลังการใช้งาน	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
						กราฟฟิก <input type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบเอกลักษณะร่วม	1 กราฟฟิกหลัก 3 กราฟฟิกร่วม
			Secondary Package	กล่อง 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input checked="" type="checkbox"/> มาตรฐาน <input type="checkbox"/> ออกแบบ -บรรจุภัณฑ์ที่สามารถแขวนได้ -บรรจุภัณฑ์สามารถคุ้มครองสินค้าได้ดี	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
						กราฟฟิก <input type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบเอกลักษณะร่วม -บอกข้อมูลครบถ้วน -มีความโดดเด่นและ มี CI	1 กราฟฟิกหลัก 3 กราฟฟิกร่วม

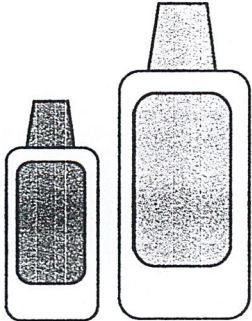
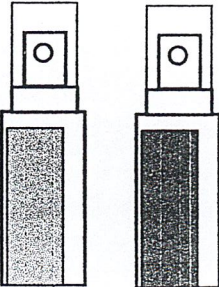
ขอบเขตของงาน

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน		
5.น้ำมันหยอดกลไก	-เล็ก -ใหญ่	-50cc -100cc	Primary Package	ขวด 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ -มีขาค้ำน้ำหนักไหลเยิ้ม -ปากขวดที่เหมาะสม: สก๊อบ ตำแหน่งการหยอดแผล: ปริมาณน้ำมัน -มีร่องกันลื่นที่ข้างขวด	1โครงสร้าง 2ขนาด
						กราฟฟิก <input type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ: <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ เอกลักษณ์ร่วม -แสดงข้อมูลครบถ้วน -มีความโดดเด่นน่าสนใจ	1กราฟฟิกหลัก 2กราฟฟิกร่วม
6.น้ำมันหยอดวาล์ว	-เล็ก -ใหญ่	-50cc -100cc	Primary Package	ขวด 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ -มีขาค้ำน้ำหนักไหลเยิ้ม -ปากขวดที่เหมาะสม: สก๊อบ ตำแหน่งการหยอดแผล: ปริมาณน้ำมัน -มีร่องกันลื่นที่ข้างขวด	1โครงสร้าง 2ขนาด
						กราฟฟิก <input type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ: <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ เอกลักษณ์ร่วม -แสดงข้อมูลครบถ้วน -มีความโดดเด่นน่าสนใจ	1กราฟฟิกหลัก 2กราฟฟิกร่วม

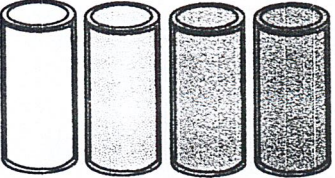
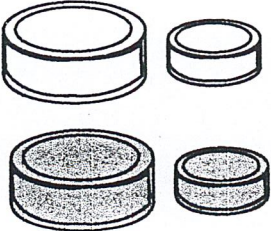
ขอบเขตของงาน

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน			
7.น้ำมันทาข้อต่อ	-เล็ก -ใหญ่	-50cc -100cc	Primary Package	ขวด 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง	<input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ -มีน้ำหนักน้ำมันไหลย้อย -ปากขวดมีฟองน้ำช่วย ในการทาน้ำมันโดย ไม่ลอะมือ -มีร่องกันลื่นที่ข้างขวด	1โครงสร้าง 2ขนาด
						กราฟฟิก	<input type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ เอกลักษณ์ร่วม -บ่งบอกข้อมูลครบถ้วน -มีความโดดเด่นและมีCI	1กราฟฟิกหลัก 2กราฟฟิกร่วม
8.น้ำมันทาสาย	-เล็ก -ใหญ่	-50cc -100cc	Primary Package	ขวด 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง	<input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ -มีน้ำหนักน้ำมันไหลย้อย -ปากขวดใช้สีกหลายช่วย ในการทาน้ำมันที่สายได้ สะดวกรวดเร็ว -มีร่องกันลื่นที่ข้างขวด	1โครงสร้าง 2ขนาด
						กราฟฟิก	<input type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ เอกลักษณ์ร่วม -บ่งบอกข้อมูลครบถ้วน -มีความโดดเด่นและมีCI	1กราฟฟิกหลัก 2กราฟฟิกร่วม

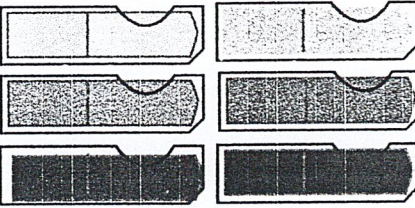
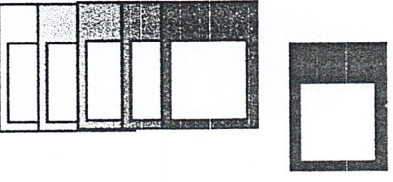
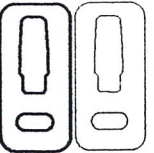

ขอบเขตของงาน

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน		
9.ครีมดูแลหนัง	-เล็ก -ใหญ่	-50cc -100cc	Primary Package	ขวดพลาสติก 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ -ขวดสามารถบีบและคืนตัวได้ดี -ฝาใช้คว่ำเพื่อให้ครีมตกไปอยู่ที่ปากขวด -ปากขวดมีขนาดและลักษณะที่เหมาะสมกับการใช้งาน	1โครงสร้าง 2ขนาด
						กราฟฟิก <input type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม -มีความโดดเด่นและมีCI -แสดงข้อมูลครบถ้วน	1กราฟฟิกหลัก 2กราฟฟิกร่วม
10.สเปรย์เคลือบผิว	-โลหะ -ไม้เคลือบ แล็คเกอร์	110cc	Primary Package	ขวดสเปรย์มือ 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input checked="" type="checkbox"/> มาตรฐาน <input type="checkbox"/> ออกแบบ -มีการป้องกันการเปิดก่อนการจำหน่าย	1โครงสร้าง 1ขนาด
						กราฟฟิก <input type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม -บอกข้อดีเด่นของสินค้ารวมทั้งข้อมูลต่างๆครบ -กราฟฟิกมีความโดดเด่นและมีCI	1กราฟฟิกหลัก 2กราฟฟิกร่วม

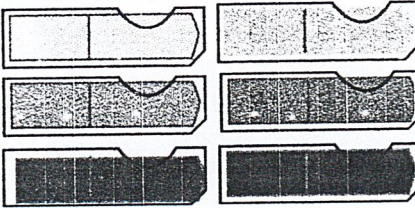
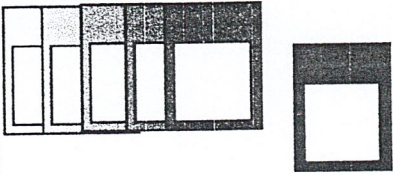
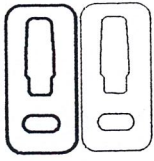
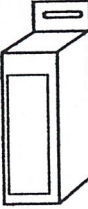
ขอบเขตของงาน

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน		
11.เม็ดทำความสะอาด	-บีบท์ -ลัม -แอบเปิ้ล -สมุนไพร	15 เม็ด	Primary Package	ขวดพลาสติก 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ -ออกแบบให้กระป๋องพกพาง่าย -ป้องกันสินค้าจากความชื้นได้ดี	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
						กราฟฟิก <input type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม -บอกวิธีใช้งานให้เข้าใจง่าย -มีความโดดเด่น	1 กราฟฟิกหลัก 4 กราฟฟิกร่วม
12.ครีมกำจัดรอยขีดข่วน		-ใหญ่ 200 g -เล็ก 100 g	Primary Package	กระป๋องพลาสติก 	<input type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input checked="" type="checkbox"/> มาตรฐาน <input type="checkbox"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 2 ขนาด
						กราฟฟิก <input type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม -บอกวิธีใช้งานให้เข้าใจง่าย -มีความโดดเด่น	1 กราฟฟิกหลัก 4 กราฟฟิกร่วม

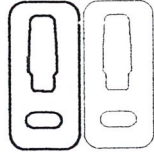

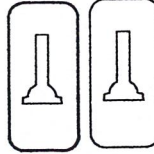
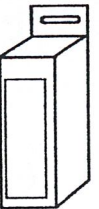
ขอบเขตของงาน

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน			
14.ลิ้น -กล่องพลาสติกคลุมครองลิ้นได้ดี และป้องกันการคดงอ -กล่องเก็บลิ้นสามารถระบายอากาศได้ดี -โครงสร้างบังคับทิศทางวางลิ้นที่ถูกต้อง -กราฟฟิกโดดเด่นน่าสนใจและให้ข้อมูลครบถ้วน -มีความเป็นCI	-แซ็กโซโฟน -ALTO -2" -2 1/2" -TENOR -2" -2 1/2" -คลาริเน็ต -2" -2 1/2"	5 ชั้น	Primary Package	ปลูกพลาสติก 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง	<input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	1โครงสร้าง 3ขนาด
			Secondary Package	กล่องกระดาษ 	<input type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง	<input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	1โครงสร้าง 1ขนาด
					<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input type="checkbox"/> Promotion	กราฟฟิก	<input type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	1กราฟฟิกหลัก 6กราฟฟิกร่วม
					<input type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	กราฟฟิก	<input type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	1กราฟฟิกหลัก 6กราฟฟิกร่วม
15.กำพรวดClarinet -กล่องThermoformingอำนวยความสะดวกในการจัดเก็บสินค้า มีประสิทธิภาพในการจัดเก็บและล็อคชิ้นส่วนภายใน -บรรจุภัณฑ์สามารถเก็บสินค้าได้ดีภายหลังการใช้งาน -มีกราฟฟิกที่แสดงข้อมูลครบถ้วน, มีCI		1 ชั้น	Primary Package	ภาชนะพลาสติกThermoforming 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง	<input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	1โครงสร้าง 1ขนาด
			Secondary Package	กล่องกระดาษ 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง	<input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	1โครงสร้าง 1ขนาด
					<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input type="checkbox"/> Promotion	กราฟฟิก	<input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input type="checkbox"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	1กราฟฟิกหลัก -กราฟฟิกร่วม
					<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input type="checkbox"/> Promotion	กราฟฟิก	<input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input type="checkbox"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	1กราฟฟิกหลัก -กราฟฟิกร่วม


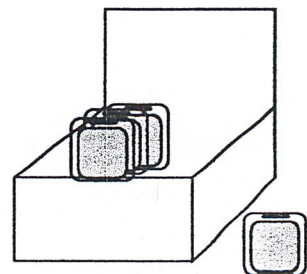
ขอบเขตของงาน

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน			
14.ลิ้น -กล่องพลาสติกคลุมกรองลิ้นได้ดี และป้องกันการคดงอ -กล่องเก็บลิ้นสามารถระบายอากาศได้ดี -โครงสร้างบังคับทิศทางวางลิ้นที่ถูกต้อง -กราฟฟิกโดดเด่นน่าสนใจและให้ข้อมูลครบถ้วน -มีความเป็นCI	-แซ็กโซโฟน -ALTO -2" -2 1/2" -TENOR -2" -2 1/2" -คลาริเน็ต -2" -2 1/2"	5 ชั้น	Primary Package	ปกอกพลาสติก 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง	<input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	1โครงสร้าง 3ขนาด
			Secondary Package	กล่องกระดาษ 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง	<input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	1โครงสร้าง 1ขนาด
						กราฟฟิก	<input type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ เอกลักษณ์ร่วม	1กราฟฟิกหลัก 6กราฟฟิกร่วม
						กราฟฟิก	<input type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ เอกลักษณ์ร่วม	1กราฟฟิกหลัก 6กราฟฟิกร่วม
15.กำพรวดClarinet -กล่องThermoformingอำนวยความสะดวกในการจัดเก็บสินค้า มีประสิทธิภาพในการจัดเก็บและสื่อคลื่นส่วนภายใน -บรรจุภัณฑ์สามารถเก็บสินค้าได้ดี ภายหลังจากใช้งาน -มีกราฟฟิกที่แสดงข้อมูลครบถ้วน, มีCI		1 ชั้น	Primary Package	ภาตพลาสติกThermoforming 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง	<input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	1โครงสร้าง 1ขนาด
			Secondary Package	กล่องกระดาษ 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง	<input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	1โครงสร้าง 1ขนาด
						กราฟฟิก	<input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input type="checkbox"/> ออกแบบ เอกลักษณ์ร่วม	1กราฟฟิกหลัก -กราฟฟิกร่วม
						กราฟฟิก	<input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input type="checkbox"/> ออกแบบ เอกลักษณ์ร่วม	1กราฟฟิกหลัก -กราฟฟิกร่วม

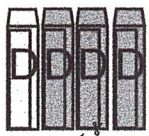
ขอบเขตของงาน

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน	
ผลิตภัณฑ์	สูตร	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน				
16. ก้าวรวด Saxophone -Alto -Tenor -กล่อง Thermoforming อำนวยความสะดวกในการจัดเก็บสินค้า มีประสิทธิภาพในการจัดเก็บและล็อกชิ้นส่วนภายใน -บรรจุภัณฑ์สามารถเก็บสินค้าได้ดี ภายหลังจากการใช้งาน -มีกราฟิกที่แสดงข้อมูลครบถ้วน, มี CI		1 ชั้น	Primary Package	ภาดพลาสติก Thermoforming 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด		
			Secondary Package	กล่องกระดาษ 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด		
						<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input type="checkbox"/> Promotion	กราฟฟิก <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input type="checkbox"/> ออกแบบ เอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟฟิกหลัก -กราฟฟิกร่วม	
						<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	กราฟฟิก <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input type="checkbox"/> ออกแบบ เอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟฟิกหลัก -กราฟฟิกร่วม	
17. ก้าวรวดเครื่องทองเหลือง -Trumpet -Tuba -French Horn -Trombone -กล่อง Thermoforming อำนวยความสะดวกในการจัดเก็บสินค้า มีประสิทธิภาพในการจัดเก็บและล็อกชิ้นส่วนภายใน -บรรจุภัณฑ์สามารถเก็บสินค้าได้ดี ภายหลังจากการใช้งาน -มีกราฟิกที่แสดงข้อมูลครบถ้วน, มี CI		1 ชั้น	Primary Package	ภาดพลาสติก Thermoforming 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด		
			Secondary Package	กล่องกระดาษ 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด		
						<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input type="checkbox"/> Promotion	กราฟฟิก <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input type="checkbox"/> ออกแบบ เอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟฟิกหลัก -กราฟฟิกร่วม	
						<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	กราฟฟิก <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input type="checkbox"/> ออกแบบ เอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟฟิกหลัก -กราฟฟิกร่วม	

ขอบเขตของงาน

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน			
20.สาย	Guitar Folk -Hightension -Mediumtension Guitar Classic -Hightension -Mediumtension Electric Guitar -Hightension -Mediumtension Bass -Hightension -Mediumtension Violin -Hightension -Mediumtension	1 ชุด (6เส้น, 4เส้น)	Primary Package	ซองพลาสติก 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง	<input checked="" type="checkbox"/> มาตรฐาน <input type="checkbox"/> ออกแบบ	1โครงสร้าง 1ขนาด
		20ซอง	Display Package	กล่องกระดาษ Folding Carton 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง	<input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	1โครงสร้าง 1ขนาด
						กราฟฟิก	<input type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ: <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ เอกลักษณ์ร่วม -บอกข้อดีเด่นของสินค้า รวมทั้งข้อมูลต่างๆครบ -กราฟฟิกมีความโดดเด่น และมีCI	1กราฟฟิกหลัก 10กราฟฟิกร่วม
						กราฟฟิก	<input type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ: <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ เอกลักษณ์ร่วม	1กราฟฟิกหลัก 5 กราฟฟิกร่วม

โลโก้ เครื่องหมายการค้า
HARMON



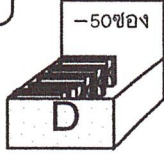
น้ำยาทำความสะอาด

-110cc

หมวดอุปกรณ์ทำความสะอาด

(น้ำยาเหลว) 100.-
Brass, Silver, Wood, String
ขวดพลาสติก(ออกแบบ)
1 กราฟิกลงหลักx4เอกลักษณ์รวม

กระดาษซับนิ้ว



-100 แผ่น

ซองกระดาษ(ออกแบบ) Display
80.-
1 กราฟิกลงหลัก

แปรงทำความสะอาด



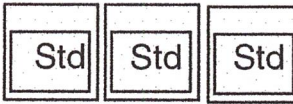
-1 ชิ้น

เล็ก, กลาง, ใหญ่ 150.-
ถาดพลาสติก(ออกแบบ)
กล่องกระดาษ(มาตรฐาน)
1 กราฟิกลงหลักx3เอกลักษณ์รวม

ผ้าเช็ดเครื่องดนตรี

-1 ชิ้น

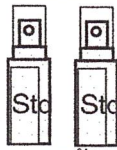
ผ้าล้าลี่ 30.-, ผ้าชุบน้ำยาขัดเงิน 100.-,
ผ้าชุบน้ำยาขัดทองเหลือง 100.-
ซองพลาสติก(มาตรฐาน)
1 กราฟิกลงหลักx2เอกลักษณ์รวม



หมวดอุปกรณ์บำรุงรักษา

สเปรย์เคลือบผิว

-110cc



โลหะ, ไมเคลือบแล็คเกอร์ 100.- ใหญ่ 150.-
ขวดพลาสติก(มาตรฐาน)
1 กราฟิกลงหลักx2เอกลักษณ์รวม

น้ำมัน Mechanic

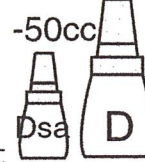
-100cc

(น้ำมัน)

ขวดเล็ก 80.-,

1 โครงสร้าง(ออกแบบ)

1 กราฟิกลงหลักx2เอกลักษณ์รวม



น้ำมัน Value

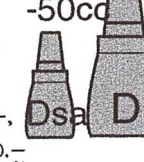
-100cc

(น้ำมัน)

ขวดเล็ก 80.-,

1 โครงสร้าง(ออกแบบ)

1 กราฟิกลงหลักx2เอกลักษณ์รวม



เม็ดยาทำความสะอาด



-15 เม็ดยา

(ยาเม็ด) ขวด 80.-
มินท์, ส้ม, แอปเปิ้ล, ส้มุนไพโร
1 โครงสร้าง(ออกแบบ)
1 กราฟิกลงหลักx4เอกลักษณ์รวม

ครีมดูแลหนัง

-50cc

(ครีมชั้น) ขวดเล็ก 100.-,

1 โครงสร้าง(ออกแบบ)
1 กราฟิกลงหลักx2เอกลักษณ์รวม



น้ำมันทาสาย

-100cc

(น้ำมัน) ขวดเล็ก 80.-,

1 โครงสร้าง(ออกแบบ)

1 กราฟิกลงหลักx2เอกลักษณ์รวม



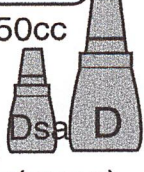
น้ำมันทาขอตอ

-100cc

(น้ำมัน) ขวดเล็ก 80.-,

1 โครงสร้าง(ออกแบบ)

1 กราฟิกลงหลักx2เอกลักษณ์รวม



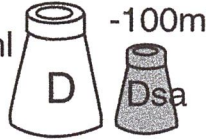
ครีมกำจัดรอยขีดข่วน



-200g/100g
(ครีม) กระจบอง โลหะ, ไม
เล็ก 100.-, ใหญ่ 300.-
1 โครงสร้าง(มาตรฐาน)
1 กราฟิกลงหลักx4เอกลักษณ์รวม

กาวติดไม้, ลักหลาด

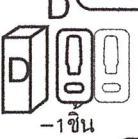
-250ml



(กาวน้ำ) กระจบองพลาสติก+แปรง
เล็ก 50.-, ใหญ่ 100.-
1 โครงสร้าง(ออกแบบ)
1 กราฟิกลงหลักx2เอกลักษณ์รวม

หมวดอุปกรณ์เสริม

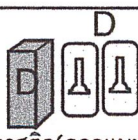
กำพรวด Saxophone



-1 ชิ้น

ถาดพลาสติก(ออกแบบ)(ฐาน+ฝาปิด)
ALTO 400.-, TENOR 400.-
กล่องกระดาษ(ออกแบบ)
1 กราฟิกลงหลักx2เอกลักษณ์รวม

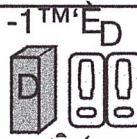
กำพรวดเครื่องทองเหลือง



-1 ชิ้น

ถาดพลาสติก(ออกแบบ)(ฐาน+ฝาปิด)
TRUMPET 1800.-
FRENHORN 900.-
TROMBONE 1200.-
TUBA 1400.-
กล่องกระดาษ(ออกแบบ)
1 กราฟิกลงหลักx4เอกลักษณ์รวม

กำพรวด Clarinet



ถาดพลาสติก(ออกแบบ)
(ฐาน+ฝาปิด) 800.-
กล่องกระดาษ(ออกแบบ)
1 กราฟิกลงหลัก

สายสัญญาณเสียง

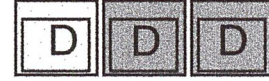


-1 ชิ้น

สั้น, ยาว 50.-, 80.-
Blister Pack(ออกแบบ)
1 กราฟิกลงหลักx2เอกลักษณ์รวม

สายสะพาย

-1 ชิ้น

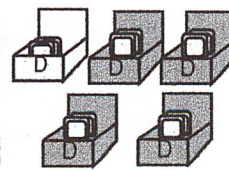


Tubaso.-, Saxophone 100.-
, Guitar 80.-
Blister Pack(ออกแบบ)
1 กราฟิกลงหลักx3เอกลักษณ์รวม

สาย



Guitar Classic-High, Medium 150.-
Guitar Folk-High, Medium 150.-
Electric guitar-High, Medium 200.-
Bass-High, Medium 700.-
Violin-High, Medium 450.-
ซองพลาสติก(มาตรฐาน)
5 กราฟิกลงหลักx2เอกลักษณ์รวม



Display สาย 20 ซอง
1 โครงสร้าง(ออกแบบ)
1 กราฟิกลงหลัก 5 เอกลักษณ์รวม

สรูป	
โครงสร้างออกแบบ	16 โครงสร้าง
โครงสร้างมาตรฐาน	5 โครงสร้าง
กราฟิกลงหลัก	28 กราฟิกลง
จำนวนชิ้นงาน	83 ชิ้นงาน

นโยบายทางการตลาด

เกี่ยวกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

สินค้าที่จัดทำขึ้น มีจุดมุ่งหมายเพื่อจำหน่ายแก่ผู้บริโภคในกลุ่มที่สรุปได้ดังนี้

1. เพศ ชาย > หญิง (เนื่องจากการทำแบบสอบถามพบว่า ปริมาณของเพศชายและหญิงใกล้เคียงกันเมื่ออยู่ในระหว่างเรียน แต่เมื่อจบการศึกษา พบว่าปริมาณเพศหญิงที่ประกอบอาชีพเกี่ยวข้องกับด้านดนตรีน้อยกว่าเพศชายอย่างเห็นได้ชัด ทั้งนี้เนื่องจากสภาพสังคมไทยไม่ค่อยเห็นด้วยนัก)
2. วัย 15 - 30 ปี
3. ระดับฐานะ รายได้ปานกลาง จัดอยู่ในกลุ่ม C+ - B
4. ลักษณะพิเศษ - เป็นนักดนตรี หรือ เล่นดนตรี

ข้อมูลด้านการตลาด

ข้อมูลด้านการตลาดโดยรวม

สภาพตลาดอุปกรณ์ ACCESSORIES สำหรับดูแลทำความสะอาดในประเทศนั้น มีสินค้าอยู่ไม่มาก BRAND นัก ทุกชิ้นเป็นของที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ โดยมี BRAND คือ ยามาฮานอกจากนั้นก็ยังมี BRAND ย่อยๆ คือ Le Blanc, Armstrong, Buffet, King, Conn, Selmer ส่วนอุปกรณ์เสริมนั้นมี BRAND คู่แข่งที่ครองส่วนแบ่งรองลงไป คือ GIPSON, FENDER, IBANEZ, D'ADARIO

สินค้าของ ยามาฮ่า มีแทบจะทุกชนิดในตลาดเครื่องดนตรีแบ่งออกเป็นส่วนต่างๆ ได้หลายส่วน เช่น เครื่องเป่า เครื่องสาย เครื่องประกอบจังหวะ อุปกรณ์ดูแลรักษาเครื่องดนตรี เครื่องดนตรีเพื่อการศึกษามียอดขายรวมของตลาดที่ 250 ล้านบาท เฉพาะตลาดอุปกรณ์ดูแลทำความสะอาดยอดขายอยู่ที่ 50 ล้านบาท ยามาฮ่า มีส่วนแบ่งการตลาดในส่วนของอุปกรณ์ดูแลทำความสะอาดและนำมันชนิดต่างๆ ประมาณ 50% คือประมาณ 25 ล้านบาท โดนส่วนที่เหลือนั้นบอกได้ยากว่าแต่ละ BRAND มีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่เท่าไร เนื่องจากสินค้าของบริษัทอื่นไม่ครอบคลุมอุปกรณ์ทุกชนิด ส่วนอุปกรณ์เสริม เช่น สายเครื่องดนตรีต่างๆ, สายสะพาย, กำพรวดเครื่องเป่าต่างๆ มียอดขายรวมของตลาดประมาณ 23 ล้านบาท ซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดประมาณ 25 %

อัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าตลาดในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา เป็นไปอย่างคงที่ ประมาณ 3.7 เปอร์เซ็นต์ ถึงแม้ว่า เศรษฐกิจจะซบเซาแต่เนื่องจาก เป็นสิ่งที่จำเป็นต้องใช้ในปริมาณเท่าเดิมตลอดเวลา และดนตรีเป็นหนทางที่จะผ่อนคลาย ความเครียดเนื่องจากการทำงาน ข้อสำคัญเนื่องจากราคาของเครื่องดนตรีในกลุ่มนี้ค่อนข้างที่จะสูง ดังนั้นกลุ่มที่มีกำลังซื้อจึงไม่ค่อยเดือดร้อนจากภาวะเศรษฐกิจเท่าไรนัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางวิเคราะห์ชื่อ BRAND NAME

ชื่อ	สะกดหู	ชื่อตีความ ความหมาย	จำง่าย	ทำลูกเล่นทาง กราฟิกได้ง่าย	นำเชื่อถือ	รวม
1.VIBRATO	3	3	2	2	2	12
2.HARMON	3	3	3	3	2	14
3.PERFECT FIFTH	1	2	1	2	1	7
4.MELODIO	3	3	1	1	1	9
5.TRIADS	1	2	1	1	1	6
6.CROMATE	1	1	1	1	1	5
7.U-HERTZ	2	2	2	1	1	8
8.PLUG'n PLAY	1	1	3	1	1	7
9.PLUG'N ROLL	2	2	2	1	1	8
10.EXPREESIO	1	1	1	1	2	6
11.DUOPHONIC	3	2	3	2	3	13
12.LIVE PACK	1	2	1	1	1	6

หมายเหตุ 3=ดีมาก, 2=ดี, 1=พอใช้

สรุป ชื่อที่มีคะแนนมากที่สุดคือ HARMON

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขอบเขตของโครงการ

1. ออกแบบ LOGO "HARMON"

2. หมวดอุปกรณ์ทำความสะอาด

- กระจกชั้นนวม ขนาดบรรจุ 100 แผ่น
- กล่อง Display สินค้าจำนวน 50 ซอง
- น้ำยาทำความสะอาด - Silver, Brass, Wood, String ขนาดบรรจุ 100cc
- แปรงทำความสะอาด - SuperSmall, Small, Medium, Large ขนาดบรรจุ 1 ชั้น
- ผ้าเช็ดเครื่องดนตรี - ผ้าลัสนี, ผ้าชุบน้ำยาขัดเงิน, ผ้าชุบน้ำยาขัดทองเหลือง
ขนาดบรรจุ 1 ชั้น

3. หมวดอุปกรณ์บำรุงรักษา

- น้ำมันหยอดกลไก - ใหญ่, เล็ก ขนาดบรรจุ 25,50 cc
- น้ำมันหยอดวาล์ว - ใหญ่, เล็ก ขนาดบรรจุ 25,50 cc
- น้ำมันทาสาย - ใหญ่, เล็ก ขนาดบรรจุ 25,50 cc
- น้ำมันทาข้อต่อ - ใหญ่, เล็ก ขนาดบรรจุ 25,50 cc
- ครีมนวดแลหนัง - ใหญ่, เล็ก ขนาดบรรจุ 100,50 cc
- สเปรย์เคลือบผิว - โลหะ, ไม้เคลือบแลคเกอร์ 110cc
- เม็ดทำความสะอาด - มินท์, ส้ม, แอปเปิ้ล, สมุนไพร ขนาดบรรจุ 15 เม็ด
- ครีมกำจัดรอยขีดข่วน - เล็ก, ใหญ่ ขนาดบรรจุ 200,400 กรัม

4. หมวดอุปกรณ์เสริม

- ก้าพรวด Saxophone - ALTO
- TENOR ขนาดบรรจุ 1 ชั้น
- ก้าพรวด Clarinet ขนาดบรรจุ 1 ชั้น
- ก้าพรวดเครื่องทองเหลือง - Trumpet
- French horn
- Tuba
- Trombone ขนาดบรรจุ 1 ชั้น
- ลี้น - Saxophone 2" , 2 1/2" , 3"
- Clarinet 2" , 2 1/2" , 3" ขนาดบรรจุ 5 ชั้น
- สาย - Guitar Classic - High Tension
- Medium Tension
- Guitar Folk - High Tension
- Medium Tension
- Electric Guitar - High Tension
- Medium Tension
- Bass - High Tension

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Medium Tension
- Violin -High Tension
- Medium Tension

ขนาดบรรจุ 6 สาย

-Display Package สาย5 ชนิด ขนาดบรรจุ 20 ซอง

- สายสะพาย -Tuba
- Guitar
- Saxophone ขนาดบรรจุ 1 สาย
- สายสัญญาณเสียง-สัน,ยาว ขนาดบรรจุ 1 สาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขอบเขตโครงการด้านคุณภาพ

1.การออกแบบบรรจุภัณฑ์

- 1.1 คัดว่าจะออกแบบซองกระดาษชั้นนมให้มีคุณสมบัติดังนี้
 - 1.สามารถคุ้มครองกระดาษชั้นนม ป้องกันการเสียหายที่อาจเกิดจากการใส่ในกล่องเครื่องดนตรี
 - 2.มีวิธีการใช้งานที่ง่ายและสะดวก
 - 3.มีกราฟิกที่แสดงวิธีการใช้งานและรายละเอียดต่างๆ ครบถ้วน
 - 4.มีความเป็น Coperate Identity กับผลิตภัณฑ์อื่นๆ ในBrand เดียวกัน
 - 5.สามารถพับขึ้นรูปได้ง่าย

- 1.2 คัดว่าจะออกแบบกล่อง DisplayPack ของกระดาษชั้นนมให้มีคุณลักษณะดังต่อไปนี้
 - 1.สามารถบรรจุกล่องกระดาษชั้นนมได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว
 - 2.สามารถคุ้มครองสินค้าภายในขณะขนส่งได้ดี
 - 3.สามารถปรับเปลี่ยนเป็น Display Pack ได้โดยไม่ยุ่งยากมากนัก
 - 4.มีความเป็นCoperate Identityกับผลิตภัณฑ์อื่นในBrand เดียวกัน
 - 5.มีรูปแบบและกราฟิก ที่ส่งเสริมบรรจุภัณฑ์ที่อยู่ภายใน

- 1.3 คัดว่าจะออกแบบขวดน้ำยาทำความสะอาดขนาด 100cc ให้มีคุณสมบัติดังต่อไปนี้
 - 1.สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ดี
 - 2.ออกแบบให้ฝ่ามีการใช้งานที่สะดวก
 - 3.ป้องกันการล้มได้ง่ายและป้องกันการกรลั้ง
 - 4.อำนวยความสะดวกในการหยิบและการจัดเก็บ
 - 5.มีความเป็นCoperate Identity กับผลิตภัณฑ์อื่นในBrand เดียวกัน
 - 6.มีลักษณะทางกราฟิกหรือ มีสีสันทที่สามารถแยกแยะความแตกต่างระหว่างชนิดได้ชัดเจน

- 1.4 คัดว่าจะออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผ้าเช็ดเครื่องดนตรีให้มีคุณสมบัติดังนี้
 - 1.สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้ดี
 - 2.มีความเป็นCoperate Identityกับผลิตภัณฑ์อื่นในBrand เดียวกัน
 - 3.มีกราฟิกที่โดดเด่นแสดงข้อมูลต่างๆ ได้ครบถ้วน
 - 4.มีข้อมูลเน้นถึงคุณสมบัติเด่นของผ้าชุบน้ำยา ซึ่งเป็นคุณสมบัติเฉพาะ

- 1.5 คัดว่าจะออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับแปรงทำความสะอาดให้มีคุณสมบัติดังนี้
 - 1.ถาดThermoforming ภายในอำนวยความสะดวกในการจัดเก็บและล๊อคแปรงให้สวยงามและป้องกันการเสียหายของขนแปรง
 - 2.บรรจุภัณฑ์สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบให้ลูกค้าหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น ยกเว้นการแก้ไขเปลี่ยนแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. มีความเป็นCoperate Identity กับผลิตภัณฑ์อื่นในBrand เดียวกัน
4. บรรจุกุณธ์สามารถเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ภายในได้ดีภายหลังการใช้งาน
5. มีกราฟิกที่บอกข้อมูลเกี่ยวกับการใช้งานได้อย่างครบถ้วน
6. บรรจุกุณธ์สามารถแขวนได้เพื่อความสะดวกในการขาย

1.6 คัดว่าจะออกแบบบรรจุกุณธ์สำหรับ ลิ่น ให้มีคุณสมบัติดังนี้

1. กล่องพลาสติกสามารถคุ้มครองลิ่นจากความเสียหายที่จะเกิดขึ้นได้ดีและป้องกันการคองงอได้ด้วย
2. กล่องเก็บลิ่นสามารถระบายอากาศได้ดี
3. กล่องกระดาษสามารถใช้งานได้สะดวกและคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ดี
4. บรรจุกุณธ์สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับทิศทางและตำแหน่งการวางได้ชัดเจน
5. มีกราฟิกที่แสดงข้อมูลด้านขนาด, เครื่องดนตรี, และมีความโดดเด่นน่าสนใจ
6. มีความเป็นCoperate Identityกับผลิตภัณฑ์อื่นในBrand เดียวกัน

1.7 คัดว่าจะออกแบบบรรจุกุณธ์สำหรับกำพรวดแซ็กโซโฟน, คลาริเน็ต และเครื่องทองเหลือง ให้มีคุณสมบัติดังนี้

1. กล่องThermoforming ภายในอำนวยความสะดวกในการคุ้มครองสินค้ามีประสิทธิภาพในการจัดเก็บและลื้อคชิ้นส่วนภายใน
2. บรรจุกุณธ์สามารถเก็บสินค้าภายในได้ดีภายหลังการใช้งาน
3. มีกราฟิกที่แสดงข้อมูลในด้านต่างๆครบถ้วน
4. มีความเป็นCoperate Identityกับผลิตภัณฑ์อื่นในBrand เดียวกัน

1.8 คัดว่าจะออกแบบบรรจุกุณธ์สำหรับ สาย ให้มีคุณสมบัติดังนี้

1. มีกราฟิกที่แสดงข้อมูลในด้านต่างๆครบถ้วน เข้าใจง่ายสำหรับผู้เริ่มเล่น
2. มีความเป็นCoperate Identityกับผลิตภัณฑ์อื่นในBrand เดียวกัน
3. บรรจุกุณธ์สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ดี

1.9 คัดว่าจะออกแบบกล่อง Display Packของ สาย ให้มีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

1. สามารถบรรจุของสาย ได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว
2. สามารถคุ้มครองสินค้าภายในขณะขนส่งได้ดี
3. สามารถปรับเปลี่ยนเป็น Display Packได้โดยไม่ยุ่งยากมากนัก
4. มีความเป็นCoperate Identityกับผลิตภัณฑ์อื่นในBrand เดียวกัน
5. มีรูปแบบและกราฟิก ที่ส่งเสริมบรรจุกุณธ์ที่อยู่ภายใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 1.10 คาดว่าจะออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับ สายสัญญาณเสียงให้มีคุณสมบัติดังนี้
 1. มีกราฟิกที่แสดงข้อมูลในด้านต่างๆ ครบถ้วน
 2. มีความเป็น Cooperate Identity กับผลิตภัณฑ์อื่นใน Brand เดียวกัน
 3. บรรจุภัณฑ์สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ดี

- 1.11 คาดว่าจะออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับ สายสะพายให้มีคุณสมบัติดังนี้
 1. มีกราฟิกที่แสดงข้อมูลในด้านต่างๆ ครบถ้วน
 2. มีความเป็น Cooperate Identity กับผลิตภัณฑ์อื่นใน Brand เดียวกัน
 3. บรรจุภัณฑ์สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ดี
 4. มีความโดดเด่นทางด้านโครงสร้างโดยอาจสัมผัสตัวสินค้าได้โดยตรง

- 1.12 คาดว่าจะออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับ สเปรย์เคลือบผิวให้มีคุณสมบัติดังนี้
 1. มีกราฟิกที่แสดงข้อมูลในด้านต่างๆ ครบถ้วน
 2. มีความเป็น Cooperate Identity กับผลิตภัณฑ์อื่นใน Brand เดียวกัน
 3. บรรจุภัณฑ์สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ดี
 4. มีการป้องกันการเปิดก่อนการจำหน่าย
 5. สามารถสื่อความหมายถึงลักษณะและประเภทของผลิตภัณฑ์

- 1.13 คาดว่าจะออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับ น้ำมันหยอดกลไกให้มีคุณสมบัติดังนี้
 1. มีกราฟิกที่แสดงข้อมูลในด้านต่างๆ ครบถ้วน
 2. มีความเป็น Cooperate Identity กับผลิตภัณฑ์อื่นใน Brand เดียวกัน
 3. บรรจุภัณฑ์สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ดี
 4. บรรจุภัณฑ์มีส่วนสำหรับกักน้ำมันกันไหลย้อนลงมาที่ขวด
 5. ปากขวดมีการออกแบบให้เหมาะสมกับการใช้งาน ในเรื่องขนาดและปริมาณน้ำมันที่ไหลออกมา
 6. มีร่องช่วยในการจับหรือผิวกันลื่นบริเวณข้างขวด

- 1.14 คาดว่าจะออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับ น้ำมันหยอดวาล์วให้มีคุณสมบัติดังนี้
 1. มีกราฟิกที่แสดงข้อมูลในด้านต่างๆ ครบถ้วน
 2. มีความเป็น Cooperate Identity กับผลิตภัณฑ์อื่นใน Brand เดียวกัน
 3. บรรจุภัณฑ์สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ดี
 4. บรรจุภัณฑ์มีส่วนสำหรับกักน้ำมันกันไหลย้อนลงมาที่ขวด
 5. ปากขวดมีการออกแบบให้เหมาะสมกับการใช้งาน ในเรื่องขนาดและปริมาณน้ำมันที่ไหลออกมา
 6. มีร่องช่วยในการจับหรือผิวกันลื่นบริเวณข้างขวด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 1.15 คาดว่าจะออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับ น้ำมันทาสายให้มีคุณสมบัติดังนี้
1. มีกราฟิกที่แสดงข้อมูลในด้านต่างๆ ครบถ้วน
 2. มีความเป็น Cooperate Identity กับผลิตภัณฑ์อื่นใน Brand เดียวกัน
 3. บรรจุภัณฑ์สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ดี
 4. ปากขวดมีการออกแบบให้เหมาะสมกับการใช้งาน โดยใช้แผ่นสีกพลาสติกช่วยในการทาน้ำมันที่สาย
 5. มีร่องช่วยในการจับหรือผิวกันลื่นบริเวณข้างขวด

- 1.16 คาดว่าจะออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับ น้ำมันทาข้อต่อให้มีคุณสมบัติดังนี้
1. มีกราฟิกที่แสดงข้อมูลในด้านต่างๆ ครบถ้วน
 2. มีความเป็น Cooperate Identity กับผลิตภัณฑ์อื่นใน Brand เดียวกัน
 3. บรรจุภัณฑ์สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ดี
 4. ขวดมีฟองน้ำช่วยในการทาน้ำมันได้สะดวกโดยไม่เปื้อนมือ
 5. ขวดมีการออกแบบให้เหมาะสมกับการใช้งาน ในเรื่องขนาดและปริมาณน้ำมันที่ไหลออกมา
 6. มีร่องช่วยในการจับหรือผิวกันลื่นบริเวณข้างขวด

- 1.17 คาดว่าจะออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับครีมดูแลหนัง ให้มีคุณสมบัติดังนี้
1. มีกราฟิกที่แสดงข้อมูลในด้านต่างๆ ครบถ้วน
 2. มีความเป็น Cooperate Identity กับผลิตภัณฑ์อื่นใน Brand เดียวกัน
 3. บรรจุภัณฑ์สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ดี
 4. ฉลากด้านหน้าสามารถสื่อความหมายและภาพพจน์ได้ดี
 5. ขวดสามารถบีบได้และสามารถคืนตัวได้ดี
 6. ออกแบบฝาให้เป็นฐานสำหรับการคว่ำเพื่อสะดวกในการบีบครีมใช้งาน

- 1.18 คาดว่าจะออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับ เม็ดทำความสะอาด ให้มีคุณสมบัติดังนี้
1. มีกราฟิกที่แสดงข้อมูลในด้านต่างๆ ครบถ้วน
 2. มีความเป็น Cooperate Identity กับผลิตภัณฑ์อื่นใน Brand เดียวกัน
 3. บรรจุภัณฑ์สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ดี
 4. ฉลากด้านหน้าสามารถสื่อความหมายและภาพพจน์ได้ดี
 5. ฝาขวดสามารถป้องกันสินค้าจากความชื้นได้ดี
 6. ขวดมีความกระชับรัดเหมาะกับการพกพา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.19 คาดว่าจะออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับ ครีมกำจัดรอยขีดข่วน ให้มีคุณสมบัติดังนี้

1. มีกราฟิกที่แสดงข้อมูลในด้านต่างๆ ครบถ้วน
2. มีความเป็น Cooperate Identity กับผลิตภัณฑ์อื่นใน Brand เดียวกัน
3. บรรจุภัณฑ์สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ดี
4. ฉลากด้านหน้าสามารถสื่อความหมายและภาพพจน์ได้ดี

1.20 คาดว่าจะออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับ กาวติดไม้และล็กทลาด ให้มีคุณสมบัติดังนี้

1. มีกราฟิกที่แสดงข้อมูลในด้านต่างๆ ครบถ้วน
2. มีความเป็น Cooperate Identity กับผลิตภัณฑ์อื่นใน Brand เดียวกัน
3. บรรจุภัณฑ์สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ดี
4. ฉลากด้านหน้าสามารถสื่อความหมายและภาพพจน์ได้ดี
5. มีแปรงในตัวสำหรับการใช้งานที่เหมาะสม และเก็บง่าย
6. ฝาขวดสามารถป้องกันการรั่วซึมของกาวได้ดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางในการศึกษาวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในท้องตลาด และวิธีใช้งาน
2. ศึกษาจุดดี และจุดด้อยของคู่แข่ง รวมทั้งผลิตภัณฑ์ข้างเคียง เพื่อสร้างเอกลักษณ์และความได้เปรียบทางการแข่งขัน
3. ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทต่างๆ ที่ผลิตสินค้าอุปกรณ์ดูแลรักษาเครื่องดนตรีโดยเฉพาะอย่างยิ่งบริษัทที่ให้ข้อมูลคือ ยามาฮ่า
4. ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรม และจิตวิทยา ซึ่งนำไปสู่การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
5. ศึกษาเกี่ยวกับภาพประกอบ และการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์
6. ศึกษาข้อกำหนด และการแจ้งรายละเอียดบนผลิตภัณฑ์
7. ศึกษาลักษณะการจัดจำหน่าย สถานที่และสิ่งแวดล้อมในการจำหน่ายสินค้า
8. ศึกษาวัสดุ รวมทั้งศึกษาวัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ได้ใหม่(Recycle) เพื่อลดปัญหามลภาวะ ชยะ ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญของบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนกรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์ และระบบการพิมพ์ที่จะนำมาใช้กับบรรจุภัณฑ์
9. ศึกษาวิธีการบรรจุ ขนส่ง และการเก็บรักษาบรรจุภัณฑ์
10. ศึกษาเทคโนโลยีล่าสุด ตลอดจนข้อจำกัดต่างๆ ของกรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์และระบบการพิมพ์
11. ศึกษาเกี่ยวกับต้นทุนการผลิต การบรรจุและการขนส่ง
12. ศึกษาแนวโน้มทางการตลาด ตลอดจนวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายว่าจะเป็นไปในทิศทางใด

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. บรรจุภัณฑ์สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. บรรจุภัณฑ์ สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ได้สะดวกและรวดเร็ว
3. บรรจุภัณฑ์สามารถอำนวยความสะดวกในการสื่อสาร แยกแยะประเภทสินค้าให้ชัดเจน ง่ายต่อการทำความเข้าใจตลอดจนอำนวยความสะดวกในการใช้งาน
4. บรรจุภัณฑ์สามารถส่งเสริมการขาย สื่อความหมายเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ให้รายละเอียด แสดงจุดดี และข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน นำไปสู่การตัดสินใจซื้อ
5. บรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างเสริมคุณค่าผลิตภัณฑ์ สร้างภาพลักษณ์ที่ดี ตลอดจนการเชื่อถือ ทำให้เกิดการยอมรับจากผู้บริโภค
6. บรรจุภัณฑ์สร้างเอกลักษณ์ ความโดดเด่น และความประทับใจต่อBRAND ทำให้เกิดการจดจำ เพื่อขยายฐานการตลาดต่อไป
7. บรรจุภัณฑ์ ช่วยยกระดับผลิตภัณฑ์ไทย ให้เป็นที่ยอมรับ และสามารถแข่งขันกับเวที

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

การค้นคว้า วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้า และผู้ดูแลเนื้อหาเว็บไซต์นโยบายด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1 ข้อมูลด้านการตลาด

2.1.1 ข้อมูลด้านการตลาดโดยรวม

สภาพตลาดอุปกรณ์ ACCESSORIES สำหรับดูแลทำความสะอาดในประเทศ นั้น มีสินค้าอยู่ไม่มาก BRAND นัก ทุกชิ้นเป็นของที่นำเข้าจากต่างประเทศ โดยมี BRAND หลักคือ ยามาฮา นอกจากนั้นก็ยังมี BRAND ย่อยๆ คือ Le Blanc, Holton, Conn, Selmer ส่วนอุปกรณ์เสริมนั้นมี BRAND คู่แข่งที่ครองส่วนแบ่งรองลงไป คือ FENDER, D'ADARIO

สินค้าของ ยามาฮา มีแทบจะทุกชนิดในตลาดเครื่องดนตรีแบ่งออกเป็นส่วนต่างๆ ได้หลายส่วน เช่น เครื่องเป่า เครื่องสาย เครื่องประกอบจังหวะ อุปกรณ์ดูแลรักษาเครื่องดนตรี เครื่องดนตรี เพื่อการศึกษาโดยมียอดรวมของตลาดที่ 250 ล้านบาท เฉพาะตลาดอุปกรณ์ดูแลความสะอาดยอดรวมอยู่ที่ 50 ล้านบาท ยามาฮา มีส่วนแบ่งการตลาดในส่วนของอุปกรณ์ดูแลทำความสะอาดและน้ำมันชนิดต่างๆ ประมาณ 50% คือประมาณ 25 ล้านบาท โดนส่วนที่เหลือนั้นบอกได้ยากว่าแต่ละ BRAND มีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่เท่าไร เนื่องจากสินค้าของบริษัทอื่นไม่ครอบคลุมอุปกรณ์ทุกชนิด ส่วนอุปกรณ์เสริม เช่น สายเครื่องดนตรีต่างๆ, สายสะพาย, กำพรวดเครื่องเป่าต่างๆ มียอดรวมของตลาดประมาณ 23 ล้านบาท ซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดประมาณ 25 %

อัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าตลาดในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา เป็นไปอย่างคงที่ ประมาณ 3.7 เปอร์เซ็นต์ ถึงแม้ว่า เศรษฐกิจจะซบเซาแต่เนื่องจาก เป็นสิ่งที่จำเป็นต้องใช้ในปริมาณเท่าเดิม ตลอดเวลา และดนตรีเป็นหนทางที่จะผ่อนคลาย ความเครียดเนื่องจากการทำงาน ข้อสำคัญ เนื่องจากราคาของเครื่องดนตรีในกลุ่มนี้ค่อนข้างที่จะสูง ดังนั้นกลุ่มที่มีกำลังซื้อจึงไม่ค่อยเดือดร้อนจากภาวะเศรษฐกิจเท่าไรนัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

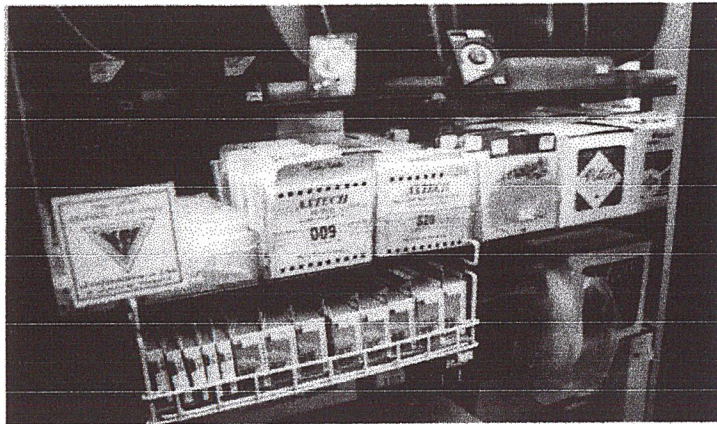
2.1.2 วิธีการจัดจำหน่าย

การจัดจำหน่ายสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาและอุปกรณ์เสริมสำหรับเครื่องดนตรีนั้น มีวิธีการวางขายดังนี้

1. ร้านขายเครื่องดนตรีขนาดเล็ก
2. ร้านขายเครื่องดนตรีขนาดใหญ่
3. แผงกเครื่องดนตรีตามห้างสรรพสินค้า

ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมา มีวิธีการจัดเรียงสินค้าแบบเดียวกัน คือ

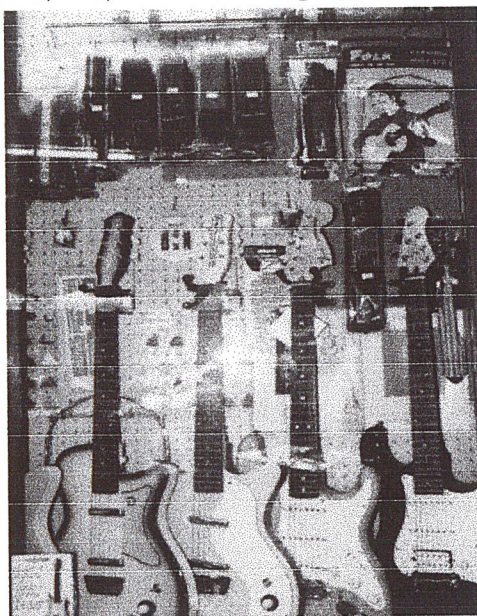
1. วางบนชั้น โดยจัดเรียงสินค้าไว้ตามชั้น ลักษณะของชั้นวางจะแตกต่างกันไป แต่ทั้งหมดแบ่งตามประเภทของสินค้า การจัดเรียงวิธีนี้ทำให้หาสินค้าที่ต้องการง่าย



รูปที่ 2.1.2.1 การวางสินค้าบนชั้นวาง

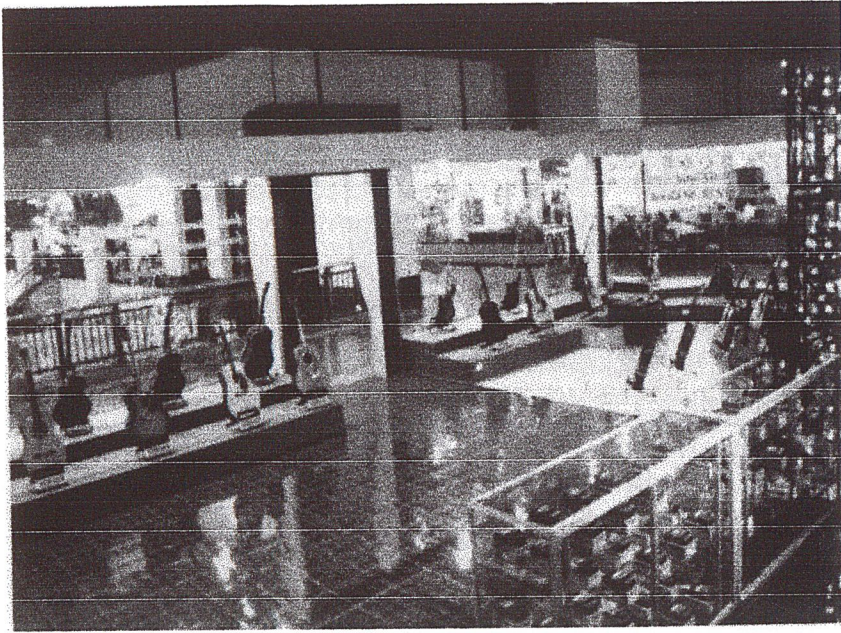
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. แขนบนห่วงหรือขาแขวนสินค้า ใช้ Display สินค้าที่มีลักษณะเป็น BLISTER PACKAGING เช่น สายสะพาย, สาย, โดยมากใช้ Display เป็นตัวอย่างเท่านั้นเนื่องจากกินพื้นที่



รูปที่ 2.1.2.2 ตัวอย่างการจัดร้านขายเครื่องดนตรีขนาดเล็ก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ตัวอย่างการจัดร้านขายเครื่องดนตรีขนาดใหญ่



สินค้าจะถูกจัดวางเป็นหมวดหมู่ มีหลายประเภทในชั้นเดียวกันเพื่อใช้พื้นที่ให้เป็นประโยชน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.3 ข้อมูลทางด้านคู่แข่ง

1. YAMAHA เป็นบริษัทของญี่ปุ่น ก่อตั้งมานานมีชื่อเสียงในเรื่องเครื่องดนตรีและการสอนดนตรี ผลิตสินค้าคุณภาพสูงเพื่อส่งออกทั่วโลก กลุ่มเป้าหมายของ YAMAHA ครอบคลุมทุกวัย จึงทำกราฟิกให้ออกมากลางๆ แต่ด้วยราคาที่สูงทำให้ดูเป็นสินค้าสำหรับมืออาชีพ จุดขายที่แข็งของ ยามาฮา คือ BRAND IMAGE ที่ทันสมัย มีพื้นที่การจำหน่ายกว้างโดยการขายผ่านโรงเรียนสอนดนตรียามาฮา

บริษัทเจ้าของสินค้า สยามดนตรียามาฮา

ผู้บริโภคหลัก : เน้นที่นักดนตรีในกรุงเทพฯ และตามเมืองใหญ่ๆ

การวางสินค้า : ห้างสรรพสินค้าทั่วไป ร้านขายเครื่องดนตรีทั่วไป ตามโรงเรียนสอนดนตรีในเครือ



2.1.3.1 ภาพแสดงเครื่องหมายตราสินค้ายามาฮา

มีผลิตภัณฑ์เพื่อการทำมาหาเลี้ยงชีพเครื่องดนตรี

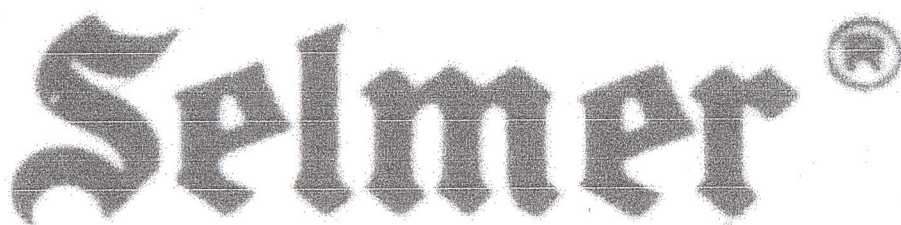
- | | |
|---------------------------------|--|
| - สบู่ล้างแตร | - น้ำยาขัดเครื่องซุบนิเกิล |
| - น้ำยาขัดเครื่องเคลือบแลคเกอร์ | - น้ำยาขัดเครื่องเงิน |
| - น้ำยาทำความสะอาดคราบมัน | - น้ำยาทำความสะอาดกำพรวด |
| - ผ้าเช็ดเครื่องดนตรีชนิดต่างๆ | - แปรงทำความสะอาดเครื่องดนตรีแต่ละชนิด |
| - กระดาษขั้บนวม | - กระดาษเป้ง |
| - กำพรวด | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.SELMER เป็นสินค้าของฝรั่งเศสที่มีคุณภาพสูงที่สุดมีอายุมานาน 85 ปี นับตั้งแต่มีแซกโซโฟนเกิดขึ้น เป็นสินค้าเกรด A ราคาสูงมาก เดิมทีบริษัท SELMER ผลิตเครื่องเป่ามาก่อนไม่ว่าจะเป็นแซกโซโฟน, คลาริเน็ต, ฟลูต ปัจจุบันไม่มีตัวแทนนำเข้ามาเพียงการสั่งเข้ามาขายของร้านเล็ก ๆ ทั่วไป

การวางสินค้า : ร้านเครื่องดนตรีเฉพาะที่ เช่น เว็จนครเกษม, ร้าน ดร.แซ็ก

ผู้บริโภคหลัก : นักดนตรีมืออาชีพ(เน้นกรุงเทพฯเป็นหลัก)



2.1.3.2 ภาพแสดงเครื่องหมายตราสินค้าเซลเมอร์

มีสินค้าดังนี้

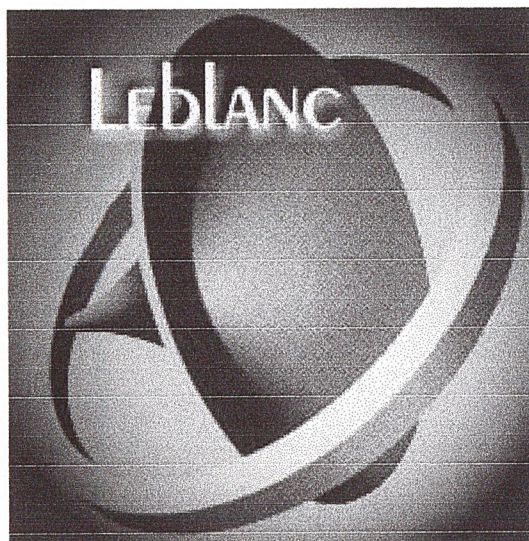
- ก้ำพรวด
- น้ำยาทำความสะอาดเครื่องทองเหลือง
- น้ำยาขัดเงิน
- น้ำยาขัดเครื่องแลคเกอร์
- สบู่ล้างก้ำพรวด
- สบู่ล้างเตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.LE BLANC เป็นสินค้าของฝรั่งเศสเช่นกัน คุณภาพเกรด A มีชื่อเสียงด้านผลิตอุปกรณ์เกี่ยวกับเครื่องดนตรีเพียงอย่างเดียวมานานเป็นที่รู้จักกันดี ราคาสูงมาก ปัจจุบันไม่มีตัวแทนนำเข้ามาเพียงการสั่งเข้ามาขายของร้านเล็ก ๆ ทั่วไป

ผู้บริโภคหลัก : นักดนตรีอาชีพโดยมากมักมีอายุ

การวางสินค้า : ร้านเครื่องดนตรีเฉพาะที่ เช่น เวียงนครเกษม, ร้าน ดร.แซ็ก



2.1.3.3 ภาพแสดงเครื่องหมายตราสินค้าเลอร์ บลัง

สินค้าที่จำหน่าย

- น้ำยาทำความสะอาดเครื่องทองเหลือง
- น้ำยาขัดเงิน
- น้ำยาขัดเครื่องแลคเกอร์
- สบู่ล้างกำพรวด
- สบู่ล้างแดร
- ชุดทำความสะอาดเครื่องดนตรี

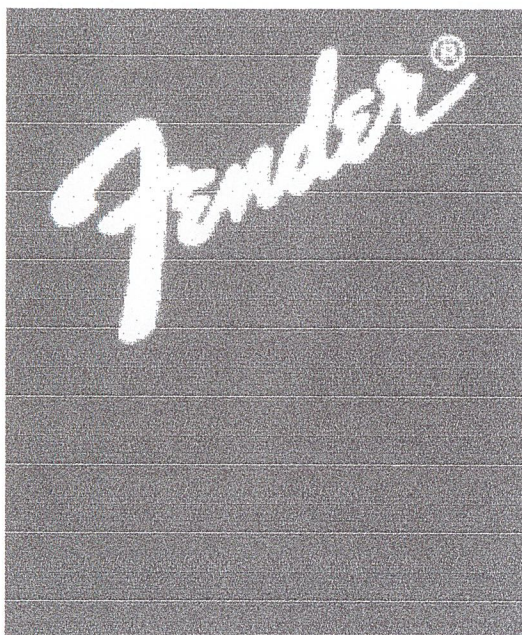
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.FENDER เป็นสินค้าของอเมริกา คุณภาพปานกลาง เดิมทีผลิตกีตาร์ไฟฟ้าเป็นที่รู้จักกันดีในกลุ่มวัยรุ่น ต่อมาขยายการผลิตไปสู่อุปกรณ์ดูแลรักษาเครื่องดนตรีต่าง ๆ ด้วยโดยเน้นที่เครื่องสายเป็นหลัก ราคาปานกลาง-ถูก บุกเบิกตลาดเมืองไทยมานานแล้ว โดยมีตลาดกว้างทั่วประเทศมีภาพลักษณ์ที่มันสมัยหนักไปทาง ROCK

บริษัทเจ้าของสินค้า นครหลวงการดนตรี จำกัด

ผู้บริหารหลัก : นักดนตรีหัดใหม่, วัยรุ่น

การวางสินค้า : ร้านเครื่องดนตรีทั่วไปทั่วประเทศ, ห้างสรรพสินค้า, ร้านขายสินค้าทั่วไป(เครื่องเขียน)



2.1.3.4 ภาพแสดงเครื่องหมายตราสินค้าเฟนเดอร์

สินค้าที่จำหน่าย

- สายสัญญาณ
- สายสะพาย
- สาย
- น้ำยาเช็ดสายกีตาร์
- น้ำยาเช็ดเครื่องเคลือบแลคเกอร์
- สเปรย์เคลือบผิว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.CONN เป็นบริษัทที่เริ่มมาจากการผลิตเครื่องดนตรีของ USA ต่อมาขยายการผลิตไปสู่ อุปกรณ์สำหรับดูแลเครื่องดนตรี คุณภาพปานกลาง ราคาปานกลาง มีการกระจายสินค้าทั่วประเทศ เน้นที่โรงเรียนดนตรี, โรงเรียนสอนดนตรีเป็นหลัก ปัจจุบันไม่มีตัวแทนนำเข้ามา มีเพียงการสั่งเข้ามาขาย ของร้านเล็ก ๆ ทั่วไป

ผู้บริโภคหลัก : นักดนตรีสมัครเล่น, นักเรียนดนตรี

การวางสินค้า : ร้านขายเครื่องดนตรีที่เว็จนครเกษมสั่งเข้ามาแล้วกระจายต่อไปยังร้านค้าย่อย



2.1.3.5 ภาพแสดงเครื่องหมายตราสินค้าคอนน

สินค้าที่จำหน่าย

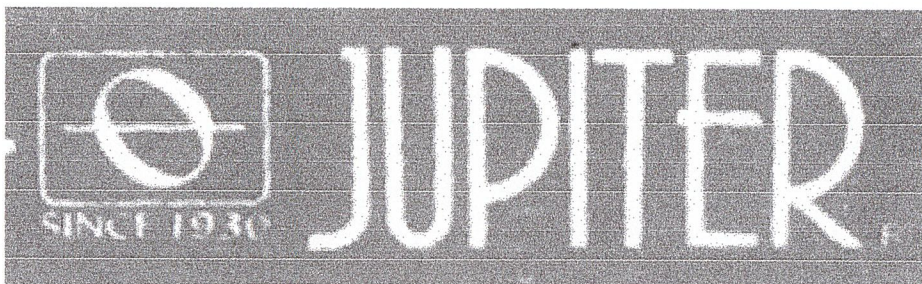
- ผ้าเช็ดเครื่องดนตรีชนิดต่างๆ
- น้ำยาล้างเครื่องเป่า
- แปรงทำความสะอาด
- สบู่อล้างแตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.JUPITER เป็นสินค้าที่ผลิตในประเทศ USA มีคุณภาพและราคา ปานกลางค่อนข้างดีมีจุดขายที่เด่นในเรื่องการส่งถึงที่ในปริมาณมาก ๆ เน้นที่โรงเรียนเป็นหลัก หาซื้อยากตามร้านเครื่องดนตรีทั่วไป การนำเข้าสั่งเข้าโดยร้านค้าในเว็กร้านครเกษมเพียงร้านเดียว ทำตลาดในประเทศไทยมา 10 กว่าปี

ผู้บริโภคหลัก นักเรียนดนตรี, นักดนตรีสมัครเล่น

การวางสินค้า วางที่ร้านแม่เพียงร้านเดียวนอกจากนั้นอาศัยการสั่งส่งปริมาณมาก ๆ เน้นที่โรงเรียนสอนดนตรีและโรงเรียน ทั่วประเทศ



2.1.3.6 ภาพแสดงเครื่องหมายตราสินค้าจูปีเตอร์

สินค้าที่จำหน่าย

- ผ้าเช็ดเครื่องดนตรีชนิดต่างๆ
- น้ำยาล้างเครื่องเป่า
- แปรงทำความสะอาด
- สบู่อล้างแตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7.GIBSON เป็นยี่ห้อจาก USA ที่เริ่มจากการผลิตเครื่องดนตรีโดยเน้นหนักที่
กีตาร์ไฟฟ้า และได้ขยายการผลิตมาสู่อุปกรณ์ต่างๆ คุณภาพปานกลาง-ดี ราคา ปานกลาง-สูง ตลาด
เน้นหนักในกรุงเทพฯ

บริษัทเจ้าของสินค้า เซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด

การวางสินค้า ร้านดนตรีขนาดใหญ่, ห้างสรรพสินค้า



2.1.3.7 ภาพแสดงเครื่องหมายตราสินค้ากีตาร์

สินค้าที่จำหน่าย

- สายสะพาย
- สาย
- น้ำยาเช็ดสายกีตาร์
- น้ำยาเช็ดเครื่องเคลือบแลคเกอร์
- สเปรย์เคลือบผิว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8.VANDOREN เป็นยี่ห้อที่ผลิตในประเทศฝรั่งเศส คุณภาพสูงสุด เน้นหนักไปที่เครื่องเป่า โดยเฉพาะลีนแซ็กโซโฟน, คลาริเน็ต เป็นสินค้าเกรดA ที่มีชื่อเสียงมานานราคาสูงมาก ปัจจุบันไม่มีตัวแทนนำเข้ามาเพียงการสั่งเข้ามาขายของร้านเล็ก ๆ ทั่วไป

ผู้บริหารหลัก นักดนตรีมืออาชีพเน้นหนักในกรุงเทพฯ
 การกระจายสินค้า ร้านเครื่องดนตรีขนาดใหญ่



2.1.3.8 ภาพแสดงเครื่องหมายตราสินค้าแวนโดเรน

สินค้าที่จำหน่าย

- นำยาทำความสะอาดเครื่องทองเหลือง
- นำยาขัดเงิน
- นำยาขัดเครื่องแลคเกอร์
- สบู่ล้างกำพรวด
- สบู่ล้างแตร
- ชุดทำความสะอาดเครื่องดนตรี
- ลีน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. IBANEZ เป็นยี่ห้อจาก USA ที่เริ่มจากการผลิตเครื่องดนตรีโดยเน้นหนักที่
กีตาร์ไฟฟ้า และได้ขยายการผลิตมาสู่อุปกรณ์ต่างๆ คุณภาพปานกลาง-ดี ราคา ปานกลาง-สูง ตลาด
เน้นหนักในกรุงเทพฯ

การวางสินค้า

ร้านดนตรีขนาดใหญ่, ห้างสรรพสินค้า



2.1.3.9 ภาพแสดงเครื่องหมายตราสินค้าไอบาเนส

สินค้าที่จำหน่าย

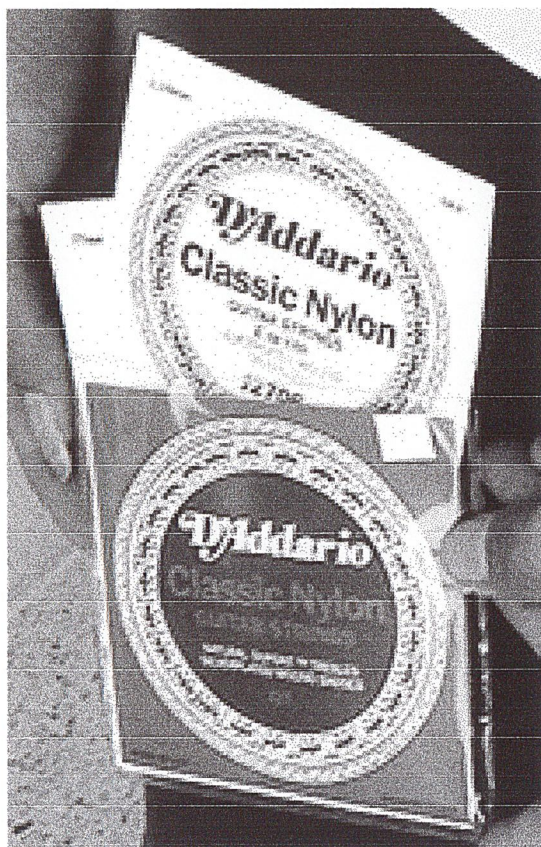
- สายกีตาร์
- น้ำยาเช็ดสายกีตาร์
- น้ำยาเช็ดเครื่องเคลือบแลคเกอร์
- สเปรย์เคลือบผิว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10. D' ADDARIO เป็นยี่ห้อจากUSA ที่ผลิตสินค้าอุปกรณ์สำหรับเครื่องดนตรี โดยเฉพาะ เน้นหนักที่กีตาร์ คุณภาพปานกลาง-ดี ราคาปานกลาง-แพง ประสบความสำเร็จอย่างมาก ในเรื่องสายกีตาร์ ถือส่วนแบ่งการตลาดของสายกีตาร์สูงสุด ทำตลาดมานานได้รับความนิยมสูง

ผู้บริโภคหลัก นักดนตรีชั้นกลาง-สูง

การวางสินค้า ร้านขายเครื่องดนตรีทั่วไป, ห้างสรรพสินค้า



2.1.3.10 ภาพแสดงเครื่องหมายตราสินค้าเอ็ดดาร์โอ

สินค้าที่จำหน่าย

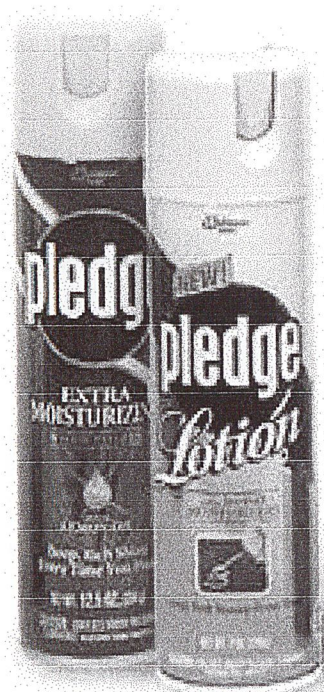
- สายกีตาร์
- น้ำยาเช็ดสาย
- สายสะพาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

11. JOHNSON WAX เป็นยี่ห้อที่มีผลผลิตเพื่อการทำทำความสะอาดหลากหลาย เป็นยี่ห้อที่นักดนตรีเลือกใช้มาก เพราะหาซื้อง่าย คุณภาพดี และผู้บริโภครู้สึกปลอดภัยกว่าใช้ของราคาถูกในการใช้กับเครื่องดนตรี

ผู้บริโภคหลัก คนทั่วไป

การวางสินค้า ห้างสรรพสินค้า, ร้านค้าทั่วไป



2.1.3.11 ภาพแสดงเครื่องหมายตราสินค้าจอห์นสันแวกซ์

สินค้าที่จำหน่าย

- ครีมกำจัดรอยขีดข่วน
- ครีมดูแลหนัง

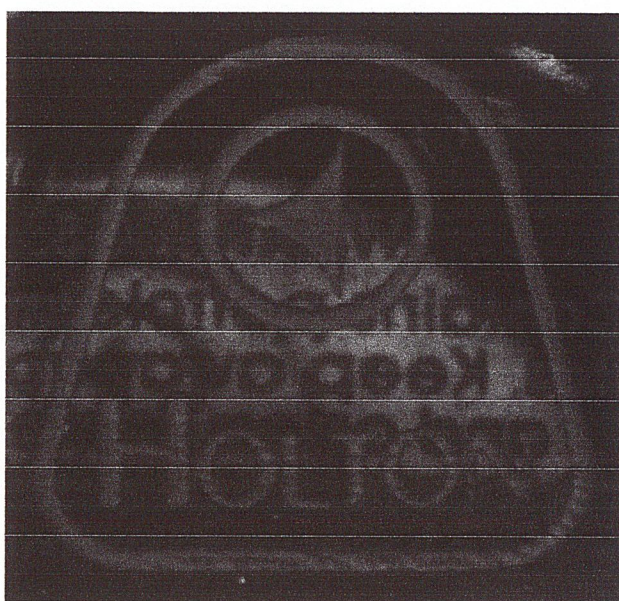
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

12.HOLTON เป็นบริษัทที่ผลิตอุปกรณ์สำหรับดูแลเครื่องดนตรี คุณภาพปานกลาง ราคาปานกลาง มีการกระจายสินค้าทั่วประเทศ เน้นที่โรงเรียนดนตรี, โรงเรียนสอนดนตรีเป็นหลัก ปัจจุบันไม่มีตัวแทนนำเข้ามาเพียงการสั่งเข้ามาขายของร้านเล็ก ๆ ทั่วไป

บริษัทนำเข้า หจก.บูเช่ แอนด์ ฮอคส์

ผู้บริโภคหลัก : นักดนตรีสมัครเล่น, นักเรียนดนตรี

การวางสินค้า : ร้านขายเครื่องดนตรีที่เวียงนครเกษมสั่งเข้ามาแล้วกระจายต่อไปยังร้านค้าย่อย



2.1.3.12 ภาพแสดงเครื่องหมายตราสินค้าฮอลตัน

สินค้าที่จำหน่าย

- ผ้าเช็ดเครื่องดนตรีชนิดต่างๆ
- น้ำมันล้างเครื่องเป่า
- แปรงทำความสะอาด
- สบู่ล้างแตร
- น้ำมันขัดเงิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

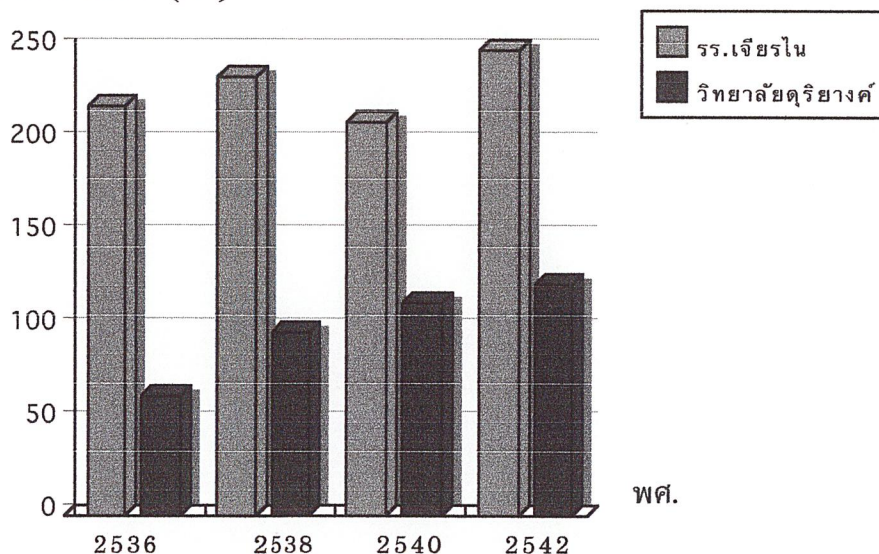
2.1.4. แนวโน้มของตลาดในอนาคต

แนวโน้มของตลาดที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดนตรีคาดว่าจะสูงขึ้น เนื่องจากเมื่อครั้งอยู่ในภาวะเศรษฐกิจซบเซา ตลาดเครื่องดนตรียังมีอัตราการเจริญเติบโตถึง 3.7 % ปัจจุบันนี้ภาวะเศรษฐกิจเริ่มปรับตัวดีขึ้น จากการทำการสำรวจร้านค้าเครื่องดนตรีบริเวณเวียงนครเกษมและแผนกเครื่องดนตรีตามห้างสรรพสินค้าพบว่า ยอดการขายเครื่องดนตรีและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องสูงขึ้นตั้งแต่เดือนมกราคมที่ผ่านมาเนื่องจากค่าเงินบาทที่สูงขึ้น อีกทั้งจากการสำรวจจากสถิติการเรียนดนตรีของนักเรียนดนตรี (รร.ดนตรีเจียรโน อ.สามัคคี จ.นนทบุรี, วิทยาลัยดุริยางค์ศิลป์ ม.มหิดล) มีจำนวนนักเรียนสูงขึ้น สามารถสรุปได้ว่าอัตราการซื้อน่าจะจะมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างแน่นอน

ตารางแสดงปริมาณนักเรียนดนตรีที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี

รร/ปี	2536	2538	2540	2542
รร.เจียรโน	220	236	212	250
วิทยาลัยดุริยางค์	65	98	115	125

ปริมาณนักเรียน(คน)



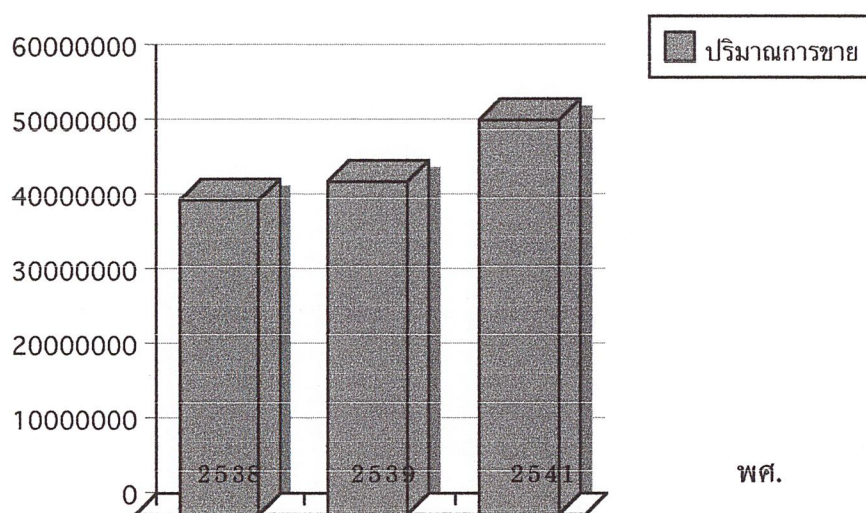
2.1.4.1 ตารางแสดงปริมาณนักเรียนดนตรีที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นอกเหนือจากนี้จากข้อมูลปริมาณการขาย เฉพาะร้านขายเครื่องดนตรี เอเชีย มิวสิค (จากข้อมูลการส่งเครื่องดนตรีของ บริษัท สยามดนตรียามาฮา จำกัด ยังบอกได้ถึงแนวโน้มปริมาณการซื้อที่สูงขึ้นเรื่อยๆ

	2538	2539	2541
ปริมาณการขาย	42000000	44500000	52700000

บาท



2.1.4.2 ตารางข้อมูลปริมาณการขาย เฉพาะร้านขายเครื่องดนตรี เอเชีย มิวสิค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภค

2.2.1 จิตวิทยาเกี่ยวกับแรงจูงใจและกระบวนการตัดสินใจซื้อ

แรงจูงใจผลิตภัณฑ์ “PRODUCT MOTIVE”

ความต้องการผู้ซื้อสินค้าอาจเป็นด้วยเหตุผลหรืออารมณ์จากการใช้และจิตวิทยาสังคม แรงจูงใจ เหตุผลนั้นผู้ซื้อมีการวิเคราะห์ ตัดสินใจถึงผลได้ผลเสียอย่างรอบคอบ

แรงจูงใจทางเหตุผล ประกอบด้วย

- ความเชื่อถือได้ผู้บริโภคซื้อสินค้าด้วยเหตุผลที่ว่าผู้ขายหรือสินค้ามีความเชื่อถือได้ เป็นความเชื่อถือในตราสินค้า

- ความประหยัด

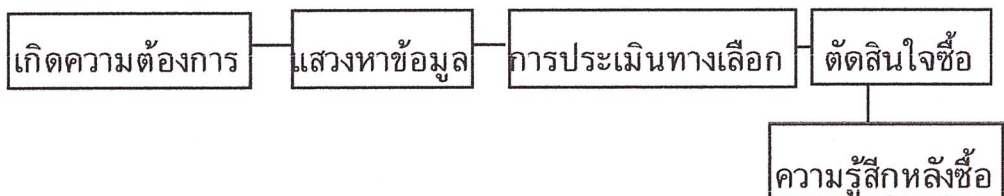
- ความสะดวกเกี่ยวกับสินค้า เช่น เปิดง่าย ใช้ง่าย สะอาด

แรงจูงใจทางอารมณ์ เป็นการกระทำที่ไม่ตรึงตรองมากนัก การตัดสินใจซื้อทางอารมณ์มีดังนี้

1. ความชอบบรรจุกฎเกณฑ์เป็นส่วนตัว เช่นกราฟิกมีความสวยงาม
2. สมัยนิยม ตามความคิดที่ว่าการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ จะทำให้ดูทันสมัย เท่

การจำแนกไปเลยว่า แรงจูงใจของผู้บริโภคเป็นแบบใดนั้นยาก เพราะการตัดสินใจที่รวดเร็วของผู้บริโภคอาจดูว่าไม่มีเหตุผลแต่แท้จริงแล้วผู้บริโภคก็มีเหตุผลของตัวเอง และแรงจูงใจจะเปลี่ยนไปตามบุคลิกและลักษณะนิสัยของแต่ละคน ดังนั้นการออกแบบต้องคำนึงถึงเหตุผลและอารมณ์ของผู้ซื้อ

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค



เมื่อผู้ซื้อมีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ ก็จะไปหาซื้อจากแหล่งจัดจำหน่ายและประเมินทางเลือกที่จะตัดสินใจซื้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกณฑ์การประเมินทางเลือกที่จะซื้อสินค้า

- ชื่อเสียงตราสินค้า
- คุณภาพ, รูปแบบของผลิตภัณฑ์
- บรรจุภัณฑ์
- ภาพลักษณ์โดยรวมของตัวสินค้า
- ราคา
- อื่น ๆ เช่น จากโฆษณาตามที่ต่างๆ , จากปากต่อปาก

2.2.2 ข้อมูลผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายและพฤติกรรมการซื้อ

กลุ่มเป้าหมายหลัก	คือนักเรียนดนตรี และนักดนตรีระดับขั้นต้น
เพศ	ชาย-หญิง(ค่อนข้างชาย)
อายุ	15-25ปี
ฐานะ	ปานกลาง-ดี(C+ ถึง B)

ลักษณะโดยทั่วไป

แบ่งกลุ่มเป้าหมายหลักได้เป็น 2 ส่วนคือ

1. กลุ่มนักเรียนดนตรี ซึ่งโดยมากจะยังเป็นนักเรียนนักศึกษาอยู่ด้วย(15-25)
 - มีกำลังซื้อปานกลางจากผู้ปกครอง
 - ใช้สินค้าโดยคำนึงถึงภาพลักษณ์ → ราคา → คุณภาพ
 - มีความตื่นตัวกับสินค้าใหม่ได้ง่าย
 - มีความคิดเป็นของตัวเอง อิสระ
 - เห็นดนตรีเป็นแฟชั่น

พฤติกรรมการซื้อ

ผู้บริโภคกลุ่มนี้ จะพิจารณาที่ความสวยงาม, ภาพลักษณ์ที่มีส่วนส่งเสริมบุคลิกของตน มากกว่าคุณภาพและราคา เนื่องจากยังไม่มีรายได้เป็นของตัวเอง ได้แต่ขอจากผู้ปกครองและผู้ปกครองของผู้บริโภคกลุ่มนี้ มีฐานะปานกลาง-ดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

2.3.1 ประวัติความเป็นมา

ชื่อยี่ห้อ : HARNOM (ฮามอน)

บริษัทเจ้าของสินค้าและผู้จัดจำหน่าย : บริษัท ดนตรีเอ็อมอาร์รี่ จำกัด

ประวัติความเป็นมา : ดร.แซ็กเป็นบริษัทที่ทำกิจการในการรับซ่อมเครื่องดนตรีและผลิตอุปกรณ์ใช้สำหรับเครื่องดนตรีบางส่วน ก่อตั้งเมื่อ ปี พ.ศ.2532 โดย ดร.สุกรี ณ เลขที่ 208-210 ถ.มหาชัย แขวงสำราญราษฎร์ เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ปัจจุบันใช้เป็นศูนย์ซ่อมเครื่องดนตรี ทั้งไทยและสากล (แต่เป็นเครื่องดนตรีประเภท Acoustic)

เอ็อมอาร์รี่การดนตรี (Dr.Sax) ณ ชั้น 6 ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ปิ่นเกล้า เป็นสาขาเพียงหนึ่งเดียวของร้าน Dr.Sax โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ ชาย ซ่อม และโรงเรียนสอนดนตรีประกอบกับเจ้าของกิจการ เป็นผู้ที่มีชื่อเสียง ทางดนตรี พอสมควร(ดร.สุกรี เจริญสุข)มีความสนใจที่จะผลิตอุปกรณ์ดูแลรักษา และอุปกรณ์สำหรับเครื่องดนตรี ในส่วนของสินค้า เดิมผลิตสินค้าเล็กๆ น้อยๆ เช่น

- ผ้าเช็ดเครื่องดนตรี
- ลีนโอโบ
- แท่งทำความสะอาดเครื่องเป่า
- น้ำยาขัด
- สายเครื่องดนตรี
- สายสะพาย

สินค้าเหล่านี้ ทางร้านได้สั่งผลิตภายในประเทศ ใช้วัตถุดิบชั้นดีและมีราคาถูกกว่าของนำเข้าจากต่างประเทศมาก ในส่วนของธุรกิจนำเข้าทางร้านได้สั่งสินค้าจากต่างประเทศ ได้แก่

- เครื่องดนตรีเพื่อการศึกษา(ขลุ่ย, เปียโนเก่า)
- น้ำยาทำความสะอาด (Yamaha, Muffet)
- น้ำมันหล่อลื่นต่างๆ (Selmer, Rico)

บริษัท เอ็อมอาร์รี่การดนตรีเป็นบริษัทที่ก่อตั้งโดยคนไทยทั้งหมด มีชื่อเสียงในหมู่มุคนไทยด้วยกัน ในด้านคุณภาพของการซ่อมเครื่องดนตรี, การสอนและคุณภาพของบุคลากร จึงมีแผนที่จะขยายการตลาดเพิ่มในหลายด้านเพื่อ สนองตอบความต้องการของนักดนตรีชาวไทยและแข่งขันในเวทีตลาดโลกด้วย

2.3.2 รายละเอียดและความต้องการของผลิตภัณฑ์

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จำเป็นที่จะต้องแจกแจงข้อมูล ข้อจำกัดต่างๆที่มีผลต่อการออกแบบ ในด้านต่างๆ ดังนี้

1. เงื่อนไขการออกแบบด้านการคุ้มครอง (PROTECTION)
2. เงื่อนไขการออกแบบด้านการบรรจุ (CONTAIN)
3. เงื่อนไขการออกแบบด้านการอำนวยความสะดวก (CONVENIENCE)

โดยจะเอื้ออำนวยประโยชน์ต่อขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

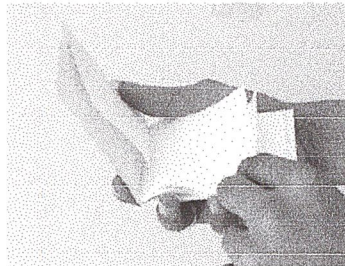
- การผลิต
- การบรรจุ
- การขนส่ง
- การจำหน่าย
- การกำจัดซาก
- สังคม (กฎหมาย, การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม)

4. เงื่อนไขทางการออกแบบทางการสื่อความหมายโฆษณา (PROMOTION)

สามารถแจกแจงความต้องการของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. กระดาษซับนวม (Powder Paper)



ภาพที่ 2.3.2.1 กระดาษซับนวม

หน้าที่ : กระดาษซับนวมเป็นกระดาษที่มีผงแป้งอยู่ในเนื้อกระดาษ ใช้สำหรับซับนวม(แป้นกดของเครื่องดนตรีประเภทเป่า) เพื่อลดความเหนียวซึ่งเกิดจากความชื้น ใช้เมื่อนวมชื้นเท่านั้นไม่ควรใช้ตอนเปียกเพราะจะทำให้แป้งกลายเป็นกาวได้

ลักษณะของกระดาษจะเข้าเล่มด้วยการอัดสันกาว แล้วฉีกใช้ทีละแผ่น

ผู้บริโภค

นักดนตรี, นักเรียนดนตรีเครื่องเป่าประเภท ฟลูต, แซ็กโซโฟน, พิคโคโล, คลาริเน็ต

พฤติกรรมการใช้

พกพาไปพร้อมกับเครื่องดนตรี, ใช้ตลอดเวลาเมื่อนวมชื้นหรือหลังการเล่น

คุณสมบัติทางกายภาพ เนื้อกระดาษมีแป้งเคลือบผิวอยู่ ไม่ควรให้สัมผัสความชื้นก่อนการใช้งาน

ปริมาณการบรรจุต่อ 1 ซอง : 100 แผ่น

ปริมาณการบรรจุต่อ 1 DISPLAY PACK : 50 ซอง

ความถี่ในการซื้อใช้งาน : ขึ้นอยู่กับการใช้งาน(ไม่เกิน 6 เดือน)

ขนาดของผลิตภัณฑ์ : 7x10x0.5 ซม.

ราคาขาย 80 บาท

ปัญหาของผลิตภัณฑ์เดิม : -ซองเดิมคุ้มครองได้ไม่ดี, ยับง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความต้องการของผลิตภัณฑ์

- 1.CONTAINMENT บรรจุ 100 แผ่น, สามารถบรรจุกระดาษได้ง่าย, สามารถเปิดใช้ได้สะดวก
- 2.PROTECTION สามารถคุ้มครองกระดาษภายในไม่ให้ยับ เสียหายได้, ป้องกันความชื้นได้พอสมควร, เปิด-ปิดได้สนิท
- 3.CONVENIENCE สะดวกในการใช้งาน, Display Pack สามารถปรับเปลี่ยนได้ง่ายเข้าใจง่าย, ใช้พื้นที่การขนส่งให้คุ้มค่า
- 4.PROMOTION Display Package สามารถดึงดูดความสนใจได้ดี, บอกให้ผู้ซื้อเข้าใจได้ง่ายและรวดเร็วว่ามีการใช้งานอย่างไรกับเครื่องดนตรีประเภทใด

สำหรับด้านส่งเสริมการขาย เงื่อนไขที่ต้องมีบนบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วย

- 1.BRAND NAME : HAMON
- 2.LOGO
- 3.PRODUCT NAME : กระดาษขั้บนวม
- 4.ขนาดบรรจุ : 10 แผ่น
- 5.ชื่อและที่อยู่ผู้ผลิต
- 6.เครื่องหมายที่แสดงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. น้ำยาทำความสะอาด



ภาพที่ 2.3.2.2 น้ำยาทำความสะอาด

หน้าที่ : เดิมที่น้ำยาทำความสะอาดของยามาฮา แบ่งตามชนิดของวัสดุ และตำแหน่งที่ใช้ งาน ส่วน ยี่ห้อื่น ๆ เป็นน้ำยาเฉพาะที่ เช่น ชัดตัวกีตาร์ นอกจากนั้นเป็นน้ำยาขัดวัสดุทั่วไป เช่น น้ำยาขัด เงิน, ขัดไม้ สำหรับ Brand HARMON แบ่งประเภทน้ำยาออกเป็น 4 ชนิดใหญ่เพื่อครอบคลุม นักดนตรีทั่วไป คือ

1. น้ำยาทำความสะอาดทองเหลือง
2. น้ำยาทำความสะอาดเงิน
3. น้ำยาทำความสะอาดไม้เคลือบแล็คเกอร์
4. น้ำยาทำความสะอาดสายเครื่องดนตรี

ราคาขาย	100 บาท
ผู้บริโภคร	นักดนตรี, นักเรียนดนตรี ทั่วไป
พฤติกรรมการใช้	ใช้ทำความสะอาดหลังการเล่น
คุณสมบัติทางกายภาพ	น้ำยาเหลว มีค่าความเป็นกรดอ่อน ๆ
ปริมาตรสุทธิ	110 cc.

เอกสารนี้เป็น ปัญหาของผลิตภัณฑ์เดิม : ขวดล้มง่าย, ใช้งานลำบาก ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ความต้องการของผลิตภัณฑ์ ที่ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความต้องการของผลิตภัณฑ์

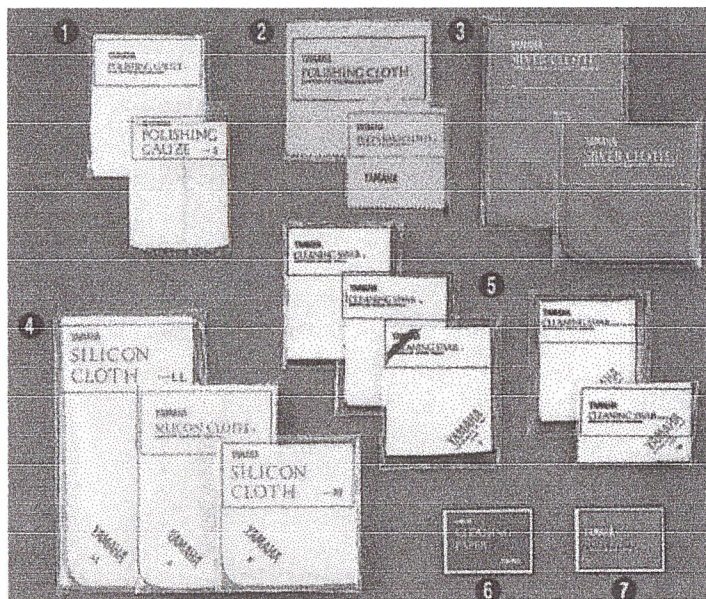
1. CONTAINMENT สามารถบรรจุน้ำยาได้ง่าย, เปิด-ปิดได้สนิท, คุมครองผลิตภัณฑ์ ได้ตลอดอายุการใช้งาน
2. PROTECTION สามารถคุมครองผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพสมบูรณ์ตลอดการใช้งาน, ป้องกันการรั่วการระเหยได้ดี
3. CONVENIENCE ฝาทึบจับง่ายไม่ลื่น, บรรจุภัณฑ์ต้องสะดวกในการใช้งาน สามารถใช้ผลิตภัณฑ์ได้หมด, สามารถบรรจุได้โดยใช้เครื่องจักรเป็นหลัก, ประหยัดพื้นที่การขนส่ง
4. PROMOTION กราฟิกสามารถดึงดูดความสนใจได้ดี, บอกให้ผู้ซื้อเข้าใจได้ง่ายและรวดเร็วว่ามีการใช้งานอย่างไรกับเครื่องดนตรีประเภทใด

สำหรับด้านส่งเสริมการขาย เงื่อนไขที่ต้องมีบนบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วย

1. BRAND NAME : HAMON
2. LOGO
3. PRODUCT NAME : น้ำยาทำความสะอาด
4. ขนาดบรรจุ : 110cc
5. ชื่อและที่อยู่ผู้ผลิต
6. เครื่องหมายที่แสดงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ผ้าเช็ดเครื่องดนตรี



ภาพที่ 2.3.2.3 ผ้าเช็ดเครื่องดนตรี

ผ้าเช็ดเครื่องดนตรี มี 3 ชนิด คือ

1. ผ้าสำลี ใช้เช็ดเครื่องดนตรีทั่วไป เนื้อแน่นไม่มีขุยหลุดติดเครื่องดนตรี
ราคา 30.-
2. ผ้าชุบน้ำยาขัดเงิน ใช้งานสะดวกและเป็นที่ยอมรับใช้เพราะไม่ต้องพกน้ำยาขัดเงิน
ราคา 100.-
3. ผ้าชุบน้ำยาขัดทองเหลือง ใช้งานสะดวกและเป็นที่ยอมรับใช้เพราะไม่ต้องพกน้ำยาขัดทองเหลือง ราคา 100.-

พฤติกรรมการใช้งาน ใช้ตามความต้องการ, ภายหลังจากการเล่นดนตรี

ผู้บริโภค นักดนตรี, นักเรียนดนตรีทุกประเภท

ขนาดบรรจุ 1 ผืน

ขนาด 18x3x3 cm.

ปัญหาของผลิตภัณฑ์เดิม กราฟิกไม่โดดเด่นน่าสนใจ, ไม่บอกลักษณะเฉพาะที่สำคัญที่เป็นจุดขาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความต้องการของผลิตภัณฑ์

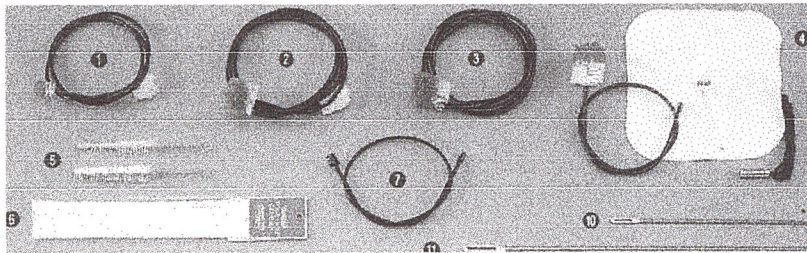
1. CONTAINMENT บรรจุผ้าเช็ดเครื่องดนตรี 1 ผืน, สามารถบรรจุได้ง่าย
2. PROTECTION สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพสมบูรณ์จนถึงมือผู้บริโภค, ป้องกันฝุ่นได้ดี
3. CONVENIENCE สามารถแขวนได้, หยิบได้สะดวกและจัดเก็บเข้าที่ได้ง่าย
4. PROMOTION กราฟิกสามารถดึงดูดความสนใจได้ดี, บอกให้ผู้ซื้อเข้าใจได้ง่ายและรวดเร็วว่ามีการใช้งานอย่างไรกับเครื่องดนตรีประเภทใด

สำหรับด้านส่งเสริมการขาย เงื่อนไขที่ต้องมีบนบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วย

1. BRAND NAME : HAMON
2. LOGO
3. PRODUCT NAME : ผ้าเช็ดเครื่องดนตรี
4. ขนาดบรรจุ : 1 ผืน
5. ชื่อและที่อยู่ผู้ผลิต
6. เครื่องหมายที่แสดงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. แปร่งทำความสะอาด



ภาพที่ 2.3.2.4 แปร่งทำความสะอาด

หน้าที่: แปร่งทำความสะอาด ใช้ในการทำความสะอาดชิ้นส่วนต่างๆของเครื่องดนตรี โดยเฉพาะเครื่องเป่า ซึ่งขนาดของแปร่งแต่ละอันเหมาะสมกับเครื่องดนตรีต่างชนิดกัน

1. เล็ก เหมาะกับเครื่องดนตรีขนาดเล็ก เช่น ทรัมเป็ต, คอร์เน็ต, ฮอรั้น
2. กลาง เหมาะกับเครื่องดนตรีขนาดกลาง เช่น บาริโทน
3. ใหญ่ เหมาะกับเครื่องดนตรีขนาดใหญ่ เช่น ทรอมโบน

ลักษณะแปร่งจะมีหัวสั้น 2 ด้านใช้แห่เข้าไปทำความสะอาดในท่อเล็กๆที่เอื้อมมือไม่ถึง

ราคาขาย 150.-

ปริมาณบรรจุ 1 อัน

พฤติกรรมการใช้ ใช้ล้างทำความสะอาดหลังการเล่น

ผู้บริโภค นักดนตรี, นักเรียนดนตรีประเภทเครื่องเป่า

ขนาด ใหญ่ 20x4x4 cm.

กลาง 15x3x3 cm.

เล็ก 10x2x2 cm.

ปัญหาของผลิตภัณฑ์เดิม ขนแปร่งเสียรูป, ใช้นานๆแล้วกล่องเสียรูป, เปลืองพื้นที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความต้องการของผลิตภัณฑ์

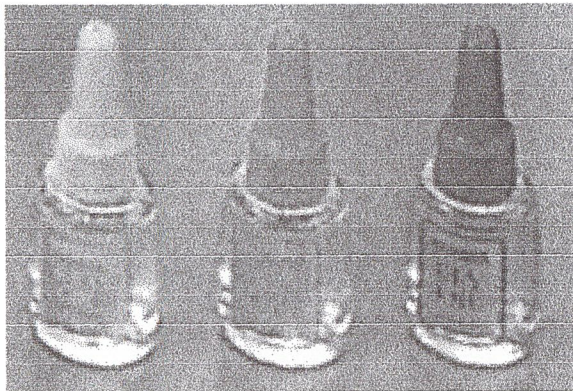
1. CONTAINMENT เพื่อการหยิบใช้งานและความทนทาน บรรจุภัณฑ์PRIMARY จึงควรเป็นถาดพลาสติกเพื่อให้สามารถคงรูปอยู่นานกว่า
2. PROTECTION สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพสมบูรณ์ตลอดการใช้งาน, คุ้มครองชนแปรงไม่ให้เสียรูป
3. CONVENIENCE สามารถแขวนได้, หยิบได้สะดวกและจัดคืนเข้าที่ได้ง่าย
4. PROMOTION กราฟิกสามารถดึงดูดความสนใจได้ดี, บอกให้ผู้ซื้อเข้าใจได้ง่ายและรวดเร็วว่ามีการใช้งานอย่างไรกับเครื่องดนตรีประเภทใด

สำหรับด้านส่งเสริมการขาย เงื่อนไขที่ต้องมีบนบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วย

1. BRAND NAME : HAMON
2. LOGO
3. PRODUCT NAME : แปรงทำความสะอาด
4. ขนาดบรรจุ : 1อัน
5. ชื่อและที่อยู่ผู้ผลิต
6. เครื่องหมายที่แสดงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. น้ำมันMechanic



ภาพที่ 2.3.2.5 น้ำมันMechanic

หน้าที่: เดิมที ยามาฮา แบ่งลักษณะน้ำมันหยอดกระเดื่องออกเป็น 3 ประเภท คือ Light, Medium, Heavy ซึ่งใช้เฉพาะที่และใช้กับเครื่องเป่าเท่านั้น โดยเฉพาะ ฟลูต, พิคโคโล, แซ็กโซโฟน, คลาริเน็ต

สำหรับBrand”HARMON” ขยายการใช้งานออกให้กว้างขึ้นโดยใช้ทั่วไปกับเครื่องดนตรี เช่น กลไกขอลเครื่องเป่าต่างๆ, กลไกของกีตาร์ทุกชนิดรวมทั้งเบสด้วย, กลไกของเครื่องประกอบจังหวะเช่น กลองชุด, กลองทิมปานี ฯลฯ

ราคาขาย เล็ก 80.-ใหญ่ 150.-

ปริมาตรบรรจุ 50,100 cc.

พฤติกรรมการใช้งาน ใช้เมื่อพบปัญหาการติดขัดของกลไก, หลังการเล่น

ผู้บริโภค นักดนตรีทั่วไป

คุณสมบัติทางกายภาพ มีความชื้นเล็กน้อย คล้ายน้ำมันหยอดจักร

ขนาด 6x2.5x2.5 cm.

ปัญหาของผลิตภัณฑ์เดิม ข้างขวดเปราะง่าย, สิ้นหลุดมือ, ปากขวดควบคุมน้ำมันไม่ดี

ความต้องการของผลิตภัณฑ์

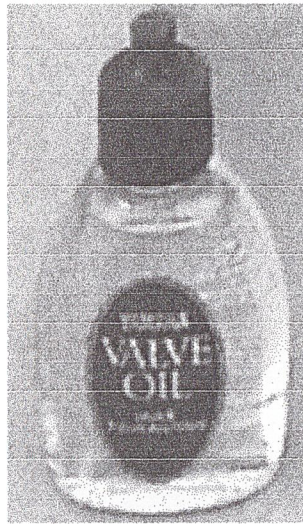
- 1.CONTAINMENT บรรจุน้ำมันได้ง่ายโดยใช้เครื่องจักรเป็นหลัก, มีความทนทาน
- 2.PROTECTION สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพสมบูรณ์ตลอดการใช้งาน, ป้องกันการรั่วไหล
- 3.CONVENIENCE สามารถควบคุมปริมาณการไหลของน้ำมันได้ดี, ป้องกันการเลอะบริเวณข้างขวดได้ดี
- 4.PROMOTION กราฟิกสามารถดึงดูดความสนใจได้ดี, บอกให้ผู้ซื้อเข้าใจได้ง่ายและรวดเร็วว่ามีการใช้งานอย่างไรกับเครื่องดนตรีประเภทใด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์หรือการขงนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

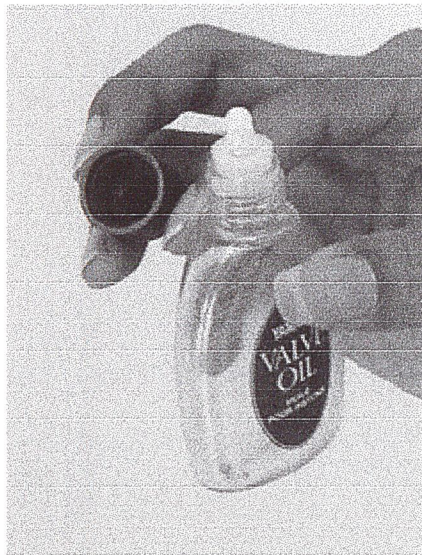
สำหรับด้านส่งเสริมการขาย เงื่อนไขที่ต้องมีบนบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วย

1. BRAND NAME : HAMON
2. LOGO
3. PRODUCT NAME : น้ำมันหยอดกลไก
4. ขนาดบรรจุ : 50, 100cc
5. ชื่อและที่อยู่ผู้ผลิต
6. เครื่องหมายที่แสดงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

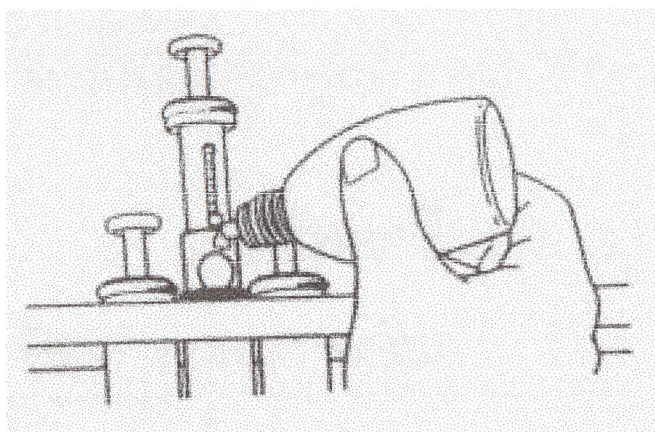
6. น้ำมันหยอดลูกสูบ



ภาพน้ำมันหยอดลูกสูบของยามาฮา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนภาพที่ 2.3.2.6.1 ภาพน้ำมันหยอดลูกสูบของยามาฮา ให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.3.2.6.2 ภาพแสดงการใช้งาน

หน้าที่ : น้ำมันหยอดลูกสูบ ใช้หล่อลื่นในเครื่องเป่าที่มีส่วนประกอบของลูกสูบ เช่น ทริมเปิด, ทรอมโบน

ทูบา ฯลฯ

ราคาขาย เล็ก 80.- ใหญ่ 150.-

ขนาดบรรจุ 50, 100 cc.

พฤติกรรมการใช้งาน ใช้เมื่อประสบปัญหาติดขัด, ก่อน, หลังการเล่น

ผู้บริโภค นักดนตรี, นักเรียนดนตรีประเภทเครื่องเป่า

คุณสมบัติทางกายภาพ มีความข้นเล็กน้อย คล้ายน้ำมันหยอดจักร

ขนาด 6x2.5x2.5 cm.

ปัญหาของผลิตภัณฑ์เดิม ข้างขวดเปราะง่าย, สิ้นหลุดมือ, ปากขวดควบคุมน้ำมันไม่ดี

1. CONTAINMENT บรรจุน้ำมันได้ง่ายโดยใช้เครื่องจักรเป็นหลัก, มีความทนทาน
2. PROTECTION สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพสมบูรณ์ตลอดการใช้งาน, ป้องกันการรั่วไหล
3. CONVENIENCE สามารถควบคุมปริมาณการไหลของน้ำมันได้ดี, ป้องกันการเลอะบริเวณข้างขวดได้ดี
4. PROMOTION กราฟิกสามารถดึงดูดความสนใจได้ดี, บอกให้ผู้ซื้อเข้าใจได้ง่ายและรวดเร็วว่ามีการใช้งานอย่างไรกับเครื่องดนตรีประเภทใด

สำหรับด้านส่งเสริมการขาย เงื่อนไขที่ต้องมีบนบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วย

1. BRAND NAME : HAMON
2. LOGO
3. PRODUCT NAME : น้ำมันหยอดลูกสูบ
4. ขนาดบรรจุ : 50, 100cc
5. ชื่อและที่อยู่ผู้ผลิต

6. เครื่องหมายที่แสดงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. น้ำมันทาข้อต่อ



ภาพที่ 2.3.2.7 ภาพน้ำมันทาข้อต่อ

หน้าที่ : น้ำมันทาข้อต่อ ใช้สำหรับทาตามบริเวณที่มีการสวมต่อกันระหว่างวัสดุแข็ง เช่น เหล็กกับเหล็ก เพื่อลดการเสียดสี ใช้ในเครื่องดนตรีประเภทต่างๆ เช่น ฟลูต, คลาริเน็ต, แซ็กโซโฟน, และเครื่องทองเหลืองทุกชนิด มีปริมาณการใช้มาก และใช้บ่อยครั้ง

ราคาขาย	เล็ก 80.- ใหญ่ 150.-
ขนาดบรรจุ	50, 100 cc.
พฤติกรรมการใช้งาน	ใช้เมื่อประสบปัญหาติดขัด, ก่อน, หลังการเล่น
ผู้บริโภค	นักดนตรี, นักเรียนดนตรีประเภทเครื่องเป่า
คุณสมบัติทางกายภาพ	มีความข้นเล็กน้อย คล้ายน้ำมันหยอดจักร
ขนาด	6x2.5x2.5 cm.
ปัญหาของผลิตภัณฑ์เดิม	ข้างขวดเปราะง่าย, ลื่นหลุดมือ, ปากขวดควบคุมน้ำมันไม่ดี

ความต้องการของผลิตภัณฑ์

1. CONTAINMENT บรรจุน้ำมันได้ง่ายโดยใช้เครื่องจักรเป็นหลัก, มีความทนทาน
2. PROTECTION สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพสมบูรณ์ตลอดการใช้งาน, ป้องกันการรั่วไหล
3. CONVENIENCE สามารถควบคุมปริมาณการไหลของน้ำมันได้ดี, ป้องกันการเลอะบริเวณข้างขวดได้ดี
4. PROMOTION กราฟิกสามารถดึงดูดความสนใจได้ดี, บอกให้ผู้ซื้อเข้าใจได้ง่ายและรวดเร็วว่ามีการใช้งานอย่างไรกับเครื่องดนตรีประเภทใด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับด้านส่งเสริมการขาย เงื่อนไขที่ต้องมีบนบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วย

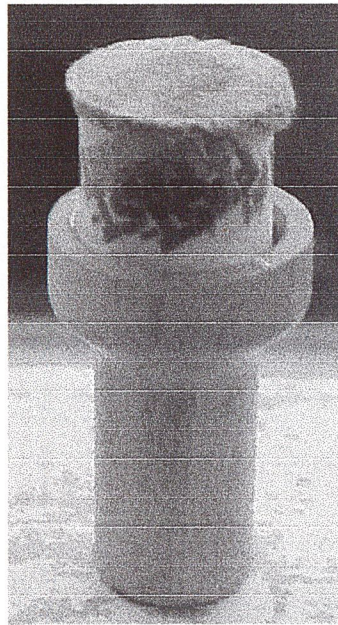
1. BRAND NAME : HAMON
2. LOGO
3. PRODUCT NAME : น้ำมันทาข้อต่อ
4. ขนาดบรรจุ : 50, 100cc
5. ชื่อและที่อยู่ผู้ผลิต
6. เครื่องหมายที่แสดงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. น้ำมันทาสาย



ภาพที่ 2.3.2.8.1 ภาพบรรจุภัณฑ์ภายนอกของน้ำมันทาสาย



ภาพที่ 2.3.2.8.2 ด้ามทาน้ำมันทาสาย

หน้าที่ : น้ำมันสำหรับทาสายเครื่องดนตรี เช่น กีตาร์, เบส, ไวโอลิน ฯลฯ ใช้เพื่อยืดอายุของสายให้นานขึ้นเนื่องจากน้ำมันทำหน้าที่เป็นฟิล์มกันความชื้นในอากาศทำปฏิกิริยากับสายที่เป็นโลหะ น้ำมันที่ใช้เป็นชนิดพิเศษสามารถซึมได้ดีและความเหนียวน้อยไม่หลงเหลือคราบเปื้อนมือเมื่อเล่น

ดนตรี สำหรับยี่ห้อฟาสเฟรต (Fast Fret) มีลักษณะเฉพาะ คือ เป็นแท่งไม้ที่ปลายเป็น สลักหลอดชุบน้ำมัน การใช้งานจะใช้ปลายสลักหลอดทาที่สายจนกว่าน้ำมันจะหมดไป

ราคาขาย	เล็ก 80.-	ใหญ่	150.-
ขนาดบรรจุ	50, 100 cc.		
พฤติกรรมการใช้งาน	ใช้หลังการเล่น, ตามความต้องการ		
ผู้บริโภค	นักดนตรี, นักเรียนดนตรีประเภทเครื่องสายเช่น กีตาร์, ไวโอลิน		
คุณสมบัติทางกายภาพ	มีความขุ่นน้อยมาก, ไม่เหนียวติดมือ		
ขนาด	6x2.5x2.5 cm.		
ปัญหาของผลิตภัณฑ์เดิม	น้ำมันเลอะเทอะง่าย, ลื่นหลุดมือง่าย		

ความต้องการของผลิตภัณฑ์

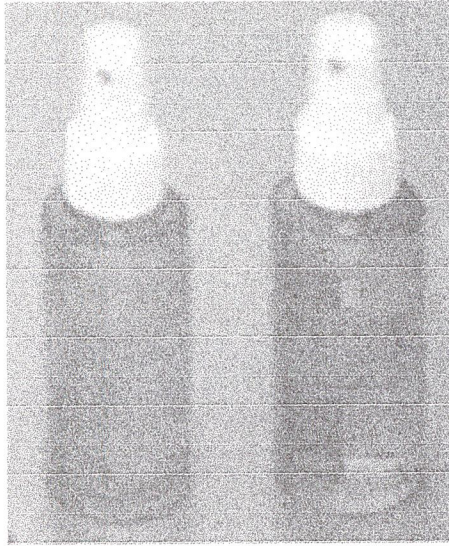
- 1.CONTAINMENT บรรจุน้ำมันได้ง่ายโดยใช้เครื่องจักรเป็นหลัก, มีความทนทาน
- 2.PROTECTION สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพสมบูรณ์ตลอดการใช้งาน, ป้องกันการรั่วไหล
- 3.CONVENIENCE สามารถควบคุมปริมาณการไหลของน้ำมันได้ดี, ป้องกันการเลอะบริเวณข้างขวดได้ดี, ปากขวดสามารถทาสายได้สะดวก
- 4.PROMOTION กราฟิกสามารถดึงดูดความสนใจได้ดี, บอกให้ผู้ซื้อเข้าใจได้ง่ายและรวดเร็วว่ามีการใช้งานอย่างไรกับเครื่องดนตรีประเภทใด

สำหรับด้านส่งเสริมการขาย เงื่อนไขที่ต้องมีบนบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วย

- 1.BRAND NAME : HAMON
- 2.LOGO
- 3.PRODUCT NAME : น้ำมันทาสาย
- 4.ขนาดบรรจุ : 50, 100cc
- 5.ชื่อและที่อยู่ผู้ผลิต
- 6.เครื่องหมายที่แสดงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9.สเปรย์เคลือบผิว



ภาพที่ 2.3.2.9 ภาพสเปรย์เคลือบผิว

หน้าที่ : เป็นสเปรย์ใช้สำหรับเคลือบผิวเครื่องดนตรีที่เป็นไม้เคลือบแล็คเกอร์และโลหะเคลือบแล็คเกอร์ ช่วยลดรอยแผลได้เล็กน้อย เช่น เครื่องสายทุกชนิด, เครื่องทองเหลืองชนิดเคลือบแลคเกอร์, กลอง ฯลฯ

การใช้งาน	ใช้ฉีดพ่นด้วยมือลงบนเครื่องดนตรีโดยตรงและใช้ผ้าสะอาดเช็ด
ราคาขาย	100.-
ขนาดบรรจุ	110 cc
พฤติกรรมการใช้งาน	ใช้หลังการเล่น,ตามความต้องการ
ผู้บริโภค	นักดนตรี,นักเรียนดนตรีทั่วไป
คุณสมบัติทางกายภาพ	เป็นน้ำเหลว, มีแลคเกอร์และแอลกอฮอล์ผสมอยู่ ช่วยเคลือบผิวให้มีความสวยงาม
ขนาด	13x3.5x3.5 cm.
ปัญหาของผลิตภัณฑ์เดิม	มีการลอกใช้ก่อนซื้อ

ความต้องการของผลิตภัณฑ์

- 1.CONTAINMENT บรรจุง่ายโดยใช้เครื่องจักรเป็นหลัก, มีความทนทาน
- 2.PROTECTION สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพสมบูรณ์ตลอดการใช้งาน, ป้องกันการรั่วไหล,ป้องกันการลักลอบใช้โดยอาจมีการหุ้มพลาสติก
- 3.CONVENIENCE ประหยัดพื้นที่การขนส่ง, ฝาขวดใช้ง่ายไม่เลอะมือ
- 4.PROMOTION กราฟิกสามารถดึงดูดความสนใจได้ดี, บอกให้ผู้ซื้อเข้าใจได้ง่ายและรวดเร็วว่ามีการใช้งานอย่างไรกับเครื่องดนตรีประเภทใด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับด้านส่งเสริมการขาย เงื่อนไขที่ต้องมีบนบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วย

1. BRAND NAME : HAMON
2. LOGO
3. PRODUCT NAME : สเปรย์เคลือบผิว
4. ขนาดบรรจุ : 110cc
5. ชื่อและที่อยู่ผู้ผลิต
6. เครื่องหมายที่แสดงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10.ครีมดูแลหนัง



ภาพที่ 2.3.2.10 ภาพบรรจุภัณฑ์ครีมดูแลหนัง

หน้าที่ : ครีมดูแลหนัง ใช้ทำความสะอาดชิ้นส่วนที่เป็นหนังของเครื่องดนตรี โดยมากเป็นเครื่องประกอบจังหวะ เช่น หนังกลองชนิดต่างๆ, ปลอกหนัง, มือจับเครื่องดนตรีที่เป็นหนังเทียมและหนังแท้ ช่วยยืดอายุการใช้งานขจัดคราบสกปรกที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ

วิธีใช้งาน	ทาครีมลงบนผ้าแล้วทำให้ทั่วบนส่วนที่เป็นหนังให้ทั่วแล้วเช็ดออก
ราคาขาย	เล็ก 100.- ใหญ่ 200.-
ขนาดบรรจุ	50,100cc.
พฤติกรรมการใช้งาน	ใช้หลังการเล่น, ตามความต้องการ
ผู้บริโภค	นักดนตรี, นักเรียนดนตรีประเภทเครื่องประกอบจังหวะ เช่น กลองชนิดต่างๆ
คุณสมบัติทางกายภาพ	เป็นครีมชั้นบรรจุหลอดเพื่อสะดวกต่อการใช้งาน
ขนาด	13x5x5cm. 10x5x5 cm.

ปัญหาของผลิตภัณฑ์เดิม ปากขวดต้องควบคุมปริมาณครีมได้เหมาะสม, เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับ **สามารถคืนตัวได้ดี** ศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความต้องการของผลิตภัณฑ์

1. CONTAINMENT บรรจุครีมได้ง่ายโดยใช้เครื่องจักรเป็นหลัก, มีความทนทาน
2. PROTECTION สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพสมบูรณ์ตลอดการใช้งาน, ป้องกันการรั่วไหล, สามารถคืนตัวได้ดีเมื่อมีการบีบ
3. CONVENIENCE ประหยัดพื้นที่การขนส่ง, ปากขวดควบคุมการไหลของครีมได้ดี, สามารถหยิบใช้งานได้สะดวก
4. PROMOTION กราฟิกสามารถดึงดูดความสนใจได้ดี, บอกให้ผู้ซื้อเข้าใจได้ง่ายและรวดเร็วว่ามีการใช้งานอย่างไรกับเครื่องดนตรีประเภทใด

สำหรับด้านส่งเสริมการขาย เงื่อนไขที่ต้องมีบนบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วย

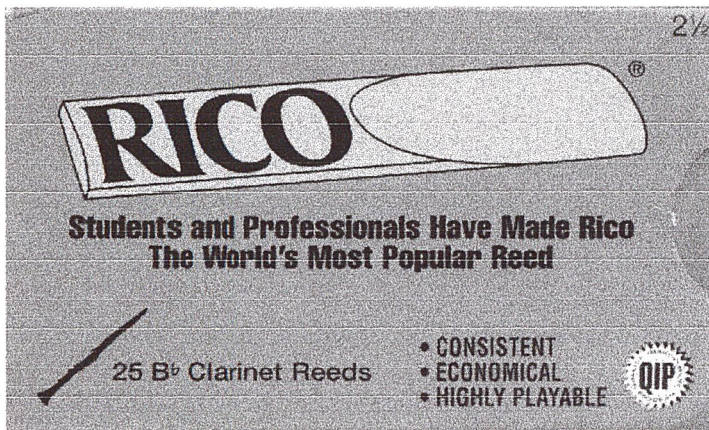
1. BRAND NAME : HAMON
2. LOGO
3. PRODUCT NAME : ครีมดูแลหนัง
4. ขนาดบรรจุ : 50,100 cc
5. ชื่อและที่อยู่ผู้ผลิต
6. เครื่องหมายที่แสดงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

11. ลิ้น

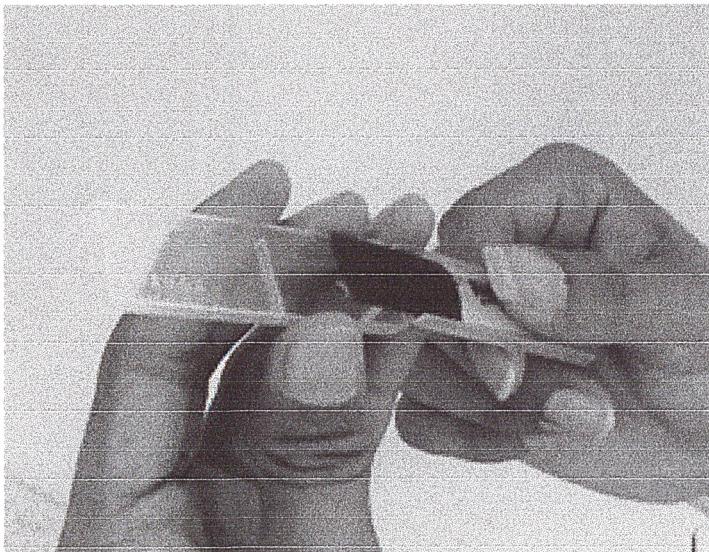
เนื่องจาก ยามาฮา ไม่มีการผลิตลิ้น จึงพิจารณาจาก RICO ที่เป็นยี่ห้อที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงที่สุดในประเทศ คือ ประมาณร้อยละ 50 ที่เหลือคือ VANDOREN , SELMER ซึ่งจำแนกวิธีการเก็บลิ้นได้ดังนี้

1. RICO ขยายแบบกล่องใหญ่ 10 ชิ้น ไม่มี PRIMARY PACKAGE ใช้ฟองน้ำช่วยในการยึดให้ลิ้นอยู่กับที่ ซึ่งอาจทำให้ลิ้นมีการหัก งอ เนื่องจากการเก็บที่ไม่ถูกต้อง และ เมื่อใช้งานจนเหลือปริมาณลิ้นน้อยแล้ว กล่องจะหลวมจนลิ้นสามารถเคลื่อนที่ได้



ภาพที่ 2.3.2.11.1 ภาพบรรจุภัณฑ์ลิ้นตรา ริโค

2. RICO PLASTICOVER มีกล่องพลาสติกแบบมีฝาปิด ดีที่สุดในการเก็บรักษาลิ้นแต่มีข้อเสียที่เก็บความชื้นมาก ทำให้ลิ้นชื้นราได้ง่ายจึงต้องทำให้แห้งก่อน และไม่สะดวกในการใช้งาน

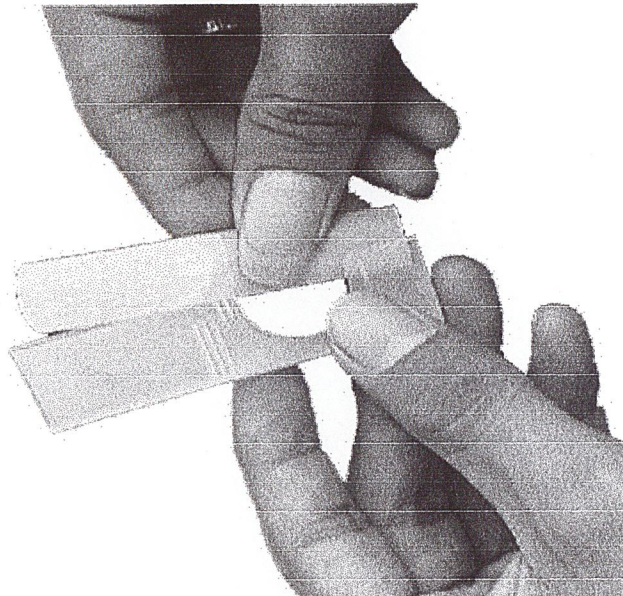


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.3.2.11.2 ภาพบรรจุภัณฑ์ลึนตรา ริโค พลาสติกโคเวอร์

3.VANDOREN เป็นซองพลาสติกแบบใส่ลึนจากด้านข้าง สะดวกในการใช้งานแต่ลึนอาจหล่นออกทางด้านข้างได้ เนื่องจากไม่มีตัวกั้นด้านข้าง และอาจทำให้ลึนเกิดการงอได้ ในสภาพอากาศที่ร้อน เนื่องจากตัวที่ใช้ยึดลึนเป็นสันพลาสติกบางๆเท่านั้น



ภาพที่ 2.3.2.11.3 ภาพบรรจุภัณฑ์ลึนตรา แวนโดเรน

ราคาขาย	50 บาท
ขนาดบรรจุ	1 ซึ้น
พฤติกรรมการใช้งาน	ใช้หลังการเล่น, ตามความต้องการ
ผู้บริโภค	นักดนตรี,นักเรียนดนตรีประเภทเครื่องเป่า
ขนาด	Primary 7x 2x0.5 cm. Secondary 8x4x2 cm.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เฉพาะในเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ความถี่ในการซื้อ ประมาณ 6 เดือน
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความต้องการของผลิตภัณฑ์

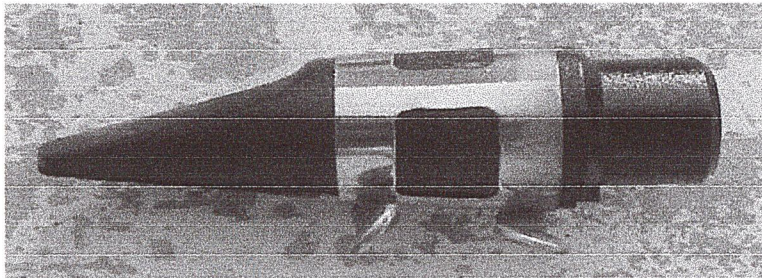
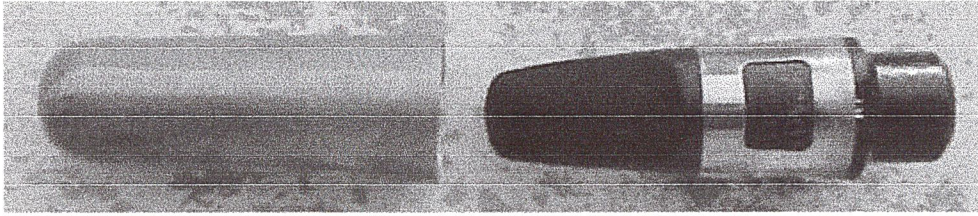
1. CONTAINMENT เก็บลื่นได้สะดวก, มีความทนทานและมีการบอกทิศทางที่ถูกต้อง
2. PROTECTION สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพสมบูรณ์ตลอดการใช้งาน, ระบายความชื้นได้ดี, ป้องกันแรงกระแทก
3. CONVENIENCE Secondary Package ใช้สะดวกสามารถเลือกลื่นได้ง่าย, Primary Package สามารถหยิบใช้งานได้สะดวก
4. PROMOTION กราฟิกสามารถดึงดูดความสนใจได้ดี, บอกให้ผู้ซื้อเข้าใจได้ง่ายและรวดเร็วว่ามีการใช้งานอย่างไรกับเครื่องดนตรีประเภทใด

สำหรับด้านส่งเสริมการขาย เงื่อนไขที่ต้องมีบนบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วย

1. BRAND NAME : HAMON
2. LOGO
3. PRODUCT NAME : ลื่น
4. ขนาดบรรจุ : Primary 1 อัน
Secondary 5 ชิ้น
5. ชื่อและที่อยู่ผู้ผลิต
6. เครื่องหมายที่แสดงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

12. ก้ำพรวดแซกโซโฟน



ภาพที่ 2.3.2.12 ภาพปากเป่า(ก้ำพรวดพร้อมปลอกครอบ)

หน้าที่ : ก้ำพรวด คือ ปากเป่าของเครื่องดนตรี สำหรับแซกโซโฟน เดิมทีทำด้วยไม้แต่ภายหลังผลิตจากพลาสติกใช้ร่วมกับลิ้น เพื่อให้เกิดการสั่นสะเทือนส่งต่อไปยังตัวแซกโซโฟน มีส่วนประกอบ 3 ส่วนคือ

- 1.ตัวก้ำพรวด
- 2.ห้วงรัดลิ้น
- 3.ฝาครอบ

แบ่งออกเป็น 5 ชนิดคือ

- 1.ALTO
- 2.TENOR
- 3.BARITONE
- 4.SOPRANO
- 5.BASS

แต่ที่นิยมเล่นกันในปัจจุบันจริงแล้วนั้นก็มีเพียง 3 ชนิดเท่านั้นคือ ALTO, SOPRANO, TENOR แต่เนื่องจาก, SOPRANO มีราคาแพงมาก (มากกว่า 100,000.-) กลุ่มผู้บริโภคจึงอยู่เหนือ Brand ที่เปิดใหม่นี้ดังนั้นจะมีก้ำพรวด 2 ชนิด

ราคา	ALTO 400.-	TENOR	400.-
------	------------	-------	-------

ผู้บริโภค	นักดนตรี,นักเรียนดนตรีประเภทแซกโซโฟน		
-----------	--------------------------------------	--	--

ขนาดบรรจุ	1 ชิ้น		
-----------	--------	--	--

ขนาด	10x4x4 cm.		
------	------------	--	--

ปัญหาของผลิตภัณฑ์เดิม ขาดการคุ้มครองภายหลังการใช้งาน, กล้องกระดาดรับแรงกระแทกไม่ได้มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความต้องการของผลิตภัณฑ์

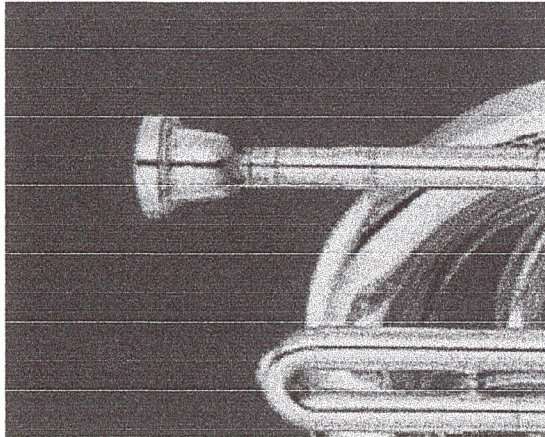
1. CONTAINMENT การใช้งานกำพรวดจำเป็นที่ต้องมีการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายหลังการใช้งานตลอดอายุการใช้งานจึงจำเป็นที่ต้องมีฉนวนพลาสติกเป็น Primary Package, มีความทนทาน
2. PROTECTION สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพสมบูรณ์ตลอดการใช้งาน, ป้องกันแรงกระแทกและคราบน้ำมันต่างๆ
3. CONVENIENCE รูปแบบของ Primary Package สามารถหยิบใช้งานได้สะดวกและเอื้อต่อการบรรจุใน Secondary Package ได้ประหยัดเนื้อที่
4. PROMOTION กราฟิกสามารถดึงดูดความสนใจได้ดี, บอกให้ผู้ซื้อเข้าใจได้ง่ายและรวดเร็วว่ามีการใช้งานอย่างไรกับเครื่องดนตรีประเภทใด

สำหรับด้านส่งเสริมการขาย เงื่อนไขที่ต้องมีบนบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วย

1. BRAND NAME : HAMON
2. LOGO
3. PRODUCT NAME : กำพรวดแซกโซโฟน
4. ขนาดบรรจุ : 1 อัน
5. ชื่อและที่อยู่ผู้ผลิต
6. เครื่องหมายที่แสดงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3. กำพรวดเครื่องทองเหลือง



ภาพที่ 2.3.2.13 ภาพกำพรวดเครื่องทองเหลือง

หน้าที่ : กำพรวดของเครื่องทองเหลืองนั้นมีหลายชนิดซึ่งมีขนาดใหญ่เล็กต่างกัน การใช้งานใช้ริมฝีปากเป็นต้นกำเนิดการสั่นสะเทือนโดยตรงจึงไม่ต้องมีลิ้น ตัวกำพรวดผลิตจากทองเหลืองหรือโลหะผสมเคลือบเงิน

กำพรวดของเครื่องทองเหลืองที่ขายนั้นมีอยู่ 4 ชนิดคือ

- | | |
|----------------|-------------|
| 1. Trumpet | ราคา 1800.- |
| 2. French Horn | ราคา 900.- |
| 3. Trombone | ราคา 1200.- |
| 4. Tuba | ราคา 1400.- |

นอกเหนือจากนี้ พบว่ามีปริมาณการขายไม่มากและไม่นิยมเล่นนอกวงดุริยางค์

ผู้บริโภคนักดนตรี, นักเรียนดนตรีประเภทเครื่องทองเหลือง

ขนาดบรรจุ 1 ชิ้น

ขนาด 10x4x4 cm.

ปัญหาของผลิตภัณฑ์เดิม ขาดการคุ้มครองภายหลังการใช้งาน, กล้องกระจาดรับแรงกระแทกไม่ได้มาก

ความต้องการของผลิตภัณฑ์

1. CONTAINMENT การใช้งานกำพรวดจำเป็นต้องมีการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายหลังการใช้งานตลอดอายุการใช้งานจึงจำเป็นต้องมีถาดพลาสติกเป็น Primary Package, มีความทนทาน

2. PROTECTION สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพสมบูรณ์ตลอดการใช้งาน, ป้องกันแรงกระแทกและคราบน้ำมันต่างๆ

3. CONVENIENCE รูปแบบของ Primary Package สามารถหยิบใช้งานได้สะดวกและเอื้อต่อการบรรจุใน Secondary Package ได้ประหยัดเนื้อที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์หรืออาจสงวนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแบบลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

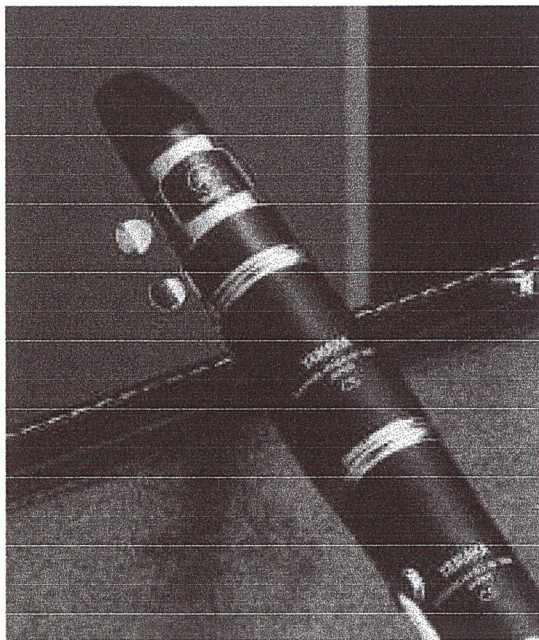
- 4.PROMOTION กราฟิกสามารถดึงดูดความสนใจได้ดี, บอกให้ผู้ซื้อเข้าใจได้ง่ายและรวดเร็วว่ามีการใช้งานอย่างไรกับเครื่องดนตรีประเภทใด

สำหรับด้านส่งเสริมการขาย เงื่อนไขที่ต้องมีบนบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วย

- 1.BRAND NAME : HAMON
- 2.LOGO
- 3.PRODUCT NAME : กำพรวดเครื่องทองเหลือง
- 4.ขนาดบรรจุ : 1 อัน
- 5.ชื่อและที่อยู่ผู้ผลิต
- 6.เครื่องหมายที่แสดงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

14. กำพรวดคลาริเน็ต



ภาพที่ 2.3.2.14 ภาพกำพรวดคลาริเน็ต

หน้าที่ : เครื่องดนตรีคลาริเน็ตนั้นผลิตจากวัสดุอยู่ 2 ชนิด คือ ABS เรซิน และ ไม้แกรนาเดียนซึ่งการผลิตจากไม้จะให้เสียงที่ดีกว่า กำพรวดหรือปากเป่าก็เช่นกัน สำหรับใน Brand “HARMON” จะใช้พลาสติกประเภท ABS เรซิน เพราะผลิตง่าย ราคาวัสดุถูกกว่ามาก

คลาริเน็ตนั้นมีอยู่ 5 ชนิด แต่ที่นิยมใช้กันมากเนื่องจากความกว้างของเสียงที่เหมาะสม และสามารถประยุกต์ใช้งานกับดนตรีหลายแนว อีกทั้งยังมีราคาต่ำกว่าแบบอื่นๆ หลายเท่า ก็คือ บีแฟลตคลาริเน็ต

ราคาขาย	800.-
ผู้บริโภคร	นักดนตรี, นักเรียนดนตรีคลาริเน็ต
ขนาดบรรจุ	1 ชิ้น
ขนาด	10x4x4 cm.
ปัญหาของผลิตภัณฑ์เดิม	ขาดการคุ้มครองภายหลังการใช้งาน, กล้องกระดาษรับแรงกระแทกไม่ได้มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความต้องการของผลิตภัณฑ์

1. CONTAINMENT การใช้งานกำพรวดจำเป็นที่ต้องมีการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายหลังการใช้งานตลอดอายุการใช้งานจึงจำเป็นที่ต้องมีภาตพลาสติกเป็นPrimary Package, มีความทนทาน
2. PROTECTION สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพสมบูรณ์ตลอดการใช้งาน, ป้องกันแรงกระแทกและคราบน้ำมันต่างๆ
3. CONVENIENCE รูปแบบของ Primary Package สามารถหยิบใช้งานได้สะดวกและเอื้อต่อการบรรจุในSecondary Package ได้ประหยัดเนื้อที่
4. PROMOTION กราฟิกสามารถดึงดูดความสนใจได้ดี, บอกให้ผู้ซื้อเข้าใจได้ง่ายและรวดเร็วว่ามีการใช้งานอย่างไรกับเครื่องดนตรีประเภทใด

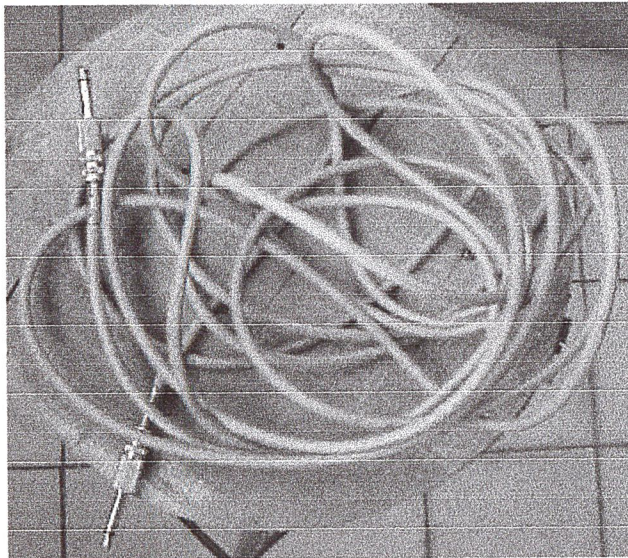
สำหรับด้านส่งเสริมการขาย เงื่อนไขที่ต้องมีบนบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วย

1. BRAND NAME : HAMON
2. LOGO
3. PRODUCT NAME : กำพรวดคลาริเน็ต
4. ขนาดบรรจุ : 1 อัน
5. ชื่อและที่อยู่ผู้ผลิต
6. เครื่องหมายที่แสดงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5. สายสัญญาณเสียง

หน้าที่ : สายสัญญาณเสียง หรือ ที่เรียกกันติดปากโดยทั่วไปว่าแจ๊คนั้น เป็นสายไฟที่ช่วยนำสัญญาณเสียงที่แปลงเป็นสัญญาณไฟฟ้าแล้วไปยังจุดที่ต้องการ มี 2 ขนาด คือ แบบสั้นและแบบยาว



ภาพที่ 2.3.2.15 ภาพสายสัญญาณเสียง

ราคา	สั้น 50.- ยาว 80.-
ผู้บริโภค	นักดนตรี,นักเรียนดนตรีทั่วไปที่ใช้เครื่องดนตรีไฟฟ้าทุกชนิด
พฤติกรรมการใช้งาน	ใช้ขณะเล่นดนตรีทุกครั้ง
ขนาดบรรจุ	1 ชิ้น
ขนาด	20x10x10 cm.
ปัญหาของผลิตภัณฑ์เดิม	รายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าน้อย

ความต้องการของผลิตภัณฑ์

- 1.CONTAINMENT สามารถบรรจุและล๊อคไม่ให้ตัวสายเคลื่อนที่และพันกันไม่สวยงาม
- 2.PROTECTION สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพสมบูรณ์ก่อนถึงมือผู้บริโภค, ป้องกันแรงกระแทกและกันสายพันกัน
- 3.CONVENIENCE สามารถแขวนได้, การบรรจุสะดวก, ประหยัดพื้นที่ขนส่ง
- 4.PROMOTION กราฟิกสามารถดึงดูดความสนใจได้ดี, บอกให้ผู้ซื้อเข้าใจได้ง่ายและรวดเร็วว่ามีการใช้งานอย่างไรกับเครื่องดนตรีประเภทใด

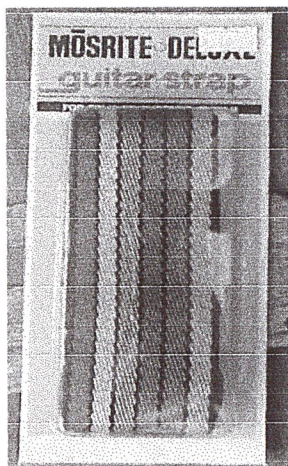
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับด้านส่งเสริมการขาย เงื่อนไขที่ต้องมีบนบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วย

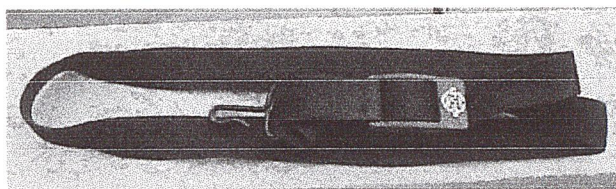
1. BRAND NAME : HAMON
2. LOGO
3. PRODUCT NAME : สายสัญญาณเสียง
4. ขนาดบรรจุ : 1 อัน
5. ชื่อและที่อยู่ผู้ผลิต
6. เครื่องหมายที่แสดงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

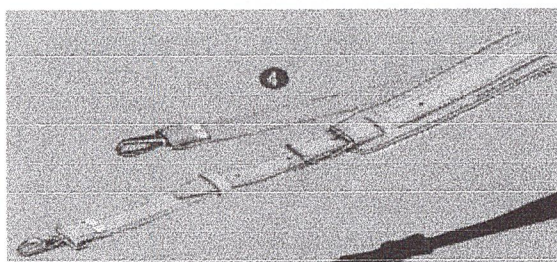
16. สายสะพาย



ภาพที่ 2.3.2.16.1 ภาพสายสะพายกีตาร์



ภาพที่ 2.3.2.16.2 ภาพสายสะพายแซ็กโซโฟน



ภาพที่ 2.3.2.16.3 ภาพสายสะพายทูบา

หน้าที่ : สายสะพายใช้คล้องคอเพื่อให้สามารถเล่นเครื่องดนตรีได้ปลอดภัยและสามารถยืนเล่นได้ เครื่องดนตรีที่ต้องการใช้สายสะพายมีดังนี้

1. กีตาร์และเบสทุกชนิด ซึ่งใช้สายแบบเดียวกันสามารถใช้แทนกันได้

ราคา	80.-
ลักษณะทางกายภาพ	เป็นผ้าผสมหนังเทียมและใยสังเคราะห์
ผู้บริโภคร	นักดนตรี, นักเรียนดนตรี

2. ทูบา

ราคา	80.-
ลักษณะทางกายภาพ	เป็นหนังเทียม
ผู้บริโภคร	นักดนตรี, นักเรียนดนตรี

3. แซ็กโซโฟน

ราคา	100.-
ลักษณะทางกายภาพ	เป็นผ้าใยสังเคราะห์
ผู้บริโภคร	นักดนตรี, นักเรียนดนตรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขนาดบรรจุ 1 ชิ้น
 ขนาด 10x4x4 cm.
 ปัญหาของผลิตภัณฑ์เดิม รายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าน้อย

ความต้องการของผลิตภัณฑ์

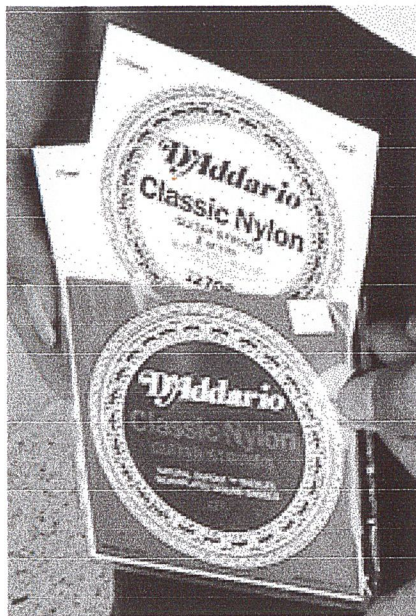
1. CONTAINMENT สามารถบรรจุและล็อคไม่ให้ตัวสายเคสที่และพันกันไม่สวยงาม
2. PROTECTION สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพสมบูรณ์ก่อนถึงมือผู้บริโภค, ป้องกันแรงกระแทกและกันสายพันกัน
3. CONVENIENCE สามารถแขวนได้, การบรรจุสะดวก, ประหยัดพื้นที่ขนส่ง
4. PROMOTION กราฟิกสามารถดึงดูดความสนใจได้ดี, บอกให้ผู้ซื้อเข้าใจได้ง่ายและรวดเร็วว่ามีการใช้งานอย่างไรกับเครื่องดนตรีประเภทใด

สำหรับด้านส่งเสริมการขาย เงื่อนไขที่ต้องมีบนบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วย

1. BRAND NAME : HAMON
2. LOGO
3. PRODUCT NAME : สายสะพาย
4. ขนาดบรรจุ : 1 อัน
5. ชื่อและที่อยู่ผู้ผลิต
6. เครื่องหมายที่แสดงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

17. สาย



ภาพที่ 2.3.2.17 ภาพสายกีตาร์ชนิดต่างๆ

หน้าที่ : เครื่องดนตรีที่เป็นเครื่องสายนั้นมียุ่หลายชนิด ที่เป็นที่นิยมมากที่สุด คือ กีตาร์, เบส, ไฟฟ้า เนื่องจากราคาไม่สูงมาก ใช้กันแพร่หลายในวงการดนตรีปัจจุบัน ซึ่งมีปริมาณการใช้สายค่อนข้างสูงมาก นอกจากจะเปลี่ยนสายตามสภาพ คือ เปลี่ยนเมื่อขาดแล้วยังควรที่จะเปลี่ยนสายใหม่ทุก 6 เดือนเนื่องจากคุณภาพเสียงจะตกลงเนื่องจากความชื้น

ลักษณะการขาย จะขายเป็นชุดดังนี้

1. สายกีตาร์ทุกชนิดมี 6 สาย แบ่งเป็น 2 ชนิด คือ High-Tension และ Medium Tension ซึ่งจะให้เสียงแตกต่างกัน สายที่มีความตึงสูงจะให้เสียงแหลม ดังและชัดเจนแต่แข็งส่วนสายความตึงปานกลางให้เสียงที่นุ่มกว่า

ราคาขาย	กีตาร์คลาสสิก, โพลค์ (H, M Tension)	150.-
	กีตาร์ไฟฟ้า (H, M Tension)	200.-

ขนาดบรรจุ 6 สาย

2. สายไวโอลิน มี 4 สาย เป็นสายเอ็นธรรมชาติ

	สายไวโอลิน (H, M Tension)	450.-
--	---------------------------	-------

ขนาดบรรจุ 4 สาย

3. สายเบส เบสมีทั้งแบบที่มี 4, 5, 6 สาย แต่นิยมและมีปริมาณมากที่สุดซึ่งมีปริมาณต่างจากแบบอื่น ๆ มาก ดังนั้นจะเริ่มเปิดตลาดด้วยสายเบสแบบ 4 สายก่อน

	สายเบส (H, M Tension)	700.-
--	-----------------------	-------

ขนาดบรรจุ 4 สาย

ขนาด 11x11 cm.

เอกสารนี้เป็น **ปัญหาของผลิตภัณฑ์เดิม** รายละเอียดในการใช้งานน้อย ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความต้องการของผลิตภัณฑ์

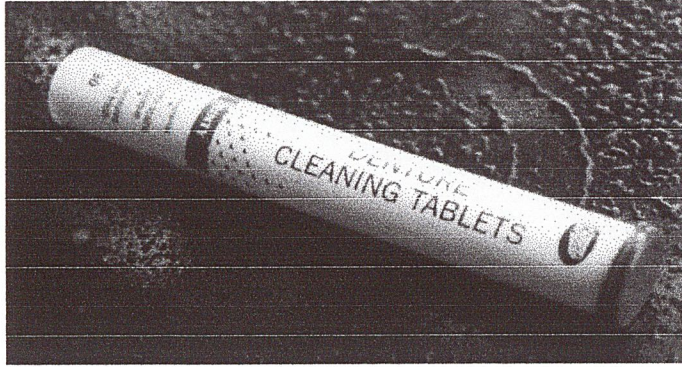
1. CONTAINMENT สามารถบรรจุและลือคไม่ให้ตัวสายเคลื่อนที่และพันกันไม่สวยงาม,บรรจุและใช้งานสะดวก
2. PROTECTION สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพสมบูรณ์ก่อนถึงมือผู้บริโภค, ป้องกันสายพันกัน, กันความชื้นได้พอสมควร
3. CONVENIENCE สามารถแขวนได้, การบรรจุสะดวก, ประหยัดพื้นที่ขนส่ง
4. PROMOTION กราฟิกสามารถดึงดูดความสนใจได้ดี, บอกให้ผู้ซื้อเข้าใจได้ง่ายและรวดเร็วว่ามีการใช้งานอย่างไรกับเครื่องดนตรีประเภทใด

สำหรับด้านส่งเสริมการขาย เงื่อนไขที่ต้องมีบนบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วย

1. BRAND NAME : HAMON
2. LOGO
3. PRODUCT NAME : สาย
4. ขนาดบรรจุ : 6 สาย(กีตาร์)
4 สาย(ไวโอลิน)
4 สาย(เบส)
5. ชื่อและที่อยู่ผู้ผลิต
6. เครื่องหมายที่แสดงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

18. เม็ดทำความสะอาด



ภาพที่ 2.3.2.18 ภาพบรรจุภัณฑ์เม็ดทำความสะอาด

หน้าที่ : เครื่องดนตรีประเภทเครื่องเป่านั้น มีส่วนที่ต้องสัมผัสกับปากอยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นลิ้น, กำพรวด ซึ่งการทำความสะอาดธรรมดาไม่สามารถล้างคราบโปรตีนที่อยู่ในน้ำลายออกไปได้หมด เมื่อใช้นานเข้าจะเกิดกลิ่นที่ไม่พึงประสงค์ขึ้น จึงจำเป็นที่จะต้องล้างคราบโปรตีนออกไป ด้วยเม็ดทำความสะอาด ซึ่งมีลักษณะเป็นเม็ดใช้หยอดลงในน้ำแล้วแช่อุปกรณ์ไว้ประมาณ 10 นาที จะช่วยล้างโปรตีนและ ทำให้กลิ่นสดชื่น

ราคาขาย	80.-
สูตร	มัน, ส้ม, สมุนไพร, แอปเปิ้ล
ลักษณะทางกายภาพ	เม็ด
ผู้บริโภค	นักดนตรี, นักเรียนดนตรีเครื่องเป่า
ขนาดบรรจุ	15 เม็ด
ขนาด	18x3x3 cm.
ปัญหาของผลิตภัณฑ์เดิม ขาดความเกี่ยวข้องกับเครื่องดนตรี, กลิ้งได้	

ความต้องการของผลิตภัณฑ์

1. CONTAINMENT สามารถบรรจุและลือคไม่ให้ตัวสายเคสลิ้นที่และพันกันไม่สวยงาม, บรรจุและใช้งานสะดวก
2. PROTECTION สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพสมบูรณ์ก่อนถึงมือผู้บริโภค, กันความชื้นได้ดี, ป้องกันแรงกระแทกที่จะทำให้เม็ดแตกก่อนได้
3. CONVENIENCE การบรรจุสะดวก, ประหยัดพื้นที่ขนส่ง, สามารถควบคุมการเทเม็ดทำความสะอาดออกมาได้ดี(ที่ละเม็ด)
4. PROMOTION กราฟิกสามารถดึงดูดความสนใจได้ดี, บอกให้ผู้ซื้อเข้าใจได้ง่ายและรวดเร็วว่ามีการใช้งานอย่างไรกับเครื่องดนตรีประเภทใด

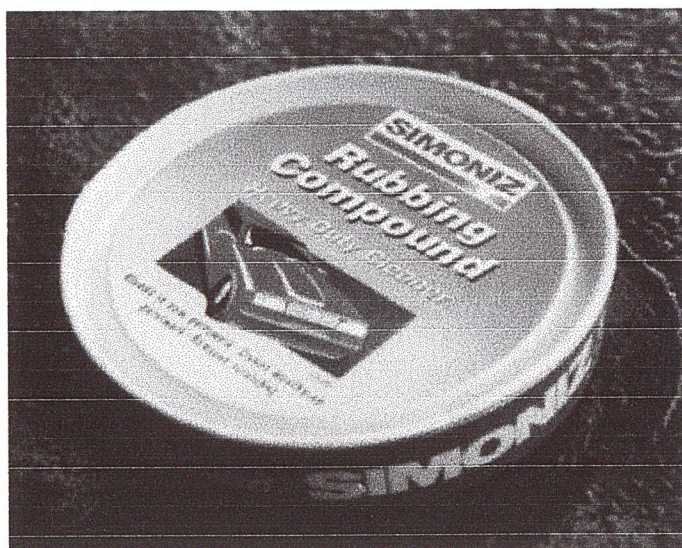
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับด้านส่งเสริมการขาย เงื่อนไขที่ต้องมีบนบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วย

1. BRAND NAME : HAMON
2. LOGO
3. PRODUCT NAME : เม็ดทำความสะอาด
4. ขนาดบรรจุ : 15 เม็ด
5. ชื่อและที่อยู่ผู้ผลิต
6. เครื่องหมายที่แสดงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

19. ครีมนำจัดรอยขีดข่วน



ภาพที่ 2.3.2.19 ภาพแสดงกระป๋องครีมลบรอยขีดข่วน

เครื่องดนตรีที่มีการขัดเงาให้มีความมันวาว เช่น เปียโน, เครื่องเป่าทองเหลือง, เครื่องเป่าที่เป็นเงิน เมื่อใช้ไปนาน ๆ เข้าอาจเกิดรอยขีดข่วนเกิดขึ้นจากความไม่ตั้งใจและรอยขีดข่วนเหล่านี้ไม่สามารถขัดลบรอยออกไปได้ เนื่องจากข่วนลึกลงไปเนื้อสีเคลือบ จึงจำเป็นต้องใช้ครีมลบรอยขีดข่วนช่วยลบรอยเหล่านั้น

ราคาขาย	เล็ก100.-, ใหญ่300.-
ลักษณะทางกายภาพ	เป็นครีมชั้นคล้ายWAX
ผู้บริโภค	นักดนตรี, นักเรียนดนตรีทั่วไป
ขนาดบรรจุ	100, 200 g
ขนาด	12x12x3 cm.(ใหญ่) 10x10x3 cm. (เล็ก)

ปัญหาของผลิตภัณฑ์เดิม ขาดความเกี่ยวข้องกับเครื่องดนตรี

ความต้องการของผลิตภัณฑ์

- 1.CONTAINMENT ควรบรรจุในกระป๋องโลหะ เนื่องจากมีสารเคมีที่มีฤทธิ์เป็นกรด, บรรจุได้ง่ายมีปากที่กว้างพอ, เปิดปิดได้สนิท
- 2.PROTECTION สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพสมบูรณ์ก่อนถึงมือผู้บริโภค, กันความชื้นได้พอสมควร, ทนต่อการใช้งานที่ทนทาน
- 3.CONVENIENCE ประหยัดพื้นที่ขนส่ง, สามารถบรรจุด้วยเครื่องจักรเป็นหลัก, มีปากกว้างเพื่ออำนวยความสะดวก

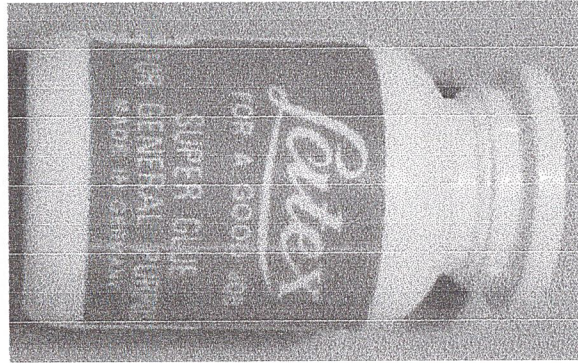
4.PROMOTION กราฟิกสามารถดึงดูดความสนใจได้ดี, บอกให้ผู้ซื้อเข้าใจได้ง่ายและ

รวดเร็วกว่ามีการใช้งานอย่างไรกับเครื่องดนตรีประเภทใด
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีเหตุผลเบื้องหลังและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

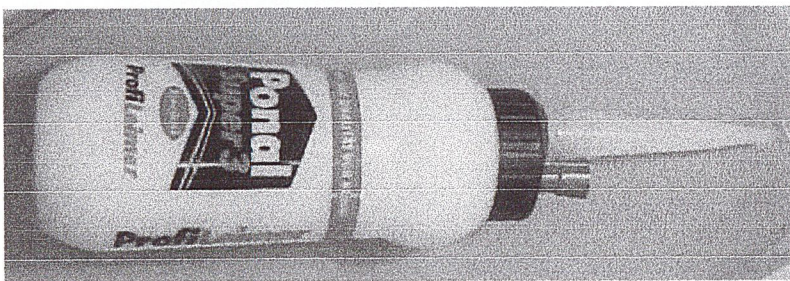
สำหรับด้านส่งเสริมการขาย เงื่อนไขที่ต้องมีบนบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วย

1. BRAND NAME : HAMON
2. LOGO
3. PRODUCT NAME : ครีมขจัดรอยขีดข่วน
4. ขนาดบรรจุ : 100 ,200 กรัม
5. ชื่อและที่อยู่ผู้ผลิต
6. เครื่องหมายที่แสดงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

20. กาวติดไม้, สักหลาด



ภาพที่ 2.3.2.20.1 ภาพตัวอย่างกาวลาเท็กซ์แบบธรรมดา



ภาพที่ 2.3.2.20.2 ภาพตัวอย่างกาวลาเท็กซ์แบบเข้มข้นพิเศษ

หน้าที่ : เครื่องเป่าชนิดที่มีกลไกสำหรับช่วยการเปิด-ปิดของรูเสียงนั้นจะมีชิ้นส่วนเล็กๆ จำนวนมาก บ่อยครั้งที่เมื่อใช้งานไปแล้วชิ้นส่วนเล็กๆ ใดๆ อย่าง นวม หรือ สักหลาดที่ติดอยู่บริเวณกลไกเหล่านั้นหลุด ออก , นวมของเปียโน, ชิ้นส่วนรองสาย(FRET) ของกีตาร์ ต่างก็จำเป็นต้องใช้กาวช่วยติดทั้งนั้น

เอกสาร กาวที่ใช้ติดเครื่องดนตรีนี้เป็นกาวลาเท็กซ์ชนิดพิเศษ มีคุณสมบัติพิเศษ คือ เหนียว, แข็งเร็ว, ไม่

ไม่เป็นขุย, สามารถติดสักหลาดและไม้ได้ดี

เอกสาร กาวที่ใช้ติดเครื่องดนตรีนี้เป็นกาวลาเท็กซ์ชนิดพิเศษ มีคุณสมบัติพิเศษ คือ เหนียว, แข็งเร็ว, ไม่

ไม่เป็นขุย, สามารถติดสักหลาดและไม้ได้ดี

เอกสาร กาวที่ใช้ติดเครื่องดนตรีนี้เป็นกาวลาเท็กซ์ชนิดพิเศษ มีคุณสมบัติพิเศษ คือ เหนียว, แข็งเร็ว, ไม่

ไม่เป็นขุย, สามารถติดสักหลาดและไม้ได้ดี

เอกสาร กาวที่ใช้ติดเครื่องดนตรีนี้เป็นกาวลาเท็กซ์ชนิดพิเศษ มีคุณสมบัติพิเศษ คือ เหนียว, แข็งเร็ว, ไม่

ไม่เป็นขุย, สามารถติดสักหลาดและไม้ได้ดี

ราคาขาย	เล็ก 50.-, ใหญ่ 100.-
ลักษณะทางกายภาพ	ชั้น, เหนียว, ไม่ลอก, ไม่เป็นขุย
ผู้บริโภค	นักดนตรี, นักเรียนดนตรีทั่วไป
ขนาดบรรจุ	100, 250 ml.
ขนาด	15x5x5 cm. (ใหญ่) 10x5x5 cm (เล็ก)
ปัญหาของผลิตภัณฑ์เก่า	มีภาพลักษณ์ที่ดูถูกและไม่น่าเชื่อถือ

ความต้องการของผลิตภัณฑ์

- 1.CONTAINMENT ขวดสามารถเปิด-ปิดได้สะดวก บรรจุกาวได้ง่าย
- 2.PROTECTION สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพสมบูรณ์ก่อนถึงมือผู้บริโภค, กันความชื้นและอากาศได้พอสมควร, ป้องกันการรั่วไหลได้ดี
- 3.CONVENIENCE ประหยัดพื้นที่ขนส่ง, สามารถบรรจุด้วยเครื่องจักรเป็นหลัก, มีปากกว้างที่ง่ายต่อการบรรจุและมีแปรงใช้ทาอยู่ในตัว
- 4.PROMOTION กราฟิกสามารถดึงดูดความสนใจได้ดี, บอกให้ผู้ซื้อเข้าใจได้ง่ายและรวดเร็วว่ามีการใช้งานอย่างไรกับเครื่องดนตรีประเภทใด

สำหรับด้านส่งเสริมการขาย เงื่อนไขที่ต้องมีบนบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วย

- 1.BRAND NAME : HAMON
- 2.LOGO
- 3.PRODUCT NAME : กาวติดไม้, ลักหลาด
- 4.ขนาดบรรจุ : 100, 250 ml.
- 5.ชื่อและที่อยู่ผู้ผลิต
- 6.เครื่องหมายที่แสดงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์เปรียบเทียบสินค้าคู่แข่ง

จากการสำรวจข้อมูลด้านบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาและอุปกรณ์สำหรับเครื่องดนตรีในท้องตลาด โดยอ้างอิงจากการเก็บข้อมูลจากร้านค้าต่างๆ โดยผลิตภัณฑ์ที่พบในท้องตลาดมีลักษณะที่หลากหลาย บางยี่ห้อผลิตภัณ์ครบทุกประเภทบางยี่ห้อผลิตเพียงอย่างเดียวเท่านั้น การพิจารณาทำได้ลำบากจึงขอพิจารณาแบ่งเป็น 2 ประเภทคือ

1. เปรียบเทียบลักษณะโดยรวมของตลาด

พิจารณาจากยี่ห้อที่มีผลิตภัณฑ์หลายประเภท เป็นที่รู้จักกันดีและมีจำหน่ายมากพอสมควร โดยนำมาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของสินค้าและจุดขายของผลิตภัณฑ์ เพื่อนำเป็นแนวทางในการหาภาพรวมของ ฮามอน

2. เปรียบเทียบลักษณะแยกแต่ละประเภทผลิตภัณฑ์

พิจารณาแยกออกเป็น 5 ประเภทได้แก่ หมวดอุปกรณ์ทำความสะอาด , อุปกรณ์เสริมส่วนเครื่องเป่า , อุปกรณ์เสริมส่วนเครื่องสาย , น้ำมันหล่อลื่น, ผลิตภัณฑ์บำรุงรักษา โดยนำมาเปรียบเทียบในรายละเอียดเพื่อหาข้อดีข้อเสีย และเป็นแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของ ฮามอน

2.4.1. เปรียบเทียบลักษณะโดยรวมของตลาด

กลุ่ม 1 สินค้าระดับบน	กลุ่ม 2 สินค้าระดับกลาง-ล่าง
1.YAMAHA 2 SELMER 3 LE BLANC	1.FENDER 2.CONN 3. JUPITER และ ยี่ห้ออื่น ๆ ที่ขายแยกประเภท
ส่วนแบ่งทางการตลาด : 40%	ส่วนแบ่งทางการตลาด : 60%
ระดับราคา : สูง	ระดับราคา : ปานกลาง
ผู้บริโภคหลัก : นักดนตรีอาชีพ	ผู้บริโภคหลัก : นักดนตรีสมัครเล่น, นักเรียน
การเลือกซื้อ : เลือกซื้อเพราะเชื่อถือในคุณภาพของตราสินค้ามานาน	การเลือกซื้อ : เลือกซื้อโดยพิจารณาราคามากกว่าคุณภาพ
ช่องทางการจัดจำหน่าย : ร้านเครื่องดนตรีขนาดใหญ่, เว็บบอร์ด, ห้างสรรพสินค้า	ช่องทางการจัดจำหน่าย : ร้านเครื่องดนตรีทั่วไป, เว็บบอร์ด, ห้างสรรพสินค้า, ขยายตรง

ตารางที่ 2.4.1.1 เปรียบเทียบลักษณะโดยรวมของตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางเปรียบเทียบภาพลักษณ์โดยรวมของคู่แข่งชั้น

ยี่ห้อ	บุคลิกของผลิตภัณฑ์	จุดขาย	ประเภทผลิตภัณฑ์
YAMAHA	เป็นสินค้าจากประเทศญี่ปุ่นทั้งหมด มีชื่อเสียงมานานในเรื่องคุณภาพและราคา บรรจุกฎที่ให้ความรู้สึกร่วมสมัยเน้นไปทาง Classic	คุณภาพมาตรฐาน, หาซื้อสะดวก	มีผลิตภัณฑ์ครบทุกประเภท ยกเว้นลิ้น
SELMER	เป็นสินค้าจากประเทศฝรั่งเศส มีชื่อเสียงมานานในเรื่องคุณภาพและราคาที่สูงที่สุด บรรจุกฎที่ดูเก๋น่าเชื่อถือ	คุณภาพชั้น 1 ของโลก	ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด, น้ำมัน, กำพรวด
Le Blanc	เป็นสินค้าจากประเทศฝรั่งเศส มีชื่อเสียงมานานในเรื่องคุณภาพและราคาที่สูงที่สุด บรรจุกฎที่ดูเก๋น่าเชื่อถือ	คุณภาพชั้น 1 ของโลก	ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด, น้ำมัน, กำพรวด
FENDER	เป็นสินค้าจากอเมริกา คุณภาพดีมีชื่อเสียงในวงกว้างบรรจุกฎที่สี่ยใหม่เน้นไปทาง Rock	หาซื้อง่าย, ทันสมัย	ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด, น้ำมันเช็ดสาย, สเปรย์เคลือบ, สายกีตาร์, สายสะพาย
CONN	สินค้าจากอเมริกา คุณภาพปานกลาง บรรจุกฎที่เรียบ ๆ ดูเก่า	ราคาถูก	ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด, น้ำมัน
JUPITER	สินค้าจากอเมริกา คุณภาพปานกลาง อาศัยที่ขยมานานมีช่องทางขายจำนวนมาก โดยเน้นสถานศึกษา	ราคาถูกและการส่งสินค้าถึงที่	ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด, น้ำมัน, กำพรวด

ตารางที่ 2.4.1.2 ตารางเปรียบเทียบภาพลักษณ์โดยรวมของคู่แข่งชั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

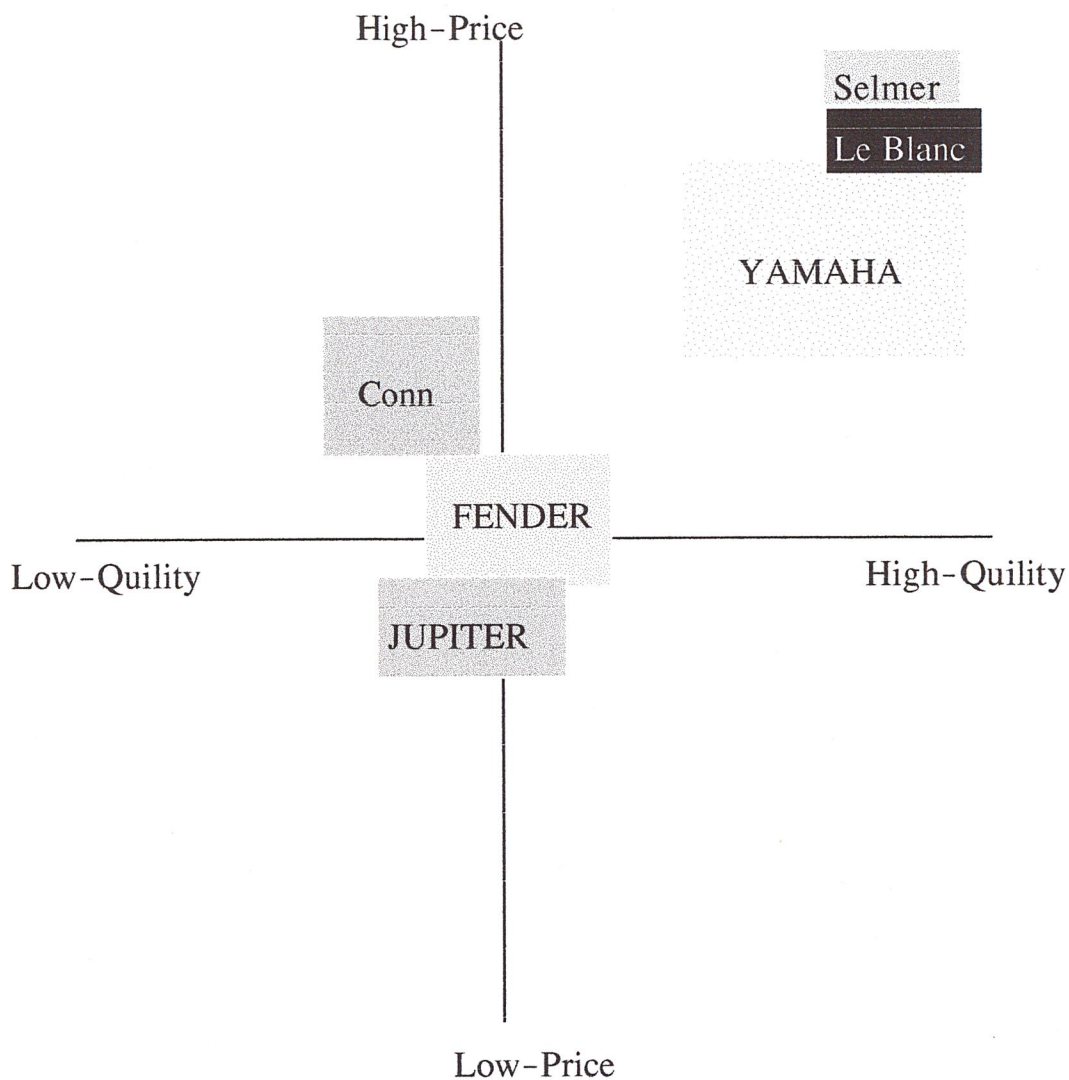
เปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของยี่ห้อต่างๆ

ยี่ห้อ	ข้อดีเปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
YAMAHA	มีชื่อเสียงมานาน, จัดจำหน่าย เนื่องจากมีผลิตภัณฑ์หลากหลาย ประเภทรวมไปถึงเครื่องเสียงและ เครื่องใช้ไฟฟ้า, หาซื้อง่าย	ราคาสูง, ดูเป็นมืออาชีพ
SELMER	เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง ได้ ได้รับความเชื่อถือมานานโดยเฉพาะ อย่างยิ่งในเรื่องเครื่องเป่า	มีผลิตภัณฑ์น้อยประเภท, ราคา สูงมาก
Le Blanc	เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง ได้ ได้รับความเชื่อถือมานาน	มีผลิตภัณฑ์น้อยประเภท, ราคา สูงมาก
FENDER	ที่ชื่อเสียงในวัยรุ่น, มีกราฟิกที่ ทันสมัย, มีจุดขายเด่นชัดที่ดูเป็น ผู้ชายสูง	มีสินค้าน้อยประเภท, บางอย่าง คุณภาพไม่ค่อยดี
CONN	ราคาถูก	มีผลิตภัณฑ์น้อยประเภท, กราฟิก ดูเป็นของคุณภาพต่ำ
JUPITER	ราคาถูก, หาซื้อง่ายเพราะมีการ ส่งถึงที่	มีผลิตภัณฑ์น้อยประเภท, กราฟิก ดูเป็นของคุณภาพต่ำ

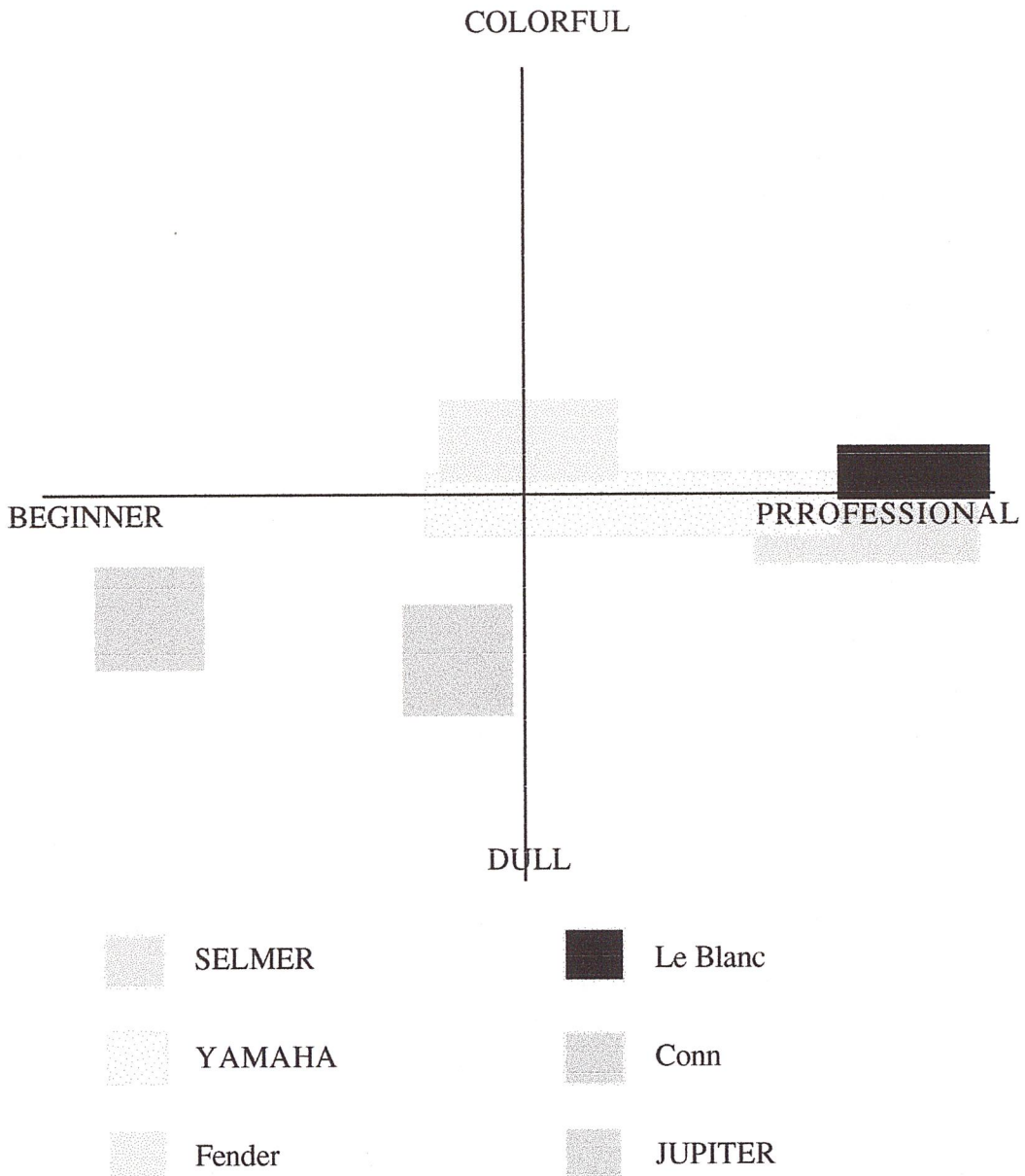
ตารางที่ 2.4.1.2 ตารางเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของยี่ห้อต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผนภาพเปรียบเทียบลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ยี่ห้อต่างๆ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.2. เปรียบเทียบลักษณะแยกแต่ละประเภทผลิตภัณฑ์

การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์(PRODUCT POSITIONING)จะเปรียบเทียบภาพรวมของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์โดยพิจารณาจากหัวข้อต่อไปนี้

1.ผลิตภัณฑ์(PRODUCT) ในด้านคุณภาพและราคา
 2.บรรจุภัณฑ์(PACKAGE) ในด้านคุณภาพ(การคุ้มครอง สินค้า, การอำนวยความสะดวก)และลักษณะกลุ่มเป้าหมาย

3.ผู้บริโภค(CONSUMER) ในด้านอายุ และ ระดับฐานะ

ผลิตภัณฑ์ที่นำมาพิจารณา แบ่งแยกออกได้ตามประเภทของการใช้งานดังนี้

1. อุปกรณ์ทำความสะอาด
2. ผลิตภัณฑ์บำรุงรักษา
3. อุปกรณ์เสริมส่วนเครื่องเป่า
4. อุปกรณ์เสริมส่วนเครื่องสาย
5. น้ำมันหล่อลื่น

1. อุปกรณ์ทำความสะอาด

ยี่ห้อคู่แข่งที่นำมาพิจารณามี ส่วนแบ่งทางการตลาดดังนี้

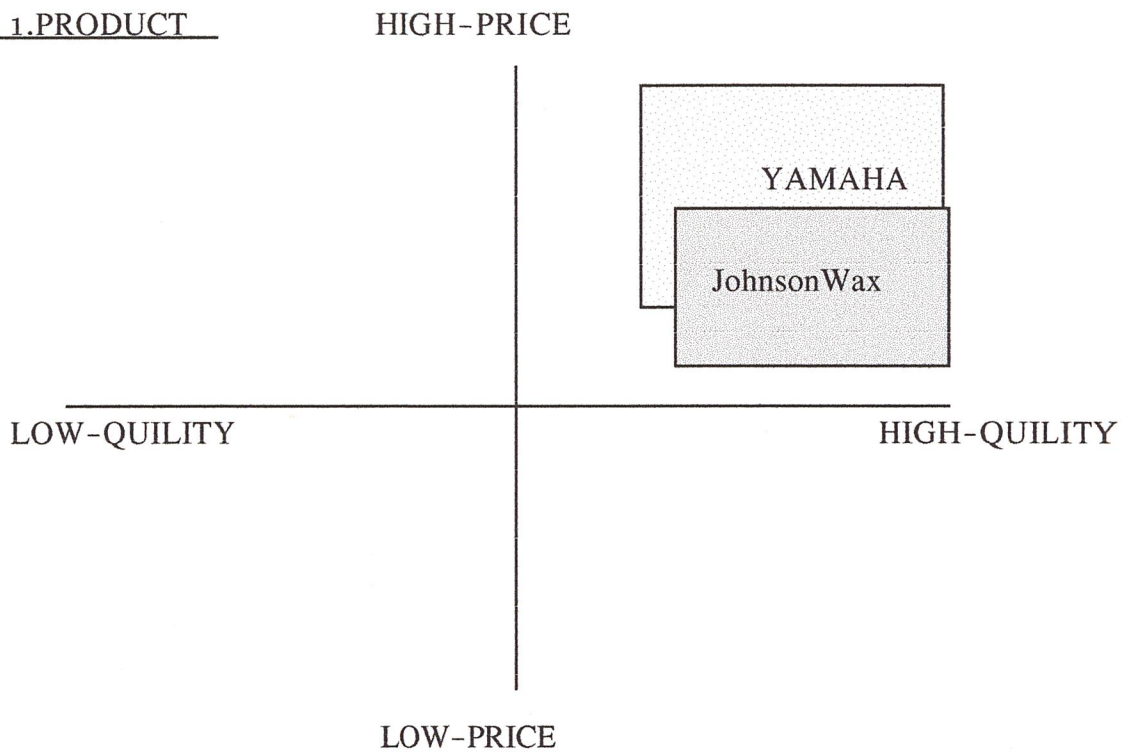
- | | |
|----------------|-----|
| 1. YAMAHA | 55% |
| 2. JOHNSON WAX | 18% |

* นอกเหนือจากนี้เป็นยี่ห้ออื่นรวมกันไม่ชัดเจน

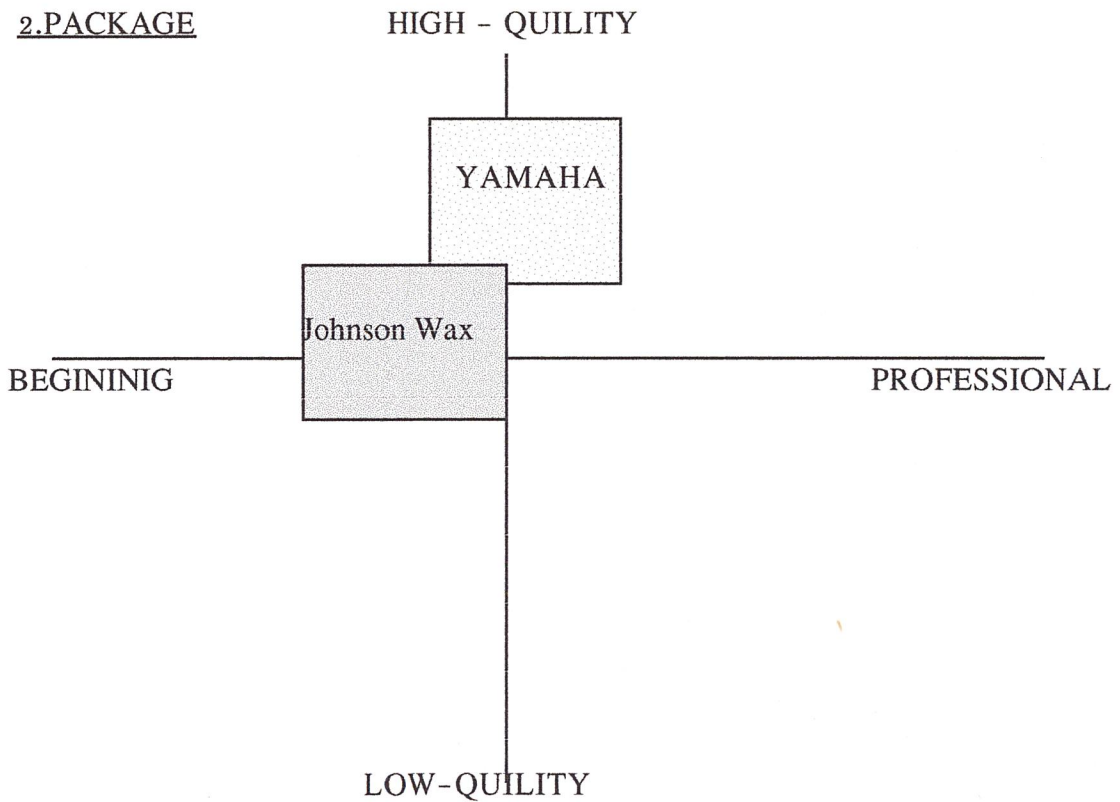
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มอุปกรณ์ทำความสะอาด

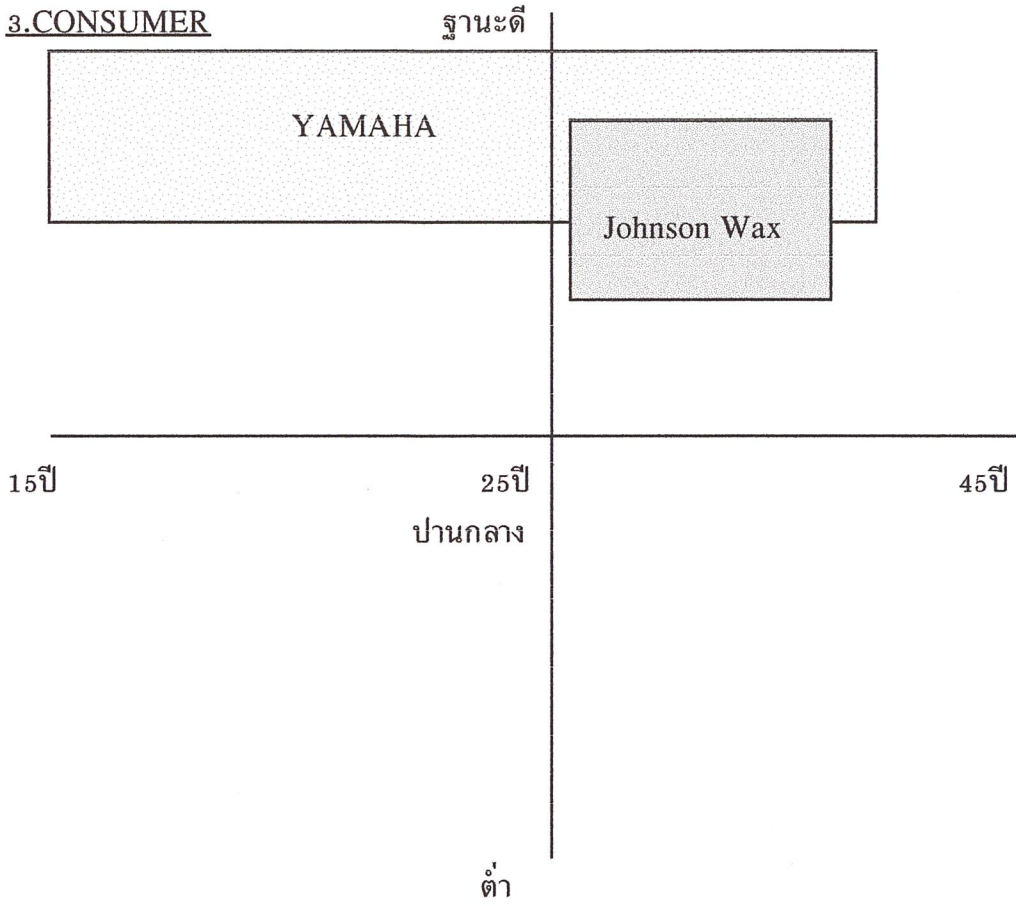
1. PRODUCT



2. PACKAGE



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



2. ผลลัพธ์บำรุงรักษา

ยี่ห้อคู่แข่งที่นำมาพิจารณา มี ส่วนแบ่งทางการตลาดดังนี้

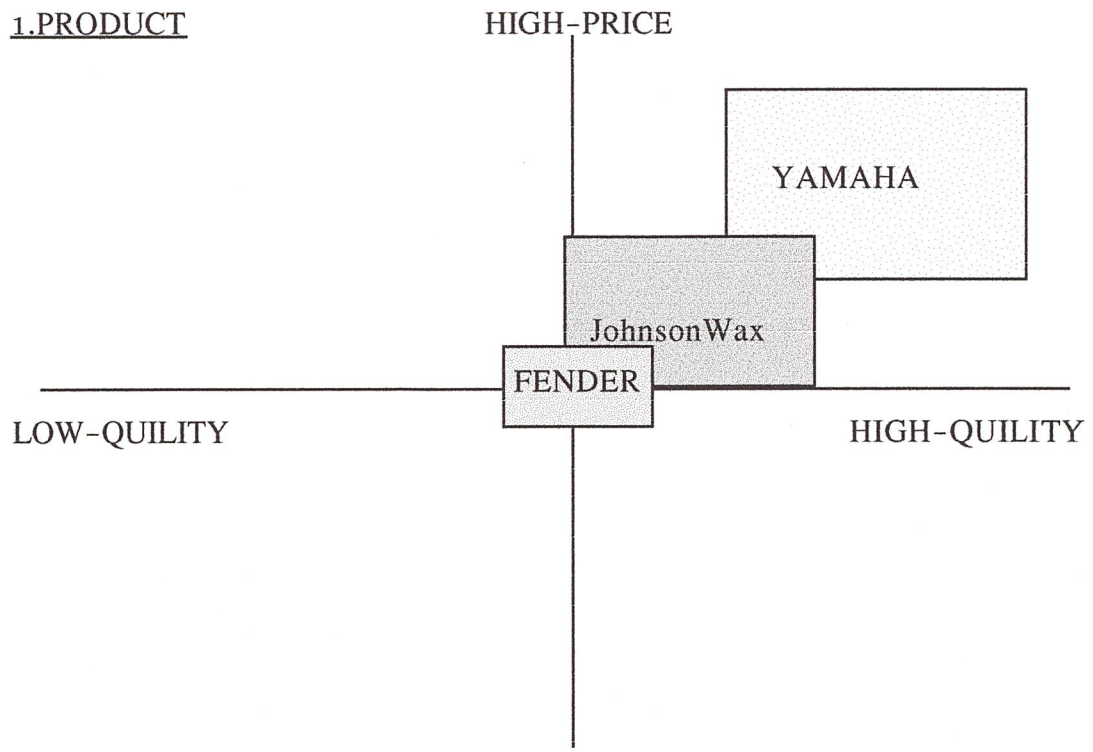
- 1. YAMAHA 32%
- 2. FENDER 15%
- 3. JOHNSON WAX 26%

*นอกเหนือจากนี้เป็นยี่ห้ออื่นรวมกันไม่ชัดเจน

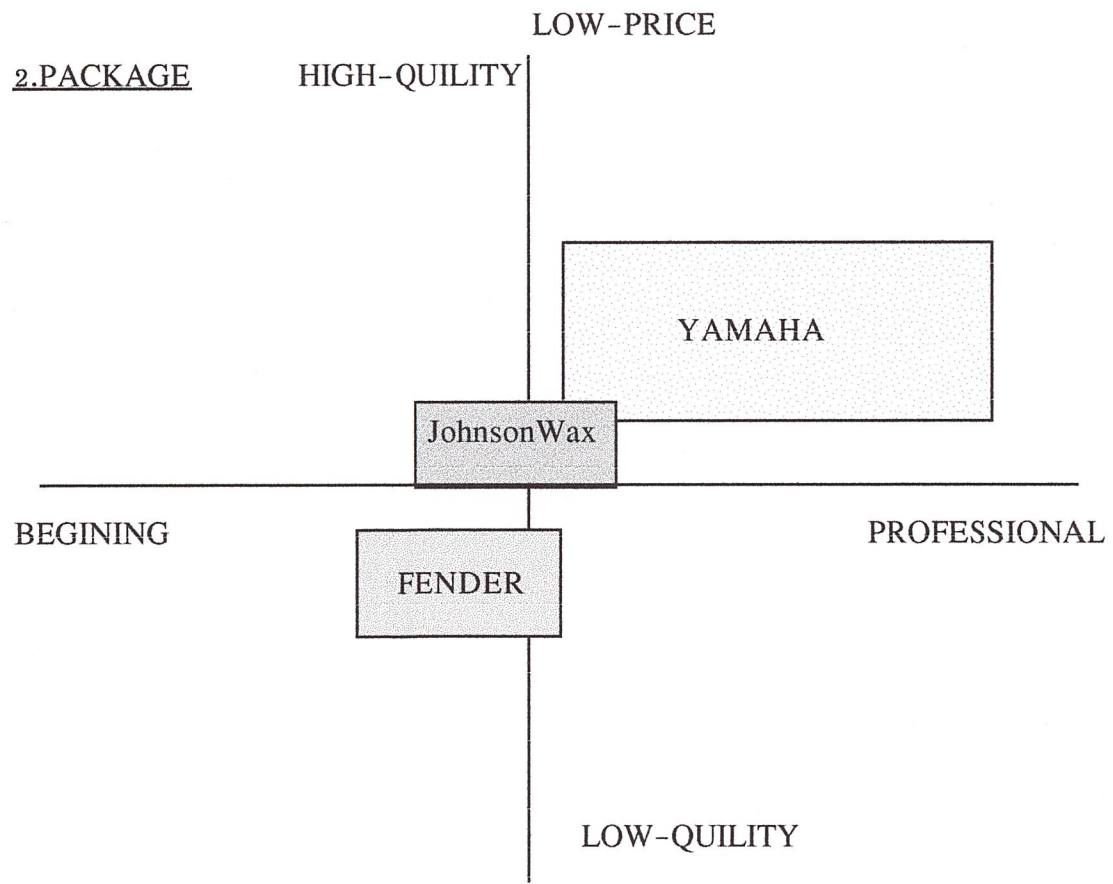
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มอุปกรณ์บำรุงรักษา

1. PRODUCT

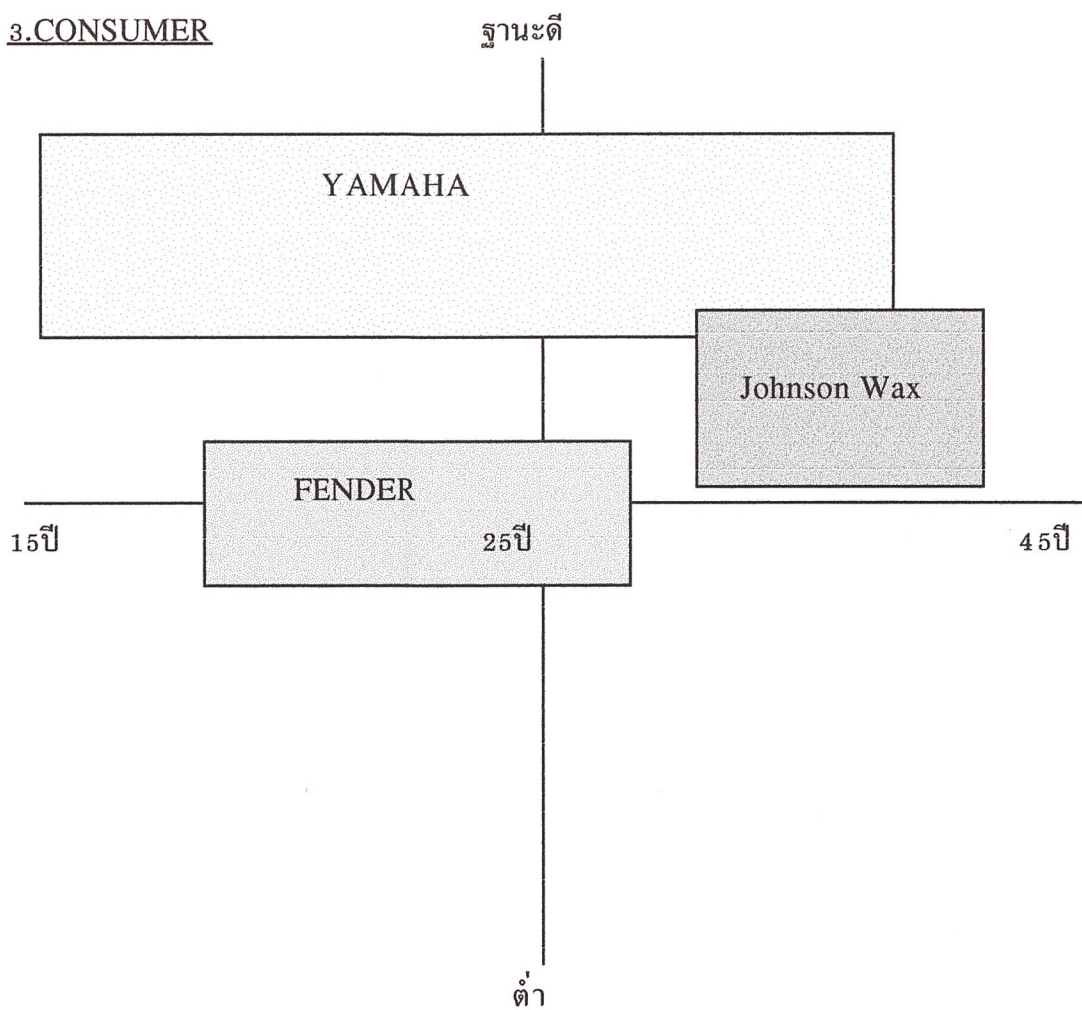


2. PACKAGE



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. CONSUMER



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

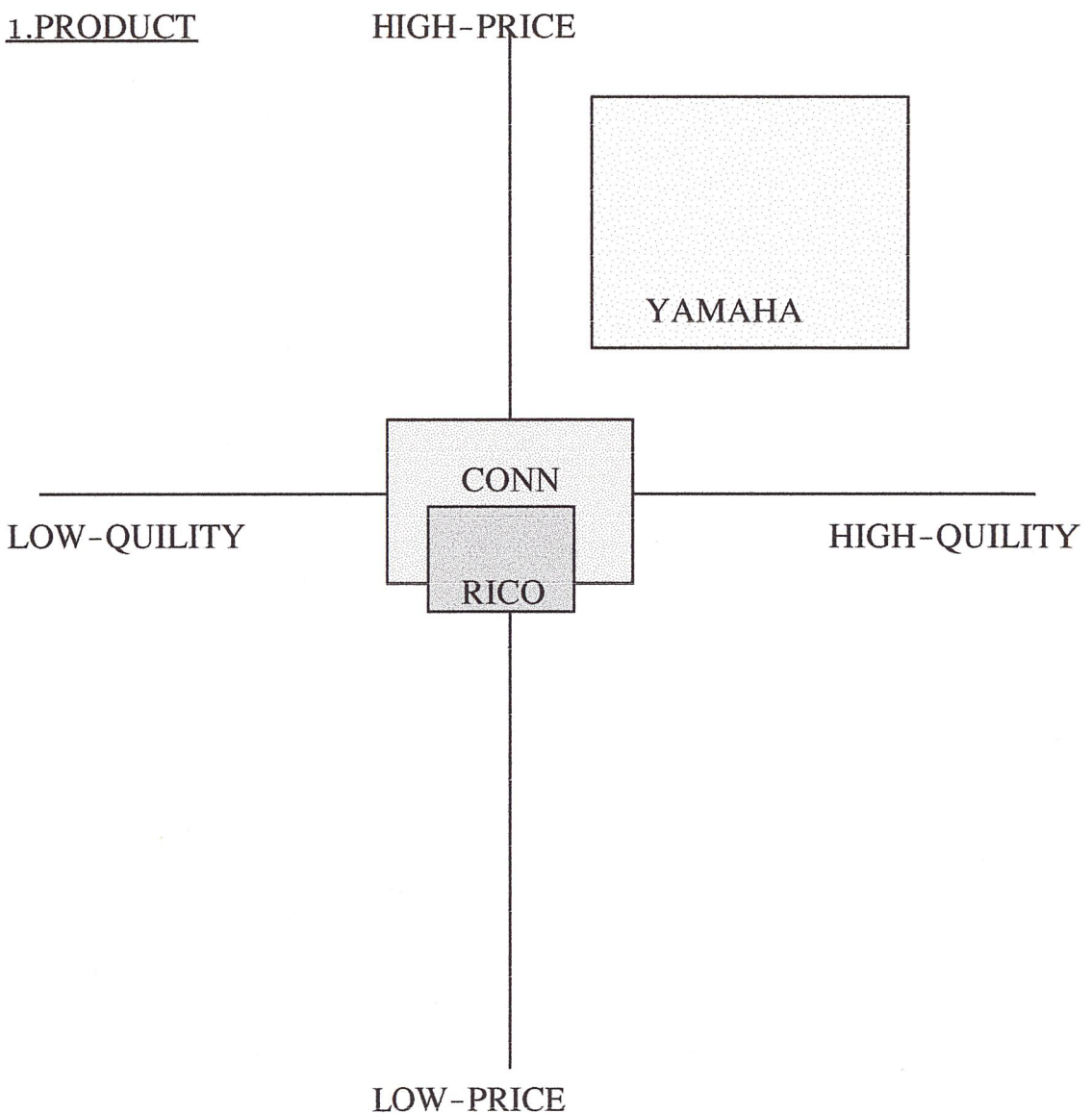
3. อุปกรณ์เสริมส่วนเครื่องเป่า

ยี่ห้อคู่แข่งที่นำมาพิจารณา มี ส่วนแบ่งทางการตลาดดังนี้

1. YAMAHA	40%
2. CONN	10%
3. RICO	25%

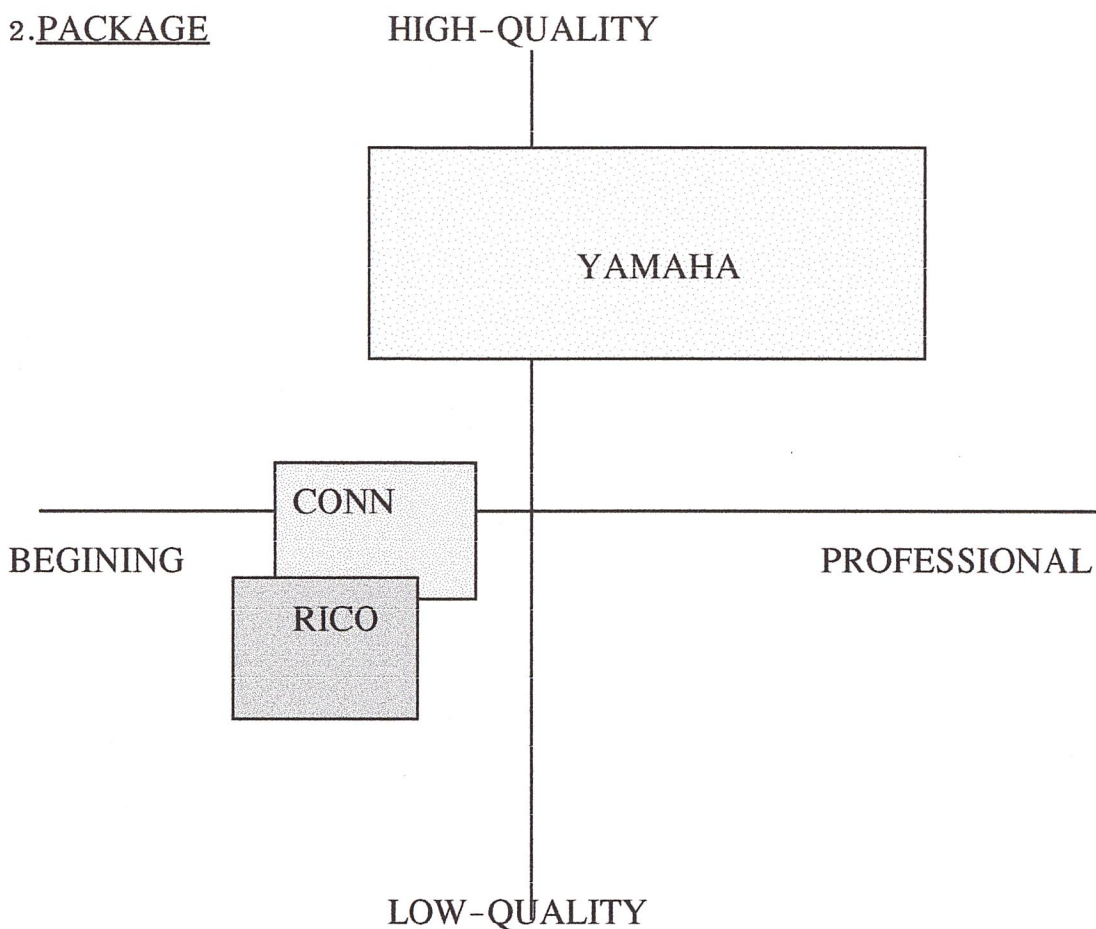
*นอกเหนือจากนี้เป็นยี่ห้ออื่นรวมกันไม่ชัดเจน

3. การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มอุปกรณ์เสริมส่วนเครื่องเป่า



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

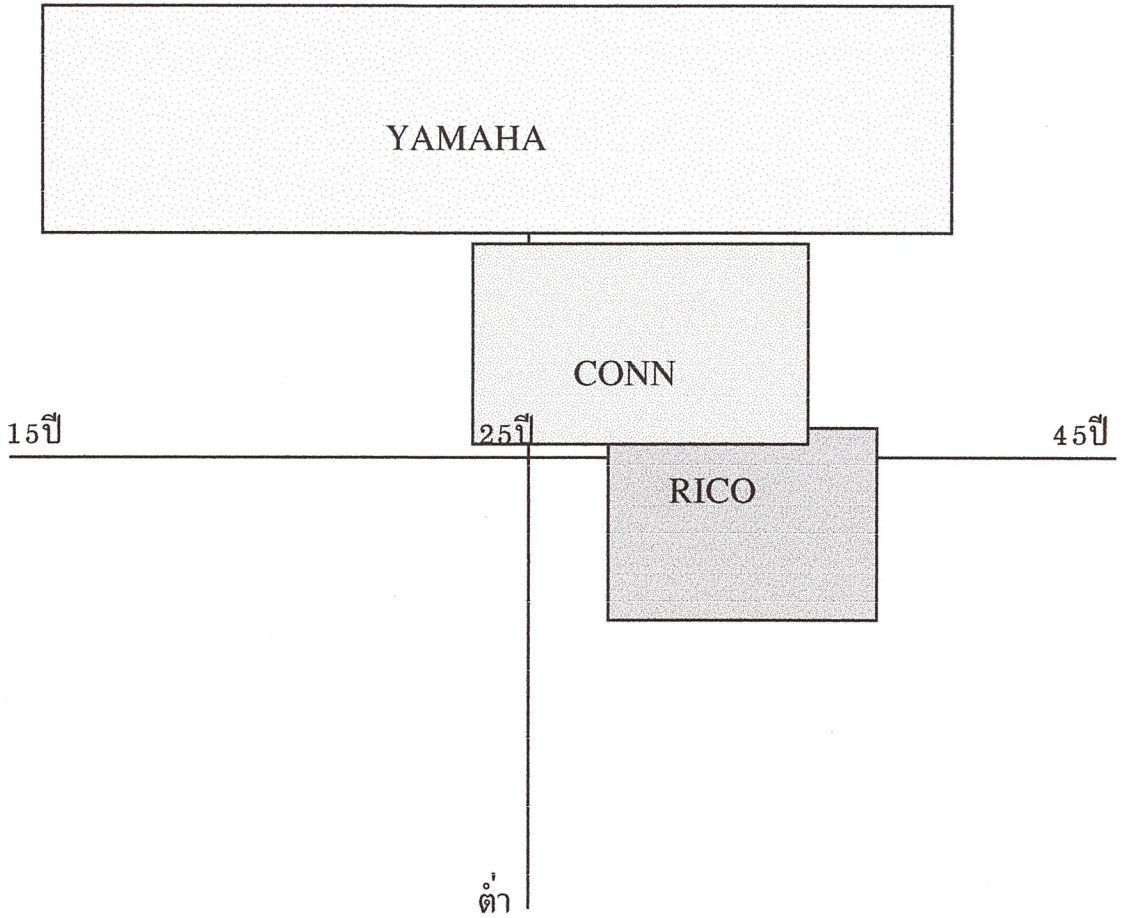
2. PACKAGE



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. CONSUMER

ฐานะดี



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. อุปกรณ์เสริมส่วนเครื่องสาย

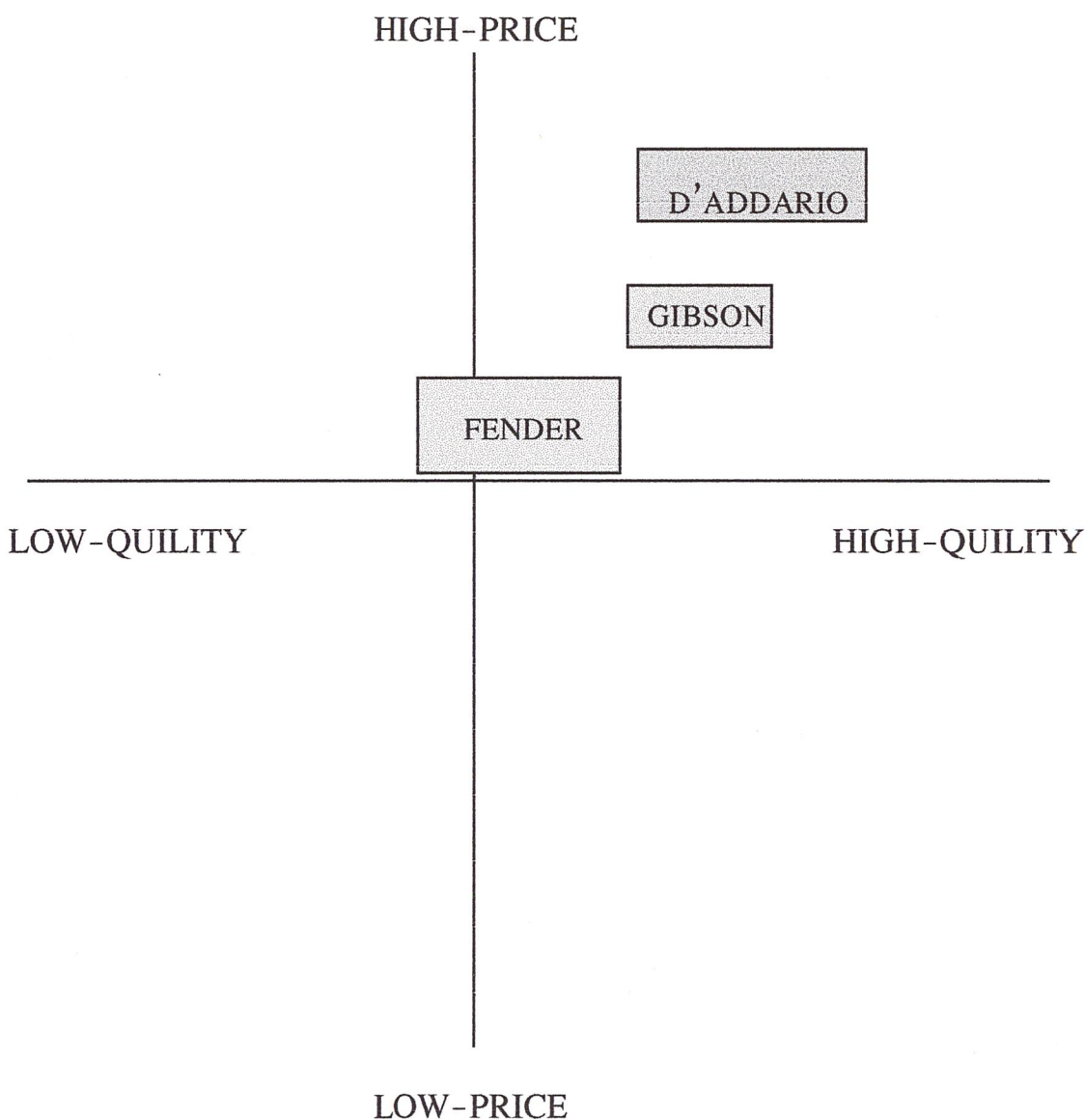
ยี่ห้อคู่แข่งที่นำมาพิจารณา มีส่วนแบ่งทางการตลาดดังต่อไปนี้

1.FENDER	35%
2.GIBSON	10%
3..D'ADDARIO	25%

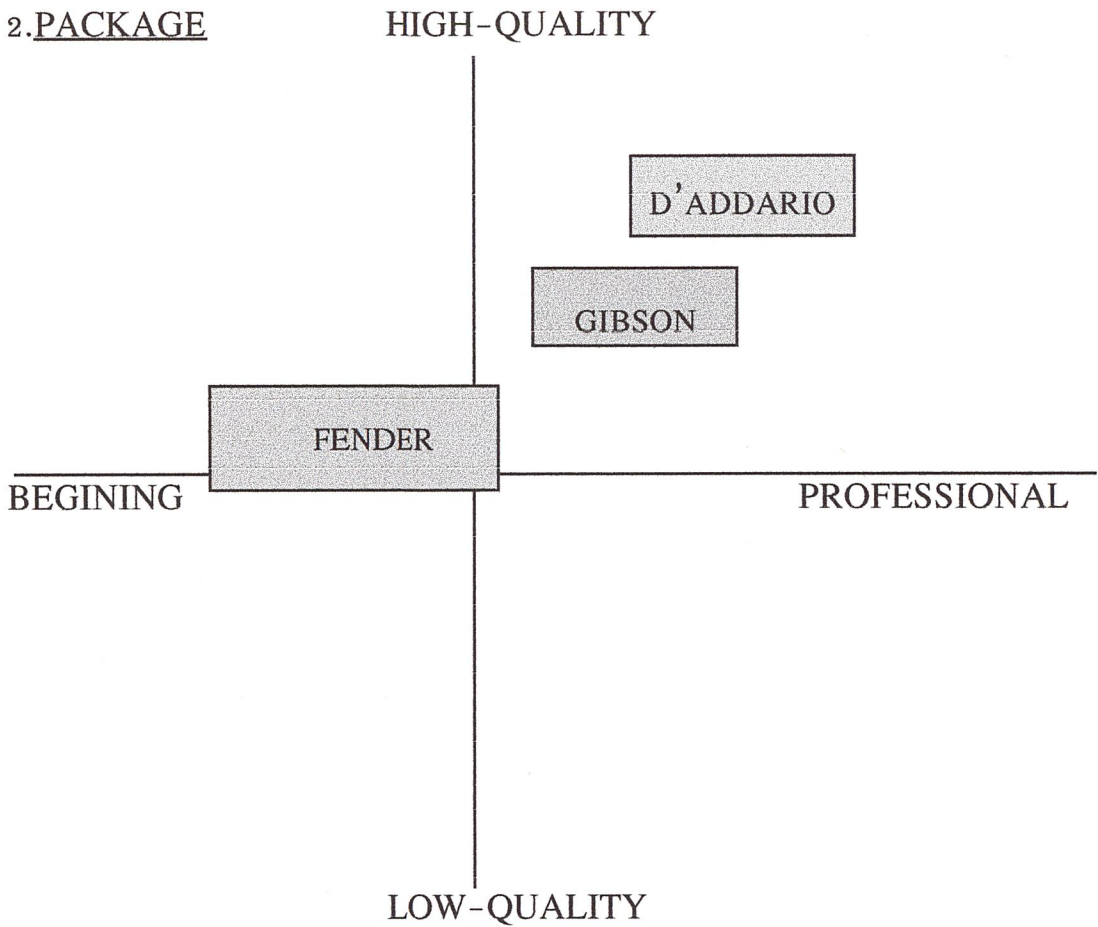
*นอกเหนือจากนี้เป็นยี่ห้ออื่นรวมกันไม่ชัดเจน

4. การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มอุปกรณ์เสริมส่วนเครื่องสาย

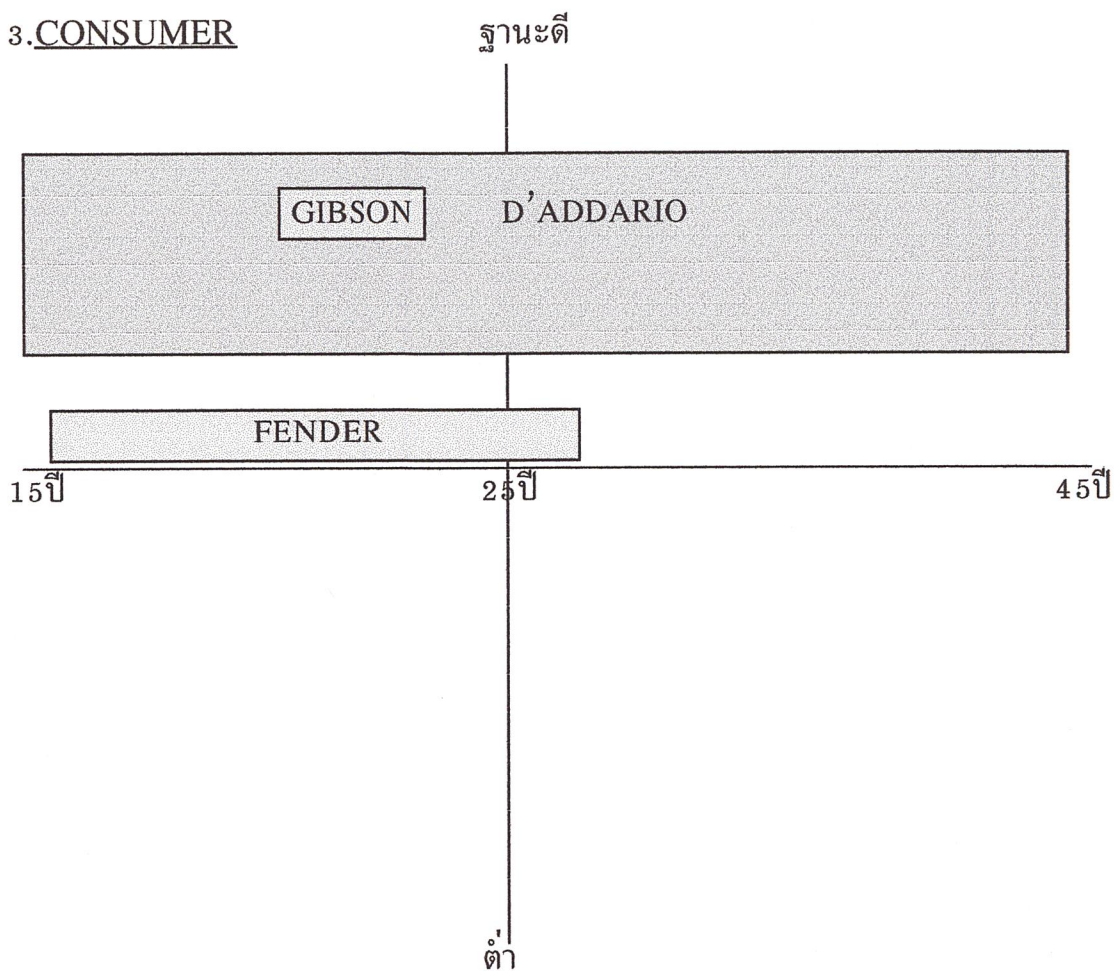
1. PRODUCT



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. PACKAGE

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. CONSUMER

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. น้ำมันหล่อลื่น

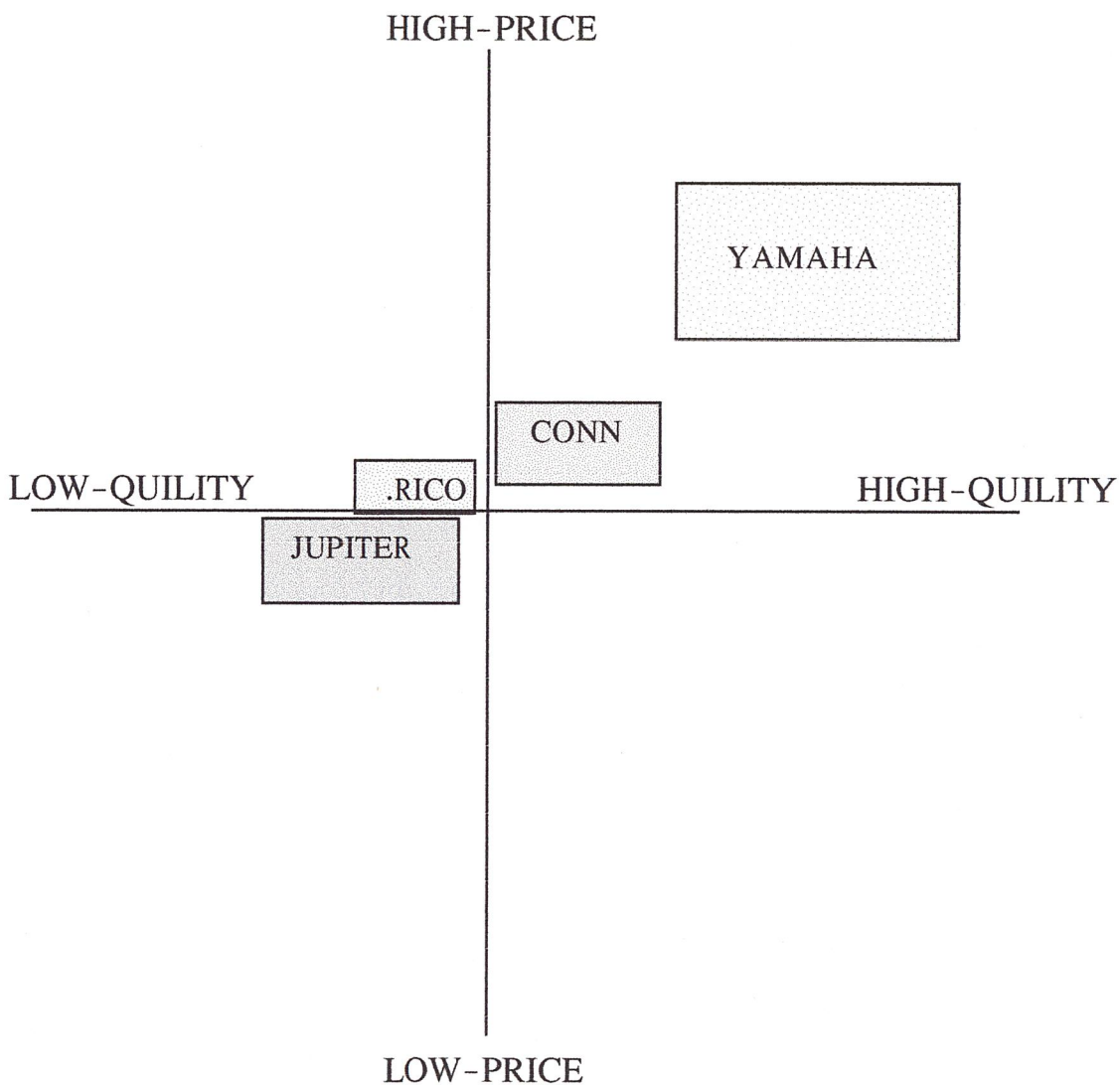
ยี่ห้อคู่แข่งที่นำมาพิจารณา มี ส่วนแบ่งทางการตลาดดังนี้

1.YAMAHA	52%
2.CONN	10%
3.RICO	18%
4.JUPITER	15%

*นอกเหนือจากนี้เป็นยี่ห้ออื่นรวมกันไม่ชัดเจน

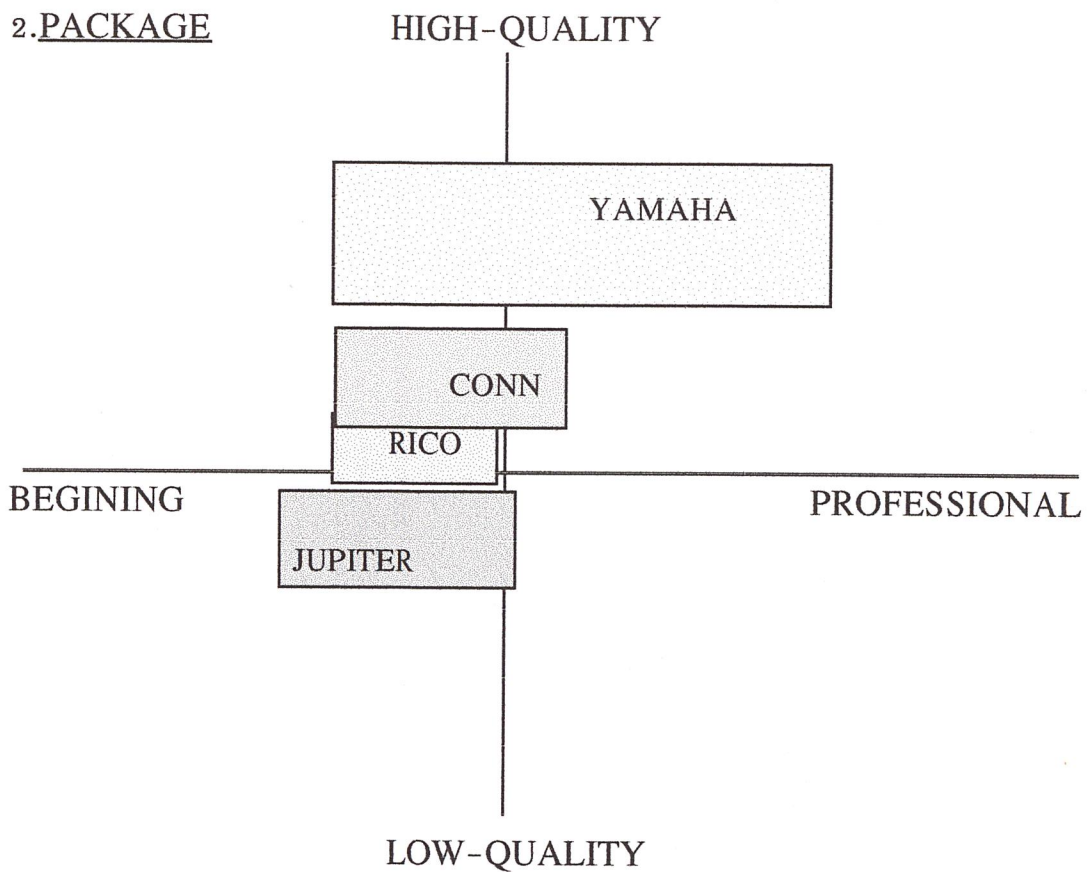
5. การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มน้ำมันหล่อลื่น

1.PRODUCT



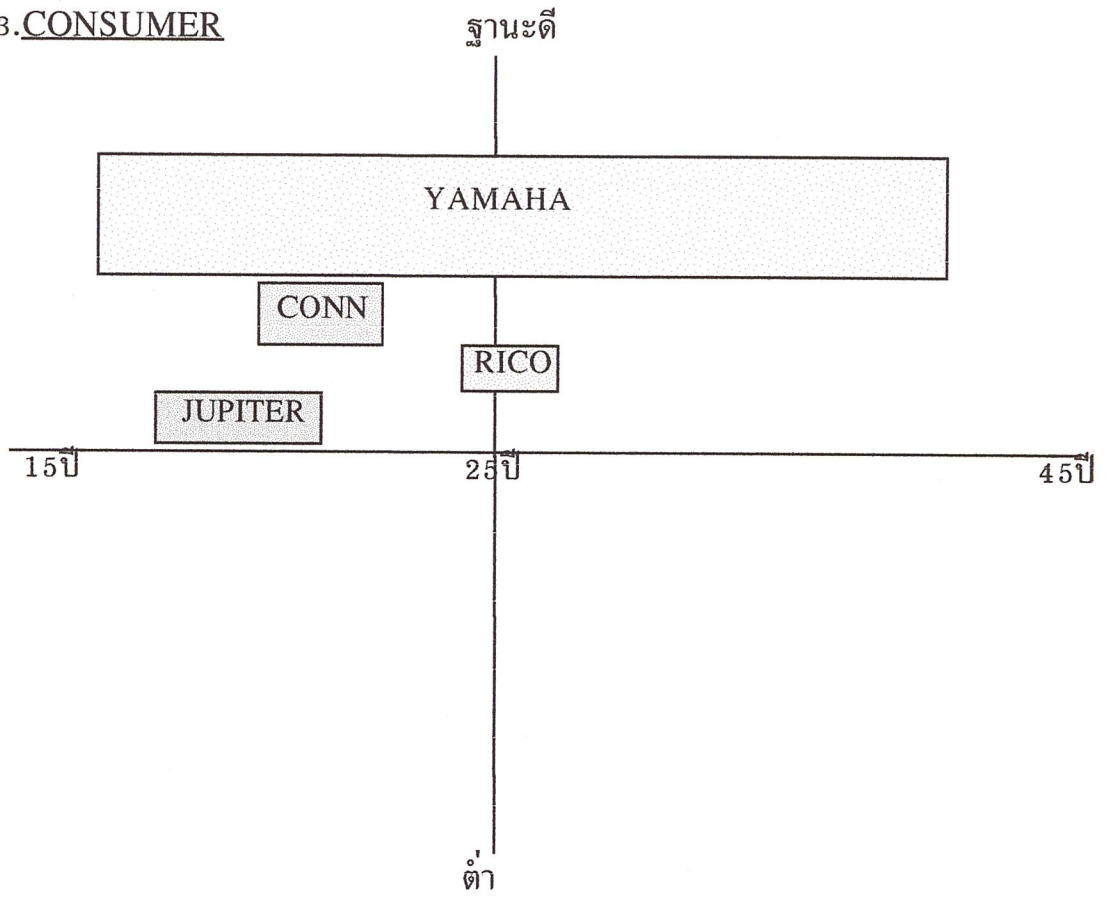
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. PACKAGE



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. CONSUMER

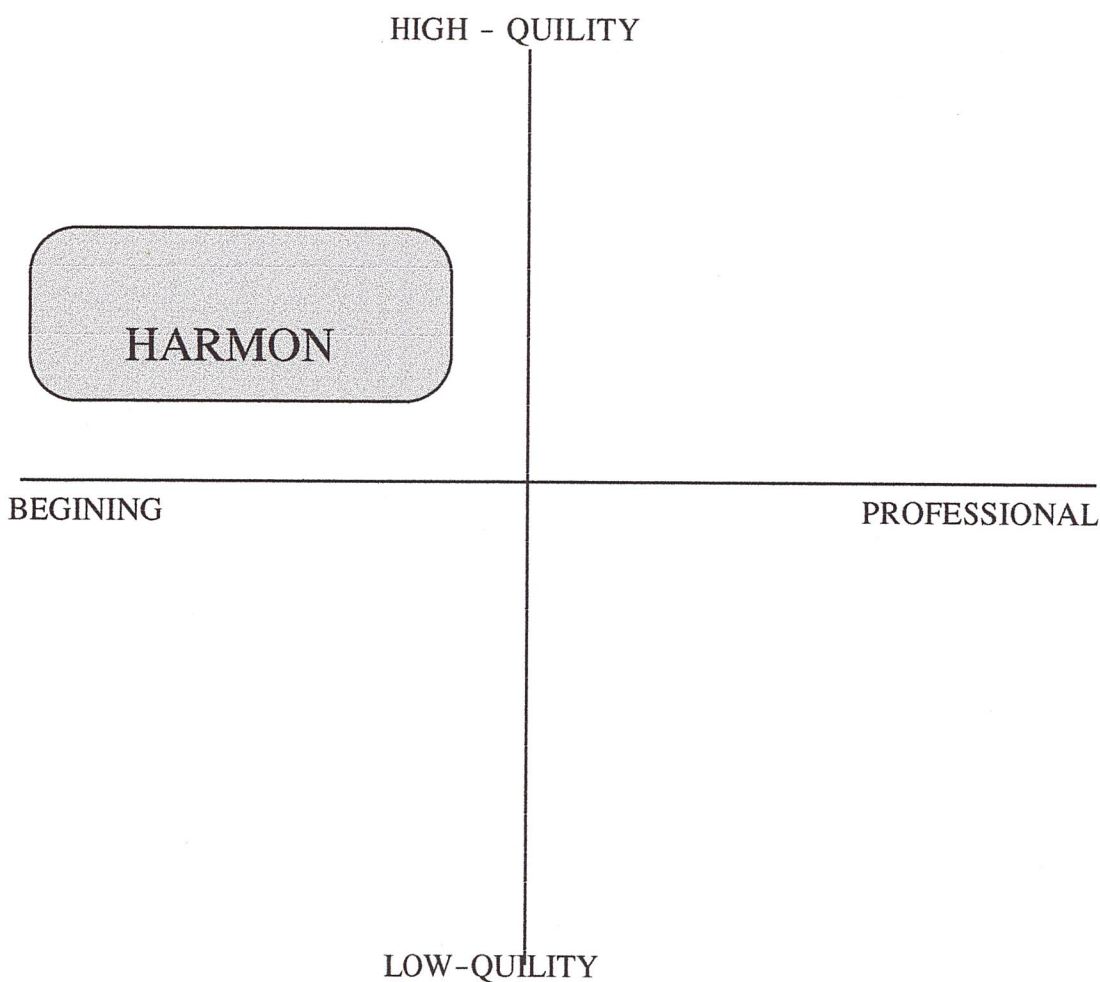


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.3 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ฮาร์มอน

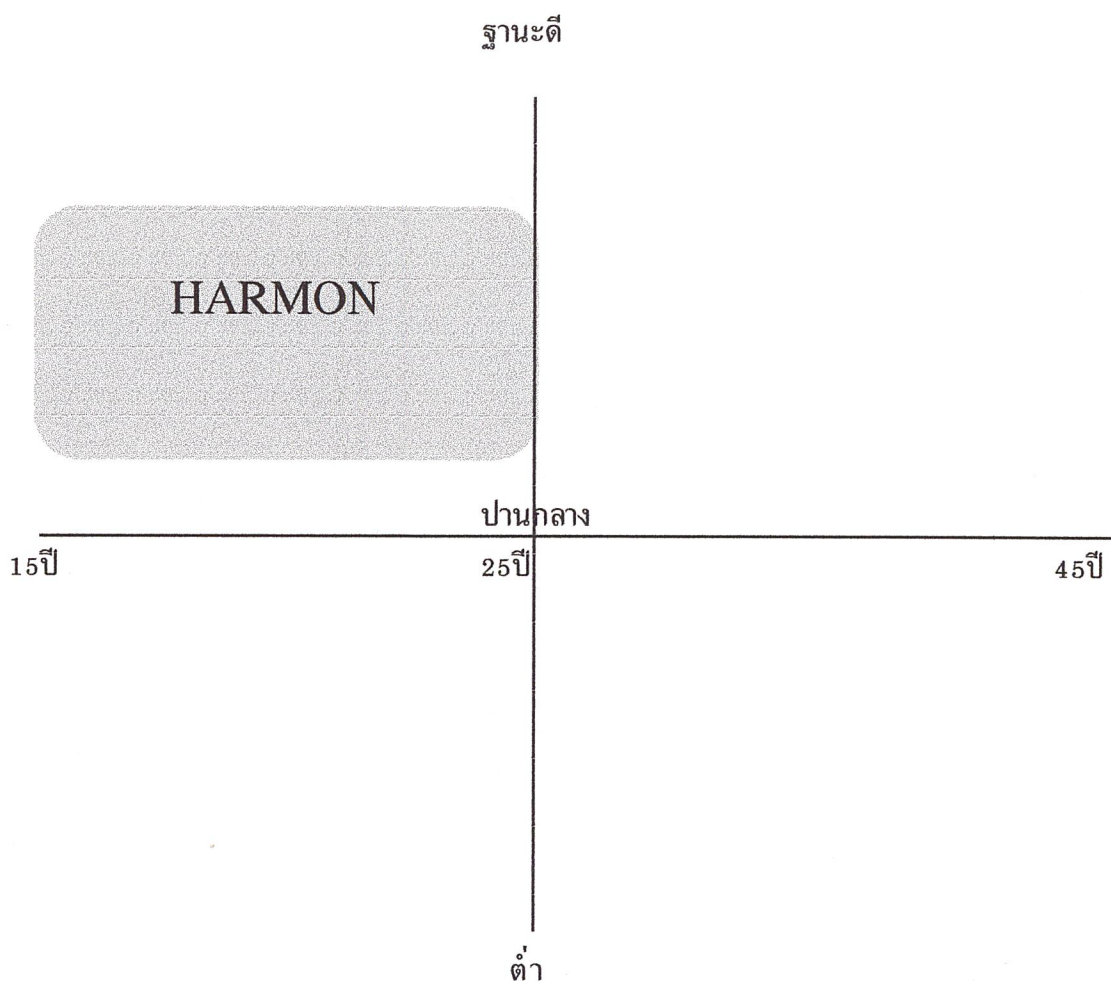
จากการทำการสำรวจ พบว่ากลุ่มผู้บริโภคที่อายุประมาณ 18-25 (โดยมากเป็นนักเรียนนักศึกษา) ยังไม่พอใจในผลิตภัณฑ์เดิม ๆ เนื่องจากราคาและภาพลักษณ์ของสินค้ายังไม่เป็นที่พอใจ นอกจากนี้จากการศึกษาลักษณะของตลาด ทั้งโดยภาพรวมและแยกแต่ละประเภทแล้วมีช่องว่างทางการตลาด ในส่วนบรรจุภัณฑ์ดังนี้

การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ฮาร์มอนในด้านคุณภาพและลักษณะทางกราฟิก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ฮาร์มอนในด้านกลุ่มผู้บริโภค



จุดขาย: BEGINING PLAYER , สำหรับผู้หัดเล่น, เข้าใจง่าย, คุณภาพดี, ราคาปานกลาง(ถูกกว่าของนำเข้า)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5 ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุและกรรมวิธีการผลิต

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ต้องมีการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุและกรรมวิธีการผลิต เพื่อการเลือกใช้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด กล่าวคือ ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุและกรรมวิธีการผลิต เพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ให้สะดวกต่อการผลิต ประหยัดและสวยงาม สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ตลอดการใช้งาน ง่ายต่อการบรรจุขนส่งและกำจัดซาก มีความเหมาะสมด้านราคาและจำนวนการผลิต กาลังเสริมและภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งสามารถผลิตได้จริงในระบบอุตสาหกรรมไทย

2.5.1 วิเคราะห์และสรุปวัสดุที่ใช้ในการผลิต

จากขอบเขตของโครงการฯ ซึ่งประกอบด้วยโครงสร้างประเภทต่างๆซึ่งสามารถแบ่งการวิเคราะห์วัสดุต่างๆได้ตามลักษณะบรรจุดังนี้

- 1.บรรจุภัณฑ์ประเภทกล่องกระดาษชั้นนวม, กล่องDISPLAY สำหรับกระดาษชั้นนวม, กล่องแปรงทำความสะอาด, กล่องลิ้น, กล่องใส่กำพรวด, กล่องDISPLAY สาย เนื่องจากการที่บรรจุภัณฑ์ที่กล่าวมามีเงื่อนไขความต้องการทางวัสดุที่ใกล้เคียงกันมาก จึงทำการวิเคราะห์วัสดุร่วมกัน โดยมีข้อพิจารณาในการเลือกวัสดุ คือ
 - ราคา
 - ความทนทานต่ออายุการใช้งาน การเปิดปิด สามารถรับน้ำหนักจากตัวสินค้า การวางซ้อนกัน การเสียดสี แรงกระแทกในการขนส่ง
 - คุณภาพที่เหมาะสมต่อการพิมพ์
 - ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

วัสดุที่อยู่ในข่ายพิจารณา

วัสดุ	พิมพ์ได้ดี	ผิวมัน	การรับแรง	ประหยัด
1.กระดาษอาร์ตมัน275gram	3	3	2	2
2.กระดาษอาร์ตมัน310gram	3	3	3	2
3.กระดาษDuplex ชัดมัน275gram	3	3	2	3
4.กระดาษDuplex ชัดมัน310gram	3	3	3	3
5.กระดาษ RECYCLE สีขาว(รักษาสภาพแวดล้อม)	1	2	2	1

ตารางที่ 2.5.1.1 ตารางเปรียบเทียบวัสดุบรรจุภัณฑ์ประเภทกล่อง

3= ดี

2=พอใช้

1=ไม่ดี

สรุป เลือกใช้กระดาษ Duplex ชัดมัน 310 gram สำหรับบรรจุภัณฑ์ประเภทกล่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.บรรจุภัณฑ์ประเภทขวดพลาสติกสำหรับสเปรย์เคลือบผิว, น้ำมันMachanic, น้ำมันValue, น้ำมันทาสาย, น้ำมันทาข้อต่อ, ครีมดูแลหนัง, น้ำยา ทำความสะอาด, กาว , เม็ดทำความสะอาด

คุณสมบัติ	PE	PP	PS	PVC	PET
ความทนทานต่ออุณหภูมิสูง	2	3	2	1	2
การป้องกันการซึมผ่านของออกซิเจน	1	1	1	3	3
ทนแรงกระแทก	3	2	1	2	3
ทนทานต่อต่าง	3	3	2	3	3
ความประหยัด	3	2	2	2	1
ความใส	1	1	3	2	3
รวม	13	12	11	13	15

ตารางที่ 2.5.1.2 ตารางเปรียบเทียบวัสดุบรรจุภัณฑ์ประเภทขวด

3= ดี 2=พอใช้ 1=ไม่ดี

สรุป -เลือกใช้พลาสติกประเภท PET ในการผลิต น้ำมันMachanic, น้ำมันValue, น้ำมันทาสาย, น้ำมันทาข้อต่อ, ด้วยกรรมวิธีการผลิตแบบBlowMolding
 -เลือกใช้พลาสติกประเภท PE ในการผลิต ขวดสเปรย์เคลือบผิว, ครีมดูแลหนัง,น้ำยา ทำความสะอาด, กาว , เม็ดทำความสะอาด ด้วยกรรมวิธีการผลิตแบบBlowMolding
ในส่วนของฝาเกลียวนั้นมีวัสดุที่อยู่ในข่ายการพิจารณา ดังนี้

วัสดุ	ข้อดี	ข้อเสีย
PP	ต้านทานต่อการแตกร้าว, ทนต่อกรดต่าง, ทนอุณหภูมิสูง	ต้านทานแรงตกกระแทกต่ำ, แดงง่ายที่อุณหภูมิต่ำ
LDPE	ยืดหยุ่นดี, ไม่มีรสไม่มีกลิ่น, ราคาถูก, ทนต่อการแตกร้าวได้ดี	ป้องกันก๊าซไม่ดี
HDPE	แข็งแรงและเหนียวกว่า LDPE , ไม่มีรสไม่มีกลิ่น, ต้านทานการแตกร้าว, ป้องกันความชื้นและก๊าซ, ทนความร้อน, ราคาถูก	

ตารางที่ 2.5.1.3 ตารางเปรียบเทียบวัสดุบรรจุภัณฑ์ประเภทฝา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุป เลือกใช้พลาสติก HDPE ในการผลิตฝาเกลียว

3. บรรจุภัณฑ์ประเภทกระป๋องครีมกำจัดรอยขีดข่วน มีข้อพิจารณา ดังนี้

คุณสมบัติ	PE	PP	PVC	โลหะ
ความทนทานต่ออุณหภูมิสูง	2	3	1	3
การป้องกันการซึมผ่านของออกซิเจน	1	1	3	3
ทนแรงกระแทก	3	2	2	3
ทนทานต่อต่าง	3	3	3	3
ความประหยัด	3	2	2	1
รวม	12	11	11	13

ตารางที่ 2.5.1.4 ตารางเปรียบเทียบวัสดุบรรจุภัณฑ์ประเภทกระป๋องครีมกำจัดรอยขีดข่วน

3= ดี

2=พอใช้

1=ไม่ดี

สรุป - เลือกใช้กระป๋องโลหะสำหรับกระป๋องครีมกำจัดรอยขีดข่วน

4. บรรจุภัณฑ์ประเภท Blister Packaging สำหรับผลิตภัณฑ์ ลูกยางเป่าทำความสะอาดและผลิตภัณฑ์สายสะพาย มีวัสดุที่อยู่ในข่ายการพิจารณา ดังนี้

วัสดุ	ข้อดี	ข้อเสีย
อะซิเตท	มีความใส, ขึ้นรูปด้วยความร้อนดี, มีความทนการตกกระแทก	ไม่ทนอุณหภูมิต่ำ
สไตรีน	มีความใสดีเลิศ	ไม่ทนต่อการตกกระแทก, แดกง่าย, ไม่ทนอุณหภูมิต่ำ
ไวนิล	ราคาถูก, มีความใสดีถึงดีเลิศ	อ่อนตัว, ไม่ทนต่อการตกกระแทก, ไม่ทนอุณหภูมิต่ำ

ตารางที่ 2.5.1.5 ตารางเปรียบเทียบวัสดุบรรจุภัณฑ์ Blister Packaging

สรุป - เลือกใช้พลาสติก อะซิเตท เพื่อใช้ทำ Blister Packaging ส่วนพลาสติกด้านหน้าส่วนกระดาษแข็ง เป็นโครงสร้างที่สำคัญสำหรับการหีบห่อแบบบลิสเตอร์ ควรเลือกใช้ให้เหมาะสมกับขนาดรูปร่างและน้ำหนักของสินค้าและผิวหน้าต้องมีความเหมาะสมกับการพิมพ์ โดยวัสดุที่มีความเหมาะสมคือกระดาษแข็งชนิดเคลือบแป้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. บรรจุกัณฑ์ประเภท ก ล่องพลาสติกสำหรับผลิตภัณฑ์ล้น มีวัสดุที่อยู่ในข่ายการพิจารณาดังนี้

วัสดุ	PS	PE
ความใส	3	2
ความยืดหยุ่น	1	3
ความประหัยด	2	3

ตารางที่ 2.5.1.6 ตารางเปรียบเทียบวัสดุบรรจุกัณฑ์ก ล่องล้นพลาสติก

3= ดี

2=พอใช้

1=ไม่ดี

สรุป - เลือกพลาสติก PE มาใช้ในการทำกล่องเก็บล้น

6. โครงสร้าง THERMO FORMING ภายในบรรจุกัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์กำพรวดเครื่องเป่า, แปรงทำความสะอาดเครื่องดนตรี มีวัสดุที่อยู่ในข่ายดังนี้

วัสดุ	ข้อดี	ข้อเสีย
PS	ไม่มีไฟฟ้าสถิตย์ ปราศจากฝุ่นและกลิ่น, มีความคงตัวในการขึ้นรูป	มีการแตกจากแรงกระแทกได้, มีความยืดหยุ่นในการลื้อคขึ้นส่วนต่างๆน้อย
HDPE	มีความแข็งแรงทนทานต่อการแตกดี, ทนอุณหภูมิต่ำ	มีจุดหลอมเหลวสูงกว่า, ต้านทานแรงกดได้ไม่ด้นัก
PP	มีจุดหลอมเหลวต่ำ, ต้านทานแรงกดดี, มีการหยุ่นตัวดี, ทนทานต่อการแตกดี	

ตารางที่ 2.5.1.7 ตารางเปรียบเทียบวัสดุบรรจุกัณฑ์ประเภทถาดพลาสติก

สรุป เลือกพลาสติก PP มาใช้ในการทำถาดพลาสติก THERMO FORMING

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.2 วิเคราะห์ระบบการพิมพ์

1. ระบบการพิมพ์ที่ใช้กับบรรจุภัณฑ์ประเภทกล่อง, กระดาษแข็ง, ฉลากต่าง ๆ ที่มีความเหมาะสมและนิยมใช้กับการพิมพ์แบบ 4 สี มีระบบได้แก่

1. ระบบออฟเซต
2. ระบบกราเวียร์
3. ระบบซิลด์สกรีน

ตารางวิเคราะห์ระบบการพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์กล่อง, กระดาษแข็ง, ฉลาก

เงื่อนไขพิจารณา	OFFSET	GRAVURES	SILK
จำนวนพิมพ์ขั้นต่ำ	3000 ชิ้น	10000 ชิ้น	10-1000 ชิ้น
ความสวยงาม	4	4	3
ต้นทุนต่ำ(ผลิต 5000-10000 ชิ้น)	3	2	3
พิมพ์ได้หลายสี	4	4	3
การผลิตง่ายและแพร่หลาย	4	3	4

ตารางที่ 2.5.2.1 ตารางวิเคราะห์ระบบการพิมพ์กล่องกระดาษแข็ง

4= ดีมาก 3=ดี 2=พอใช้ 1=ไม่ดี

สรุป เลือกใช้ระบบการพิมพ์แบบ OFFSET เนื่องจากมีความสวยงามและมีต้นทุนการผลิตต่อหน่วยถูกกว่าระบบกราเวียร์

2. ระบบการพิมพ์ที่ใช้กับบรรจุภัณฑ์ประเภทกระป๋องครีมกำจัดรอยขีดข่วน การพิมพ์บนกระป๋องโลหะ นิยมใช้ระบบ OFFSET เนื่องจากสามารถพิมพ์สีได้สวยงาม และผลิตได้รวดเร็ว ดังนั้นจึงเลือกกระบบ OFFSET ในการพิมพ์กระป๋องครีมกำจัดรอยขีดข่วน

3. ระบบการพิมพ์ที่เหมาะสมกับ ขวดพลาสติกชนิดต่างๆ เนื่องจากขวดมีขนาดเล็ก และอาจมีการเปื้อนของน้ำมัน โดยดูจาก การสามารถพิมพ์บนขวดพลาสติกได้, ปริมาณและราคาขายของผลิตภัณฑ์, ต้นทุนต่ำ, สวยงาม, คงทน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขในการพิจารณา	ซิลด์สกรีน	เฟล็กโซกราฟฟี
1.สามารถพิมพ์บนขวด	*	*
2.ผลิตได้ที่ละหลายๆ	*	*
3.ทนทาน	*	
4.ผลิตง่าย	*	*
5.ต้นทุนต่ำ	*	*
6.สวยงาม	*	*
รวม	6	5

ตารางที่ 2.5.2.2 ตารางวิเคราะห์ระบบการพิมพ์ขวดพลาสติก

* คือ มีความเหมาะสม

สรุป เลือกใช้ระบบซิลด์สกรีนในการพิมพ์ขวดพลาสติก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6 ข้อกำหนดด้านกฎหมาย

ประกาศคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เรื่อง ข้อความที่พึงแสดงในฉลาก

ด้วยปรากฏว่า สินค้าที่เสนอขายต่อประชาชนทั่วไปนั้น ถ้าเป็นสินค้าที่มีฉลากแสดงมักจะใช้ข้อความซึ่งไม่ตรงกับความจริง หรือเกินความเป็นจริง หรืออาจก่อให้เกิดการเข้าใจผิดในแหล่งกำเนิดของสินค้า หรือใช้ข้อความที่ผู้บริโภคทั่วไปไม่อาจเข้าใจได้ว่าเป็นสินค้าที่นำไปใช้ประโยชน์อย่างไร เป็นต้น ดังนั้น เพื่อให้ผู้บริโภคทราบข้อความเกี่ยวกับสินค้าโดยถูกต้องและเพียงพอ ในการเลือกหาสินค้า ได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้า ตลอดจนสามารถเรียกร้องค่าเสียหาย ในกรณีที่สินค้ามีคุณภาพหรือปริมาณที่ไม่ตรงกับการโฆษณาหรือบอกกล่าวของผู้ขายได้ ในการนี้สมควรกำหนดข้อความที่ควรมีและไม่ควรมีในฉลากเพื่อประโยชน์แก่ผู้บริโภค จึงออกประกาศดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ในฉลากควรมีข้อความดังนี้

- 1.1 ชื่อหรือเครื่องหมายการค้าของผู้ผลิต
- 1.2 สถานที่ผลิต ในกรณีที่สินค้านำเข้าในราชอาณาจักรควรระบุชื่อและที่อยู่ของผู้นำเข้าด้วย
- 1.3 ข้อความที่แสดงให้ทราบว่าสินค้านั้นคืออะไร มีหรือใช้ประโยชน์อย่างไรได้ตามที่เป็นจริง
- 1.4 วัน เดือน ปี ที่ผลิต และ วัน เดือน ปี ที่หมดอายุ ถ้ามี
- 1.5 ปริมาณสุทธิตามกฎหมาย ว่าด้วยมาตรา ชั่ง ตวง วัด
- 1.6 ส่วนประกอบของสินค้า
- 1.7 วิธีใช้
- 1.8 วิธีเก็บรักษา
- 1.9 ข้อควรระวังหรือคำเตือนและวิธีป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นได้จากสินค้า ถ้ามี
- 1.10 ราคา

ข้อ 2 ในฉลากไม่ควรมีข้อความต่อไปนี้

- 2.1 ชื่อหรือเครื่องหมายการค้าของผู้อื่นที่ผู้ประกอบการไม่มีสิทธิใช้
- 2.2 เครื่องหมายมาตรฐานอุตสาหกรรมของต่างประเทศที่ผู้ประกอบการไม่มีสิทธิใช้
- 2.3 ธงชาติ ดวงตราเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ของต่างประเทศหรือองค์กรระหว่างประเทศ หรือ เครื่องหมายอื่นใดที่มีลักษณะคล้ายกับเครื่องหมายดังกล่าว
- 2.4 ข้อความอื่นที่อาจทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดในแหล่งกำเนิดหรือ คุณภาพของสินค้า

ข้อ 3 สินค้าใด ซึ่งทำหรือผลิตในประเทศ ผู้ประกอบการควรแสดงชื่อประเทศซึ่งเป็นแหล่งกำเนิดสินค้านั้นไว้ด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ 4 สินค้าใดที่มีส่วนประกอบที่ทำหรือผลิตในหลายประเทศ ถ้าส่วนประกอบที่ทำหรือผลิตในประเทศเป็นสาระสำคัญของสินค้าประเภทนั้น ควรแสดงชื่อไว้ด้วย

ข้อ 5 ในการแสดงข้อความตาม ข้อ 1 ข้อ 3 และข้อ 4 ควรปฏิบัติดังนี้

5.1 แสดงเป็นภาษาไทยให้ดูง่ายและชัดเจน

5.2 ใช้จำนวนภาษาที่ผู้บริโภคทั่วไปสามารถเข้าใจได้ หากใช้ข้อความที่เป็นภาษาต่างประเทศ ควรมีภาษาไทยกำกับหรือมีคำอธิบายเป็นภาษาไทยด้วย

ข้อ 6 ข้อความในข้อ 1.5 ข้อ 1.6 ข้อ 1.7 ข้อ 1.8 ข้อ 1.9 ข้อ 3 ข้อ 4 ถ้าไม่สามารถแสดงในฉลากได้หมด ก็ควรแสดงในเอกสารหรือคู่มือสำหรับใช้ประกอบสินค้านั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

การพัฒนาการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่หรือใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

การพัฒนาการออกแบบ

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ

เริ่มจากการพิจารณาบริษัทผู้ผลิต และข้อมูลทางการตลาด เพื่อให้สามารถสรุปเป็นแนวความคิด (Concept) ของผลิตภัณฑ์ที่จะออกแบบออกมา ดังต่อไปนี้

บริษัท ดนตรีเอ็อมอารีย์ จำกัด เป็นบริษัท ขนาดเล็กที่แบ่งได้เป็น 2 กิจการ คือ ในส่วนแรกคือ โรงเรียนสอนดนตรี ซึ่งมีนักเรียนอยู่ ประมาณ 400 คน และ ในส่วนที่ 2 คือ ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับดนตรี บางชนิด เช่น ผ้าเช็ดเครื่องชนิดต่างๆ, น้ำยาทำความสะอาด, กระเป๋าเครื่องดนตรี ฯลฯ ซึ่งทั้งหมดมีราคาถูกและคุณภาพระดับเดียวกับสินค้านำเข้า

ขอบเขตผลิตภัณฑ์ในโครงการทั้งหมด สามารถแบ่งย่อยออกเป็น 4 หมวดใหญ่ๆดังนี้ คือ

1.ออกแบบ LOGO "HARMON"

2.หมวดอุปกรณ์ทำความสะอาด

- กระจกขั้บวม ขนาดบรรจุ 100 แผ่น - กล่อง Display สินค้าจำนวน 50 ซอง
- น้ำยาทำความสะอาด - Silver, Brass, Wood, String ขนาดบรรจุ 110cc
- แปรงทำความสะอาด - Super Small, Small, Medium, Large ขนาดบรรจุ 1 ชิ้น
- ผ้าเช็ดเครื่องดนตรี - ผ้าล้าสี, ผ้าชุบน้ำยาขัดเงิน, ผ้าชุบน้ำยาขัดทองเหลือง
ขนาดบรรจุ 1 ชิ้น

3.หมวดอุปกรณ์บำรุงรักษา

- น้ำมันหยอดกลไก - ใหญ่, เล็ก ขนาดบรรจุ 50, 25 cc
- น้ำมันหยอดทวาล์ว - ใหญ่, เล็ก ขนาดบรรจุ 50, 25 cc
- น้ำมันทาสาย - ใหญ่, เล็ก ขนาดบรรจุ 50, 25 cc
- น้ำมันทาข้อต่อ - ใหญ่, เล็ก ขนาดบรรจุ 50, 25 cc
- ครีมนูแลหนัง - ใหญ่, เล็ก ขนาดบรรจุ 100, 50 cc
- สเปรย์เคลือบผิว - โลหะ, ไม้เคลือบแลคเกอร์ 110cc
- เม็ดทำความสะอาด - มันท, ส้ม, แอปเปิ้ล, สมุนไพร ขนาดบรรจุ 15 เม็ด
- ครีมหักจัดรอยขีดข่วน - เล็ก, ใหญ่ ขนาดบรรจุ 100, 200 กรัม

4.หมวดอุปกรณ์เสริม

- กำพรวด Saxophone - ALTO
- TENOR ขนาดบรรจุ 1 ชิ้น
- กำพรวด Clarinet ขนาดบรรจุ 1 ชิ้น
- กำพรวดเครื่องทองเหลือง - Trumpet
- French horn
- Tuba

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ลิ้น - Saxophone 2" , 2 1/2" , 3"
Clarinet 2" , 2 1/2" , 3" ขนาดบรรจุ 5 ชิ้น
 - สาย -Guitar Classic -High Tension
-Medium Tension
 - Guitar Folk -High Tension
-Medium Tension
 - Electric Guitar -High Tension
-Medium Tension
 - Bass -High Tension
-Medium Tension
 - Violin -High Tension
-Medium Tension
- ขนาดบรรจุ 6 สาย
- Display Package สาย 5 ชนิด ขนาดบรรจุ 20 ซอง
 - สายสะพาย -Tuba
-Guitar
-Saxophone ขนาดบรรจุ 1 สาย
 - สายสัญญาณเสียง- ลิ้น, ยาว ขนาดบรรจุ 1 สาย

เมื่อพิจารณาถึงความต้องการของสินค้าในขอบเขตของโครงการทั้งหมด ประกอบกับคุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์ที่พึงจะมี อันได้แก่เงื่อนไข 4 ประการ คือ

1. ด้านการบรรจุ (Containment)
2. ด้านการคุ้มครอง (Protection)
3. ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)
4. ด้านการสื่อโฆษณา (Promotion)

จึงสามารถสรุปเงื่อนไขความต้องการในการออกแบบ โดยกล่าวเป็นภาพรวมของผลิตภัณฑ์ในโครงการทั้งหมด ซึ่งจำแนกตามหน้าที่ได้ดังนี้ คือ

ด้านการบรรจุ (Containment)

บรรจุภัณฑ์สามารถบรรจุสินค้าได้ตามขนาดที่บรรจุไว้

ด้านการคุ้มครอง (Protection)

ปัจจัยสำคัญอันจะส่งผลให้สินค้าเกิดความเสียหาย ได้แก่ อากาศ ความชื้น และแรงกระทำต่างๆ บรรจุภัณฑ์จึงจำเป็นต้องสามารถคุ้มครองป้องกันสินค้าภายในจากปัจจัยข้างต้นได้ดี ด้วยระยะเวลาที่เหมาะสมกับอายุของผลิตภัณฑ์

ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)

โดยสามารถอำนวยความสะดวกในขั้นตอนต่างๆ ดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับผู้ผลิต

1.การผลิต

- ผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม
- บรรจุภัณฑ์ที่เป็นกระดาษ ควรมีขนาดที่สามารถผลิตได้โดยใช้กระดาษมาตรฐาน และมีปริมาณกระดาษที่เสียน้อยที่สุด

2.การบรรจุ

- มีลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่สะดวกต่อการบรรจุสินค้า
- มีโครงสร้างที่สามารถบรรจุสินค้าได้ด้วยเครื่องจักร หรือ แรงงานคนเสริม

3.การขนส่ง

- บรรจุภัณฑ์สามารถพับให้แบนราบ เพื่อประหยัดพื้นที่ในการขนส่ง หรือสามารถใส่กล่องขนาดมาตรฐานได้

4.การจัดจำหน่าย

- บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบกราฟิกที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในกลุ่มสินค้า(Corporate Identity) เพื่อสร้างความโดดเด่นบนชั้นวางจำหน่าย ในขณะที่ยังสามารถจำแนกชนิดและความแตกต่างของสินค้าแต่ละอย่างได้ชัดเจน เช่น ชื่อผลิตภัณฑ์ คำโฆษณา อยู่ในตำแหน่งที่มองเห็นชัดเจน

5.การโฆษณา

- บรรจุภัณฑ์ควรมีรูปแบบที่ดึงดูดความสนใจ สร้างความประทับใจให้แก่ผู้บริโภคเมื่อพบเห็น มีความน่าเชื่อถือ คุ่มค่า สมราคา โดยดึงดูดขายที่แตกต่างจากคู่แข่งมานำเสนอ

สำหรับผู้บริโภค

1.การสื่อความหมายต่อผู้บริโภค

- มีรูปแบบที่ทำให้ผู้บริโภคมีความเข้าใจในตัวสินค้าและวิธีการใช้งานได้อย่างรวดเร็ว แม้เมื่อแรกเห็นตัวบรรจุภัณฑ์ เช่น การใช้สัญลักษณ์
- มีข้อความบอกข้อมูลที่สำคัญ เพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เช่น ปริมาณบรรจุ, น้ำหนัก, บริษัทผู้ผลิต เป็นต้น

2.การขนส่ง

- มีขนาดสัดส่วนที่เหมาะสมกับการซื้อสินค้าแล้วนำกลับไปโดยผู้บริโภค

3.การใช้งาน

- มีโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ที่สามารถใช้งานได้รวดเร็ว สะดวก

4.การเก็บรักษา

- บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมในการคุ้มครอง รักษาสินค้าทั้งก่อนใช้งานและเมื่อยังใช้งานไม่หมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. การกำจัดซาก

- วัสดุที่นำมาผลิตต้องไม่ก่อให้เกิดมลภาวะ เช่น สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ หรือ สามารถย่อยสลายเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ได้อีก

ด้านการสื่อโฆษณา (Promotion)

การแสดงรายละเอียดของสินค้าที่กำหนดไว้ในฉลากควรมีดังนี้

1. BRAND NAME : ฮามอน (HARMON)

ในกรณีที่ เป็นชื่อตราสินค้าและมีการจดทะเบียนแล้ว จำเป็นต้องมีคำว่า เครื่องหมายการค้าหรือ Registration Mark กำกับไว้ด้วย

2. ชื่อสามัญของสินค้า

ให้มีข้อความต่อเนื่องกันในแนวนอน อาจแยกเป็นหลายบรรทัดได้ในกรณีที่ ไม่สามารถแสดงได้หมดในบรรทัดเดียว ขนาดของตัวอักษรต้องเท่ากัน ใช้สีเดียวกัน ความเข้มของสีเท่ากัน และแสดงไว้ในส่วนที่สำคัญของฉลาก

3. ปริมาณสุทธิ

โดยแสดงไว้ที่ส่วนสำคัญของฉลาก ในกรณีที่ เป็นผง แห้ง หรือ ก้อน ให้แจ้งเป็นน้ำหนักสุทธิในระบบเมตริก(กรัม)

4. ชื่อและที่อยู่ของบริษัทผู้ผลิต

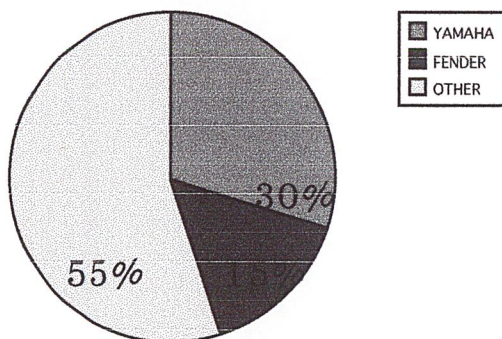
5. วันที่ผลิต วันหมดอายุ แสดงไว้ส่วนหน้าของฉลาก

6. คำอธิบายการใช้งาน

หลังจากพิจารณาในตัวผลิตภัณฑ์ของสินค้าในขอบเขตของโครงการ จนได้เงื่อนไขที่มีส่วนสำคัญซึ่งจะส่งผลกระทบต่องานออกแบบแล้ว จึงเริ่มวิเคราะห์ทางด้านการตลาดต่อไป

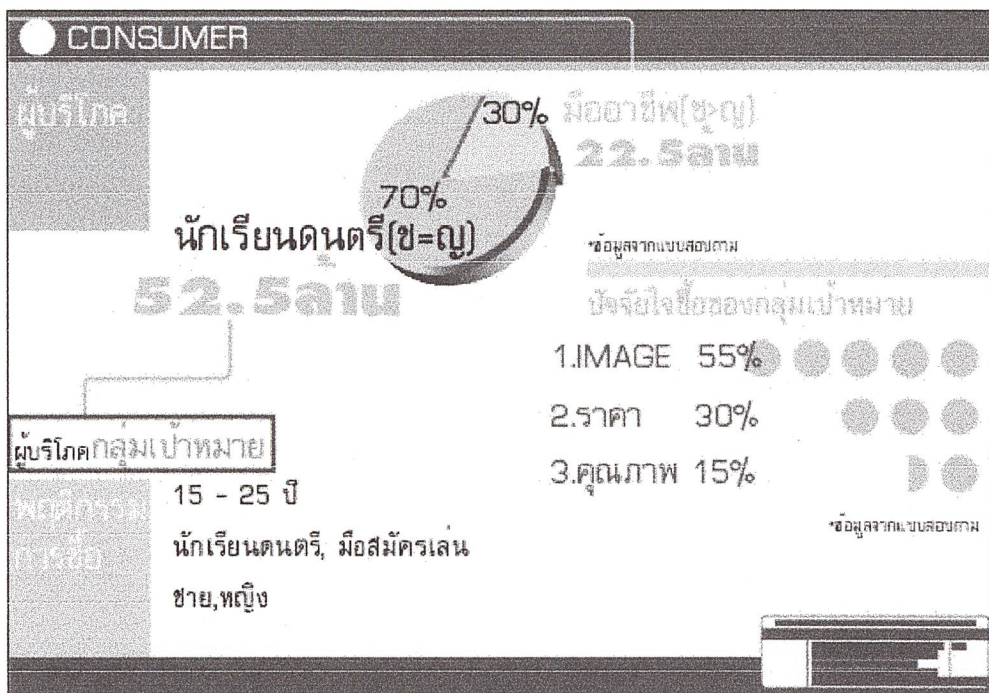
ลักษณะภาพรวมของตลาดสินค้าเครื่องดนตรีและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องมีการเจริญเติบโตที่ดี กล่าวคือ มีการขยายตัวประมาณ 3.7% แม้จะอยู่ในช่วงเศรษฐกิจซบถตัวก็ตาม เนื่องจากผู้บริโภคเล็งเห็นความสำคัญของการเล่นดนตรีสำหรับบุตรหลาน และเป็นสิ่งสำคัญที่ไม่อาจตัดออกได้

เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งทางการตลาดแล้ว บริษัทที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงสุด คือ ยามาฮ่า รองลงมาคือ เฟนเดอร์ ในส่วนที่เหลือจะเป็นตราสินค้าอีกมากมายซึ่งทั้งหมดเป็นสินค้านำเข้า



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ภาพที่ 3:1.1 แผนภาพแสดงส่วนแบ่งทางการตลาดผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับดนตรีในด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อพิจารณาผลิตภัณฑ์แต่ละยี่ห้อในโครงการ พบว่ามีคู่แข่งเพียง 2 ยี่ห้อใหญ่เท่านั้น คือ ยามาฮ่า และ เฟนเดอร์ จึงทำการวิเคราะห์และนำผลมาสรุปเพื่อทำการออกแบบต่อไป เริ่มจากการวิเคราะห์ผู้บริโภคก่อนว่า ในท้องตลาดนั้นผู้บริโภคนั้นเป็นคนในกลุ่มใด



ภาพที่ 3.1.2 ภาพแสดงข้อมูลด้านผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย และปัจจัยซื้อ

จากข้อมูลที่ได้มา เห็นได้ว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นมือสมัครเล่น คือ 70% ของผู้บริโภคทั้งหมด ซึ่งมีช่วงอายุ 15-25 ปี โดยมากเป็นนักเรียนดนตรีในชั้นเริ่มต้นและยังไม่มีรายได้เป็นของตนเอง อาศัยการสนับสนุนจากผู้ปกครอง

สำหรับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ดูที่ ภาพลักษณ์(image) โดยต้องการการยอมรับจากเพื่อน และความนิยมของคนรอบข้าง จากนั้นจึงพิจารณาราคาและคุณภาพตามมา (เนื่องจากยังแยกไม่ออกว่าคุณภาพที่ดีนั้นเป็นอย่างไร)

เมื่อพิจารณาความต้องการของผู้บริโภคแล้ว ก็มาพิจารณาถึงสภาพตลาดในปัจจุบัน จะเห็นว่าสินค้าที่มีกลุ่มเป้าหมายที่มีมือสมัครเล่น มีปริมาณการซื้อมากกว่าเช่นกัน ดังนั้นจากเหตุผลในด้านส่วนแบ่งการตลาดและความต้องการของผู้บริโภค ทำให้ให้สินค้าตรา ฮามอน ควรที่จะแทรกตัวลงในตลาดสำหรับมือสมัครเล่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่อไป

3. มีการส่งตัวอย่างทดลองไปตามโรงเรียนสอนดนตรีต่างๆ และส่งเสริมการจัดการประกวด
ในนามของฮามอน

การกำหนดตำแหน่งสินค้า (Positioning)

การกำหนดตำแหน่งสินค้านั้น มีจุดมุ่งหมายเพื่อต้องการกำหนดลักษณะของฮามอนว่า
ต้องการ จะเข้าถึงผู้บริโภคในแบบใด

โดยพิจารณาแยกออกได้เป็น 3 กรณี คือ

1. ผลผลิตในด้านคุณภาพและราคา
2. บรรจุภัณฑ์ในด้านระบุกลุ่มเป้าหมายและคุณภาพในการคุ้มครองสินค้า
3. ผู้บริโภคในด้านอายุและระดับฐานะ

โดยได้แสดงไว้ในหัวข้อ 2.4.2 เปรียบเทียบลักษณะแยกแต่ละประเภทผลผลิตที่แล้ว

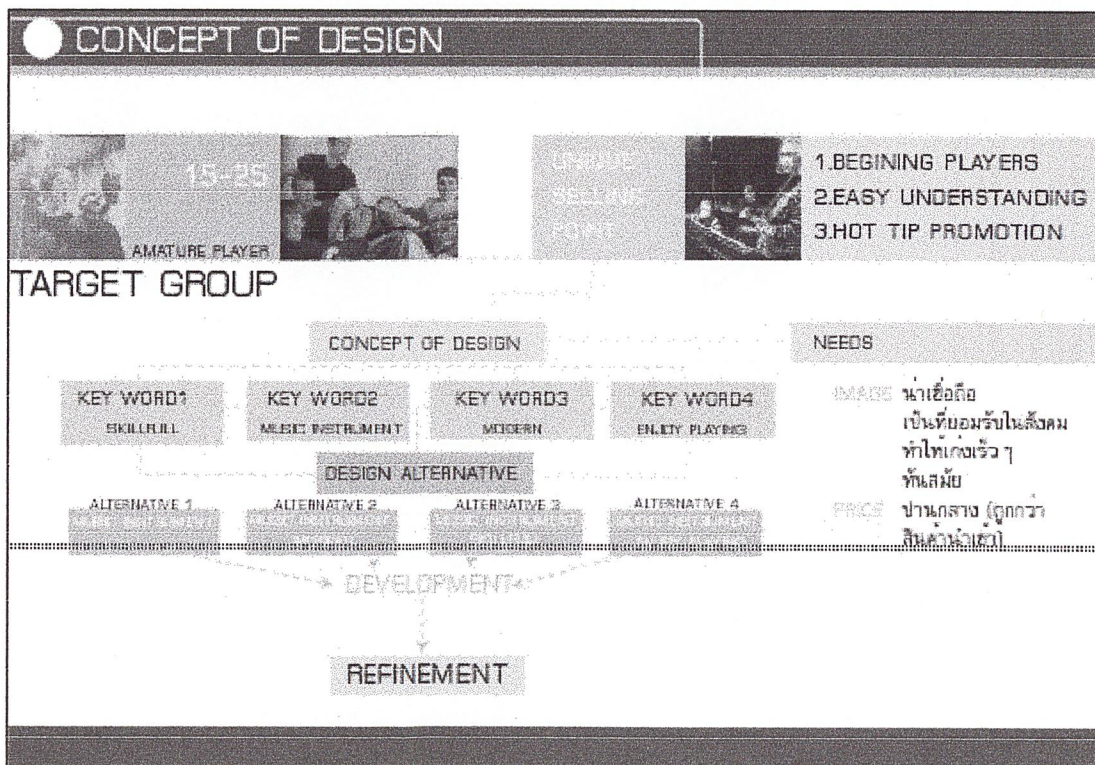
กลุ่มเป้าหมาย

เพศ : ทั้งชายและหญิง

อายุ : 15-25 ปี

รายได้ : ไม่มี(แต่ได้รับการสนับสนุนจากผู้ปกครอง) ระดับฐานะ C+ ถึง B

ระดับการศึกษา : มัธยมต้น-มหาวิทยาลัย



เอกสารนี้เป็นภาพที่ 3.1.4 ภาพแสดงกลุ่มเป้าหมายและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายต่อสินค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดที่ได้กล่าวมาในข้างต้นนี้ จึงสามารถนำมาสรุปในขั้นสุดท้าย เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบ สำหรับขั้นต่อไป โดยจะแยกพิจารณาใน 4 เงื่อนไขกล่าวคือ

1. บริษัทผู้ผลิต(Manufacturer)

บริษัท ดนตรีเอ็มมารีรี่ จำกัด เป็นบริษัทที่มีขนาดเล็ก จึงจำเป็นต้องเน้นที่ความใหม่ โดยอาศัยช่องทางการจำหน่าย ผ่านโรงเรียนสอนดนตรีในเครือของ ดร.สุกรี(เจ้าของกิจการ)ตลอดจน แนะนำให้ลูกศิษย์และบุคคลในวงการใช้ก่อน

2. ผู้บริโภค(Consumer)

ผู้บริโภคเป็นนักเรียนที่เพิ่มหัดเล่น ดังนั้นควรมีการสื่อสารที่เข้าใจง่าย

3. การตลาด(Marketing)

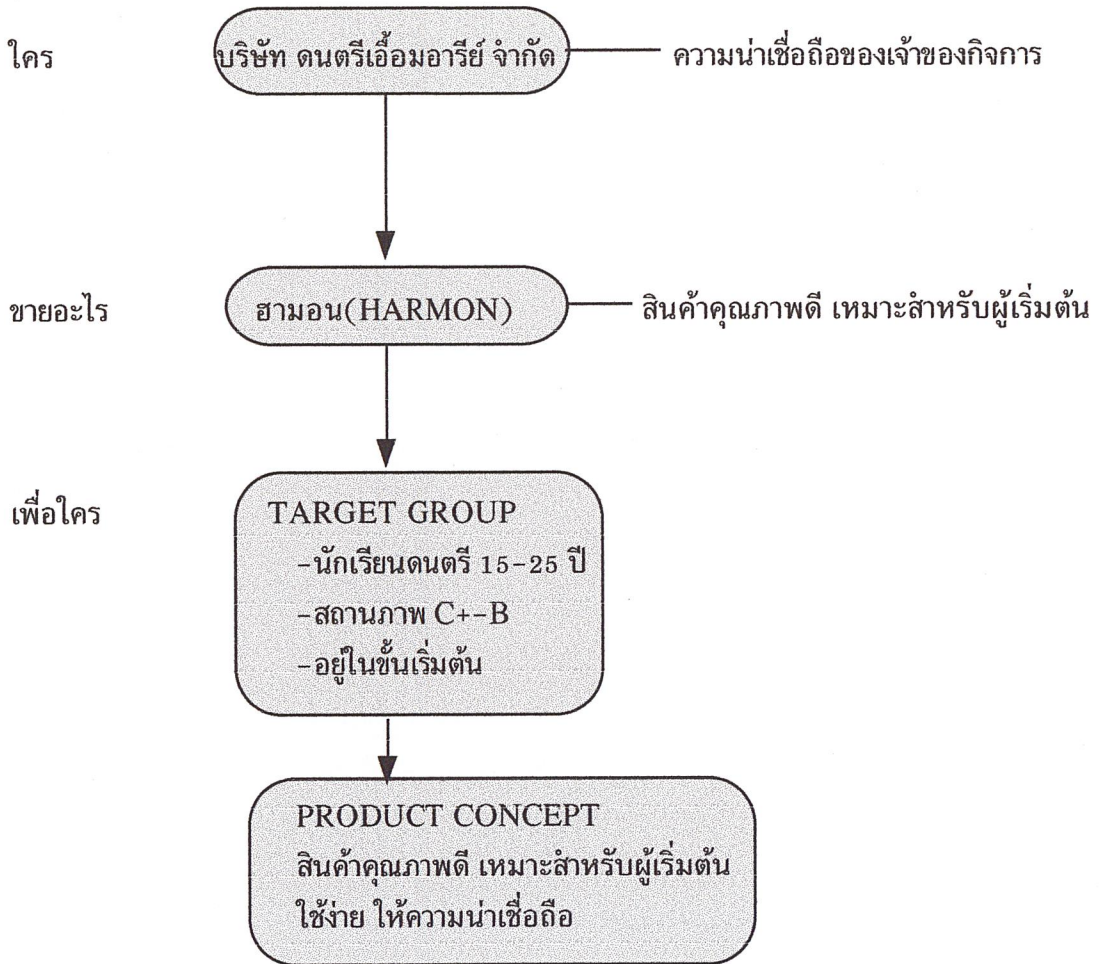
ตลาดสินค้าอุปกรณ์ดูแลรักษาเครื่องดนตรีและอุปกรณ์เสริม ทั้งหมดนำเข้าจากต่างประเทศ ดังนั้นฮามอนควรสื่อได้ถึงภาพลักษณ์ของสินค้าที่มีคุณภาพทัดเทียมกับสินค้านำเข้า

4. คู่แข่ง(Competition)

ตลาดในปัจจุบันมีลักษณะที่ยังไม่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ในด้านความเข้าใจง่ายและภาพลักษณ์ที่ผู้บริโภคต้องการ ดังนั้น ฮามอนจึงควรสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งโดยให้ความเข้าใจง่าย รวดเร็ว และมีภาพลักษณ์ที่ส่งเสริมผู้เล่นด้วย

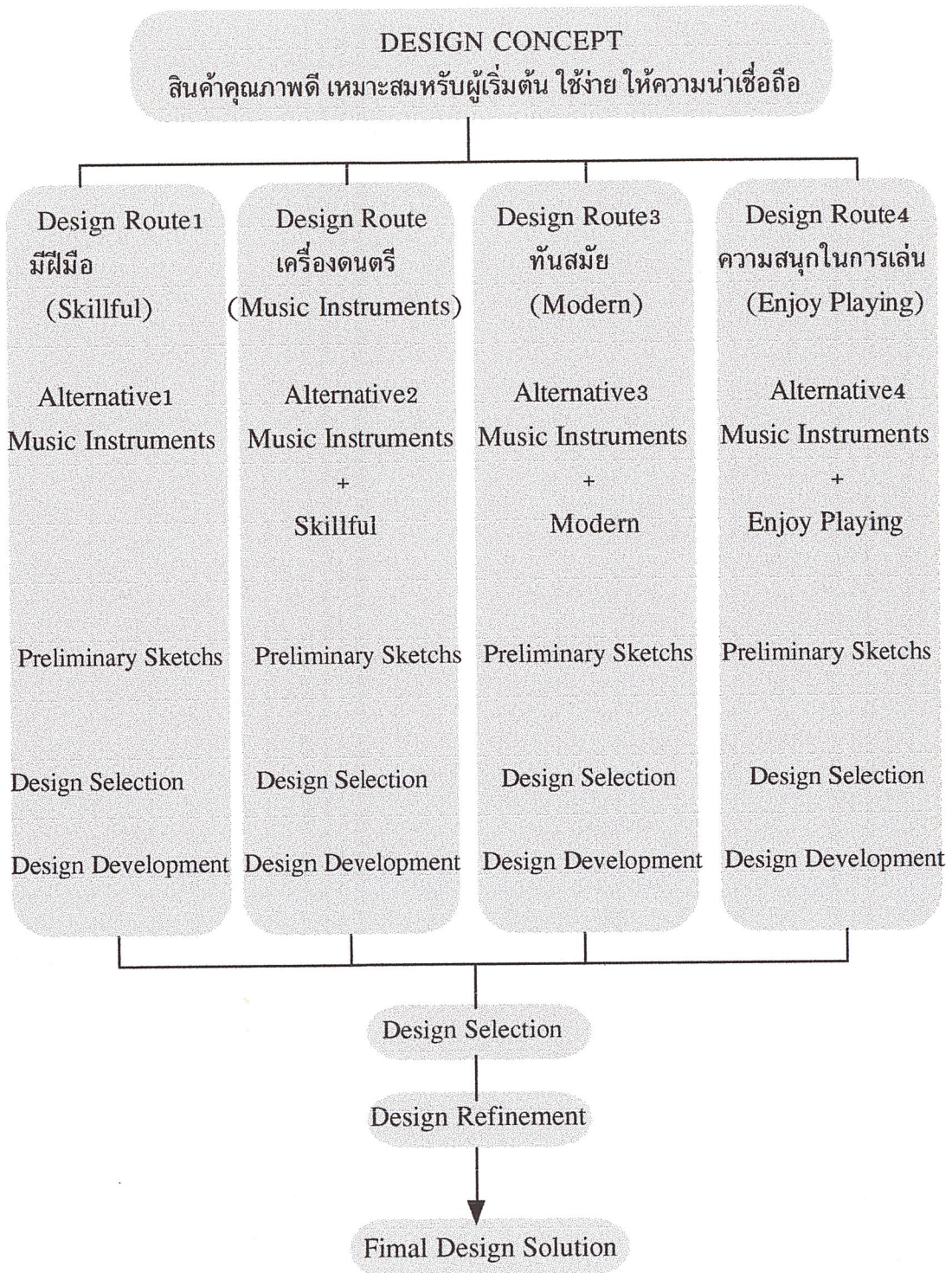
3.2 การพัฒนาความคิดและการออกแบบ (Idea and Design Development)

จากการรวบรวมข้อมูลที่ผ่านมา จึงสามารถนำมาสรุปผลวิเคราะห์เพื่อหาจุดขาย โดยเริ่มพิจารณา ดังนี้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อได้จุดขายสำหรับผลิตภัณฑ์ ที่สร้างขึ้นให้มีความแตกต่างจากสินค้าคู่แข่งแล้วจึงสามารถสรุปแนวทางการออกแบบได้ดังนี้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อสามารถสรุปหาแนวทางได้แล้ว ขั้นตอนต่อไปคือ การออกแบบโลโก้ เพื่อทำการเลือก
สำหรับนำไปประกอบการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในขั้นต่อไป
แบบที่ได้มีดังนี้

A



B



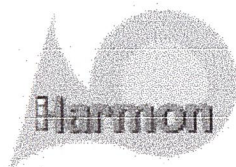
C



D



E



F



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

G



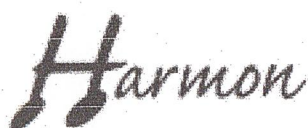
H



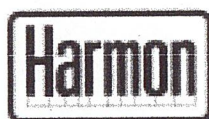
I



J



K



L



M



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

HAR·MON

N

O

P

Q

เงื่อนไข ในการ พิจารณา	โดดเด่น สะดุดตา	มีความสวยงาม	สื่อภาพลักษณ์ของ สินค้า	น่าเชื่อถือ	มีความ ยืดหยุ่นในการ ใช้งาน	รวม
A	*	*	*		*	4
B		*	*	*		3
C	*	*			*	3
D	*	*	*	*	*	5
E	*		*		*	3
F	*		*		*	3
G	*	*	*	*		4
H		*	*	*		3
I	*	*	*	*		4
J			*	*	*	3
K		*	*	*		3
L		*			*	2
M	*	*	*		*	4
N	*	*		*	*	4
O	*	*				2
P	*	*				2
Q		*	*		*	3

ตาราง 3.2.1 ตารางแสดงการวิเคราะห์แบบโลโก้

เมื่อให้คะแนนแล้ว แบบโลโก้ที่สามารถสื่อได้ตรงจุดประสงค์ที่สุด คือ แบบ D

Harmon

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ภาพโลโก้ที่เลือก
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์

หลังจากได้พิจารณาเลือกแบบโลโก้แล้ว จึงเริ่มออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยเริ่มการออกแบบโครงสร้าง ทำการ SKETCH จาก KEY WORD ที่ได้กำหนดขึ้นมา คือ Skillful , Music Instruments , Modern , Enjoy Playing ได้ผลงานการออกแบบในขั้นต้น (Preliminary Design Sketches) ดังนี้

PRELIMINARY DESIGN SKETCHES

ในขั้นตอนนี้จะเลือกขนาดมา 5 ขนาดเพื่อทำการ SKETCH เนื่องจากเป็นขนาดที่ต้องออกแบบ และต้องการให้เกิดเอกลักษณ์ร่วมกัน (Corporate Identity) จากนั้นจะทำการแตกต่อไปยังโครงสร้างอื่นๆ ภายหลัง

1. DESIGN ROUTE 1 : Skillful

ใช้ลักษณะของทักษะทางดนตรีมาแสดงออก เช่น ตัวโน้ต, สัญลักษณ์ทางดนตรี เพื่อแสดงออกว่าผู้ซื้อ มีทักษะทางดนตรี ซึ่งเป็น ความต้องการที่ผู้ซื้อต้องการอย่างหนึ่ง

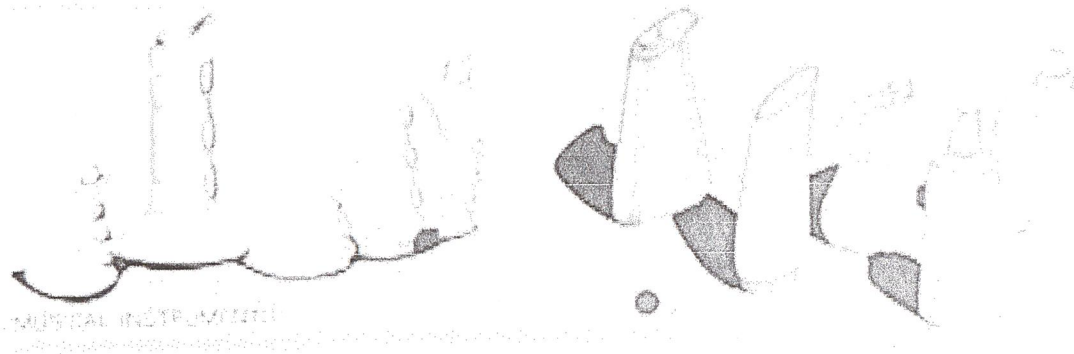


ภาพที่ 3.2..1 แบบขั้นต้น KEY WORD : Skillful

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.DESIGN ROUTE 2 :Music Instruments

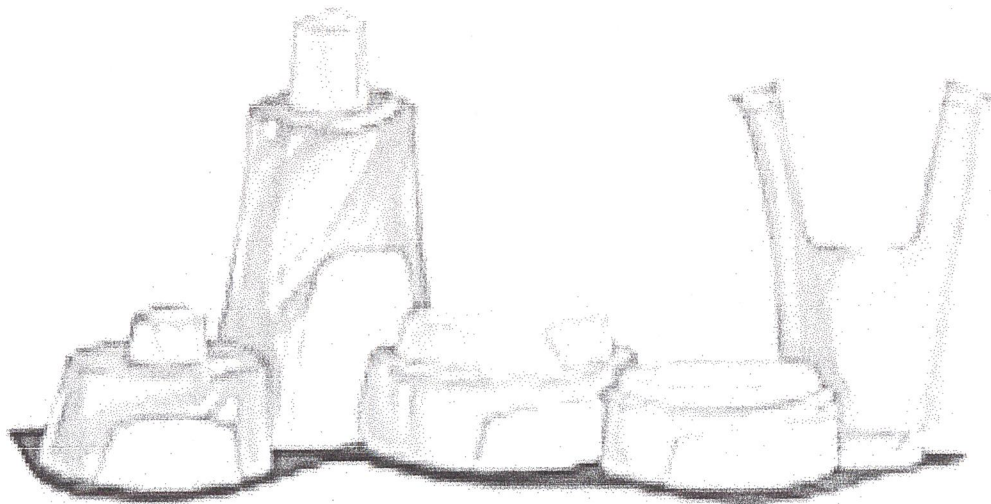
สื่อถึงเครื่องดนตรีชนิดต่างๆ เพื่อแสดงลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับเครื่องดนตรีโดยเฉพาะ



ภาพที่ 3.2.2 แบบขั้นต้น KEY WORD : .Music Instruments

3.DESIGN ROUTE 3 :Modern

แสดงลักษณะของผู้บริโภค เพื่อรองรับรสนิยมในปัจจุบันของผู้บริโภค

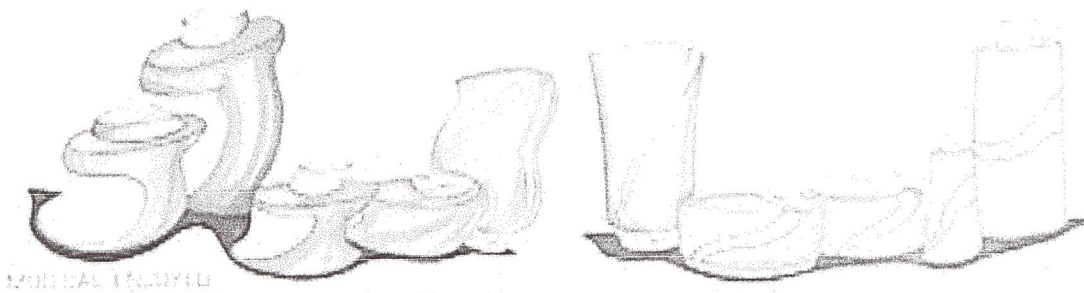


ภาพที่ 3.2.3 แบบขั้นต้น KEY WORD : .Modern

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. DESIGN ROUTE 4 :Enjoy Playing

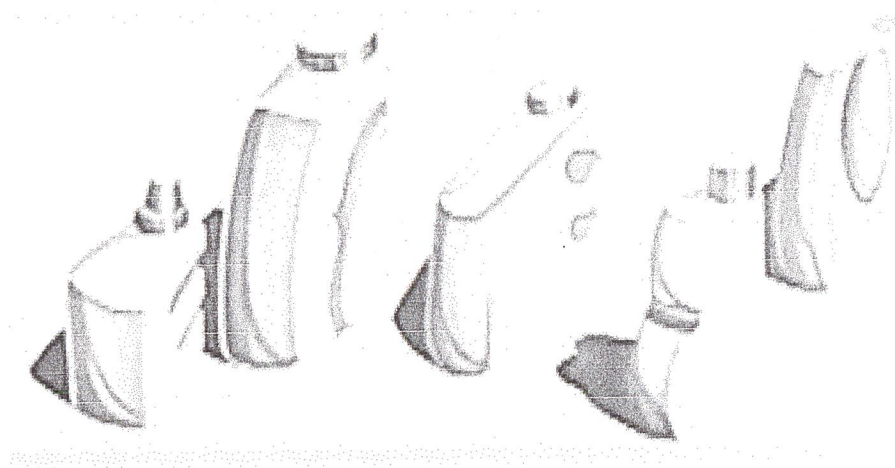
แสดงความสนุกสนานในการเล่นดนตรี เพราะเป็นปัจจัยในการเล่นดนตรีของมือสมัครเล่น (ผู้บริโภค) นอกจากนั้นยังช่วยสร้างจุดมุ่งหมายให้กับผู้เริ่มเล่นด้วย



ภาพที่ 3.2.4 แบบขั้นต้น KEY WORD : Enjoy Playing

เมื่อทดลองออกแบบในขั้นต้นแล้วจึงนำ KEY WORD มาผสมกันเพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมต่อ เนื่องจากการใช้ KEY WORD เพียง 1 ตัว อาจไม่สามารถตอบสนองความต้องการของทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคได้ จึงยึด KEY WORD : Music Instruments เป็นตัวยืนพื้นและผสม KEY WORD ตัวอื่นเข้าด้วยกันเพื่อทำการ SKETCH

1. DESIGN ALTERNATIVE 1 : Music Instruments + Skillful



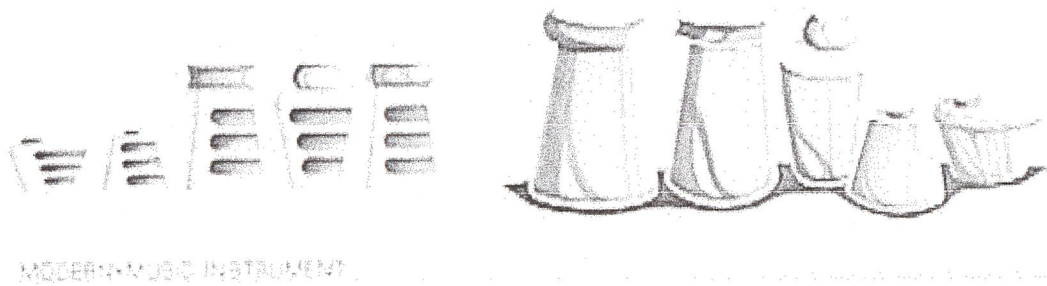
ภาพที่ 3.2.5 แบบขั้นต้น DESIGN ALTERNATIVE1 /KEY WORD :

Music Instruments+ Skillful

นำส่วนโค้งของเครื่องดนตรีมาใช้งาน ผสานกับสัญลักษณ์ทางดนตรีบางอย่าง เช่น ตัวโน้ต เพื่อเสริมให้บุคลิกโดดเด่นมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

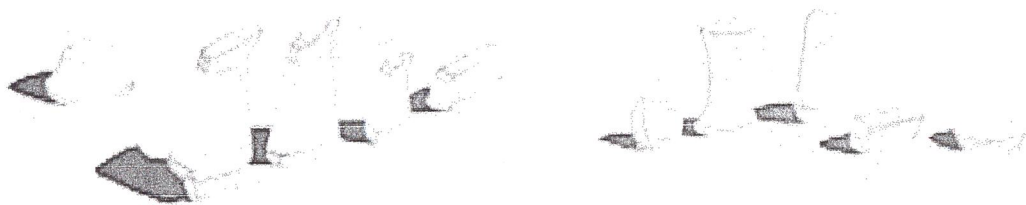
2.DESIGN ALTERNATIVE 2 : Music Instruments + Modern



ภาพที่ 3.2.6 แบบขั้นต้นDESIGN ALTERNATIVE 2 /KEY WORD : Music Instruments+ Modern

นำรูปทรงของเครื่องดนตรีชนิดต่างๆ เช่น กลอง มาจัดให้เข้ากับจังหวะของร่องต่างๆโดยล้อเลียนแป้นกดของเครื่องเป่า

3.DESIGN ALTERNATIVE 3 : Music Instruments + Enjoy Playing



ภาพที่ 3.2.7 แบบขั้นต้นDESIGN ALTERNATIVE 3 /KEY WORD : Music Instruments+ Enjoy Playing

แสดงความสนุกสนานในการเล่นดนตรี ประกอบกับรูปทรงที่พัฒนามาจากเครื่องดนตรีโดยเลือกใช้ส่วนที่ให้ความรู้สึกโลบเลี้ยว เช่น ส่วนปลายของหัวกีตาร์ไฟฟ้า

จากนั้นจึงทำการเลือกแบบสำหรับการพัฒนาแบบในขั้นต่อไป (Development) โดยมีเงื่อนไขการวิเคราะห์ดังนี้ สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขในการพิจารณาแบบ	มีความโดดเด่น สะดุดตา	มีความเหมาะสมกับผู้บริโภค	มีเอกลักษณ์ต่างจากคู่แข่ง	ให้ความน่าเชื่อถือ	บ่งบอกความเป็นเครื่องดนตรี	ร่วมสมัยกับผู้บริโภค
MUSIC INSTRUMENT	*		*	*	*	
SKILLFUL		*	*	*	*	
MODERN		*		*		*
ENJOYED PLAYING	*	*	*			
MUSIC INSTRUMENT + SKILLFUL	*		*	*	*	
MUSIC INSTRUMENT+ MODERN	*	*	*	*	*	*
MUSIC INSTRUMENT+ ENJOY PLAYING	*		*		*	

ตารางที่ 3.2.2 ตารางวิเคราะห์แบบในขั้นต้น

หลังการวิเคราะห์ตามเงื่อนไขข้างต้นแล้ว พบว่าแบบที่มีคะแนนสูงสุด คือ MUSIC INSTRUMENT+MODERN จึงเป็นแบบที่เลือกเพื่อจะนำไปพัฒนาต่อในขั้นถัดไป

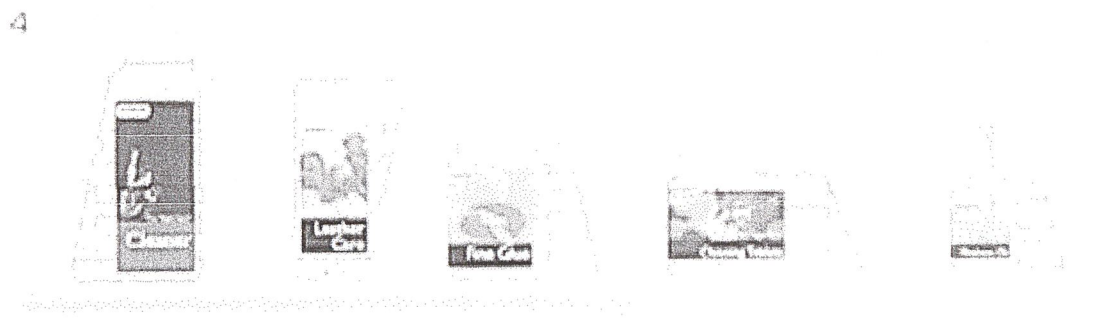
DESIGN DEVELOPMENT

เมื่อสามารถเลือกแบบ SKETCH ในขั้นตอน PRELIMINARY DESIGN SKETCHES ได้แนวทางที่ใช้ KEY WORD : MUSIC INSTRUMENT+MODERN แล้ว นำแบบมาพัฒนาต่อร่วมกับกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ โดยมีแนวคิดการพัฒนากราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

1. กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและผู้ผลิตได้
2. เข้ากับรสนิยมของผู้บริโภค
3. ให้ข้อมูลที่จำเป็น และเข้าใจง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.DEVELPOMENT 1 / กราฟิกแบบเหมือนจริง ใช้รูปถ่ายแสดงถึงการเล่นดนตรี



ภาพที่ 3.2.8 ภาพแสดงการพัฒนาแบบที่ 1

2..DEVELPOMENT 2 / ใช้กราฟิกแบบ ILLUSTRATE เพื่อเพิ่มความเป็น Modern ให้กับงาน และเพื่อให้เข้ากับผู้บริโภคในหลายอายุ (15-25 ปี)

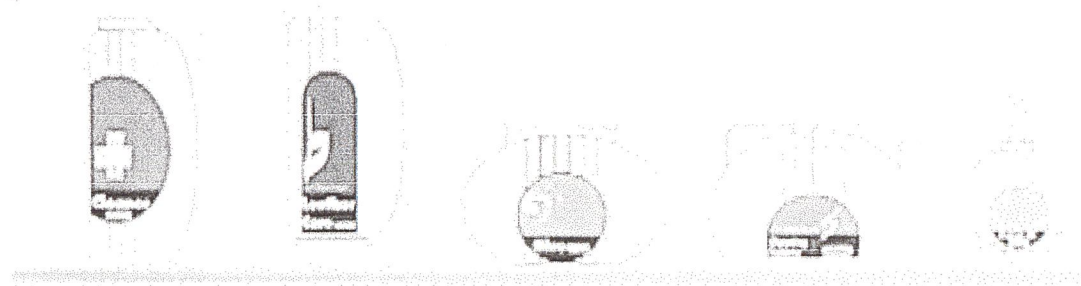


ภาพที่ 3.2.9 ภาพแสดงการพัฒนาแบบที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.DEVELOPMENT 3 / ใช้สัญลักษณ์ทางดนตรี แสดงให้เห็นเอกลักษณ์ของเครื่องดนตรี โดยอาศัยการจัดวางแบบ Modern Minimalist

3



ภาพที่ 3.2.10 ภาพแสดงการพัฒนาแบบที่ 3

จากนั้นจึงวิเคราะห์เลือกแบบเป็นขั้นตอนสุดท้าย โดยเงื่อนไขที่ใช้ในการพิจารณายังคล้ายกับการวิเคราะห์ในการเลือกแบบขั้นต้น (PRELIMINARY DESIGN SKETCHES) คือ ต้องการหาว่า แบบใดสามารถแสดงความเตะตา ต่องใจ และสื่อความได้มากที่สุด

นอกจากนั้นวิธีการให้คะแนน จะเปลี่ยนจากการให้ในลักษณะจำนวนนับ เป็นการให้แบบค่าคะแนนแทน เนื่องจากต้องการสรุปให้ได้แบบที่สามารถสื่อได้ตรงจุดประสงค์มากที่สุด ด้วยคะแนนที่มากที่สุด ได้ผลดังนี้

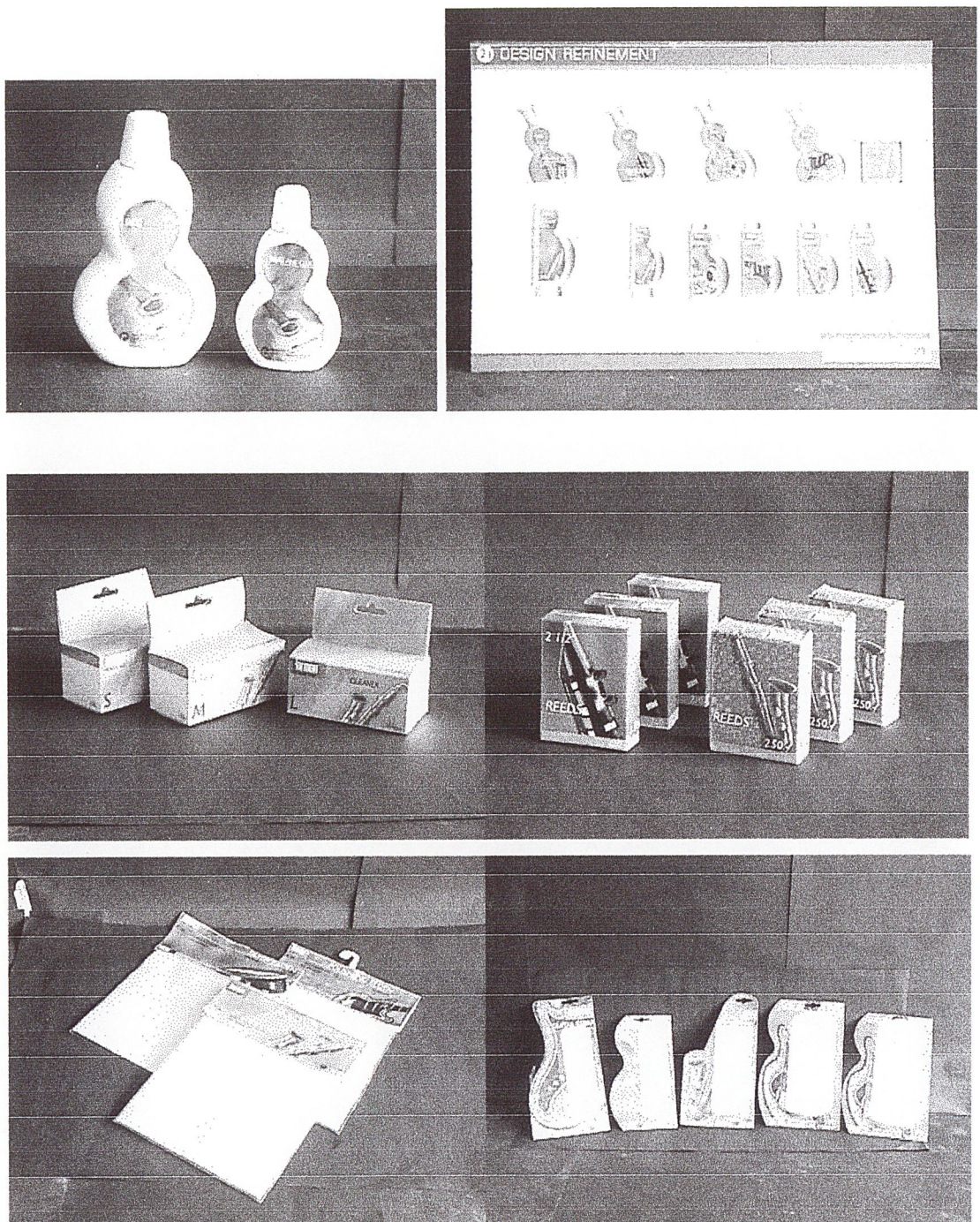
เงื่อนไขในการพิจารณาแบบ	DEVELOPMENT 1	DEVELOPMENT 2	DEVELOPMENT 3
1. โดดเด่น สะดุดตา ดึงดูดใจผู้บริโภค	3	4	3
2. เหมาะสมกับผู้บริโภค เป้าหมาย	3	4	2
3. มีเอกลักษณ์ แตกต่างจากคู่แข่ง	3	4	4
4. สื่อความเป็นดนตรีได้ชัดเจน	4	4	3
รวม	13	16	12

ตารางที่ 3.2.3 ตารางวิเคราะห์ในขั้นตอนพัฒนาแบบ

หมายเหตุ 4=ดีมาก 3=ดี 2=ปานกลาง 1=ไม่ดี

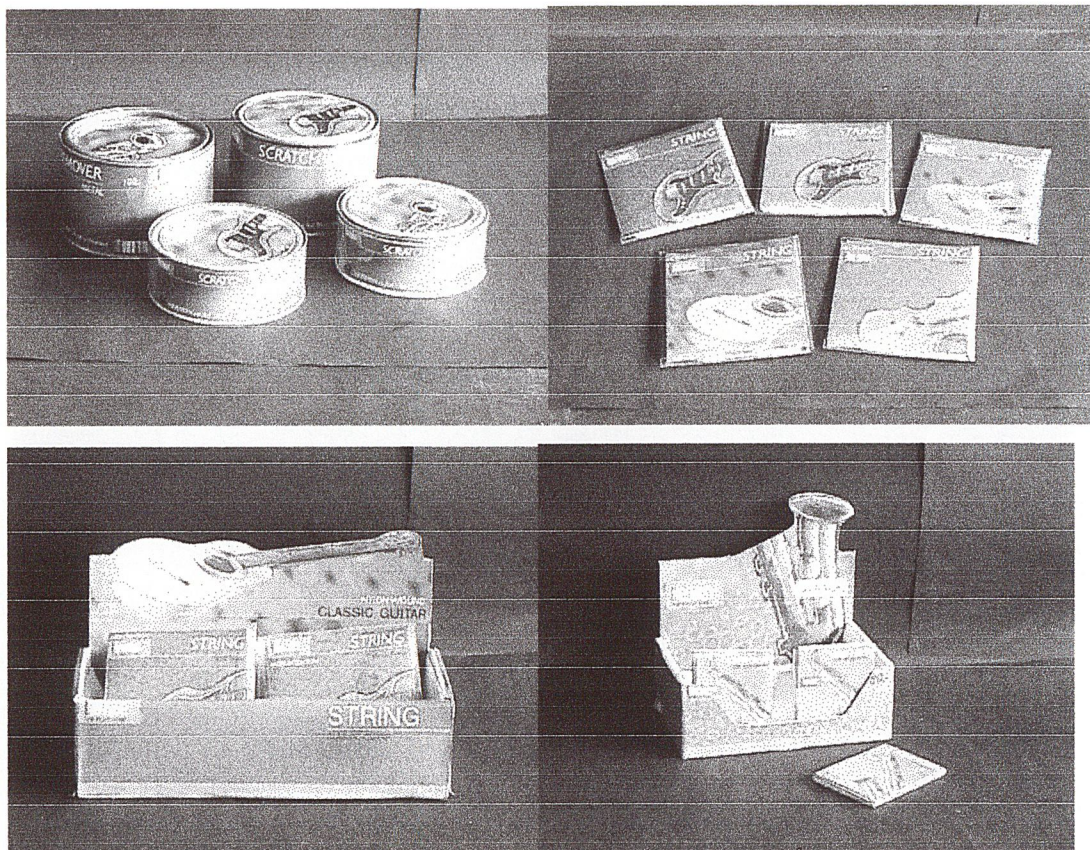
หลังจากวิเคราะห์ตามเงื่อนไขข้างต้นแล้ว พบว่าแบบที่มีคะแนนสูงสุดของขั้นตอนการพัฒนาแบบร่างนี้ได้แก่ แบบ Development 2 จึงเป็นแบบที่ถูกเลือกมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ในส่วนที่เหลือต่อไป โดยสามารถแสดงเป็นแบบจำลอง 3 มิติได้ดังภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.2.11 แสดงแบบจำลองหมวดผลิตภัณฑ์บำรุงรักษาเครื่องดนตรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.2.12 แสดงแบบจำลองในหมวดอุปกรณ์เสริมเครื่องดนตรีในชั้นแบบร่าง

ข้อเสนอแนะของอาจารย์สำหรับผลงานในขั้นตอนแบบร่าง

1. การแยกชนิดของสินค้าแต่ละประเภทยังเข้าใจยาก เนื่องจากการใช้สีที่สับสนและซ้ำซ้อน
2. ขวดบางตัว เช่น ขวดน้ำมันยังหลุดออกจากกลุ่มอยู่ ควรที่จะปรับปรุงให้ดูเป็นครอบครัว

เดียวกัน

3. กราฟิกที่ใช้ยังไม่สามารถแยกชนิดได้ชัดเจน และการวาง Lay Out ยังไม่ดีนัก

ดังนั้น จึงควรที่จะแก้ไขปัญหาที่ได้รับคำแนะนำมาในขั้นตอนสุดท้าย เพื่อความสมบูรณ์

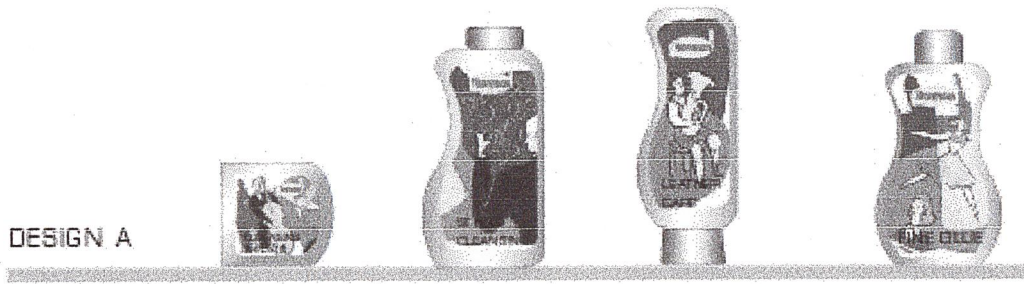
ของงาน

การพัฒนาแนวคิดในการออกแบบขั้นสุดท้าย

เนื่องจากแบบที่เลือกในขั้นตอนแบบร่างยังไม่สามารถตอบโจทย์ที่ได้มาทั้งหมดตามจุดมุ่งหมาย ดังนั้นจึงได้พัฒนางานออกแบบต่อ โดยคงแนวความคิดและลักษณะสไตล์ของกราฟิกไว้ และปรับปรุงลักษณะของขวด ได้แบบใหม่จำนวน 4 แบบ คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

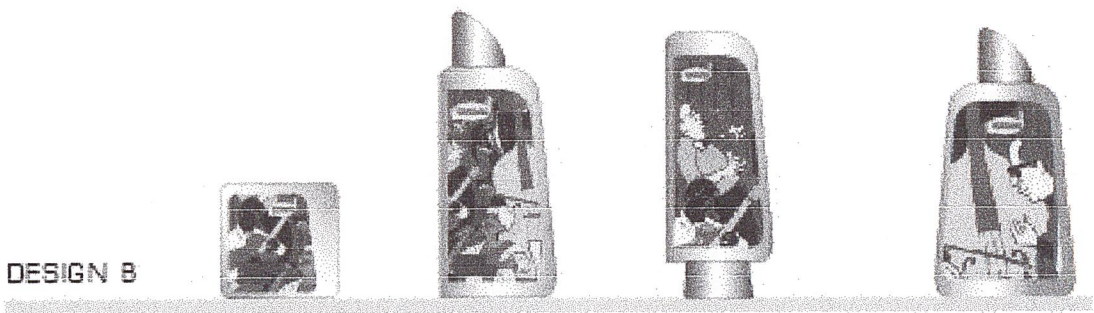
1.



ภาพที่ 3.2.13 แสดงแบบ SKETCH สำหรับการพัฒนานวัตกรรมในขั้นสุดท้าย แบบที่ 1

ทำการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ในชุดขวดหลัก ใช้กราฟิกที่เป็น ILLUSTRATE แสดงความเป็นเครื่องดนตรี และบรรยากาศของการเล่นดนตรีที่ชัดเจน Form ของขวดใช้ส่วนโค้งเดียวกัน ทำให้ดูมี Corporate Identity มากขึ้น

2.

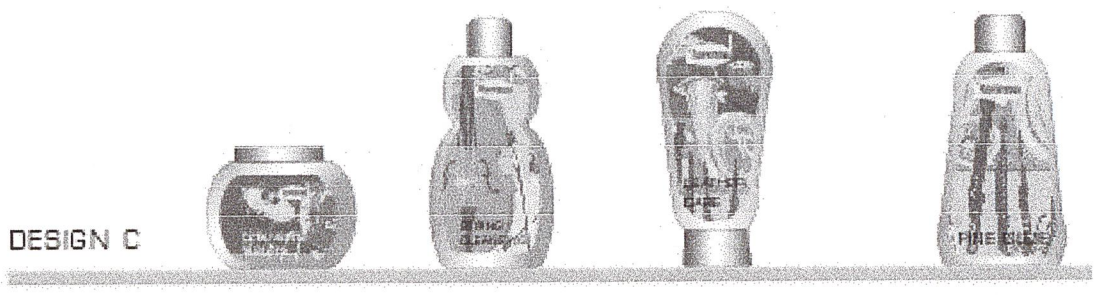


ภาพที่ 3.2.14 แสดงแบบ SKETCH สำหรับการพัฒนานวัตกรรมในขั้นสุดท้าย แบบที่ 2

เลือกใช้รูปทรงของขวดที่น่าพอใจ โดยคงความเป็นเอกลักษณ์ร่วมที่บริเวณส่วนฝาเอาไว้และส่วนของกราฟิกที่เป็นครอบครัวเดียวกัน ใช้ ILLUSTRATE เป็นตัวสื่อความหมายของเครื่องดนตรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

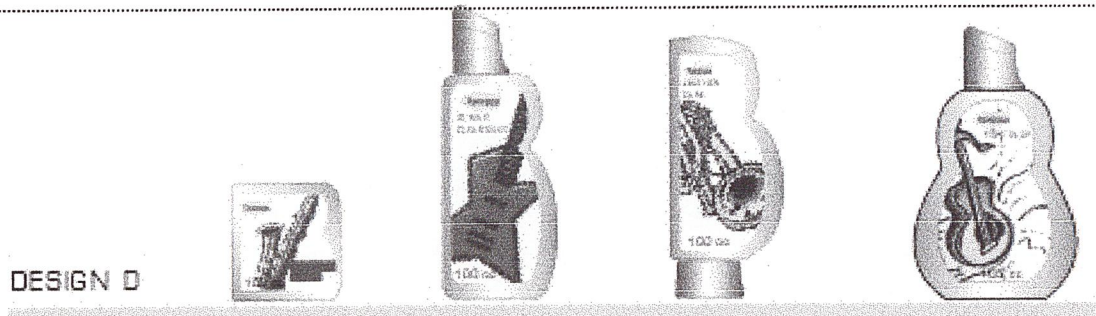
3.



ภาพที่ 3.2.15 แสดงแบบ SKETCH สำหรับการพัฒนานวัตกรรมในขั้นสุดท้าย แบบที่ 3

ทำการปรับการจัดวางของ ILLUSTRATE เครื่องดนตรีให้เห็นชัดเจนมากขึ้น โดยใช้ตัวที่เด่นของในแต่ละกลุ่มเป็นตัวแยกประเภทของเครื่องดนตรี Form ของขวดปรับปรุงให้โค้งเว้า นุ่มนวลกว่าเดิม

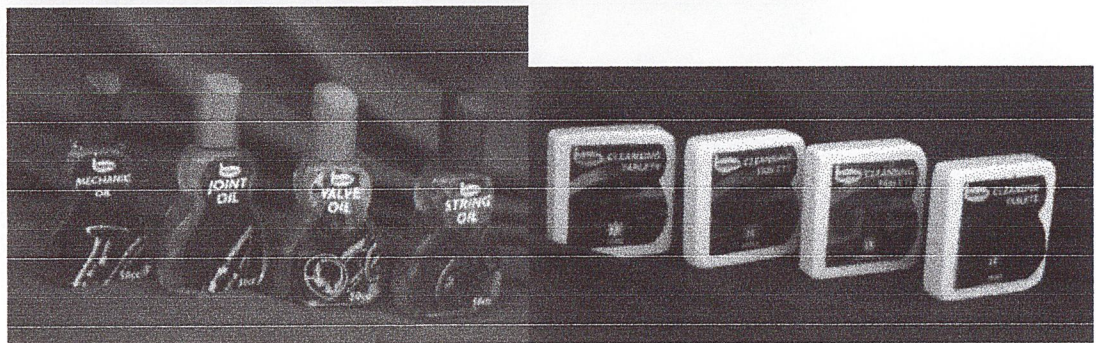
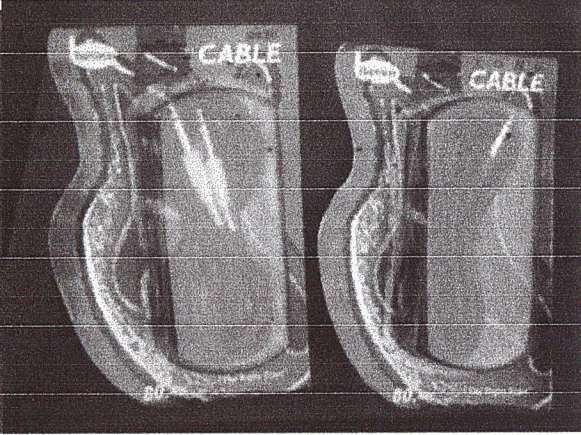
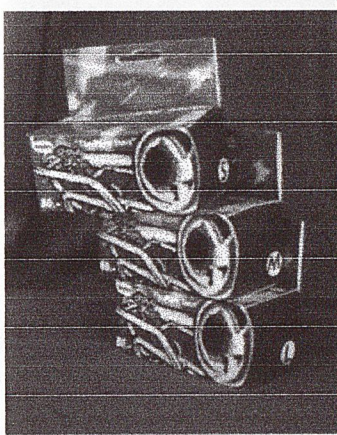
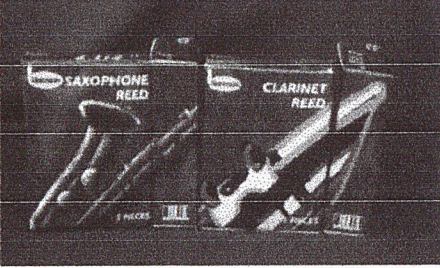
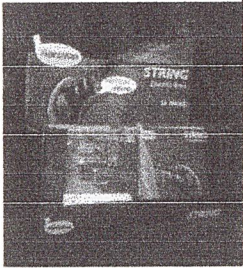
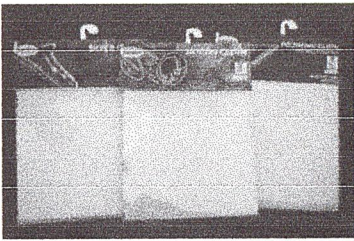
4.



ภาพที่ 3.2.16 แสดงแบบ SKETCH สำหรับการพัฒนานวัตกรรมในขั้นสุดท้าย แบบที่ 4

เลือก CROP เฉพาะจุดสำคัญของเครื่องดนตรี เพื่อเน้น FOCUS ของผู้บริโภคไปยังเครื่องดนตรี เพื่อช่วยให้การแบ่งประเภททำได้โดยง่าย รูปทรงของขวดปรับให้สมดุลและโค้งมน มีเอกลักษณ์ร่วมบริเวณฝ่าขวดที่นำ Form มาจากปลายส่วนหัวของกีตาร์

จากการพิจารณาแบบทั้ง 4 แล้วยัง จะพบว่าแบบที่มีความเหมาะสมที่สุด ดังนั้น จึงได้ผลงานขั้นสุดท้ายที่สามารถแสดงได้ด้วยแบบจำลอง 3 มิติดังภาพ
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.2.17 ภาพแสดงแบบจำลองผลงานขั้นสุดท้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 การวิเคราะห์การออกแบบ และการประเมินค่า (Design Analysis & Evaluate)

จากขั้นตอนของการพัฒนาแนวคิดและการออกแบบที่กล่าวมาทั้งหมด สามารถนำมาสรุปผลการออกแบบทั้งทางด้านกราฟิกและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ได้ดังนี้

ด้านกราฟิก

- 1.บรรจุภัณฑ์สามารถสื่อสารกับผู้บริโภค เพื่อให้เข้าใจในตัวสินค้าได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากมีการใช้ภาพ ILLUSTRATE ของเครื่องดนตรีเป็นตัวสื่อ และเน้นขนาดตัวอักษรชื่อสามัญของสินค้าให้ผู้บริโภคสังเกตเห็นได้ง่าย
- 2.ผู้บริโภคสามารถเข้าใจ ในวิธีการใช้งานได้ง่ายเนื่องจากใช้สัญลักษณ์เป็นส่วนแสดงการใช้งาน
- 3.บรรจุภัณฑ์สามารถแสดงความแตกต่างของสินค้าได้อย่างชัดเจน ทำให้ผู้บริโภคไม่เกิดความสับสน ในขณะที่ยังคงมีการคงเอกลักษณ์เดียวกันอยู่
- 4.บรรจุภัณฑ์มีความโดดเด่นจากคู่แข่ง และสามารถดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคได้อย่างดี

ด้านโครงสร้าง

- 1.โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์มีลักษณะที่มีรูปแบบเฉพาะตัว เนื่องจากการขัดเกลารูปทรงมาจากส่วนโค้งของกีตาร์ อีกทั้งยังสามารถสื่อให้ผู้บริโภคทราบว่าเป็นสินค้าที่เกี่ยวกับเครื่องดนตรีได้เป็นอย่างดี
- 2.บรรจุภัณฑ์สามารถใช้งานได้สะดวก ในขณะที่ยังสามารถคุ้มครองสินค้าภายในไว้ได้เป็นอย่างดีซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 กระจาดาชับนวม

ขนาดบรรจุ 100 แผ่น

- 1) เนื่องจากลักษณะการเก็บของกระจาดาชับนวมนั้น จะเก็บร่วมกับเครื่องดนตรีในกล่องใส่เครื่องดนตรี อาจมีการเสียดสีหรือเบียดของเก็บกระจาดาชับนวมจะทำให้กระจาดาชับนวมเสียหาย ดังนั้นโครงสร้างของกล่องจึงถูกออกแบบให้มีลิ้นช่วยล็อกกระจาดาชับนวม 2 ชั้น

Display Package

- 1.โครงสร้างของกล่อง พับขึ้นรูปได้ง่าย มีความแข็งแรงเหมาะสม

2.2 น้่ายาทำความสะอวด

ขนาดบรรจุ 110cc

- 1)การใช้งานของน้่ายาทำความสะอวด ควรจะใช้งานได้สะดวกรวดเร็ว จึงใช้ฝาแบบ Flip-Top เพื่อความสะดวก
- 2.ขยายให้ฐานกว้างขึ้นทำให้ล้มยากขึ้นกว่าขวดเดิม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 น้ำมันชนิดต่างๆ

ขนาดบรรจุ 25, 50 cc

1) เลือกใช้วัสดุ PET ในการผลิตขวด เนื่องจากต้องการคุณสมบัติต้านการป้องกันอากาศ
กันการรั่วซึมของน้ำมัน

2) บริเวณข้างขวดน้ำมันมีการเซาะร่องลงไป เพื่อความสะดวกในการติดฉลาก, รักษาฉลาก
ให้ทนทานขึ้น และทำให้จับถนัดมือขึ้น

3) บริเวณบ่าขวดน้ำมัน มีร่องช่วยดันน้ำมันไม่ให้ไหลย้อนกลับลงมาเป็นข้างขวด

2.4 ครีมดูแลหนัง

ขนาดบรรจุ 100 , 50 cc

1) เลือกใช้พลาสติก PE เพื่อความยืดหยุ่นของตัวขวดและเพื่อให้สามารถพิมพ์สีได้สวยงาม

2) ใช้ขวดคว่ำเพื่อให้เนื้อครีมไหลลงล่างพร้อมใช้งานตลอดเวลา

3) มีปลายขวดตัดให้ดูเหมือนหัวกั๊กตาร์ไฟฟ้า และเพื่อให้หยิบถือได้ถนัด

2.5 เม็ดทำความสะอาด

ขนาดบรรจุ 15 เม็ด

1) ใช้รูปทรงที่เป็นลักษณะสี่เหลี่ยมผืนผ้าเพื่อความประหยัดพื้นที่ในการจัดเก็บ(ของเดิม
เป็นทรงกระบอกยาว)

2) ใช้ฝาเปิดส่วนบนออกได้ เพื่อความสะดวกในการบรรจุสินค้าลงในบรรจุภัณฑ์

2.6 กำพรวดเครื่องดนตรีประเภทเป่า

ขนาดบรรจุ 1 ชิ้น

1) ภาตพลาสติก มีหน้าคัมครองสินค้าให้สะอาด ตั้งแต่ในชั้นก่อนซื้อจนตลอดการใช้งาน
ใช้พลาสติก PP นำมาขึ้นรูปด้วยวิธี Thermoforming

2) มีโครงสร้างกล่องที่เป็น Window Display เพื่อช่วยให้เห็นสินค้าและเพิ่มความมั่นใจ
ในการซื้อ เนื่องจากเป็นสินค้าตราใหม่ในท้องตลาด

2.7 ลิน

ซองเก็บลินชั้นใน (Primary Package)

ขนาดบรรจุ 1 ชิ้น

1) ออกแบบให้ซองเก็บลินมีการระบายความชื้นที่ดี ลดการเกิดเชื้อราและกลิ่นเหม็นได้ดี

2) มีทิศทางบรรจุที่ถูกต้อง ไม่ทำความเสียหายให้กับลิน

3) ออกแบบให้มีร่องช่วยในการเปิดใช้งานได้สะดวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Secondary Package

ขนาดบรรจุ 5 ชิ้น

1) เนื่องจากการใช้งานจริง ต้องมีการเลือกชิ้นที่ต้องการโดยการเทออกมาหา ทำให้ไม่สะดวกในการเทเข้า-ออก จึงออกแบบให้มีลิ้นกระดาษเพื่อยกชิ้นทั้งหมดขึ้นมาชั่วคราว ทำให้ง่ายต่อการหาและเก็บกลับลงกล่อง

2.8 สายสะพาน

ขนาดบรรจุ 1 ชิ้น

1) ใช้โครงสร้างของ Blister Package ดังนั้นพลาสติกจะต้องใส เพื่อจะได้มองเห็นสินค้า จึงเลือกใช้ อะซิเตท เป็นวัสดุในการผลิต

2) เลือกใช้กระดาษแข็งชนิดเคลือบแป้งเพื่อความสวยงามในการพิมพ์

2.9 สายสัญญาณเสียง

ขนาดบรรจุ 1 ชิ้น

1) ใช้โครงสร้างของ Blister Package ดังนั้นพลาสติกจะต้องใส เพื่อจะได้มองเห็นสินค้า จึงเลือกใช้ อะซิเตท เป็นวัสดุในการผลิต

2) เลือกใช้กระดาษแข็งชนิดเคลือบแป้งเพื่อความสวยงามในการพิมพ์

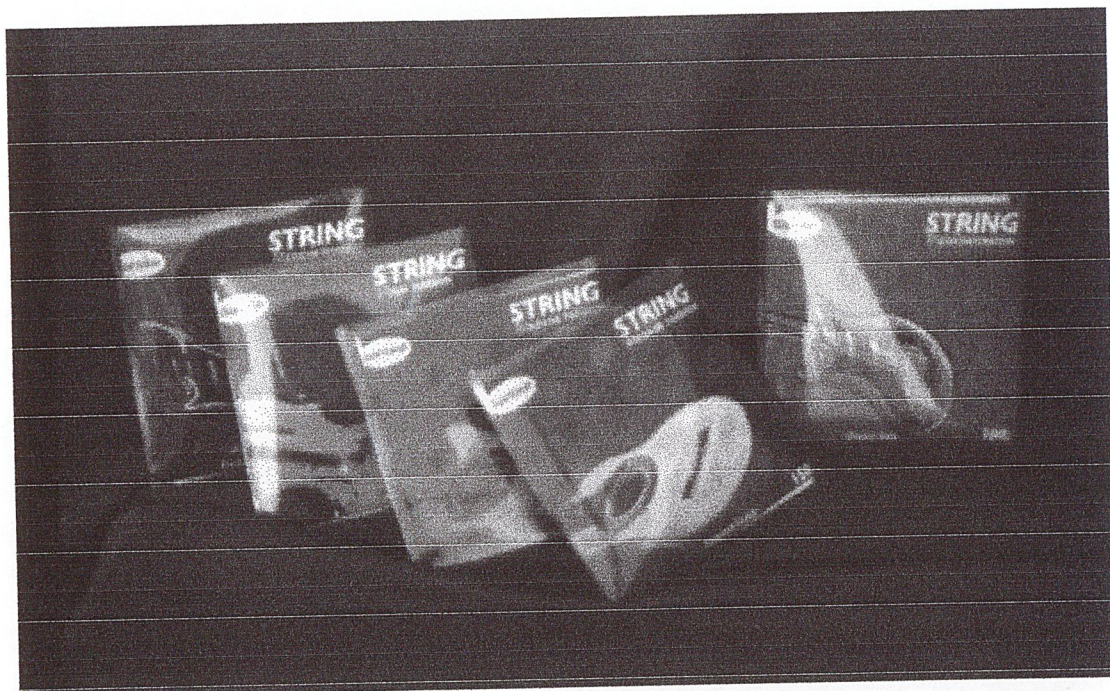
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

การนำเสนองานการออกแบบขั้นสำเร็จ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่ในด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1 ภาพถ่ายย้อนท่อนจำลอง

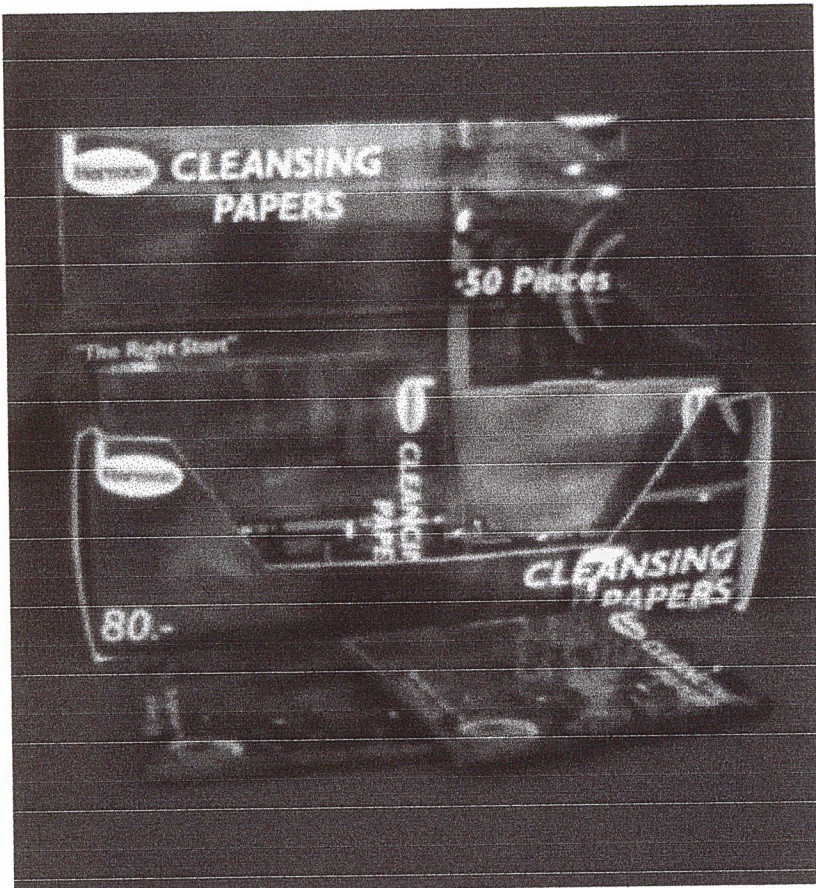


ภาพที่ 4.1.1 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์สายชนิดต่างๆ

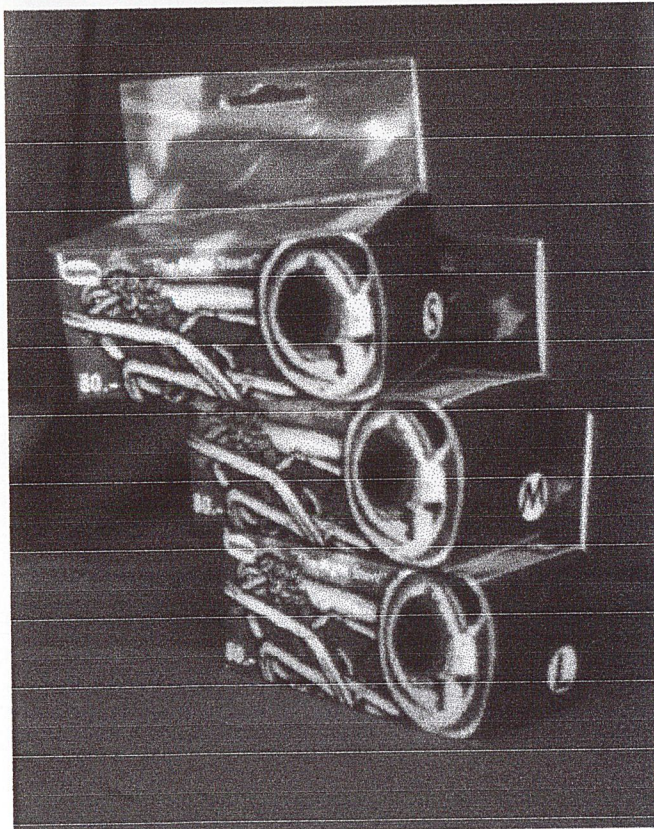


ภาพที่ 4.1.2 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ลิ้นเครื่องเป่า

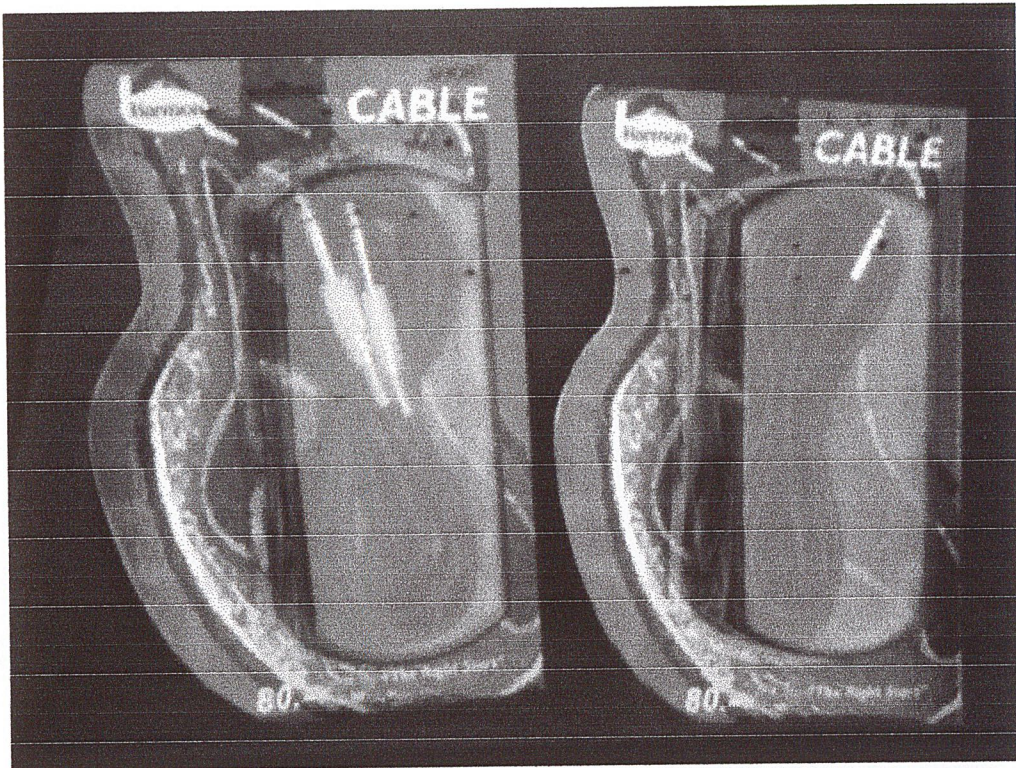
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.1.3 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์กระดาษซับนวมและDisplay



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ภาพที่ 4.1.4 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์แปรงทำความสะอาด
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

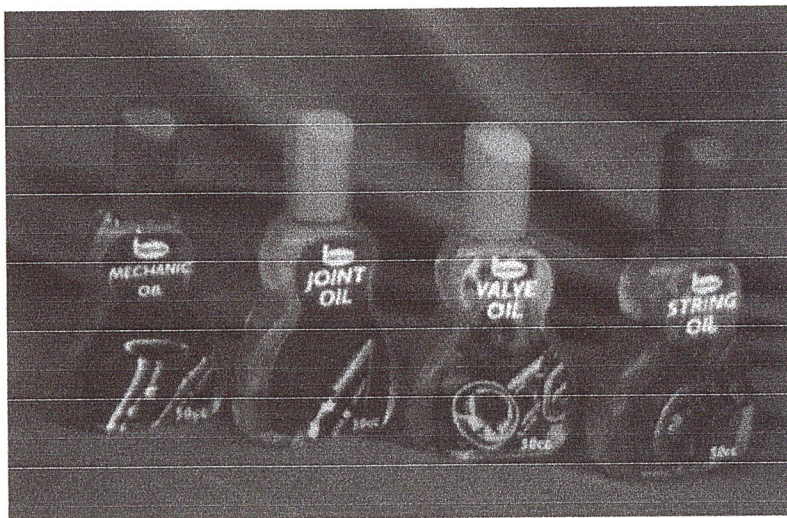


ภาพที่ 4.1.5 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์สายสัญญาณเสียง

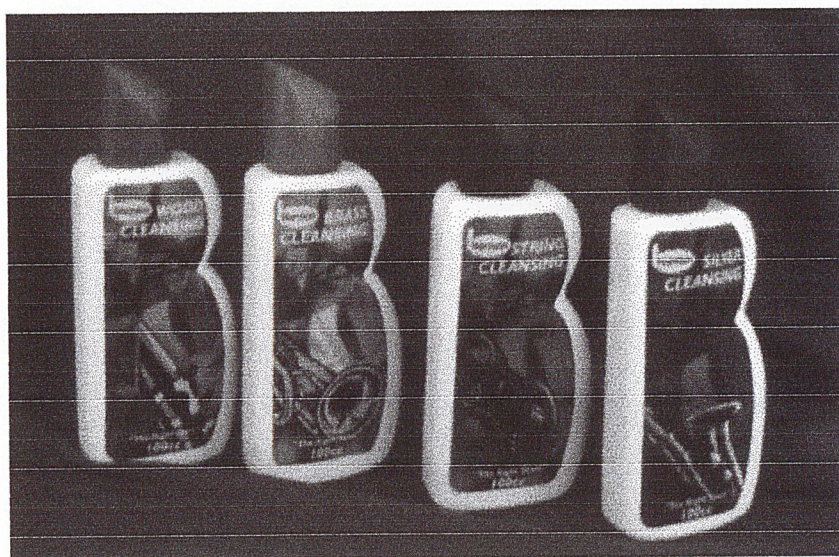


ภาพที่ 4.1.6 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ครีมลบรอยขีดข่วน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.1.7 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ในกลุ่มน้ำมันหล่อลื่น



ภาพที่ 4.1.8 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ในกลุ่มน้ำยาทำความสะอาด

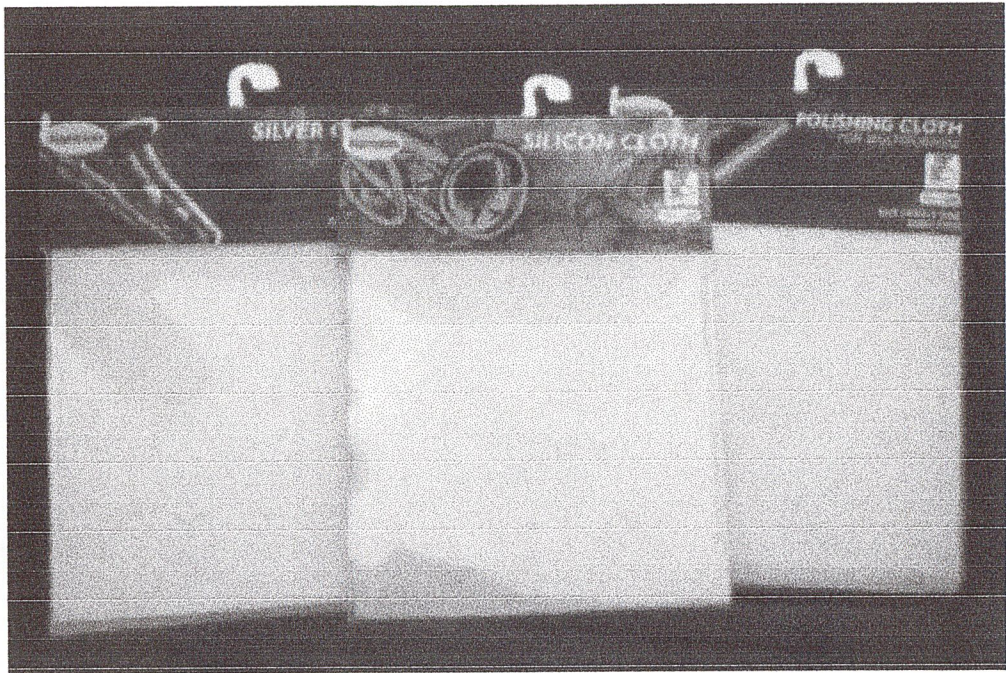
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



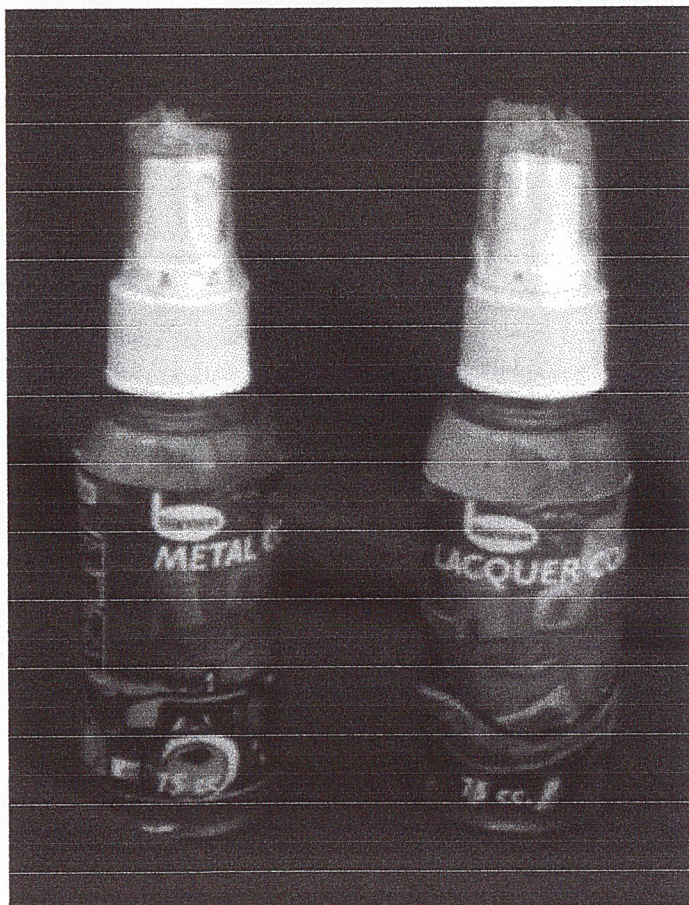
ภาพที่ 4.1.9 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์กาวติดสีกหลาด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานี้ ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ภาพที่ 4.1.10 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ครีมดูแลหนัง
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.1.11 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ผ้าเช็ดเครื่องดนตรี



ภาพที่ 4.1.12 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์สเปรย์เคลือบผิว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่ให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.1.13 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์เม็ดทำความสะอาด



ภาพที่ 4.1.14 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์กำพรดเครื่องเป่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

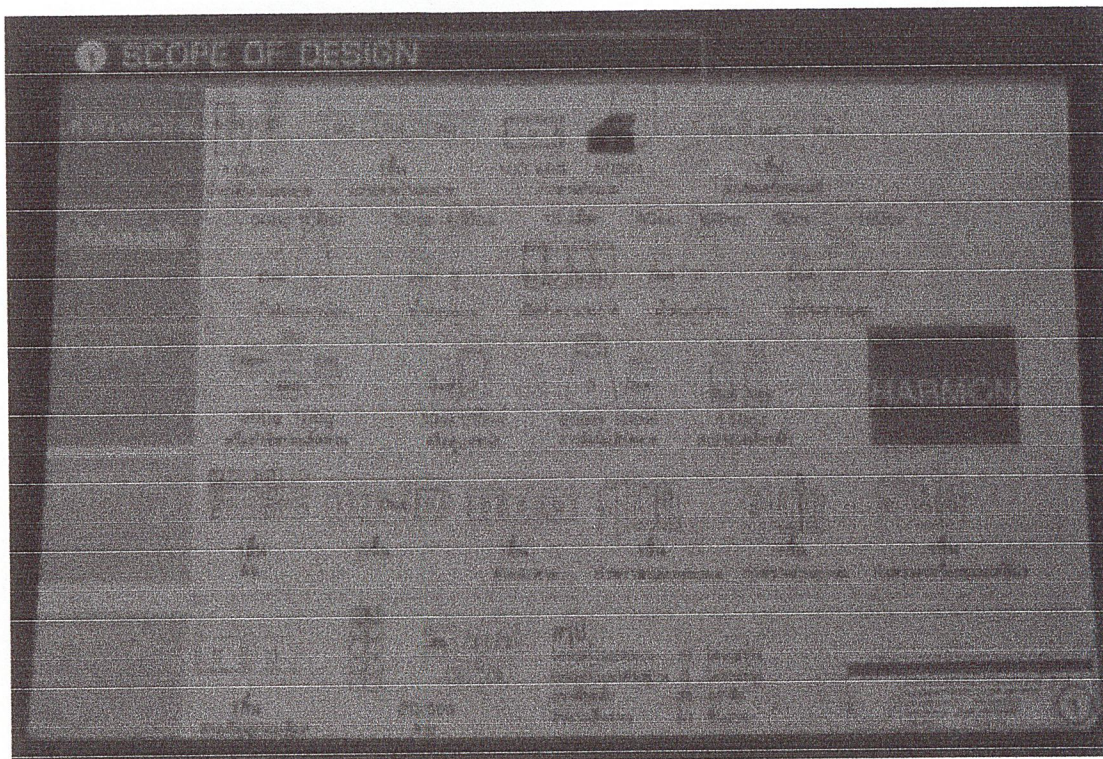


ภาพที่ 4.1.15 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์สายสะพายเครื่องดนตรี

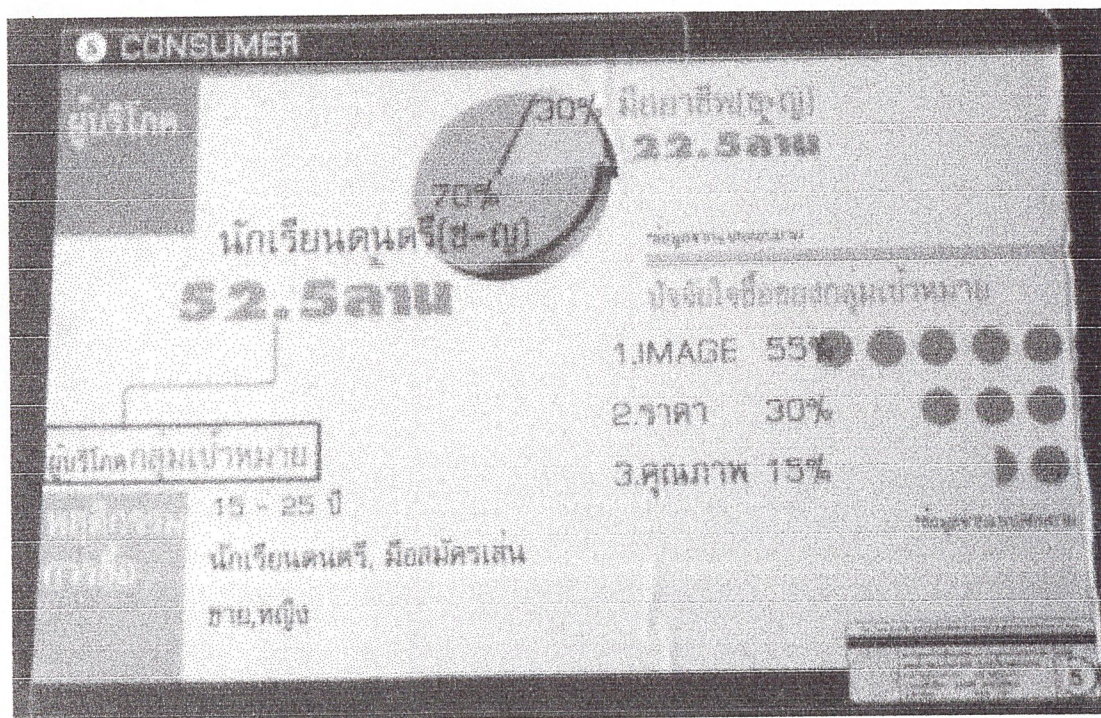


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้ภาพที่ 4.1.16 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ Display สายให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

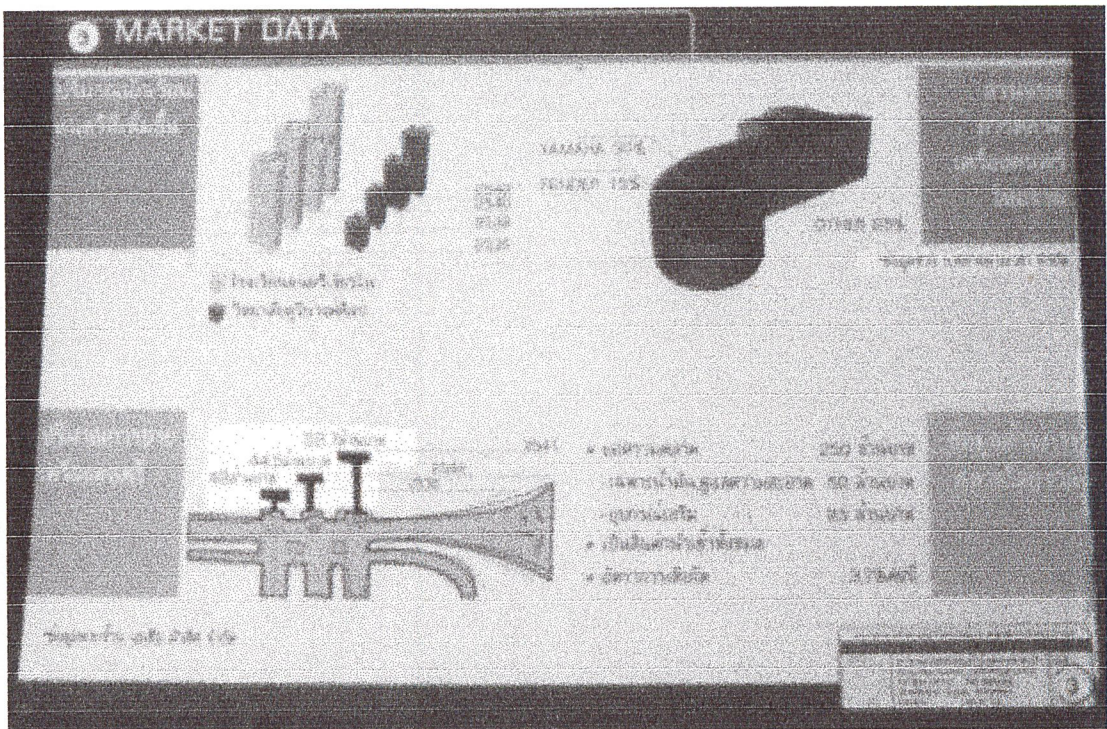
4.2 ภาพถ่ายย่อแผ่นเสนองาน



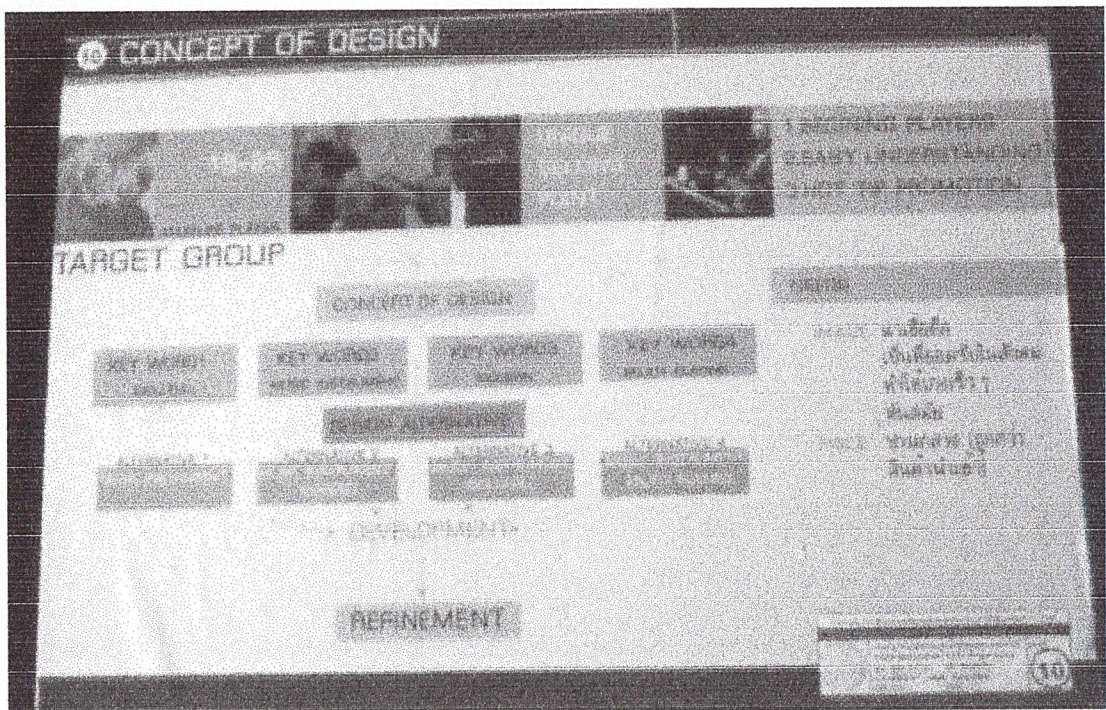
ภาพที่ 4.2.1 ขอบเขตโครงการออกแบบ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเฉพาะเท่านั้น ไม่ควรเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ภาพที่ 4.2.2 ข้อมูลทางการตลาด
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

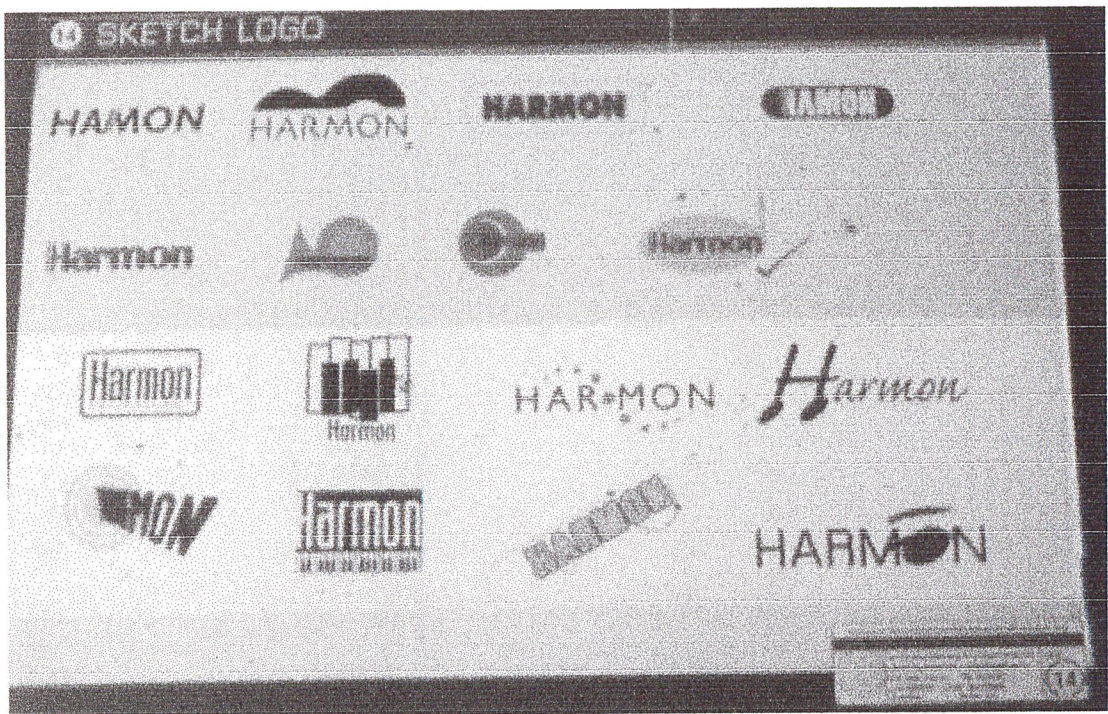


ภาพที่ 4.2.3 ข้อมูลทางการตลาด

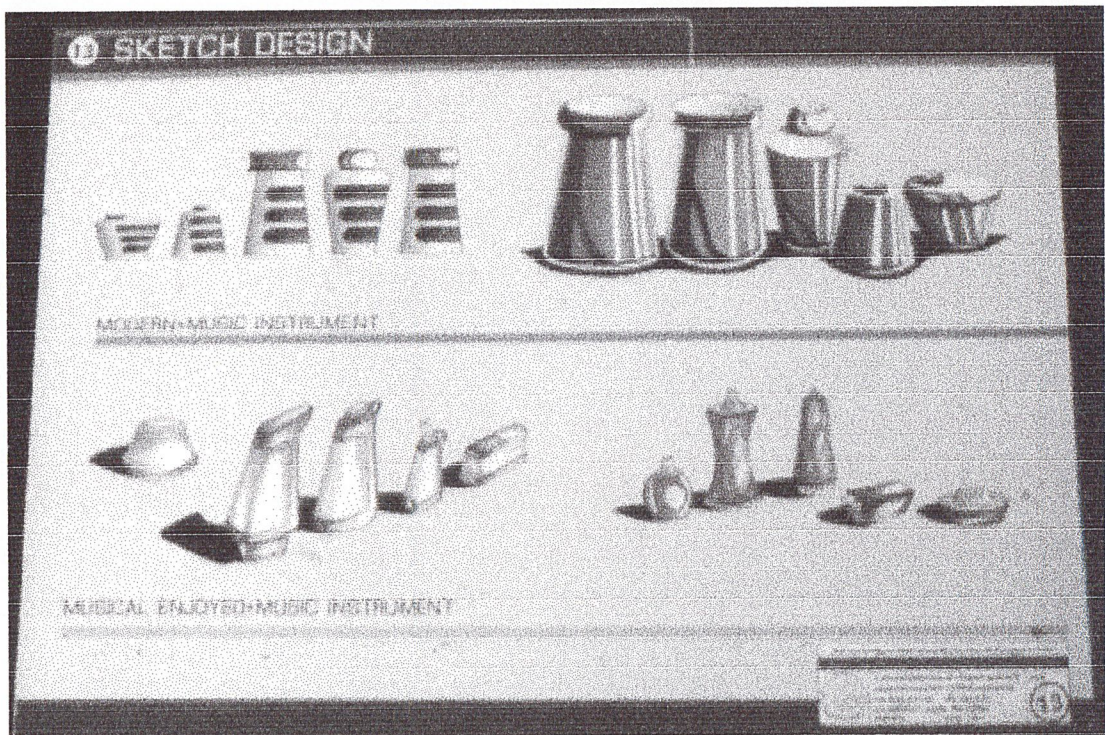


ภาพที่ 4.2.4 กลุ่มเป้าหมายและ Concept Of Design

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

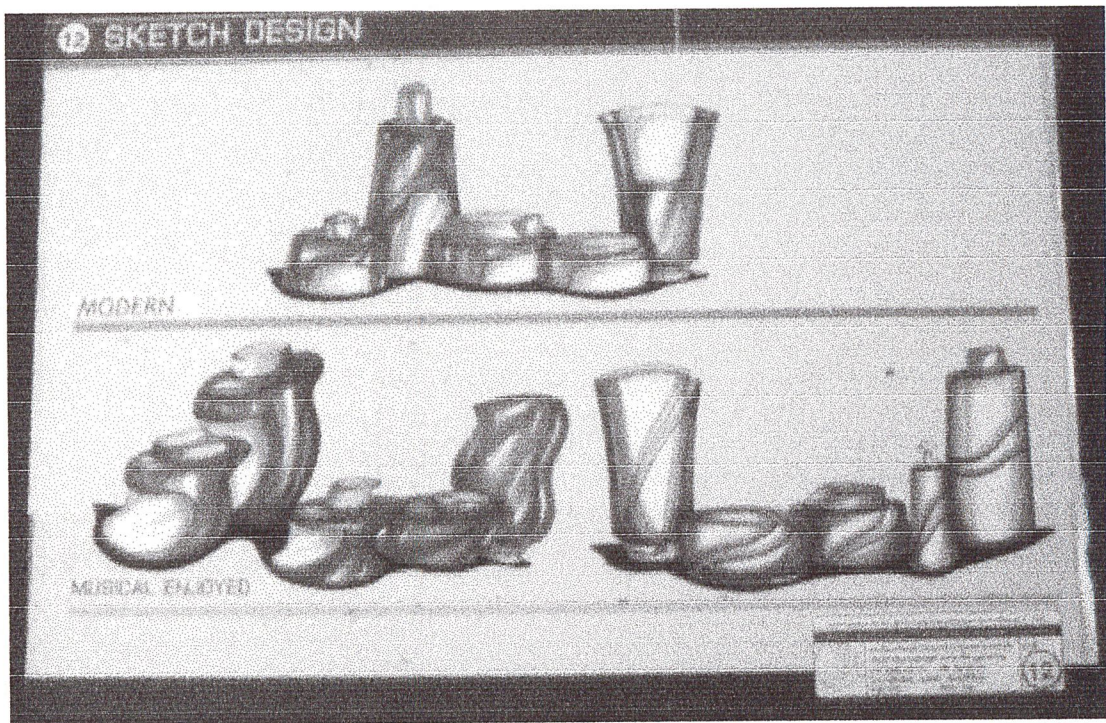


ภาพที่ 4.2.7 Sketch ตราสินค้า

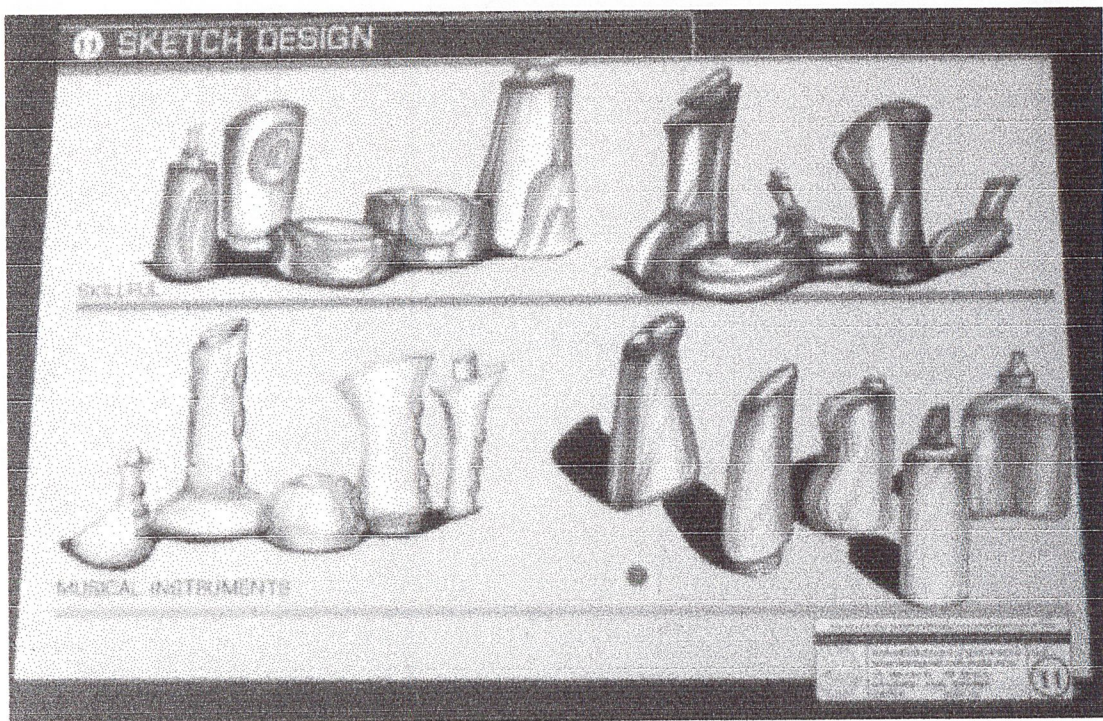


ภาพที่ 4.2.8 การออกแบบเบื้องต้น 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

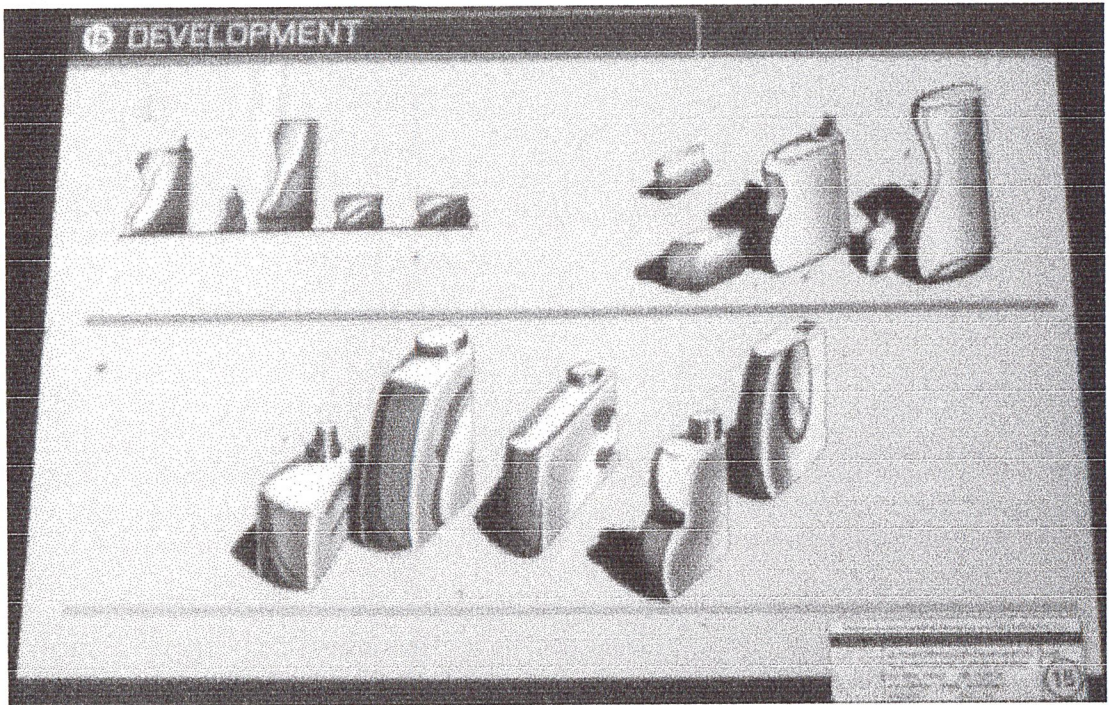


ภาพที่ 4.2.9 การออกแบบเบื้องต้น 2

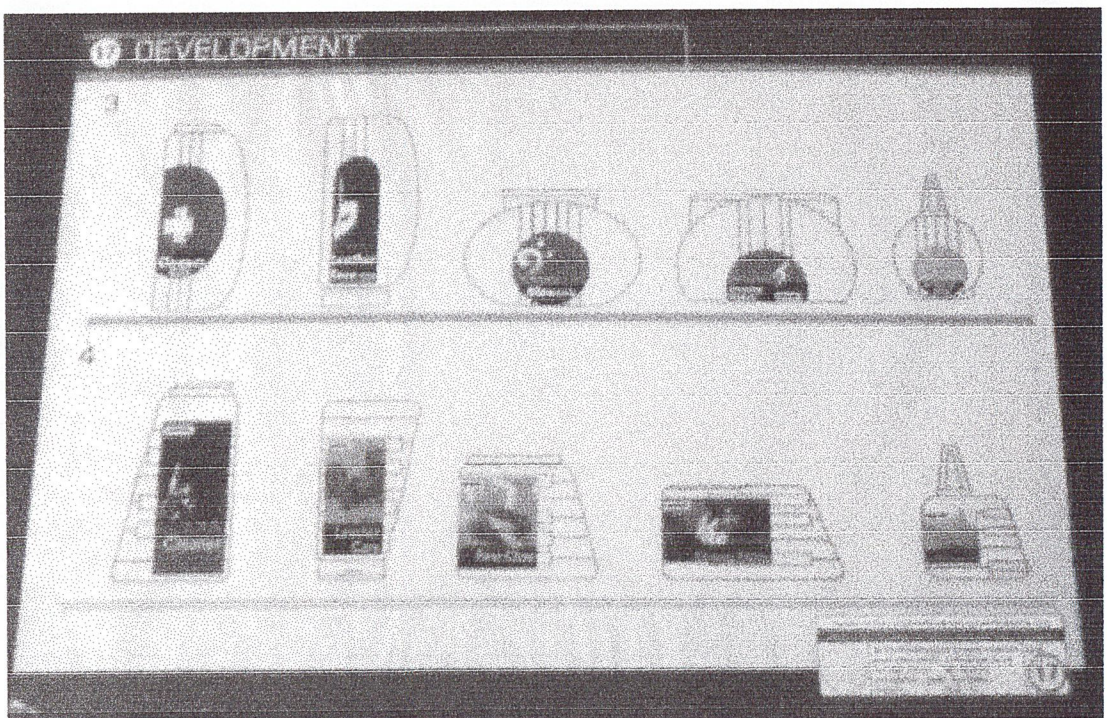


ภาพที่ 4.2.10 การออกแบบเบื้องต้น 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

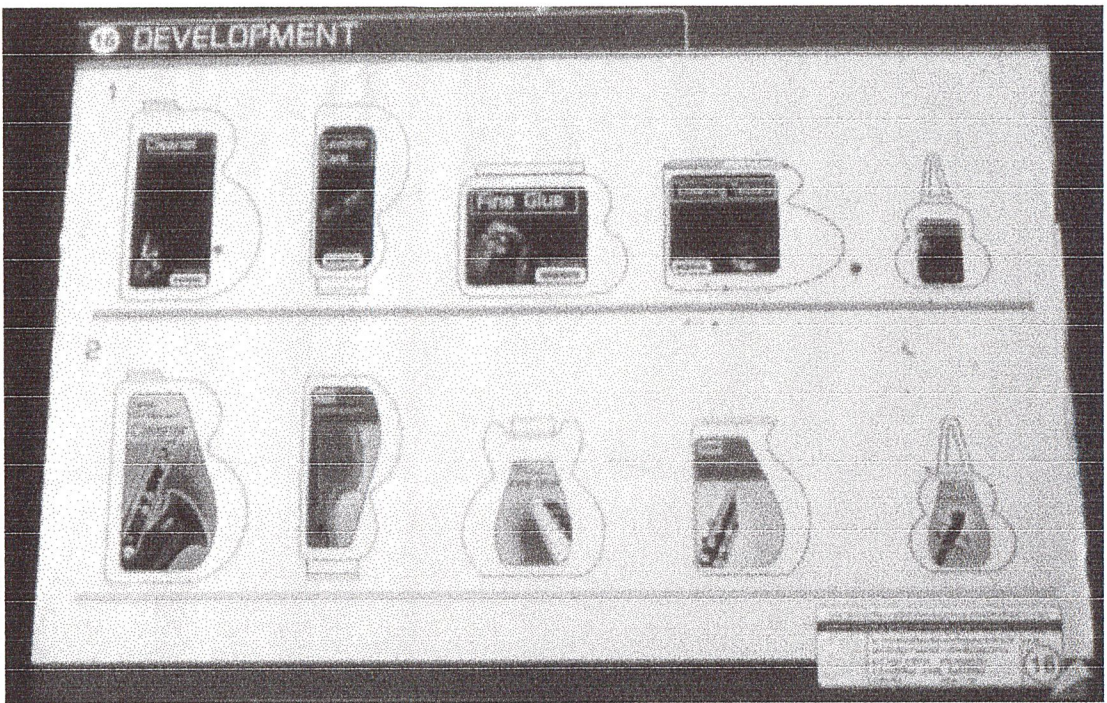


ภาพที่ 4.2.11 การพัฒนาแบบ1

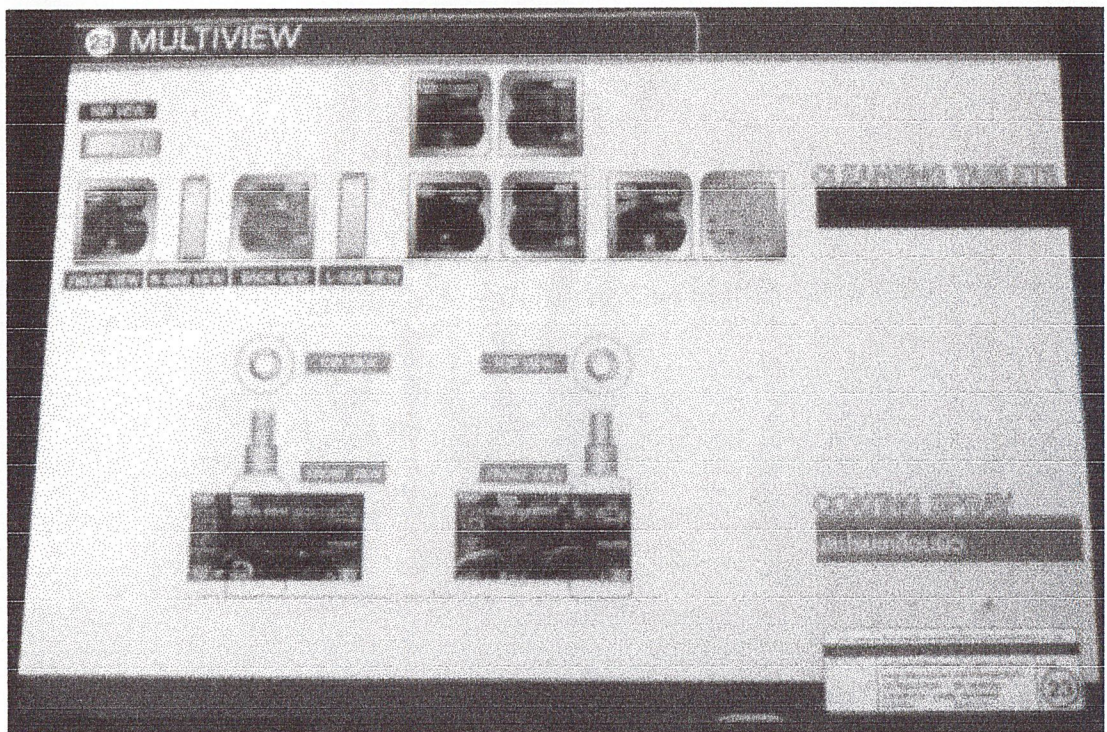


ภาพที่ 4.2.12 การพัฒนาแบบ2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

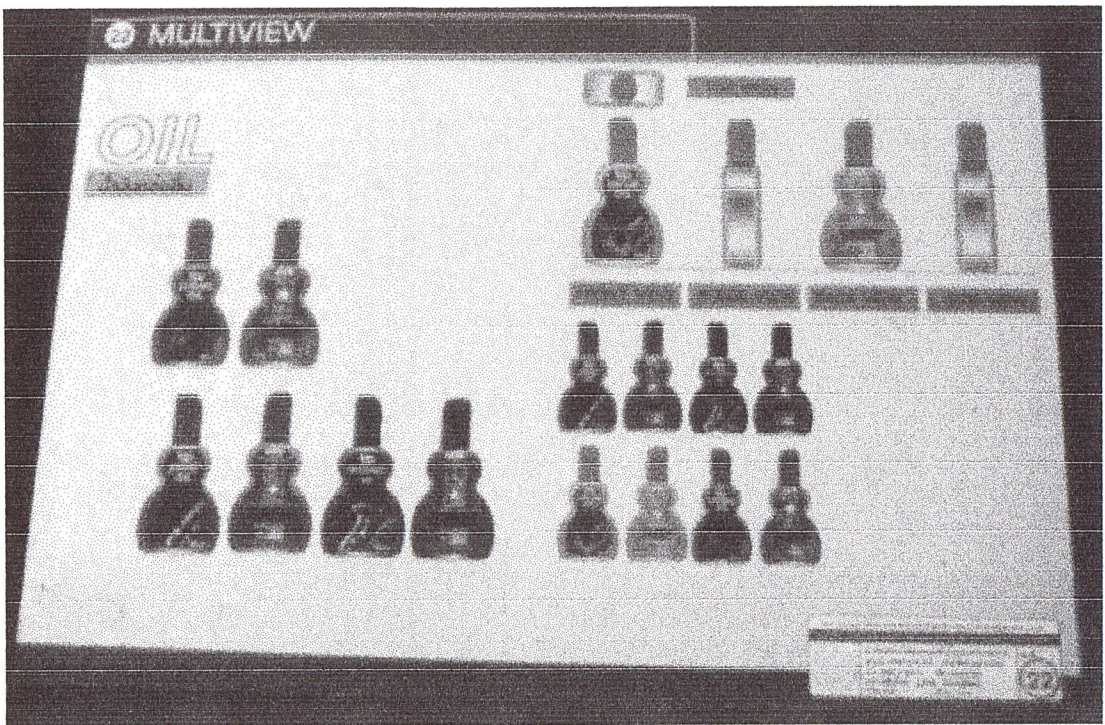


ภาพที่ 4.2.13 การพัฒนาแบบ 3

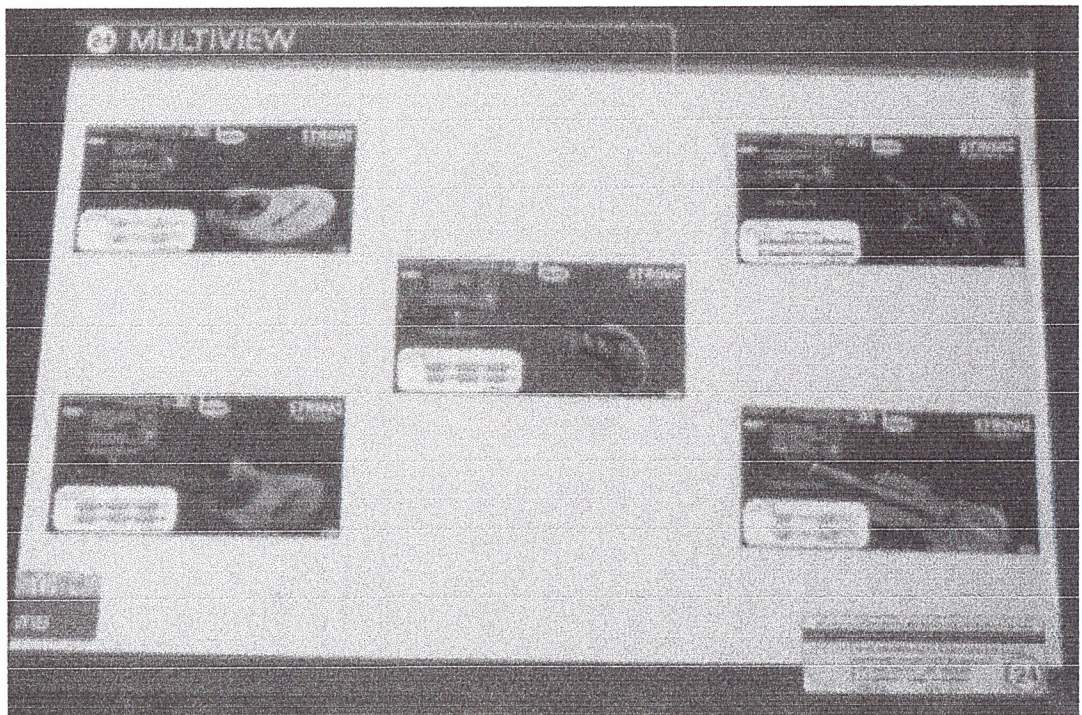


ภาพที่ 4.2.14 รูปด้านเม็ดทำความสะอาดและสเปรย์เคลือบผิว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

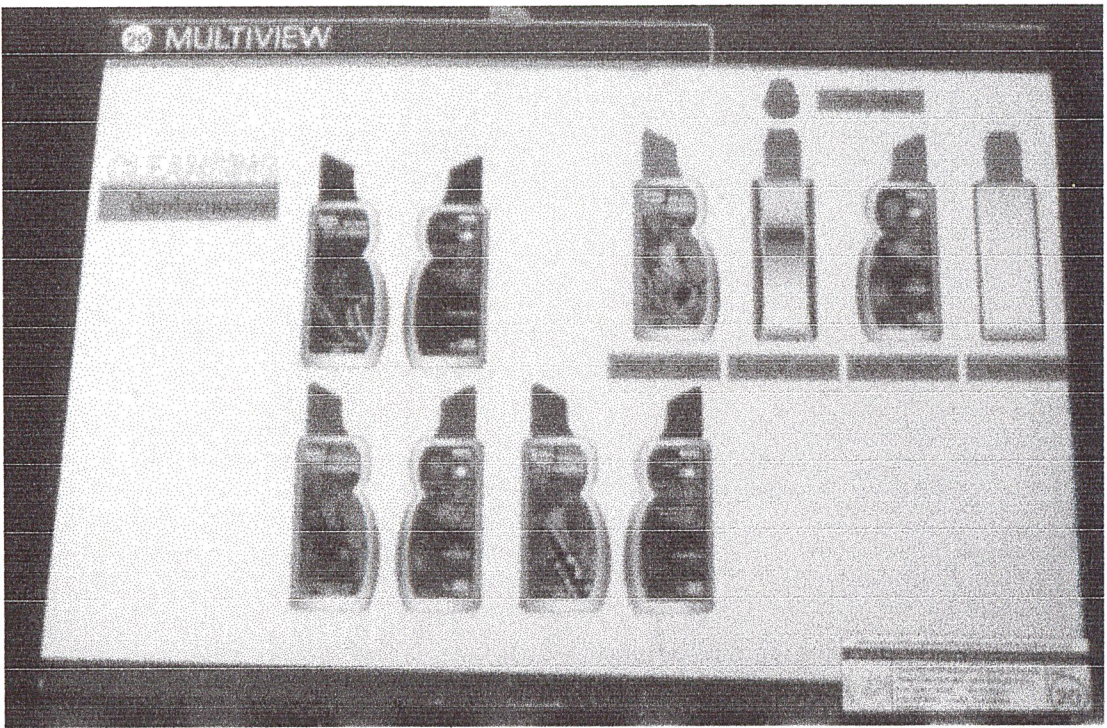


ภาพที่ 4.2.15 รูปด้านขวดน้ำมัน

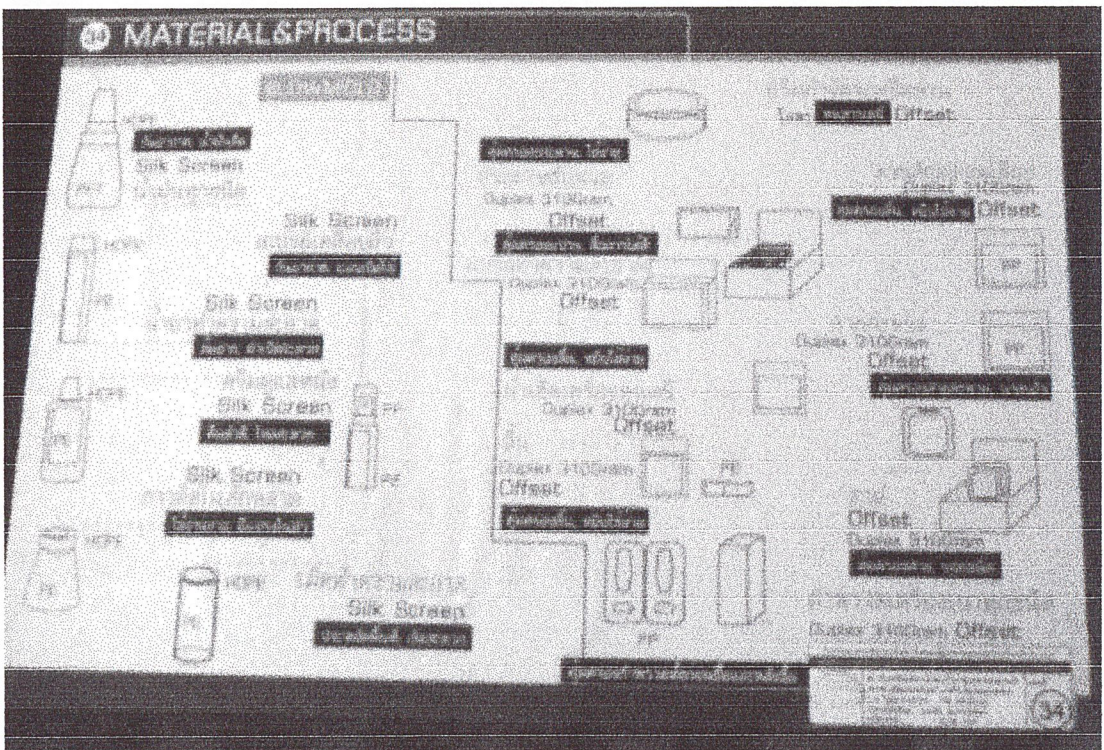


ภาพที่ 4.2.16 รูปด้านซองสาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

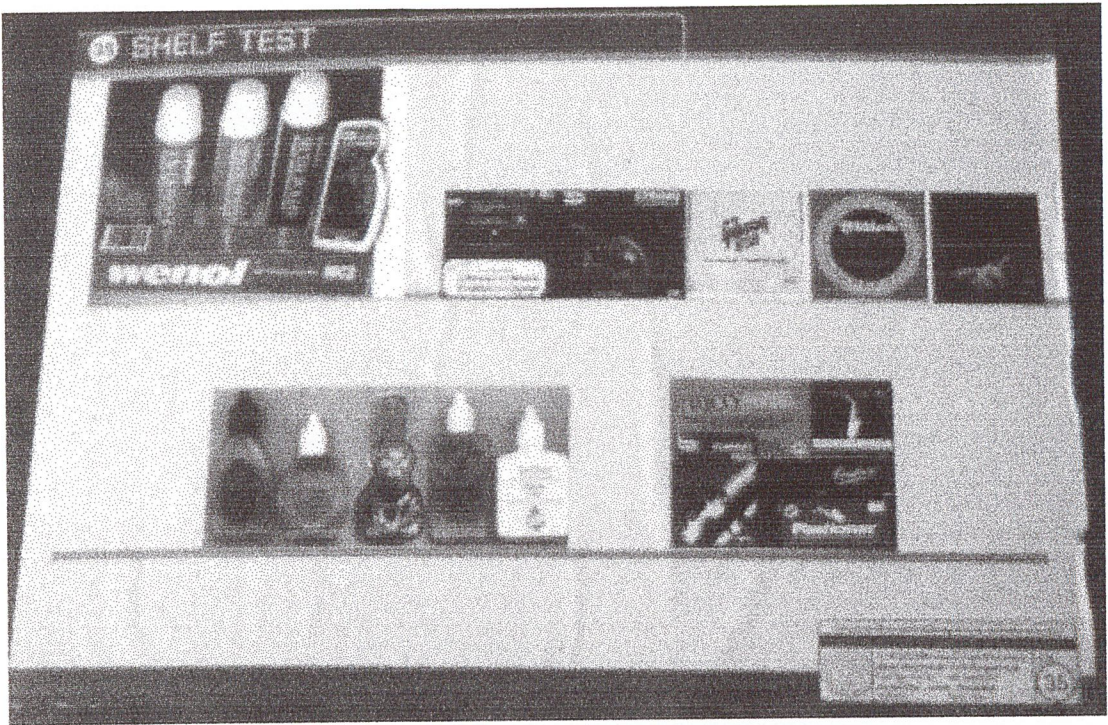


ภาพที่ 4.2.17 รูปด้านน้ำยาทำความสะอาด



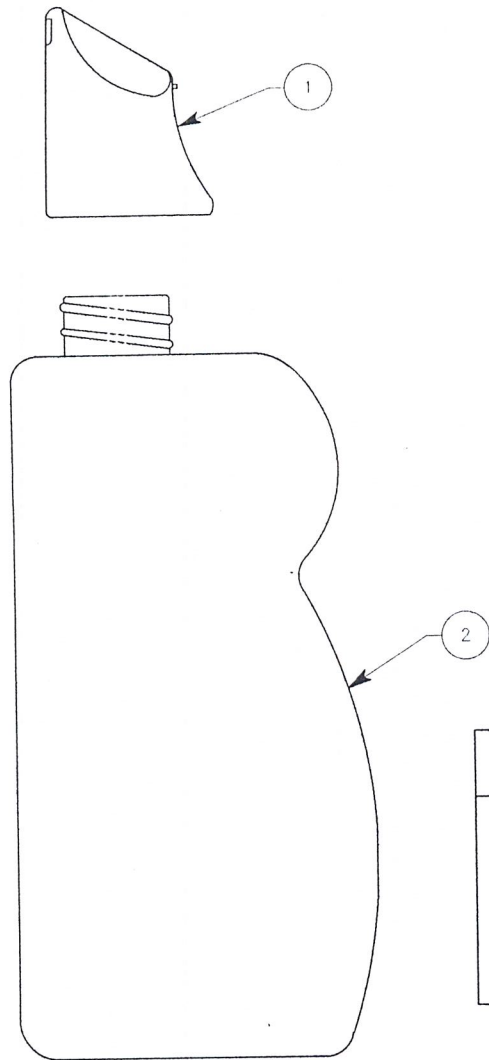
ภาพที่ 4.2.18 วัสดุและกรรมวิธีการผลิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.2.19 เปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ที่มีในท้องตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

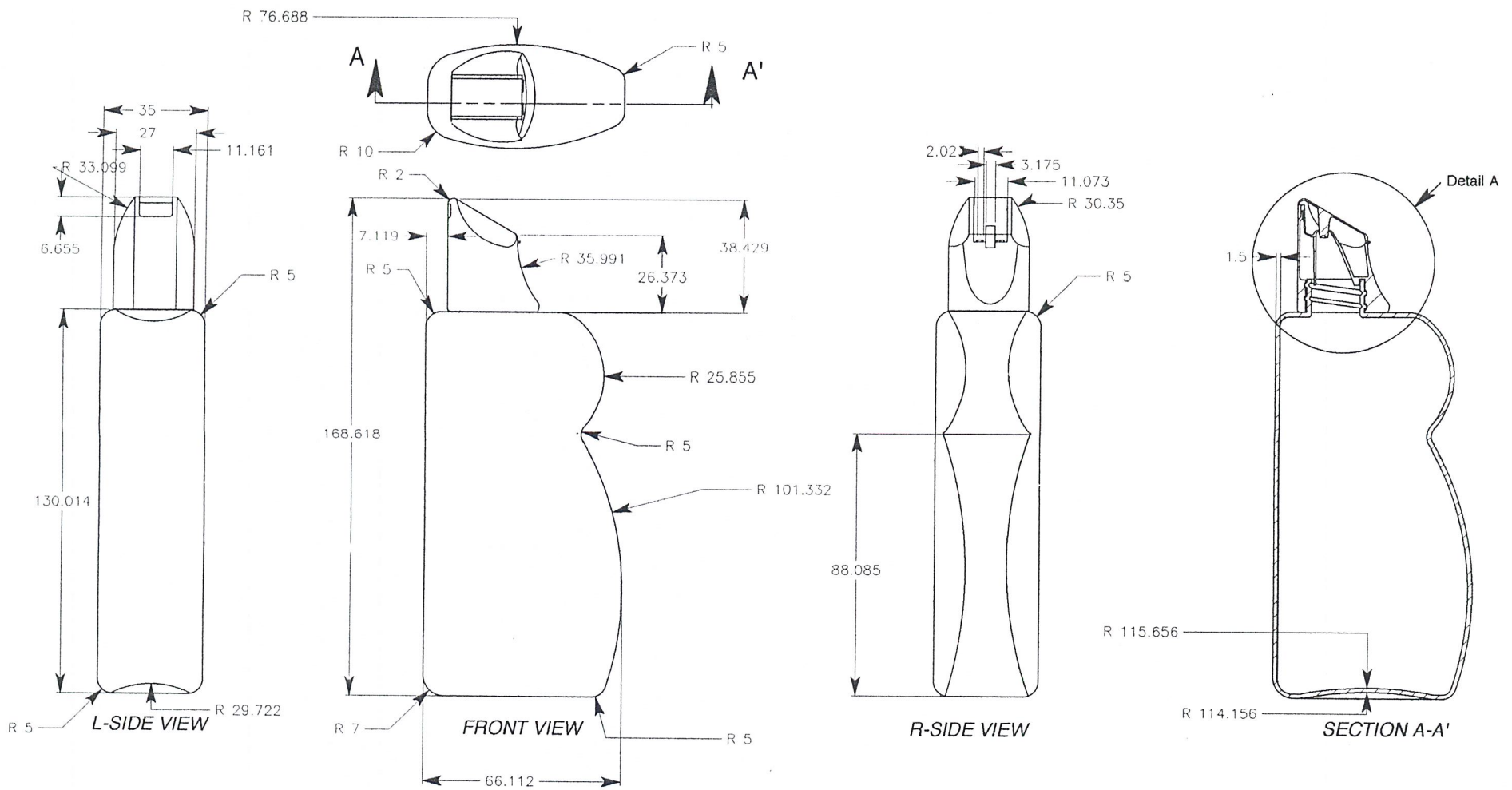


No.	Part's name	Color	Process	Material
1.	Cap	Orange, Green Blue, Purple	Injection	PE
2.	Body	White	Injection	PE

CLEANSING BOTTLE ASSEMBLY

โครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องดนตรีสากลและอุปกรณ์สำหรับเครื่องดนตรี ตรา ฮาร์โมน
 GRAPHIC & PACKAGE DESIGN FOR HARMON MUSIC INSTRUMENT ACCESSORIES
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
 นาย ไชยณ ฐาตวากร รหัส 38025307
 อาจารย์ที่ปรึกษา : อ.สมชัย จันทร์จุฑิธมน์ No.

TOP VIEW



CLEANSING BOTTLE

SCALE 1:2

UNIT : mm

โครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องดนตรีสากลประเภทเครื่องดนตรี ตรา ฮามอน

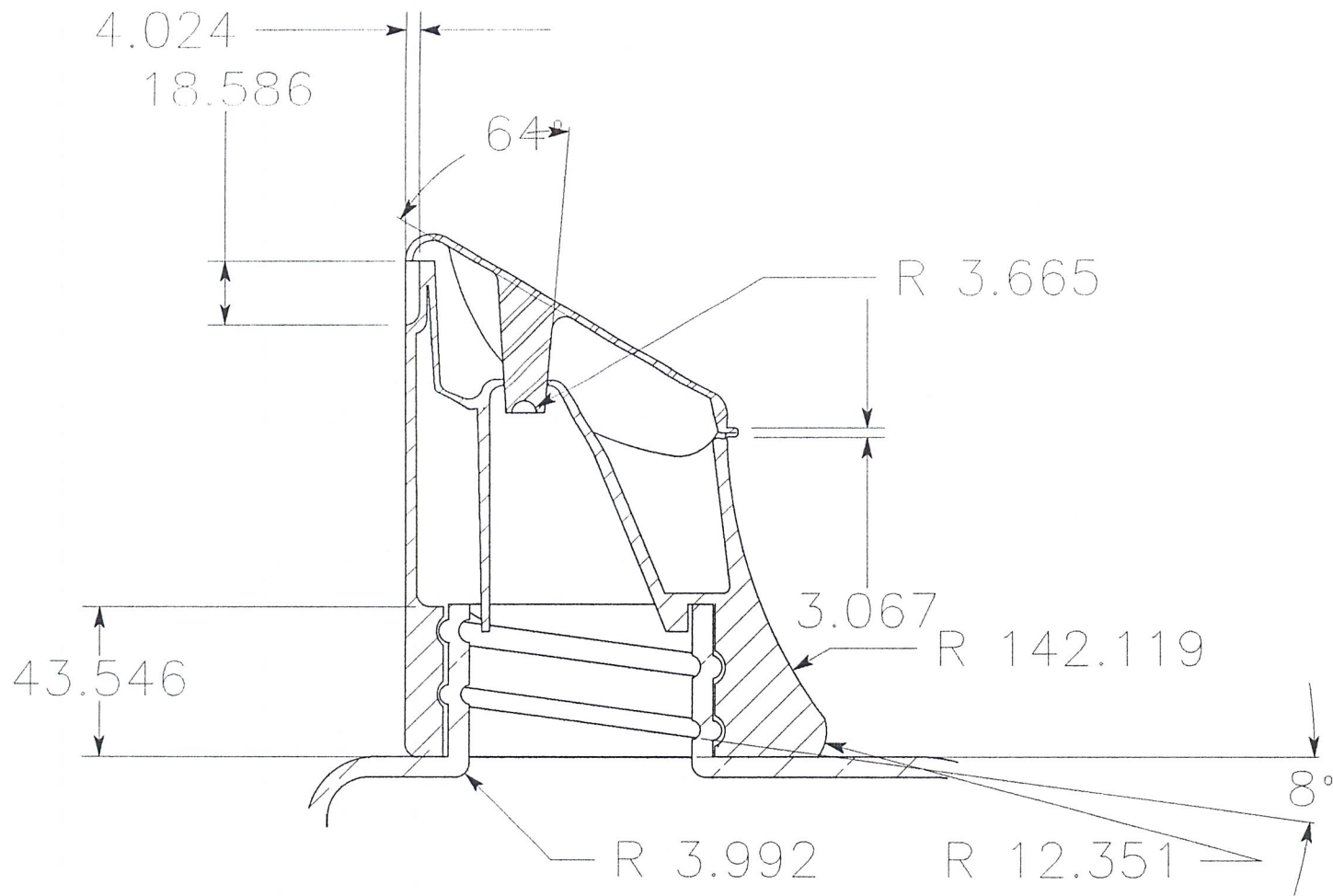
GRAPHIC & PACKAGE DESIGN FOR HARMON MUSIC INSTRUMENT ACCESSORIES

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

นาย โทษณ อุตวากร รหัส 38025307

อาจารย์ที่ปรึกษา : อ.สมชัย จันทร์รุจิพัฒน์

No.



DETAIL A

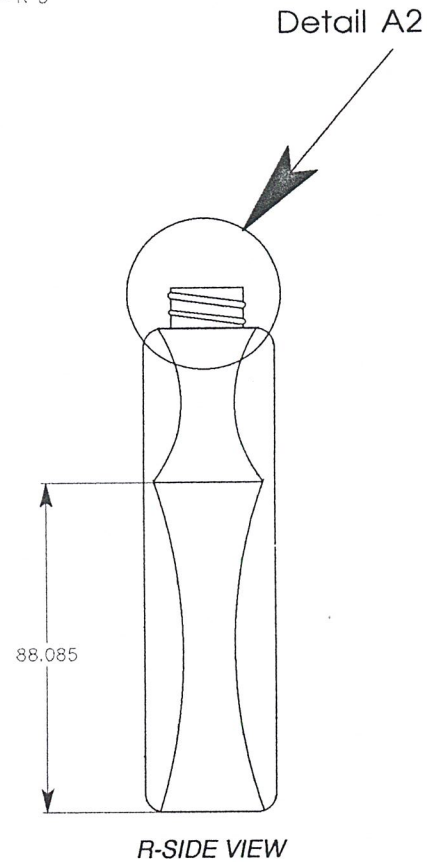
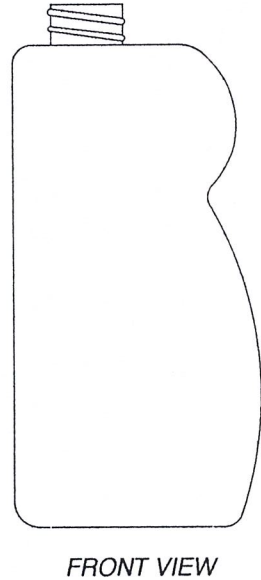
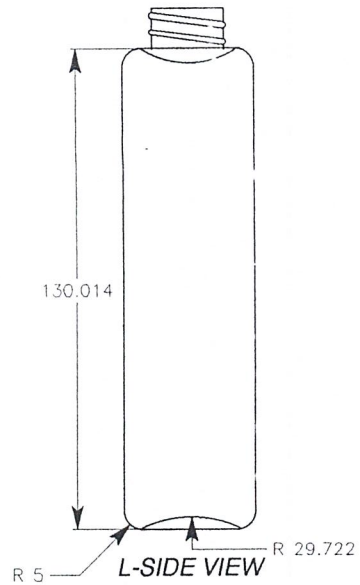
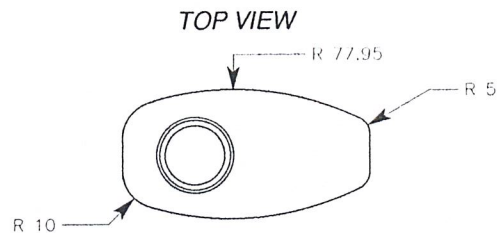
CLEANSING BOTTLE

SCALE 2:1

UNIT : mm

โครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและอุปกรณ์สำหรับเครื่องดนตรี คธา ตามอน	
GRAPHIC & PACKAGE DESIGN FOR HARMON MUSIC INSTRUMENT ACCESSORIES	
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง	
นาย ไชยณ ชาติวากร รหัส 38025307	
อาจารย์ที่ปรึกษา : อ.สมชัย จันทะรุจิพัฒน์	No.

PART 1



CLEANSING BOTTLE

SCALE 1:2

UNIT : mm

โครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาและอุปกรณ์สำหรับเครื่องดนตรี ดา ตา ยามอน

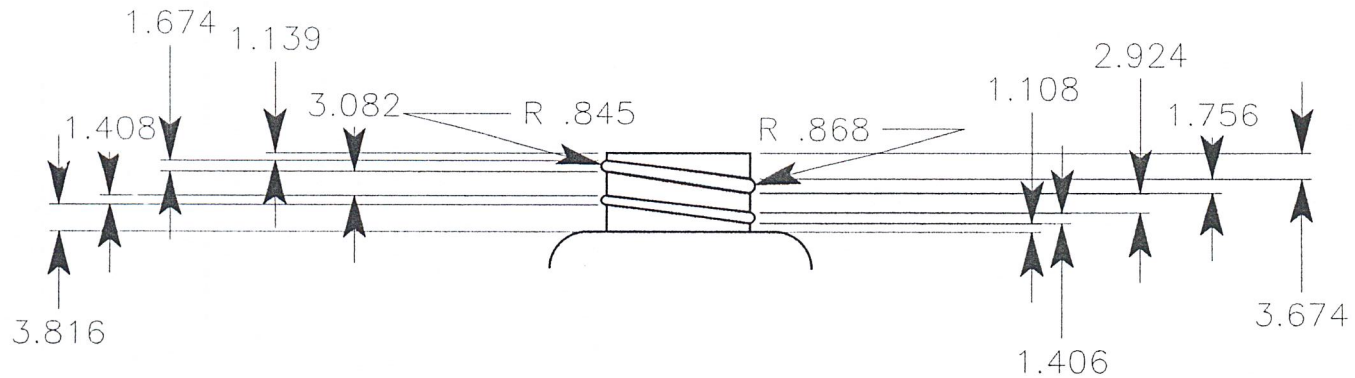
GRAPHIC & PACKAGE DESIGN FOR HARMON MUSIC INSTRUMENT ACCESSORIES

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

นาย โขษณ อุตวากร รหัส 38025307

อาจารย์ที่ปรึกษา : อ.สมชัย จันทะรุจิวัฒน์

No.



Detail A2

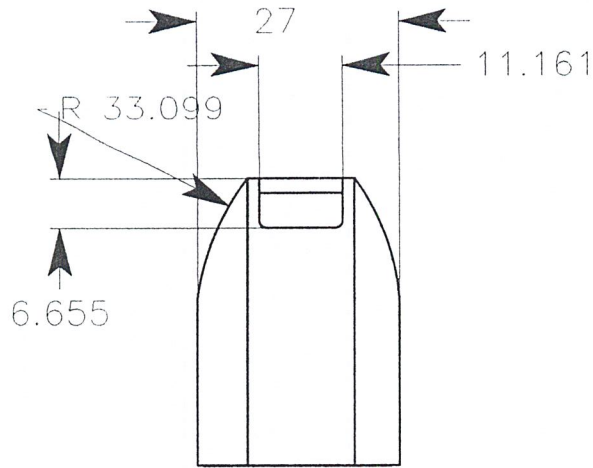
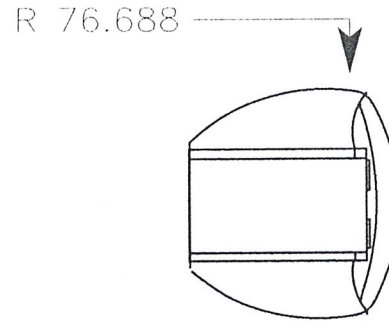
CLEANSING BOTTLE

SCALE 1:1

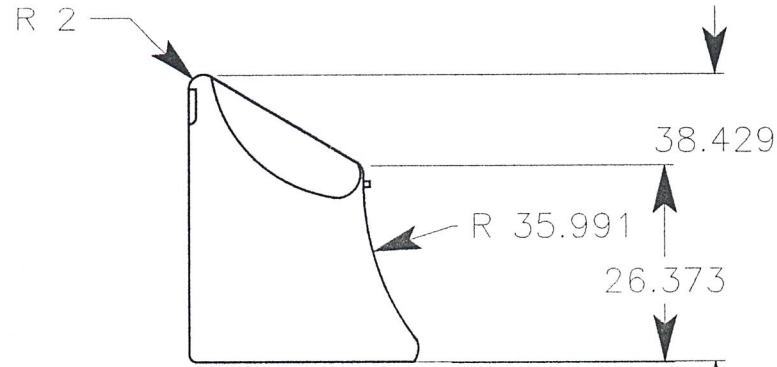
UNIT : mm

โครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องดนตรีสากลสำหรับเครื่องดนตรี ตรา ตามอน	
GRAPHIC & PACKAGE DESIGN FOR HARMON MUSIC INSTRUMENT ACCESSORIES	
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง	
นาย โฆษณ อุตวากร รหัส 38025307	No.
อาจารย์ที่ปรึกษา : อ.สมชัย จันทรรูจีพัฒน์	

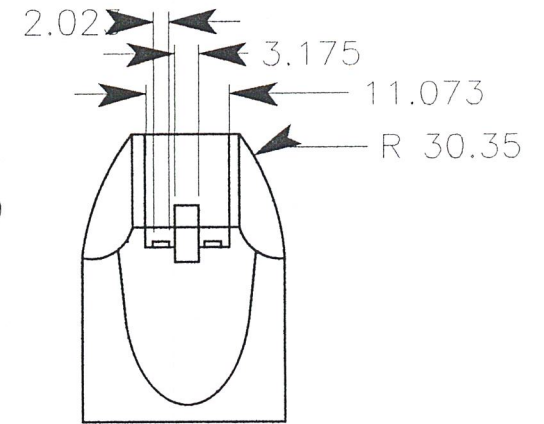
TOP VIEW



L-SIDE VIEW



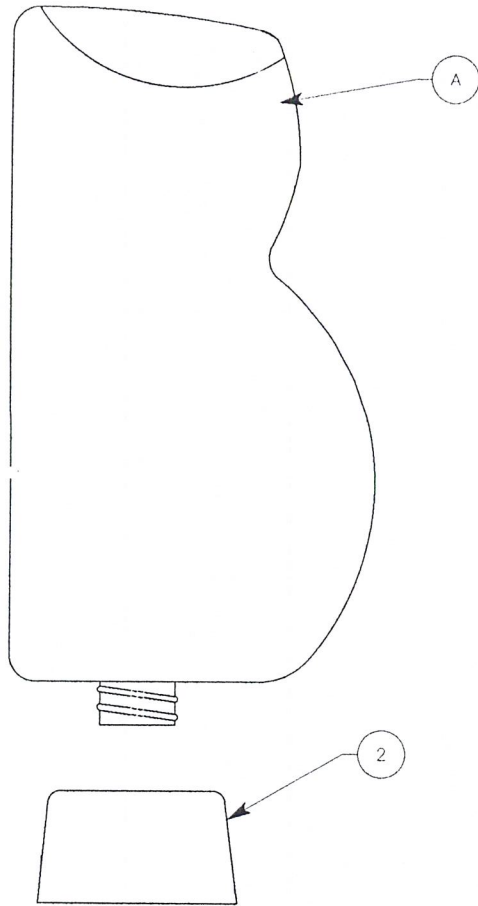
FRONT VIEW



R-SIDE VIEW

CLEANSING BOTTLE

SCALE 1:1 UNIT : mm



No.	Part's name	Color	Process	Remark
1.	Cap	Yellow	Injection	-
2.	Body	White	Injection	

LEATHER CARE BOTTLE ASSEMBLY

โครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาและอุปกรณ์สำหรับเครื่องดนตรี คชา ฮามอน

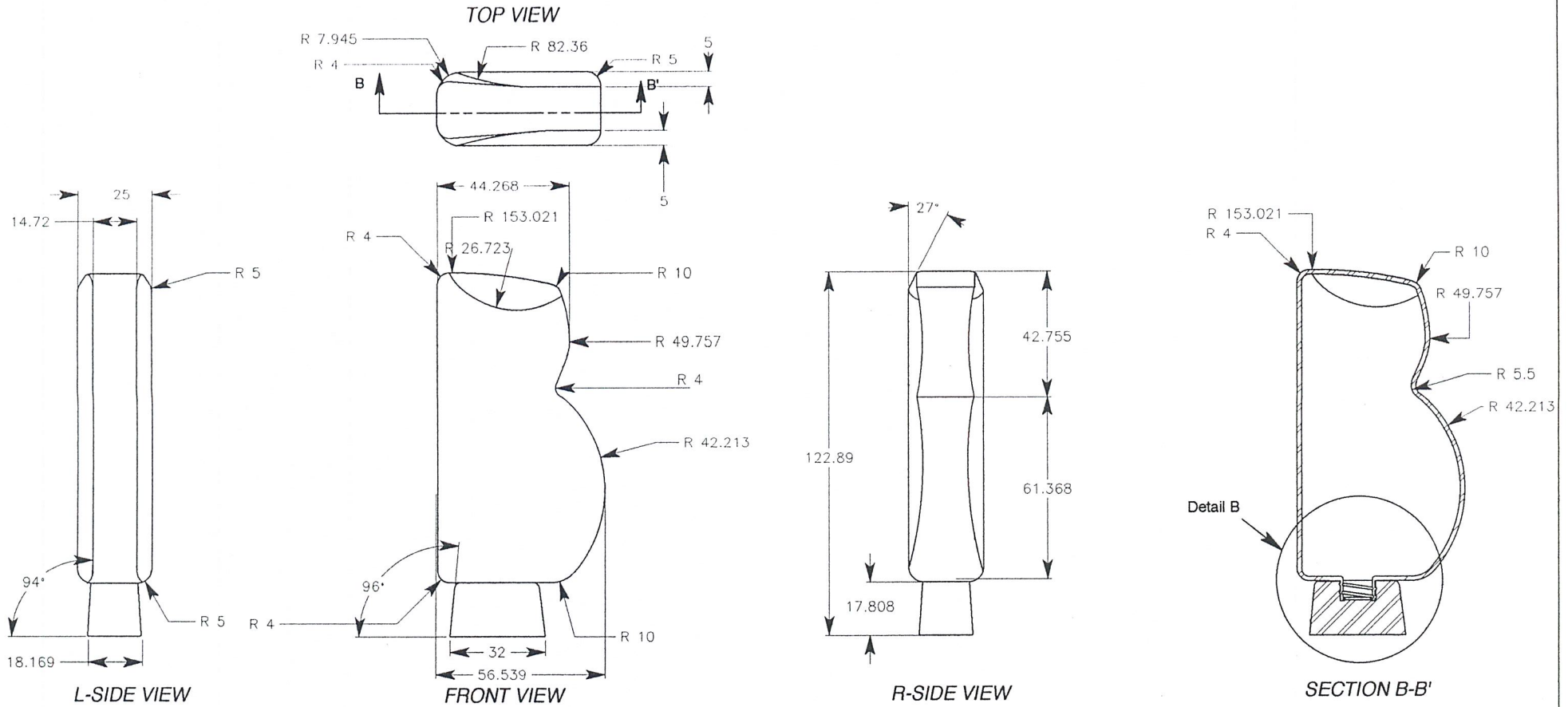
GRAPHIC & PACKAGE DESIGN FOR HARMON MUSIC INSTRUMENT ACCESSORIES

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

นาย โฆษณ ชาติวากร รหัส 38025307

อาจารย์ที่ปรึกษา : อ.สมชัย จันทะรุจิพัฒน์

No.

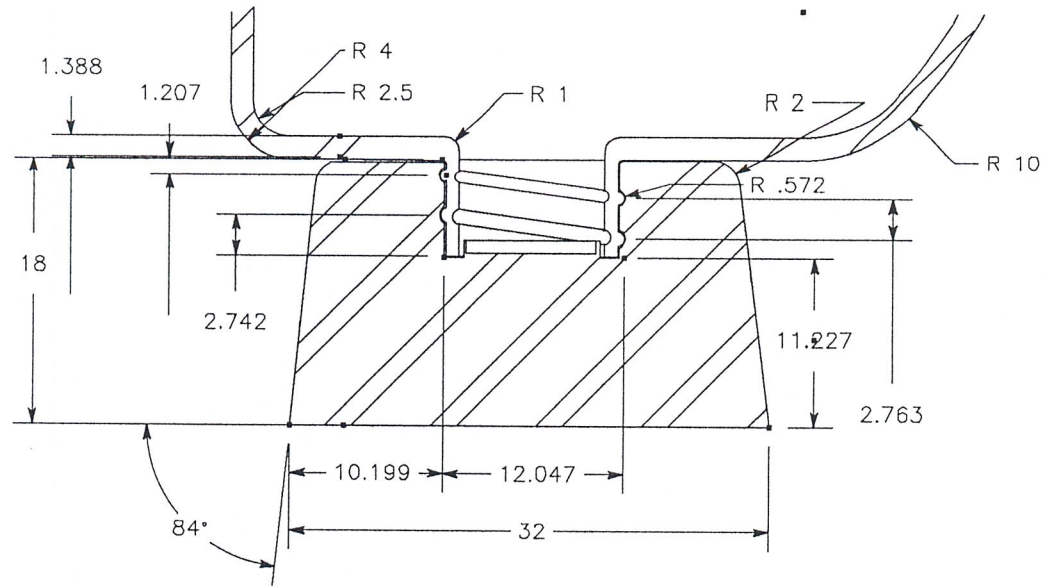


LEATHER CARE BOTTLE

50 cc SCALE 1:2

UNIT : mm

โครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาและอุปกรณ์สำหรับเครื่องดนตรี ดรา ตามอน
 GRAPHIC & PACKAGE DESIGN FOR HARMON MUSIC INSTRUMENT ACCESSORIES
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
 นาย โชนัน อาดาวกร รหัส 38025307
 อาจารย์ที่ปรึกษา : อ.สมชัย จินทรจุฬิตินัน
 No.



Detail B

LEATHER CARE BOTTLE

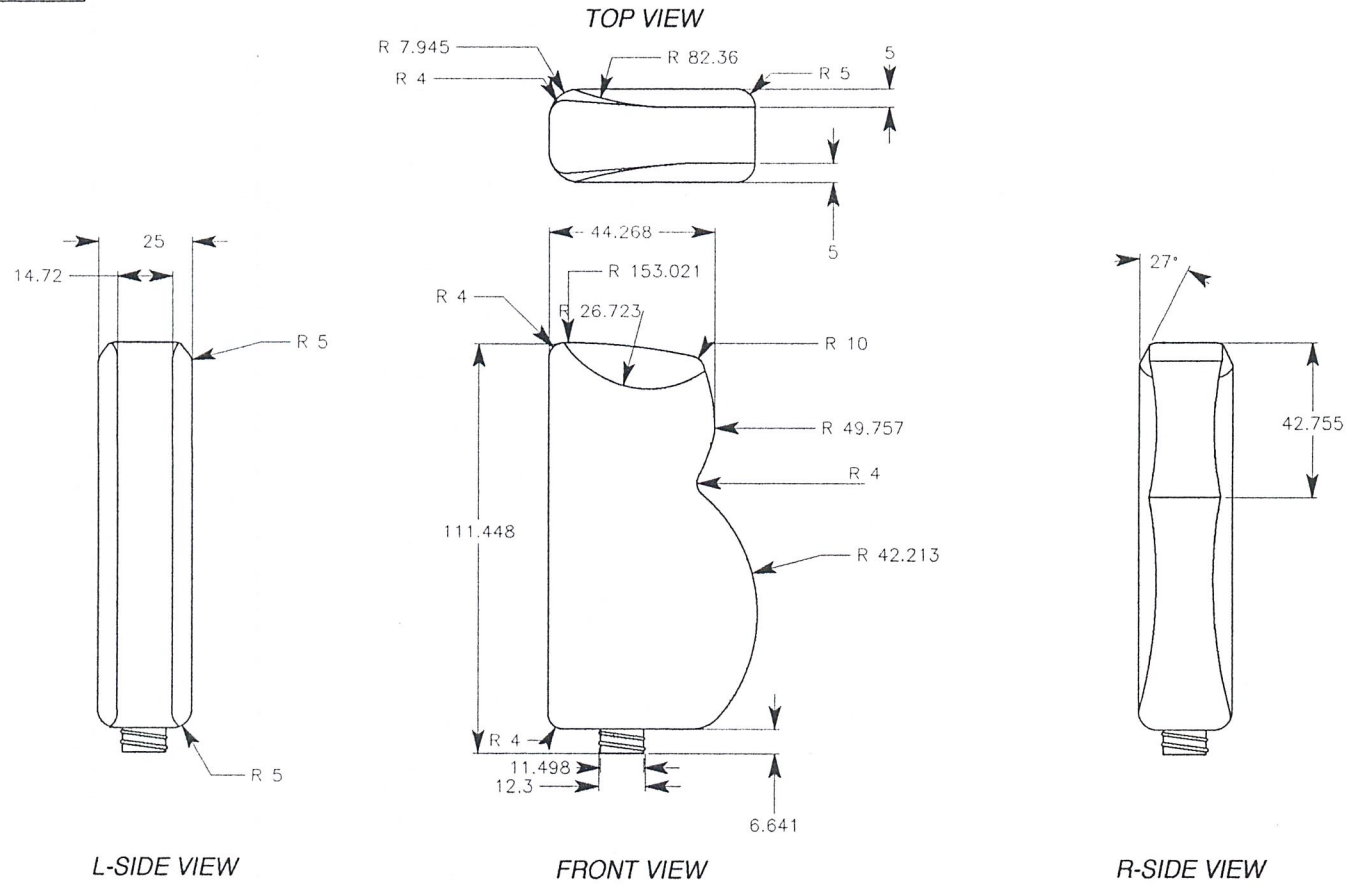
50 cc SCALE 2:1

UNIT : mm

โครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์และรักษาและอุปกรณ์สำหรับเครื่องดนตรี ดรา ตามอน	
GRAPHIC & PACKAGE DESIGN FOR HARMON MUSIC INSTRUMENT ACCESSORIES	
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง	
นาย โยชน อาตวากร รหัส 38025307	No.
อาจารย์ที่ปรึกษา : อ.สมชัย จันทร์จุฑิพนธ์	

133

PART 1



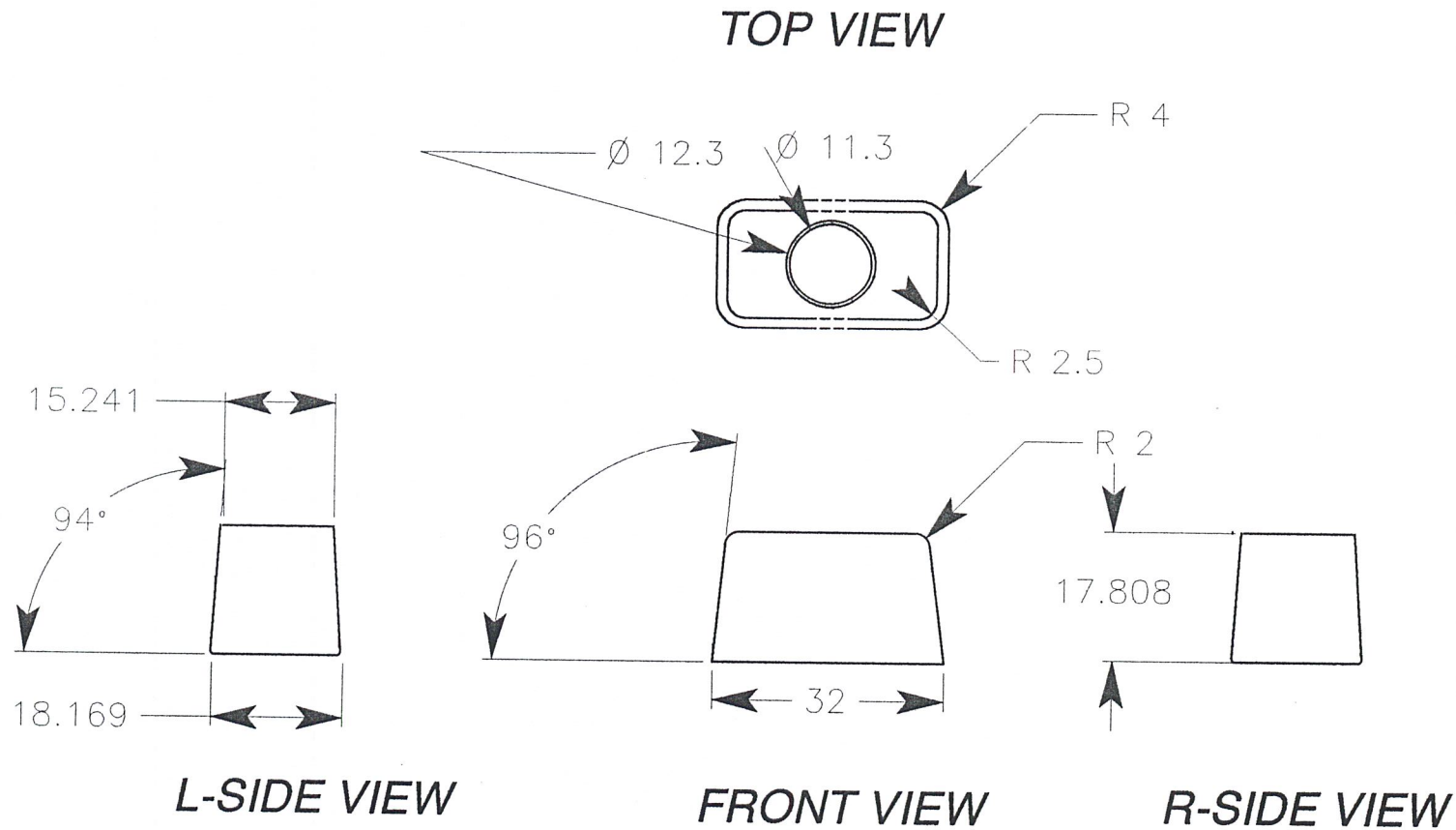
LEATHER CARE BOTTLE

50 cc SCALE 1:2

UNIT : mm

โครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาและอุปกรณ์สำหรับเครื่องดนตรี ตรา ตามอง
 GRAPHIC & PACKAGE DESIGN FOR HARMON MUSIC INSTRUMENT ACCESSORIES
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
 นาย โยชนน ชาตวาทกร รหัส 38025307
 อาจารย์ที่ปรึกษา : อ.สมชัย จันทร์รุจิพัฒน์ No.

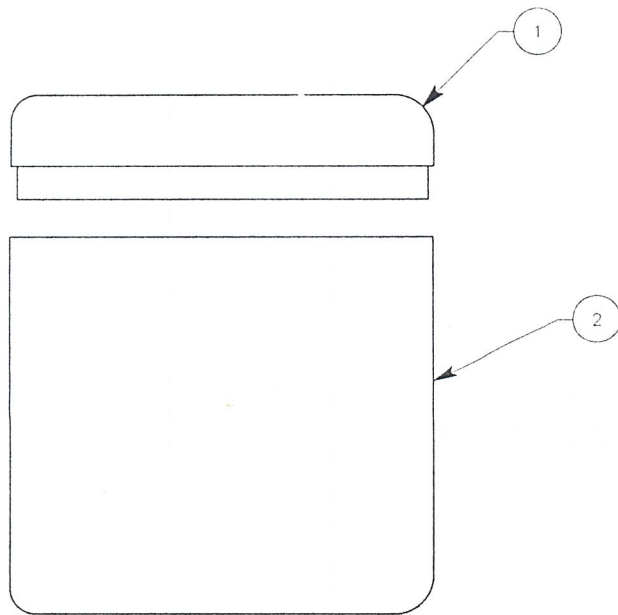
PART 2



LEATHER CARE BOTTLE

50 cc SCALE 1:1

UNIT : mm



No.	Part's name	Color	Process	Remark	Material
1.	Cap	White	Injection	-	PE
2.	Body	White	Injection	-	PE

CLEANSING TABLETS ASSEMBLY

โครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องดนตรีสากลและอุปกรณ์สำหรับเครื่องดนตรีสากล อามอน

GRAPHIC & PACKAGE DESIGN FOR HARMONIC MUSIC INSTRUMENT ACCESSORIES

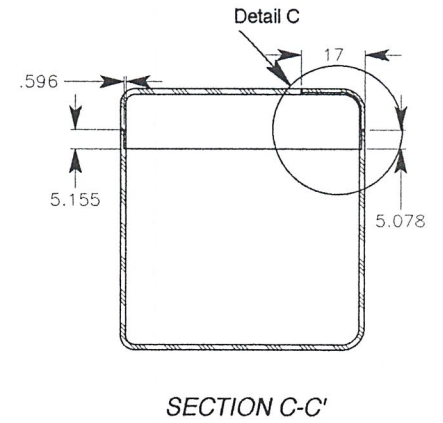
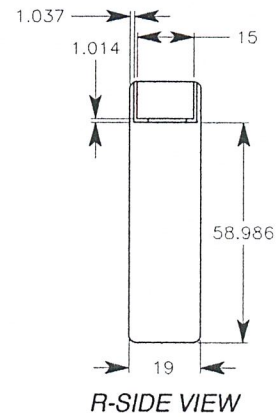
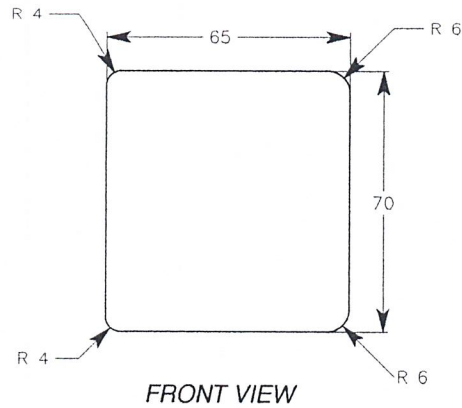
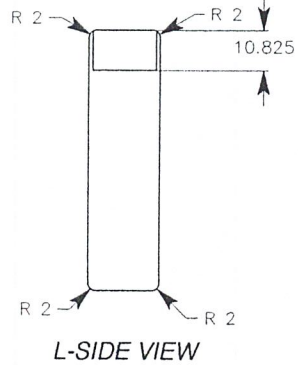
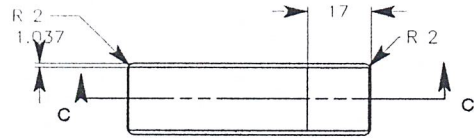
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

นาย โชนัน ชาติวากร รหัส 38025307

อาจารย์ที่ปรึกษา : อ.สมชัย จันทรรูจีพัฒน์

No.

TOP VIEW



CLEANSING TABLETS

SCALE 1:2

UNIT : mm

โครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาและอุปกรณ์สำหรับเครื่องดนตรี ตรา ชามอน

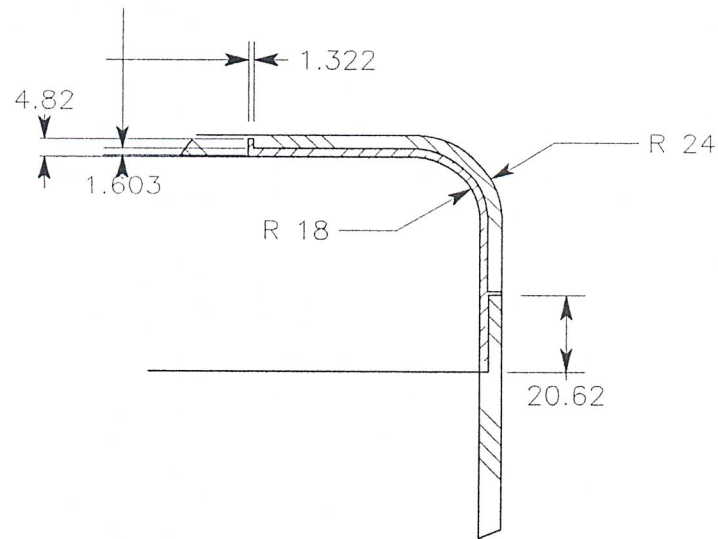
GRAPHIC & PACKAGE DESIGN FOR HARMON MUSIC INSTRUMENT ACCESSORIES

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

นาย โชนัน ชาติวากร รหัส 38025307

อาจารย์ที่ปรึกษา : อ.สมชัย จันทรรูจีพัฒน์

No.



DETAIL C

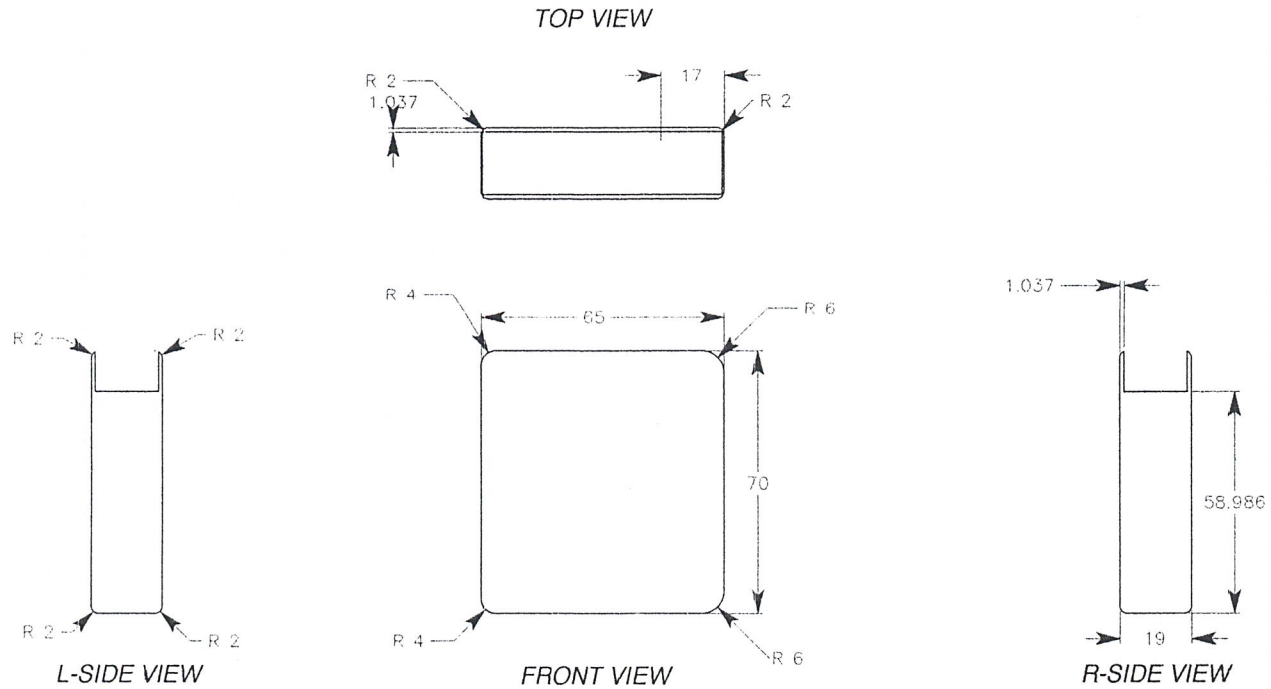
CLEANSING TABLETS

SCALE 2:1

UNIT : mm

โครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพและอุปกรณ์สำหรับเครื่องดนตรี ดาชา ฮาเยน GRAPHIC & PACKAGE DESIGN FOR HARMON MUSIC INSTRUMENT ACCESSORIES	
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง	
นาย โฆษณ ชาตวาทกร รหัส 38025307	No.
อาจารย์ที่ปรึกษา : อ.สมชัย จันทรรุ่งจิวัฒน์	

PART 1



CLEANSING TABLETS

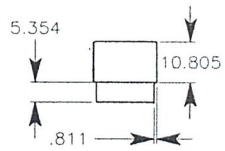
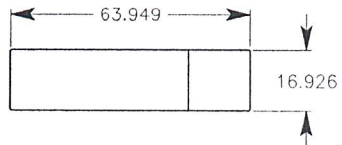
SCALE 1:2

UNIT : mm

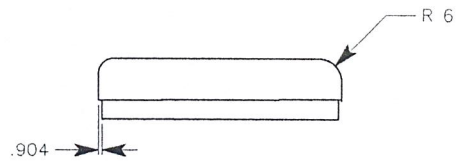
โครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องดนตรี ฮาร์โมนี ดา ซามอน
 GRAPHIC & PACKAGE DESIGN FOR HARMON MUSIC INSTRUMENT ACCESSORIES
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
 นาย โชนัน อาตวากร รหัส 38025307
 อาจารย์ที่ปรึกษา : อ.สมชัย จันทร์รุจิพัฒน์ No.

PART 2

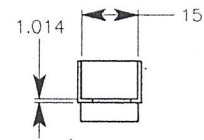
TOP VIEW



L-SIDE VIEW



FRONT VIEW



R-SIDE VIEW

CLEANSING TABLETS

SCALE 1:2

UNIT : mm

โครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาและอุปกรณ์สำหรับเครื่องดนตรี ตรา ฮามอน

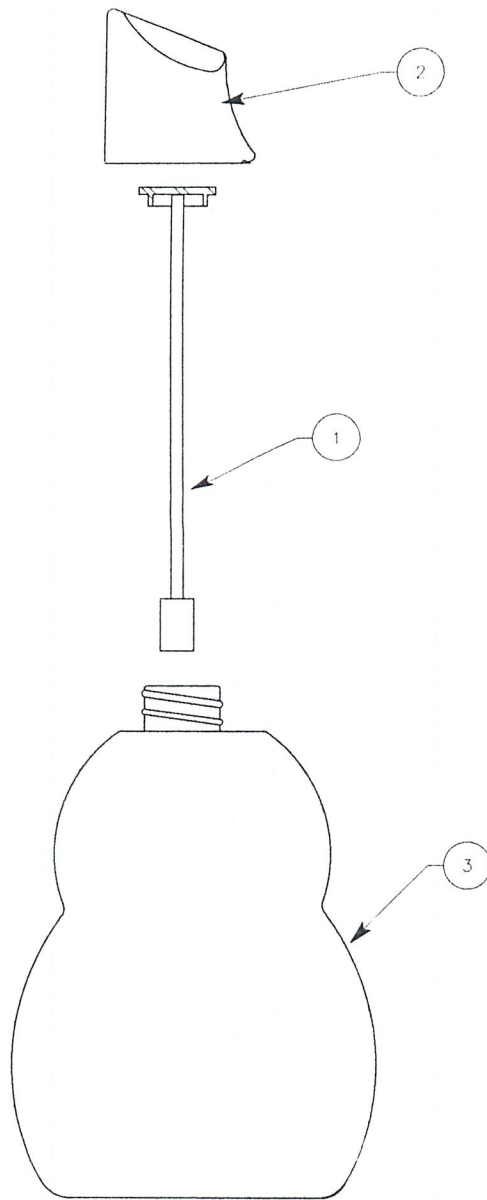
GRAPHIC & PACKAGE DESIGN FOR HARMONIC MUSIC INSTRUMENT ACCESSORIES

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

นาย ไชยชน ฮาดวากร รหัส 38025307

อาจารย์ที่ปรึกษา : อ.สมชัย จันทะรู่จิพัฒน์

No.



**FINE GLUE BOTTLE
ASSEMBLY**

No.	Part's name	Color	Process	Remark	Material
1.	Cap	Brown	Injection	-	PE
2.	Brush	White	-	STP	PE
3.	Body	White	Injection	-	PE

โครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาและอุปกรณ์สำหรับเครื่องดนตรี ดรา ฮามอน

GRAPHIC & PACKAGE DESIGN FOR HARMON MUSIC INSTRUMENT ACCESSORIES

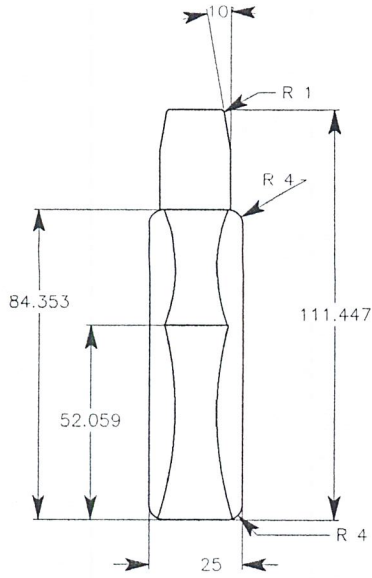
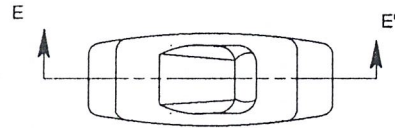
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

นาย โฆษณ อาดาวกร รหัส 38025307

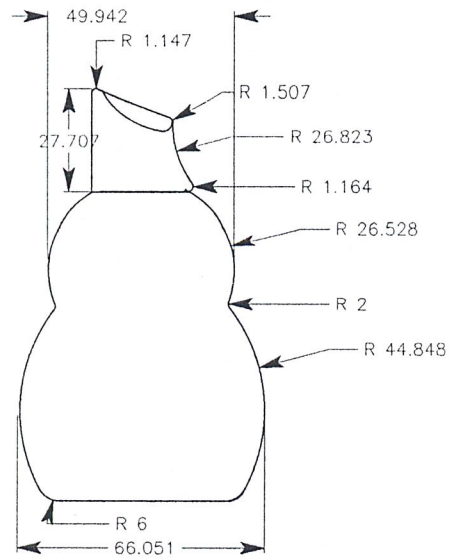
อาจารย์ที่ปรึกษา : อ.สมชัย จันทบุรีจิจิพัฒน์

No.

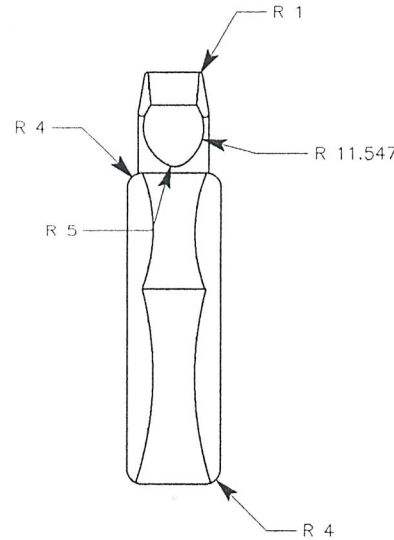
TOP VIEW



L-SIDE VIEW

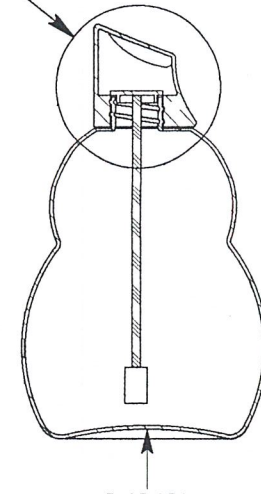


FRONT VIEW



R-SIDE VIEW

DETAIL E



SECTION A-A'

FINE GLUE BOTTLE

SCALE 1:2

UNIT : mm

โครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องดนตรี ฮาร์โมนีคา มอน

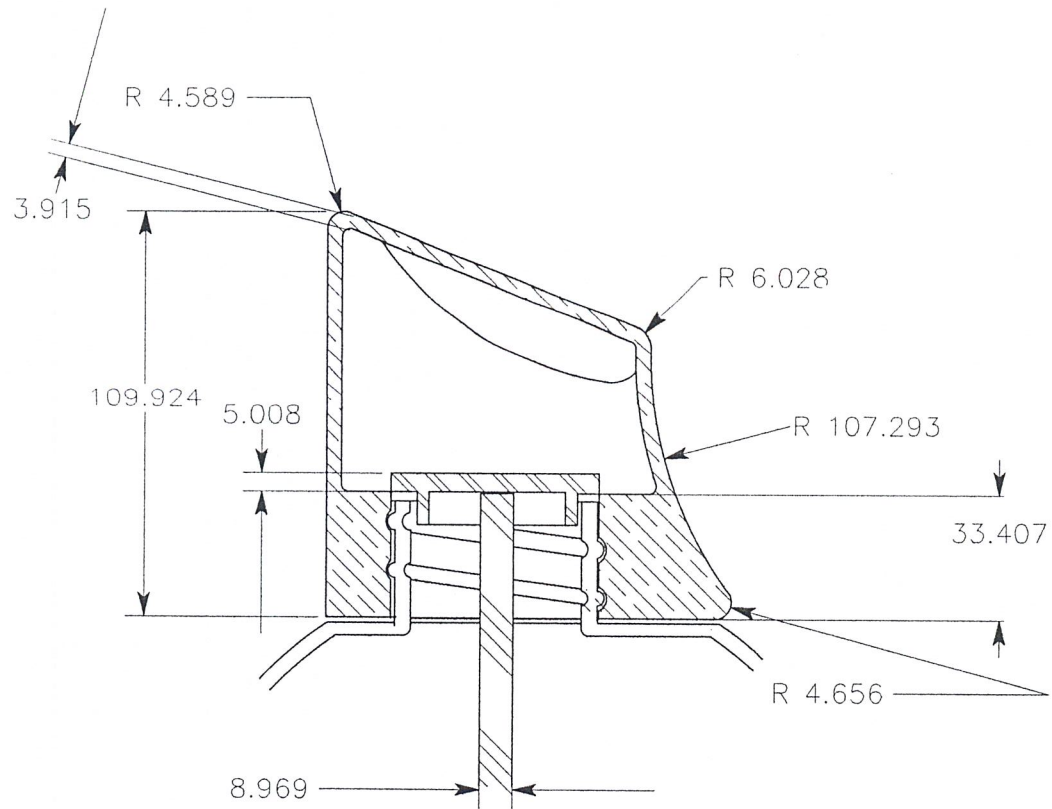
GRAPHIC & PACKAGE DESIGN FOR HARMON MUSIC INSTRUMENT ACCESSORIES

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

นาย โขษณ ธาตุวากร รหัส 38025307

อาจารย์ที่ปรึกษา : อ.สมชัย จันทร์จุฑิตน์

No.



DETAIL E

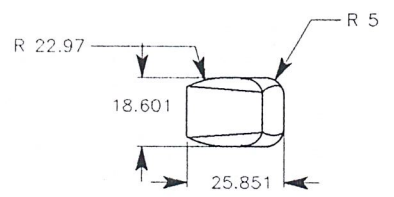
FINE GLUE BOTTLE

SCALE 2:1

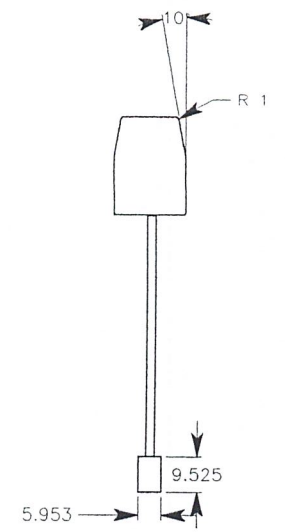
UNIT : mm

โครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องดนตรี ฮาร์โมนี	
GRAPHIC & PACKAGE DESIGN FOR HARMONIC MUSIC INSTRUMENT ACCESSORIES	
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง	
นาย โฆษณ ฮาดวาทกร รหัส 38025307	
อาจารย์ที่ปรึกษา : อ.สมชัย จันทบุรีจิทมัน	No.

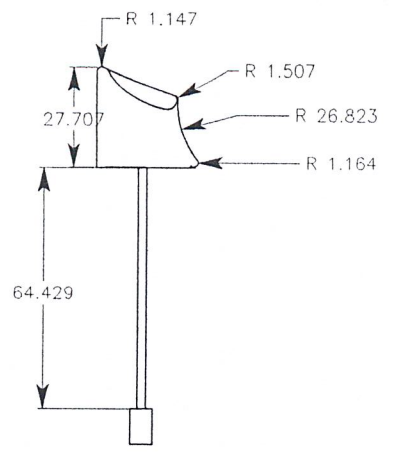
PART 1



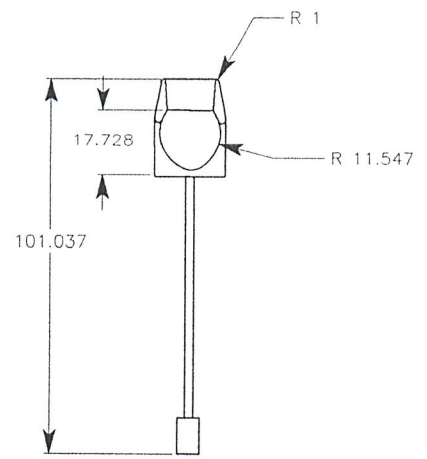
TOP VIEW



L-SIDE VIEW



FRONT VIEW



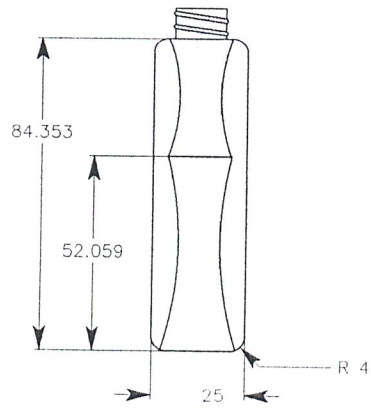
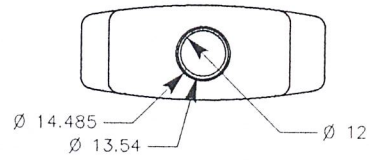
R-SIDE VIEW

FINE GLUE BOTTLE
 SCALE 1:2 UNIT : mm

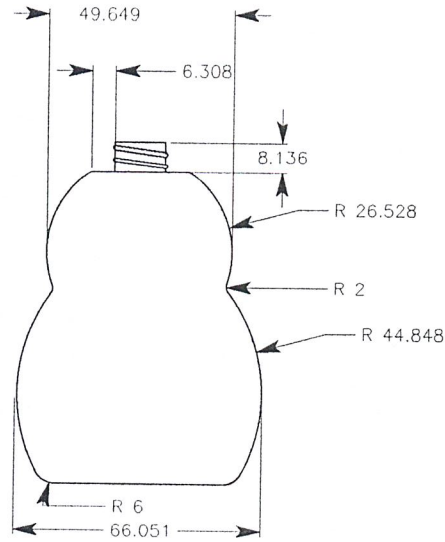
โครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องดนตรีสากล
 GRAPHIC & PACKAGE DESIGN FOR HARMON MUSIC INSTRUMENT ACCESSORIES
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
 นาย ไชยณ ชาติวากร รหัส 38025307
 อาจารย์ที่ปรึกษา : อ.สมชัย จันทร์รุจิพัฒน์
 No.

PART 2

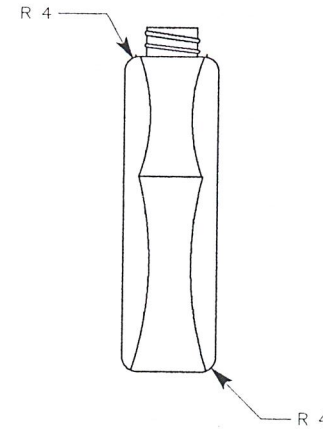
TOP VIEW



L-SIDE VIEW



FRONT VIEW



R-SIDE VIEW

FINE GLUE BOTTLE

SCALE 1:2

UNIT : mm

โครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องดนตรี ตรา ฮามอน

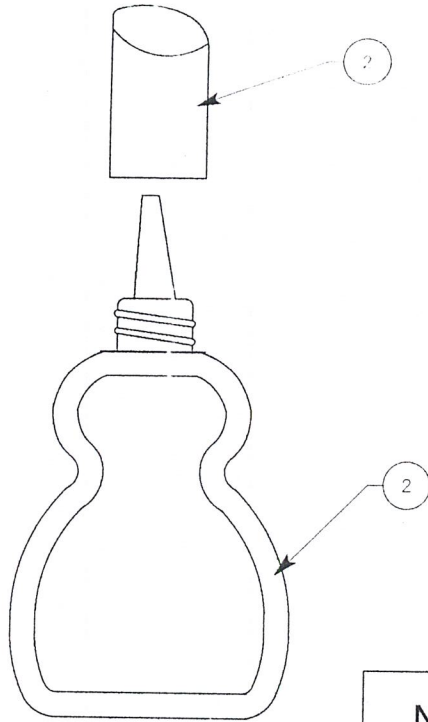
GRAPHIC & PACKAGE DESIGN FOR HARMON MUSIC INSTRUMENT ACCESSORIES

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

นาย โทษณ อุตวาการ รหัส 38025307

อาจารย์ที่ปรึกษา : อ.สมชัย จันทร์รุจิพัฒน์

No.



No.	Part's name	Color	Process	Remark	Material
1.	Cap	Orange, Green Blue, Purple	Injection	-	PE
2.	Body	Natural Clear	Injection	-	PET

OIL BOTTLE ASSEMBLY

โครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องดนตรีสากลและอุปกรณ์สำหรับเครื่องดนตรี ดา ตานอน

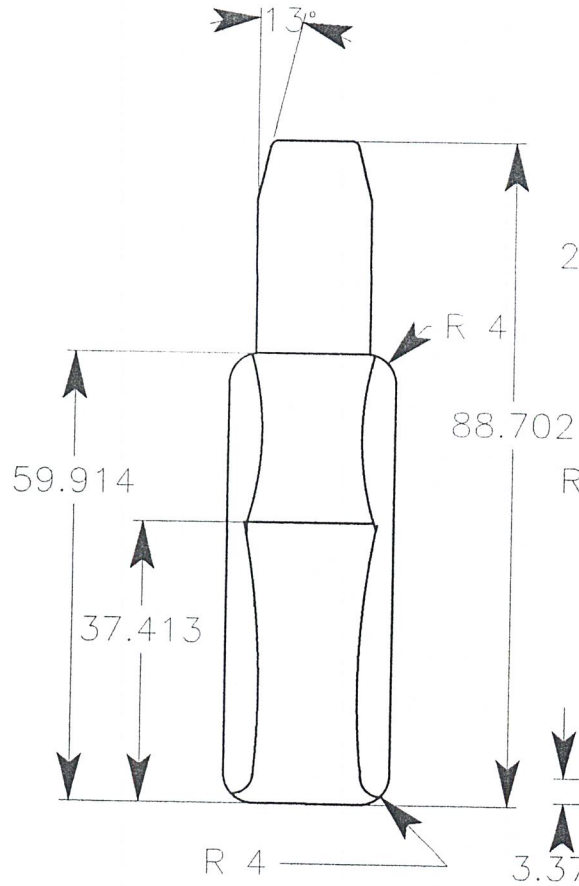
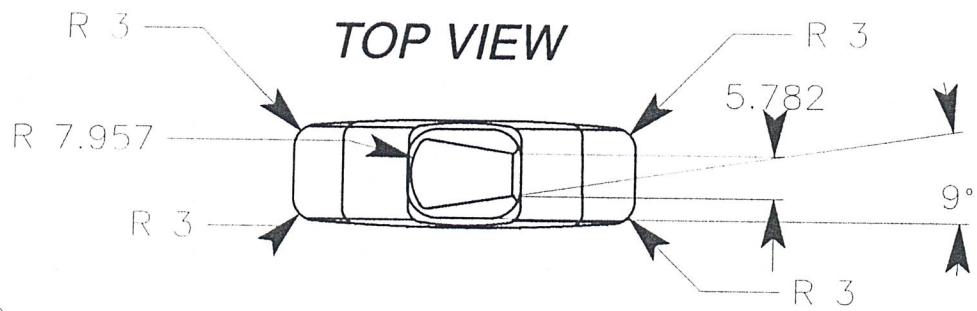
GRAPHIC & PACKAGE DESIGN FOR HARMON MUSIC INSTRUMENT ACCESSORIES

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

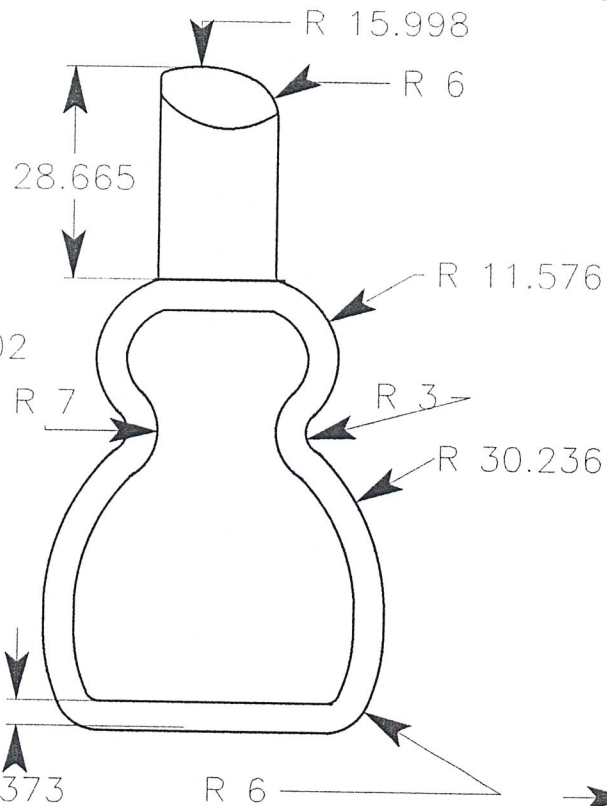
นาย โขษณ อุตวากร รหัส 38025307

อาจารย์ที่ปรึกษา : อ.สมชัย จันทะรู่จิวัฒน์

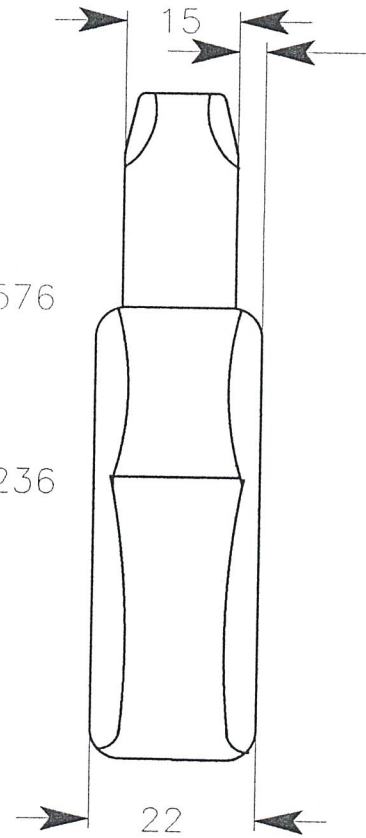
No. _____



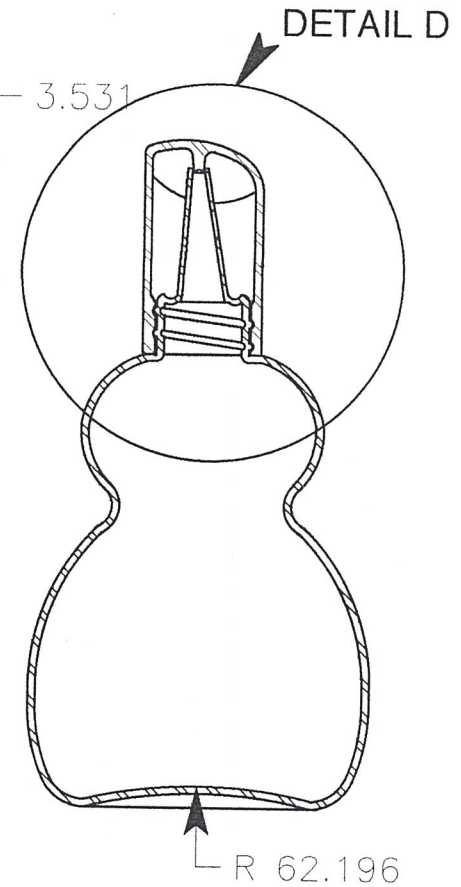
L-SIDE VIEW



FRONT VIEW



R-SIDE VIEW



SECTION A-A'

OIL BOTTLE

SCALE 1:1

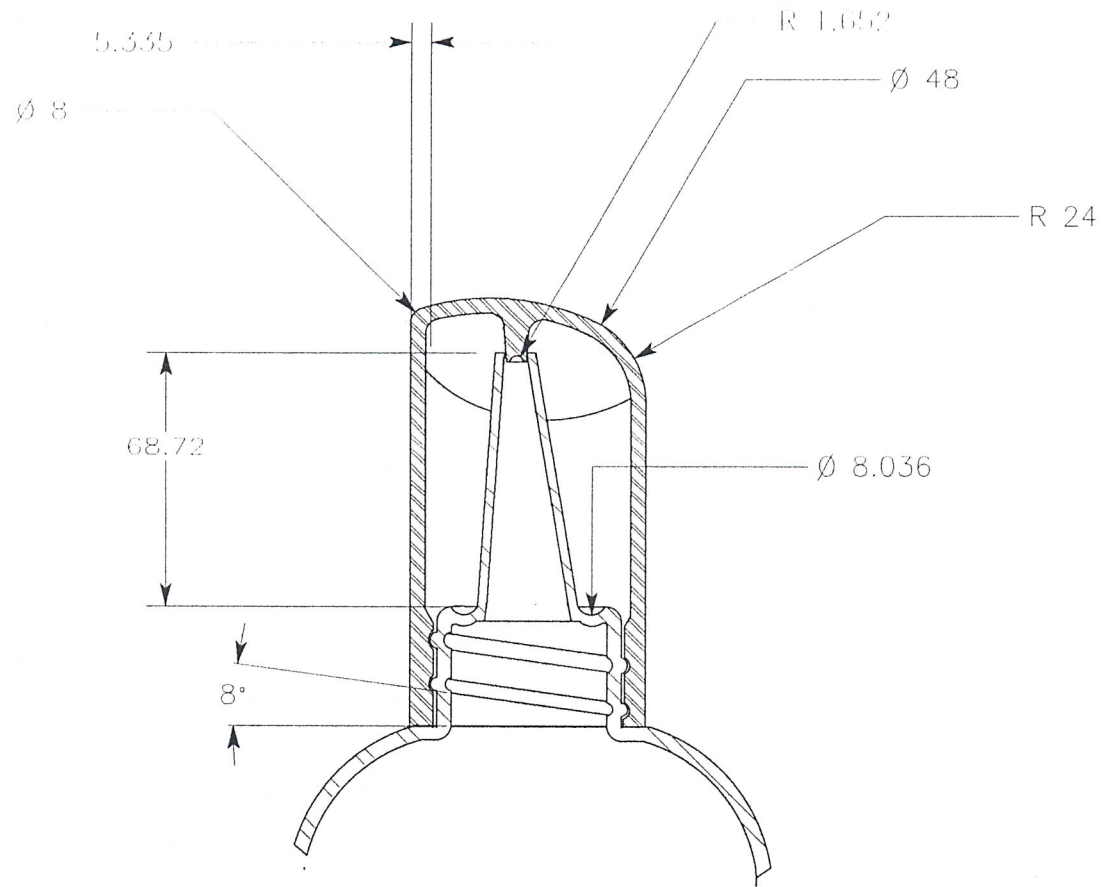
UNIT : mm

โครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาและอุปกรณ์สำหรับเครื่องดนตรี ตรา สามอน

GRAPHIC & PACKAGE DESIGN FOR HARMON MUSIC INSTRUMENT ACCESSORIES

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

นาย โยชน ชาติวากร รหัส 38025307



DETAIL D

OIL BOTTLE

SCALE 2:1

UNIT : mm

โครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องดนตรี วิชา ชานอน

GRAPHIC & PACKAGE DESIGN FOR HARMON MUSIC INSTRUMENT ACCESSORIES

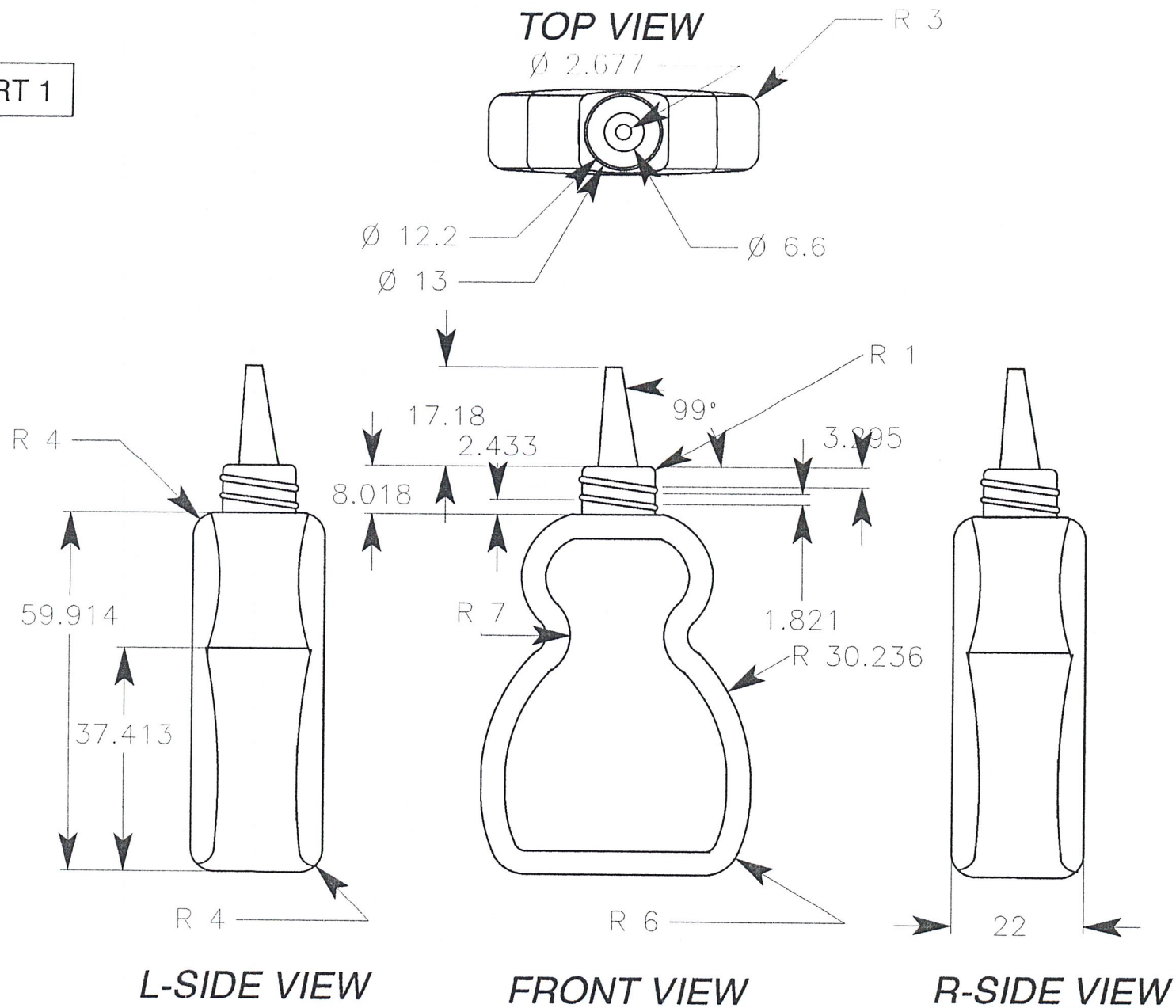
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

นาย โขชน ชาติวากร รหัส 38025307

อาจารย์ที่ปรึกษา : อ.สมชัย จันทร์รุจิพัฒน์

No.

PART 1



L-SIDE VIEW

FRONT VIEW

R-SIDE VIEW

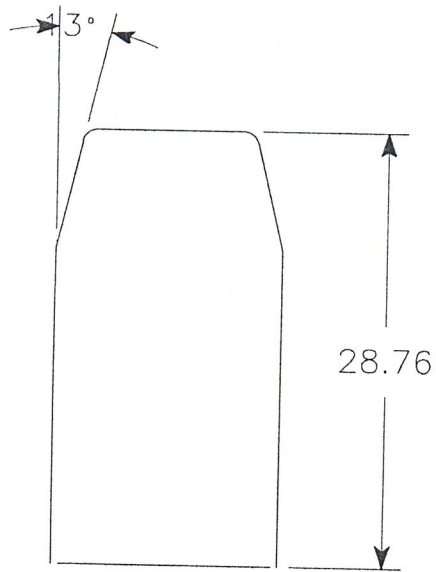
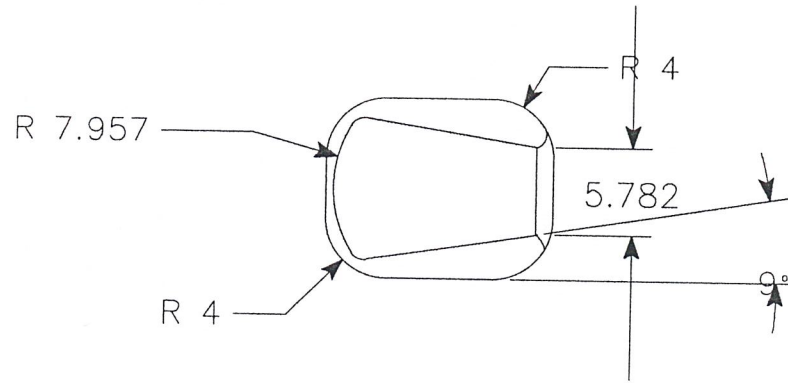
OIL BOTTLE

SCALE 1:1

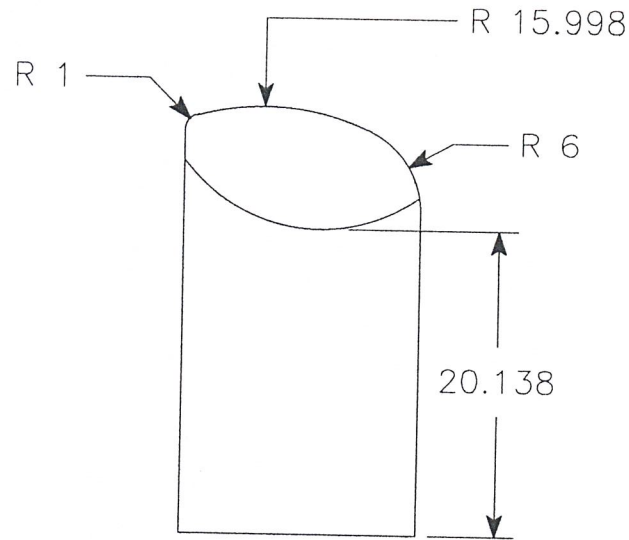
UNIT : mm

PART 2

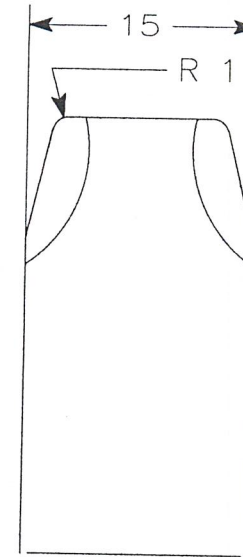
TOP VIEW



L-SIDE VIEW



FRONT VIEW



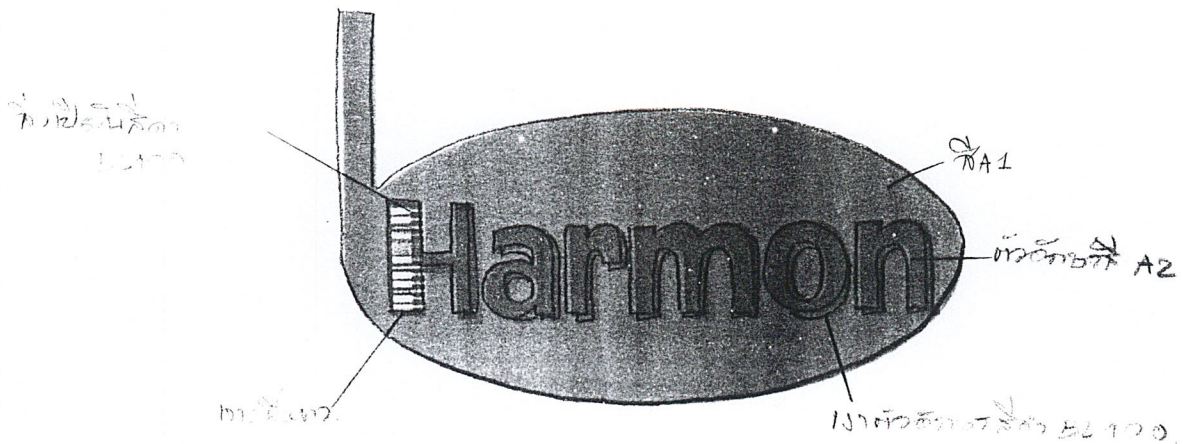
R-SIDE VIEW

OIL BOTTLE
SCALE 2:1

UNIT : mm

A1

A2

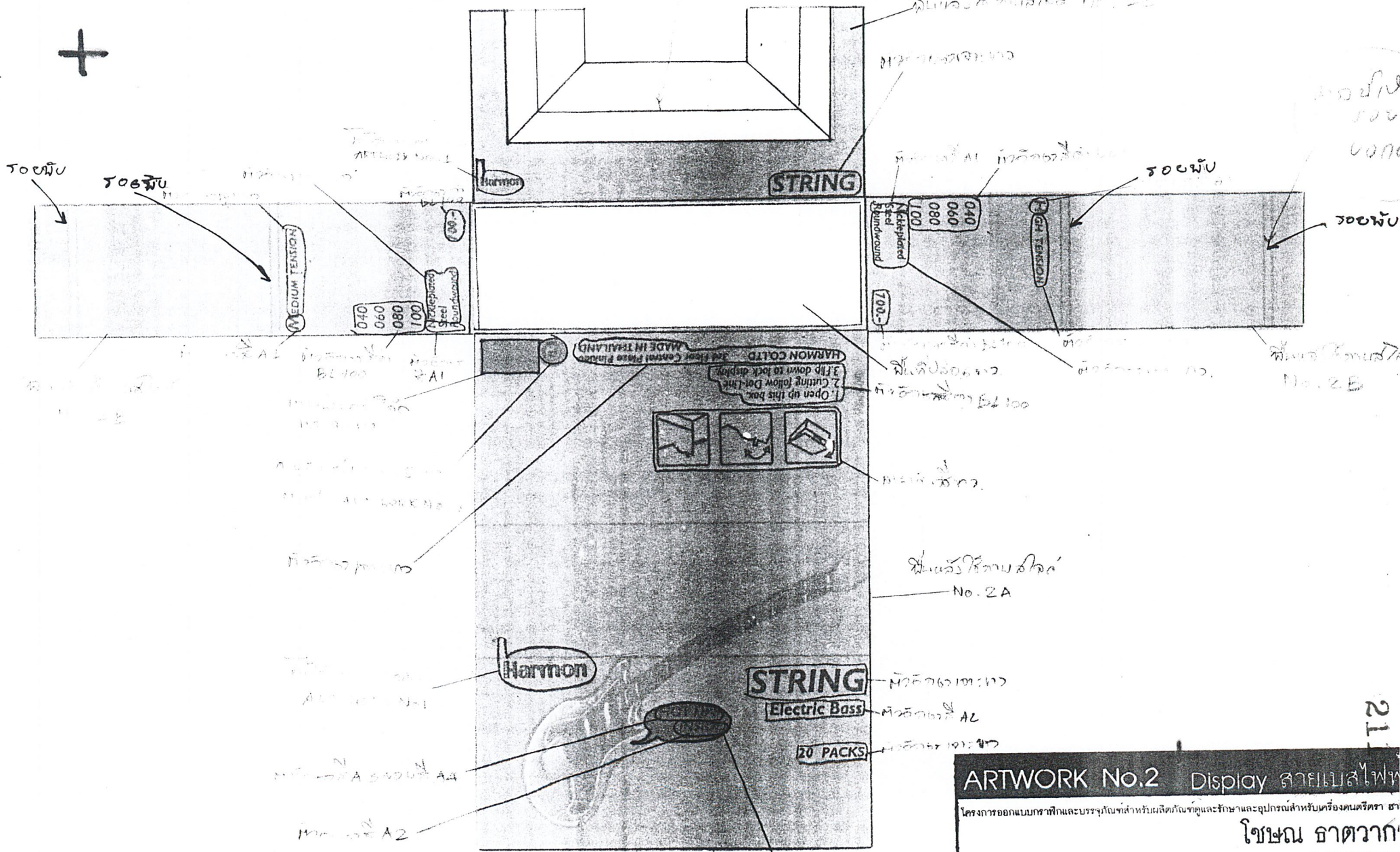


ARTWORK No.1 โลโก้

โครงการออกแบบตราฟิวเจอร์และบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาและอุปกรณ์สำหรับเครื่องดนตรีสากล สาขานวน

ไชยชน ชาติวากร
29025307

Handwritten notes at the top of the page, possibly indicating a version or date.



ARTWORK No.2 Display สายเบสไฟฟ้า

โครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์สำหรับเครื่องดนตรีสากล

โชนน ชาติวาท

3802530

21



CI



Die-cut in white

มือขวา
มือซ้าย

มือขวา
มือซ้าย

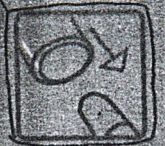
ART WORK NO.2

มือขวา
มือซ้าย

มือขวา
มือซ้าย

MOUTH PIECE
CLARINET

INSTALL THE MOUTHPIECE
GENTLY AT POSITION



"The Right Start"

800.-

HARMON CO. LTD
3rd Floor Central Plaza Pinklao
MADE IN THAILAND

มือขวา
มือซ้าย

Recycle materials
ARTWORK NO.4

มือขวา
มือซ้าย

มือขวา
มือซ้าย

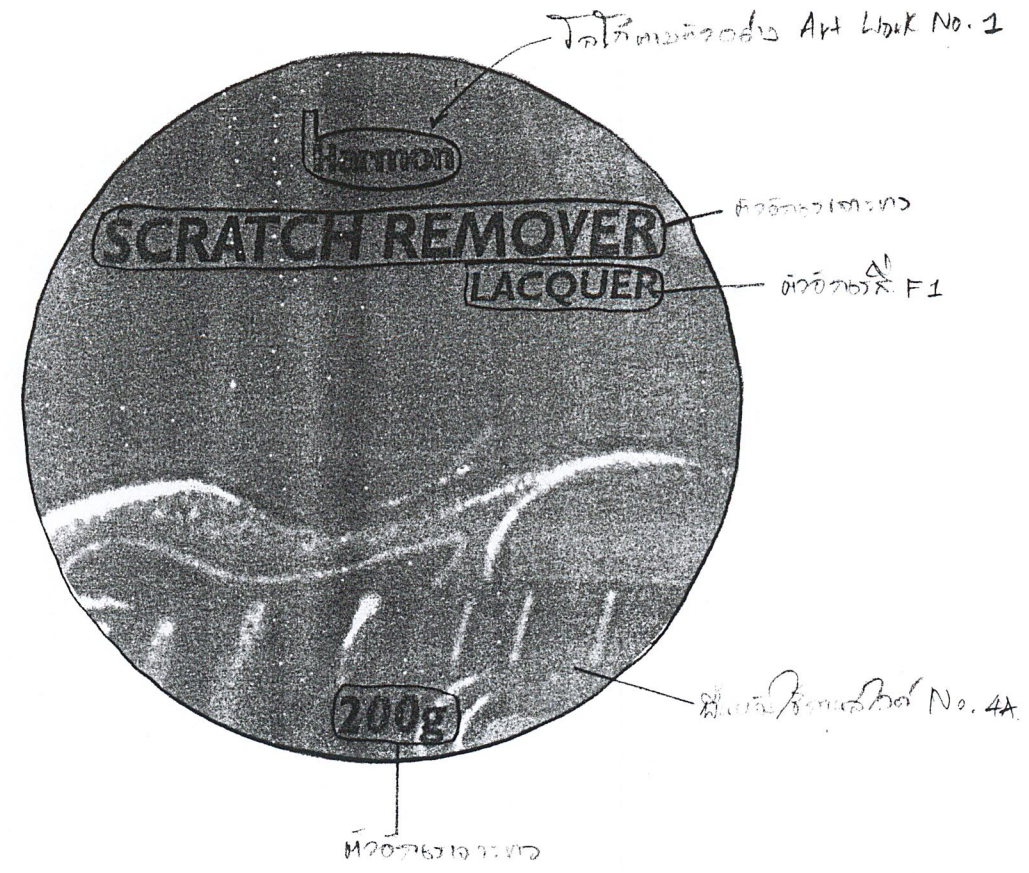
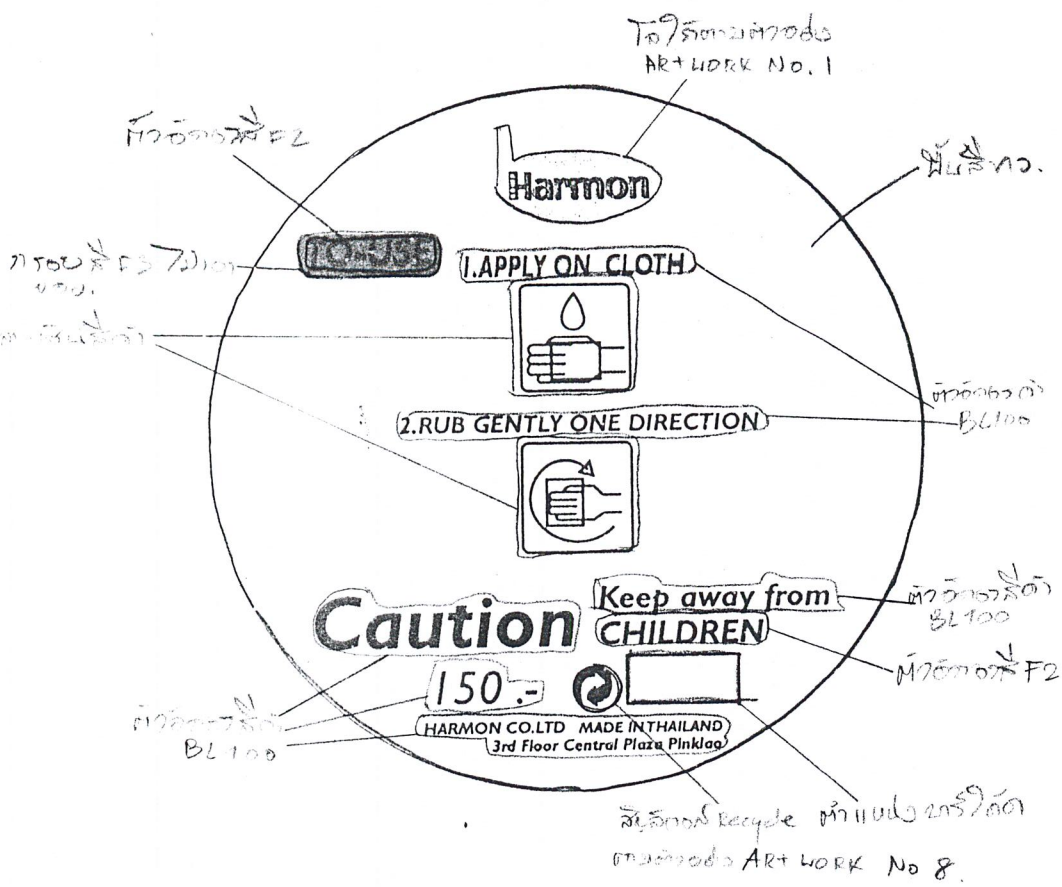


ARTWORK No.3. กลองใส่กำแพง

โครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาและอุปกรณ์ทำหรับเครื่องดนตรีสากล ฮาร์โมนิ

ไชชน ชาติวาทกร

F1 F2 F3



SCALE 1:1

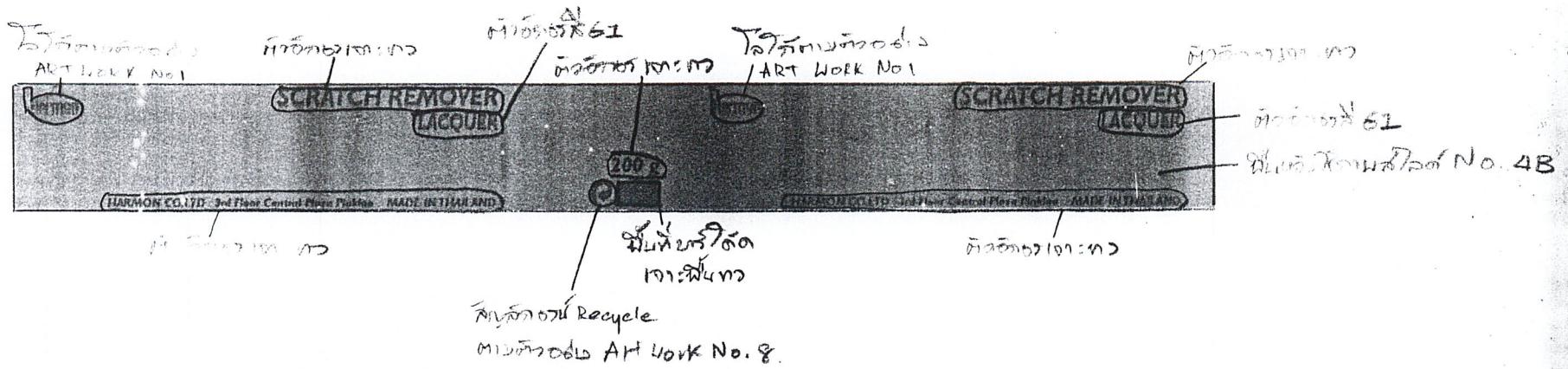


ARTWORK No.4 ผาตรีมลบรรณวิเศษ
 โครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์และทำขนาดอุปกรณสำหรับเครื่องดนตรีฯ สามอน
 ไชยณ ธาตวากร
 38025307

210

GI

+



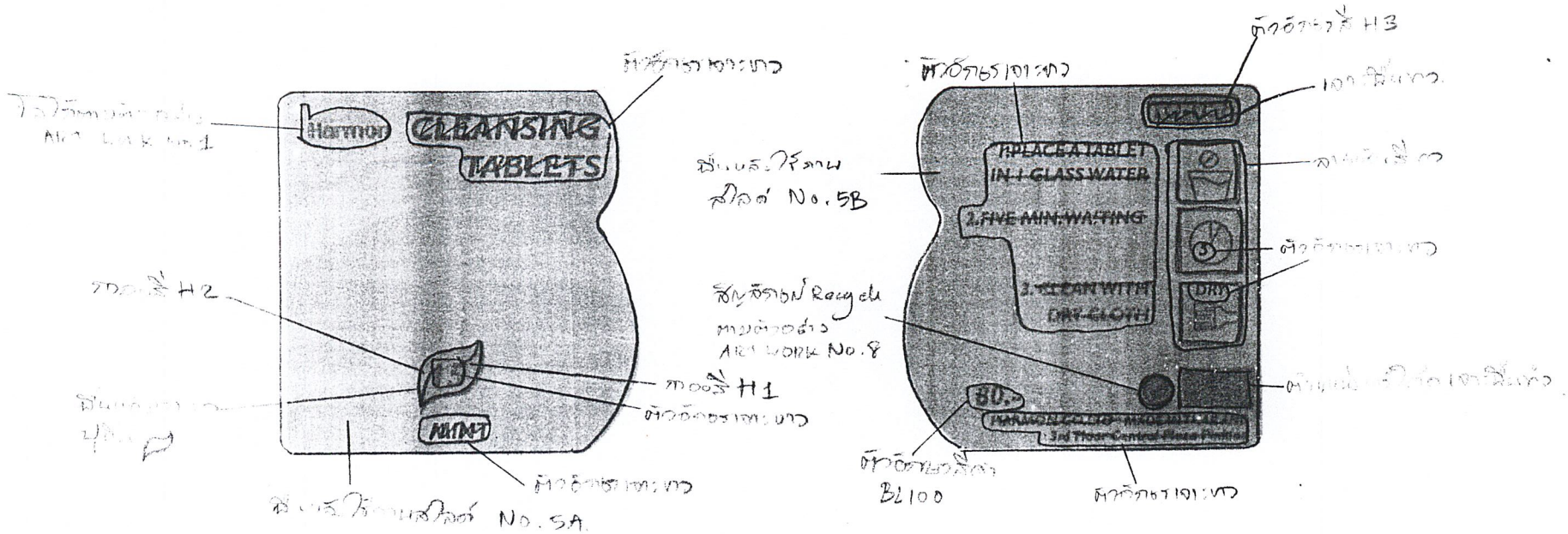
+

SCALE : 1:2

ARTWORK No.5 จลากรช่างศิลป์กรมศิลปากร
 โครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์และรักษาและอุปกรณ์สำหรับเครื่องดนตรีสากล ฮาร์โมน
 โชนัน ธาตวากร
 38025307



H1 H2 H3



SCALE 1:1

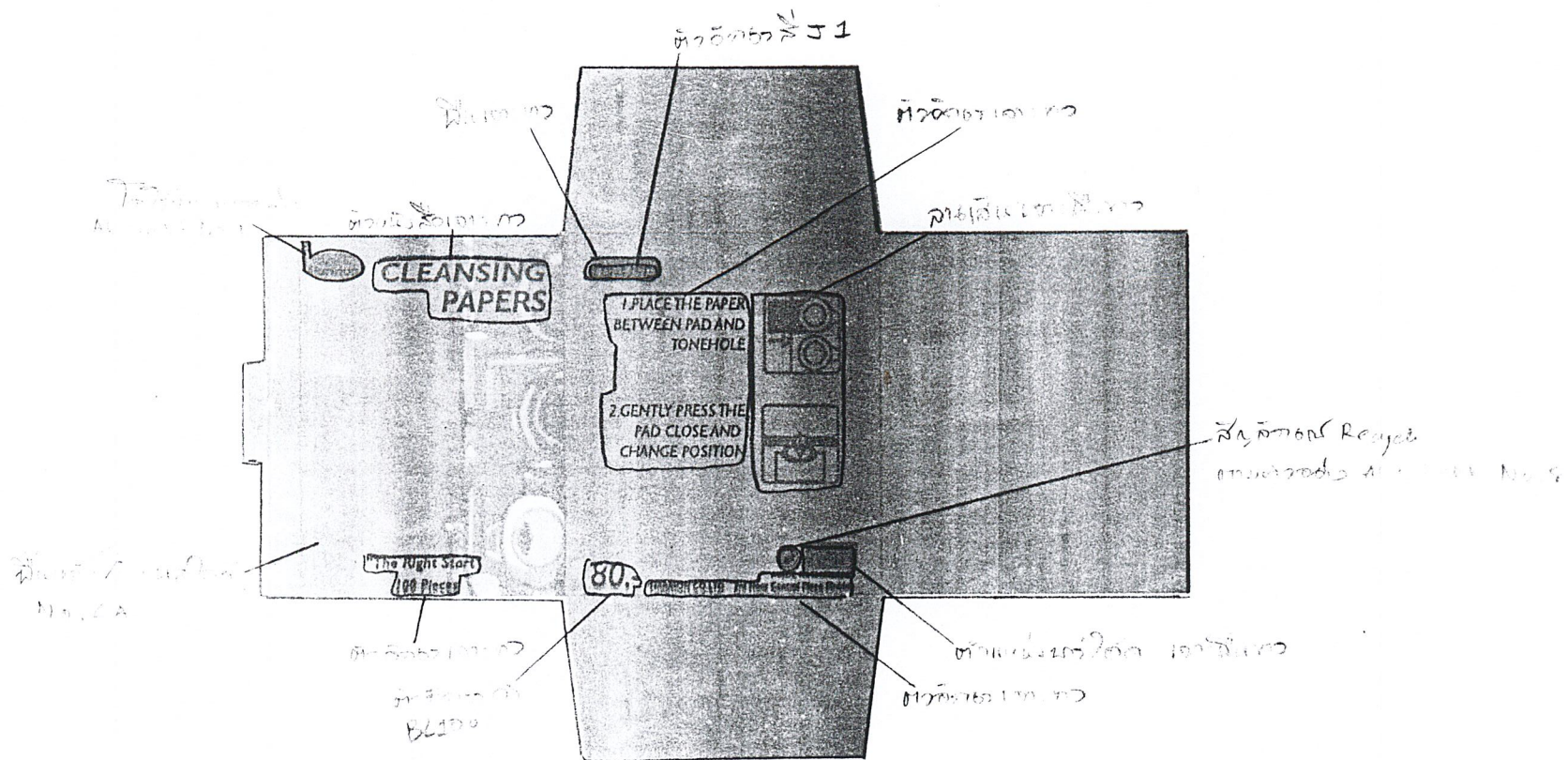
ARTWORK No.6 **เม็ดทำความสะอาด**

โครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์และทักษะและอุปกรณ์สำหรับเครื่องดนตรีตา ฮามอน

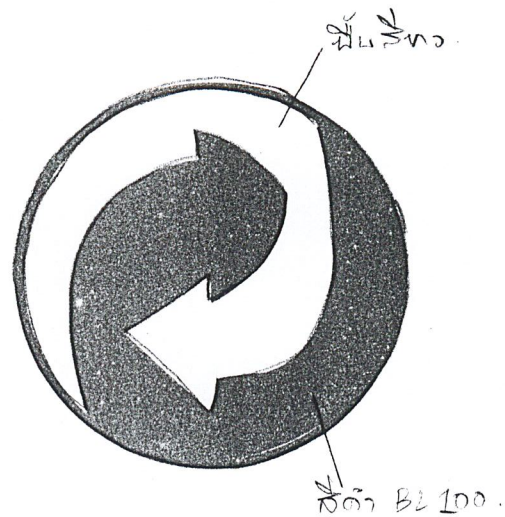
โชษณ ชาติวากร

38025307

115



+



+

ARTWORK No.8 สัญลักษณ์: สีเทา/ไซเคิล

โครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์สำหรับเครื่องดนตรีตรา ฮามอน

ไชเชณ ธาดาวกร

38025307

บทที่ 5

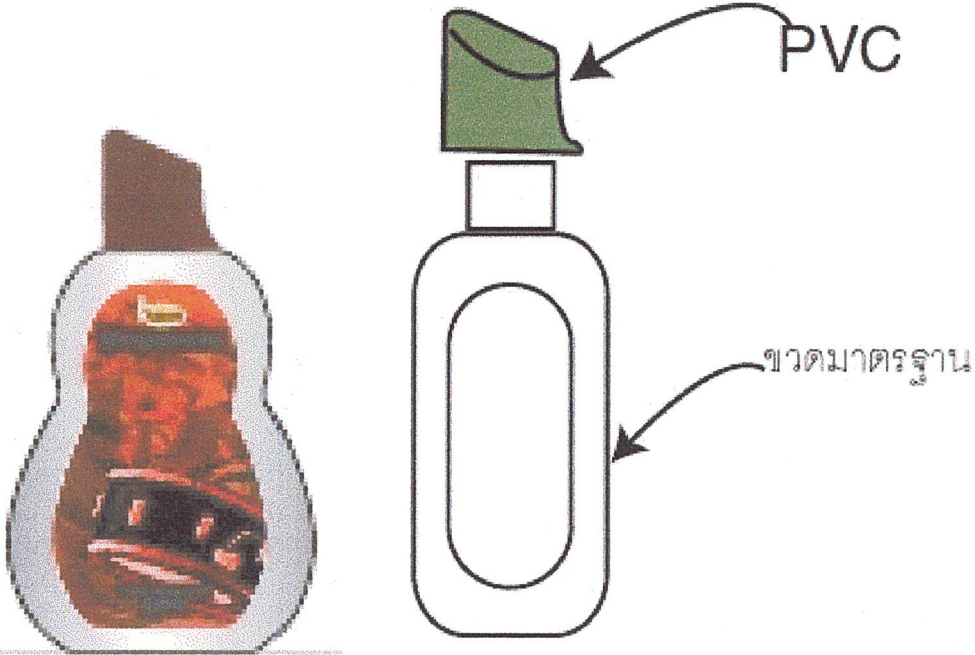
บทสรุป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5
บทสรุป

จากข้อเสนอแนะของคณะกรรมการ ได้แนะนำว่า การออกแบบทั้งชุดผลิตภัณฑ์นั้นอาจเสียค่าใช้จ่ายมาก และเนื่องจากปริมาณการซื้อขี้น้อยอยู่และ บริษัทเอี่ยมอารีย์การดนตรี เป็นบริษัทขนาดเล็กที่เพิ่งจะออกสินค้าเป็นช่วงแรก อาจไม่สามารถใช้บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบเองทั้งชุดได้ เนื่องจากเสียค่าใช้จ่ายมากเกินไป

ทางเลือกในการเริ่มต้นนั้น คือ การเลือกใช้ขวดมาตรฐานเนื่องจากราคาถูกในจำนวนการผลิตต่ำ ซึ่งอาจทำให้ดูไม่มีค่าและเหมือนกับยี่ห้ออื่น ๆ แต่อาจเพิ่มในส่วนผ้าที่ออกแบบขึ้นมาเพื่อสวมเข้ากับฝาแบบมาตรฐาน เพื่อให้คงความเป็นเอกลักษณ์ด้วยราคาย่อมเยา

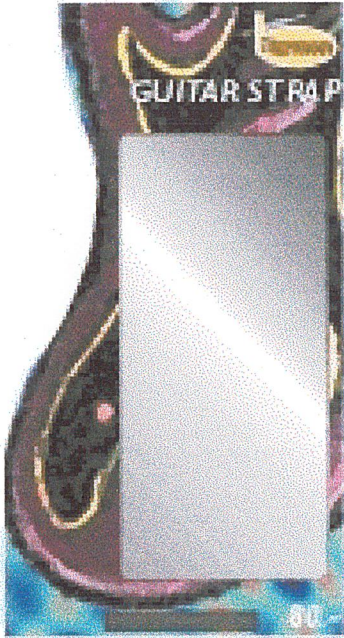


ภาพ 5.1 ขวดออกแบบในโครงการ ภาพ

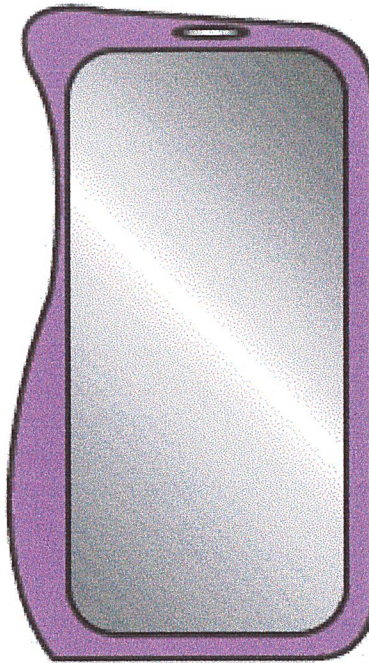
5.2 ขวดเสนอแนะในการออกวางตลาด
ในขั้นแรก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในส่วนของ Blister Packaging นั้นเราอาจลดพื้นที่โฆษณาเพื่อลดค่าใช้จ่ายลง โดยยังคงเอกลักษณ์ของเครื่องดนตรีเอาไว้



ภาพ 5.3 Blister Package ออกแบบในโครงการ



ภาพ 5.4 Blister Package เสนอแนะในการ ออกวางตลาดในชั้นแรก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

- สำนักพิมพ์ดอกหญ้า, การวิจัยสำหรับนักโฆษณาฉบับ ดร.เสรี วงษ์มณฑา, พศ.2535
- ศูนย์การบรรจุหีบห่อไทย, โอกาสทองของบรรจุภัณฑ์กระดาษแข็ง, สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, พศ.2539
- ศูนย์การบรรจุหีบห่อไทย, คู่มือการใช้พลาสติกเพื่อการหีบห่อ, สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, พศ.2533
- บริษัท สยามดนตรียามาฮ่า จำกัด, เอกสารประกอบสินค้าในหมวดทำความสะอาดเครื่องดุริยางค์, พช.2540

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติการศึกษา

ชื่อ นาย โชชน ชาติวากร
วุฒิการศึกษา
ประถมศึกษาปีที่ 1-6 โรงเรียนราชวินิต
มัธยมศึกษาปีที่ 1-6 สามเสนวิทยาลัย
อุดมศึกษา ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้