

โครงการออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์  
สี "ครีเอทีส" สำหรับงานอดิเรก  
Graphic and Packaging Design for "Creatis" Hobby Colors



โดย  
นางสาว อภิรดี ภูวเศรษฐ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต  
ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2542-43

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุ  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้า  
เลขที่.....  
เลขทะเบียน 38092  
วัน, เดือน, ปี 2 1 พ.ย. 2543

# สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ

คำนำ

กิตติกรรมประกาศ

อนุมติผล

**บทที่ 1** บทนำ

บทนำ

ความเป็นไปได้ของโครงการ

ปัญหา หรือเงื่อนไขความต้องการ และแนวทางการแก้ปัญหา

ขอบเขตของโครงการ

แนวทางการศึกษาวิจัย

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

**บทที่ 2** การค้นคว้าข้อมูล และการสรุปผลวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 ข้อมูลด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์สำหรับงานอดิเรก

2.1.1 ข้อมูลด้านบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่าย

2.1.2 ลักษณะทางการตลาด

2.1.3 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มผู้บริโภค

2.1.4 ลักษณะช่องทางการจัดจำหน่าย

2.1.5 ลักษณะการส่งเสริมการขาย และการโฆษณาประชาสัมพันธ์

2.1.6 ระดับราคา

2.1.7 วิเคราะห์และสรุปข้อมูลด้านการตลาดที่มีผลต่อการออกแบบ

2.2 ข้อมูลเบื้องต้นของผลิตภัณฑ์สำหรับงานอดิเรก

2.2.1 รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

- ลักษณะพฤติกรรมการใช้งาน

- ลักษณะบรรจุภัณฑ์

2.2.2 ปัจจัยที่ทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมคุณภาพ

2.2.3 วิเคราะห์และสรุปข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการออกแบบ

2.3 ข้อมูลด้านคู่แข่งชั้นในตลาดผลิตภัณฑ์สำหรับงานอดิเรก

2.3.1 ผลิตภัณฑ์สำหรับงานอดิเรกที่จำหน่ายทั่วไปในท้องตลาด

2.3.2 สรุปเปรียบเทียบตำแหน่งคู่แข่งชั้นของผลิตภัณฑ์สำหรับงานอดิเรกในตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกระใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	2.3.3	วิเคราะห์และสรุปข้อมูลด้านคู่แข่งชั้นที่มีผลต่อการออกแบบ	83
2.4		เงื่อนไขการตอบสนองของความต้องการของผู้บริโภค	84
	2.4.1	การศึกษาพฤติกรรม และจิตวิทยาของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	84
	2.4.2	วิเคราะห์และสรุปข้อมูลเงื่อนไขความต้องการของผู้บริโภคที่มีผลต่อการออกแบบ	87
2.5		ข้อมูลทางด้านวัสดุและกรรมวิธีการผลิต	88
	2.5.1	วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุประเภทหลอด	88
	2.5.2	วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุประเภทขวด	89
	2.5.3	วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุประเภทกระปุก	90
	2.5.4	วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุประเภทฝา	91
	2.5.5	วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุประเภทซอง	91
	2.5.6	วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุประเภทกล่อง	92
	2.5.7	วิเคราะห์การเลือกใช้ระบบการพิมพ์ประเภทหลอด	93
	2.5.8	วิเคราะห์การเลือกใช้ระบบการพิมพ์ประเภทกระปุก และขวด	94
	2.5.9	วิเคราะห์การเลือกใช้ระบบการพิมพ์ประเภทซอง และกล่องกระดาษ	94
<b>บทที่ 3</b>		<b>ขั้นตอนการออกแบบ</b>	
	3.1	การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ	95
	3.2	การพัฒนาแนวความคิดและการออกแบบ	106
	3.3	การวิเคราะห์การออกแบบและการประเมินค่า	146
<b>บทที่ 4</b>		<b>การนำเสนอผลงานการออกแบบ</b>	
	4.1	ภาพถ่ายประเภทหุ่นจำลองผลงานการออกแบบ	148
	4.2	ภาพถ่ายประเภทแผ่นภาพนำเสนอผลงานการออกแบบ	154
	4.3	Artwork สำหรับส่งโรงพิมพ์	176
	4.4	Working Drawing	180
<b>บทที่ 5</b>		<b>บทสรุป</b>	<b>196</b>
		บรรณานุกรม	198
		ประวัติการศึกษา	199

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า	
2.1-1	แผนภาพแสดงส่วนแบ่งทางการตลาด	38
2.1-2	แผนภาพแสดงส่วนแบ่งทางการตลาดของยี่ห้อต่างๆในตลาดระดับบน(A)	38
2.1-3	แผนภาพแสดงส่วนแบ่งทางการตลาดของยี่ห้อต่างๆในตลาดระดับบน(B)	39
2.1-4	แผนภาพแสดงส่วนแบ่งทางการตลาดของยี่ห้อต่างๆในตลาดระดับบน(C)	39
2.1-5	กราฟแสดงตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ทางด้านคุณภาพและราคาของตัวผลิตภัณฑ์	40
2.1-6	กราฟแสดงตำแหน่งผลิตภัณฑ์ทางด้านผู้บริโภค	44
2.1-7	กราฟแสดงลักษณะช่องทางการจัดจำหน่าย	46
2.2-1	รูปแสดงลักษณะของสีธรรมชาติ	51
2.2-2	รูปแสดงลักษณะของสีมุก	52
2.2-3	รูปแสดงลักษณะของสีรองพื้น	54
2.2-4	รูปแสดงลักษณะของสีผสม	55
2.2-5	รูปแสดงลักษณะของตัวสร้างลายนูน	57
2.2-6	รูปแสดงลักษณะการเขียนตัวสร้างลายนูนด้วยกรวยกระดาษ	58
2.2-7	รูปแสดงลักษณะของยางพิมพ์ลวดลายไม้	59
2.2-8	รูปแสดงลักษณะการใช้ยางพิมพ์ลวดลายไม้โดยการครูดลงบนชิ้นงาน	59
2.2-9	รูปแสดงลักษณะของ Template	60
2.2-10	รูปแสดงลักษณะการใช้ Template	60
2.2-11	รูปแสดงลักษณะของแผ่นเงิน-ทองคำเปลว	61
2.2-12	รูปแสดงลักษณะการปิดทองลงบนชิ้นงาน	61
2.2-13	รูปแสดงการเขียนลวดลายลงบนชิ้นงาน	63
2.2-14	แสดงการเคลือบชิ้นงาน	63
2.2-15	แสดงการใช้กรวยกระดาษบีบเนื้อครีมของตัวสร้างลายนูน	63
2.2-16	แสดงการรองพื้นด้วยฟู่กัน	64
2.2-17	แสดงการปิด Hilight	64
2.2-18	แสดงชิ้นงานที่เสร็จแล้ว	64
2.2-19	แสดงการเคลือบชิ้นงานด้วย All Purpose Sealer	65
2.2-20	แสดงการรองพื้นด้วยสีรองพื้นและFlow Medium	65
2.2-21	แสดงการทำ Crackle Medium	66

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ใด ๆ การค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่	หน้า
2.2-22 แสดงการแตกตัวของ Crackle Medium	66
2.2-23 แสดงการทำสีให้สีเข้าไปอุดตามร่อง	66
2.3-1 กราฟแสดงตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ในตลาดด้านคุณภาพ และราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	77
2.3-2 กราฟแสดงตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ในตลาดด้านผู้บริโภคเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	78
2.3-3 กราฟแสดงตำแหน่งลักษณะบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่งในตลาด I	79
2.3-4 กราฟแสดงตำแหน่งลักษณะบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่งในตลาด II	79
2.3-5 กราฟแสดงตำแหน่งลักษณะบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่งในตลาด III	80
2.4-1 กราฟแสดงลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย	84
2.4-2 แผนภาพแสดงการศึกษาของกลุ่มเป้าหมาย	84
2.4-3 แผนภาพแสดงลักษณะอาชีพของกลุ่มเป้าหมาย	85
3.1-1 แสดงส่วนแบ่งผลิตภัณฑ์ที่หือต่างๆภายในตลาดระดับบนและระดับกลาง	97
3.1-2 แสดงลักษณะของกลุ่มผู้บริโภคภายในตลาด	98
3.1-3 แสดงช่องทางการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ในตลาดระดับต่างๆ	98
3.1-4 แสดงการวางแผนทางการตลาด	99
3.1-5 แสดงการเปรียบเทียบคู่แข่งด้านผลิตภัณฑ์และราคา	100
3.1-6 แสดงการเปรียบเทียบคู่แข่งด้าน Brand Power ด้านบรรจุภัณฑ์ และด้านกลุ่มเป้าหมาย	101
3.1-7 แสดงพฤติกรรมการใช้งานสีสำหรับงานอดิเรกของผู้บริโภค	103
3.1-9 กราฟแสดงการกำหนดตำแหน่งทางด้านผู้บริโภค	104
3.1-10 กราฟแสดงการกำหนดตำแหน่งทางด้านผลิตภัณฑ์	105
3.1-11 กราฟแสดงการกำหนดตำแหน่งทางด้านบรรจุภัณฑ์	105
3.2-1 แสดงการวิเคราะห์ตาม SWOT Analysis	107
3.2-2 แสดงการกำหนดจุดขายของผลิตภัณฑ์	108
3.2-3 กราฟแสดงแนวทางของการออกแบบ	109
3.2-4-29 การออกแบบขั้นต้น Design Route 1-4	111-123
3.2-30 แสดงการพิจารณาเลือกแบบของผู้บริโภคสำหรับการพัฒนาขั้นต่อไป	124
3.2-31-36 การพัฒนาการออกแบบขั้นที่ 1 แนวทางที่ 1-3	125-127
3.2-37 แสดงหลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกแบบสำหรับการพัฒนาขั้นสุดท้าย	128
3.2-38-41 แสดงแบบจำลองในขั้นตอนแบบร่างเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ในการค้า	129-130

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์แบบจำลองในขั้นต้นแบบร่างเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ในการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่		หน้า
3.2-42-45	แสดงการพัฒนาโครงสร้าง	131-132
3.2-46-51	แสดงการจัด Composition ของผลิตภัณฑ์ต่างๆ	133-135
3.2-52-54	แสดงการจัด Composition และการแบ่งแยกของชุดผลิตภัณฑ์ แบบที่ 1-3	135-136
3.2-55	แสดงการพัฒนาโลโก้ของบรรจุภัณฑ์ขั้นสุดท้าย	137
3.2-56	ลักษณะของโลโก้ที่ได้รับการคัดเลือกสำหรับใช้ในบรรจุภัณฑ์	137
3.2-57-65	แสดงรูปแบบของกล่องแบบ A-C	138-143
3.2-66	แสดงการพิจารณาคัดเลือกรูปแบบของกล่อง	144
3.2-67-69	แสดงแบบจำลองผลงานขั้นสุดท้าย	144-145
4.1-1-12	ภาพถ่ายประเภทหุ่นจำลอง	148-153
4.2-1-43	ภาพถ่ายประเภทแผ่นภาพนำเสนองาน	154-175
4.3-1-7	Artwork สำหรับส่งโรงพิมพ์	176-179



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1-1	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมประจำกับรายได้	43
2.3-1	แสดงการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ในตลาด	72
2.3-2	แสดงลักษณะภาพลักษณ์โดยรวมของผลิตภัณฑ์คู่แข่ง	73
2.3-3	แสดงการเปรียบเทียบข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบต่างๆ ของผลิตภัณฑ์คู่แข่งชั้น	81
2.5-1	วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุประเภทหลอด	88
2.5-2	วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุประเภทขวด	89
2.5-3	วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุประเภทกระปุก	90
2.5-4	วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุประเภทฝา	91
2.5-5	วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุประเภทซอง	91
2.5-6	วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุประเภทกล่อง	92
2.5-7	สรุปการเลือกใช้วัสดุผลิตภัณฑ์สี “ครีเอทีฟ” สำหรับงานอดิเรก	93
2.5-8	วิเคราะห์การเลือกใช้ระบบการพิมพ์บนหลอด	93
2.5-9	วิเคราะห์การเลือกใช้ระบบการพิมพ์บนขวดและกระปุก	94
2.5-10	วิเคราะห์การเลือกใช้ระบบการพิมพ์บนซองและกล่อง	94

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



3. รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ก็เป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยในการสื่อสารกับผู้บริโภค ให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักในนามของสีสำหรับงานอดิเรกที่นอกเหนือจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ อีกทั้งบรรจุภัณฑ์ยังเป็นส่วนช่วยเสริมในความน่าสนใจ และการจดจำของผู้บริโภคอีกด้วย

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าคู่แข่งของผลิตภัณฑ์สีสำหรับงานอดิเรกยี่ห้อต่างๆ แทบไม่มีผล หรือมีผลน้อยมากกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์สีสำหรับงานอดิเรกนี้ เนื่องจากยังไม่มีคู่แข่งใดที่เริ่มทำการตลาดอย่างจริงจัง นอกจากบริษัทไซแมค อาร์ต แอนด์ เดคคอร์ เพนท์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่ให้การสนับสนุนการทำวิทยานิพนธ์โครงการนี้เป็นอย่างดี ดังนั้นโครงการออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์สี"ครีเอทีฟ"สำหรับงานอดิเรกจึงเป็นโครงการที่มุ่งเน้นในการวางแผนการตลาดมากกว่า เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สีสำหรับงานอดิเรกเป็นที่รู้จักและสนใจของกลุ่มเป้าหมาย

การออกแบบบรรจุภัณฑ์สอดคล้องกับความเป็นสีสำหรับงานอดิเรก ความเป็นศิลปะ และ ความมีคุณค่าของผลิตภัณฑ์ไว้ในบรรจุภัณฑ์ โดยการใช้ Keywords เป็นเครื่องมือในการออกแบบ ซึ่งทำการออกแบบโลโก้ กราฟฟิก และโครงสร้างไปพร้อมๆกันทั้งหมด เพื่อให้ได้รูปแบบที่สอดคล้องเหมาะสมในแต่ละแนวทาง หลังจากนั้นก็ทำการ Consumer Test เลือกแบบมาทำการพัฒนาต่อไป จึงทำการ Consumer Test อีกที ให้ได้รูปแบบเพียงรูปแบบเดียวที่จะทำการพัฒนาในรายละเอียดต่อไป

ด้านโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ ออกแบบให้ตัวขวดมีส่วนโค้งเว้าเป็นเอกลักษณ์ร่วม เพื่อให้ความรู้สึกรองมือที่ถนัด หรือการพักผ่อนของการทำงานอดิเรก ประกอบกับการใช้ฝาที่เน้นถึงการประหยัดสามารถใช้ฝามาตรฐาน หรือการใช้ฝาร่วมกันได้ในแต่ละโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ส่วนรูปแบบกล่องชุดต่างๆ ก็เป็นการปรับรูปแบบของกล่องมาตรฐานให้มีเอกลักษณ์และ Function พิเศษมากขึ้น โดยการใช้พื้นที่หรือขนาดของกระดาษเท่าเดิมเพื่อการประหยัดต้นทุนในการผลิต

ด้านกราฟฟิกของบรรจุภัณฑ์ ออกแบบให้มีเอกลักษณ์ร่วมกันอย่างชัดเจน โดดเด่น หรูหรา มีความแตกต่างจากคู่แข่ง เหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ และสามารถสื่อได้ตามจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ ส่วนทางด้านของ Logotype ก็ทำการพัฒนาให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สามารถบ่งบอกถึงบุคลิกของตัวผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## คำนำ

ปัจจุบันธุรกิจมากมาย ต่างก็ประสบปัญหากับสถานะเศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจต่างๆ มุ่งเน้นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าให้มีคุณภาพ รวมถึงการสร้าง ส่งเสริมภาพพจน์ที่ดีต่อตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค และสามารถดำรงอยู่ได้ในสถานะเศรษฐกิจขณะนี้ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ก็เป็นแนวทางหนึ่งที่มีส่วนสำคัญเป็นอย่างมากในการส่งเสริมภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากบรรจุภัณฑ์สามารถบ่งบอกถึงลักษณะของสินค้าในด้านต่างๆ ด้วยการสื่อสารให้ผู้บริโภคเข้าใจ ซึ่งบรรจุภัณฑ์ได้ทำหน้าที่เป็นการโฆษณาภายในตัวอีกด้วย

จากโครงการออกแบบกราฟฟิก และบรรจุภัณฑ์สี “ Creatis ” สำหรับงานอดิเรกนี้ เป็นโครงการที่ส่งเสริมให้นักศึกษาได้ฝึกฝน และเกิดทักษะเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ ให้เหมาะสม และตรงตามวัตถุประสงค์ในด้านต่างๆ ซึ่งจะช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของไทยให้มีภาพพจน์ที่ดี และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## กิตติกรรมประกาศ

การทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ไม่อาจสำเร็จลุล่วงไปได้ หากไม่ได้รับการช่วยเหลือ และความอนุเคราะห์ด้านต่างๆ ทั้งทางร่างกาย จิตใจ ประกอบกับการเชื่อเพื่อข้อมูล คำแนะนำต่างๆที่เป็นประโยชน์ จากบุคคลเหล่านี้ ซึ่งข้าพเจ้าก็อดต้นต้นมิได้จากน้ำใจเหล่านั้น จึงขอทำการขอบพระคุณอีกครั้ง หลังจากการขอบคุณด้วยวาจาในอดีต ดังนี้

ขอบพระคุณอย่างสูงสำหรับไก่และหม่าม้า จากการทำที่ไล่ลมตามดูโลกในครั้งนั้น  
ถ้าไม่มีท่านก็อดหมดและจบกัน การสร้างสรร Thesis เช่นนี้ก็ไม่  
ประกอบกับทุนทรัพย์ปัจจัยหลัก มีอาจจักขาดได้พึงประสงค์ มีน้อยต้องใช้มากก็ยังคง  
กราบขอบพระคุณที่รักเคารพซักอีกที  
รองลงมาคือพี่สาวคุณนายใหม่ ซึ่งเป็นเหมือนไก่กับม้าก็ได้  
คอยไถ่ถามทุกอย่างแม้ยามยาก มีอาจพรากพี่คนนี้จากน้องสาว  
ถึงการกล่าวปรึกษาประสพการณ์อาจารย์ใหม่ มียากไร้แม้เวลาเพียงน้อยนิด  
อาจารย์ชาลินคิดชี้แนะให้จำดี โอกาสมีกว่าใครอีกหลายคน  
ทั้งอาจารย์สามคนอีกที่นับถือ ทุกท่านคือเสาหลักของ Package  
สำหรับเจตนาดีที่มีให้ มิได้ไร้หรือด้อยกว่าใครใคร หนูเห็นใจอาจารย์มีศิษย์อยู่มากมาย  
กลายเป็นความเชื่อเพื่อทางบริษัทฯ ที่ช่วยจัดข้อมูลสนับสนุน  
ทั้งพี่เอกพี่เอพี่ป้อมคอยค้ำจุน อีกหลายคนช่วยเหลืออยู่เรื่อยมา  
ขอกล่าวถึงสายรหัสที่อุทิศส่ำห้ สละเวลาส่วนตัวสัมฤทธิ์ผล  
งานสำเร็จลุล่วงได้ตั้งใจดี ทุกคนสามัคคีคือพลัง  
พี่ฟุ้งนนท์เปี้ยกนุ่ยที่รัก มีอาจจักลืมได้แม้สักหน  
และน้องนัฐน้องปลาอีกสองคน สาละวณกระวณกระวายถามไถ่มา  
เขียนคาถึงตรงนี้มีอาจข้าม สันติจามเป็นलगเรากล่าวถึง  
ไมตรีที่มีให้มิขาดซึ่ง ตมิเคยสักครั้งต้องเกรงใจ  
อย่างไรก็ขอบคุณทุกท่านนัก เพื่อนที่รักเพื่อนสนิทมิตรสหาย  
ทั้งอ้อยเปรมปึกหอมบักกิกเอกปวยโสสงอุมกวงนุชชีกัมวิวาย  
คอยถามไถ่แวะเวียนปรึกษาบ้างเป็นครั้งคราว  
กล่าวถึงสุดท้ายนี้อีกสักครั้ง เขียนดั่งดั่งว่า"ขอบคุณ"ทุกท่านเออ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง  
อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรม  
ศาสตร์บัณฑิต

.....  
คณะบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

คณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์

ประธานกรรมการ

กรรมการ

กรรมการ

กรรมการ

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....  
(อาจารย์ ชวลิน ยมาภัย)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หนังสือเลขที่ SM0126/99

วันที่ 21 พฤษภาคม พ.ศ. 2542

เรียน หัวหน้าภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

เรื่อง ขอสันับสนุนการทำวิทยานิพนธ์

ตามที่ นางสาวอภิรดี ภูวเศรษฐ์ นักศึกษาชั้นปีที่ 5 ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีความประสงค์จะทำวิทยานิพนธ์ ในเรื่อง โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ประเภทสีสำหรับงานอดิเรกของบริษัทไซแมค อาร์ต แอนด์ เดคคอร์ เพ้นท์ จำกัด โดยนำข้อมูลสี ลักษณะบรรจุภัณฑ์ของสีของบริษัท ฯ จัดจำหน่ายเป็นฐานข้อมูลในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ ทางบริษัท ฯ ยินดีสนับสนุนข้อมูลเพื่อจัดทำโครงการวิทยานิพนธ์

ทั้งนี้หากนักศึกษาจัดทำวิทยานิพนธ์เสร็จเรียบร้อยแล้ว ทางบริษัท ฯ ขอสำเนา 1 ชุด เพื่อใช้อ้างอิงต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

( วัชรา แปลนภาค )

ผู้จัดการทั่วไป

หมายเหตุ บริษัท ฯ ขอสงวนสิทธิ์ในการอนุญาตให้นำ Logo , Trade Mark และ Brand name ของสินค้าไปใช้ตีพิมพ์หรือเผยแพร่ อนุญาตให้นำเพียงข้อมูลมาใช้เป็นฐานข้อมูลในการออกแบบผลงาน ตามโครงการสมมุติที่นักศึกษาจัดทำขึ้นเท่านั้น

SM00124.99 สารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทนำ

ผลิตภัณฑ์ศิลปะงานศิลปะมีมากมายหลายชนิดหลายประเภท มีความแตกต่างกันตามรูปแบบการใช้งานและวัตถุประสงค์ของผู้ใช้สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ ได้แก่

- กลุ่มผลิตภัณฑ์ศิลปะงานศิลปะสำหรับจิตรกร
- กลุ่มผลิตภัณฑ์ศิลปะงานศิลปะสำหรับงานอดิเรก

โดยเมื่อกล่าวถึงธุรกิจศิลปะงานอดิเรก เป็นผลิตภัณฑ์ที่กำลังเติบโตได้ดี แม้ในสภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำขณะนี้ เนื่องจากมีผู้คนสนใจเป็นจำนวนมาก เพื่อการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์สำหรับการทำเป็นงานอดิเรก หรือการหารายได้เพิ่มเติม ผลิตภัณฑ์ศิลปะงานศิลปะสำหรับงานอดิเรกเริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้น ซึ่งแต่เดิมผลิตภัณฑ์ในท้องตลาดส่วนใหญ่เน้นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศนี้มีหลายชนิดหลายรูปแบบ มีทั้งการนำเข้าในรูปแบบพร้อมจำหน่ายและการนำเข้าแล้วมาบรรจุในประเทศไทยเพื่อเป็นการประหยัดต้นทุนมากขึ้น แต่ส่วนของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตภายในประเทศยังมีน้อยอยู่บริษัท ไชแมค อาร์ต แอนด์ เดคอร์เฟ้นท์ จำกัด ซึ่งเป็นผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ของผลิตภัณฑ์สำหรับงานอดิเรกได้ประสบปัญหาเกี่ยวกับการนำเข้าสินค้าในด้านต่าง ๆ เช่น ปัญหาจากอัตราภาษีการนำเข้าสินค้าที่ค่อนข้างสูง ทำให้ทางบริษัทเกิดข้อจำกัดในการสั่งซื้อสินค้าแต่ละครั้ง ส่งผลให้สินค้าขาดช่วงและไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภคและในแง่ของการจำหน่ายตัวบรรจุภัณฑ์ไม่สามารถทำหน้าที่ได้อย่างเต็มที่ เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ตัวบรรจุภัณฑ์ไม่สามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้ดีเท่าที่ควร เป็นต้น

จากปัญหาต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น ทางบริษัท ไชแมค อาร์ต แอนด์ เดคอร์เฟ้นท์ จำกัด ได้เล็งเห็นถึงประโยชน์และความเป็นไปได้ที่จะสามารถผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปะงานศิลปะสำหรับงานอดิเรกภายในประเทศ เพื่อเสริมพื้นที่ว่างทางการตลาดประกอบกับประโยชน์จากการผลิตและบรรจุภายในประเทศ หรือการนำเข้าสินค้าทุนและวัตถุดิบ ซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศเป็นอย่างมาก<sup>1</sup> ในการส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศ ลดการขาดดุลทางการค้า การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปะงานศิลปะสำหรับงานอดิเรกนับเป็นตลาดที่มีมูลค่าสูงพอสมควรเมื่อเทียบกับตลาดสินค้าอื่น ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับครูใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่าในชื่อมูลนิธิชัยพัฒนา ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทยฯ เนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เนื่องจากทางบริษัท ไชแมค อาร์ต แอนด์ เดคอร์ฟენტ จำกัด มีการส่งเสริมการขายที่ดี และได้เริ่มผลิตผลิตภัณฑ์บางส่วนภายใต้ชื่อบริษัทมาบ้างแล้ว ทำให้บริษัทฯ เป็นที่รู้จักกันดีในธุรกิจสีประเภทนี้ จึงเป็นการง่ายที่จะแนะนำผลิตภัณฑ์สีสำหรับงานอดิเรกที่ผลิตภายในประเทศ ให้เป็นที่ยอมรับแก่ผู้บริโภค

## ความเป็นไปได้ของโครงการ

### 1. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านนโยบาย

เนื่องจากผลิตภัณฑ์สีเพื่องานอดิเรกนี้กำลังเป็นที่นิยมและเป็นที่ยอมรับมากขึ้น ประกอบกับ บริษัท ไชแมค อาร์ต แอนด์ เดคอร์ฟენტ จำกัด ซึ่งเป็นผู้นำทางด้านสีเพื่องานอดิเรกบริษัทได้เริ่มผลิตผลิตภัณฑ์บางส่วน พร้อมกับนโยบายส่งเสริมการขายที่ดี ได้สังเกตเห็นถึงประโยชน์และความเป็นไปได้ของการเปิดผลิตภัณฑ์สีเพื่องานอดิเรกในประเทศ ซึ่งการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีผลอย่างมากในด้านการส่งเสริมการขาย และชักชวนผู้บริโภคโดยตรงให้เป็นที่รู้จัก และเข้าใจถึงตัวผลิตภัณฑ์ บริษัท ไชแมค อาร์ต แอนด์ เดคอร์ฟენტ จำกัด ได้ให้การสนับสนุนทางด้านข้อมูลของตัวผลิตภัณฑ์ และข้อมูลทางการตลาดประกอบกับให้คำปรึกษาเป็นอย่างดี ทำให้โครงการนี้มีความเป็นไปได้สูง

### 2. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเศรษฐกิจ

เนื่องจากอัตราภาษีของสินค้านำเข้ามีอัตราต่อหน่วยค่อนข้างสูงในปัจจุบัน ซึ่งเป็นนโยบายของรัฐบาล เพื่อลดการขาดดุลทางการค้า และฟื้นฟูเศรษฐกิจในประเทศไทย ดังนั้นการส่งเสริมอุตสาหกรรมภายในประเทศทั้งด้านการผลิตสินค้าบางประเภทให้ทัดเทียมกับต่างชาติ รวมถึงการพิมพ์ การบรรจุภัณฑ์ ให้เป็นที่ยอมรับทั้งทางด้านคุณภาพ และมาตรฐานและสามารถช่วยในการลดต้นทุนให้ประหยัดขึ้นกว่าการนำสินค้าเข้า

### 3. การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านสังคม และสภาพแวดล้อม

ผลิตภัณฑ์สีเพื่องานอดิเรกนี้ เปิดกลุ่มเป้าหมายของผู้บริโภคให้กว้างขึ้น ตรงกับการตลาดภายในประเทศ สามารถช่วยให้คนไทยใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ การผลิตอุตสาหกรรมภายในประเทศช่วยลดปัญหาคนว่างงานประกอบกับ ผลิตภัณฑ์สีสำหรับงานอดิเรกชนิดนี้เป็นสีสูตรน้ำ Non-Toxic ที่มีความปลอดภัยทั้งต่อตัวผู้บริโภค และสภาพแวดล้อม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการออกแบบ

ผลิตภัณฑ์ประเภทสีเพื่องานอดิเรก ในด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ นำข้อมูลที่เกี่ยวข้อง กับตัวผลิตภัณฑ์ กลุ่มเป้าหมาย การตลาด มาใช้ในการออกแบบเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าใจ และเลือกซื้อได้ง่ายตรงตามความต้องการ โดยการออกแบบ ทั้งทางด้าน โครงสร้าง กราฟฟิก และการสร้าง Corporate Identity ให้กับตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งนักศึกษาได้รับข้อมูลผ่านทางบริษัทที่ผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลมาแล้ว

#### 5. สรุปความเป็นไปได้ของโครงการ

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ประเภทสี เพื่องานอดิเรก มีความเป็นไปได้สูงทั้งในด้านนโยบาย ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงด้านการออกแบบ ดังได้กล่าวมาแล้วข้างต้นประกอบกับทางบริษัทได้ให้การสนับสนุนทางด้านข้อมูลต่าง ๆ เป็นอย่างดี ลักษณะผู้ใช้สีสำหรับงานอดิเรกภายในประเทศ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ปัญหาหรือเงื่อนไขความต้องการ และแนวทางการแก้ปัญหา

### ด้านภาพรวมของผลิตภัณฑ์

ปัญหาหรือเงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
1. เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายในการใช้งานหลายประเภทแตกต่างกันไป	1. ออกแบบให้ผลิตภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์ร่วมภายใต้ยี่ห้อเดียวกัน แบ่งแยกความหลากหลายและลักษณะการใช้งานให้สามารถจดจำได้ง่าย โดยการออกแบบโครงสร้างและกราฟฟิคที่แตกต่างกัน
2. การสร้างชื่อยี่ห้อผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์และกลุ่มเป้าหมาย เพื่อง่ายแก่การจดจำ	2. การสร้างชื่อยี่ห้อผลิตภัณฑ์ต้องคำนึงถึง <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1 ลักษณะหน้าที่ ชนิดของตัวผลิตภัณฑ์</li> <li>2.2 ลักษณะของสีที่บ่งบอกถึงความเป็นงานอดิเรก</li> <li>2.3 ลักษณะที่แสดงภาพพจน์ของกลุ่มเป้าหมาย</li> <li>2.4 ลักษณะที่แสดงคุณภาพของสินค้าหรือจุดขายที่เป็นสีประเภท Non-Toxic</li> <li>2.5 การใช้ภาษาที่เป็นสากลเพื่อง่ายแก่การเข้าใจและจดจำ</li> <li>2.6 ความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวแตกต่างจากคู่แข่ง</li> </ol>

ประเภทสี แบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

#### 1. ประเภทสีธรรมชาติ (Palette Colors)

ปัญหาหรือเงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
ด้านการบรรจุ (Containment)	
1. ประเภทสีธรรมชาติ แบ่งขนาดการใช้งานออกเป็น 2 ชนิด ได้แก่ <ul style="list-style-type: none"> <li>- หลอดใหญ่ ขนาด 75 ml ใช้การขายแบบแยกหลอดในกรณีที่ใช้จำนวนมาก</li> <li>- หลอดเล็ก ขนาด 20 ml ใช้การขายแบบทดลองเป็นชุดบรรจุ 12 สีลงใน 1 กล่อง</li> <li>- บรรจุภัณฑ์สามารถบรรจุและใช้สีได้หมด โดยไม่แห้งติดบรรจุภัณฑ์</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.1 ออกแบบให้เป็นหลอดพลาสติก เนื่องจากสามารถบีบเนื้อสีออกมาใช้ได้หมด และหลอดสามารถคงรูปอยู่ได้ โดยไม่เกิดการทะลักของสี</li> <li>1.2 ออกแบบให้พอดีกับบรรจุภัณฑ์แต่ละขนาด โดยศึกษาถึงปริมาตรรวม</li> <li>1.3 กล่องบรรจุสีหลอดขนาดเล็ก ออกแบบโครงสร้างให้บรรจุผลิตภัณฑ์ได้ตามจำนวน และมีโครงสร้างอยู่ภายในกล่อง</li> </ol>

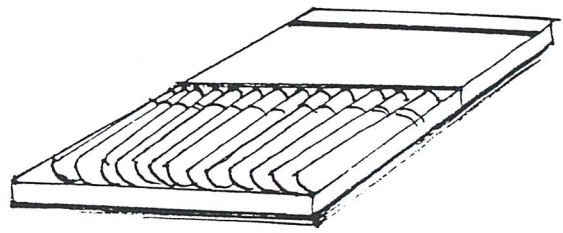
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ปัญหาหรือเงื่อนไขความต้องการ

## แนวทางทางแก้ไขอุปสรรค

## ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)

1. การหยิบใช้ของผู้บริโภคที่สะดวกสบาย รวมไปถึงความสะดวกในการซื้อขายของผู้บริโภค

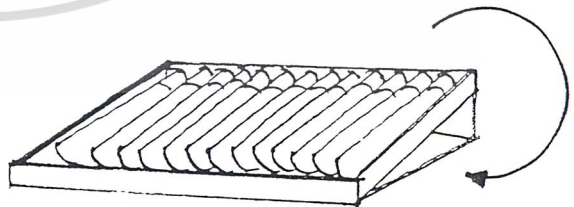


1.4 การบรรจุลงกล่องควรเป็นกล่องกระดาษ Folding Carton ซึ่งสามารถพับขึ้นรูปได้ง่าย ทั้งตัวโครงสร้างภายนอกและภายใน เพื่อความสะดวกและความประหยัดในการผลิต

1.1 ออกแบบให้ฝาของตัวหลอดมีลักษณะที่สามารถแขวนบนตัว Display เมื่อวางขายและสามารถวางตั้งอยู่ได้เมื่อใช้งาน เพื่อสะดวกในการใช้งานและจัดเก็บ




1.2 ออกแบบตัวกล่องบรรจุสีหลอดเล็ก ให้สามารถมองเห็นความแตกต่างของสีในระดับสายตาและหยิบใช้จากกล่องได้สะดวก เช่น ฝาเปิดปิดกล่องสามารถดับเก็บด้านหลัง ดึงสีออกมาได้ง่าย



1.3 ลักษณะกราฟฟิกสามารถให้ผู้บริโภคเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ได้ พร้อมทั้งมีคำอธิบายที่กระชับได้ใจความ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

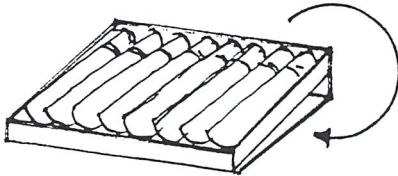
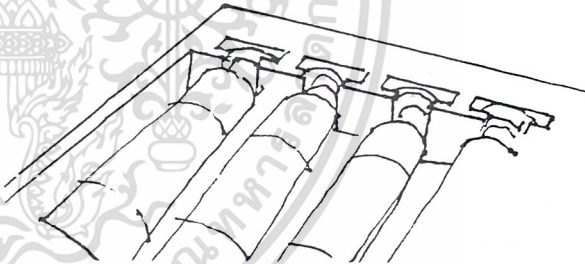
ปัญหาหรือเงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ไขที่เสนอ
<p><b>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. หลอดสามารถป้องกันไม่ให้สีภายในหลอดแห้ง</li> <li>2. ตัวกล่องบรรจุสีหลอดขนาดเล็ก สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในตัวกล่องให้ยืนยาวตลอดการใช้งาน</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. โดยการออกแบบฝาที่ปิดได้สนิท อากาศไม่สามารถผ่านได้</li> <li>2.1 ตัวกล่องออกแบบให้มีโครงสร้างทั้งภายนอกและภายใน เพื่อความแข็งแรง สามารถรับน้ำหนักของหลอดสีได้ รวมถึงทนตลอดอายุการใช้งาน เช่น การพับ tib สั้น ช่วยในการรับแรง</li> <li>2.2 โครงสร้างภายในตัวกล่องมีการออกแบบที่เหมาะสมกับขนาดและลักษณะตัวหลอด โดยสามารถล็อกหลอดให้อยู่กับที่ไมกลิ้งไปมาภายในกล่อง</li> </ol> 
<p><b>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ทั้งโครงสร้างและกราฟฟิก สามารถทำหน้าที่ได้อย่างเต็มที่</li> <li>2. ลักษณะกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ สามารถบ่งบอกถึงตัวผลิตภัณฑ์ได้</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีรูปแบบและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว สร้างความดึงดูดใจ แก่กลุ่มเป้าหมาย ทันสมัย และสะอาดตา</li> <li>2.1 ออกแบบลักษณะกราฟฟิกให้ง่ายต่อการซื้อขาย โดยบรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่ในการขายด้วยตัวมันเอง ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคในการเข้าใจและเลือกซื้อ</li> <li>2.2 ลักษณะของกราฟฟิกสามารถแยกแยะเลือกหยิบใช้สีแต่ละสีได้โดยสะดวก</li> <li>2.3 ออกแบบโครงสร้างทั้งหลอดและกล่อง ให้สามารถใช้พื้นที่ในการส่งเสริมการขายได้คุ้มค่าที่สุด</li> </ol>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2. ประเภทสีมุก (Metallic Colors)

ปัญหาหรือเงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์
<p><b>ด้านการบรรจุ (Containment)</b></p> <p>1. ประเภทสีมุก เป็นสีที่ให้ความประกายเงางาม สามารถเขียนบนพื้นสีเข้มได้เด่นชัด แบ่งขนาดของการใช้งาน ออกเป็น 2 ขนาด ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- หลอดใหญ่ ขนาด 75 ml ใช้การขายแบบแยกหลอด ในกรณีที่ใช้จำนวนมาก</li> <li>- หลอดเล็ก ขนาด 20 ml ใช้การขายแบบทดลองเป็นชุด บรรจุ 8 สีลงใน 1 กล่อง</li> <li>- บรรจุภัณฑ์สามารถบรรจุและใช้สีได้หมด โดยไม่แห้งติด บรรจุภัณฑ์</li> </ul>	<p>1.1 ออกแบบให้เป็นหลอดพลาสติก เนื่องจากสามารถบีบเนื้อสีออกมาใช้ได้หมด และหลอดสามารถคงรูปอยู่ได้ โดยไม่เกิดการทะลักของสี</p> <p>1.2 ออกแบบให้พอเหมาะกับบรรจุภัณฑ์แต่ละขนาด โดยศึกษาถึงปริมาตรรวม</p> <p>1.3 กล่องบรรจุสีหลอดขนาดเล็ก ออกแบบโครงสร้างให้บรรจุผลิตภัณฑ์ได้ตามจำนวน และมีโครงสร้างอยู่ภายในกล่อง</p>  <p>1.4 การบรรจุลงกล่องควรเป็นกล่องกระดาษ Folding Carton ซึ่งสามารถพับขึ้นรูปได้ง่าย ทั้งตัวโครงสร้างภายนอกและภายใน เพื่อความสะดวกและความประหยัดในการผลิต</p>
<p><b>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</b></p> <p>1. การหยิบใช้ของผู้บริโภคที่สะดวกสบาย รวมไปถึงความสะดวกในการซื้อขายของผู้บริโภค</p>	<p>1.1 ออกแบบให้ฝาของตัวหลอดมีลักษณะที่สามารถแขวนบนตัว Display เมื่อวางขายและสามารถวางตั้งอยู่ได้เมื่อใช้งานเพื่อสะดวกในการใช้งานและจัดเก็บ</p>  <p>1.2 ออกแบบตัวกล่องบรรจุสีหลอดเล็ก ให้สามารถมองเห็นความแตกต่างของสีในระดับสายตาและหยิบใช้จากกล่องได้สะดวก เช่น ฝาเปิดปิดกล่องสามารถดับเก็บด้านหลังดึงสีออกมาได้ง่าย</p>

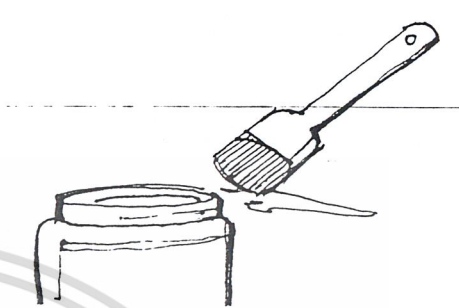
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้มาใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาหรือเงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการดำเนินงาน
<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. หลอดสามารถป้องกันไม่ให้สีภายในหลอดแห้ง</li> <li>2. ตัวกล่องบรรจุสีหลอดขนาดเล็ก สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในตัวกล่องให้ยืนยาวตลอดการใช้งาน</li> </ol>	 <p>1.3 ลักษณะกราฟฟิคสามารถให้ผู้บริโภคเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ได้ พร้อมทั้งมีคำอธิบายที่กระชับได้ใจความ</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. โดยการออกแบบฝาที่ปิดได้สนิท อากาศไม่สามารถผ่านได้</li> <li>2.1 ตัวกล่องออกแบบให้มีโครงสร้างทั้งภายนอกและภายในเพื่อความแข็งแรง สามารถรับน้ำหนักของหลอดสีได้ รวมถึงทนตลอดอายุการใช้งาน เช่น การพับ รีด สัน ช่วยในการรับแรง</li> <li>2.2 โครงสร้างภายในตัวกล่องมีการออกแบบที่เหมาะสมกับขนาดและลักษณะตัวหลอด โดยสามารถล็อคหลอดให้อยู่กับที่ไม่กลิ้งไปมาภายในกล่อง</li> </ol> 
<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ทั้งโครงสร้างและกราฟฟิคสามารถทำหน้าที่ได้อย่างเต็มที่</li> <li>2. ลักษณะกราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์ สามารถปกป้องถึงตัวผลิตภัณฑ์ได้</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีรูปแบบและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว สร้างความดึงดูดใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ทันสมัย และสะดุดตา</li> <li>2.1 ออกแบบลักษณะกราฟฟิคให้ง่ายต่อการซื้อขาย โดยบรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่ในการขายด้วยตัวมันเอง ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคในการเข้าใจและเลือกซื้อ</li> <li>2.2 ลักษณะของกราฟฟิคสามารถแยกแยะเลือกหยิบใช้สีแต่ละสีได้โดยสะดวก</li> <li>2.3 ออกแบบโครงสร้างทั้งหลอดและกล่อง ให้สามารถใช้พื้นที่ในการส่งเสริมการขายได้คุ้มค่าที่สุด</li> </ol>

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์สำหรับการแข่งขันเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่ขอสงวนสิทธิ์ในการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3. ประเภทสีรองพื้น (Background Colors)


ปัญหาหรือเงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการออกแบบ
<p><b>ด้านการบรรจุ (Containment)</b></p> <p>1. สีรองพื้นเป็นสีที่ใช้ในพื้นที่ใหญ่ ๆ ใช้งานทีละมาก ๆ ขนาดบรรจุ 250 ml</p> <p>2. สามารถบรรจุสีได้ตามที่กำหนด และใช้สีได้หมดโดยไม่มี แห่งติดบรรจุภัณฑ์</p>	<p>1.1 ออกเป็นลักษณะของกระปุกเพื่อความเหมาะสมกับการใช้ งานครั้งละมาก ๆ เช่น เป็นกระปุกปากกว้างเพื่อสะดวกใน การตักใช้</p>  <p>1.2 ออกแบบให้พอเหมาะกับบรรจุภัณฑ์แต่ละขนาด โดยศึกษา ถึงปริมาตรรวม</p> <p>2. เลือกใช้วัสดุที่สีไม่แห้งติด เช่น กระปุกพลาสติก</p>
<p><b>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</b></p> <p>1. การหยิบใช้ของผู้บริโภคที่สะดวกสบาย รวมไปถึงควม สะดวกในการซื้อขายของผู้บริโภค</p>	<p>1.1 ออกแบบลักษณะตัวกระปุกและฝากระปุก ให้สามารถเปิด ปิดใช้งานง่ายตรงตามลักษณะการใช้งาน ขนาดกระปุกไม่ ใหญ่เกินไป ทำให้ง่ายต่อการหยิบยก</p> <p>1.2 ออกแบบลักษณะกราฟฟิกให้สามารถมองเห็นความแตกต่าง ของสีและชนิดของผลิตภัณฑ์ เพื่อสะดวกในการเลือกซื้อ เลือกใช้</p>
<p><b>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</b></p> <p>1. บรรจุภัณฑ์สามารถรักษาคุณสมบัติของสี หรือป้องกัน ไม่ให้สีภายในแห้งได้</p> <p>2. บรรจุภัณฑ์ต้องมีความคงทนตลอดอายุการใช้งาน</p>	<p>1. โดยการออกแบบฝาที่ปิดฝาได้สนิท อากาศไม่สามารถผ่านได้</p> <p>2. ตัวกระปุกทำจากพลาสติก เพื่อป้องกันการแตกแตก ออกแบบ ให้โค้งเว้าหรือหยักเล็กน้อยเพื่อความแข็งแรง แต่ไม่ให้มากเกินไปจน ใช้งานได้ลำบาก</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำมาใช้เพื่อประโยชน์อื่นใดโดยไม่ได้รับอนุญาตให้เผยแพร่หรือใช้ซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาต  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาหรือเงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p><u>ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย (Promotion)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ทั้งโครงสร้างและกราฟฟิก สามารถทำหน้าที่ได้อย่างเต็มที่</li> <li>2. ลักษณะกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ สามารถบ่งบอกถึงตัวผลิตภัณฑ์ได้</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีรูปแบบและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว สร้างความดึงดูดใจ แก่กลุ่มเป้าหมาย ทันสมัย และสะอาดตา</li> <li>2.1 ออกแบบลักษณะกราฟฟิกให้ง่ายต่อการซื้อขาย โดยบรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่ในการขายด้วยตัวมันเอง ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคในการเข้าใจและเลือกซื้อ</li> <li>2.2 ลักษณะของกราฟฟิกสามารถแยกแยะเลือกหยิบใช้สีแต่ละสีได้โดยสะดวก</li> <li>2.3 ออกแบบโครงสร้างให้สามารถใช้พื้นที่ในการส่งเสริมการขายได้คุ้มค่าที่สุด</li> </ol>

ประเภทสารผสม แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. ประเภทสื่อผสม (Medium)

ปัญหาหรือเงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p><u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. สื่อผสมเป็นน้ำยาซึ่งมีคุณสมบัติพิเศษมีทั้งหมด 14 ชนิด 1 ขนาด คือ 200 ml บรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุต้องไม่ทำปฏิกิริยากับสารเคมี เพื่อเป็นการรักษาคุณสมบัติของน้ำยาไว้</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.1 เลือกใช้วัสดุประเภทพลาสติกที่ทนต่อสารเคมี</li> <li>1.2 ออกแบบให้พอเหมาะกับบรรจุภัณฑ์แต่ละขนาด โดยศึกษาถึงปริมาณรวม</li> <li>1.3 ออกแบบเป็นลักษณะของขวด เพื่อความเหมาะสมกับการใช้งาน สำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นน้ำ</li> </ol> 
<p><u>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. การหยิบใช้ของผู้บริโภคที่สะดวกสบาย รวมไปถึงความสะดวกในการซื้อขายของผู้บริโภค</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.1 ออกแบบลักษณะตัวขวดและฝาขวด สามารถเปิดปิดใช้งานง่ายตรงตามลักษณะการใช้งาน การจับที่กระชับมือหยิบยกง่าย</li> </ol>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่มีการพิมพ์ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อที่ และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกรณีไปใช้

## ปัญหาหรือเงื่อนไขความต้องการ

## แนวทางการแก้ปัญหา

## ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)

1. บรรจุก๊าซที่สามารถรักษาคุณสมบัติของสี หรือป้องกันไม่ให้สีภายในแห้งได้

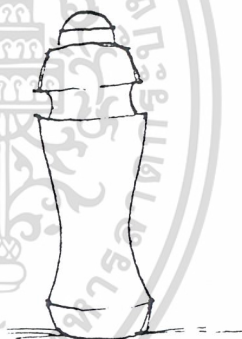
1.2 ออกแบบลักษณะกราฟฟิกให้สามารถมองเห็นความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ เพื่อสะดวกในการเลือกซื้อเลือกใช้

- 1.1 โดยการออกแบบฝาที่ปิดฝาได้สนิท อากาศไม่สามารถผ่านได้  
1.2 ตัวบรรจุก๊าซทำเป็นลักษณะของขวดปากแคบ เพื่อการใช้งานและเพื่อพื้นที่สัมผัสที่น้อยลงของปากขวด



2. บรรจุก๊าซต้องมีความคงทนตลอดอายุการใช้งาน

2. ตัวขวดทำจากพลาสติก เพื่อป้องกันการแตกแตก ออกแบบให้โค้งเว้าหรือหยักเล็กน้อยเพื่อความแข็งแรง แต่ไม่ให้มากเกินไปจนใช้งานได้ลำบาก





## ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

1. ลักษณะของบรรจุก๊าซ ทั้งโครงสร้างและกราฟฟิกสามารถทำหน้าที่ได้อย่างเต็มที่  
2. ลักษณะกราฟฟิกบนบรรจุก๊าซ สามารถบ่งบอกถึงตัวผลิตภัณฑ์ได้



1. มีรูปแบบและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว สร้างความดึงดูดใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ทันสมัย และสะดุดตา  
2.1 ออกแบบลักษณะกราฟฟิกให้ง่ายต่อการซื้อขาย โดยบรรจุก๊าซสามารถทำหน้าที่ในการขายด้วยตัวมันเอง ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคในการเข้าใจและเลือกซื้อ  
2.2 ลักษณะของกราฟฟิกสามารถแยกแยะเลือกหยิบใช้สีได้โดยสะดวก  
2.3 ออกแบบโครงสร้างทั้งหมดและกล่อง ให้สามารถใช้พื้นที่ในการส่งเสริมการขายได้คุ้มค่าที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่รวมกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งถ้าไม่มีให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ประเภทตัวสร้างลายนูน (Texture Paste)

ปัญหาหรือเงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการออกแบบ
<p><b>ด้านการบรรจุ (Containment)</b></p> <p>1. ตัวสร้างลายนูน เป็นตัวสร้างพื้นผิวต่าง ๆ มีการใช้งานหลายรูปแบบแตกต่างกัน ขนาดบรรจุ 200 ml</p> <p>2. สามารถบรรจุได้ตามที่กำหนด และใช้สีได้หมดโดยไม่แห้งติดบรรจุภัณฑ์</p>	<p>1. ออกแบบเป็นลักษณะของกระปุกปากกว้าง เพื่อความเหมาะสมกับการใช้งานที่หลากหลาย และมีขนาดที่เหมาะสม ลักษณะโครงสร้างให้แตกต่างจากตัวสีรองพื้น เพื่อแยกแ่งการเลือกใช้</p>  <p>2.1 ออกแบบให้พอเหมาะกับบรรจุภัณฑ์แต่ละขนาด โดยศึกษาถึงปริมาตรรวม</p> <p>2.2 เลือกใช้วัสดุไม่ให้ตัวสร้างลายนูนไปเกาะติด เช่น กระปุกพลาสติก</p>
<p><b>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</b></p> <p>1. การหยิบใช้ของผู้บริโภคที่สะดวกสบาย รวมไปถึงความสะดวกในการซื้อขายของผู้บริโภค</p> <p>2. จากการใช้งานที่หลากหลายของตัวสร้างลายนูน การเขียนลายที่เป็นการใช้พื้นฐาน วิธีใช้ค่อนข้างยุ่งยาก</p>	<p>1.1 ออกแบบลักษณะตัวกระปุกและฝากระปุกขวดให้เปิดปิดใช้งานง่ายตรงตามลักษณะการใช้งาน ขนาดไม่ใหญ่เกินไปทำให้ง่ายต่อการหยิบยก</p>  <p>1.2 ออกแบบลักษณะกราฟฟิคให้สามารถมองเห็นความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ เพื่อสะดวกในการเลือกซื้อเลือกใช้</p> <p>2. ออกแบบเพื่อส่งเสริมการใช้งานที่สะดวกขึ้น โดยการออกแบบเพิ่มเป็นขวดบีบตัวสร้างลายนูนขนาดเล็ก หัวขวดสามารถใช้เขียนแทนการใช้กรวยกระดาษ เป็นต้น</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่สามารถเผยแพร่ หักล้าง อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

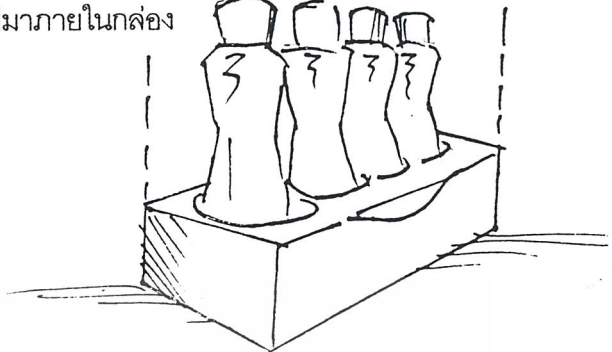
ปัญหาหรือเงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <p>1. บรรจุก้อนที่สามารถรักษาคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์แลป้องกันไม่ให้ผลิตภัณฑ์ภายในแห้งได้</p> <p>2. บรรจุก้อนต้องมีความคงทนตลอดอายุการใช้งาน</p>	<p>1.1 โดยการออกแบบฝาที่ปิดฝาได้สนิท อากาศไม่สามารถผ่านได้</p> <p>1.2 ตัวบรรจุก้อนทำเป็นลักษณะของกระปุกปากกว้าง เพื่อการใช้งาน</p>  <p>2. กระปุกทำจากพลาสติก เพื่อป้องกันการแตก ออกแบบให้โค้งเว้าหรือหยักเล็กน้อยเพื่อความแข็งแรง แต่ไม่ให้มากเกินไปจนใช้งานลำบาก</p> 
<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <p>1. ลักษณะของบรรจุก้อน ทั้งโครงสร้างและกราฟฟิกสามารถทำหน้าที่ได้อย่างเต็มที่</p> <p>2. ลักษณะกราฟฟิกบนบรรจุก้อน สามารถบ่งบอกถึงตัวผลิตภัณฑ์ได้</p>	<p>1. มีรูปแบบและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว สร้างความดึงดูดใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ทันสมัย และสะอาดตา</p> <p>2.1 ออกแบบลักษณะกราฟฟิกให้ง่ายต่อการซื้อขาย โดยบรรจุก้อนสามารถทำหน้าที่ในการขายด้วยตัวมันเอง ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคในการเข้าใจและเลือกซื้อ</p> <p>2.2 ลักษณะของกราฟฟิกสามารถแยกแยะเลือกหยิบใช้สีได้โดยสะดวก</p> <p>2.3 ออกแบบโครงสร้างทั้งหลอดและกล่อง ให้สามารถใช้พื้นที่ในการส่งเสริมการขายได้คุ้มค่าที่สุด</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

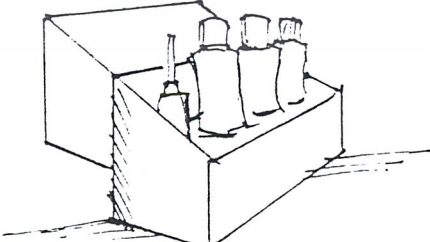
## ประเภทกล่องบรรจุชุดเทคนิค แบ่งออกเป็น 2 ชุดใหญ่ ๆ ได้แก่

### 1. ประเภทกล่องบรรจุชุดเทคนิคแตกลายงา

ปัญหาหรือเงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ไข
<p><u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <p>1. กล่องบรรจุชุดเทคนิคแตกลายงา ประกอบด้วย สื่อผสมขนาดเล็กขนาด 60 ml จำนวน 6 ขวด</p>	<p>1.1 กล่องบรรจุออกแบบให้โครงสร้างภายในกล่องสามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ได้ตามจำนวน มีขนาดที่พอดี ไม่เล็กหรือใหญ่เกินไป</p>  <p>1.2 การบรรจุลงกล่อง ควรเป็นกล่องกระดาษ Folding Carton สามารถพับขึ้นรูปได้ทั้งตัวโครงสร้างภายนอกและภายใน เพื่อความสะดวกและความประหยัดในการผลิต</p>
<p><u>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <p>1. การหยิบใช้ของผู้บริโภคที่สะดวกสบาย รวมไปถึงความสะดวกในการซื้อขายของผู้บริโภค</p>	<p>1.1 ออกแบบตัวกล่องให้สามารถเปิดปิดกล่องได้โดยง่ายและแข็งแรง ไม่มีการใช้งานที่ซับซ้อนมากนัก</p> <p>1.2 ออกแบบให้สามารถหยิบใช้ขวดได้สะดวก เช่น ฝากล่องสามารถพับเก็บไปด้านหลัง ในรูปแบบที่เพิ่มความสะดวกในการหยิบใช้ และจัดเก็บ เช่น การพับเอียง ๆ เพื่อการมองเห็น สามารถเลือกใช้ในระดับสายตา</p> 
<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <p>1. บรรจุภัณฑ์สามารถรักษาคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และป้องกันไม่ให้ผลิตภัณฑ์ภายในแห้งได้ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า</p>	<p>1.1 ออกแบบให้ตัวกล่องมีโครงสร้างทั้งภายในและภายนอกให้มีความแข็งแรง สามารถรองรับตัวขวดได้ และคงทนตลอดอายุการใช้งาน เช่น การพับ rib สัน ช่วยในการรับแรง</p>

ปัญหาหรือเงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ไข/แก้ปัญหา
<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ทั้งโครงสร้างและกราฟฟิก สามารถทำหน้าที่ได้อย่างเต็มที่</li> <li>2. ลักษณะกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ สามารถบ่งบอกถึงตัวผลิตภัณฑ์ได้</li> </ol>	<p>1.2 โครงสร้างภายในกล่อง มีการออกแบบที่เหมาะสมกับขนาด และลักษณะตัวขวด โดยสามารถล็อกขวดให้อยู่กับที่ ไม่ล้าไปมาภายในกล่อง</p>  <ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีรูปแบบและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว สร้างความดึงดูดใจ แก่กลุ่มเป้าหมาย ทันสมัย และสะอาดตา</li> <li>2.1 ออกแบบลักษณะกราฟฟิกให้ง่ายต่อการซื้อขาย โดยบรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่ในการขายด้วยตัวมันเอง ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคในการเข้าใจและเลือกซื้อ</li> <li>2.2 ลักษณะของกราฟฟิกสามารถแยกแยะเลือกหยิบใช้สีได้โดยสะดวก</li> <li>2.3 ออกแบบโครงสร้างกล่อง ให้สามารถใช้พื้นที่ในการส่งเสริมการขายได้คุ้มค่าที่สุด</li> </ol>

## 2. ประเภทกล่องบรรจุชุดเทคนิคเขียนลายนูน

ปัญหาหรือเงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ไข/แก้ปัญหา
<p><u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. กล่องบรรจุชุดเทคนิคชุดเทคนิคเขียนลายนูน ประกอบด้วยสี่ผสมขวดเล็ก ขนาด 60 ml จำนวน 3 ขวด และตัวสร้างลายนูน 1 ขวด</li> </ol>	<p>1.1 กล่องบรรจุออกแบบให้โครงสร้างภายในกล่องสามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ได้ตามจำนวน มีขนาดที่พอดี ไม่เล็กหรือใหญ่เกินไป</p>  <p>1.2 การบรรจุลงกล่อง ควรเป็นกล่องกระดาษ Folding Carton สามารถพับขึ้นรูปได้ทั้งตัวโครงสร้างภายนอกและภายใน เพื่อ</p> <p>เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ความสะดวกและความประหยัดในการผลิต</p>

ปัญหาหรือเงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p><u>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <p>1. การหยิบใช้ของผู้บริโภคที่สะดวกสบาย รวมไปถึงความสะดวกในการซื้อขายของผู้บริโภค</p>	<p>1.3 ออกแบบกล่องให้สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ที่มีขนาดและรูปแบบต่างกัน สามารถจัดเรียงอยู่ด้วยกันอย่างมีระเบียบสวยงาม</p> <p>1.1 ออกแบบตัวกล่องให้สามารถเปิดปิดกล่องได้โดยง่ายและแข็งแรง ไม่มีการใช้งานที่ซับซ้อนมากนัก</p> <p>1.2 ออกแบบให้สามารถหยิบใช้ขวดได้สะดวก เช่นฝากล่องสามารถพับเก็บไปด้านหลัง ในรูปแบบที่เพิ่มความสะดวกในการหยิบใช้และจัดเก็บ เช่น การพับเอียง ๆ เพื่อการมองเห็น สามารถเลือกใช้ในระดับสายตา</p> 
<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <p>1. บรรจุภัณฑ์สามารถรักษาคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และป้องกันไม่ให้ผลิตภัณฑ์ภายในแห้งได้</p>	<p>1.1 ออกแบบให้ตัวกล่องมีโครงสร้างทั้งภายในและภายนอกให้มีความแข็งแรง สามารถรองรับตัวขวดได้ และคงทนตลอดอายุการใช้งาน เช่น การพับ rib สั้น ช่วยในการรับแรง</p> <p>1.2 โครงสร้างภายในกล่อง มีการออกแบบที่เหมาะสมกับขนาดและลักษณะตัวขวด โดยสามารถล็อกขวดให้อยู่กับที่ ไม่แกว่งไปมาภายในกล่อง</p> 
<p><u>ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย (Promotion)</u></p> <p>1. ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ทั้งโครงสร้างและกราฟฟิกสามารถทำหน้าที่ได้อย่างเต็มที่</p> <p>2. ลักษณะกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ สามารถบ่งบอกถึงตัวผลิตภัณฑ์ได้</p> <p>เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการค้า</p>	<p>1. มีรูปแบบและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว สร้างความดึงดูดใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ทันสมัย และสะดุดตา</p> <p>2.1 ออกแบบลักษณะกราฟฟิกให้ง่ายต่อการซื้อขาย โดยบรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่ในการขายด้วยตัวมันเอง ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคในการเข้าใจและเลือกซื้อ</p>

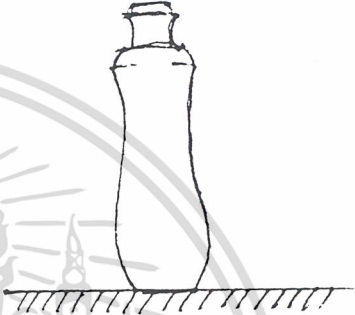
ปัญหาหรือเงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
	<p>สีได้โดยสะดวก</p> <p>2.3 ออกแบบโครงสร้างทั้งหลอดและกล่อง ให้สามารถใช้พื้นที่ในการส่งเสริมการขายได้คุ้มค่าที่สุด</p>

**ประเภทวัสดุและอุปกรณ์เสริม** แบ่งออกเป็น

**1. ประเภทกาว (Latex)**

ปัญหาหรือเงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p><b>ด้านการบรรจุ (Containment)</b></p> <p>1. กาว Latex ค่อนข้างเหนียวและข้น มี 2 ขนาด ได้แก่ ขนาด 120 ml และ ขนาด 80 ml</p> <p>2. บรรจุภัณฑ์สามารถบรรจุและใช้สีได้หมดโดยไม่แห้งติดบรรจุภัณฑ์</p>	<p>1.1 ออกแบบเป็นลักษณะของขวดปากกว้างเล็กน้อย แต่ไม่เป็นกระปุก เนื่องจากการใช้งานใช้ที่ละน้อย และลักษณะกาวที่ค่อนข้างเหนียวทำให้ขวดควรมีปากที่กว้างกว่าขวดสีผสมเพื่อสะดวกในการทากาว</p> <p>1.2 ออกแบบให้พอเหมาะกับบรรจุภัณฑ์แต่ละขนาด โดยศึกษาถึงปริมาตรรวม</p> <p>1.3 ออกแบบให้โครงสร้างแตกต่างจากขวดอื่น แต่มีความ Corrugated เนื่องจากราคาของกาวมีราคาไม่แพง ต่างจากผลิตภัณฑ์อื่น เพื่อง่ายต่อการเลือกใช้</p> <p>2. เลือกใช้วัสดุที่สีไม่แห้งติด เช่น ขวดพลาสติก</p>
<p><b>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</b></p> <p>1. การหยิบใช้ของผู้บริโภคที่สะดวกสบาย รวมไปถึงความสะดวกในการซื้อขายของผู้บริโภค</p>	<p>1.1 ออกแบบลักษณะขวดและฝาขวด ให้สามารถเปิดปิดใช้งานง่ายตรงตามลักษณะการใช้งาน การจับที่กระชับมือหยิบยกง่าย</p> <p>1.2 ออกแบบลักษณะกราฟฟิคให้สามารถบอกรายละเอียด ชนิดของผลิตภัณฑ์และการใช้งาน เพื่อสะดวกในการเลือกซื้อเลือกใช้</p> <p>1.3 ออกแบบตัวขวดหรือฝาขวดให้มีอุปกรณ์ช่วยในการทากาว เช่น การออกแบบขวดให้มีที่สำหรับติดที่ทากาวหรือออกแบบฝาที่ใช้เป็นที่ทากาว เป็นต้น</p> <div data-bbox="799 1703 1313 1943" data-label="Image"> </div>

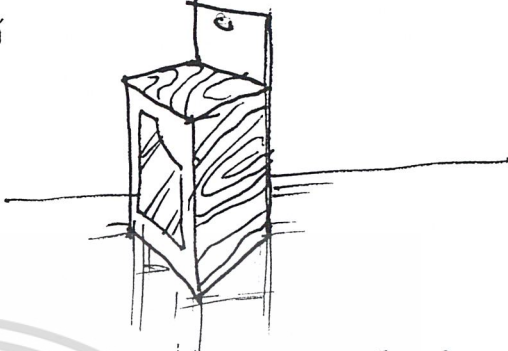
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่หรือใช้ซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาตจากสำนักหอสมุดกลาง

ปัญหาหรือเงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p><b>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</b></p> <p>1. บรรจุภัณฑ์สามารถรักษาคุณสมบัติของสี หรือป้องกันไม่ให้สีภายในแห้งได้</p> <p>2. บรรจุภัณฑ์ต้องมีความคงทนตลอดอายุการใช้งาน</p>	<p>1.1 โดยการออกแบบฝาที่ปิดฝาได้สนิท อากาศไม่สามารถผ่านได้</p> <p>1.2 ตัวบรรจุภัณฑ์ทำเป็นลักษณะของขวดปากแคบ เพื่อการใช้งานและเพื่อพื้นที่สัมผัสที่น้อยลงของปากขวด</p> <p>2. ตัวขวดทำจากพลาสติก เพื่อป้องกันการแตกแตก ออกแบบให้โค้งงอหรือหยักเล็กน้อยเพื่อความแข็งแรง แต่ไม่ให้มากเกินไปจนใช้งานได้ลำบาก</p> 
<p><b>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</b></p> <p>1. ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ทั้งโครงสร้างและกราฟฟิก สามารถทำหน้าที่ได้อย่างเต็มที่</p> <p>2. ลักษณะกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ สามารถบ่งบอกถึงตัวผลิตภัณฑ์ได้</p>	<p>1. มีรูปแบบและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว สร้างความดึงดูดใจ แก่กลุ่มเป้าหมาย ทันสมัย และสะดุดตา</p> <p>2.1 ออกแบบลักษณะกราฟฟิกให้ง่ายต่อการซื้อขาย โดยบรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่ในการขายด้วยตัวมันเอง ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคในการเข้าใจและเลือกซื้อ</p> <p>2.2 ลักษณะของกราฟฟิกสามารถแยกแยะเลือกหยิบได้โดยสะดวก</p> <p>2.3 ออกแบบโครงสร้างให้สามารถใช้พื้นที่ในการส่งเสริมการขายได้คุ้มค่าที่สุด</p>

## 2. ประเภทกล่องยาลวดลายไม้

ปัญหาหรือเงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p><b>ด้านการบรรจุ (Containment)</b></p> <p>1. ยางทำลวดลายไม้มีลักษณะคล้ายตัวปั๊ม รูปร่างโค้งงอ ไม่สามารถตั้งตรงอยู่ได้</p>	<p>1.1 ออกแบบให้โครงสร้างภายในกล่องสามารถบรรจุยางทำลวดลายไม้ให้อยู่กับที่และมีขนาดที่เหมาะสม</p> <p>1.2 การบรรจุลงกล่อง ควรเป็นกล่องกระดาษ Folding Carton สามารถพับขึ้นรูปได้ทั้งตัวโครงสร้างภายนอกและภายใน เพื่อ</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเผยแพร่ และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

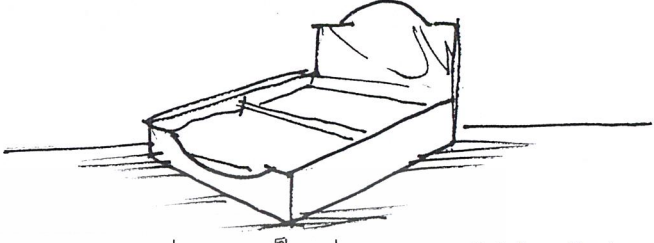
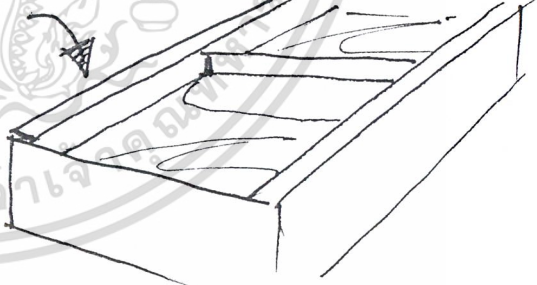
ปัญหาหรือเงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p><u>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>ใช้ลักษณะกล่องให้มีความสะดวกในการวางขาย</li> <li>ให้ผู้บริโภคสามารถมองเห็นสินค้าภายในกล่องได้ เพื่อง่ายแก่การเข้าใจและจดจำสินค้า</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>ออกแบบให้กล่องสามารถวางขายด้วยการวางตั้งหรือการแขวน</li> <li>ออกแบบให้กล่องมีการเจาะช่องหน้าต่างสำหรับโชว์สินค้าภายในกล่องได้</li> </ol> 
<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>บรรจุภัณฑ์สามารถคุ้มครองรักษาสินค้าภายในกล่อง ไม่ให้เกิดความเสียหายได้</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>โดยการออกแบบกล่องที่มีการเสริมความแข็งแรงในส่วนที่ใช้แขวน</li> </ol>
<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ทั้งโครงสร้างและกราฟฟิก สามารถทำหน้าที่ได้อย่างเต็มที่</li> <li>ลักษณะกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ สามารถบ่งบอกถึงตัวผลิตภัณฑ์ได้</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>มีรูปแบบและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว สร้างความดึงดูดใจ แก่กลุ่มเป้าหมาย ทันสมัย และสะอาดตา</li> <li>1 ออกแบบลักษณะกราฟฟิกให้ง่ายต่อการซื้อขาย โดยบรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่ในการขายด้วยตัวมันเอง ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคในการเข้าใจและเลือกซื้อ</li> <li>2 ลักษณะของกราฟฟิกสามารถแยกแยะเลือกหยิบได้โดยสะดวก</li> <li>3 ออกแบบโครงสร้างให้สามารถใช้พื้นที่ในการส่งเสริมการขายได้คุ้มค่าที่สุด</li> </ol>

### 3. ประเภทของ Template และ ซองแผ่นเงิน - ทองคำเปลว

ปัญหาหรือเงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ทั้งโครงสร้างและกราฟฟิก สามารถทำหน้าที่ได้อย่างเต็มที่</li> <li>ลักษณะกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ สามารถบ่งบอกถึงตัวผลิตภัณฑ์ได้</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>มีรูปแบบและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว สร้างความดึงดูดใจ แก่กลุ่มเป้าหมาย ทันสมัย และสะอาดตา</li> <li>1 ออกแบบลักษณะกราฟฟิกให้ง่ายต่อการซื้อขาย โดยบรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่ในการขายด้วยตัวมันเอง ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคในการเข้าใจและเลือกซื้อ</li> <li>2 ลักษณะของกราฟฟิกสามารถแยกแยะเลือกหยิบได้โดยสะดวก</li> <li>3 ออกแบบโครงสร้างให้สามารถใช้พื้นที่ในการส่งเสริมการขายได้คุ้มค่าที่สุด</li> </ol>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานาน ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

## 3. ประเภทกล่อง Display แผ่นเงิน - ทองคำเปลว

ปัญหาหรือเงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p><b>ด้านการบรรจุ (Containment)</b></p> <p>1. ตัวกล่องสามารถบรรจุแผ่นเงิน - ทองคำเปลวทั้งหมดจำนวน 24 ซอง</p>	<p>1.1 ออกแบบการจัดเรียงซองเงิน - ทองคำเปลวภายในกล่อง ให้สามารถบรรจุได้พอดีเป็นระเบียบ ซองไม่กระจัดกระจาย</p>  <p>1.2 การบรรจุลงกล่อง ควรเป็นกล่องกระดาษ Folding Carton สามารถพับขึ้นรูปได้ทั้งตัวโครงสร้างภายนอกและภายใน เพื่อความสะดวกและความประหยัดในการผลิต</p>
<p><b>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</b></p> <p>1. การหยิบซื้อสามารถหยิบได้สะดวก ไม่ติดขัดกับผนัง</p> <p>2. การใช้งานกล่องของผู้ขายสามารถใช้ได้สะดวกไม่ลำบาก</p>	<p>1. ออกแบบให้กล่องมีการเจาะผนังด้านหน้าให้ลึกลงไป เพื่อมีช่องว่างให้มือสามารถหยิบซองได้ง่าย</p> <p>2. ออกแบบให้กล่องมีวิธีการพับ ไม่ซับซ้อนจนเกินไป ซึ่งทำให้ง่ายในการพับ Display</p>
<p><b>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</b></p> <p>1. บรรจุภัณฑ์สามารถคุ้มครองรักษาสินค้าภายในกล่อง ไม่ให้เกิดความเสียหายได้</p>	<p>1. ออกแบบให้ตัวกล่องมีโครงสร้างแข็งแรง และคงทนตลอดอายุการใช้งาน เช่น การพับ rib สั้นของกล่อง ช่วยในการรับแรง</p> 
<p><b>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</b></p> <p>1. ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ทั้งโครงสร้างและกราฟฟิก สามารถทำหน้าที่ได้อย่างเต็มที่</p> <p>2. ลักษณะกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ สามารถบ่งบอกถึงตัวผลิตภัณฑ์ได้</p>	<p>1. มีรูปแบบและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว สร้างความดึงดูดใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ทันสมัย และสะดุดตา</p> <p>2.1 ออกแบบลักษณะกราฟฟิกให้ง่ายต่อการซื้อขาย โดยบรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่ในการขายด้วยตัวมันเอง ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคในการเข้าใจและเลือกซื้อ</p> <p>2.2 ลักษณะของกราฟฟิกสามารถแยกแยะเลือกหยิบได้โดยสะดวก</p> <p>2.3 ออกแบบโครงสร้างให้สามารถใช้พื้นที่ในการส่งเสริมการขายได้</p> <p>เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานานาชาติ ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า</p>

## ขอบเขตโครงการ

เมื่อทราบถึงกลุ่มเป้าหมายในการออกแบบแล้วก็สามารถนำมาใช้ให้เป็นประโยชน์ในการออกแบบเพื่อกำหนดขอบเขตของโครงการดังนี้

1. ออกแบบเครื่องหมายการค้า หรือ LOGO ของผลิตภัณฑ์ประเภทสี " Creatis" สำหรับงานอดิเรก ภายใต้บริษัท ไชแมค อาร์ต แอนด์ เทคโนโลยี จำกัด

2. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ประเภทสี แบ่งออกเป็น

2.1 บรรจุภัณฑ์ประเภทสีธรรมดา (Palette Colors) แบ่งเป็น

- หลอดใหญ่           ขนาด 75 ml   จำนวน 12 สี
- หลอดเล็ก           ขนาด 20 ml   จำนวน 12 สี
- กล่องใส่สีหลอดเล็ก       12 สี   จำนวน 1 กล่อง

2.2 บรรจุภัณฑ์ประเภทสีมุก (Metallic Colors) แบ่งเป็น

- หลอดใหญ่           ขนาด 75 ml   จำนวน 8 สี
- หลอดเล็ก           ขนาด 20 ml   จำนวน 8 สี
- กล่องใส่สีหลอดเล็ก       8 สี   จำนวน 1 กล่อง

2.3 บรรจุภัณฑ์ประเภทสีรองพื้น (Background Colors) ขนาด 250 ml   จำนวน 5 สี

3. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ประเภทสวารมตม แบ่งออกเป็น

3.1 บรรจุภัณฑ์ประเภทสีผสม (Medium) แบ่งเป็น

- ขวดใหญ่           ขนาด 250 ml   จำนวน 9 ชนิด
- ขวดเล็ก           ขนาด 60 ml   จำนวน 9 ขวด

3.2 บรรจุภัณฑ์ประเภทตัวสร้างลายนูน (Texture Paste)แบ่งเป็น

- กระปุก           ขนาด 200 ml   จำนวน 1 กระปุก
- ขวดบีบขนาดเล็ก   ขนาด 20 ml   จำนวน 2 หลอด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.3 บรรจุภัณฑ์ชุดกล่องเทคนิค ได้แก่

- กล่องบรรจุชุดเทคนิคแตกลายงา ประกอบด้วย สื่อผสมขนาดเล็ก ขนาด 60ml จำนวน 6 ขวด
- กล่องบรรจุชุดเทคนิคตัวสร้างลายนูน ประกอบด้วย สื่อผสมขนาดเล็ก ขนาด60ml จำนวน 3 ขวด และตัวสร้างลายนูน 1 หลอด

## 4. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ประเภทวัสดุและอุปกรณ์เสริม แบ่งออกเป็น

### 4.1 บรรจุภัณฑ์ประเภทกาวย (Latex) แบ่งออกเป็น 2 ขนาด ได้แก่

- ขวดใหญ่ ขนาด 120 ml จำนวน 1 ขวด
- ขวดเล็ก ขนาด 80 ml จำนวน 1 ขวด

### 4.2 บรรจุภัณฑ์ประเภทกล่องยางทำลวดลายไม้ จำนวน 1 กล่อง

### 4.3 บรรจุภัณฑ์ประเภทซอง Template แบ่งออกเป็น 2 ขนาด ได้แก่

- ซอง Template ขนาดใหญ่
- ซอง Template ขนาดเล็ก

### 4.4 บรรจุภัณฑ์ประเภทแผ่นเงิน - ทองคำเปลว แบ่งออกเป็น

- ซองแผ่นเงิน - ทองคำเปลว จำนวน 2 ซอง
- กล่อง Display แผ่นเงิน - ทองคำเปลว จำนวน 1 กล่อง

## 5. ออกแบบกราฟฟิก ดังรายการต่อไปนี้

### 5.1 กราฟฟิกของเครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ประเภทสีเพื่องานอดิเรก

### 5.2 ประเภทสีประกอบด้วย

- กราฟฟิกและฉลากของสีธรรมชาติ (Palette Colors)
- กราฟฟิกและฉลากของสีมุก (Metallic Colors)
- กราฟฟิกและฉลากของสีรองพื้น (Background Colors)
- กราฟฟิกและฉลากของกล่องสีธรรมชาติขนาดเล็ก จำนวน 12 สี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ การนำเอกสารนี้ไปใช้โดยไม่ขออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 5.3 ประเภทสารผสมประกอบด้วย

- กราฟฟิกและฉลากของสื่อผสม (Medium) จำนวน 9 ชนิด
- กราฟฟิกและฉลากของตัวสร้างลายฉลุ (Texture Paste)
- กราฟฟิกและฉลากของกล่องบรรจุชุดเทคนิคแตกลายงา
- กราฟฟิกและฉลากของกล่องบรรจุชุดเทคนิคทำลายฉลุ

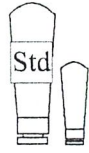
### 5.4 ประเภทวัสดุและอุปกรณ์เสริม ประกอบด้วย

- กราฟฟิกและฉลากของกาว (Latex)
  - กราฟฟิกและฉลากของกล่องยางทำลวดลายไม้
  - กราฟฟิกและฉลากของซอง Template
  - กราฟฟิกและฉลากของซองแผ่นเงินและทองคำเปลว
  - กราฟฟิกและฉลากของกล่อง Display แผ่นเงินและทองคำเปลว
6. การออกแบบกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ มีลักษณะของ Corporate Identity



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**1. ประเภทสีธรรมชาติ (Palette colours)**



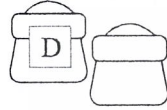
หลอด  
ของหนีด

75m ราคา 150 บาท  
20m ราคา 50 บาท

PRIMARY PACKAGE

1 โครงสร้าง 2 ขนาด  
ออกแบบแรก(ฝา)  
1 กราฟฟิกหลัก 24 เอกลักษณ์รวม

**5. ประเภทสีรองพื้น  
( Background colours)**

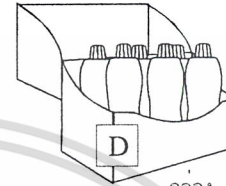


กระปุกพลาสติก  
หนีดน้อยกว่าสีธรรมชาติ

250m ราคา 316 บาท  
PRIMARY PACKAGE

1 โครงสร้าง 1 ขนาด  
ออกแบบแรก  
1 กราฟฟิกหลัก 5 เอกลักษณ์รวม

**9. กล่องชุดเทคนิคแตกลายงา**



กล่อง

บรรจุสีผสมขนาด  
60ml จำนวน 6ขวด  
ราคา 600 บาท

SECONDARY PACKAGE

1 โครงสร้าง 1 ขนาด  
ออกแบบแรก  
1 กราฟฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์รวม

**13.ช่องแผ่นเงิน - ทองคำเปลว**



ช่อง

1 ช่องบรรจุ 1 แผ่น  
ราคา 50 บาท

PRIMARY PACKAGE

1 โครงสร้าง 2 ขนาด  
มาตรฐาน  
1 กราฟฟิกหลัก 2 เอกลักษณ์รวม

**2. ประเภทสีมุก(Metallic colours)**



หลอด  
ของหนีด

75m ราคา 150 บาท  
20m ราคา 50 บาท

PRIMARY PACKAGE

1 โครงสร้าง 2 ขนาด  
ออกแบบซ้ำ(ฝา)  
เหมือนหลอดสีธรรมชาติ  
1 กราฟฟิกหลัก 16 เอกลักษณ์รวม

**6. ประเภทสีผสม ( Medium)**



ขวดพลาสติก  
ค่อนข้างเหลว

200m ราคา 280 - 380 บาท  
60m ราคา 100 บาท

PRIMARY PACKAGE

1 โครงสร้าง 2 ขนาด  
ออกแบบแรกและปรับขนาด  
1 กราฟฟิกหลัก 18 เอกลักษณ์รวม

**10. กล่องชุดเทคนิคทำลายหนู**



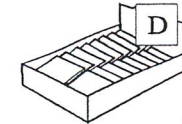
กล่อง

บรรจุ สีผสมขนาด 60ml จำนวน 3ขวด  
และตัวสร้างลายหนู ขนาด30ml จำนวน1ขวด  
ราคา 380 บาท

SECONDARY PACKAGE

1 โครงสร้าง 1 ขนาด  
ออกแบบปรับขนาด  
เหมือนกล่องชุดเทคนิคแตกลายงา  
1 กราฟฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์รวม

**14. กล่อง Display  
แผ่นเงิน - ทองคำเปลว**



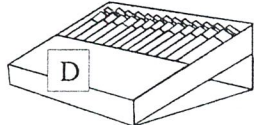
กล่อง

1 กล่องบรรจุ 24 ช่อง

SECONDARY PACKAGE

1 โครงสร้าง 1 ขนาด  
ออกแบบแรก  
1 กราฟฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์รวม

**3. กล่อง ชุดสีธรรมชาติ**



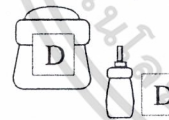
กล่อง

20ml จำนวน 12หลอด  
ราคา 600 บาท

SECONDARY PACKAGE

1 โครงสร้าง 1 ขนาด  
ออกแบบแรก  
1 กราฟฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์รวม

**7. ประเภทตัวสร้างลายหนู  
(Texture paste)**



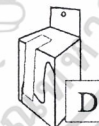
กระปุกพลาสติก  
หนีด และ ขน

250ml ราคา 200 บาท  
30ml ราคา 80 บาท

PRIMARY PACKAGE

2 โครงสร้าง 2 ขนาด  
ออกแบบซ้ำ  
กระปุกเหมือนสีรองพื้น  
1 กราฟฟิกหลัก 2 เอกลักษณ์รวม

**11. ประเภทอุปกรณ์เสริม**



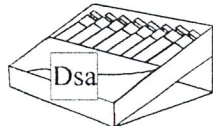
กล่อง

กล่องยางทำลายไม้  
ราคา 270 บาท

PRIMARY PACKAGE

1 โครงสร้าง 1 ขนาด  
ออกแบบแรก  
1 กราฟฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์รวม

**4. กล่องชุดสีมุก**



กล่อง

20ml จำนวน 8หลอด  
ราคา 400 บาท

SECONDARY PACKAGE

1 โครงสร้าง 1 ขนาด  
ออกแบบปรับขนาด  
เหมือนกล่องสีธรรมชาติ  
1 กราฟฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์รวม

**8. ประเภททาว  
(Tannin blocking sealer)**



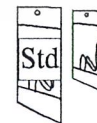
ขวดพลาสติก  
หนีด และ ขน

120ml ราคา 65 บาท  
80ml ราคา 45 บาท

PRIMARY PACKAGE

1 โครงสร้าง 2 ขนาด  
ออกแบบแรกและปรับขนาด  
1 กราฟฟิกหลัก 2 เอกลักษณ์รวม

**12.ช่อง Template**



ช่อง

ขนาดใหญ่ ราคา 220 บาท  
ขนาดเล็ก ราคา 90 บาท

PRIMARY PACKAGE

1 โครงสร้าง 2 ขนาด  
มาตรฐาน  
1 กราฟฟิกหลัก 2 เอกลักษณ์รวม


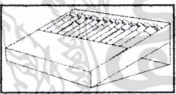
**สรุปผลการออกแบบ**

โครงสร้างออกแบบ	8 โครงสร้าง
โครงสร้างมาตรฐาน	3 โครงสร้าง
กราฟฟิกหลัก	10 กราฟฟิก
จำนวนชิ้นงานรวม	78 ชิ้น


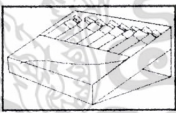
**สรุปในส่วนที่ออกแบบ**

ขวดออกแบบ	3 ขวด
กระปุกออกแบบ	1 กระปุก
ฝาออกแบบ	1 ฝา
กล่องออกแบบ	4 กล่อง



โครงการออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์สี "เวอรันด้า" สำหรับงานอดิเรก

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน			
1. สีธรรมดา Palette Colors	จำนวน 12 สี	70 ml 20 ml	Primary Package	หลอด 	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Protection ฝาต้องปิดได้สนิท</li> <li>● Containment เหมาะสมกับปริมาณ</li> <li>● Convenience ฝาสสามารถตั้งและเขวนได้</li> <li>● Promotion กราฟฟิกบ่งบอกสินค้าได้</li> </ul>	โครงสร้าง กราฟฟิก	<ul style="list-style-type: none"> <li>● มาตรฐาน ออกแบบ อิสระ</li> <li>● เอกลักษณ์ร่วม</li> </ul>	1 โครงสร้าง 2 ขนาด 1 กราฟฟิกหลัก 24 กราฟฟิกรวม
2. กล่องชุดสีธรรมดา หลอดเล็ก		12 หลอด	Secondary Package	กล่อง 	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Protection โครงสร้างล็อกหลอดอยู่กับที่</li> <li>● Containment Folding Carton บรรจุได้ 12 สี</li> <li>● Convenience เปิดปิดและหยิบใช้ได้สะดวก</li> <li>● Promotion กราฟฟิกบ่งบอกสินค้าได้</li> </ul>	โครงสร้าง กราฟฟิก	<ul style="list-style-type: none"> <li>● มาตรฐาน ออกแบบ อิสระ</li> <li>● เอกลักษณ์ร่วม</li> </ul>	1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟฟิกหลัก 1 กราฟฟิกรวม


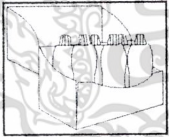
โครงการออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์สี "เวอร์นด์" สำหรับงานอดิเรก

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน			
3. สีหมึก Metallic Colors	จำนวน 8 สี	75 ml 20 ml	Primary Package	หลอด 	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Protection ฝาต้องปิดได้สนิท</li> <li>● Containment เหมาะสมกับปริมาณ</li> <li>● Convenience ฝาสามารถตั้งและเขวนได้</li> <li>● Promotion กราฟฟิกบ่งบอกสินค้าได้</li> </ul>	โครงสร้าง กราฟฟิก	<ul style="list-style-type: none"> <li>● มาตรฐาน</li> <li>● ออกแบบ</li> <li>● อีสระ</li> <li>● เอกลักษณ์ร่วม</li> </ul>	1 โครงสร้าง 2 ขนาด 1 กราฟฟิกหลัก 16 กราฟฟิกรวม
4. กล่องชุดสีหมึก หลอดเล็ก		8 หลอด	Secondary Package	กล่อง 	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Protection โครงสร้างล็อกหลอดอยู่กับที่</li> <li>● Containment Folding Carton บรรจุได้ 8 สี</li> <li>● Convenience เปิดปิดและหยิบใช้ได้สะดวก</li> <li>● Promotion กราฟฟิกบ่งบอกสินค้าได้</li> </ul>	โครงสร้าง กราฟฟิก	<ul style="list-style-type: none"> <li>● มาตรฐาน</li> <li>● ออกแบบ</li> <li>● อีสระ</li> <li>● เอกลักษณ์ร่วม</li> </ul>	1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟฟิกหลัก 1 กราฟฟิกรวม

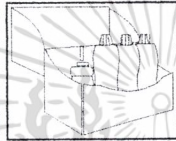

โครงการออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์สี "เวอรันด้า" สำหรับงานอดิเรก

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน			
5. สีรองพื้น Background Colors	จำนวน 5 สี	250 ml	Primary Package	กระปุก 	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Protection มีส่วนโค้งเว้าเพื่อรับแรง</li> <li>● Containment พอมเหมาะับปริมาณรวม</li> <li>● Convenience เหมาะกับการใช้งานครั้งละมาก ๆ</li> <li>● Promotion กราฟฟิกบ่งบอกสินค้าได้</li> </ul>	โครงสร้าง กราฟฟิก	มาตรฐาน <ul style="list-style-type: none"> <li>● ออกแบบ</li> <li>● อีสระ</li> <li>● เอกลักษณ์ร่วม</li> </ul>	1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟฟิกหลัก 5 กราฟฟิกรวม
6. สีผสม Medium	จำนวน 9 ชนิด	200 ml 60 ml	Primary Package	ขวด 	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Protection มีส่วนโค้งเว้าเพื่อรับแรง</li> <li>● Containment พอมเหมาะับปริมาณรวม</li> <li>● Convenience เหมาะกับการใช้งานหยิบเทสะดวก</li> <li>● Promotion กราฟฟิกบ่งบอกสินค้าได้</li> </ul>	โครงสร้าง กราฟฟิก	มาตรฐาน <ul style="list-style-type: none"> <li>● ออกแบบ</li> <li>● อีสระ</li> <li>● เอกลักษณ์ร่วม</li> </ul>	1 โครงสร้าง 2 ขนาด 1 กราฟฟิกหลัก 18 กราฟฟิกรวม

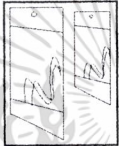

โครงการออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์สี "เวอรันต้า" สำหรับงานอดิเรก

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน			
7. ตัวสร้างลายนูน Texture Paste		250 ml 20 ml	Primary Package	กระปุก ขวดบีบ 	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Protection มีส่วนโค้งเว้าเพื่อรับแรง</li> <li>● Containment พอเหมาะกับปริมาตรรวม</li> <li>● Convenience เพิ่มขวดบีบสำหรับใช้เขียนลาย</li> <li>● Promotion กราฟฟิกบ่งบอกสินค้าได้</li> </ul>	โครงสร้าง กราฟฟิก	มาตรฐาน <ul style="list-style-type: none"> <li>● ออกแบบ</li> <li>● อีสระ</li> <li>● เอกลักษณะร่วม</li> </ul>	2 โครงสร้าง 2 ขนาด 1 กราฟฟิกหลัก 2 กราฟฟิกรวม
8. กล่องชุดเทคนิค	แตกลายงา	สี่เหลี่ยม ขนาด 60 ml 6 ขวด	Secondary Package	กล่อง 	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Protection โครงสร้างล็อกขวดอยู่กับที่</li> <li>● Containment Folding Carton บรรจุ 6 ขวด</li> <li>● Convenience เปิดปิดและหยิบใช้ได้สะดวก</li> <li>● Promotion กราฟฟิกบ่งบอกสินค้าได้</li> </ul>	โครงสร้าง กราฟฟิก	มาตรฐาน <ul style="list-style-type: none"> <li>● ออกแบบ</li> <li>● อีสระ</li> <li>● เอกลักษณะร่วม</li> </ul>	1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟฟิกหลัก 1 กราฟฟิกรวม

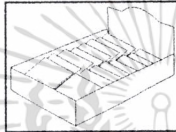
โครงการออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์สี "เวอรั้นดำ" สำหรับงานอดิเรก

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน			
9. กล่องชุดเทคนิค	เขียนลายนูน	สี่ผสม ขนาด 60 ml 3 ขวด และ ตัวสร้างลายนูน 1 ขวด	Secondary Package	กล่อง 	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Protection โครงสร้างล็อกขวดอยู่กับที่</li> <li>● Containment เรียงบรรจุสินค้าที่มีขนาดต่างกัน</li> <li>● Convenience เปิดปิดและหยิบใช้ได้สะดวก</li> <li>● Promotion กราฟฟิกบ่งบอกสินค้าได้</li> </ul>	โครงสร้าง  กราฟฟิก	<ul style="list-style-type: none"> <li>● มาตรฐาน</li> <li>● ออกแบบ</li> <li>● อีสระ</li> <li>● เอกลักษณ์ร่วม</li> </ul>	1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟฟิกหลัก 2 กราฟฟิกรวม
10. กล่องยงทำ ลวดลายไม้		1 อัน	Secondary Package	กล่อง 	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Protection โครงสร้างล็อกตัวยางอยู่กับที่</li> <li>● Containment Folding Carton ขนาดที่เหมาะสม</li> <li>● Convenience สามารถให้การแขวนในการขาย</li> <li>● Promotion กราฟฟิกบ่งบอกสินค้าได้</li> </ul>	โครงสร้าง  กราฟฟิก	<ul style="list-style-type: none"> <li>● มาตรฐาน</li> <li>● ออกแบบ</li> <li>● อีสระ</li> <li>● เอกลักษณ์ร่วม</li> </ul>	1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟฟิกหลัก 1 กราฟฟิกรวม

โครงการออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์สี "เวอธันต้า" สำหรับงานอดิเรก

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน			
11. ซอง Template		- ขนาดใหญ่ - ขนาดเล็ก	Secondary Package	ซอง 	Protection  Containment  Convenience  ● Promotion กราฟฟิกบ่งบอกสินค้าได้	โครงสร้าง  กราฟฟิก	● มาตรฐาน ออกแบบ  ● อีสระ เอกลักษณ์ร่วม	1 โครงสร้าง 2 ขนาด 1 กราฟฟิกหลัก 2 กราฟฟิกรวม
12. ซองแผ่นเงิน - ทองคำเปลว			Secondary Package	ซอง 	Protection  Containment  Convenience  ● Promotion กราฟฟิกบ่งบอกสินค้าได้	โครงสร้าง  กราฟฟิก	● มาตรฐาน ออกแบบ  อีสระ  ● เอกลักษณ์ร่วม	1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟฟิกหลัก 2 กราฟฟิกรวม

โครงการออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์สี "เวอรั้นดำ" สำหรับงานอดิเรก

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน			
13. กล่อง Display แผ่นเงิน - ทองคำเปลว		24 ซอง	Secondary Package	กล่อง 	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Protection พับ rib และสันช่วยในการรับแรง</li> <li>● Containment จัดเรียงการบรรจุอย่างมีระเบียบ</li> <li>● Convenience หยิบใช้สะดวกและพับได้ง่าย</li> <li>● Promotion กราฟฟิกป้องกันสินค้าได้</li> </ul>	โครงสร้าง  กราฟฟิก	<ul style="list-style-type: none"> <li>● มาตรฐาน</li> <li>● ออกแบบ</li> <li>● อีสระ</li> <li>● เอกลักษณะร่วม</li> </ul>	1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟฟิกหลัก 1 กราฟฟิกรวม

## การตั้งชื่อผลิตภัณฑ์

จากข้อมูลผลิตภัณฑ์ ลักษณะทางการตลาด กลุ่มเป้าหมาย และตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมาแล้วข้างต้น สามารถนำมาเป็นเงื่อนไขในการวิเคราะห์ชื่อผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สอดคล้องกับตัวผลิตภัณฑ์ และเป็นการง่ายที่จะแนะนำสินค้าเข้าสู่ตลาด โดยสามารถสรุปเงื่อนไขที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. การเลือกใช้ภาษาที่ดี โดยความหมายของคำที่เลือกมาใช้ช่วยส่งเสริมตัวผลิตภัณฑ์ และไม่มี ความหมายไปในแง่ลบ เป็นภาษาสากลที่สามารถอ่าน และจดจำได้ง่าย ลักษณะรูปคำ ตัวสะกด และการอ่านออกเสียง ไพเราะ สามารถนำมาใช้ในการออกแบบได้สวยงาม และง่าย
2. สามารถแสดงถึงตัวผลิตภัณฑ์ที่เป็นสี ซึ่งใช้ในการสร้างสรรค์ศิลปะ
3. สามารถแสดงถึงตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ในตลาด ทั้งในด้านคุณภาพ และความเหมาะสมกับราคา
4. สามารถแสดงถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย ในด้านต่างๆ เช่น ความสนใจในทางศิลปะ อายุ การศึกษา เป็นต้น

## รายชื่อที่เลือกมาพิจารณา

- |             |             |                                     |
|-------------|-------------|-------------------------------------|
| 1. EASY ART | (อีซีอาร์ท) | ศิลปะง่ายๆ                          |
| 2. GALLERY  | (แกลลอรี่)  | ระเบียง ห้องยาว วิหารฉาย            |
| 3. RELAX    | (รีแล็กซ์)  | พักผ่อน                             |
| 4. GRACE    | (เกรซ)      | งดงาม อรชร ประดับ                   |
| 5. ARTIES   | (อาร์ทีส์)  | มีท่าทางเป็นศิลปิน ทำท่าทางชอบศิลปะ |
| 6. CREARTY  | (ครีอาร์ที) | รวมคำระหว่าง CREAT กับ ARTY         |
| 7. CREATIS  | (ครีเอทีส)  | รวมคำระหว่าง CREAT กับ TIST         |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางวิเคราะห์ชื่อผลิตภัณฑ์

ชื่อ / สิ่งที่ต้องการชื่อ	การใช้ภาษา	แสดงถึงตำแหน่งของผลิตภัณฑ์	ตรงกลุ่มเป้าหมาย	ความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์	รวม
EASY ART	2	4	1	2	9
GALLERY	3	3	3	3	12
RELAX	3	2	1	2	8
GRACE	3	3	3	2	11
ARTIES	3	4	3	4	14
CREARTY	2	3	2	3	10
CREATIS	4	3	4	4	15

### เกณฑ์การให้คะแนนวิเคราะห์ชื่อผลิตภัณฑ์มีดังนี้

- 4 คะแนน \* ดีมาก
- 3 คะแนน \* ดี
- 2 คะแนน \* พอใช้
- 1 คะแนน \* ไม่เหมาะสม

การสรุปวิเคราะห์จากตาราง จะเห็นได้ว่า "CREATIS" เป็นคำที่สามารถแสดงถึงตัวผลิตภัณฑ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มผู้บริโภค และการใช้ภาษาในการผสมคำที่สละสลวย สามารถเข้าใจได้ง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### แนวทางการศึกษาวิจัย

1. ศึกษาทางด้านนโยบายการตลาด ของบริษัท ไชแมค อาร์ต แอนด์ เดคคอร์ดเพนท์ จำกัด
2. ศึกษาตัวผลิตภัณฑ์สำหรับงานอดิเรก ของบริษัท ไชแมค อาร์ต แอนด์ เดคคอร์ดเพนท์ จำกัด
3. ศึกษาคุณสมบัติทางกายภาพ คุณสมบัติพิเศษ และวิธีการเก็บรักษาของตัวผลิตภัณฑ์
4. ศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบ ขนาดสัดส่วน วิธีการบรรจุ ของตัวผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม
5. ศึกษาลักษณะการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขายรูปแบบต่างๆ ราคา ของตัวผลิตภัณฑ์ โดยอ้างอิงจากทางบริษัทฯ
6. ศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์คู่แข่งทุกด้าน ที่มีผลต่อการออกแบบ
7. ศึกษาพฤติกรรม และจิตวิทยาของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย
8. ศึกษาการออกแบบที่เหมาะสม ทางด้านโครงสร้าง การเลือกใช้วัสดุ และกรรมวิธีการผลิต
9. ศึกษาถึงระบบการพิมพ์รูปแบบต่างๆ ที่เหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์

### ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. บรรจุภัณฑ์สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้าไทย ให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค และทัดเทียมกับสินค้าต่างประเทศได้
2. บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างเอกลักษณ์ และช่วยส่งเสริมตัวผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี
3. บรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่ได้อย่างเต็มที่ ทั้งทางด้านโครงสร้าง การจำหน่าย การขนส่ง การเก็บรักษา และการโฆษณา
4. บรรจุภัณฑ์ช่วยในการเลือกซื้อสินค้า และง่ายแก่การเข้าใจ เพื่อความสะดวกสำหรับผู้บริโภคมากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## บทที่ 2

### **การค้นคว้าข้อมูล และการสรุปผลวิเคราะห์ข้อมูล**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.1 ข้อมูลด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์สีสำหรับงานอดิเรก

ก่อนการศึกษาข้อมูลทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สีสำหรับงานอดิเรก ขอแนะนำข้อมูลทางด้านผู้ผลิต เพื่อให้ทราบถึงแนวทางของบริษัทผู้ผลิต และนโยบายในการดำเนินงาน ที่อาจเป็นประโยชน์สำหรับการศึกษาข้อมูลต่างๆทางการตลาด รวมถึงความเป็นไปได้ของโครงการต่อไป ดังนี้

### 2.1.1 ข้อมูลด้านบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่าย

บริษัทไซแมค อาร์ต แอนด์ เดคอร์เพนต์ จำกัด (Simac Art & Décor Paint co.,ltd.) ก่อตั้งขึ้นในปี 2538 แต่เริ่มดำเนินการในปี 2540 โดยมีจุดมุ่งหมายในการเป็นผู้จัดหา จัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์สี อุปกรณ์ และสื่อการเรียนการสอน ที่มีคุณภาพให้กับตลาดภายในประเทศไทย โดยการให้ความรู้แก่นักเรียน นักศึกษา ศิลปิน และผู้บริโภคอื่นๆทั่วไป ดังนั้นก่อนการนำเสนอสินค้าออกสู่ตลาดทุกครั้ง จะมีการค้นคว้า เปรียบเทียบคุณภาพและเทคนิคกับคู่แข่งอย่างจริงจัง เพื่อสามารถนำไปทำการสาธิต ทดลอง ให้ลูกค้าได้มีส่วนร่วมและเข้าใจถึงตัวผลิตภัณฑ์สามารถนำไปใช้และพัฒนาได้อย่างแท้จริง

โครงสร้างการบริหารของทางบริษัทฯ แบ่งสายการปฏิบัติงานออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ

#### 1. ฝ่ายปฏิบัติการ ได้แก่

1.1 Supervisor Area I : รับผิดชอบการปฏิบัติงาน รวมทั้งการขายสินค้าของบริษัทฯ ในห้างสรรพสินค้าและด้านการเงิน

1.2 Supervisor Area II : รับผิดชอบการปฏิบัติงาน รวมทั้งการขายสินค้าของบริษัทฯ ใน Studio สถานศึกษา และการขายส่งทั่วไป

1.3 Technician : ศึกษาคุณสมบัติของสินค้า เปรียบเทียบกับคู่แข่ง ทั้งด้านคุณภาพและด้านราคา นอกจากนี้ Technician มีหน้าที่ค้นคว้าความรู้ และเทคนิคใหม่ๆของผลิตภัณฑ์ต่างๆ

1.4 Operation Head : ดูแลและรับผิดชอบการทำกิจกรรมตามสถานที่ต่างๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า สถานศึกษา หรือ Studio

1.5 Marketing Assistant : ผู้ช่วย Manager Director (M.D) ติดต่อประสานงานกับศิลปิน อาจารย์ ห้างสรรพสินค้า และทำการตลาดควบคู่กับ M.D

#### 2. ฝ่ายจัดการ ได้แก่

2.1 Warehouse Supervisor : เป็นผู้ที่มีหน้าที่ในการควบคุมดูแลสต็อกสินค้า

2.2 Personal Consultant : เป็นพนักงานขายตามห้างสรรพสินค้าต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะผลิตภัณฑ์ของทางบริษัทฯ แบ่งออกเป็นสองประเภทใหญ่ๆ ได้แก่

1. **สินค้าประเภท Fine Art** เป็นผลิตภัณฑ์ที่สำหรับงานเพนท์ทั่วไป เหมาะสำหรับนักเรียน นักศึกษา อาจารย์ ศิลปิน และผู้สนใจทั่วไปได้แก่

- 1.1 สีน้ำมัน Archival
- 1.2 สีอะคริลิก Atelier
- 1.3 สีน้ำ Fragonard Water Color

2. **สินค้าประเภท Hobby** เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้สำหรับงานตกแต่งบ้าน ชินงานสำหรับการส่งออก หรือขายในประเทศเป็นอุตสาหกรรม สามารถทำเป็นงานอดิเรก หรือทำเป็นรายได้เสริม หรือใช้ทำกิจกรรมในสถานที่ต่างๆ ได้แก่

- 2.1 สี Jo Sonja's
- 2.2 ผลิตภัณฑ์ประเภทอุปกรณ์ต่างๆ ได้แก่ ยางทำลายไม้ Template ชินงานดิบต่างๆ สำหรับใช้ประกอบการเพนท์ลงบนชินงานนั้น
- 2.3 หนังสือซึ่งเป็นหนังสือ Marketing Tool ตัวหนึ่งที่จะดึงดูดลูกค้า ให้ซื้อสีตามคำแนะนำในหนังสือนั้นแบ่งออกเป็น
  - หนังสือเทคนิคการทำพื้นผิว
  - หนังสือ Folk Art
  - หนังสือตกแต่ง เนื้อหาบ่งบอกถึงแนวโน้มแฟชั่นการตกแต่ง ของสีและสไตล์ในการตกแต่ง เป็นต้น

บริษัทไซแมค อาร์ต แอนด์ เดคคอร์เพนท์ มีการพัฒนาวางแผนทางด้านการตลาดอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผลิตภัณฑ์ภายใต้บริษัทขยายกว้างขวางขึ้น โดยสามารถกระจายกลุ่มผู้บริโภค และเพิ่มความนิยมของตัวผลิตภัณฑ์ รักษา Life Cycle ของผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในระดับสูงต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

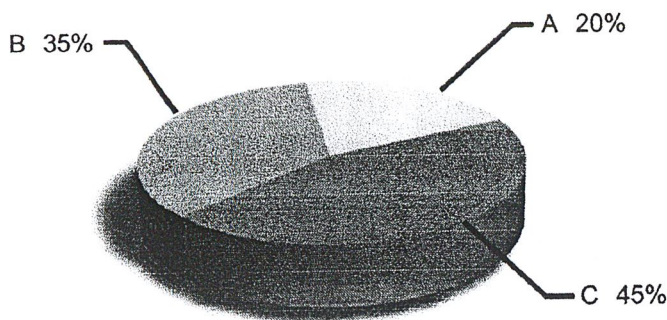
## 2.1.2 ลักษณะทางการตลาด

ผลิตภัณฑ์สีสำหรับงานอดิเรกเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายมานานพอสมควรแล้ว แต่ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักเนื่องจากการจัดจำหน่ายที่ยังไม่สมบูรณ์และขาดการส่งเสริมการขายที่ดี ผลิตภัณฑ์สีสำหรับงานอดิเรกเริ่มเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายมากขึ้นในระยะหลัง เนื่องมาจากสภาพเศรษฐกิจที่ตกต่ำลงผู้คนเกิดการว่างงานมากยิ่งขึ้น จึงหันมาใช้เวลารว่างให้เกิดประโยชน์สำหรับการทำงานอดิเรก ซึ่งนอกจากจะเป็นการผ่อนคลายความเครียดจากสภาพเศรษฐกิจแล้ว ยังสามารถทำเพื่อหารายได้เพิ่มเติมอีกด้วย

จากการที่ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักมากขึ้น ทำให้ธุรกิจประเภทนี้ได้รับความนิยม จึงเกิดยี่ห้อที่หลากหลายทั้งผลิตภัณฑ์ภายในประเทศและต่างประเทศเข้ามาแข่งขันกันในตลาดกลุ่มนี้ โดยผลิตภัณฑ์ประเภทสีสำหรับงานอดิเรกในตลาด สามารถแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาดได้ 3 ส่วน ได้แก่

1. ส่วนแบ่งทางการตลาดระดับบน (A) เป็นสีสำหรับงานอดิเรกที่มีราคาแพง เนื่องจากคุณภาพของสี และภาพรวมของบรรจุภัณฑ์ซึ่งเป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ กลุ่มเป้าหมายค่อนข้างมีฐานะ มีส่วนแบ่งทางการตลาดประมาณ 20% เช่น Jo SonJa's, Chromacry, Pebeo เป็นต้น
2. ส่วนแบ่งทางการตลาดระดับกลาง (B) เป็นสีสำหรับงานอดิเรกที่มีราคาปานกลาง คุณสมบัติของสีแตกต่างกันไปตามจุดขาย เป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ กลุ่มเป้าหมายมีกำลังซื้อพอประมาณ มีส่วนแบ่งทางการตลาดประมาณ 35% เช่น Dyron, Marabu เป็นต้น
3. ส่วนแบ่งทางการตลาดระดับล่าง (C) เป็นสีสำหรับงานอดิเรกที่มีราคาค่อนข้างถูก เป็นสินค้าที่มีคุณภาพรองลงมา ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ระบุยี่ห้อ มีทั้งนำเข้าจากต่างประเทศ แต่บรรจุภายในประเทศไทย และสินค้าที่ผลิตในประเทศ กลุ่มเป้าหมายเป็นคนที่มียาได้ไม่มากนัก มีส่วนแบ่งทางการตลาดประมาณ 45% เช่น สีเพนท์ตุ๊กตาปูนพลาสติก สีเพนท์แก้ว สีเพนท์ผ้าบาติก ที่จัดตั้งชুমตามห้างสรรพสินค้าทั่วไป เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.1-1 แผนภาพแสดงส่วนแบ่งทางการตลาด

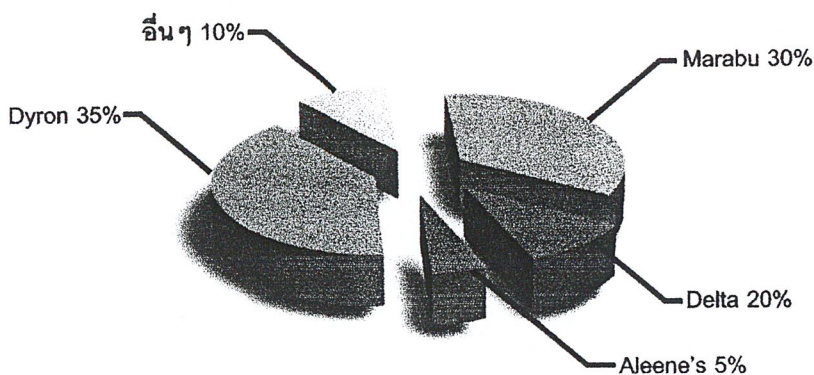
จากส่วนแบ่งทางการตลาดดังกล่าว จะเห็นได้ว่า ผลิตภัณฑ์ที่สำคัญสำหรับงานอดิเรกส่วนมาก เป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ สินค้าที่ผลิตภายในประเทศจะมีเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ซึ่งส่วนใหญ่จะมีส่วนแบ่งทางการตลาดระดับล่าง (C) เท่านั้น หากสามารถพัฒนาคุณภาพ และภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ให้ดีขึ้น ทัดเทียมกับสินค้าต่างประเทศ ก็สามารถที่จะพัฒนาสินค้าไทยให้เป็นที่ยอมรับแก่ผู้บริโภคได้



ภาพที่ 2.1-2 แผนภาพแสดงส่วนแบ่งทางการตลาดของยี่ห้อต่างๆในตลาดระดับบน(A)

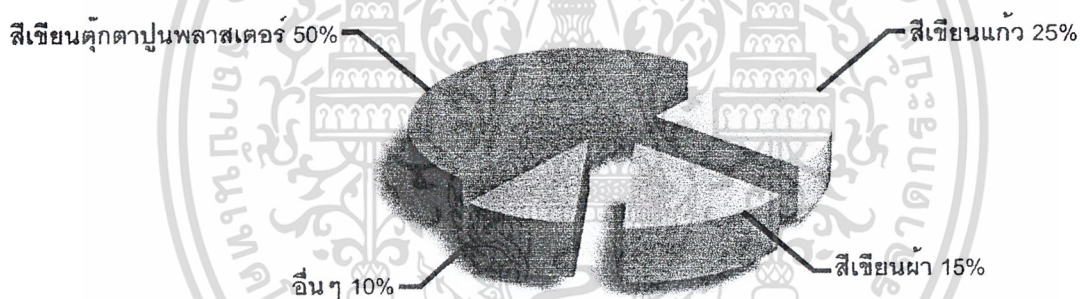
ส่วนแบ่งทางการตลาดระดับบนในปัจจุบัน มีจำนวนคู่แข่งภายในตลาดน้อย มีเพียงสามยี่ห้อเท่านั้น ซึ่งผลิตภัณฑ์สำคัญของ Jo Sonja's มีส่วนแบ่งทางการตลาดมากที่สุด 60% ส่วน Pebeo มีส่วนแบ่งทางการตลาดรองลงมา 25% และ Chromacryl ซึ่งเป็นสีสำหรับเด็กมีส่วนแบ่งทางการตลาดน้อยที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.1-3 แผนภาพแสดงส่วนแบ่งทางการตลาดของยี่ห้อต่างๆในตลาดระดับบน(B)

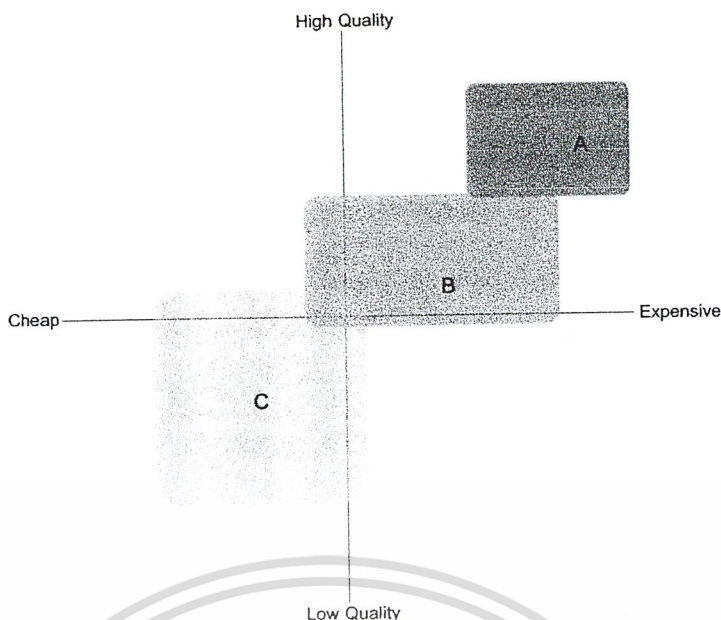
ส่วนแบ่งทางการตลาดระดับกลาง มีจำนวนคู่แข่งภายในตลาดค่อนข้างมาก โดยมีคู่แข่งรายย่อยประปรายทั่วไป ซึ่งยี่ห้อที่มีมานานและค่อนข้างเป็นที่รู้จัก คือ Dyron และ Marabu ซึ่งมีส่วนครองตลาดในระดับกลางเป็นส่วนใหญ่ และยี่ห้ออื่นๆเป็นรายย่อยรองลงมาตามลำดับ



ภาพที่ 2.1-4 แผนภาพแสดงส่วนแบ่งทางการตลาดของยี่ห้อต่างๆในตลาดระดับบน(C)

ส่วนแบ่งทางการตลาดระดับล่าง ประกอบด้วยสีที่ไม่ระบุยี่ห้อทั่วไป แบ่งตามชนิดของสี การใช้งานที่แตกต่างกัน โดยสีที่มีจำหน่ายมากที่สุดจะเป็นสีเขียนตุ๊กตาปูนพลาสติก ที่มีกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นเด็ก นอกจากนี้จะเป็นสีสำหรับเขียนแก้ว สีเขียนผ้า สีเขียนไม้ อื่นๆทั่วไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.1-5 กราฟแสดงตำแหน่งของผลิตภัณฑ์  
ทางด้านคุณภาพและราคาของตัวผลิตภัณฑ์

จากข้อมูลทางการตลาด และส่วนแบ่งทางการตลาดสามารถแสดงตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ตามลักษณะคุณภาพ และระดับราคาของตัวผลิตภัณฑ์ได้ดังกราฟด้านบน โดยแนวทางผลิตภัณฑ์ที่สำนักงานอธิการของ บริษัท ไชแมค อาร์ท แอนด์ เดคคอร์ เฟ้นท์ จำกัด เป็นสี่สำหรับงานอธิการที่ผลิตภายในประเทศ ซึ่งมีคุณภาพทัดเทียมกับสินค้าต่างประเทศ โดยให้ภาพลักษณ์ของตัวผลิตภัณฑ์มีราคาเทียบเท่ากับสินค้าระดับ A แต่มีราคาถูกกว่ากันเล็กน้อย เนื่องจากต้นทุนการผลิตและการจัดจำหน่ายที่ทำภายในประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.1.3 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มผู้บริโภค

เนื่องจากคุณสมบัติของตัวผลิตภัณฑ์ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทั่วไปที่ชื่นชอบทางด้านศิลปะ โดยไม่ต้องมีพื้นฐานมาก่อน ผลิตภัณฑ์จึงครอบคลุมผู้บริโภคทั่วไปในทุกระดับรายได้และอายุ โดยสามารถสรุปลักษณะของผู้บริโภคสำหรับงานอดิเรกภายในประเทศ ได้เป็นสองแนวทางได้แก่

1. ลักษณะผู้บริโภคสำหรับงานอดิเรกที่แบ่งตามกลุ่มอายุ และลักษณะทางพฤติกรรม แบ่งออกได้เป็น 5 กลุ่มดังนี้

1.1 กลุ่มอายุ 6 – 10 ปี ระดับเด็กถึงวัยรุ่นตอนต้น เรียกอีกอย่างว่ากลุ่ม Generation Z มีลักษณะดังนี้

- มีปริมาณประชากรจำนวนน้อยถึงปานกลาง<sup>2</sup>
- ไม่มีกำลังทรัพย์ในการซื้อสินค้า ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับผู้ปกครอง
- ชอบเลียนแบบผู้ใหญ่และเพื่อน
- ไม่ค่อยมีเหตุผลในการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินค้า
- รักความสนุกสนาน

1.2 กลุ่มอายุ 10 – 19 ปี ระดับวัยรุ่น เรียกอีกอย่างหนึ่งว่ากลุ่ม Generation Y มีลักษณะดังนี้

- มีปริมาณประชากรจำนวนปานกลาง
- มีกำลังทรัพย์ในการซื้อสินค้าน้อยถึงปานกลาง
- ชอบลองและชอบความแปลกใหม่ ชอบตามเพื่อน
- ไม่ค่อยมีเหตุผลในการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินค้า

1.3 กลุ่มอายุ 20 – 29 ปี ระดับนักศึกษา ถึงผู้ใหญ่ต้นวัยทำงาน ซึ่งเรียกอีกอย่างว่ากลุ่มยิปฟี่<sup>3</sup> (Yiffies) หรือเบบี้บัสเตอร์ (Baby Busters) หรือ Generation X นั้นเอง มีลักษณะดังนี้

- มีปริมาณประชากรจำนวนมาก
- มีกำลังทรัพย์ในการซื้อสินค้าปานกลางถึงสูง
- มีรสนิยม ชุมชอบความทันสมัย มีการตอบรับสื่อต่าง ๆ ได้ดี
- การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินค้านั้นรวดเร็วไม่ค่อยมีเหตุผล

<sup>2</sup> กังวาลพรรณทรัพย์วาทกรมนิชย์ สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (มีนาคม 2538) เอกสารวิจัยตลาดนัดหรือกิจกรรมเชิงนันทนาการสำหรับเด็กและเยาวชน

<sup>3</sup> ข้อมูลวิจัยตลาดนัดของสมาคมเศรษฐกิจ  
ไม่ว่ากรณีใดๆ พงษ์สนธิ์พิริยะมีมติเห็นชอบเปลี่ยนแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- มีความตื่นตัวกับสิ่งแวดล้อมรอบข้าง และสินค้าใหม่ ๆ

#### 1.4 กลุ่มอายุ 30-44 ปี ซึ่งเรียกอีกอย่างว่ากลุ่มยuppies (Yuppie)

- ประสบความสำเร็จในชีวิตการทำงาน
- ใช้ชีวิตหรูหรา และสินค้าราคาแพง
- เป็นกลุ่มคนที่ประกอบด้วย 5C ได้แก่ Car, Card, Communication, Condo, Condom ซึ่งในยุคปัจจุบันอาจจะต้องเพิ่ม Club และ Computer เข้าไปด้วย

#### 1.5 กลุ่มอายุ 45 ปีขึ้นไป ซึ่งเรียกอีกอย่างหนึ่งว่ากลุ่มเบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomers)

- มีปริมาณประชากรจำนวนปานกลางถึงสูง
- มีกำลังทรัพย์ในการซื้อสินค้าสูง
- มีรสนิยม
- มีเหตุผลและความรู้ในการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินค้า
- ยึดติดกับความคิดเดิมๆ

### 2. ลักษณะของกลุ่มผู้บริโภคที่แบ่งตามระดับรายได้ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มดังนี้

2.1 กลุ่มผู้บริโภคระดับบน เป็นกลุ่มผู้ที่มีการศึกษาระดับปานกลางจนถึงระดับสูง มีรายได้สูงโดยประมาณ 20,000 บาทขึ้นไป ซึ่งผู้บริโภคในกลุ่มนี้ เป็นกลุ่มเป้าหมายของสินค้าที่ครองส่วนแบ่งทางการตลาดระดับบน (A) เช่นกัน เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้ มีรสนิยม และมีบริการสินค้าที่มีคุณภาพ และภาพลักษณ์ที่ดี เพื่อช่วยส่งเสริมภาพพจน์ของตนเองยิ่งขึ้น

2.2 กลุ่มผู้บริโภคระดับกลาง เป็นกลุ่มผู้ที่มีการศึกษา และระดับรายได้ปานกลางเป็นส่วนใหญ่ รายได้โดยประมาณ 10,000-20,000 บาทต่อเดือน ซึ่งผู้บริโภคกลุ่มนี้ ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของสินค้า ที่ครองส่วนแบ่งทางการตลาดระดับกลาง (B) เนื่องจากกำลังซื้อสินค้าของผู้บริโภคมีระดับราคาปานกลาง ไม่แพงจนเกินไป

2.3 กลุ่มผู้บริโภคระดับล่าง เป็นกลุ่มผู้ที่มีการศึกษา และระดับรายได้ไม่สูงมากนัก รายได้โดยประมาณ 6,000-10,000 บาทต่อเดือน ผู้บริโภคซื้อสินค้าตามกำลังซื้อของตนเอง ซึ่งผลิตภัณฑ์ดีสำหรับงานอดิเรก ที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดระดับล่าง (C) จึงสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้ตรงตามกำลังซื้อของผู้บริโภคเอง

นอกจากนี้ผู้บริโภคกลุ่มนี้ ได้ตรงตามกำลังซื้อของผู้บริโภคเอง

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะของผู้บริโภคที่แบ่งตามระดับรายได้ และลักษณะทางการตลาด สามารถนำมาพิจารณาร่วมกับ ความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมในชีวิตประจำวันกับรายได้ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังตาราง

ตารางที่ 2.1-1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมประจำกับรายได้<sup>4</sup>

กิจกรรม	รายได้			
	5,000-10,000	10,001-20,000	20,001-50,000	50,000ขึ้นไป
บันเทิง	15.6	33.6	36.0	14.8
งานอดิเรก	26.4	26.4	39.6	7.6
กีฬา	7.7	30.8	38.5	23.0
ท่องเที่ยว	14.0	12.0	56.0	18.0
งานบ้าน	37.2	44.2	11.6	7.0
จับจ่ายซื้อของ	12.9	19.4	51.6	16.1
อื่นๆ	4.2	16.7	45.8	33.3

จากตารางจะเห็นได้ว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ 20,001-50,000 บาท มีการใช้จ่ายกับกิจกรรมประเภทงานอดิเรกมากที่สุด และมีความสอดคล้องกับผู้บริโภคระดับบน (A)

การศึกษาลักษณะผู้ใช้สื่สำหรับงานอดิเรกระดับบน มีอายุประมาณ 25-45 ปี ซึ่งครอบคลุมทั้งผู้บริโภคกลุ่ม Generation X และกลุ่ม Yuppie แต่เมื่อพิจารณาถึงลักษณะของผู้บริโภคด้านอายุ พฤติกรรมและจิตวิทยารวมกัน จะเห็นได้ว่ากลุ่ม Generation X มีความเหมาะสมมากกว่า อีกทั้งในปัจจุบันกลุ่มมิลิเนียลยังเป็นกลุ่มที่มีบทบาทในด้านเศรษฐกิจอย่างมาก ดังนั้นเราสามารถวิเคราะห์และเลือกกลุ่มเป้าหมายหลัก เพื่อเป็นเงื่อนไขในการออกแบบดังนี้

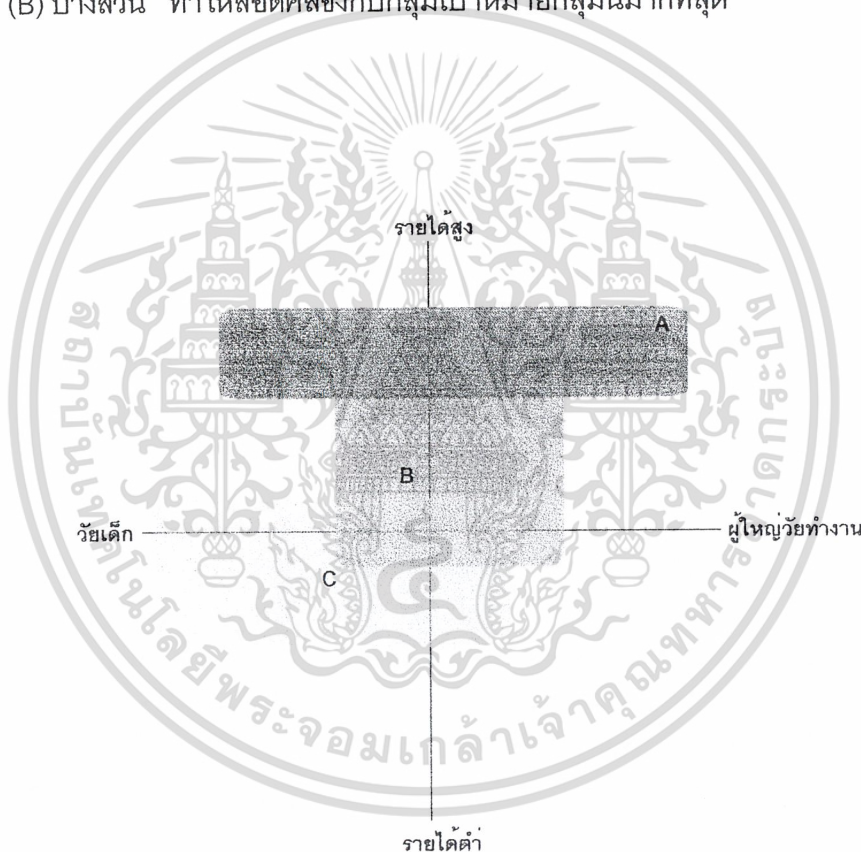
กลุ่มเป้าหมาย เป็นกลุ่มคนทั่วไปทั้งชายและหญิง ที่สนใจและต้องการจะสร้างสรรค์งานศิลป์โดยไม่ต้องมีพื้นฐานทางศิลปะมาก่อน

อายุ 20-30 ปี ตั้งแต่กลุ่มนักศึกษาจนถึงคนทำงานสมัยใหม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
<sup>4</sup> ข้อมูลอ้างอิงจากโพลวิจัยศูนย์วิจัยกลยุทธ์ไทย  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ฐานะ กลุ่มผู้บริโภคระดับบน A ระดับรายได้ค่อนข้างสูง  
 ลักษณะการใช้งาน ใช้สีสำหรับสร้างสรรค์ศิลปะ โดยใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ด้วย  
 เทคนิคการใช้สีง่าย ๆ

ลักษณะของกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดเป็นกลุ่มที่ตลาดค่อนข้างใหญ่ (มีคนกลุ่มนี้อยู่  
 ประมาณ 30% ของคนไทย 60 ล้านคนทั่วประเทศ และประมาณ 1.6 ล้านคนในกรุงเทพฯ ที่มีประชากร  
 6 ล้านคนเศษ)<sup>5</sup> เนื่องจากมีประชากรจำนวนมากประกอบกับเป็นกลุ่มที่มีการตื่นตัว และ  
 เปิดรับสิ่งใหม่ๆ ได้ง่ายดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นทำให้ง่ายในการแนะนำผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จัก  
 ประกอบกับความเหมาะสมที่สอดคล้องกับตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ในตลาดระดับบน (A) และ  
 ระดับกลาง (B) บางส่วน ทำให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้มากที่สุด



ภาพที่ 2.1-6 กราฟแสดงตำแหน่งผลิตภัณฑ์ทางด้านผู้บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
<sup>5</sup> ข้อมูลอ้างอิงจากอภิตถยวิเคราะห์ ห้องสมุดฐานเศรษฐกิจ  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดเบ่ส่งเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากกราฟแสดงตำแหน่งผลิตภัณฑ์ทางด้านผู้บริโภค สามารถระบุตำแหน่งกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรองของผลิตภัณฑ์สำหรับงานอดิเรก ที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของส่วนแบ่งทางการตลาดระดับบน(A) บางส่วน โดยกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์นี้ เป็นกลุ่มคนที่มีอายุประมาณ 20-45 ปี มีรายได้ค่อนข้างสูง A ซึ่งสอดคล้องกับตำแหน่งผลิตภัณฑ์ทางด้านคุณภาพและราคา ที่ค่อนข้างสูงเช่นกัน เนื่องจากผลิตภัณฑ์สำหรับงานอดิเรกเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย ผู้ที่สนใจทำงานอดิเรกชนิดนี้อย่างจริงจัง จึงต้องเป็นกลุ่มคนที่มีรายได้ที่สามารถรองรับค่าใช้จ่ายส่วนนี้ได้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.1.4 ลักษณะช่องทางการจัดจำหน่าย

ลักษณะช่องทางการจัดจำหน่าย ของผลิตภัณฑ์สีสำหรับงานอดิเรก ทางบริษัท ไชแมคฮาร์ท แอนด์ เดคอร์ เพ้นท์ จำกัด มีการจัดจำหน่ายในรูปแบบต่างๆหลายรูปแบบ เพื่อการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค แบ่งออกเป็น 3 ทางได้แก่

- จัดจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วไป โดยวางจำหน่าย ตาม Shelf ขายสินค้าเครื่องเขียนประเภทสี หรือ Shelf ขายสินค้าแผนกเย็บปักถักร้อย เช่น
  - เอ็มโพเรียม
  - เดอะมอลล์ บางกะปิ
  - เดอะมอลล์ งามวงศ์วาน
  - เซ็นทรัล ซิดลม
  - โรบินสันรัชดา
  - ตั้งฮั่วเส็ง
- จัดจำหน่ายตาม Studio ต่างๆ ที่มีการสอน ศิลปะ เพื่อเป็นการแนะนำผลิตภัณฑ์ ให้เป็นที่รู้จักกับผู้ที่มีความสนใจทางด้านศิลปะ หรือมีการจำหน่ายควบคู่ไปกับการลงทะเบียนเรียนเพื่อให้ผู้เรียนสามารถทดลองใช้สีได้ในตัว Studio ที่สอนศิลปะ เช่น
  - อาจารย์สุชาติ
  - อาจารย์เป้
  - VOICE
  - SIFA HOUSE OF PORCELAINE
  - CENTRAL WORKSHOP
- จัดจำหน่ายตามร้านขายหนังสือ (Bookshop) ชั้นนำ โดยขายผลิตภัณฑ์ควบคู่กับหนังสือสอนการทำเทคนิคตกแต่งต่างๆ เช่น KINGKUKNIYA 2 สาขา และตาม SHELF ขาย



ภาพที่ 2.1-7 กราฟแสดงลักษณะช่องทางการจัดจำหน่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากกราฟแสดงลักษณะช่องทางการจัดจำหน่าย จะจัดจำหน่ายในกรุงเทพและ  
ปริมณฑล โดยจำหน่ายทั้งตามชั้นวาง และจำหน่ายตามซุ้มหรือWorkshop ที่มีการสอนศิลปะ  
ซึ่งจะเห็นได้ว่าลักษณะช่องทางการจัดจำหน่าย ของทางบริษัท ไชแมค อาร์ต แอนด์ เดคอร์ เพนท์  
จำกัด สามารถครอบคลุมกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้ทั่วถึง ประกอบกับกลวิธีการจำหน่ายที่  
สามารถแนะนำผลิตภัณฑ์ และส่งเสริมการขายได้มากขึ้น

## 2.1.5 การส่งเสริมการขาย (Promotion)

เนื่องจากผลิตภัณฑ์สำหรับงานอดิเรก เป็นผลิตภัณฑ์ที่ค่อนข้างใหม่ ซึ่งมีความจำเป็น  
อย่างยิ่ง ในการแนะนำผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักแก่กลุ่มผู้บริโภค บริษัทจึงมีนโยบายในการให้  
ความรู้แก่ลูกค้าเป็นสำคัญ ดังนั้นการทำโปรโมชั่นจึงมีรูปแบบต่างๆ ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้  
บริโภคดังนี้

1. การทำกิจกรรมตามห้างสรรพสินค้า ถือได้ว่าเป็นการแนะนำสินค้าให้ลูกค้าสามารถทดลองใช้  
สี เพื่อที่จะใช้สีในโอกาสต่อไป โดยลูกค้าสามารถซื้อชิ้นงานดิบ และทำเทคนิคตามตัวอย่าง  
ที่มี ซึ่งเป็นเทคนิคง่ายๆสามารถทำเองได้
2. การสอนเทคนิคต่างๆตาม Studio หรือ Workshop สำหรับเทคนิคต่าง ๆ ที่ใช้เวลานานจะจัด  
สอนตาม Studio เช่น SIFA , VOICE ตาม Workshop ของอัมรินทร์พรีนติ้ง HONDA หรือ  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ นอกจากนี้ยังจัดให้มีการสอนในโรงแรม 2 ครั้งต่อปี เพื่อให้  
สมาชิกเข้าร่วมเรียนในราคาพิเศษ ซึ่งถือเป็นการแนะนำสินค้าให้เป็นที่รู้จัก

### การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์

ทางบริษัท ไชแมค อาร์ต แอนด์ เดคอร์ เพนท์ จำกัด เน้นการโฆษณาตัวผลิตภัณฑ์ไม่มาก  
นัก เนื่องจากสินค้าเน้นใช้วิธีการสาธิตเป็นหลัก เพื่อการเข้าถึงตัวกลุ่มผู้บริโภค และถือเป็นการ  
แนะนำสินค้า โฆษณาไปในตัว อย่างไรก็ตามทางบริษัทก็ยังมีการโฆษณาผ่านทางสื่อโฆษณา ใน  
รูปแบบต่างๆบ้าง ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ตามหนังสือตกแต่งบ้าน หนังสือ Workshop เช่น  
หนังสือบ้านและสวน ดั่งฮิวส์ Workshop หรืออาจแสดงการสาธิตตามรายการโทรทัศน์ เช่น  
รายการบ้านเลขที่ 5 รายการสบายสบายสไตล์มยุรา เป็นต้น

นอกจากนี้ทางบริษัทจะเน้นการประชาสัมพันธ์ควบคู่กับศิลปินในกลุ่มต่าง ๆ เช่น งาน  
แสดงของศิลปินเพื่อให้ศิลปินแนะนำสินค้าต่อไป โดยงบประมาณรวมสำหรับการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์  
ทางบริษัทตั้งไว้ประมาณ 15% ของยอดขายต่อปี ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.1.6 ราคา (Price)

ระดับราคาของตัวผลิตภัณฑ์ เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้าภายในประเทศ ที่มีคุณภาพทัดเทียมกับสินค้าจากต่างประเทศ โดยตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ จะค่อนข้างต่ำในตลาดระดับบน (A) และครอบคลุมตลาดระดับกลาง (B) บางส่วน ระดับราคาจึงจะมีราคาสูงพอประมาณ แต่จะมีราคาต่ำกว่าสินค้าตลาดระดับบน (A) ของต่างประเทศ

นอกจากนี้ทางบริษัท ไชแมค อาร์ท แอนด์ เดคคอร์ เพนท์ จำกัด ยังมีการสำรวจระดับราคา โดยมี Technician 3 คน และ Supervisor Area อีก 2 คน แบ่งความรับผิดชอบกลุ่มสินค้า และ จุดขาย ดังนั้นจะรับทราบข้อมูลของคู่แข่งอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากกำหนดให้ Technician ออกตรวจตลาดเพื่อดูความเป็นไปของคู่แข่งอย่างน้อย 1 ครั้ง ต่อสัปดาห์ และ Supervisor Area ออกดูแลร้านค้าแต่ละจุดขาย 1 ครั้งใน 1 เดือน จึงทราบความเคลื่อนไหวของคู่แข่งอยู่ตลอดเวลา โดยจะตั้งราคาให้ใกล้เคียงหรือต่ำกว่าคู่แข่งเล็กน้อย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.1.7 วิเคราะห์ และสรุปข้อมูลด้านการตลาดที่มีผลต่อการออกแบบ

จากข้อมูลทางด้านการตลาดที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผลผลิตภัณฑ์สำหรับงานอดิเรกที่สามารถเติบโตได้ในขณะนี้ สามารถแทรกพื้นที่ว่างทางการตลาดในตลาดระดับบน (A) เนื่องจากผลิตภัณฑ์ในตลาดส่วนนี้ มีเพียงสินค้าจากต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ จึงเป็นโอกาสที่จะสามารถผลักดันสินค้าไทย ให้มีคุณภาพ ประกอบกับภาพลักษณ์ที่ดี เป็นที่ยอมรับแก่ผู้บริโภค และทัดเทียมกับต่างประเทศได้ โดยสามารถสรุปข้อมูลทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ในส่วนนี้ ได้ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์เป็นสินค้าที่อยู่ค่อนข้างไปทางตลาดระดับบน (A) ซึ่งต้องคำนึงคุณภาพและภาพลักษณ์ของตัวผลิตภัณฑ์เป็นอย่างยิ่ง เพื่อให้สามารถทัดเทียมกับผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศมากที่สุด
2. กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายเป็นกลุ่มของผู้บริโภคระดับบน อายุ 25-35 ปี การดำเนินการออกแบบ ต้องศึกษาลักษณะพฤติกรรม และจิตวิทยาของกลุ่มเป้าหมายนี้ด้วย เพื่อสามารถทำการออกแบบได้เหมาะสม และตรงกับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด
3. จากลักษณะช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สำหรับงานอดิเรกนี้ เน้นให้มีแนวทางสอดคล้อง และครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย โดยการจัดจำหน่ายตามชั้นวางสินค้า ในห้างสรรพสินค้าเป็นหลัก ซึ่งการจัดจำหน่ายตามชั้นวางสินค้านั้น การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น และมีความเป็นเอกลักษณ์ร่วมกัน สามารถสร้างแรงดึงดูดความสนใจได้มากที่สุดเพียง เพราะฉะนั้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงมีความจำเป็นอย่างมาก ที่จะต้องศึกษาลักษณะช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อสามารถทำการสำรวจคู่แข่ง และออกแบบบรรจุภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.2 ข้อมูลเบื้องต้นของผลิตภัณฑ์สีสำหรับงานอดิเรก

ผลิตภัณฑ์สีสำหรับงานอดิเรก เป็นสีสำหรับใช้ในการสร้างสรรค์งานศิลปะประเภทตกแต่ง เขียนลวดลาย เพื่อความสวยงาม สามารถใช้งานได้ง่าย และปลอดภัย เนื่องจากสีสำหรับงานอดิเรกมักเป็นสีสูตรน้ำ (Non-Toxic) ไม่เป็นอันตรายกับผู้ใช้ ซึ่งเป็นคุณสมบัติพิเศษแตกต่างจากสีเขื่อน้ำมันทั่วไป และยังสามารถประยุกต์ใช้กับงานต่าง ๆ ทั่วไปได้อีกมาก โดยกลุ่มเป้าหมายจะเป็นกลุ่มคนที่ไม่ต้องมีพื้นฐานทางด้านศิลปะมาก่อนเพียงแต่สนใจที่จะสร้างสรรค์งานศิลปะง่าย ๆ ด้วยตนเอง ผลิตภัณฑ์สีสำหรับงานอดิเรกเป็นสีที่ยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก แต่พอที่จะสามารถจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์โดยแยกตามคุณสมบัติ และลักษณะการใช้งานที่แตกต่างกันออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์สีสำหรับงานอดิเรกที่แยกออกจากกันตามลักษณะการใช้งานแต่ละประเภท กล่าวคือ คุณสมบัติของสีสามารถใช้งานได้เพียงเพนท์ หรือระบายวัสดุได้เพียงอย่างเดียวตามหน้าที่ และคุณสมบัติของสีนั้นๆ เช่น สีเพนท์ผ้าบาติก สีเพนท์แก้ว สีเพนท์ตุ๊กตาปูนพลาสเตอร์ เป็นต้น
2. ผลิตภัณฑ์สีสำหรับงานอดิเรกที่สามารถใช้งานได้หลายประเภท โดยใช้สีตัวเดียวกัน แต่สีนี้จะมีตัวส้อมผสมที่นำมาผสมกับสี แล้วทำให้สีเกิดคุณสมบัติพิเศษต่างๆได้ตามการใช้งานและเทคนิควิธี เช่น สีสามารถใช้เพนท์แก้ว เพนท์ผ้า เพนท์ไม้ ได้โดยใช้สีตัวเดียวกัน แต่นำส้อมผสมคนละชนิดมาผสม หรือการเล่นเทคนิคการใช้สี โดยทำให้เกิดเทคนิคพื้นผิววัสดุหลายไม่ แตกหลายงา สีสนิม เป็นต้น

ภายในโครงการจะขอกล่าวรายละเอียดเฉพาะสีสำหรับงานอดิเรกที่สามารถใช้งานได้หลายประเภท โดยใช้สีตัวเดียวกันเท่านั้น เนื่องจากเป็นสีที่สามารถครอบคลุมการใช้งานได้หลากหลาย และเป็นแบบฝึกหัดที่ดีสำหรับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ด้วย ผลิตภัณฑ์สีสำหรับงานอดิเรกนั้น มีทั้งสินค้าภายในประเทศ และต่างประเทศ ส่วนทางด้านการผลิต สามารถผลิตได้ภายในประเทศไทย ซึ่งวัตถุดิบบางส่วนก็ยังมีมีความจำเป็นต้องสั่งซื้อจากต่างประเทศ เช่น แร่ธาตุบางชนิด โดยผลิตและจัดจำหน่ายภายใต้ บริษัท ไชแมค อาร์ต แอนด์ เดคคอร์เฟ้นท์ จำกัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

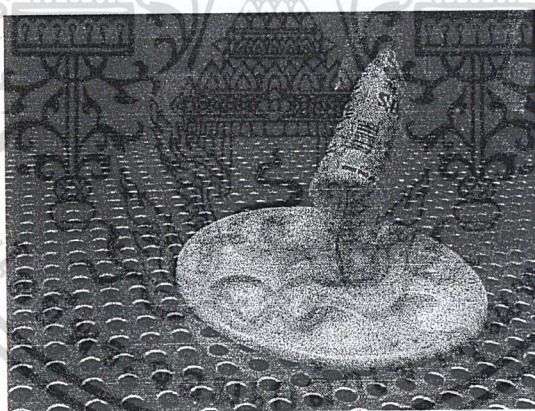
## 2.2.1 รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์สำหรับงานอดิเรก ที่สามารถใช้งานได้หลายประเภท โดยใช้สีตัวเดียวกัน แบ่งออกได้เป็น กลุ่มใหญ่ ๆ ดังนี้

1. หมวดประเภทสี สีที่ใช้เป็นสีสูตรน้ำ ที่มีคุณสมบัติพิเศษปลอดภัยไม่เป็นอันตรายกับผู้ใช้ (Non-Toxic) แบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทได้แก่

1.1 ประเภทสีธรรมชาติ (Palette Colors) ลักษณะเนื้อสีค่อนข้างเหลว มีความหนืดเล็กน้อยคล้าย โลชั่น เป็นสีพื้นฐานทั่วไป มีมากมายหลายสี แต่ที่เลือกมาใช้ในโครงการ เป็นสีเบื้องต้นหรือสี แม่สี ที่สามารถนำมาผสมกันได้อีก มีจำนวนทั้งหมด 12 สี ได้แก่

- |          |             |
|----------|-------------|
| - Black  | - Orange    |
| - White  | - Pink      |
| - Red    | - Purple    |
| - Green  | - Brown     |
| - Blue   | - Sky Blue  |
| - Yellow | - Turquoise |



ภาพที่ 2.2-1 รูปแสดงลักษณะของสีธรรมชาติ

ลักษณะพฤติกรรมการใช้งาน การใช้งานสีธรรมชาติสามารถใช้งานได้ทั่วไป โดยมีคุณสมบัติตามชื่อผสมที่ผสมลงไปกับเนื้อสีนั้น

ลักษณะบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์สำหรับงานอดิเรกประเภทสีธรรมดานั้น บรรจุภัณฑ์ส่วนมากจะขายแยกสี หรือแยกขายเดี่ยว จึงมักมีเฉพาะบรรจุภัณฑ์แบบ Primary Package เท่านั้น แต่ก็มีผลิตภัณฑ์สำหรับงานอดิเรกบางยี่ห้อ ซึ่งเป็นยี่ห้อที่อยู่ในตลาดระดับบนเป็นส่วน เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใหญ่ จะมี Secondary Package สำหรับบรรจุหลอดสีขนาดทดลองใช้ เนื่องจากราคาของสีที่ค่อนข้างสูงนั่นเอง

Primary Package สีบรรจุอยู่ในหลอดพลาสติกแบ่งออกเป็น 2 ขนาด ได้แก่

1.1.1 ขนาด 75 ml เป็นหลอดสีขนาดใหญ่ ใช้ในการแยกขาย เลือกเฉพาะสีไปใช้

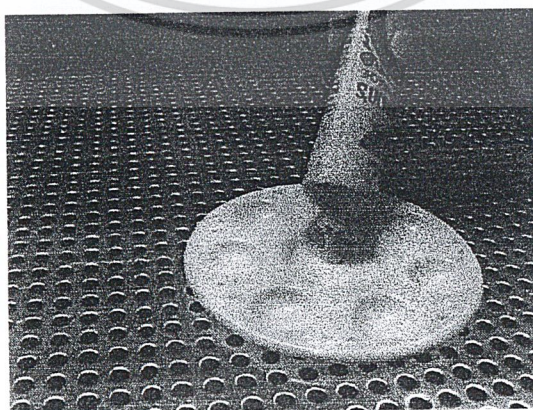
1.1.2 ขนาด 20 ml เป็นหลอดสีขนาดเล็ก ไม่ใช่แยกขาย แต่จะขายในรูปแบบของชุดสีทดลองบรรจุภายในกล่อง

สีส่วนมากบรรจุอยู่ในหลอด หรือขวดพลาสติก เนื่องจากคุณสมบัติ และลักษณะของเนื้อสีที่ไม่ข้นจนจับกันเป็นก้อน เหมือนสีน้ำทั่วไป ที่ใส่บรรจุอยู่ในหลอดออลูมิเนียมฟลอยด์ และหลอดพลาสติกยังไม่ทำให้เกิดการทะลักของสีเมื่อหลอดโดนบีบ หรือทับ ซึ่งหลอดพลาสติกสามารถคงรูปและยืดหยุ่นได้ดี

Secondary Package ที่พบเห็นโดยทั่วไปจะมี กล่องชุดสีของผลิตภัณฑ์สีสำหรับงานอดิเรกชื่อ "Jo sonja's" เท่านั้นเป็นลักษณะของกล่องชุดสีทดลอง ซึ่งมีรูปแบบเป็นกล่องหุ้มหัวธรรมดาที่ค่อนข้างเรียบง่าย ไม่โดดเด่น แต่มีความเป็นเอกลักษณ์ร่วมกับหลอดสีได้ดี กล่องมักทำจากกระดาษแข็ง เนื่องจากน้ำหนักที่ไม่มากนัก ส่วนลักษณะของ Secondary Package อย่างอื่นนอกจากกล่อง ก็จะเป็น Blister Pack สำหรับการแขวนขาย ซึ่งผลิตภัณฑ์มักราคาไม่แพง

1.2 ประเภทสีมุก (Metallic Colors) ลักษณะเนื้อเหมือนสีธรรมดา มีความหนืดเล็กน้อยคล้ายโลชั่น เป็นสีที่มีความประกายเงางาม จำนวนสีมีน้อยกว่าสีธรรมดา มีจำนวนทั้งหมด 8 สี ได้แก่

- Silver
- Gold
- Red Iridescent
- Green Iridescent
- Blue Iridescent
- Yellow Iridescent
- Purple Iridescent
- SkyBlue Iridescent



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ภาพที่ 2.2-2 รูปแสดงลักษณะของสีมุก

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะพฤติกรรมการใช้งาน การใช้งานสีมุกมีลักษณะเหมือนการใช้งานสีธรรมดา แต่จะแตกต่างกันเล็กน้อย โดยสีมุกสามารถใช้ระบายหรือเพนท์ลงบนวัสดุสีเข้ม และสามารถเขียนสีทับกันแล้วเห็นได้ชัด

ลักษณะบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์สำหรับงานอดิเรกประเภทสีมุก มีลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่เหมือนสีธรรมดา แต่จะต่างกันตรงขนาดของกล่อง และกราฟฟิกบางส่วน สีมุกมีทั้งแบบแยกขายเดี่ยว และขายรวมเป็นกล่องชุดทดลองในบางยี่ห้อที่ราคาค่อนข้างสูงเช่นเดียวกับสีธรรมดา

Primary Package สีบรรจุอยู่ในหลอดพลาสติกแบ่งออกเป็น 2 ขนาด ได้แก่

1.2.1 ขนาด 75 ml เป็นหลอดสีขนาดใหญ่ ใช้ในการแยกขาย เลือกเฉพาะสีไปใช้

1.2.2 ขนาด 20 ml เป็นหลอดสีขนาดเล็ก ไม่ใช้แยกขาย แต่จะขายในรูปแบบของชุดทดลองบรรจุภายในกล่อง

สีมุกบรรจุอยู่ในหลอดหรือขวดพลาสติกเช่นเดียวกับสีธรรมดา เนื่องจากลักษณะทางกายภาพที่เหมือนกัน นอกจากนี้คุณสมบัติ และลักษณะของพลาสติกที่มีความคงรูป สามารถยืดหยุ่นได้ดี ทำให้ไม่เกิดการทะลักของสีออกจากหลอดได้ง่ายจากการโดนทับหรือกระแทก

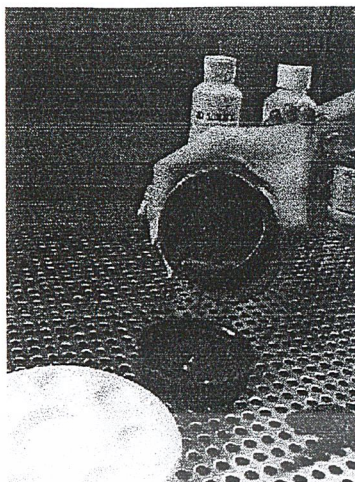
Secondary Package เป็นลักษณะของกล่องชุดสีสำหรับทดลองซึ่งมีรูปแบบที่เรียบง่าย เหมือนกับกล่องบรรจุชุดสีธรรมดา แต่ต่างกันตรงขนาดบรรจุของกล่องที่ใส่หลอดสีจำนวนน้อยกว่า และลักษณะกราฟฟิกที่แตกต่างกัน

1.3 ประเภทสีรองพื้น (Background Colors) เนื้อสีเรียบเนียนระบายง่ายกว่าสีธรรมดาแต่เหลวกว่าเล็กน้อย จำนวนสีที่มีจะเป็นสีที่นิยมใช้สำหรับเป็นสีพื้น และเป็นสีที่ค่อนข้างเบรคกว่าสีธรรมดา ภายในโครงการมีจำนวนทั้งหมด 5 สี ได้แก่

- Black
- White
- Red

- Green
- Blue

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.2-3 รูปแสดงลักษณะของสีรองพื้น

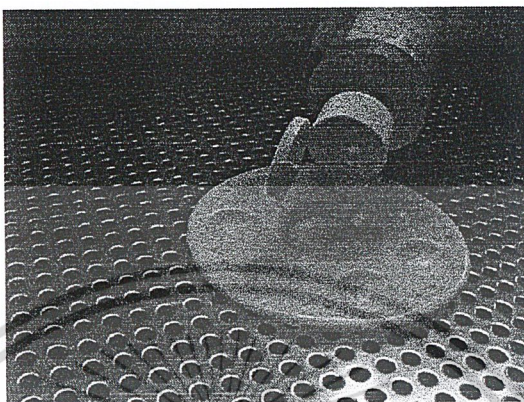
ลักษณะพฤติกรรมการใช้งาน การใช้งานสีรองพื้น ใช้สำหรับระบายหรือเพนท์ลงบนพื้นที่ใหญ่ๆ เพื่อให้สามารถใช้งานได้สะดวก และรวดเร็ว โดยใช้ปริมาณสีต่อครั้งจำนวนมาก

ลักษณะบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์สีสำหรับงานอดิเรกประเภทสีรองพื้น เนื่องจากเป็นสีที่ใช้ปริมาณต่อครั้งจำนวนมาก บรรจุภัณฑ์จึงมีขนาดบรรจุที่มากกว่าสีธรรมดาและสีมุก โดยขนาดบรรจุต่อกระปุก 250ml ลักษณะการขายแยกขายเดี่ยว ไม่ขายเป็นชุดทดลอง ซึ่งขวดหรือกระปุกมักมีขนาดที่ค่อนข้างกว้าง เพื่อความสะดวกในการใช้แปรงทาสีที่มีขนาดใหญ่ หรือการตักที่ละมากๆ ส่วนขวดหรือกระปุกที่ใช้ส่วนใหญ่มักเป็นขวดหรือกระปุกพลาสติก มากกว่าขวดแก้ว เนื่องจากขวดพลาสติกไม่ต้องการความระมัดระวังในการใช้งานมาก และมีความคงทนมากกว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2. หมวดประเภทสารผสม แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทได้แก่

### 2.1 ประเภทสีผสม (Medium) ลักษณะน้ำยามีทั้งแบบน้ำยาใสค่อนข้างเหลวคล้ายน้ำเชื่อมข้นๆ และขาวขุ่นที่ข้นกว่าน้ำยาเล็กน้อย



ภาพที่ 2.2-4 รูปแสดงลักษณะของสีผสม

ลักษณะพฤติกรรมการใช้งาน สีผสมเป็นน้ำยาที่ใช้ผสมลงกับสีเพื่อนำไปใช้งาน หรือใช้ได้โดยตรงกับชิ้นงาน ทำให้มีคุณสมบัติแตกต่างกันไปตามชนิดของน้ำยาแต่ละประเภทมีจำนวนทั้งหมด 9 ชนิด ได้แก่

- 1) All Purpose Sealer ใช้สำหรับงานรองพื้นบนวัสดุต่าง ๆ ได้แก่ ไม้ กระจก โลหะ ดินเผา  
วิธีการใช้ เคลือบบางบนชิ้นงาน แต่ถ้าพื้นผิวนั้น ๆ มีคราบแลคเกอร์ หรือน้ำมัน ควรขัดด้วยกระดาษทรายเบอร์ละเอียดเสียก่อน

หมายเหตุ สำหรับเทคนิคการย้อมสีไม้ ไม่จำเป็นต้องทา All Purpose Sealer รองพื้น

- 2) Flow Medium ใช้สำหรับผสมสีกับสีเพื่อให้สีเจือจางลง ทำให้ทาได้เรียบขึ้น และคงความสดของสีเช่นเดิม

วิธีการใช้ ผสมกับสีในอัตราส่วน สี 1 : Medium 2 ส่วน สามารถเพิ่มหรือลดได้แล้วแต่ความหนืดของสีที่ใช้

หมายเหตุ สามารถผสมกับสี เพื่อใช้ร่วมกับ Airbrush ได้ โดยใช้อัตราส่วนสี 1 : Flow Medium 3

- 3) Clear Glaze Medium ใช้เพิ่มความสดใสให้กับสี สามารถนำไปใช้กับเทคนิค Layering และเทคนิคการย้อมสีไม้ โดยใช้ผสมกับสีที่ต้องการ

วิธีการใช้ ผสมกับสีที่ต้องการในอัตราส่วน สี 1 : Medium เพียงอย่างเดียวก็ได้ในการทำเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า เทคนิคอื่น ๆ

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หมายเหตุ สำหรับเทคนิคการทำสีแตกลายงา หากเคลือบ Clear บาง ๆ ก่อนที่จะทา Crackle Medium จะทำให้การแตกสามารถทำได้ง่ายขึ้น

- 4) Retarder มีลักษณะคล้ายน้ำมัน ทำให้สีแห้งช้าลง ช่วยยืดระยะเวลาในการทำงานให้เพิ่มมากขึ้น

วิธีการใช้ ผสมกับสีเมื่อต้องการให้สีแห้งช้า ในอัตราส่วนตามต้องการ

หมายเหตุ อาจใช้ Retarder เพียงอย่างเดียวก็ได้ในการทำเทคนิคต่าง ๆ

- 5) Crackle Medium มีลักษณะคล้ายเนื้อเรซินเหลว เมื่อแห้งแล้วจะใสและปรากฏรอยแตกให้เห็น

วิธีการใช้ ควรทำให้มีความหนาพอประมาณ ไม่ควรทาซ้ำไปซ้ำมา และปล่อยให้แห้งในอุณหภูมิห้องที่เย็น

- 6) Polyurethane Gloss Varnish ใช้สำหรับเคลือบชิ้นงาน ช่วยเพิ่มความเงาให้กับชิ้นงาน และทำให้สีที่ทาคงทนยิ่งขึ้น

วิธีการใช้ ใช้ทาบาง ๆ 1-2 ชั้น หลังการทำงานหรือทากั้นระหว่างสีเพื่อป้องกันพื้นผิวในการทำเทคนิคต่าง ๆ

หมายเหตุ ไม่สามารถหา Varnish ลงบนชิ้นงานที่มีส่วนผสมของน้ำมันได้

- 7) Textile /Fabric Painting Medium ใช้ผสมกับสีเพื่อพ่นที่ชิ้นงานผ้า ส่วนผ้าที่ใช้ควรซักก่อนนำมาพ่นที่สี

วิธีการใช้ ผสมกับสีผสมในอัตราส่วน 1:1 เพื่อพ่นที่ชิ้นงานผ้า

หมายเหตุ การทำ Heat Set สามารถทำได้โดยใช้เตารีดรีดชิ้นงาน ความร้อนที่ใช้ขึ้นอยู่กับชนิดผ้า

- 8) Glass & Tile Primer Part A เป็น Medium ใส ที่ใช้สำหรับรองพื้นชิ้นงานแก้วและกระเบื้อง ก่อนที่จะพ่นที่สี ทั้งยังช่วยทำความสะอาดชิ้นงานไปในตัว

วิธีการใช้ ทาบาง ๆ บริเวณที่ต้องการจะพ่นที่สีทิ้งไว้ให้แห้ง แล้วจึงทำขั้นตอนต่อไปตามปกติ

- 9) Glass & Tile Painting Medium ใช้ผสมกับสีเพื่อใช้พ่นที่บนชิ้นงานแก้วและกระเบื้อง หลังจากรองพื้นด้วย Glass & Tile Primer part A แล้ว

วิธีการใช้ ผสมกับสีในอัตราส่วน สี 1 : Medium 3 ส่วน สำหรับชิ้นงานที่เสร็จแล้วต้องปล่อยให้สีแห้งตัวประมาณ 2 สัปดาห์ก่อนที่จะนำมาใช้งาน

หมายเหตุ หากต้องการให้สีแห้งเร็วขึ้น สามารถ Heat Set โดยการนำชิ้นงานเข้าอบในเตาที่อุณหภูมิ 165 องศาเซลเซียส ประมาณ 45 นาที

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะบรรจุภัณฑ์ สื่อผสมที่ใช้ควบคู่กับผลิตภัณฑ์สีสำหรับงานอดิเรกนั้น บรรจุอยู่ในขวดพลาสติกขนาด 200 ml มีลักษณะปากขวดค่อนข้างแคบ ที่ฝาขวดมีรูฝาขนาดเล็ก ใช้สำหรับเทสื่อผสมลงไปผสมกับสีที่ละน้อย

## 2.2 ประเภทตัวสร้างลายยูน (Texture Paste)

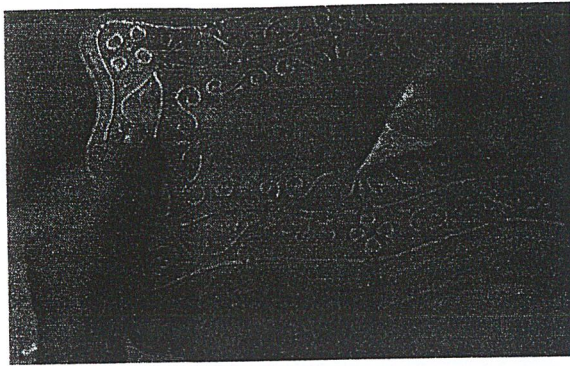
มีลักษณะเป็นครีมสร้างลายยูนสีขาว ตัวสร้างลายยูนใช้เวลาแห้ง-เร็ว ตามความหนาของเนื้อครีมที่ใช้ แต่สามารถเร่งให้แห้งเร็วขึ้นได้ โดยการใช้ไดร์เป่า (เฉพาะลมเย็น) เนื่องจากความร้อนจะทำให้ตัวสร้างลายยูนที่ยังไม่แห้งนั้นอ่อนตัวและบิดงอ ซึ่งตัวสร้างลายยูนนี้เมื่อแห้งแล้วจะแข็งมาก มีความยืดหยุ่นสูง จึงไม่แตกกร่อนแม้เกิดการบิดงอ



ภาพที่ 2.2-5 รูปแสดงลักษณะของตัวสร้างลายยูน

ลักษณะพฤติกรรมการใช้งาน ตัวสร้างลายยูนเป็นสารผสมที่ใช้ร่วมกับผลิตภัณฑ์สีสำหรับงานอดิเรก โดยสามารถใช้เขียนหรือเพนท์ลงบนชิ้นงาน ทำให้เกิด Texture บริเวณพื้นผิวรูปแบบต่างๆแล้วแต่เทคนิคในการทำ ตัวสร้างลายยูนยังสามารถระบายสีทับลงไป หรือผสมกับสีในอัตราส่วน 1:1 เพื่อเปลี่ยนสีตัวสร้างลายยูนเป็นสีอื่นๆตามความต้องการได้ การเขียนด้วยตัวสร้างลายยูนนั้น ยังสามารถเขียนเป็นเส้นเล็กๆเหมือนเขียนด้วยปากกา โดยการใช้กระดาษม้วนทำเป็นกรวย แล้วใส่ตัวสร้างลายยูนลงไป จึงตัดปากที่ยอดกรวยให้สามารถเขียนเป็นเส้นตามขนาดที่ต้องการ ขณะเขียน ให้ใช้วิธีการบีบกรวยกระดาษไล่เนื้อครีมออกมาตามปากกรวยที่ตัดไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.2-6 รูปแสดงลักษณะการเขียนตัวสร้างลายบนด้วยกรวยกระดาษ

**ลักษณะบรรจุภัณฑ์** ตัวสร้างลายบนมีลักษณะบรรจุภัณฑ์เป็นขวดหรือกระปุกพลาสติก ขนาด 250 ml โดยใช้บรรจุภัณฑ์กระปุกเดียวกับกระปุกสีรองพื้น ซึ่งลักษณะการใช้งานที่คล้ายกันคือการใช้งานแต่ละครั้งที่ค่อนข้างมาก ประกอบกับการใช้อุปกรณ์ช่วยในการตัก หรืออุปกรณ์ในการทำเทคนิคอื่นๆ เช่น เกรียง แปรงขนาดใหญ่ เป็นต้น ทำให้ลักษณะปากขวดต้องมีขนาดค่อนข้างกว้างเพื่อความสะดวกในการใช้งาน

### 3. หมวดประเภทวัสดุและอุปกรณ์เสริม แบ่งออกเป็น 3 ชนิด ได้แก่

3.1 **ประเภทกาว (Latex)** กาวลาเท็กซ์อย่างดี เป็นผลิตภัณฑ์เสริมที่ราคาไม่แพง เมื่อเทียบกับสีผสมอื่นๆ กาวลาเท็กซ์มีลักษณะทั่วไปเป็นเนื้อครีมสีขาวที่ค่อนข้างเหนียวและข้น แต่ความข้นของกาวจะแตกต่างกันเล็กน้อยตามยี่ห้อของกาวนั้นๆ แต่ลักษณะของกาวลาเท็กซ์ที่ใช้ในโครงการจะไม่เหนียวจนจับกันเป็นก้อน เพื่อความสะดวกในการใช้งาน

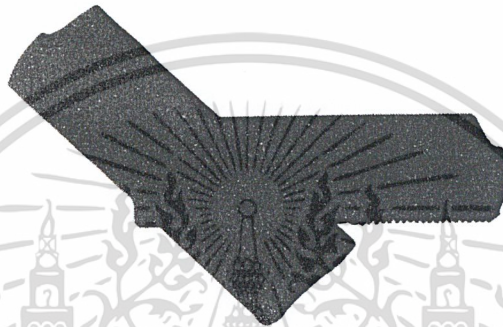
**ลักษณะพฤติกรรมการใช้งาน** กาวลาเท็กซ์สามารถใช้ทาสำหรับทำเทคนิคติดแผ่นภาพ (Decoupage) หรือเทคนิคปิดแผ่นทอง (Gold Leafing) ได้เป็นอย่างดี หรือใช้รองพื้นเฉพาะส่วนที่จำเป็น เช่น ปกปิดรูพรุน อุดรอยไม้เล็กน้อย เป็นต้น

**ลักษณะบรรจุภัณฑ์** กาวลาเท็กซ์โดยทั่วไปบรรจุอยู่ในขวดพลาสติก 0 มีมากมายหลายขนาด ภายในโครงการจะแบ่งออกเป็น 2 ขนาดได้แก่ ขนาด 120 ml และขนาด 80ml ลักษณะของบรรจุภัณฑ์เป็นผลมาจากคุณสมบัติและลักษณะของกาวลาเท็กซ์ ที่ค่อนข้างเหนียวและข้น ทำให้ยากในการบีบออกจากกรุฟที่ค่อนข้างเล็กเหมือนสีผสม บรรจุภัณฑ์ส่วนมากจึงเป็นขวดพลาสติกปากกว้างเล็กน้อย เพื่อความสะดวกในการตักหรือเทกาวออกมาใช้งาน รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เรียบง่าย ไม่โดดเด่นขาดความสวยงามน่าใช้ บางผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ยังติด

เอกสารนี้เป็นลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เปลี่ยนภาพลักษณ์ของกาวลาเท็กซ์แบบเดิม โดยการให้ลักษณะของขวดที่บีบออกจากฝาปลายแหลม ทำให้กาวที่ออกมาจากขวดมีลักษณะเป็นเส้นเล็กๆ และเนื้อกาวเหลวกว่าปกติเล็กน้อย ซึ่งมีความเหมาะสมกับลักษณะการใช้งานที่แตกต่างจากกาวขวดปากกว้าง สำหรับตักหรือทา ที่ใช้ภายในโครงการนี้

3.2 ยางพิมพ์ลวดลายไม้ มีลักษณะเป็นยางสีดำสำหรับคล้ายตัวบีบ ยางสามารถยืดหยุ่นได้พอสมควร มีบริเวณที่จับ ผิวหน้าตัดขยงโค้ง และมีส่วนของลายนูน (Texture) ลายไม้ ออกมาจากผิวหน้าตัดของยางนั้น



ภาพที่ 2.2-7 รูปแสดงลักษณะของยางพิมพ์ลวดลายไม้

ลักษณะพฤติกรรมการใช้งาน ยางพิมพ์ลวดลายไม้ใช้สำหรับพิมพ์ลวดลายไม้ลงบนชิ้นงาน วิธีการใช้สามารถทำได้โดย ใช้ยางพิมพ์ลวดลายไม้ครูด หรือกดเป็นทางลงไปบนชิ้นงานที่ทาสีไว้แล้ว แต่สียังไม่แห้ง ครูดลากลงมาอย่างต่อเนื่อง เวลาทำต้องปรับข้อมือเล็กน้อย การทำสามารถทาสีซ้ำและครูดใหม่ได้หลายครั้งตามต้องการ



ภาพที่ 2.2-8 รูปแสดงลักษณะการใช้งานยางพิมพ์ลวดลายไม้ โดยการครูดลงบนชิ้นงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

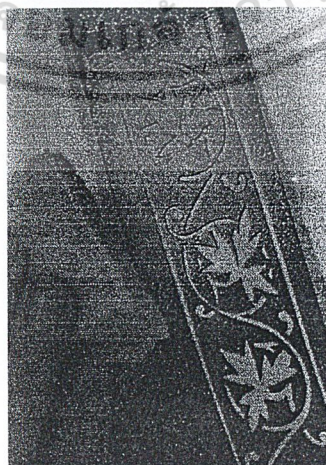
ลักษณะบรรจุภัณฑ์ โดยปกติทั่วไปยางพิมพ์ลวดลายไม้ไม่มีบรรจุภัณฑ์สำหรับวางขาย แม้ยางพิมพ์ลวดลายไม้จะมีราคาที่สูง ลักษณะของการวางจำหน่ายตามชั้นวางขาย ใช้การวางกองรวมกันในถาด ซึ่งการวางจำหน่ายในลักษณะนี้อาจทำให้เกิดความเสียหายกับยางได้ ถ้ายางถูกของแหลมมีคมทำให้ยางเป็นรอย

3.3 Template เป็นอุปกรณ์เสริมสำหรับการทำ Stencil มีลักษณะเป็นแผ่นพลาสติกที่เจาะลวดลายรูปต่าง ๆ เอาไว้ มี 2 ขนาด ได้แก่ขนาดใหญ่และขนาดเล็ก



ภาพที่ 2.2-9 รูปแสดงลักษณะของ Template

ลักษณะพฤติกรรมการใช้งาน สามารถใช้แทนการวาดรูป โดยการวางทาบลงไปบนชิ้นงาน แล้วระบายสีทับลงไป เมื่อเสร็จแล้วจึงยก Template ออกก็จะได้ลวดลายบนชิ้นงานตามลวดลายของ Template นั้น ซึ่งสามารถช่วยให้มีความสะดวก และเหมาะสมกับผู้ที่ไม่ถนัดทางการวาดรูป แต่ก็สามารถสร้างสรรค์รูปภาพต่าง ๆ ลงบนชิ้นงานได้เช่นกัน



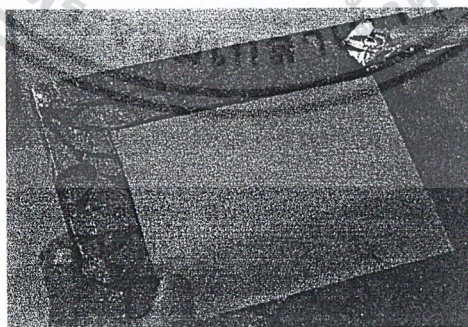
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ภาพที่ 2.2-10 รูปแสดงลักษณะการใช้ Template  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะบรรจุภัณฑ์ Template ถูกบรรจุอยู่ในซองพลาสติกใสมาตรฐานทั่วไป เพื่อสามารถโซลด์ลาย และลักษณะของ Template ส่วนบนของซองจะมีส่วนสำหรับใส่กราฟฟิก และยี่ห้อผลิตภัณฑ์

3.4 แผ่นเงิน - ทองคำเปลว มีลักษณะเป็นแผ่นบางๆ เช่นเดียวกับแผ่นทองที่ใช้สำหรับปิดทองพระทั่วไป แต่มีขนาดใหญ่และหนากว่าเล็กน้อย

ภาพที่ 2.2-11 รูปแสดงลักษณะของแผ่นเงิน-ทองคำเปลว

ลักษณะพฤติกรรมการใช้งาน ใช้สำหรับการติดลงไปบนชิ้นงาน เพื่อเพิ่มความสวยงามและแปลกใหม่ หลังจากที่ทำชิ้นงานด้วยการลาเท็กซ์แล้วทิ้งกาวให้แห้งพอสมควรๆ จึงนำแผ่นเงิน-ทองคำเปลวมาติดลงบนชิ้นงานตามต้องการ และใช้ฟู่กันแห้งคอยปิดตกแต่งอีกครั้ง ซึ่งวิธีนี้จะทำให้แผ่นทองสามารถเข้าไปตามร่องต่างๆของชิ้นงานได้ง่ายขึ้น



ภาพที่ 2.2-12 รูปแสดงลักษณะการปิดทองลงบนชิ้นงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะบรรจุภัณฑ์ แผ่นเงิน-ทองคำเปลวสำหรับใช้ร่วมกับผลิตภัณฑ์สีสำหรับงานอดิเรก ยังไม่มีบรรจุภัณฑ์สำหรับใส่โดยเฉพาะ การวางจำหน่ายใช้การใส่ถุงพลาสติกใสโดยมีกระดาษคั่นระหว่างแผ่นธรรมดา และวางตามชั้นวางขายด้วยการใส่ถาดเช่นเดียวกับยางพิมพ์ลายไม้ การบรรจุในซองแต่ละซองบรรจุ 1 แผ่น

เมื่อเราทราบเกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้นของตัวผลิตภัณฑ์แล้ว จะขออธิบายเกี่ยวกับเทคนิคบางเทคนิค สำหรับการใช้ผลิตภัณฑ์สีสำหรับงานอดิเรก ที่ทำการออกแบบกล่องชุดเทคนิคภายในโครงการนี้จำนวน 2 เทคนิค ได้แก่

1. เทคนิคการทำลายอนุ เป็นเทคนิคหนึ่งที่มีความนิยมเป็นอย่างมาก เนื่องจากสามารถใช้ Texture Paste สร้างพื้นผิวอนุในลักษณะต่างๆได้อย่างมากมาย ซึ่งสามารถทำได้หลายวิธี เช่น ใช้เกรียงหรืออุปกรณ์ที่สามารถหาได้ ป้ายครีมให้เป็นลวดลายตามชอบ หรือใช้คู่กับแผ่น Stencil โดยเอียงเกรียงประมาณ 45 องศา และป้ายครีมเข้าตามร่องเมื่อยกแผ่นขึ้นก็จะได้ลวดลายตามแบบ และอื่นๆอีกหลายวิธี

Texture Paste ใช้เวลาแห้งช้า-เร็วตามความหนาของเนื้อครีมที่ใช้ สามารถเร่งให้แห้งเร็วขึ้นได้ โดยใช้ไดร์เป่า(เฉพาะลมเย็นเท่านั้น) เนื่องจากความร้อนจะทำให้ Texture Paste ที่ยังไม่แห้งอ่อนตัวและบิดงอ ทำให้เสียรูปทรงได้ง่าย

สำหรับหลักในการเลือกคู่สีของเทคนิคการทำลายอนุนั้น หากรองพื้นด้วยสีเข้มควรปิด Highlight ด้วยสีโทนอ่อน แต่ในทางกลับกัน หากรองพื้นด้วยสีอ่อนก็ควรที่จะปิด Highlight ด้วยสีเข้มเช่นกัน

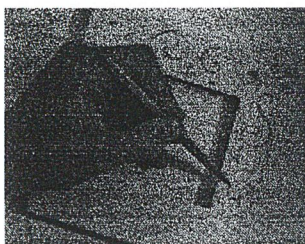
ส่วนประกอบของชุดเทคนิค ประกอบด้วย

1. สีผสม (Medium) จำนวน 3 ชนิด ได้แก่
  - All Purpose Sealer
  - Flow Medium
  - Polyurethane Satin Varnish
2. ตัวสร้างลายอนุ (Texture Paste)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

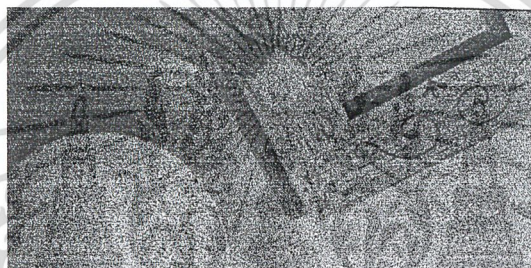
### ขั้นตอนการทำเทคนิคการทำลายนูน

1. ใช้ปากกาหรือดินสอเขียนลวดลายที่ต้องการลงบนชิ้นงาน



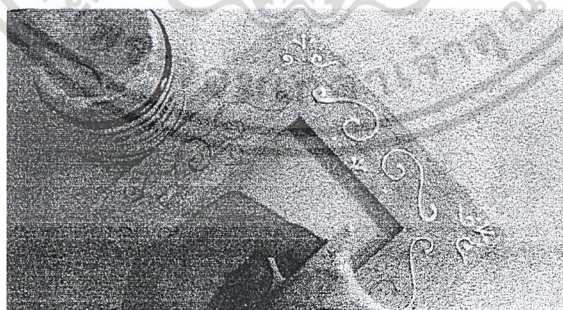
ภาพที่ 2.2-13 รูปแสดงการเขียนลวดลายลงบนชิ้นงาน

2. เคลือบชิ้นงานด้วย All Purpose Sealer แล้วทิ้งไว้ให้แห้ง



ภาพที่ 2.2-14 แสดงการเคลือบชิ้นงาน

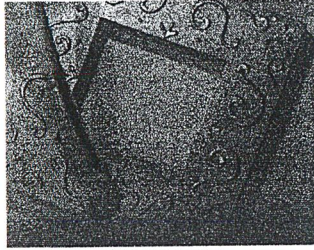
3. บีบลายโดยใช้กระดาษไขทำเป็นกรวยกระดาษ และใส่ตัวสร้างลายนูนเพื่อบีบให้เป็นลวดลายต่างๆ หรือใช้เกรียงป้ายตัวสร้างลายนูนให้เป็นลวดลายต่างๆตามต้องการ แล้วทิ้งไว้ให้แห้ง



ภาพที่ 2.2-15 แสดงการใช้กรวยกระดาษบีบเนื้อครีมนของตัวสร้างลายนูน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. รองพื้นด้วยสีตามต้องการ โดยผสม Flow Medium ลงไปในอัตราส่วน 1:1 ทำให้ทั่วชิ้นงาน แล้วทิ้งไว้ให้แห้ง



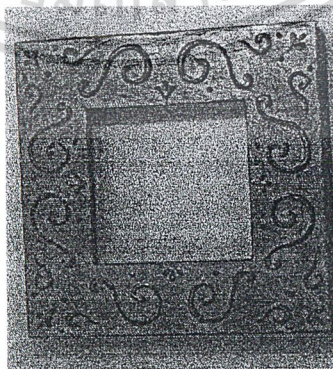
ภาพที่ 2.2-16 แสดงการรองพื้นด้วยฟูกัน

5. ใช้ฟูกันจุ่มสีที่ต้องการ ( ควรเลือกเฉดสีที่ตัดกับสีแรก ) ปิดกับกระดาษแข็ง เพื่อให้สีที่ติดฟูกันเพียงเล็กน้อย แล้วจึงนำมา Hilight ให้ทั่วชิ้นงาน แล้วทิ้งไว้ให้แห้ง



ภาพที่ 2.2-17 แสดงการปิด Hilight

6. ชั้นสุดท้าย เคลือบชิ้นงานด้วย Polyurethane Satin Vanish ทิ้งไว้ให้แห้ง (หากต้องการผิวด้านอาจไม่ต้องเคลือบก็ได้)



ภาพที่ 2.2-18 แสดงชิ้นงานที่เสร็จแล้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

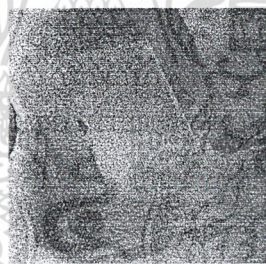
2. **เทคนิคแตกลายงา** การทำเทคนิคนี้จะเป็นเทคนิคที่ทำให้ชิ้นงานดูเก่า และมีคุณค่า ซึ่งจะมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับขั้นตอนการทำ Crackle Medium และการให้สีเป็นสำคัญ Crackle Medium ยังสามารถทำให้ภาพดูเก่าคล้ายกับภาพเขียนสมัยโบราณ โดยการเคลือบภาพ เช่นเดียวกับการทาลงบนวัสดุอื่นๆ ส่วนรอยแตกจะหยาบหรือละเอียดเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับ ความหนาของ Crackle Medium

**ส่วนประกอบของเทคนิค** ประกอบด้วยสื่อผสม (Medium) จำนวน 6 ชนิดได้แก่

- All Purpose Sealer
- Flow Medium
- Clear Glaze Medium
- Crackle Medium
- Retarder
- Polyurethane Gloss Varnish หรือ Satin Varnish

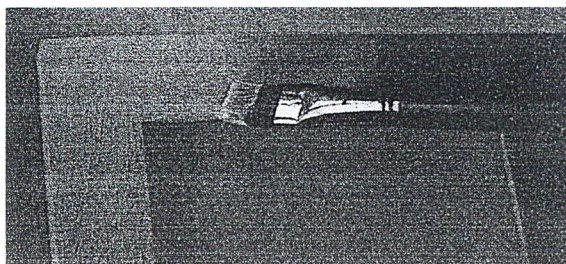
**ขั้นตอนการทำเทคนิคแตกลายงา**

1. เคลือบชิ้นงานด้วย All Purpose Sealer ทิ้งไว้ให้แห้ง



ภาพที่ 2.2-19 แสดงการเคลือบชิ้นงานด้วย All Purpose Sealer

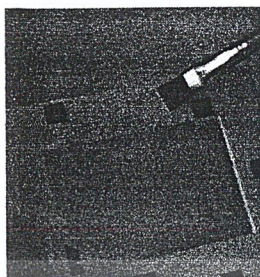
2. รองพื้นด้วยสีรองพื้นสีตามต้องการ โดยผสม Flow Medium ในอัตราส่วน 1:1 ทาให้ทั่วชิ้นงานแล้วทิ้งไว้ให้แห้ง (สามารถเพนท์ให้เป็นลวดลายได้ในขั้นตอนนี้)



ภาพที่ 2.2-20 แสดงการรองพื้นด้วยสีรองพื้นและ Flow Medium

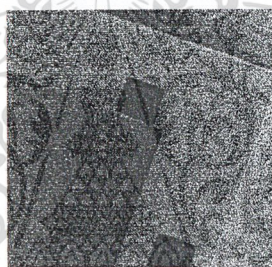
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ทา Clear Glaze Medium บางๆให้ทั่วชิ้นงาน และทิ้งไว้ให้แห้ง
4. ทา Crackle Medium ให้มีความหนาพอประมาณ และไม่ควรถาซ้ำไปมา เพราะอาจจะทำให้ Crackle Medium ไม่แตกเลยหรือแตกน้อยมากหากทาบางเกินไป



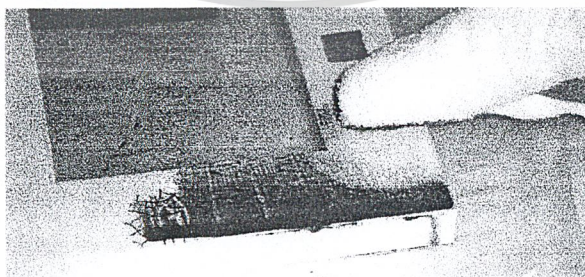
ภาพที่ 2.2-21 แสดงการทำ Crackle Medium

5. Crackle Medium เมื่อแห้งสนิทจะใสและปรากฏรอยร้าวให้เห็น



ภาพที่ 2.2-22 แสดงการแตกร้าวของ Crackle Medium

6. ผสมสีที่ต้องการ (ควรตัดกับเฉดสีแรก) โดยผสม Retarder ในอัตราส่วน 1:1 ทาให้ทั่วชิ้นงาน และนำผ้าสะอาดเช็ดออกทันที จะสังเกตเห็นสีเข้าไปอุดตามร่อง ทำให้สามารถเห็นรอยแตกได้ชัดเจนยิ่งขึ้น แล้วทิ้งไว้ให้แห้ง



ภาพที่ 2.2-23 แสดงการทำสีให้สีเข้าไปอุดตามร่อง

7. เคลือบชิ้นงานด้วย Polyurethane Gloss Varnish บางๆหนึ่งชั้น
- เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น มิอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### หมายเหตุ

1. Crackle Medium จะมีประสิทธิภาพในการแตกดีขึ้น หากทิ้งไว้ในอุณหภูมิห้องที่เย็น
2. ไม่ควรเคลือบ Polyurethane Gloss Varnish ก่อนที่จะทา Crackle Medium เนื่องจาก Varnish จะไปเชื่อมรอยแตก
3. สามารถกำหนดขนาดของการแตกได้ ขึ้นอยู่กับความหนาของ Crackle Medium โดยรอยแตกจะกว้างและลึกเมื่อทา Crackle Medium หนาและทาบาง (แต่ไม่บางจนเกินไป) เมื่อต้องการให้มีรอยแตกที่เล็กและละเอียด
4. ไม่ควรปล่อยให้สีแห้งข้ามคืน แล้วจึงค่อยทา Crackle Medium เพราะอาจจะไม่แตกและได้ผลไม่ดีเท่าที่ควร

ทั้งสองเทคนิคนี้มีขั้นตอนการทำ และอุปกรณ์ที่แตกต่างกันตามแต่ละเทคนิค ซึ่งภายในกล่องชุดเทคนิค และวิธีการทำจะไม่ระบุสีที่ใช้ในการทำ เนื่องจากสีสามารถเลือกใช้ได้ตามความชอบของแต่ละบุคคล อาจเพียงแนะนำเฉดสีเพียงเล็กน้อยเท่านั้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.2.2 ปัจจัยที่ทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมคุณภาพ

ผลิตภัณฑ์สำหรับงานอดิเรก แบ่งหมวดของผลิตภัณฑ์ออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ๆ ที่แตกต่างกัน แต่ปัจจัยที่ทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมคุณภาพจะพิจารณา แยกกันเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มแรกคือกลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทสีจะรวมกับกลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทสารผสม เนื่องจากปัจจัยที่ทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมคุณภาพ มีความคล้ายคลึงกัน และกลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทวัสดุ และอุปกรณ์เสริม เป็นกลุ่มที่มีลักษณะคุณสมบัติ และปัจจัยที่ทำให้เสื่อมคุณภาพแตกต่างจากกลุ่มแรก ซึ่งนำมาพิจารณาแยกกันแต่ละกลุ่มได้ดังนี้

### 1. ปัจจัยที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ประเภทสีและสีผสมเสื่อมคุณภาพ ได้แก่

1.1 อากาศ เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมคุณภาพ เนื่องจากการเก็บรักษาดี หรือสีผสมที่เกิดจากบรรจุภัณฑ์ไม่แน่นหนา หรือไม่สมบูรณ์ เช่น หลอดสีรั่ว แดก เป็นต้น หรืออาจเกิดจากตัวผู้บริโภคเองที่ขาดการเก็บรักษาที่ดีพอ เช่น การปิดฝาไม่สนิท ซึ่งลักษณะดังกล่าวจะเป็นสาเหตุที่ทำให้อากาศมีผลกับการเสื่อมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ทั้งสิ้น เมื่อผลิตภัณฑ์สัมผัสกับอากาศนาน ๆ อาจทำให้แห้งหรือแข็งได้ ซึ่งเป็นปัญหาที่พบบ่อยที่สุดสำหรับบรรจุภัณฑ์ประเภทสี

1.2 แสงแดดและรังสีอัลตราไวโอเล็ต ทำให้คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เปลี่ยนไป โดยเนื้อสีจะทำปฏิกิริยากับรังสีอัลตราไวโอเล็ต ทำให้สีซีดลง แต่การซีดลงของสีที่เกิดจากรังสีอัลตราไวโอเล็ตนั้น ถ้าเกิดจากแสงหลอดไฟทั่วไปจะใช้เวลานานมากจึงจะเห็นปฏิกิริยาการเปลี่ยนแปลงของเนื้อสี แต่ถ้าเป็นรังสีอัลตราไวโอเล็ตจากแสงแดดนั้นเป็นการรับรังสีโดยตรงจะมีปฏิกิริยาที่เร็วกว่า แต่อย่างไรก็ตามลักษณะบรรจุภัณฑ์ของสีสำหรับงานอดิเรกบางผลิตภัณฑ์ก็ทำเป็นบรรจุภัณฑ์ใสที่รังสีอัลตราไวโอเล็ตสามารถผ่านได้ เนื่องจากถ้าโดนรังสีเพียงเล็กน้อยไม่ค่อยมีผลเสียหายกับผลิตภัณฑ์มากเท่ากับแสงแดด ประกอบกับผลิตภัณฑ์สีสำหรับงานอดิเรกไม่ค่อยให้ความสำคัญกับคุณภาพของเนื้อสีเท่ากับผลิตภัณฑ์สีสำหรับจิตรกร (ARTIST GRADE)

1.3 อุณหภูมิ ความร้อนเนื่องจากอุณหภูมิที่สูงส่งผลให้ลักษณะและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เปลี่ยนแปลงไป การเก็บรักษาจึงควรเก็บไว้ในที่มีอุณหภูมิพอเหมาะ ไม่ร้อนจนส่งผลเสียหายกับผลิตภัณฑ์ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ปัจจัยที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ประเภทวัสดุและอุปกรณ์เสริมเสื่อมคุณภาพ ผลิตภัณฑ์ประเภทวัสดุและอุปกรณ์เสริมมีทั้งหมด 4 ชนิด ซึ่งมีลักษณะและคุณสมบัติแตกต่างกันไป จึงขอแยกพิจารณาปัจจัยที่ทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมคุณภาพ ตามแต่ละชนิดได้ดังนี้

2.1 ประเภททากาว ปัจจัยที่ทำให้กาวเสื่อมคุณภาพ เช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์กลุ่มแรก เนื่องจากมีลักษณะและคุณสมบัติใกล้เคียงกัน แต่บางปัจจัยอาจมีผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์มากน้อยต่างกัน เช่น อากาศอาจจะทำให้กาวแห้งเร็วกว่าสี เป็นต้น

2.2 ยางพิมพ์ลวดลายไม้ ปัจจัยที่ทำให้ยางเสื่อมคุณภาพได้แก่ ความร้อน จะทำให้ยางสูญเสียคุณสมบัติของความยืดหยุ่นไป ซึ่งจะทำให้ยางแข็งและแตก ส่วนปัจจัยอีกอย่างที่อาจเกิดจากตัวผู้บริโภคเองคือ การโดนของแข็งและของแหลมคม อาจทำให้ยางเสียรูปทรง หรือ TEXTURE ลายไม้ที่นุ่มลื่นลอกเสียหายได้

2.3 TEMPLATE ปัจจัยที่ทำให้ TEMPLATE เสื่อมคุณภาพ ส่วนมากมักมาจากผู้บริโภคเองเป็นส่วนใหญ่ เช่น การใช้อย่างไม่ระมัดระวัง TEMPLATE อาจเกิดการแตกหักหรือบิ่นได้ เป็นต้น

2.4 แผ่นเงิน-ทองคำเปลว ปัจจัยที่ทำให้เสื่อมคุณภาพมักเนื่องมาจากลักษณะและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เองที่บางและฉีกขาดง่าย ยากแก่การระมัดระวัง ส่วนเรื่องความร้อนก็มีผลกับผลิตภัณฑ์เช่นกัน ซึ่งอาจทำให้แผ่นเงิน-ทองคำเปลวละลายเสื่อมคุณภาพได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.2.3 วิเคราะห์และสรุปข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการออกแบบ

เนื่องจากผลิตภัณฑ์สี"ครีเอทีฟ"สำหรับงานอดิเรกเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความหลากหลายการใช้งานที่แตกต่างกันไป ซึ่งการทำความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลของตัวผลิตภัณฑ์ ทำให้สามารถทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ได้เหมาะสมกับลักษณะผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยสามารถสรุปแบ่งข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการออกแบบได้ 2 แนวทางคือ

#### ด้านบรรจุภัณฑ์

1. การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะทางโครงสร้าง ที่เหมาะสมกับลักษณะของผลิตภัณฑ์ และการนำไปใช้ ทำให้ผู้ผลิตและผู้บริโภคสามารถผลิต บรรจุ และนำไปใช้งานได้ อย่างสะดวก เช่น การออกแบบกระปุกปากกว้างที่ง่ายแก่การบรรจุ และการใช้งาน เป็นต้น
2. การเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ทำให้สามารถรักษา และป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดกับตัวผลิตภัณฑ์ได้

#### ด้านกราฟฟิก

1. การออกแบบกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ที่สื่อถึงตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน ทำให้เป็นการง่ายในการเลือกซื้อเลือกใช้ของผู้บริโภค
2. ลักษณะของกราฟฟิก สามารถบ่งบอกได้ถึงคุณภาพ และคุณสมบัติของตัวผลิตภัณฑ์ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.3 ข้อมูลด้านคู่แข่งในตลาดผลิตภัณฑ์สีสำหรับงานอดิเรก

คู่แข่งในตลาดผลิตภัณฑ์สีสำหรับงานอดิเรก ยังมีคู่แข่งรายใหญ่ที่เป็นที่รู้จักไม่มากนักเนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ค่อนข้างใหม่ในตลาด ส่วนใหญ่จะเป็นคู่แข่งลักษณะประปรายทั่วไปตามจุดขายต่าง ๆ กัน ถึงแม้ว่าผลิตภัณฑ์บางยี่ห้อจะมีจำหน่ายมานานแล้วก็ตาม แต่ก็ยังไม่เป็นที่รู้จักเท่าที่ควร เพราะการส่งเสริมการขายน้อยกว่าในปัจจุบัน ที่ผลิตภัณฑ์สีสำหรับงานอดิเรกเริ่มมีการส่งเสริมการขายในหลายรูปแบบ เช่น การตั้งซุ้มสอนการทำพร้อมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีไปในตัว เป็นต้น ซึ่งทำให้ผู้บริโภคสนใจและเป็นที่รู้จักกันมากขึ้นกว่าแต่ก่อน

### 2.3.1 ผลิตภัณฑ์สีสำหรับงานอดิเรกที่จำหน่ายทั่วไปในท้องตลาด

ผลิตภัณฑ์สีสำหรับงานอดิเรกที่จำหน่ายทั่วไปในท้องตลาดมีอยู่หลายระดับ โดยแบ่งตามระดับราคา และระดับผู้บริโภค ซึ่งสามารถสรุปข้อมูลทางด้านคู่แข่งตามระดับผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ตลาดระดับบน เป็นสีที่มีคุณภาพดี นำเข้าจากต่างประเทศ ส่วนใหญ่เป็นสีสูตรน้ำ (Non-Toxic) ไม่มีกลิ่นฉุนและไม่เป็นอันตรายกับผู้ใช้ มีทั้งรูปแบบการใช้งานให้เลือกหลากหลาย และแบบเฉพาะเจาะจง ระดับราคาสูง คู่แข่งในตลาดระดับนี้นับเป็นคู่แข่งหลัก ของผลิตภัณฑ์สี"ครีเอทีฟ"สำหรับงานอดิเรก เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีแนวทางการตลาดและคุณสมบัติที่ใกล้เคียงกัน ผลิตภัณฑ์ในตลาดระดับบนนี้ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์สี Jo Sonja's , Chromacryl , Pebeo
2. ผลิตภัณฑ์ตลาดระดับกลาง เป็นสีที่มีคุณภาพรองลงมาจากสินค้าระดับบน มีทั้งรูปแบบการใช้งานให้เลือกหลากหลาย และรูปแบบการใช้งานที่เฉพาะเจาะจง ระดับราคาปานกลาง คู่แข่งในตลาดระดับนี้เป็นคู่แข่งรองสำหรับผลิตภัณฑ์สี"ครีเอทีฟ" ซึ่งส่วนใหญ่ก็ยังคงเป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศเช่นกัน ผลิตภัณฑ์ตลาดระดับกลางประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์สี Dyron , Marabu , Aleene's , Delta
3. ผลิตภัณฑ์ตลาดระดับล่าง เป็นสีที่มีคุณภาพค่อนข้างต่ำ การใช้งานมีรูปแบบที่เฉพาะเจาะจงตามคุณสมบัติของสี เหมาะสำหรับการทดลองชั่วคราว ส่วนมากเป็นสีที่ไม่ระบุยี่ห้อ บรรจุนายในประเทศแล้วจำหน่ายตามซุ้มทั่วไป จึงไม่สามารถนำมาพิจารณาเป็นคู่แข่งได้ ผลิตภัณฑ์สีตลาดระดับล่าง ได้แก่ สีเขียนตุ๊กตาปูนพลาสเตอร์ สีเขียนแก้ว สีเขียนผ้า ที่ไม่ระบุยี่ห้อทั่วไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.3-1 แสดงการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ในตลาด

ผลิตภัณฑ์	ตลาดระดับบน	ตลาดระดับกลาง	ตลาดระดับล่าง
ยี่ห้อ	- Jo Sonja's - Chromacryl - Pebeo	- Dyron - Marabu - Aleene's - Delta	- ไม่ระบุยี่ห้อ
ส่วนแบ่งการตลาด	ร้อยละ 20	ร้อยละ 35	ร้อยละ 45
ระดับราคา	สูง	กลาง	ต่ำ
คุณภาพ/การใช้งาน	- คุณภาพสูง - Non-Toxic - มีทั้งรูปแบบการใช้งานหลากหลายและแบบเฉพาะเจาะจง	- คุณภาพปานกลาง - มีทั้งรูปแบบการใช้งานหลากหลายและแบบเฉพาะเจาะจง	- คุณภาพต่ำ - รูปแบบการใช้งานเฉพาะเจาะจงตามคุณสมบัติ
ผู้บริโภค	ระดับบนค่อนข้างมีฐานะ รายได้ 20,000 บาทขึ้นไป	ระดับกลาง มีฐานะและรายได้ปานกลาง 10,000-20,000 บาท	ระดับล่าง มีฐานะและรายได้ไม่สูงนัก 6,000-10,000 บาท
การจัดจำหน่าย	ห้างสรรพสินค้าชั้นนำในแผนกเครื่องเขียนและWorkshop ที่มีการสอนศิลปะ	ห้างสรรพสินค้าทั่วไปในแผนกเย็บปักถักร้อยและในแผนกเครื่องเขียน	ซุ้มสอนและจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้าทั่วไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.3-2 แสดงลักษณะภาพลักษณ์โดยรวมของผลิตภัณฑ์คู่แข่ง

ยี่ห้อ	ผู้บริโภค/ ระดับราคา	ลักษณะผลิตภัณฑ์/ จุดขาย	ลักษณะบรรจุภัณฑ์
<p>Jo Sonja's</p> 	หญิงและชาย ผู้บริโภคระดับบน ระดับราคาสูง (A)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นผลิตภัณฑ์นำเข้าจากต่างประเทศ</li> <li>- คุณสมบัติพิเศษสีสูตรน้ำ (Non - Toxic)</li> <li>- ผลิตภัณฑ์สามารถใช้งานได้หลากหลาย เช่น เขียนแก้ว เซรามิค ไม้ เป็นต้น โดยใช้สีตัวเดียวกัน แต่ผสมน้ำยา เปลี่ยนคุณสมบัติ</li> <li>- มีความสามารถในการทำเทคนิครูปแบบต่างๆ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลิตภัณฑ์ใช้ลักษณะกราฟฟิกที่บ่งบอกถึงกลุ่มเป้าหมายและราคาที่ค่อนข้างสูง</li> <li>- ขนาดลักษณะเด่นให้ทราบถึงตัวผลิตภัณฑ์และความแตกต่างของผลิตภัณฑ์</li> <li>- บรรจุภัณฑ์พยายามบ่งบอกถึงความน่าเชื่อถือที่ผลิตภัณฑ์นี้มีมานาน</li> <li>- มีการสร้างเอกลักษณ์ร่วมด้วยการใช้สีและรูปแบบ</li> </ul>
<p>Chromacryl</p> 	เด็กหญิงและชาย ผู้บริโภคระดับบน ระดับราคาสูง (A)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นผลิตภัณฑ์นำเข้าจากต่างประเทศ</li> <li>- คุณสมบัติพิเศษสีสูตรน้ำ (Non - Toxic)</li> <li>- ผลิตภัณฑ์สามารถใช้งานได้หลากหลาย เช่น เขียนแก้ว เซรามิค ไม้ เป็นต้น โดยใช้สีตัวเดียวกัน แต่ผสมน้ำยา เปลี่ยนคุณสมบัติ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรจุภัณฑ์เน้นสีล้วนเพื่อสื่อถึงกลุ่มเป้าหมายเด็ก</li> <li>- มีเอกลักษณ์จดจำได้ง่าย</li> <li>- การใช้กราฟฟิกที่เรียบง่ายและสนุกสนาน</li> <li>- บรรจุภัณฑ์ที่มีรูปแบบเอกลักษณ์ร่วมโดยใช้กราฟฟิกที่เหมือนกันทุกๆผลิตภัณฑ์</li> <li>- บรรจุภัณฑ์ขาดลักษณะเด่นให้ทราบความแตกต่างของ</li> </ul>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปผลิตซ้ำขึ้นด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามเผยแพร่ลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>Pebeo</p> 	<p>หญิงและชาย ผู้บริโภคระดับบน ระดับราคาสูง (A)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นผลิตภัณฑ์นำเข้าจากต่างประเทศ</li> <li>- คุณสมบัติพิเศษสีสูตรน้ำ (Non - Toxic)</li> <li>- ผลิตภัณฑ์สามารถใช้งานได้หลากหลาย เช่น เขียนแก้ว เซรามิค ไม้ เป็นต้น โดยใช้สีตัวเดียวกัน แต่ผสมน้ำยา เปลี่ยนคุณสมบัติ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรจุภัณฑ์ทั้งโครงสร้างและกราฟฟิกเรียบง่ายไม่โดดเด่นยากต่อการเลือกซื้อเลือกใช้</li> <li>- กราฟฟิกและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ที่เหมือนกัน ประกอบกับการใช้ภาษาบนฉลากที่ไม่ใช่ภาษาสากลทำให้ยากแก่การเข้าใจและจดจำ</li> <li>- มีความเป็นเอกลักษณ์ร่วมสูง</li> <li>- บรรจุภัณฑ์บ่งบอกถึงความ Modern ด้วยความเรียบง่าย</li> <li>- กราฟฟิกใช้ลักษณะของตัวอักษรบ่งบอกถึงความแตกต่างของบรรจุภัณฑ์</li> </ul>
<p>Dyron</p> 	<p>หญิงและชาย ผู้บริโภคระดับกลาง "ระดับราคาปานกลาง (B)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นยี่ห้อที่ค่อนข้างรู้จักเนื่องจากมีจำหน่ายมานาน</li> <li>- ผลิตภัณฑ์นำเข้าจากต่างประเทศ</li> <li>- ผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็นหลายชนิดตามการใช้งาน เช่น เขียนผ้า เขียนแก้ว เป็นต้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรจุภัณฑ์ทั้งโครงสร้างและกราฟฟิกเรียบง่ายไม่โดดเด่นยากต่อการเลือกซื้อเลือกใช้</li> <li>- บรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นขวดใสมองเห็นสีชัดเจน</li> <li>- ลักษณะกราฟฟิกสีสันสดใสดูสะอาดตาและเน้นไปที่ชื่อยี่ห้อให้เด่นชัด</li> </ul>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Marabu		<p>หญิงและชาย ผู้บริโภคระดับ กลาง ระดับราคา ปานกลาง (B)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นยี่ห้อที่ค่อนข้างรู้จักเนื่องจากมีจำหน่ายมานาน</li> <li>- ผลิตภัณฑ์นำเข้าจากต่างประเทศ</li> <li>- คุณสมบัติเป็นสี Acrylic สำหรับเขียนแก้วโดยผสมกับน้ำมันสน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรจุภัณฑ์ทั้งโครงสร้างและกราฟฟิกเรียบง่ายไม่โดดเด่น</li> <li>- กราฟฟิกพยายามบ่งบอกถึงความเป็นสีสำหรับงานศิลปะด้วยการใช้ตัวอักษร "Art" นั้นให้เด่นชัด</li> <li>- สีสิ้นของขวดใช้สีเทา ยื่นพื้นและบอกชนิดของสีที่ฝาขวด</li> </ul>
Aleene's		<p>หญิงและชาย ผู้บริโภคระดับ กลาง ระดับราคา ปานกลาง (B)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลิตภัณฑ์นำเข้าจากต่างประเทศ</li> <li>- คุณสมบัติพิเศษสีสูตรน้ำ (Non-Toxic)</li> <li>- ผลิตภัณฑ์สามารถใช้งานได้หลากหลาย เช่นเขียนแก้ว เซรามิค ไม้ เป็นต้น โดยใช้สีตัวเดียวกัน แต่ผสมน้ำยาเปลี่ยนคุณสมบัติ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรจุภัณฑ์ทั้งโครงสร้างและกราฟฟิกเรียบง่ายไม่โดดเด่น ยกต่อการเลือกซื้อเลือกใช้</li> <li>- บรรจุภัณฑ์พยายามส่งเสริมภาพลักษณ์ให้ดูมีราคาด้วยการใช้กราฟฟิกสีทอง</li> <li>- กราฟฟิกเน้นที่ชื่อยี่ห้อเป็นหลัก</li> <li>- ลักษณะโครงสร้างของขวดที่ใส่ทำให้สามารถมองเห็นสีภายในชัดเจน</li> </ul>
Delta		<p>หญิงและชาย ผู้บริโภคระดับ กลาง ระดับราคา ปานกลาง (B)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลิตภัณฑ์นำเข้าจากต่างประเทศ</li> <li>- คุณสมบัติพิเศษสีสูตรน้ำ (Non-Toxic)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรจุภัณฑ์มีลักษณะแปลกออกไป มักขายเป็นชุดถาดสีและเขวนขายตาม Shelf ด้วยปลีสเตอร์แพค</li> </ul>

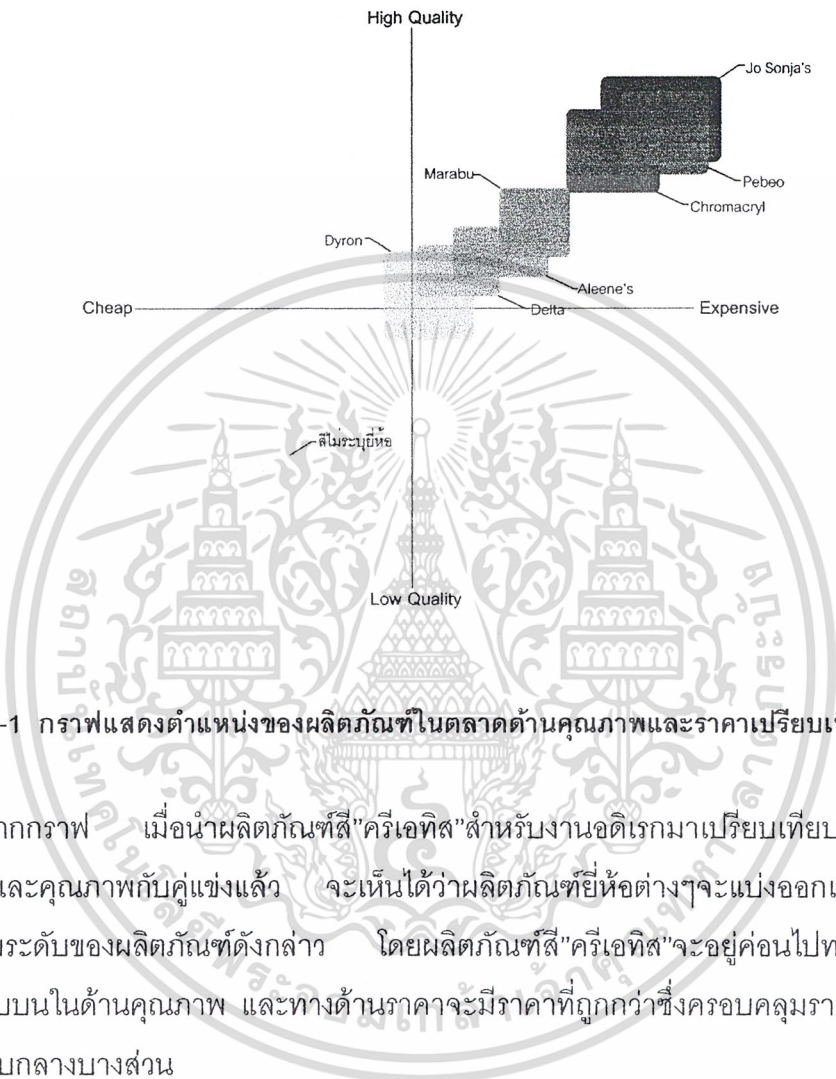
เอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแบบลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>ไม่ระบุปีที่หอ</p> 	<p>หญิงและชาย ผู้บริโภคระดับล่าง ระดับราคาต่ำ (C)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้งานได้หลากหลาย โดยการจำหน่ายจะมีทั้งแบบจัดเป็นชุดและแยกขาย</li> <li>- มีทั้งผลิตภัณฑ์นำเข้าจากต่างประเทศมาบรรจุภายในประเทศและผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ</li> <li>- ชนิดผลิตภัณฑ์แบ่งตามลักษณะการใช้งาน เช่น เขียนผ้า เขียนแก้ว เขียนปูนพลาสเตอร์ เป็นต้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการอธิบายการใช้งานตัวผลิตภัณฑ์อย่างละเอียดในบางผลิตภัณฑ์</li> <li>- ตัวโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ไม่ค่อยมีกราฟฟิกโดยกราฟฟิกจะเน้นที่ตัวบลิสเตอร์แพค</li> <li>- รูปแบบโครงสร้างเป็นโครงสร้างมาตรฐานหาซื้อได้ทั่วไป</li> <li>- ไม่มีกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์</li> </ul>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.3.2 สรุปเปรียบเทียบตำแหน่งคู่แข่งชั้นของสีสำหรับงานอดิเรกในตลาด

### ด้านผลิตภัณฑ์

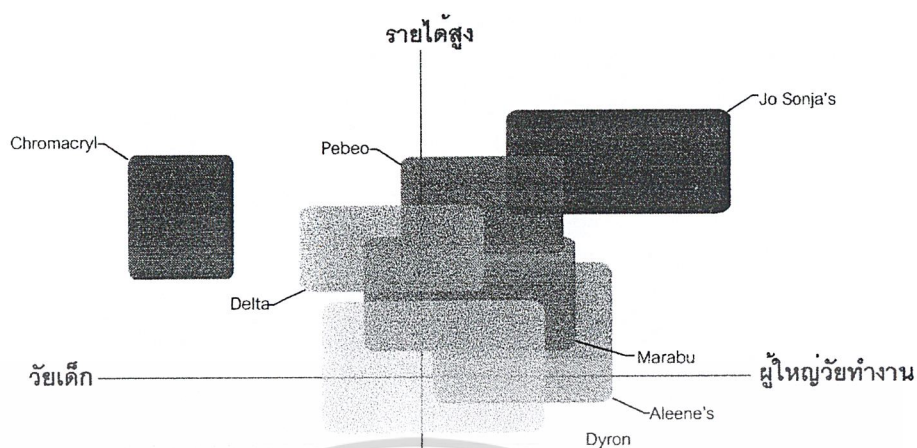


ภาพที่ 2.3-1 กราฟแสดงตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ในตลาดด้านคุณภาพและราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

จากกราฟ เมื่อนำผลิตภัณฑ์สี "ครีเอทีฟ" สำหรับงานอดิเรกมาเปรียบเทียบกับคู่แข่งทางด้านราคาและคุณภาพกับคู่แข่งแล้ว จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์ที่ห่อต่างๆจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วนใหญ่ๆตามระดับของผลิตภัณฑ์ดังกล่าว โดยผลิตภัณฑ์สี "ครีเอทีฟ" จะอยู่ค่อนข้างคุณภาพในตลาดระดับบนในด้านคุณภาพ และทางด้านราคาจะมีราคาที่ถูกลงกว่าซึ่งครอบคลุมราคาผลิตภัณฑ์ตลาดระดับกลางบางส่วน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ด้านผู้บริโภค

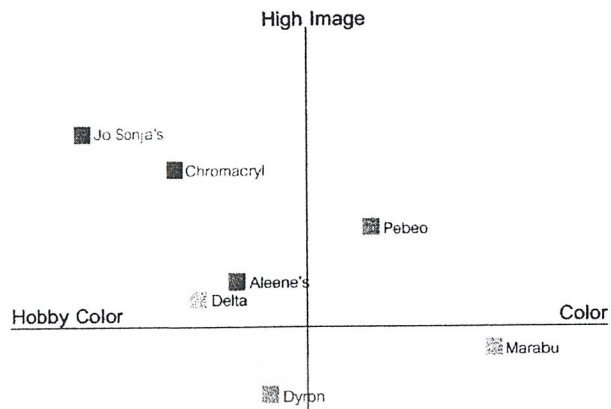


ภาพที่ 2.3-2 กราฟแสดงตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ในตลาดด้านผู้บริโภคร่วมเทียบกับคู่แข่ง

การเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์สี"ครีเอทีฟ"ทางด้านผู้บริโภคร่วมกับคู่แข่ง ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายที่มีรายได้สูงพอสมควรตรงกับผู้บริโภคนิรชาในระดับบน A โดยมีอายุค่อนข้างไปทางระดับผู้ใหญ่วัยทำงาน อายุประมาณ 25-45 ปี ที่มีการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพตามระดับรายได้ และความพอใจของตนเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ด้านบรรจุภัณฑ์

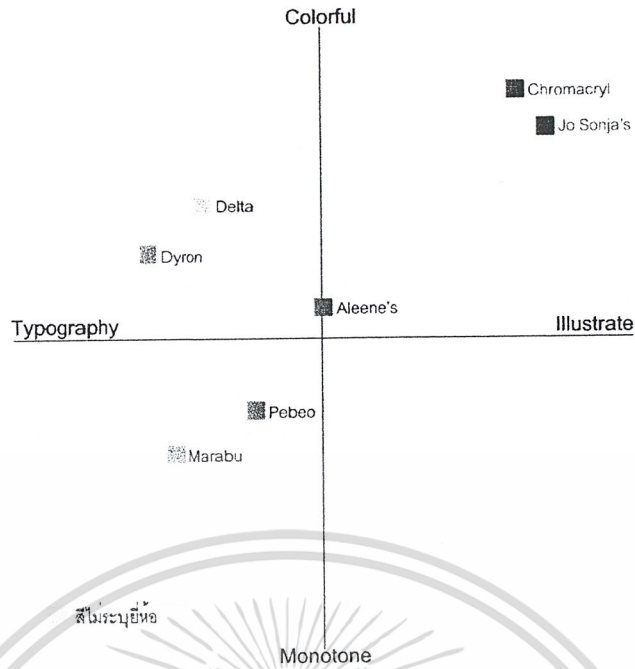


ภาพที่ 2.3-3 กราฟแสดงตำแหน่งลักษณะบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่งในตลาด I



ภาพที่ 2.3-4 กราฟแสดงตำแหน่งลักษณะบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่งในตลาด II

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออยู่เห็นนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.3-5 กราฟแสดงตำแหน่งลักษณะบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่งในตลาด II

จากกราฟแสดงตำแหน่งลักษณะบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่งในตลาด จะเห็นได้ว่า ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ยังขาดความโดดเด่นน่าสนใจ ให้ความสำคัญกับ Brand หรือยี่ห้อมากกว่า ประกอบกับรูปแบบกราฟฟิกที่เน้นไปทาง Typography เป็นส่วนใหญ่ และสีสันที่เรียบง่ายทำให้ขาดความน่าสนใจเท่าที่ควร ซึ่งจะมีเพียงบางยี่ห้อเท่านั้นที่มีความโดดเด่นแตกต่างออกมา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.3-3 แสดงการเปรียบเทียบข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบต่างๆของผลิตภัณฑ์คู่แข่งชั้น

ยี่ห้อ	ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
Jo Sonja's	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีภาพลักษณ์น่าเชื่อถือและมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง</li> <li>- เป็นสีที่มีคุณภาพสูงตระน้ำ ไม่เป็นอันตรายกับผู้ใช้(Non-Toxic)</li> <li>- มีประเภทและรูปแบบให้เลือกใช้มากมาย มีทั้งการจำหน่ายแยกและจำหน่ายเป็นชุดรวม</li> <li>- ลักษณะกราฟฟิกของบรรจุภัณฑ์แตกต่างออกไปจากคู่แข่งอื่น ๆ มีการใช้ภาพวาดเข้ามาช่วย</li> <li>- มีความเป็นเอกลักษณ์รวมถึงแม้ตัวผลิตภัณฑ์จะมีความหลากหลาย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลิตภัณฑ์มีราคาสูง</li> <li>- เนื่องจากความหลากหลายของผลิตภัณฑ์อาจทำให้สามารถจดจำการเลือกใช้ได้ยาก</li> <li>- กราฟฟิกของบรรจุภัณฑ์บ่งบอกถึงลักษณะ และความแตกต่างของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดน้อย</li> </ul>
Chromacryl	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรจุภัณฑ์สีสดใสไล่ระดับดูตา บ่งบอกถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน</li> <li>- เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีกลุ่มเป้าหมายต่างจากคู่แข่งในระดับเดียวกัน โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นเด็ก</li> <li>- มีประเภทและหลายรูปแบบให้เลือกใช้</li> <li>- เป็นสีที่มีคุณภาพสูงตระน้ำไม่เป็นอันตรายกับผู้ใช้(Non-Toxic)</li> <li>- กราฟฟิกมีการใช้ภาพวาดต่างๆ เข้ากับรูปแบบของโลโก้ ทำให้เกิดความน่าสนใจยิ่งขึ้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลิตภัณฑ์มีราคาสูง</li> <li>- เนื่องจากความหลากหลายของผลิตภัณฑ์อาจทำให้สามารถจดจำการเลือกใช้ได้ยาก</li> <li>- กราฟฟิกของบรรจุภัณฑ์บ่งบอกถึงลักษณะ และความแตกต่างของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดน้อย</li> </ul>
Pebeo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลิตภัณฑ์มีหลายชนิดโดยแบ่งแยกเป็นหมวดหมู่</li> <li>- เป็นสีที่มีคุณภาพสูงตระน้ำไม่เป็นอันตรายกับผู้ใช้(Non-Toxic)</li> <li>- บรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกมีความเป็นเอกลักษณ์ร่วมสูง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลิตภัณฑ์มีราคาค่อนข้างสูง</li> <li>- ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์มีการแบ่งแยกที่ไม่ชัดเจน ด้วยรูปแบบกราฟฟิก และภาษาที่ไม่ใช้ภาษาสากล ทำให้ยากแก่การเข้าใจและจดจำ</li> </ul>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>Marabu</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีผลิตภัณฑ์เฉพาะสำหรับเขียนแก้ว ทำให้ง่ายแก่การจดจำ คุณภาพปานกลาง ราคาไม่สูง</li> <li>- กราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์ร่วม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีรูปแบบการใช้งานเพียงอย่างเดียว</li> <li>- กราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์เรียบง่ายไม่โดดเด่น</li> <li>- ไม่มีจุดขายที่เด่นชัด</li> </ul>
<p>Dyron</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลิตภัณฑ์มีหลากหลายชนิดให้เลือกใช้ตามความต้องการ โดยมีคุณภาพปานกลาง ในราคาที่เหมาะสม</li> <li>- เป็นยี่ห้อที่มีมานานและสามารถหาซื้อได้ง่าย จัดจำหน่ายทั่วไป</li> <li>- ลักษณะของขวดที่ใสมีการแบ่งแยกสีอย่างชัดเจน และยังสามารถประหยัดต้นทุนในการทำฉลากอีกด้วย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์ขาดความสวยงามและความน่าสนใจเท่าที่ควร</li> <li>- บรรจุภัณฑ์สามารถบ่งบอกถึงตัวผลิตภัณฑ์ไม่ชัดเจนยากแก่การเข้าใจ</li> </ul>
<p>Aleene's</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบการใช้งานให้เลือกหลากหลาย</li> <li>- มีคุณภาพเหมาะสมกับราคา</li> <li>- กราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์มีการเน้นยี่ห้อด้วยสีทองที่เด่นชัดพอสมควร</li> <li>- ลักษณะของขวดที่ใสมีการแบ่งแยกสีอย่างชัดเจน และยังสามารถประหยัดต้นทุนในการทำฉลากอีกด้วย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่ในการสื่อสาร หรือบ่งบอกตัวผลิตภัณฑ์ไม่ชัดเจนเท่าที่ควร</li> <li>- กราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์ยังขาดความโดดเด่นน่าสนใจ</li> </ul>
<p>Delta</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลิตภัณฑ์เป็นสีที่มีคุณภาพสูตรน้ำไม่เป็นอันตรายกับผู้ใช้ (Non-Toxic)</li> <li>- ลักษณะการขายมีทั้งขายเป็นชุดทดลองขนาดเล็ก และแยกขายตามความต้องการของผู้บริโภค</li> <li>- มีราคาไม่แพง</li> <li>- บรรจุภัณฑ์มีลักษณะที่แตกต่างออกไปจากคู่แข่ง ซึ่งบรรจุอยู่ในบลิสเตอร์แพค</li> <li>- มีรายละเอียดการใช้งานที่บ่งบอกชัดเจนพอสมควร</li> <li>- มีการแบ่งแยกสีแต่ละสีอย่างเด่นชัด เนื่องจากจากลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่ใส</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ลักษณะกราฟฟิกของบรรจุภัณฑ์ยังไม่โดดเด่นเท่าที่ควร</li> <li>- การแบ่งแยกชนิดของผลิตภัณฑ์ตามการใช้งาน ยังไม่เด่นชัดในบางจำพวก</li> </ul>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์บุรีรัมย์ ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.3.3 วิเคราะห์และสรุปข้อมูลด้านคู่แข่งชั้นที่มีผลต่อการออกแบบ

จากข้อมูลทางด้านคู่แข่งชั้นข้างต้น จะเห็นได้ว่าภายในตลาดยังมีคู่แข่งชั้นไม่มากนัก ทำให้เป็นการง่ายในการแทรกพื้นที่ว่างทางการตลาด ซึ่งคู่แข่งชั้นมีลักษณะต่างๆกันออกไป การออกแบบบรรจุภัณฑ์มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการรู้จักคู่แข่งชั้นในทุกๆด้าน เพื่อให้สามารถทำการออกแบบได้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของผลิตภัณฑ์ มีความโดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่งอื่นๆ และสินค้าสามารถประสบความสำเร็จในตลาดได้ อย่างไรก็ตาม การออกแบบบรรจุภัณฑ์มีได้คำนึงถึงการออกแบบที่มีจุดขายแตกต่างจากคู่แข่งเพียงอย่างเดียว ซึ่งการออกแบบอาจใช้การแข่งขันกับคู่แข่งโดยตรงเลยก็ได้ ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงผู้บริโภคเป็นปัจจัยสำคัญควบคู่กันไป ซึ่งจะต้องทำการศึกษาต่อไป การออกแบบจึงจะสามารถทำให้ผลิตภัณฑ์ประสบความสำเร็จในตลาดได้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.4 เจ็อนไขการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

จากลักษณะทั่วไปของกลุ่มผู้บริโภคสามารถกำหนดกลุ่มยี่ห้อที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ของผลิตภัณฑ์ "ครีเอทิส" สำหรับงานอดิเรกซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

### 2.4.1 การศึกษาพฤติกรรม และจิตวิทยาของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย<sup>6</sup>

ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายผลิตภัณฑ์ "ครีเอทิส" สำหรับงานอดิเรก แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆได้แก่

#### 1. กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ กลุ่ม Generation X

เพศ ชาย 30% หญิง 70%

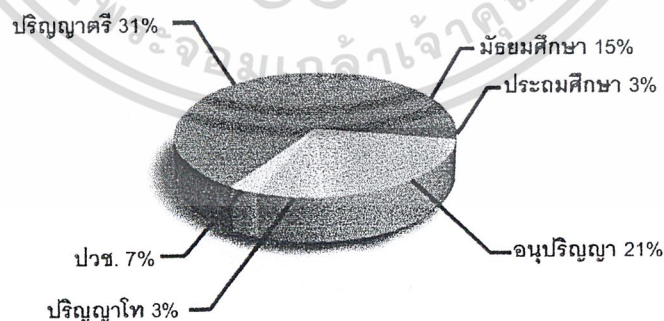
อายุ 25-30 ปี

ฐานะ กลุ่มผู้บริโภคระดับบน A

รายได้ 20,000 บาทขึ้นไป

การศึกษา

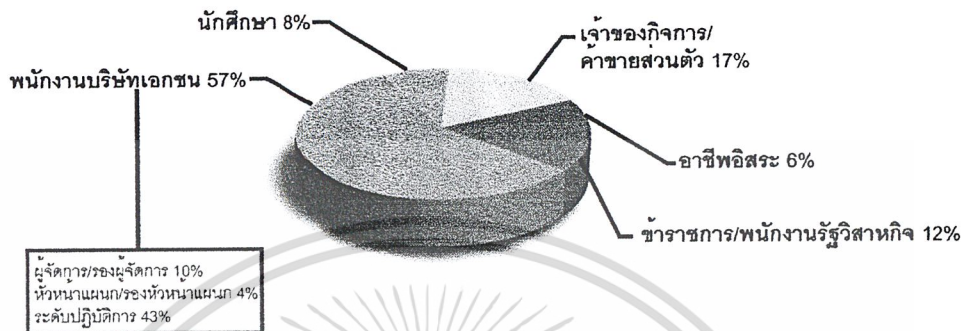
มากกว่าครึ่งของกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้มีการศึกษาดี ส่วนใหญ่จบอย่างน้อยระดับปริญญาตรีดังกราฟ



ภาพที่ 2.4-2 แผนภาพแสดงการศึกษาของกลุ่มเป้าหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่าในรูปแบบใดๆ ทั้งสิ้น ยกเว้นการมีเหตุเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขและตัวอย่างของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาชีพ กลุ่มเป้าหมายกว่าครึ่งทำงานเป็นพนักงานในบริษัทเอกชน (57%) ส่วนใหญ่เป็นพนักงานในระดับปฏิบัติการ (44%) ส่วนตำแหน่งในระดับบริหาร เช่น ผู้จัดการหรือรองผู้จัดการ (10%) ส่วนอาชีพในระดับรองลงมาของกลุ่มเป้าหมายได้แก่ เจ้าของกิจการ/ค้าขายส่วนตัว โดยจะพบมากในกลุ่มเป้าหมายที่ค่อนข้างอายุมาก



ภาพที่ 2.4-3 แผนภาพแสดงลักษณะอาชีพของกลุ่มเป้าหมาย

### ลักษณะการใช้ชีวิต (Life Style)

**ที่อยู่อาศัย** กลุ่มเป้าหมายนี้เป็นหนุ่มสาวรุ่นใหม่ที่รักอิสระ ในปัจจุบันนิยมแยกตัวออกมาอยู่ต่างหากจากครอบครัว แต่ก็ยังมีกลุ่มส่วนหนึ่งประมาณ 38% ที่ยังพักอาศัยอยู่กับครอบครัว โดยที่อยู่อาศัยมีหลายรูปแบบทั้งบ้านเดี่ยว ทาวน์เฮาส์ ตึกแถว อาร์ทพาร์ทเมนต์ แต่ที่อยู่อาศัยดังกล่าวมานั้นสามารถให้ความเป็นส่วนตัวแก่กลุ่มยิฟี่ส์ได้เป็นสำคัญ

**กิจกรรมบันเทิง** กลุ่มเป้าหมายมีการใช้เวลาสำหรับกิจกรรมบันเทิงไม่น้อยไปกว่ากิจกรรมอื่นๆ นิยมการเดินช้อปปิ้งตามห้างสรรพสินค้า ชมภาพยนตร์ ฟังเพลง มีการเข้าสังคัมกับเพื่อนฝูง ส่วนกิจกรรมบันเทิงภายในบ้านนั้น เป็นการใช้เวลาของตัวเอง เป็นส่วนตัวตามอิสระ

### ลักษณะทางพฤติกรรมและจิตวิทยา

- รักอิสระ เป็นตัวของตัวเอง
- อยู่กับความจริงในชีวิตประจำวัน
- เปิดรับความคิดใหม่ๆ
- สนใจชีวิตเฉพาะหน้า
- การตัดสินใจซื่อรวดเร็ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2. กลุ่มเป้าหมายรอง เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มยuppies (Yuppie)

อายุ	31-45 ปี
ฐานะ	กลุ่มผู้บริโภคระดับบน A
รายได้	20,000 บาทขึ้นไป

### ลักษณะทางพฤติกรรมและจิตวิทยา

- เป็นกลุ่มคนที่ค่อนข้างมีฐานะ และหน้าที่การงานที่ค่อนข้างมั่นคง
- ชอบเข้าสังคม
- นิยมสินค้าราคาแพง
- ใช้ชีวิตอย่างหรูหรา
- มีความทันสมัย

### ลักษณะเฉพาะของกลุ่มเป้าหมายทั้งกลุ่มเป้าหมายหลัก และกลุ่มเป้าหมายรอง

ผลิตภัณฑ์ที่สำหรับงานอดิเรก เป็นสิ่งที่สามารถเลือกใช้ได้โดยไม่ต้องมีพื้นฐานทางศิลปะมาก่อนแต่จากการศึกษากลุ่มผู้บริโภครุ่นแล้ว ผู้บริโภคที่สนใจก็มีพื้นฐานทางด้านศิลปะไม่มากนักน้อยอยู่แล้ว ถึงแม้ว่าจะไม่ใช่พื้นฐานโดยตรง แต่กลุ่มผู้บริโภครุ่นก็มีความชื่นชอบทางศิลปะเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ประกอบกับมีการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศิลปะบ้างในชีวิตประจำวัน เช่น การเก็บของสะสม งานเย็บปักถักร้อย งานประดิษฐ์ของชำร่วย ถ่ายรูป ตกแต่งบ้าน อันเป็นพื้นฐานความชื่นชอบทางด้านศิลปะอย่างหนึ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.4.2 วิเคราะห์และสรุปข้อมูลเงื่อนไขความต้องการของผู้บริโภคที่มีผลต่อการออกแบบ

ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ผลิตภัณฑ์"ครีเอทีฟ"สำหรับงานอดิเรก เป็นผู้บริโภคระดับบน (A) ค่อนข้างมีฐานะ และรายได้ดี ประกอบกับลักษณะทางพฤติกรรม และจิตวิทยา การใช้ชีวิต ซึ่งล้วนแต่มีผลต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ดังนี้

1. บรรจุภัณฑ์ควรมีลักษณะที่สอดคล้องเหมาะสมกับลักษณะทางพฤติกรรม และจิตวิทยา การใช้ชีวิต(Life Style) ของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสามารถดึงดูดใจ และเป็นที่น่าสนใจกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายหลักมีการตัดสินใจซื้อที่รวดเร็ว ดังนั้นบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะดึงดูดใจผู้บริโภค ก็สามารถช่วยให้สินค้าจำหน่ายได้ง่ายขึ้น เป็นต้น
2. เนื่องจากระดับรายได้ ฐานะของกลุ่มเป้าหมายที่ค่อนข้างสูง ประกอบกับตัวผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ระดับบน A ดังนั้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงต้องเหมาะสมกับราคา และฐานะรายได้ของผู้บริโภคด้วย
3. ผลิตภัณฑ์"ครีเอทีฟ"สำหรับงานอดิเรก เป็นสิ่งที่ใช้ในการสร้างสรรค์งานศิลปะ และ ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ที่มีความชื่นชอบทางด้านศิลปะเป็นพื้นฐานอยู่แล้ว หรือไม่มีก็ตาม บรรจุภัณฑ์จึงควรบ่งบอก แสดงถึงลักษณะผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับทางด้านศิลปะให้สามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้
4. บรรจุภัณฑ์จะสามารถทำหน้าที่ได้อย่างสมบูรณ์ และประสบความสำเร็จในตลาดได้ ขึ้นอยู่กับผู้บริโภคเป็นปัจจัยสำคัญ เนื่องจากเมื่อผลิตภัณฑ์สามารถชนะใจผู้บริโภคส่วนใหญ่แล้ว ทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถจำหน่ายและอยู่ในตลาดได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.5 ข้อมูลทางด้านวัสดุและกรรมวิธีการผลิต

### 2.5.1 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุของผลิตภัณฑ์

การวิเคราะห์เลือกใช้วัสดุมีเงื่อนไขในการพิจารณาอยู่หลายประการ ทั้งเงื่อนไขที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ ต้นทุนการผลิต ความเหมาะสมในการใช้งาน เป็นต้น ซึ่งเงื่อนไขดังกล่าวจะนำมาทำการวิเคราะห์ทางด้านวัสดุในภาพรวม ซึ่งเมื่อทำการออกแบบต่อไปสามารถมีการเปลี่ยนแปลงได้ เพื่อให้สามารถออกแบบบรรจุภัณฑ์ได้หลากหลาย และสามารถเลือกใช้วัสดุได้อย่างเหมาะสมที่สุด โดยเงื่อนไขการพิจารณาทางด้านวัสดุ จะทำการแบ่งหมวดประเภทตามลักษณะของบรรจุภัณฑ์ และการใช้งาน ดังนี้

1. **ประเภทหลอด** ได้แก่ หลอดสีธรรมชาติ และสีมุก ทั้งขนาดใหญ่ 70ml และขนาดเล็ก 20ml ซึ่งมีเงื่อนไขในการพิจารณาดังนี้

- 1.1 ความทนต่อแรงบีบและสามารถคืนรูปได้ดี หรือมีความยืดหยุ่นสูง เนื่องจากลักษณะการใช้งานที่เป็นหลอด สำหรับบีบสีออกมาใช้งาน และสามารถป้องกัน การทะลักของสีที่เกิดจาก แรงบีบและแรงกดอีกด้วย
- 1.2 การปกป้องตัวผลิตภัณฑ์จากอากาศ ความชื้น และทนต่อการเปลี่ยนแปลงอุณหภูมิ เพื่อให้สามารถรักษาคุณสมบัติ และป้องกันความเสียหายที่เกิดกับตัวผลิตภัณฑ์ได้
- 1.3 ความสวยงามของพื้นผิว สามารถทนรอยขีดข่วน มีความมันวาว ประกอบกับกาเอื้ออำนวยต่อระบบการพิมพ์ กราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์ หรือการ Finishing ผิว
- 1.4 ราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณสมบัติต่างๆ ซึ่งสามารถช่วยในการลดต้นทุนการผลิตลงได้

ตารางที่ 2.5-1 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุประเภทหลอด

คุณสมบัติ	คะแนน	หลอดตะกั่วเคลือบดีบุก	หลอดอลูมิเนียม	หลอดพลาสติก LDPE	หลอดพลาสติก PP
ทนแรงบีบ/คืนรูปได้ดี	4	1	1	4	4
การปกป้องผลิตภัณฑ์	4	2	4	3	3
ความเหมาะสม	4	1	3	4	4
ความสวยงาม	3	1	3	3	3
ราคาไม่แพง	3	4	2	4	3
<b>รวม</b>		31	47	65	60

สรุป วัสดุใช้หลอดพลาสติก LDPE กรรมวิธีการผลิต Extrusion แล้วเชื่อมต่อกับจุกเกลียวด้วยความร้อน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. **ประเภทขวด** ได้แก่ ขวดสี่ผสม ขวดตัวสร้างลายนูน ขวดกวาง ทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็ก ซึ่งมีเงื่อนไขในการพิจารณาดังนี้

- 2.1 ความทนต่อแรงบีบและสามารถคืนรูปได้ดี หรือมีความยืดหยุ่นสูง เนื่องจากลักษณะของขวดที่ใช้งานต้องสามารถบีบผลิตภัณฑ์สำหรับออกมาใช้งาน หรือเมื่อผลิตภัณฑ์ใกล้หมด และสามารถคงรูปร่างผลิตภัณฑ์เดิมอยู่ได้
- 2.2 การปกป้องตัวผลิตภัณฑ์จากอากาศ ความชื้น และทนต่อการเปลี่ยนแปลงอุณหภูมิ เพื่อให้สามารถรักษาคุณสมบัติ และป้องกันความเสียหายที่เกิดกับตัวผลิตภัณฑ์ได้
- 2.3 ความแข็งแรง สามารถทนต่อแรงกระแทก และสามารถวางซ้อนเรียงกันได้ขณะทำการขนส่ง หรือวางจำหน่าย
- 2.4 ความสวยงามของพื้นผิว สามารถทนรอยขีดข่วน มีความมันวาว ประกอบกับภาเคื้ออำนวยความสะดวกระบบการพิมพ์ กราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์ หรือการ Finishing ผิว
- 2.5 ราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณสมบัติต่างๆ ซึ่งสามารถช่วยในการลดต้นทุนการผลิตลงได้

ตารางที่ 2.5-2 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุประเภทขวด

คุณสมบัติ	คะแนน	LDPE	PP	PVC
ทนแรงบีบ/คืนรูปได้ดี	4	3	3	4
การปกป้องผลิตภัณฑ์	4	4	4	4
ความแข็งแรง	2	4	3	4
ความสวยงาม	3	3	4	3
ราคาไม่แพง	3	4	3	3
รวม		57	55	54

สรุป วัสดุใช้พลาสติก LDPE กรรมวิธีการผลิต Injection Blow Molding

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3. ประเภทกระปุก ได้แก่ กระปุกสีรองพื้น กระปุกตัวสร้างลายฉลุ ซึ่งมีเงื่อนไขในการพิจารณาดังนี้

- 3.1 การปกป้องตัวผลิตภัณฑ์จากอากาศ ความชื้น และทนต่อการเปลี่ยนแปลงอุณหภูมิ เพื่อให้สามารถรักษาคุณสมบัติ และป้องกันความเสียหายที่เกิดกับตัวผลิตภัณฑ์ได้
- 3.2 ความแข็งแรง สามารถทนต่อแรงกระแทก และสามารถวางซ้อนเรียงกันได้ขณะทำการขนส่ง หรือวางจำหน่าย
- 3.3 ความสวยงามของพื้นผิว สามารถทนรอยขีดข่วน มีความมันวาว ประกอบกับกาเอื้ออำนวยต่อระบบการพิมพ์ กราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์ หรือการ Finishing ผิว
- 3.4 ราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณสมบัติต่างๆ ซึ่งสามารถช่วยในการลดต้นทุนการผลิตได้

ตารางที่ 2.5-3 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุประเภทกระปุก

คุณสมบัติ	คะแนน	HDPE	PP	PVC
การปกป้องผลิตภัณฑ์	4	4	4	3
ความแข็งแรง	4	4	3	4
ความสวยงาม	3	1	4	3
ราคาไม่แพง	3	3	3	2
รวม		47	49	42

สรุป วัสดุใช้พลาสติก PP กรรมวิธีการผลิต Injection Blow Molding

### 4. ประเภทฝาปิดบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ ฝาหลอด ฝาขวด และฝากระปุก ซึ่งมีเงื่อนไขในการพิจารณาดังนี้

- 4.1 มีความเหนียว ทนต่อการพับงอและเสียดสี เนื่องจากลักษณะของฝาที่มีการใช้งานเปิด-ปิดบ่อย เช่น ในลักษณะของฝา Flip Top เป็นต้น
- 4.2 ความแข็งแรง ทนต่อการกระแทก การบิดการหมุนของฝาที่มีการใช้งานอยู่เสมอ ทำให้วัสดุที่ใช้ต้องมีความแข็งแรง เพื่อสามารถใช้งานได้ตลอดอายุการใช้งาน
- 4.3 ความสวยงามของพื้นผิว สามารถทนรอยขีดข่วน มีความมันวาว ประกอบกับกาเอื้ออำนวยต่อระบบการพิมพ์ กราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์ หรือการ Finishing ผิว
- 4.4 ราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณสมบัติต่างๆ ซึ่งสามารถช่วยในการลดต้นทุนการผลิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารลับได้มอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.5 การผลิตที่ง่าย มีผลกระทบที่เกิดจากวัสดุน้อย เช่นการหดตัว เป็นต้นเนื่องจากอาจทำให้ฝ้าเกิดความคลาดเคลื่อน แล้วปิดไม่สนิทพอดีได้

ตารางที่ 2.5-4 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุประเภทฝ้า

คุณสมบัติ	คะแนน	HDPE	PP	PVC
ทนต่อการพับ/เสียดสี	4	2	3	4
ความแข็งแรง	4	4	3	4
ผลิตง่าย	4	2	4	3
ความสวยงาม	3	1	4	3
ราคาไม่แพง	3	3	3	2
รวม		44	61	59

สรุป วัสดุใช้พลาสติก PP กรรมวิธีการผลิต Injection

#### 4. ประเภทของ ได้แก่ ของแผ่นเงิน-ทองคำเปลว ซึ่งมีเงื่อนไขในการพิจารณาดังนี้

- 4.1 การปกป้องตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อสามารถป้องกันความเสียหายที่จะเกิดกับตัวผลิตภัณฑ์ได้ เช่น การซ้อนกัน การฉีกขาด
- 4.2 ความสวยงามในระบบการพิมพ์ สามารถออกแบบและใช้สีสันทตามความต้องการได้
- 4.3 การผลิตที่ง่ายและมีความเหมาะสมกับลักษณะผลิตภัณฑ์ ที่มีการใช้งานเป็นครั้งคราว และหมดในคราวเดียว
- 4.4 ราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณสมบัติต่างๆ ซึ่งสามารถช่วยในการลดต้นทุนการผลิตลงได้

ตารางที่ 2.5-5 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุประเภทซอง

คุณสมบัติ	คะแนน	ซองกระดาษ	ซองกระดาษเคลือบพลาสติก
การปกป้องผลิตภัณฑ์	4	3	4
ความสวยงาม	3	4	4
ราคาไม่แพง	3	4	3
ผลิตง่าย	3	4	3
รวม		48	46

สรุป วัสดุใช้ซองกระดาษ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. **ประเภทกล่อง** ได้แก่ กล่องชุดสี่ธรรมดา กล่องชุดสี่มุม กล่องชุดเทคนิคแตกลายงา กล่องชุดเทคนิคสร้างลายนูน และกล่องยางทำลายไม้ ซึ่งมีเงื่อนไขในการพิจารณาดังนี้

- 6.1 การปกป้องผลิตภัณฑ์ได้ตลอดอายุการใช้งาน
- 6.2 ความแข็งแรง สามารถป้องกันทนการกระทบกระแทกได้
- 6.3 ความเหมาะสมกับการใช้งานบรรจุภัณฑ์ที่ส่วนมากเป็นเพียงกล่องชุดเล็กสำหรับการทดลองใช้
- 6.4 ราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณสมบัติต่างๆ ซึ่งสามารถช่วยในการลดต้นทุนการผลิตได้
- 6.5 มีความสวยงามและเชื้ออำนาจย เมื่อใส่กราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์
- 6.6 การขนส่งสะดวก มีการประหยัดเนื้อที่ในการขนส่งได้ดี
- 6.7 สามารถทำการออกแบบได้หลากหลายรูปทรง และตามความต้องการ

ตารางที่ 2.5-6 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุประเภทกล่อง

คุณสมบัติ	กระดาษ	ไม้	เหล็ก	พลาสติก	กระดาษเคลือบ	กระดาษการ์ดเคลือบ
การปกป้องผลิตภัณฑ์	4	3	4	4	3	3
ความแข็งแรง	4	4	4	4	2	3
ความเหมาะสม	4	2	3	3	4	4
ราคาไม่แพง	3	2	2	2	4	3
ทำกราฟฟิกได้สวยงาม	3	1	3	3	3	4
ขนส่งสะดวก	3	1	1	1	4	4
ออกแบบได้มาก	2	2	2	4	3	3
รวม		52	66	70	75	83

สรุป วัสดุใช้กล่องกระดาษการ์ดเคลือบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.5-7 สรุปการเลือกใช้วัสดุผลิตภัณฑ์สี “ครีเอทีฟ” สำหรับงานอดิเรก

ชนิดบรรจุภัณฑ์	วัสดุ
หลอด	พลาสติก LDPE
ขวด	พลาสติก LDPE
กระปุก	พลาสติก PP
ฝา	พลาสติก PP
ซอง แผ่นเงินทองคำเปลว	ซองกระดาษ
กล่อง	กระดาษการ์ดเคลือบ

2.5.2 วิเคราะห์การเลือกใช้กรรมวิธีการผลิต แบ่งตามลักษณะ และรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ ได้ดังนี้

ตารางที่ 2.5-8 วิเคราะห์การเลือกใช้ระบบการพิมพ์บนหลอด

คุณสมบัติ	คะแนน	SILK SCREEN	ปิดฉากOFFSET	SHRINK LABEL
ความสวยงาม	4	3	3	4
ผลิตง่าย	3	4	3	3
ต้นทุนการผลิต	2	4	3	3
อายุการใช้งาน	3	3	3	3
ผลิตได้ทีละมากๆ	3	3	4	3
รวม		49	48	49

สรุป ระบบการพิมพ์บนหลอดใช้ Silk Screen หรือ Shrink Label ตามแต่ความเหมาะสมกับลักษณะกราฟฟิก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.5-9 วิเคราะห์การเลือกใช้ระบบการพิมพ์บนขวดและกระปุก

คุณสมบัติ	คะแนน	SILK SCREEN	ปิดฉลาก OFFSET	GRAVURE	SHINK LABEL
ความสวยงาม	4	2	4	3	3
ผลิตง่าย	3	4	4	3	3
ต้นทุนการผลิต	2	4	4	4	3
อายุการใช้งาน	3	4	3	3	3
ผลิตได้ทีละมากๆ	3	3	4	3	3
รวม		49	57	47	45

สรุป การพิมพ์บนขวดและกระปุกใช้ การปิดฉลาก Off Set

ตารางที่ 2.5-10 วิเคราะห์การเลือกใช้ระบบการพิมพ์บนซองและกล่อง

คุณสมบัติ	คะแนน	SILK SCREEN	OFFSET	GRAVURE
ความสวยงาม	4	2	4	3
ผลิตง่าย	3	4	4	3
ต้นทุนการผลิต	2	4	3	4
อายุการใช้งาน	3	4	4	3
ผลิตได้ทีละมากๆ	3	3	4	3
รวม		49	58	47

สรุป การพิมพ์บนซองและกล่องใช้ การพิมพ์ Off Set

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



### บทที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ ( Design Data Analysis )

เงื่อนไขความต้องการในการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้น มีความเกี่ยวเนื่องกันในหลายๆด้าน ซึ่งต้องทำการศึกษาและทำความเข้าใจอย่างถี่ถ้วน เพื่อสามารถวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆได้อย่างถูกต้องตรงกับความต้องการ เพื่อสามารถนำไปใช้ในการออกแบบต่อไป ซึ่งในหัวข้อนี้จะทำการวิเคราะห์สรุปรวมเนื้อหาของเงื่อนไขต่างๆ โดยแบ่งออกเป็นลำดับได้ดังนี้

1. **ลำดับแรก** คือการพิจารณาทางด้านของบริษัทผู้ผลิต ที่ส่งผลให้เกิดผลิตภัณฑ์ต่างๆ ภายในโครงการ รวมถึงการกำหนดแนวทางของผลิตภัณฑ์ในด้านต่างๆต่อไปในการออกแบบ

บริษัทไซแมค อาร์ต แอนด์ เดคคอร์ด เพนท์ จำกัด เป็นบริษัทที่กำลังเริ่มทำการตลาดในส่วนของผลิตภัณฑ์สีสำหรับงานอดิเรกอย่างจริงจัง มากกว่าบริษัทคู่แข่งที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีสำหรับงานอดิเรกยี่ห้ออื่นๆ โดยทางบริษัทฯเริ่มวางจำหน่ายสินค้าเสริมสำหรับงานอดิเรก ที่ทางบริษัทเป็นผู้ผลิตเอง ขายควบคู่กับสี Josonja's ซึ่งเป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ เพื่อการเริ่มขยายแนวทางสู่ผลิตภัณฑ์อื่นๆต่อไป จนกระทั่งเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีสำหรับงานอดิเรกแบบครบวงจร ในราคาที่คุณไทยผลิตแต่คุณภาพที่เทียบเท่ากับสินค้าต่างประเทศ ซึ่งสามารถกำหนดภาพรวมของผลิตภัณฑ์ภายในโครงการได้ดังนี้คือ

#### Brand & Product Concept

ผลิตภัณฑ์สีสำหรับงานอดิเรกของทางบริษัทไซแมค อาร์ต แอนด์ เดคคอร์ด เพนท์ จำกัด เป็นผลิตภัณฑ์สีและอุปกรณ์สำหรับงานอดิเรกโดยเฉพาะ สำหรับผู้ที่ต้องการสร้างสรรค์ศิลปะง่ายๆด้วยตนเอง ชื่อผลิตภัณฑ์ของสี "ครีเอทีฟ" จึงเป็นชื่อผลิตภัณฑ์สีสำหรับผู้ที่สนใจในงานอดิเรกอย่างแท้จริง เพื่อการสร้างสรรค์ศิลปะ ตามแนวทางของทางบริษัทฯและตัวผลิตภัณฑ์

2. **ลำดับที่สอง** เป็นการพิจารณาทางด้านผลิตภัณฑ์ภายในโครงการ ซึ่งเงื่อนไขความต้องการในการออกแบบทางด้านผลิตภัณฑ์นี้ สามารถกล่าวโดยสรุปเงื่อนไขออกเป็น 2 ด้านได้แก่

2.1 **ด้ากราฟฟิค (Graphics)** เงื่อนไขต่างๆจะเกี่ยวข้องกับการ Promotion ซึ่งได้แก่ รูปแบบกราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์สามารถบ่งบอกถึงตัวผลิตภัณฑ์นั้นๆ ได้เป็นอย่างดีประกบกับบรรจุภัณฑ์นั้นสามารถทำหน้าที่ได้สมบูรณ์ โดยบรรจุภัณฑ์จะต้องมีลักษณะกราฟฟิคที่บ่งบอกถึงสิ่งต่างๆเหล่านี้ได้แก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

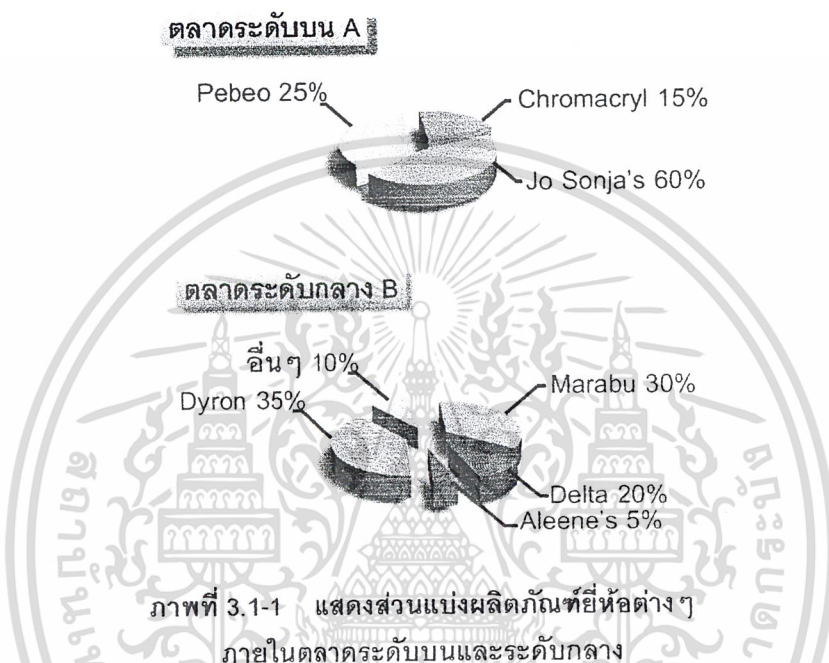
- Brand Name ยี่ห้อของผลิตภัณฑ์
- Identification สิ่งที่ต้องการบอกผู้บริโภค ถึงลักษณะและคุณสมบัติของสี ได้แก่ Hobby Colors , Type of Product , Non-Toxic เป็นต้น
- Weight น้ำหนักสุทธิ
- Detail or Usage รายละเอียด และวิธีการใช้ (ถ้ามี)
- Barcode
- Producer ผู้ผลิต

2.2 ด้านโครงสร้าง (Structure) มักเป็นเงื่อนไขทางด้าน Containment และ Protection ซึ่งสามารถแบ่งออกตามลักษณะผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ตามลำดับ ดังนี้

1. ด้าน Containment การบรรจุ บรรจุภัณฑ์สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ ตามลักษณะผลิตภัณฑ์ และการใช้งานได้อย่างเหมาะสม ดังนี้
  - สีธรรมดาและสีมุก มีลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่เป็นหลอด
  - สีรองพื้น มีลักษณะบรรจุภัณฑ์เป็นกระปุก
  - สีผสมสี มีลักษณะบรรจุภัณฑ์เป็นขวดปากแคบ
  - ตัวสร้างลายฉลุ มีลักษณะบรรจุภัณฑ์เป็นขวดบีบและกระปุก
  - กาว มีลักษณะบรรจุภัณฑ์เป็นขวดปากกว้าง
  - ยางพิมพ์ลวดลายไม้ มีลักษณะบรรจุภัณฑ์เป็นกล่อง
  - Template มีลักษณะบรรจุภัณฑ์เป็นซอง
  - แผ่นเงิน-ทองคำเปลว มีลักษณะบรรจุภัณฑ์เป็นซองและกล่อง Display
2. ด้าน Protection การป้องกัน บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องตัวผลิตภัณฑ์ได้ตลอดอายุการใช้งานตามหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์นั้นๆ ดังนี้
  - Primary Package ด้วยการปกป้องบรรจุภัณฑ์จากปัจจัยที่ทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมคุณภาพได้ เช่น อากาศ ความชื้น เป็นต้น ฝาสามารถปิดได้สนิทแน่น บรรจุภัณฑ์แข็งแรงป้องกันการกระแทกได้ หรือถ้าบรรจุภัณฑ์มีการใช้งานที่ต้องการบีบจะต้องสามารถบีบและคืนรูปได้
  - Secondary Package บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ภายในมิให้เกิดความเสียหาย มีความแข็งแรง ปิดสนิทแน่น และยึดตัวผลิตภัณฑ์ให้อยู่กับที่ได้เป็นอย่างดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ด้าน Convenience การอำนวยความสะดวก โดยบรรจุกุณธ์สามารถส่งเสริมทางการใช้งาน ทั้งกับผู้นำและผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี เช่นการใช้งานเมื่อวางจำหน่าย การเรียงซ้อนกัน การเขวนหรือการหยิบใช้ และการเปิดปิดฝาบรรจุกุณธ์ที่สะดวกและง่าย
3. ลำดับที่สาม เมื่อเราทราบถึงเงื่อนไขทางด้านผลิตภัณฑ์แล้ว ต่อไปเราก็ทำการพิจารณาทางด้านการตลาดต่อไป



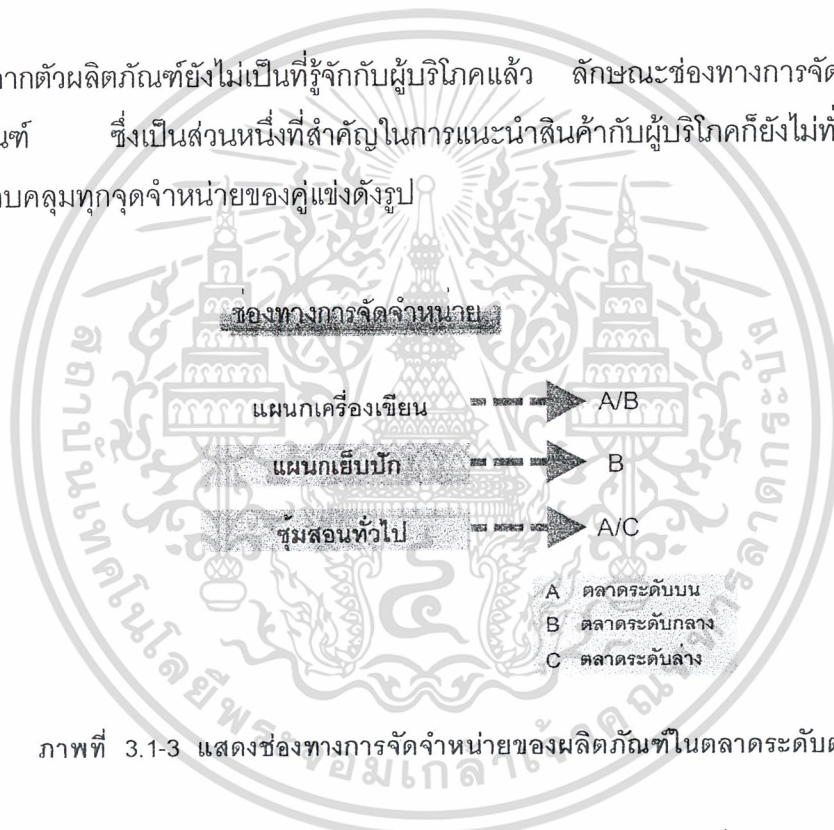
จากสภาพการตลาดของผลิตภัณฑ์สีสำหรับงานอดิเรก จะเห็นได้ว่าสินค้าส่วนใหญ่เป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ ประกอบกับตลาดยังมีมูลค่าไม่มากนัก ส่วนแบ่งของตลาดในแต่ละยี่ห้อผลิตภัณฑ์ก็มีจำนวนน้อย อีกทั้งยี่ห้อผลิตภัณฑ์ต่างๆก็ไม่ใช่ที่รู้จักเท่าที่ควร และผลิตภัณฑ์สีสำหรับงานอดิเรกนี้ ยังเป็นที่รู้จักเฉพาะกลุ่มมาก โดยกลุ่มคนที่สนใจในงานอดิเรกนั้นมีจำนวนมากพอสมควร แต่ก็แบ่งประเภทงานอดิเรกที่สนใจออกเป็นหลายประเภทด้วยกัน ส่วนกลุ่มคนที่สนใจและรู้จักในงานเพนท์นี้มีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับกลุ่มคนทั้งหมดแล้วดังรูป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.1-2 แสดงลักษณะของกลุ่มผู้บริโภคในตลาด

นอกจากตัวผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นที่รู้จักกับผู้บริโภคแล้ว ลักษณะช่องทางการจัดจำหน่ายของตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในการแนะนำสินค้ากับผู้บริโภคก็ไม่ทั่วถึงเท่าที่ควร โดยไม่ครอบคลุมทุกจุดจำหน่ายของคู่แข่งดังรูป

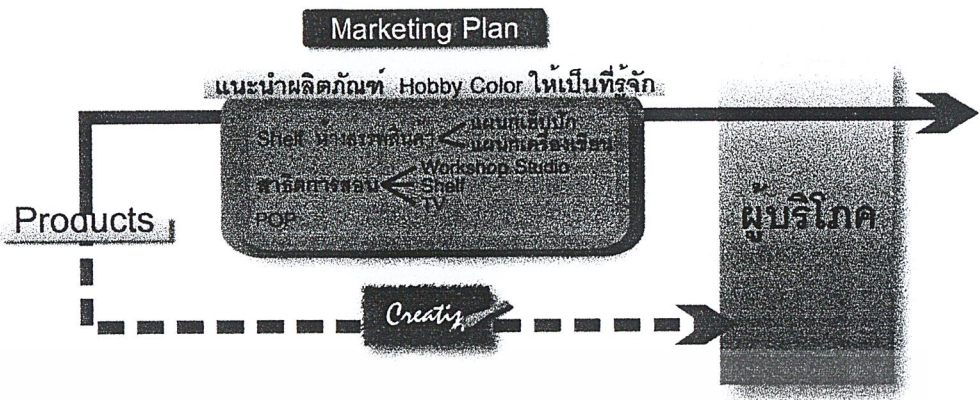


ภาพที่ 3.1-3 แสดงช่องทางการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ในตลาดระดับต่างๆ

จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์ในตลาดระดับต่างๆ มีการกระจายสินค้าไม่ทั่วถึงในทุกๆจุดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์คู่แข่ง ส่งผลให้ผู้บริโภคยังไม่สามารถเข้าใจ และรู้จักตัวผลิตภัณฑ์อย่างทั่วถึง สินค้าในตลาดระดับบนจะมีจำหน่ายในเฉพาะแผนกเครื่องเขียนและซุ่มสอน สินค้าในตลาดระดับกลางจะจำหน่ายในแผนกเครื่องเขียน และแผนกเย็บปัก ส่วนสินค้าในตลาดระดับล่างมีจำหน่ายเฉพาะตามซุ่มสอนทั่วไปเท่านั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## การวางแผนทางการตลาด (Marketing Plan)



ภาพที่ 3.1-4 แสดงการวางแผนทางการตลาด

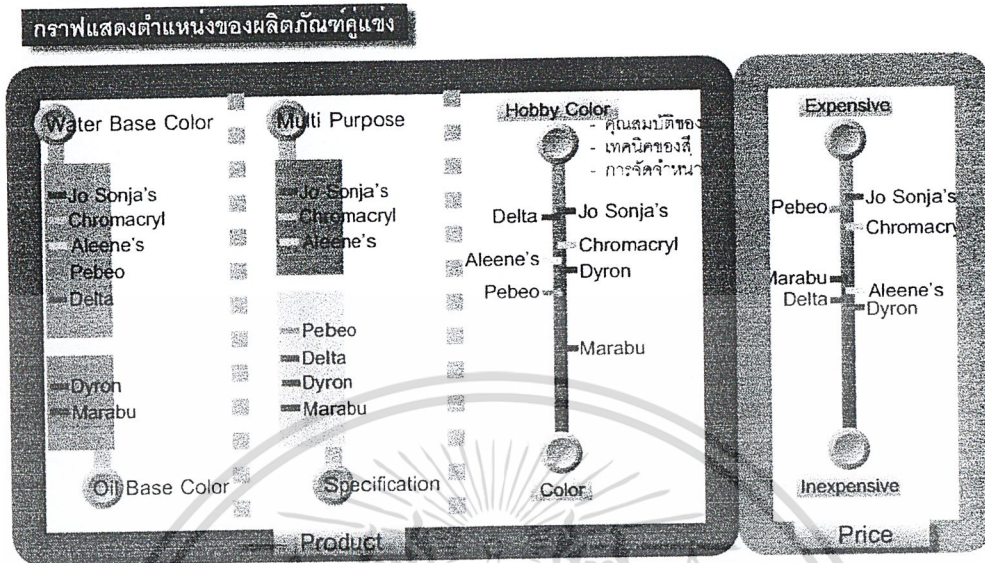
ทำให้การวางแผนทางการตลาดจึงจำเป็นต้องทำให้ผู้บริโภคหันมาสนใจ และทำความรู้จักกับผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น ด้วยการส่งเสริมให้ผู้บริโภครู้จักเป็นประการแรกดังนี้

- การจัดจำหน่ายอย่างครอบคลุมกลุ่มของคู่แข่งในทุกๆจุด ได้แก่ Shelf ตามห้างสรรพสินค้า ทั้งแผนกเครื่องเขียน และแผนกเย็บปัก รวมถึงจุดขายที่เป็น Shelf ของตนเอง เป็นต้น
  - ทำการสาธิตการสอนการใช้ผลิตภัณฑ์ ให้เป็นที่สนใจ หน้าชั้นวางจำหน่ายหรือตามจุดสอนต่างๆ เช่น Workshop Studio และทำการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปในตัว หรืออาจใช้การสาธิตการสอนตามรายการโทรทัศน์ต่างๆ เพื่อเป็นการโฆษณาให้ผู้บริโภครู้จักมากขึ้นอีกทางหนึ่ง
  - สอดแทรกความเป็นที่สำหรับงานอดิเรก หรือการแจ้ใจอย่างเด่นชัด บนบรรจุภัณฑ์นั้นๆ
- เมื่อผู้บริโภคเริ่มรู้จักตัวผลิตภัณฑ์สำหรับงานอดิเรก (Hobby Color) มากขึ้นแล้ว ขั้นตอนต่อไปจึงเป็นการทำให้ผู้บริโภคสามารถจดจำชื่อของผลิตภัณฑ์ได้ โดยการสอดแทรกตั้งแต่ขั้นตอนแรก ด้วยการ Promotion ไปพร้อมๆกับการทำให้ผู้บริโภครู้จักความเป็น Hobby Color และการแทรกไว้บนบรรจุภัณฑ์

จากแผนการตลาดที่กล่าวมานั้น จะเห็นได้ว่ามีความจำเป็นอย่างยิ่ง ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่แสดงถึงความเป็น Hobby ให้แตกต่างจากผลิตภัณฑ์เครื่องเขียนประเภทอื่น ๆ ทั่วไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. **ลำดับที่สี่** การพิจารณาทางด้านคู่แข่ง (Competitors) เพื่อนำมาทำการวิเคราะห์หาจุดเด่นจุดด้อยต่างๆของคู่แข่ง เพื่อหาโอกาสแนวทางการตลาดและการออกแบบต่อไป



ภาพที่ 3.1-5 แสดงการเปรียบเทียบคู่แข่งด้านผลิตภัณฑ์และราคา

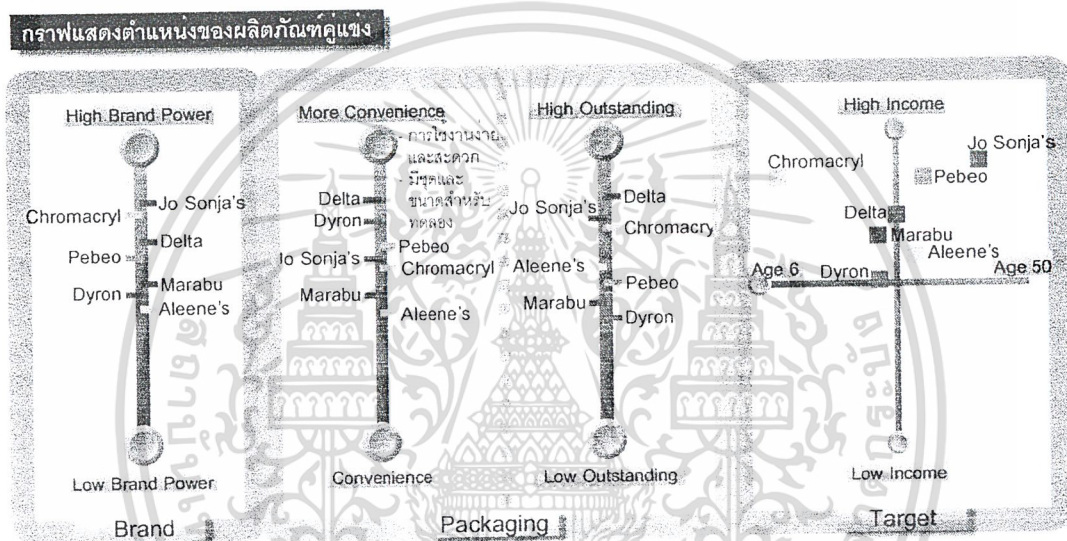
จากกราฟด้านบนผลิตภัณฑ์สำหรับงานอดิเรกภายในตลาดนั้น แบ่งออกเป็นสองสูตร สองแบบได้แก่ สูตรน้ำและสูตรน้ำมัน และสีสำหรับงานอดิเรกแบบอเนกประสงค์หรือสีสำหรับงานอดิเรกแบบเฉพาะเจาะจง จะเห็นได้ว่าสีสำหรับงานอดิเรกส่วนใหญ่จะเป็นสีสูตรน้ำเพื่อเป็นสีสำหรับการพักผ่อนทำงานอดิเรกอย่างแท้จริงไม่เหน็น้ำมัน และไม่เป็นพิษเป็นภัย ส่วนผลิตภัณฑ์สีสำหรับงานอดิเรกแบบอเนกประสงค์นั้น ถึงแม้ภายในตลาดจะมีจำนวนน้อยกว่าแบบเฉพาะเจาะจงก็ตาม แต่สีสำหรับงานอดิเรกแบบอเนกประสงค์นั้น มักจะมีการใช้งานที่หลากหลายมากกว่า ในรูปแบบและลูกเล่นเทคนิคต่างๆมากมาย เหมาะสำหรับการทำเพื่อความเพลิดเพลินพักผ่อนได้เป็นอย่างดี ต่างกับสีสำหรับงานอดิเรกแบบเฉพาะเจาะจงที่ใช้เพนท์บนวัสดุอย่างใดอย่างหนึ่งได้เท่านั้น

จะเห็นได้ว่าสภาพการแข่งขันของคู่แข่งภายในตลาดยังไม่มากนัก ซึ่งยังไม่มีคู่แข่งใดที่สามารถสู้ได้อย่างเด่นชัดเท่าที่ควร แก่ผู้บริโภคถึงลักษณะผลิตภัณฑ์ที่เป็นสีสำหรับงานอดิเรก โดยการพิจารณาจากคุณสมบัติของสี เทคนิคต่างๆในการใช้งาน และลักษณะการจัดจำหน่าย ที่ได้กล่าวมาบ้างแล้วข้างต้น ซึ่งยังไม่มีผลิตภัณฑ์ใดที่มีการจัดจำหน่ายทั่วถึงในแผนกต่างๆโดยเฉพาะแผนกเย็บปักที่สามารถจัดจำหน่ายได้ตรงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายมากที่สุด ดังนั้นการที่จะทำให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ความสำเร็จได้นั้นลักษณะบรรจุภัณฑ์ และจุดขายของตัวผลิตภัณฑ์ควร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สื่อถึงความเป็นผลิตภัณฑ์ที่สำหรับงานอดิเรก และการนำเสนอจุดขายที่แตกต่างจากคู่แข่งอย่างเด่นชัด

ส่วนการพิจารณาคู่แข่งทางด้านราคาของผลิตภัณฑ์นั้น ผลิตภัณฑ์ในตลาดระดับบนจะเป็นสินค้าที่มีราคาค่อนข้างแพง มากกว่าผลิตภัณฑ์ในตลาดระดับกลางและตลาดระดับล่างตามลำดับ แต่ผู้บริโภคที่นิยมทำงานอดิเรกอย่างจริงจังมักใช้สินค้าที่มีคุณภาพเหมาะสมกับราคาถึงแม้ราคาจะค่อนข้างแพงก็ตาม สี"ครีเอทีฟ" จึงเป็นผลิตภัณฑ์สีที่มีคุณภาพในราคาแบบคนไทยดังกล่าวข้างต้น



ภาพที่ 3.1-6 แสดงการเปรียบเทียบคู่แข่งด้าน Brand Power ด้านบรรจุภัณฑ์ และด้านกลุ่มเป้าหมาย

การพิจารณาคู่แข่งทางด้านบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่สำหรับงานอดิเรกมักจำหน่ายแบบแยกขายในปริมาณน้อยๆ สำหรับทดลอง จะมีบางยี่ห้อเท่านั้นที่มีจำหน่ายไปปริมาณมากขึ้นกว่าชุดทดลองด้วย ได้แก่ Jo sonja's, Chromacryl เป็นต้น ส่วนทางด้านความสวยงามโดดเด่น และ Brand Power ที่บ่งบอกบุคลิกของผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดีนั้น Delta เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีความแตกต่างจากบรรจุภัณฑ์ยี่ห้ออื่น เนื่องจากลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่เป็น Blister Pack สำหรับแขวนนั่นเอง แต่ทางด้านกราฟฟิก และ Brand Power ของบรรจุภัณฑ์นั้น Jo sonja's และ Chromacryl ค่อนข้างโดดเด่นและบ่งบอกบุคลิกของตัวเองได้เป็นอย่างดีกว่าผลิตภัณฑ์ยี่ห้ออื่นๆ โดยที่ Jo sonja's สามารถแสดงออกถึงความเป็นสีสำหรับงาน Folk Art ได้อย่างเด่นชัด และ Chromacryl บ่งบอกถึงความเป็นสีคุณภาพสำหรับเด็กได้เป็นอย่างดี

เอกสาร... ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การพิจารณาคู่แข่งทางด้านกลุ่มเป้าหมาย จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์สำหรับงานอดิเรก ถึงแม้จะมีคู่แข่งชั้นน้อยราย แต่ก็สามารถครอบคลุมกลุ่มของผู้บริโภคทั่วไปได้ทุกระดับอายุ และระดับรายได้ที่มีกำลังในการซื้อสินค้านั้น การกำหนดกลุ่มผู้บริโภคของผลิตภัณฑ์"ครีเอทีฟ"นั้นจึงเน้นไปที่กลุ่มคนที่ยังไม่รู้จักผลิตภัณฑ์สำหรับงานอดิเรกนี้ให้เป็นที่รู้จักมากกว่า ส่วนการกำหนดกลุ่มอายุนั้นอาจดูจากระดับความสนใจและระดับรายได้เป็นสำคัญ

## 5. ลำดับที่ห้า การพิจารณาทางด้านผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย (Target Group)

เพศ	หญิง 70% และชาย 30%
อายุ	25-45 ปี
รายได้	ระดับฐานะ มีรายได้ค่อนข้างสูง
ที่อยู่อาศัย	อาศัยอยู่ในเมือง กรุงเทพฯและปริมณฑล

เงื่อนไขความต้องการของบรรจุกณ์ทางด้านผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย มักเน้นไปในด้านความสะดวกสบาย(Convenience) และความต้องการของผู้บริโภค ที่เกี่ยวกับการใช้งาน และปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค ดังนี้

### 5.1 ด้านการใช้งาน

- บรรจุกณ์ที่มีอายุการใช้งานนาน
- สามารถใช้งานได้สะดวกตามหน้าที่ของบรรจุกณ์
- สะดวกในการพกพาและการเก็บรักษา

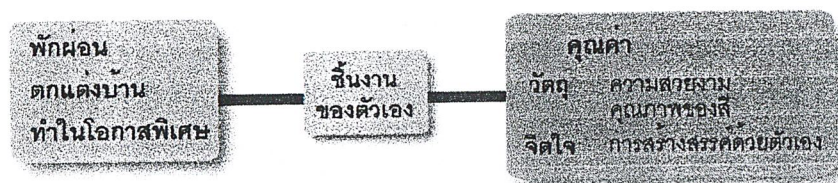
### 5.2 ด้านปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค จากการศึกษากลุ่มเป้าหมาย มีลักษณะทางพฤติกรรมและจิตวิทยา ดังนี้

- มีการตัดสินใจซื้อที่ค่อนข้างรวดเร็ว
- ให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์และคุณภาพของผลิตภัณฑ์
- สนใจสินค้าแปลกใหม่
- ชอบความหรูหราฟุ้งเฟ้อ
- เปิดรับความคิดใหม่ๆ
- รักอิสระเป็นตัวของตัวเอง
- มีความเป็นอยู่แบบสังคมเมือง
- มีความชื่นชอบทางด้านศิลปะ

จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ดังนั้นบรรจุกณ์จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการส่งเสริมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคด้วย โดยการเน้นเอกสารให้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและจิตวิทยาของผู้บริโภคเป็นหลัก มีอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนทางด้านพฤติกรรมการใช้งานสีสำหรับงานอดิเรกของผู้บริโภค มักใช้งานเพื่อวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันดังรูป

### พฤติกรรมการใช้งานสีสำหรับงานอดิเรก



ภาพที่ 3.1-7 แสดงพฤติกรรมการใช้งานสีสำหรับงานอดิเรกของผู้บริโภค

การใช้สีสำหรับงานอดิเรกเพื่อการพักผ่อน ทำของตกแต่งบ้าน หรือทำให้เป็นของขวัญสำหรับโอกาสพิเศษบนชิ้นงานของตัวเองนี้ ล้วนเกิดจากการสร้างสรรค์งานศิลปะด้วยตนเองทั้งสิ้น ซึ่งทำให้เกิดคุณค่าของความสวยงามและความสุขทั้งกับผู้ทำหรือผู้ได้รับ

จากการศึกษาถึงผู้บริโภคดังกล่าวข้างต้นทำให้ทราบว่าในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทสีผู้บริโภคคำนึงภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ดังนั้นการนำเสนอจุดขายจึงเน้นการสื่อถึงคุณภาพของสีที่สร้างให้ชิ้นงานมีคุณค่า ซึ่งเป็นจุดขายที่มีความแตกต่างจากคู่แข่งในท้องตลาดในเรื่องของการสร้างคุณค่าให้กับชิ้นงาน

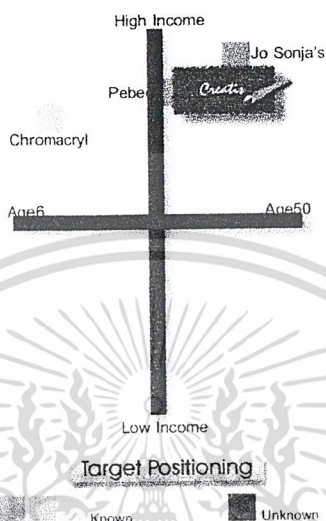
6. ลำดับที่หก การพิจารณาทางด้านกระบวนการผลิต (Process) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบในการกำหนดขอบเขตที่สามารถออกแบบได้ เนื่องจากทางบริษัทไม่ได้ระบุลักษณะการผลิตบรรจุภัณฑ์ที่เจาะจง โดยบริษัทใช้ลักษณะของการจ้างผลิต ดังนั้นจึงไม่มีข้อกำหนดที่เป็นเงื่อนไขในการออกแบบด้านการผลิตที่แน่นอน ซึ่งอาจสรุปเงื่อนไขความต้องการพื้นฐาน จากการวิเคราะห์ในหัวข้อวัสดุและกรรมวิธีการผลิตได้ดังนี้

- สามารถผลิตในระบบอุตสาหกรรมได้ Mass Production
- บรรจุภัณฑ์สามารถผลิตภายในประเทศ
- การออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้องสามารถผลิตด้วยกรรมวิธีการผลิตต่างๆดังนี้ การ Extrusion สำหรับประเภทหลอด , การ Injection Molding สำหรับประเภทฝา และการ Injection Blow Molding สำหรับประเภทขวดและกระปุก ซึ่งการกำหนดกรรมวิธีการผลิตในหัวข้อนี้ จะกำหนดเฉพาะกรรมวิธีการผลิตที่จำเป็นต้องใช้แน่นอน ส่วนกรรมวิธีการผลิตชนิดอื่นๆ ที่ไม่ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ ทั้งนี้เพราะอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสมของนโยบายด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการศึกษาข้อมูลต่างๆ และเงื่อนไขความต้องการในการออกแบบ ทำให้สามารถกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ ออกเป็นด้านต่างๆตามความเหมาะสม และไม่เป็นกรกำหนดเพื่อการจำกัดทางการออกแบบจนเกินไปได้เป็น 3 ด้านดังนี้

### ด้านผู้บริโภค

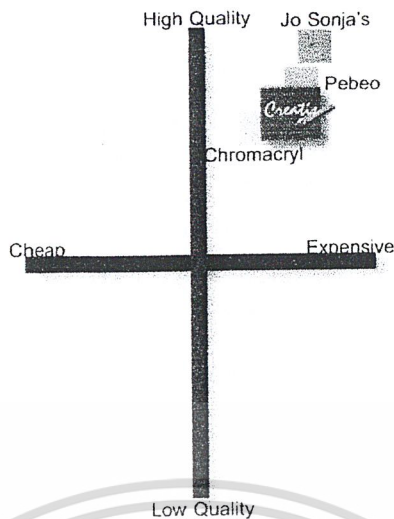


ภาพที่ 3.1-9 กราฟแสดงการกำหนดตำแหน่งทางด้านผู้บริโภค

การกำหนดตำแหน่งทางด้านผู้บริโภค เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่สนใจและทำงานอดิเรกอย่างจริงจัง ซึ่งจะส่งผลให้สามารถจำหน่ายได้ในระยะยาว มักเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีหน้าที่การงานและรายได้ที่มั่นคง เนื่องจากผลิตภัณฑ์สำหรับงานอดิเรกเป็นสินค้าที่ฟุ่มเฟือย ประกอบกับเป็นคนที่สนใจและเปิดรับผลิตภัณฑ์ใหม่ๆได้ง่าย ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคมักให้ความสำคัญกับคุณภาพดีที่เหมาะสมกับราคาดังกล่าวมาแล้วข้างต้น ดังนั้นสี"ครีเอทีฟ" เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์สำหรับงานอดิเรกได้เป็นอย่างดี จึงเป็นผลิตภัณฑ์ในกลุ่มตลาดระดับบน A ที่มีรายได้ค่อนข้างสูง และครอบคลุมกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อทั้งกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรอง ในช่วงอายุประมาณ 25-45 ปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ด้านผลิตภัณฑ์



Product Positioning

ภาพที่ 3.1-10 กราฟแสดงการกำหนดตำแหน่งทางด้านผลิตภัณฑ์

การกำหนดตำแหน่งทางด้านผลิตภัณฑ์ พิจารณาร่วมกับการกำหนดตำแหน่งทางด้านผู้บริโภคในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ โดยผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพที่ค่อนข้างสูงเทียบเท่ากับคู่แข่งหลัก หรือผลิตภัณฑ์ตลาดระดับบน A แต่มีราคาต่ำกว่าคู่แข่งหลักและสูงกว่าคู่แข่งรอง หรือผลิตภัณฑ์ตลาดระดับกลาง B เล็กน้อย

### ด้านบรรจุภัณฑ์

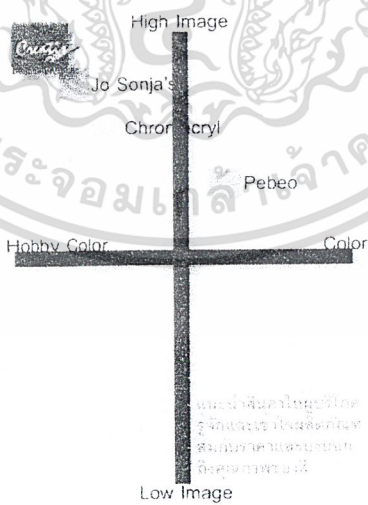


Image Positioning

ภาพที่ 3.1-11 กราฟแสดงการกำหนดตำแหน่งทางด้านบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การกำหนดตำแหน่งทางด้านบรรจุภัณฑ์ ลักษณะบรรจุภัณฑ์มีภาพลักษณ์ที่ดีเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยเน้นภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ให้แตกต่างจากเครื่องเขียนประเภทสีทั่วไป และเน้นความเป็นสีสำหรับงานอดิเรกให้มากที่สุด

จากการกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ในด้านต่างๆดังกล่าวมาแล้วข้างต้น ทำให้ทราบถึงแนวทางการทำงาน หรือการออกแบบในขั้นตอนต่อไป รวมไปถึงแนวทางดำเนินงานเมื่อผลิตภัณฑ์ออกวางจำหน่ายในตลาดแล้ว ซึ่งจะกล่าวขั้นตอนการทำงาน การออกแบบในหัวข้อต่อไป

### 3.2 การพัฒนาแนวความคิดและการออกแบบ (Idea and Design Development )

ก่อนทำการออกแบบก็จะทำการสรุปแนวทางของการออกแบบ ที่มาของจุดขายต่างๆที่จะใช้เป็นแนวทางในการออกแบบ ได้ดังนี้

#### ใครขาย

บริษัทไซแมค อาร์ต แอนด์ เทคโนโลยี จำกัด ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีสำหรับงานอดิเรกแบบครบวงจร

#### ขายอะไร

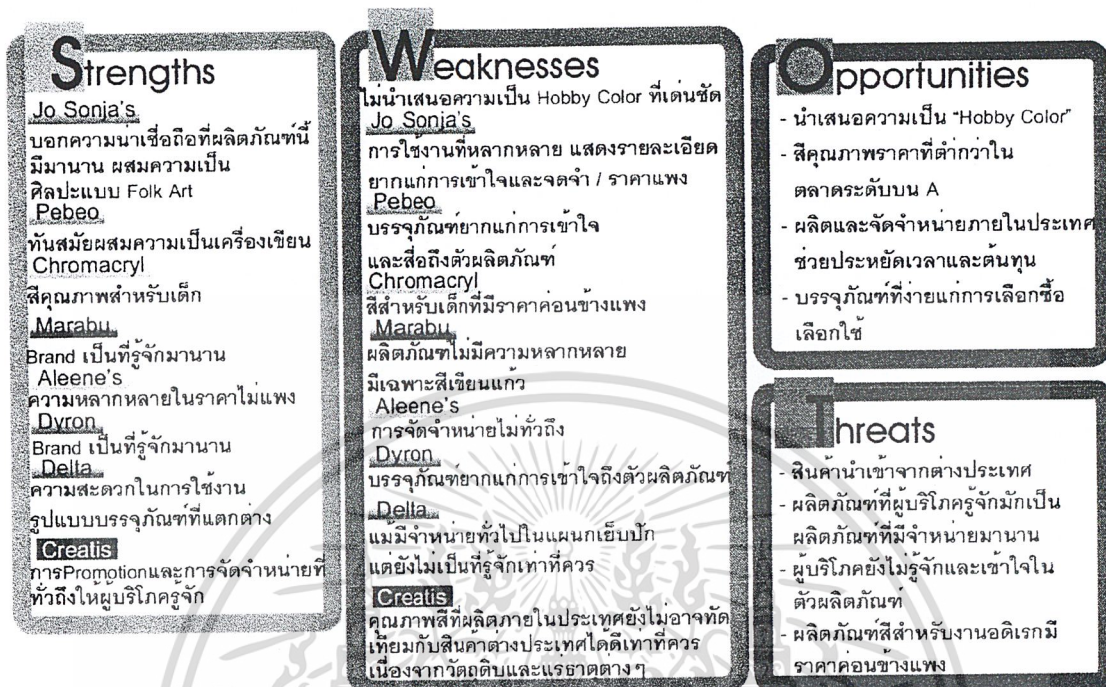
ผลิตภัณฑ์สี “ครีเอทีฟ” สำหรับงานอดิเรก สีคุณภาพสำหรับผู้ที่ต้องการจะสร้างสรรค์งานศิลปะ โดยไม่ต้องมีพื้นฐานมาก่อน

#### ขายให้ใคร

กลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มคนวัยทำงานอายุ 25-45 ปี ทั้งกลุ่มคนที่รู้จักและทำงานอดิเรกอยู่ และกลุ่มคนที่ยังไม่รู้จักให้หันมาสนใจในการทำงานอดิเรกประเภทนี้ ผู้บริโภคเหล่านี้มีรายได้ที่ค่อนข้างสูงเนื่องจากผลิตภัณฑ์สีสำหรับงานอดิเรกเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย กลุ่มคนเหล่านี้มีความชื่นชอบทางด้านศิลปะอยู่แล้ว จึงมีความสนใจและตั้งใจทำงานอดิเรกนั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการออกแบบข้างต้นสามารถสรุปตามหลักการของ SWOT Analysis เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดจุดขายของผลิตภัณฑ์ต่อไปได้ดังนี้



ภาพที่ 3.2-1 แสดงการวิเคราะห์ตาม SWOT Analysis

SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนหนึ่งสำหรับการกำหนดจุดขาย Unique Selling Point (USP) ที่ต้องกำหนดและพิจารณาจากด้านต่างๆหลายด้าน โดยแบ่งการพิจารณาออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ด้วยกัน ซึ่งส่วนหนึ่งได้แก่ SWOT Analysis ดังกล่าว และ Comparisons with Competitors ในด้านต่างๆที่กล่าวมาแล้วในหัวข้อ 3.1 ด้านคู่แข่งขั้นต่อไปจึงจะขอล่าวเพียงการวิเคราะห์ทางด้าน SWOT Analysis เท่านั้น

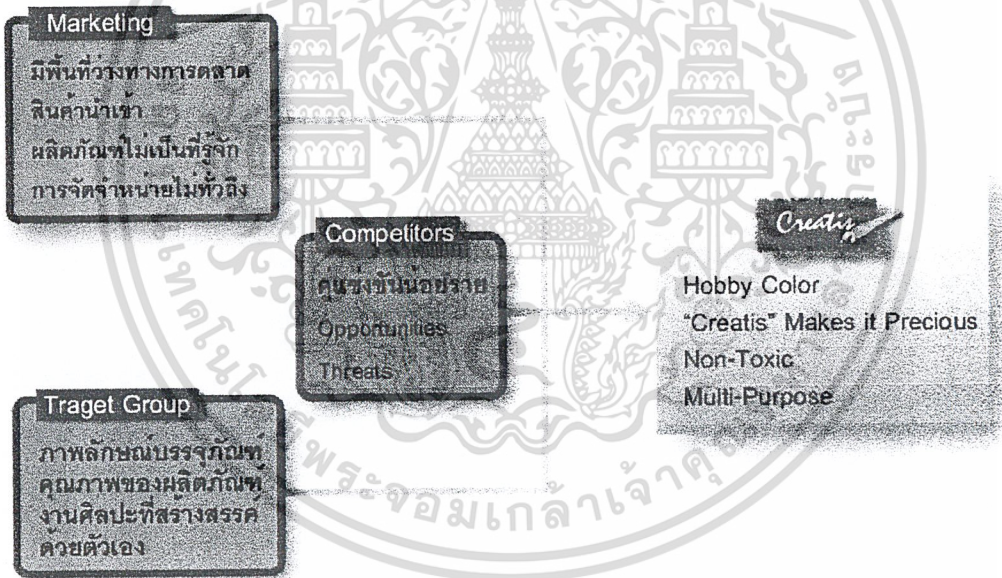
SWOT Analysis ประกอบไปด้วย

1. Strengths การวิเคราะห์ จุดแข็ง หรือจุดเด่นของผลิตภัณฑ์คู่แข่งยี่ห้อต่างๆ ซึ่งมีความแตกต่างกันตามจุดขายของแต่ละผลิตภัณฑ์
2. Weaknesses การวิเคราะห์จุดอ่อน หรือจุดด้อยของผลิตภัณฑ์คู่แข่งยี่ห้อต่างๆ ซึ่งเป็นช่องทางการหาจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่ "ครีเอทีฟ" ที่จุดอ่อนหลักของคู่แข่งทุกยี่ห้อ คือการนำเสนอความเป็นผลิตภัณฑ์ที่สำหรับงานอดิเรกที่ไม่เด่นชัดเท่าที่ควร ทำให้ "ครีเอทีฟ" มีการ Promotion และการจัดจำหน่ายที่ทั่วถึงมากกว่าคู่แข่งอื่นๆ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่สำหรับงานอดิเรกนี้เป็นเอกลักษณ์ที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาดูงาน ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อดีตเรกเป็นที่รู้จักแก่ผู้บริโภคในนามของ “ศรีเอทิส” ประกอบกับการวิเคราะห์จุดด้อยของตัวเองที่เสียเปรียบคู่แข่งเพื่อสามารถกำหนดจุดขายที่เหมาะสมได้ ถึงแม้ว่าสี “ศรีเอทิส” เป็นสีที่ผลิตภายในประเทศ เนื่องจากปัจจัยต่างๆทางด้านการผลิตที่อาจทำให้ “ศรีเอทิส” อาจมีคุณภาพที่ด้อยกว่าผลิตภัณฑ์สีคุณภาพในตลาดระดับบนไปบ้าง แต่ผลิตภัณฑ์สี “ศรีเอทิส” ก็เป็นทางเลือกหนึ่งในราคาที่ต่ำกว่า แต่คุณภาพใกล้เคียงกับสินค้าอื่นๆในตลาดระดับบน

3. Opportunities จากการวิเคราะห์ที่ผ่านมาสามารถสรุปเพื่อหาโอกาสสำหรับผลิตภัณฑ์สี “ศรีเอทิส” สำหรับงานอดีตเรกนี้ ในด้านต่างๆที่จะเป็นข้อได้เปรียบกว่าคู่แข่งอื่นๆดังที่เขียนไว้แล้วในรูปด้านบน
4. Threats เป็นคำขู่ของคู่แข่งในภาพรวมที่ส่งผลต่อ “ศรีเอทิส” และการกำหนดจุดขายต่างๆที่ควรคำนึงถึง

จากการวิเคราะห์ทางด้านต่างๆ เราสามารถกำหนดจุดขายของผลิตภัณฑ์โดยสรุปได้ดังนี้

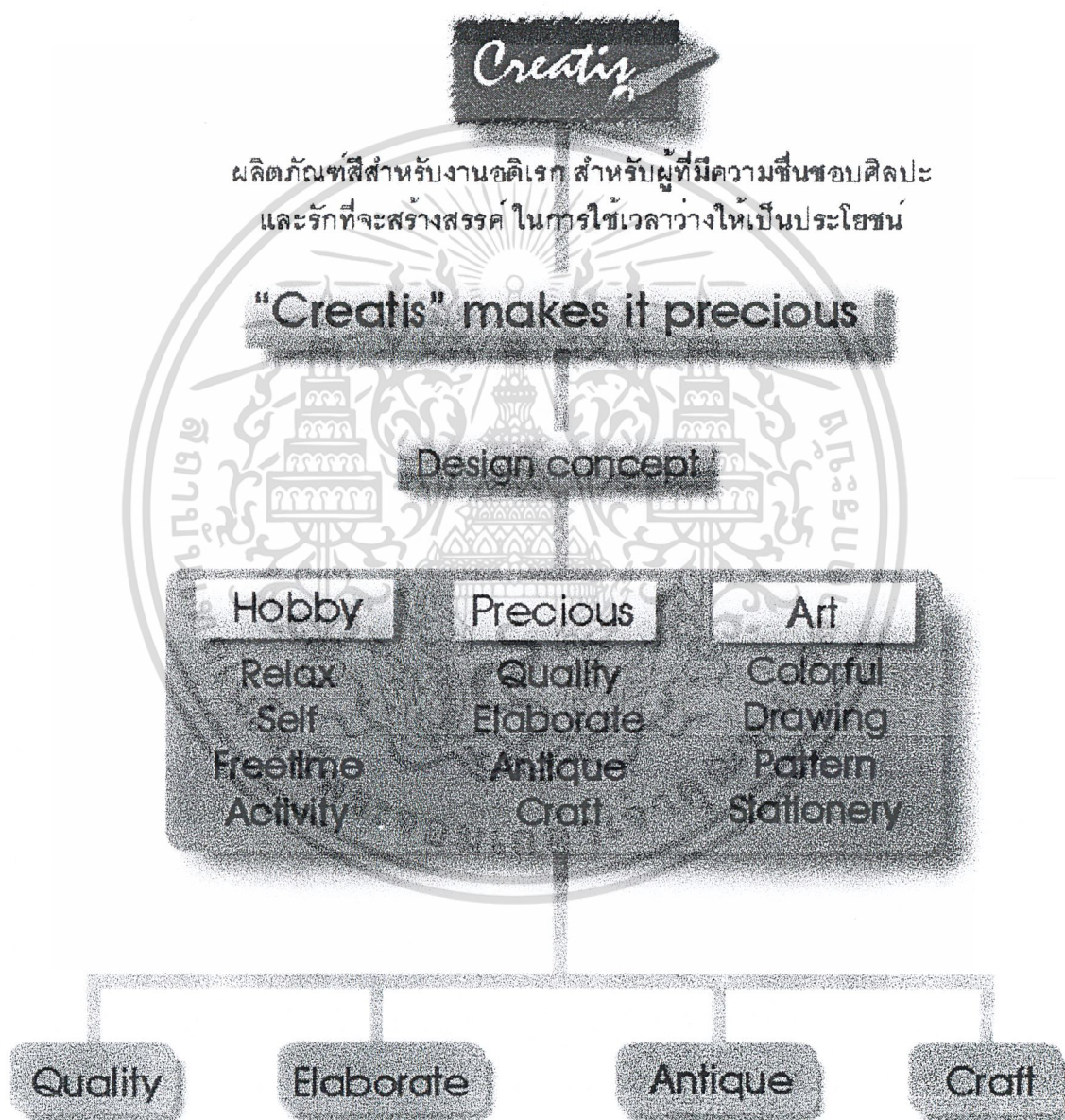


ภาพที่ 3.2-2 แสดงการกำหนดจุดขายของผลิตภัณฑ์

เนื่องจากตลาดของผลิตภัณฑ์สีสำหรับงานอดีตเรกเป็นตลาดที่ยังมีมูลค่าไม่มากนัก และมีพื้นที่ว่างทางการตลาด ซึ่งสินค้าส่วนใหญ่เป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ ประกอบกับการจัดจำหน่ายที่ไม่ทั่วถึง ทำให้ผู้บริโภคยังไม่รู้จักและเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ได้ดีพอ ทางด้านการแข่งขันก็มีคู่แข่งชั้นน้อยราย ทำให้สังเกตเห็น Opportunities ของสีศรีเอทิสที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค และ Threats ของคู่แข่ง สี “ศรีเอทิส” จึงเป็นผลิตภัณฑ์สีสำหรับงานอดีตเรก แบบอเนกไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประสงค์ สู่ตรา เพื่อความปลอดภัยและพักผ่อนอย่างแท้จริง สำหรับผู้ที่ต้องการสร้างสรรค์งานศิลปะอย่างมีคุณค่า

เมื่อสามารถกำหนดจุดขายของตัวผลิตภัณฑ์สีครีเอทีฟสำหรับงานอดิเรกได้แล้ว จึงนำมาทำการหาแนวทางในการออกแบบ ที่เป็นส่วนช่วยให้การออกแบบได้ง่ายขึ้นดังนี้



ภาพที่ 3.2-3 กราฟแสดงแนวทางของการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากกราฟทางด้านบนแนวทางการออกแบบ การนำเสนอรูปแบบบรรจุภัณฑ์ในทุกๆบรรจุภัณฑ์ จะสอดคล้องและประกอบไปด้วย Keyword หลักๆ สามอย่างด้วยกันได้แก่ Hobby, Precious, Art ซึ่งจากกราฟจะอยู่ในบริเวณพื้นที่โลโก้สีในกรอบสีเขียว โดยKeyword หลักทั้งสามก็จะแตก Keyword ย่อยๆออกมาอย่างละเอียดดังนี้

1. Hobby งานอดิเรกซึ่งเป็นวัตถุประสงค์หลักของตัวผลิตภัณฑ์นั่นเอง ประกอบไปด้วย

Relax	คือ	การพักผ่อน
Self	คือ	ความเชื่อมั่นเป็นตัวของตัวเอง
Free time	คือ	เวลาว่าง เวลาที่อิสระ
Activity	คือ	กิจกรรม

2. Precious ความมีคุณค่าของชิ้นงานที่ได้ออกมาจากมือผู้ทำ และความมีคุณภาพ ความสวยงามที่เกิดจากคุณสมบัติของสี ประกอบไปด้วย

Quality	คือ	คุณภาพ
Elaborate	คือ	ความประณีตละเอียดอ่อน
Antique	คือ	โบราณ คุณค่าที่ควรรักษา
Craft	คือ	งานฝีมือหัตถกรรม

3. Art ความเป็นงานศิลปะ ประกอบด้วย

Colorful	คือ	ความมีสีสัน
Drawing	คือ	ภาพวาด
Pattern	คือ	ลวดลาย
Stationery	คือ	เครื่องเขียน

จากที่กล่าวมาสิ่งที่จะต้องการสื่อออกมาทางบรรจุภัณฑ์ประกอบไปด้วยสามอย่างข้างต้น ซึ่งในการออกแบบจะใช้แนวทางหลักของ Precious ความมีคุณค่า ที่มีภาพพจน์ที่ชัดเจนที่สุดซึ่งช่วยให้สามารถทำการออกแบบได้ง่ายขึ้นเป็นหลัก ส่วน Hobby และ Art ก็จะถูกสอดคล้องเข้าไปในทุกรูปแบบด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อเราสามารถสรุปหาแนวทางสำหรับการออกแบบได้แล้ว ขั้นตอนต่อไปก็คือการทำการออกแบบตามแนวทางที่กำหนดไว้นั้น เพื่อให้การออกแบบสามารถดำเนินไปตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ต้องการได้เป็นอย่างดี โดยการออกแบบจะทำการออกแบบโครงสร้าง กราฟฟิก และโลโก้ ควบคู่กันไปทั้งหมด เพื่อความสอดคล้องกันในแต่ละแนวทางของการออกแบบ ซึ่งแบ่งแนวทางหลัก Precious โดยใช้ Keywords ย่อยของแนวทางหลักนี้ สำหรับเป็นการกำหนด Routes ออกเป็น 4 แบบ ดังนี้

1. Design Route1 Quality(คุณภาพ) การแสดงออกของแนวทางนี้เป็นการสื่อกับผู้บริโภคแบบตรงถึงตัวผลิตภัณฑ์ที่เป็นสี ค่อนข้างเรียบง่าย

แบบที่ 1

SKETCH 1/ ROUTE 1

Activity + Quality + Stationery + Drawing + Colorful



ภาพที่ 3.2-4 แบบขั้นต้น Design Route 1 แบบที่ 1



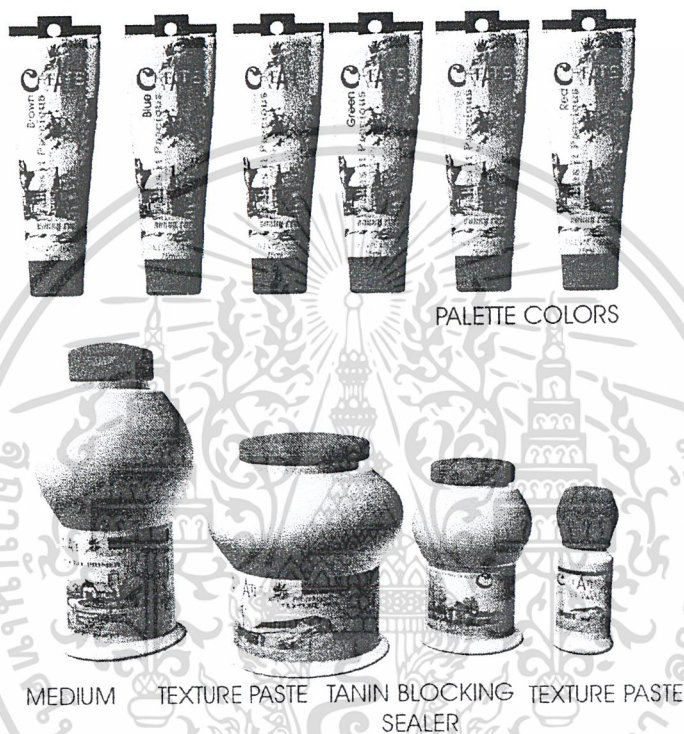
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ภาพที่ 3.2-5 แบบ Logo ขั้นต้น Design Route 1 แบบที่ 1  
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใช้รูปแบบของกราฟฟิกที่แสดงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ด้วยรูปลักษณะที่ใกล้เคียงกับสี  
สำหรับ Artist และรูปร่างของเครื่องเขียนที่เป็นลักษณะของเส้นสบายๆ สีมันสดใส สำหรับงาน  
อดิเรก

แบบที่ 2

### SKETCH 2/ ROUTE 1

Self + Quality + Drawing



ภาพที่ 3.2-6 แบบขั้นตอน Design Route 1 แบบที่2



ภาพที่ 3.2-7 แบบ Logo ขั้นตอน Design Route 1 แบบที่2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การใช้เส้นในการวาดรูปเป็นพื้นฐานที่แสดงถึงความชำนาญ ความมั่นใจในการใช้เส้น  
สาย และการระบายแถบสีต่างๆโดยง่ายให้ไล่เข้าไปในรูปวาดนั้น แสดงถึงคุณภาพของสีที่แต่ง  
แต่มีจินตนาการให้เกิดสีสันได้

แบบที่ 3

SKETCH 3/ ROUTE 1

Relax+Quality+Stationery



PALETTE COLORS



TEXTURE PASTE MEDIUM TANIN BLOCKING SEALER TEXTURE PASTE

ภาพที่ 3.2-8 แบบขั้นตอน Design Route 1 แบบที่3



ภาพที่ 3.2-9 แบบ Logo ขั้นตอน Design Route 1 แบบที่3

สีสันทันุมนวลดูแล้วสบายตา      กับการบ่งบอกถึงความเป็นผลิตภัณฑ์สีที่ชัดเจนด้วย  
ลักษณะของอุปกรณ์เครื่องเขียนในการทำงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. Design Route 2 Elaborate (ความประณีตละเอียดอ่อน) การออกแบบของแนวทางนี้ เน้นการแสดงผลถึงรายละเอียด ความสวยงามต่างๆ ที่ผลิตภัณฑ์สีครีมให้ในอารมณ์ต่างๆกัน

### แบบที่ 1

#### SKETCH 1/ ROUTE 2

#### Self + Elaborate + Drawing



ภาพที่ 3.2-10 แบบขั้นต้น Design Route 2 แบบที่ 1

*Creditis*

ภาพที่ 3.2-11 แบบ Logo ขั้นต้น Design Route 2 แบบที่ 1

การใช้ลักษณะของความเป็นไทย ภาพวาดที่มีความวิจิตรบรรจง บ่งบอกถึงความประณีตละเอียดอ่อน กับความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของสี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบที่ 2

**SKETCH 2/ ROUTE 2**

Relax + Elaborate + Drawing + Colorful



PALETTE COLORS



MEDIUM TEXTURE PASTE TANIN BLOCKING TEXTURE PASTE SEALER

ภาพที่ 3.2-12 แบบขั้นตอน Design Route 2 แบบที่2

**Creatis**

ภาพที่ 3.2-13 แบบ Logo ขั้นตอน Design Route 2 แบบที่2

รูปวาดของดอกไม้ที่ประณีต สีเส้นที่อ่อนหวาน รูปทรงที่อ่อนช้อย สบายๆสำหรับเวลาพักผ่อน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## แบบที่ 3

SKETCH 3/ ROUTE 2

Freetime + Elaborate + Pattern



PALETTE COLORS



MEDIUM    TEXTURE PASTE    TANIN BLOCKING SEALER    TEXTURE PASTE

ภาพที่ 3.2-14 แบบขั้นตอน Design Route 2 แบบที่3

Creatis

ภาพที่ 3.2-15 แบบ Logo ขั้นตอน Design Route 2 แบบที่3

การใช้เส้นสายลายจุดมาสร้าง Pattern อย่างอิสระ เกิดเป็นลวดลายต่างๆ ด้วยความประณีต แต่มีเอกลักษณ์ร่วมกัน เป็นแนวทางใหม่สำหรับการสื่อถึงศิลปะ นอกจากการใช้รูปวาดอื่นๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. Design Route 3 Antique (โบราณ คุณค่าที่ควรรักษา) ลักษณะของรูปภาพ การจัดวาง กราฟฟิก ตัวอักษร เน้นการแสดงออกถึงความคลาสสิกของศิลปะเป็นส่วนใหญ่

แบบที่ 1

### SKETCH 1/ ROUTE 3

Relax+Antique+Typography



ภาพที่ 3.2-16 แบบขั้นตอน Design Route 3 แบบที่1

# CREATIS

ภาพที่ 3.2-17 แบบ Logo ขั้นตอน Design Route 3 แบบที่1

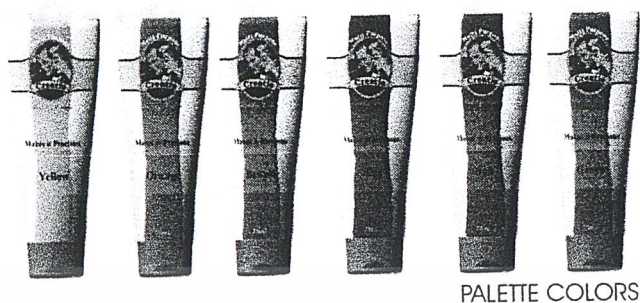
ศิลปะของการใช้รูปแบบตัวหนังสือโบราณต่างๆ ที่อาจพบเห็นได้ทั่วไป ทั้งป้ายอาคาร หรือสิ่งก่อสร้างต่างๆ เป็นความสวยงามที่มีลักษณะเฉพาะอย่างหนึ่ง ที่ดูแล้วเพลินตาตามความชื่นชอบของแต่ละคน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## แบบที่ 2

## SKETCH 2/ ROUTE 3

Freetime+ Antique+ Drawing



PALETTE COLORS



ภาพที่ 3.2-18 แบบขั้นตอน Design Route 3 แบบที่2

ภาพที่ 3.2-19 แบบ Logo ขั้นตอน Design Route 3 แบบที่2

ใช้รูปวาดของกลุ่มเป้าหมายที่มีหน้าตาขี้มำม รื่นเริงบันเทิงกับการพักผ่อน หรือการใช้เวลาว่างของกลุ่มเป้าหมาย ประกอบกับการจัดวางกราฟฟิก โครงสร้าง และโลโก้ ให้ส่งเสริมกับรูปภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบที่ 3

SKETCH 3/ ROUTE 3

Self+Antique+Pattern



PALETTE COLORS



TEXTURE PASTE    TEXTURE PASTE    MEDIUM    TANIN BLOCKING SEALER

ภาพที่ 3.2-20 แบบขั้นต้น Design Route 3 แบบที่3



ภาพที่ 3.2-21 แบบ Logo ขั้นต้น Design Route 3 แบบที่3

รูปผลิตภัณฑ์โบราณบนลวดลายที่ต่อเรียงกันเป็น Pattern มีการจัดวางกราฟฟิก และ รูปทรงของโครงสร้างที่มีเอกลักษณ์แตกต่างออกไป

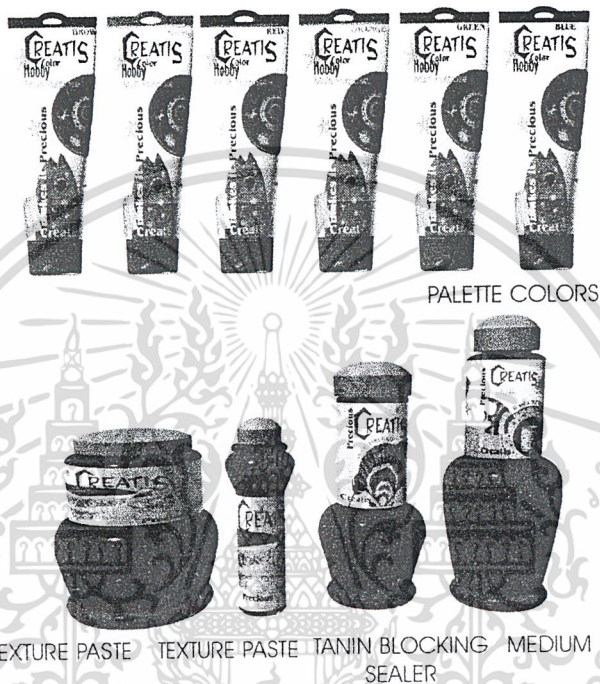
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. Design Route4 Craft (งานฝีมือหัตถกรรม) การออกแบบในแนวทางของ Craft นี้ส่วนมากเน้นการสื่อถึงศิลปะง่ายๆ จากการวาดรูปด้วยตนเอง ให้สามารถแสดงออกถึงการพักผ่อน และการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ที่สะดวกและง่าย

### แบบที่ 1

#### SKETCH 1/ ROUTE 4

Relax + Craft + drawing + Product + Colorful



ภาพที่ 3.2-22 แบบขั้นตอน Design Route 4 แบบที่1

# CREATIS

ภาพที่ 3.2-23 แบบ Logo ขั้นตอน Design Route 4 แบบที่1

การเลือกใช้รูปที่เกิดจากผลิตภัณฑ์ของงาน Craft สื่อถึงตัวสีสำหรับงานอดิเรก และรูปแบบอักษร ประกอบกับการใช้สีสันสดใสที่เรียบง่าย แสดงออกถึงการพักผ่อน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## แบบที่ 2

SKETCH 2/ ROUTE 4

Freetime + Craft + Drawing + Colorful



PALETTE COLORS



MEDIUM TEXTURE PASTE TANIN BLOCKING SEALER MEDIUM TEXTURE PASTE

ภาพที่ 3.2-24 แบบขั้นตอน Design Route 4 แบบที่2

ภาพที่ 3.2-25 แบบ Logo ขั้นตอน Design Route 4 แบบที่2

รูปวาดพื้นฐาน คือรูปพระอาทิตย์ พระจันทร์ และดาว สื่อถึงอิสระของการสร้างศิลปะ  
ง่าย ๆ ด้วยตนเอง ประกอบกับสีสันทันที่แรง ลวดลายเส้นสายที่หรูหรา ทำให้สามารถดึงดูดสายตา  
ผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

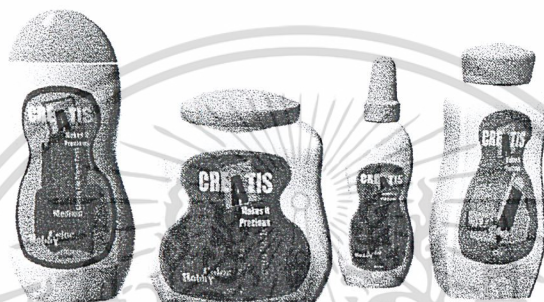
## แบบที่ 3

**SKETCH 3/ ROUTE 4**

Activity+ Craft +Colorful



PALETTE COLORS



MEDIUM TEXTURE PASTE TEXTURE PASTE TEXTURE PASTE TANIN BLOCKING SEALER

ภาพที่ 3.2-26 แบบขั้นตอน Design Route 4 แบบที่3



ภาพที่ 3.2-27 แบบ Logo ขั้นตอน Design Route 4 แบบที่3

กิจกรรมงานฝีมือต่างๆจากการฉีกกระดาษ ก็สามารถสร้างสรรค์งานศิลปะได้สวยงาม สีสันสดใส สำหรับการพักผ่อนที่สนุกสนานและสร้างสรรค์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## แบบที่ 4

SKETCH 4/ ROUTE 4

Activity+Craft+Colorful+Drawing



RS



MEDIUM TEXTURE PASTE    TEXTURE PASTE    TANIN BLOCKING SEALER

ภาพที่ 3.2-28 แบบขั้นตอน Design Route 4 แบบที่4

ภาพที่ 3.2-29 แบบ Logo ขั้นตอน Design Route 4 แบบที่4

รูปวาด เส้นสาย การใช้สีต่างๆด้วยการไลโทน ที่ดูนุ่มนวลแต่สดใส เป็นกิจกรรมยามว่างสำหรับการสร้างสรรค์งานศิลปะด้วยตนเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หลังจากการออกแบบในขั้นต้นนั้น ขั้นตอนต่อไปก็เป็นการเลือกแบบเพื่อมาทำการพัฒนาต่อไป การเลือกแบบที่นำมาพัฒนาต่อไปนั้น จะใช้วิธีการ Consumer Test คือการให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้พิจารณา รูปแบบที่ชื่นชอบส่วนใหญ่ ประกอบกับการศึกษาหลักเกณฑ์ในการเลือกแบบของผู้บริโภคด้วยแบบสอบถาม ซึ่งสามารถเลือกรูปแบบที่จะมาทำการพัฒนาในขั้นต่อไปได้ดังนี้

หลักเกณฑ์ในการพิจารณาเลือกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับงานอดิเรกของผู้บริโภค เรียงตามลำดับดังนี้

- |                              |                         |
|------------------------------|-------------------------|
| ① ความสวยงามน่าใช้           | ⑤ ความน่าเชื่อถือ       |
| ② ความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว    | ⑥ ภาพพจน์ที่มีคุณค่า    |
| ③ ความเป็นศิลปะ              | ⑦ ความแปลกใหม่ น่าสนใจ  |
| ④ ความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ | ⑧ ให้ความรู้สึกผ่อนคลาย |
|                              | ⑨ อื่นๆ... สีสันสดใส... |

แบบที่ได้รับการคัดเลือกเพื่อทำการพัฒนาต่อไปคือ



ภาพที่ 3.2-30 แสดงการพิจารณาเลือกแบบของผู้บริโภคสำหรับการพัฒนาขั้นต่อไป

จากผลสรุปการพิจารณาของผู้บริโภคในขั้นนี้สามารถเลือกรูปแบบเพื่อทำการพัฒนาต่อได้ 3 แนวทาง ซึ่งหลักเกณฑ์ในการพิจารณาของผู้บริโภคเน้นไปที่ความสวยงามน่าใช้มากที่สุดเป็นอันดับแรกและมากที่สุด รองลงมาคือความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และความเป็นศิลปะตามมา ดังนั้นรูปแบบของบรรจุภัณฑ์จึงมีความสำคัญมากที่สุด ที่จะสามารถดึงดูดให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจได้ อย่างไรก็ตามการเลือกรูปแบบด้วยวิธีการ Consumer Test นี้ยังขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อม หรือรูปแบบสถานการณ์ที่เราให้ผู้บริโภคทำการเลือกด้วยเป็นสำคัญ หมายความว่าถึงรูปแบบที่ให้ผู้บริโภคเลือกในขั้นนี้ควรมีรูปแบบที่หลากหลายแตกต่างแนวทาง สามารถครอบคลุม Style ต่างๆสำหรับทางเลือกของผู้บริโภคที่ไม่เป็นการบีบหรือชี้นำแนวทางเกินไป จึงจะได้รูปแบบที่เหมาะสม และตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด ซึ่งการออกแบบในขั้นต้นที่ผ่านมาทางผู้ออกแบบก็ได้พยายามที่จะให้มีรูปแบบทางเลือกที่แตกต่างกันมากที่สุดตามความสามารถของผู้ออกแบบแล้ว ประกอบกับการทำให้เหมือนกับของจริงหรือลักษณะเป็นสามมิติ เพื่อให้สามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้อย่างถูกต้องและสมจริงมากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หลังจากการเลือกรูปแบบด้วยวิธีการ Consumer Test แล้วขั้นตอนต่อไปก็จะเป็นการพัฒนาในขั้น Design Development ซึ่งทำการพัฒนาทั้งโครงสร้าง กราฟฟิก และโลโก้ ไปพร้อมๆกันเช่นเดียวกับในขั้น Preliminary Design โดยยังคงแนวความคิดในการออกแบบเช่นเดิม แต่ทำการปรับเปลี่ยนปรับปรุงเล็กน้อย เพื่อให้เกิดความเหมาะสมและลงตัวมากที่สุด มีการพัฒนาดังนี้

Design Development 1

DEVELOPMENT 1 / 1



ภาพที่ 3.2-31 แบบในขั้นตอนการพัฒนาขั้นที่1 แนวทางที่1 แบบที่1

Design Development 2

DEVELOPMENT 1 / 2



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ภาพที่ 3.2-32 แบบในขั้นตอนการพัฒนาขั้นที่1 แนวทางที่1 แบบที่2 ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## Design Development 3

DEVELOPMENT 2 / 1

PALETTE COLORS



MEDIUM TEXTURE PASTE TANIN BLOCKING SEALER TEXTURE PASTE

*Creatis*

ภาพที่ 3.2-33 แบบในขั้นตอนการพัฒนาขั้นที่1 แนวทางที่2 แบบที่1

## Design Development 4

DEVELOPMENT 2 / 2

PALETTE COLORS



MEDIUM TEXTURE PASTE TANIN BLOCKING SEALER TEXTURE PASTE

*Creatis*

ภาพที่ 3.2-34 แบบในขั้นตอนการพัฒนาขั้นที่1 แนวทางที่2 แบบที่2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Design Development 5

DEVELOPMENT 3 / 1



PALETTE COLORS



MEDIUM TEXTURE PASTE TANIN BLOCKING SEALER TEXTURE PASTE



ภาพที่ 3.2-35 แบบในขั้นตอนการพัฒนาขั้นที่1 แนวทางที่3 แบบที่1

Design Development 6

DEVELOPMENT 3 / 2



PALETTE COLORS



MEDIUM TEXTURE PASTE TANIN BLOCKING SEALER TEXTURE PASTE



ภาพที่ 3.2-36 แบบในขั้นตอนการพัฒนาขั้นที่1 แนวทางที่3 แบบที่2

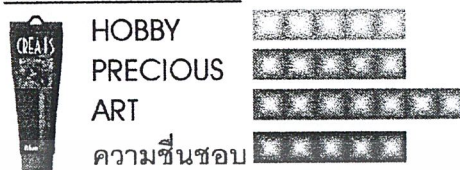
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อทำการพัฒนาในขั้น Design Development เรียบร้อยแล้ว หลังจากนั้นก็ทำการ Consumer Test อีกครั้งพร้อมกับแบบสอบถาม เพื่อคัดเลือกแบบที่มีความเหมาะสมที่สุดสำหรับการพัฒนาในขั้นสุดท้าย เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อได้ตรงตามจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ และตรงกับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

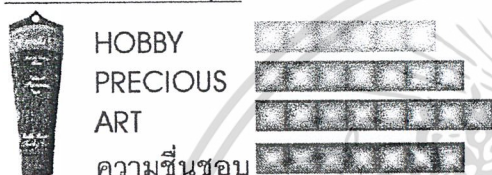
#### DEVELOPMENT 1 / 1



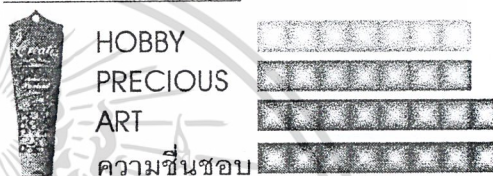
#### DEVELOPMENT 1 / 2



#### DEVELOPMENT 2 / 1



#### DEVELOPMENT 2 / 2



#### DEVELOPMENT 3 / 1



#### DEVELOPMENT 3 / 2



ภาพที่ 3.2-37 แสดงหลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกแบบสำหรับการพัฒนาขั้นสุดท้าย

จากการพิจารณาด้านบนจะเห็นได้ว่า วิเคราะห์ตามสิ่งที่ต้องการจะสื่อกับผู้บริโภคในทุกๆ บรรจุภัณฑ์ ได้แก่ Hobby Precious Art ประกอบกับความชื่นชอบของผู้บริโภค ซึ่งแบบที่ 2 ของแนวทางที่ 3 มีความเหมาะสมมากที่สุด จึงเลือกมาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ในส่วนที่เหลือ สำหรับการส่งผลงานขั้นต้นในขั้นแบบร่างดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.2-38 แสดงแบบจำลองในหมวดประเภทสี



ภาพที่ 3-39 แสดงแบบจำลองในหมวดประเภทสารผสม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.2-40 แสดงแบบจำลองในหมวดประเภทอุปกรณ์เสริม



ภาพที่ 3.2-41 แสดงแบบจำลองในขั้นตอนแบบร่าง

ข้อเสนอแนะของอาจารย์ในขั้นตอนแบบร่าง

1. Logo ความเป็น Logotype ยังไม่ดีเท่าที่ควร ประกอบด้วยขนาดของ Logo บนบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดค่อนข้างใหญ่เกินไปสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ออกสู่ตลาด
2. การเสนอ Identification ที่ยังไม่เด่นชัดเท่าที่ควร เนื่องจากตัวหนังสือที่วางลงบนพื้นที่มีลวดลาย และการแยกประเภทที่ยังสับสนอยู่เล็กน้อยเนื่องจากการจัดวาง Composition ที่เหมือนเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งงานไว้สำหรับการเรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยามให้นำไปใช้ประโยชน์ในด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น ยกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. รูปแบบของ Style ที่ค่อนข้างเด่นชัด ซึ่งบางครั้งทำให้ดูจะเป็นเทศกาลเฉพาะกิจไปอาจทำให้สื่อไปในทางเฉพาะมากเกินไปหรือไม่

ดังนั้นในการพัฒนาแบบขั้นสุดท้ายจึงควรแก้ไขในข้อบกพร่องต่างๆ ให้มีความเหมาะสมมากที่สุด เพื่อสามารถออกแบบบรรจุภัณฑ์ได้ตรงตามเป้าหมายที่ตั้งไว้มากที่สุด

### การพัฒนาการออกแบบขั้นสุดท้าย Design Refinement

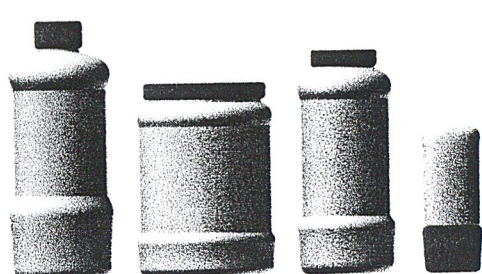
การพัฒนาการออกแบบในขั้นนี้เป็นการพัฒนาเพียงเล็กน้อยเท่านั้น สำหรับการแก้ไขข้อบกพร่องของการจัดวางรูปภาพและตัวอักษร โลโก้ โครงสร้าง เพื่อให้งานสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ซึ่งในขั้นตอนนี้การพัฒนา สามารถพัฒนาแยกกันได้เนื่องจาก เป็นการพัฒนาที่ยังคงแนวความคิดเดิมของบรรจุภัณฑ์ไว้ การพัฒนาแบบแยกจึงไม่ทำให้เกิดการพลัดจากเดิมไปได้ โดยมีการพัฒนาแบ่งเป็นหมวดต่างๆดังนี้

1. การพัฒนาโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ เป็นการพัฒนารับปรุงรูปทรงของขวดให้มีลักษณะที่มีความมั่นคงในการวางตั้งของฐานให้มากขึ้น ประกอบกับการเพิ่มพื้นที่สำหรับการติดฉลากให้มีความเหมาะสม และการปรับปรุงลักษณะของคอขวดให้สามารถเทได้สะดวกยิ่งขึ้น โดยยังคงรูปแบบของแนวความคิดเดิมของขวด ที่มีลักษณะของเส้นโค้งเว้า ให้ความรู้สึกถึงการพักผ่อน หรือการผ่อนคลายได้เป็นอย่างดี ซึ่งมีการพัฒนาตามลำดับดังนี้

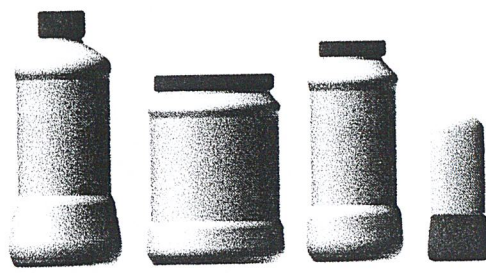


ภาพที่ 3.2-42 แสดงการพัฒนาโครงสร้าง แบบที่ 1 และ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



Structure 3



Structure 4

ภาพที่ 3.2-43 แสดงการพัฒนาโครงสร้าง แบบที่ 3 และ 4



Structure 5

ภาพที่ 3.2-44 แสดงการพัฒนาโครงสร้าง แบบที่ 5



Structure 6

ภาพที่ 3.2-45 แสดงรูปแบบโครงสร้างที่พัฒนาเรียบร้อยแล้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะของโครงสร้างชนิดเดียวกันในแต่ละขนาด มีการใช้ฝาพร้อมกันได้แก่

- โครงสร้างของขวด Medium ขนาดใหญ่ 200ml และขนาดเล็ก 60ml ใช้ฝาขนาดมาตรฐานร่วมกัน ทั้งสองขนาด
- โครงสร้างของกระปุกสี่รอกพื้น และตัวสร้างลายนูน ขนาด 250ml ใช้ฝามาตรฐานเดียวกัน แต่คนละสี
- โครงสร้างของกระปุก Tanin Blocking Sealer ขนาดใหญ่ 120ml และขนาดเล็ก 80ml ใช้ฝาขนาดมาตรฐานร่วมกัน ทั้งสองขนาด

เมื่อได้รูปแบบของโครงสร้างที่มีความเหมาะสมแล้ว จึงทำการพัฒนากาแฟฟักในขั้นต่อไป

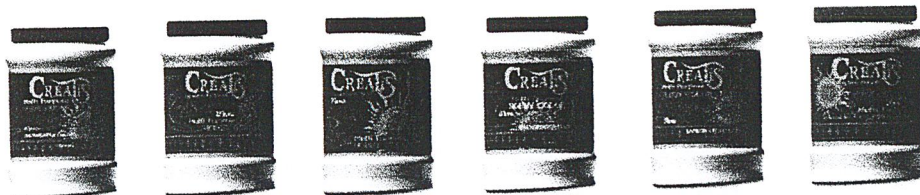
2. การพัฒนาทางด้านกราฟฟิคของบรรจุภัณฑ์ โดยที่แนวทางการออกแบบยังคงเดิม ถึงแม้ว่ากราฟฟิคจะมีรูปแบบ หรือ Style ที่ค่อนข้างเด่นชัด แต่ก็ยังสามารถสื่อถึงความเป็นงานอดิเรกได้ ประกอบกับสามารถเป็นที่ยอมรับแก่ผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี เนื่องจากลักษณะ Style ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวนั่นเอง ในขั้นนี้การพัฒนากาแฟฟักจึงเน้นไปที่การแยกความแตกต่าง Identification ของตัวผลิตภัณฑ์ และการปรับ Composition ให้เกิดความเหมาะสมและลงตัวมากที่สุด ดังนี้



Basic Color

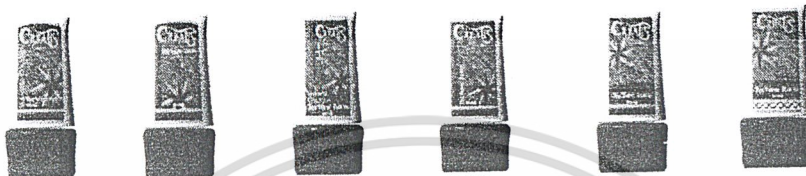
ภาพที่ 3.2-46 แสดงการจัด Composition ของหลอดสีในรูปแบบต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



Background Color

ภาพที่ 3.2-47 แสดงการจัด Composition ของกระปุกสีรองพื้นในรูปแบบต่างๆ



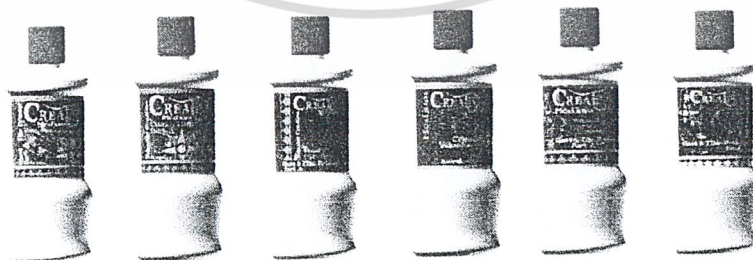
Texture Paste

ภาพที่ 3.2-48 แสดงการจัด Composition ของหลอดบีบตัวสร้างลายนูนในรูปแบบต่างๆ



Texture Paste

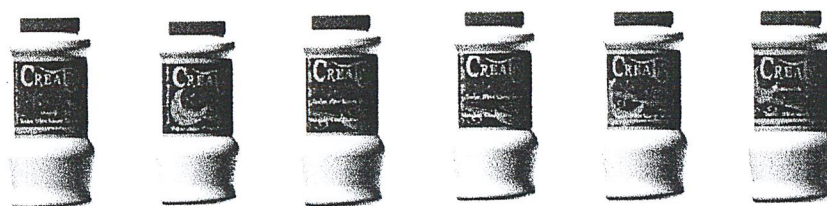
ภาพที่ 3.2-49 แสดงการจัด Composition ของกระปุกตัวสร้างลายนูนในรูปแบบต่างๆ



Medium

ภาพที่ 3.2-50 แสดงการจัด Composition ของขวดสีผสมในรูปแบบต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



Tanin Blocking Sealer

ภาพที่ 3.2-51 แสดงการจัด Composition ของกระปุกขาวในรูปแบบต่างๆ

จากการพัฒนากราฟฟิคในรูปแบบต่างๆข้างต้น ซึ่งเป็นการพัฒนาแบบแยกแต่ละประเภทของผลิตภัณฑ์ ทำให้เห็นรูปแบบแนวทางของการจัดวางกราฟฟิคที่แตกต่างกัน ทั้งจุดเด่นและจุดด้อยของรูปแบบนั้นๆ ต่อไปจึงทำการพัฒนาเป็นชุดพร้อมกันเพื่อให้สามารถเห็น และแยกความแตกต่างในแต่ละผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม ดังนี้



Hobby Colors Set 1

ภาพที่ 3.2-52 แสดงการจัด Composition และการแบ่งแยกของชุดผลิตภัณฑ์ แบบที่ 1



Hobby Colors Set 2

ภาพที่ 3.2-53 แสดงการจัด Composition และการแบ่งแยกของชุดผลิตภัณฑ์ แบบที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.2-54 แสดงการจัด Composition และการแบ่งแยกของชุดผลิตภัณฑ์ ชั้นสุดท้าย

จากการพัฒนาด้านบนจะเห็นได้ว่าการพัฒนากราฟฟิก รายละเอียดการใช้ภาษา การใช้สี และตัวอักษรต่างๆ ควบคู่กันไปพร้อมกับการเลือกใช้รูปแบบของโลกัที่เหมาะสม ซึ่งในขั้นตอนของแบบร่างการใช้ Copy ของผลิตภัณฑ์ใช้คำว่า CREATIS makes it precious แต่การพัฒนาในขั้นนี้ได้พยายามจัดหาคำหรือประโยคที่มีความไพเราะ และเหมาะสมมากกว่าเดิม จนได้ประโยคที่ว่า Paint The Sky with Stars ซึ่งมีความสอดคล้องกับลักษณะของบรรจุภัณฑ์มากขึ้น ประกอบกับความหมายที่ช่วยส่งเสริมตัวผลิตภัณฑ์ และถ้อยคำที่ผู้บริโภคสามารถเข้าใจและจดจำได้ง่าย เมื่อได้รูปแบบกราฟฟิกที่สามารถแยกความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ และการใช้ภาษา ตัวอักษรที่มีความเหมาะสมแล้ว โลโก้ก็พยายามพัฒนาให้มีความเหมาะสมควบคู่กันไปด้วย

3. การพัฒนาโลโก้ของบรรจุภัณฑ์ จากเดิมที่ยังไม่มีความเป็น Logotype เท่าที่ควร ประกอบกับการอ่านยากเนื่องจากลักษณะของแบบอักษรที่เลือกใช้ จึงมีการพัฒนาให้อ่านง่ายและเป็นทางการมากขึ้น ตามลำดับดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.2-55 แสดงการพัฒนาโลโก้ของบรรจุภัณฑ์ขั้นสุดท้าย

CREATIS

ภาพที่ 3.2-56 ลักษณะของโลโก้ที่ได้รับการคัดเลือกสำหรับใช้ในบรรจุภัณฑ์

นอกจากการพัฒนาโลโก้ให้สามารถอ่านได้ง่าย และเป็นทางการมากขึ้น การพัฒนาโลโก้ในขั้นนี้ก็พยายามสอดแทรกบุคลิกของผลิตภัณฑ์เข้าไปด้วย โดยการใช้ตัวอักษรที่ Smooth เข้าด้วยกัน และการใช้รูปดาวมาเป็นสื่อ ให้ผู้บริโภคสามารถจดจำผลิตภัณฑ์ และสามารถสร้าง Brand Power ให้กับครีเอทีฟได้

เมื่อได้รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมในทุกๆด้านแล้ว จึงทำการแตกรูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ย่อยต่างๆออกไป โดยยังคงลักษณะของ Identity เดียวกันอยู่อย่างชัดเจน

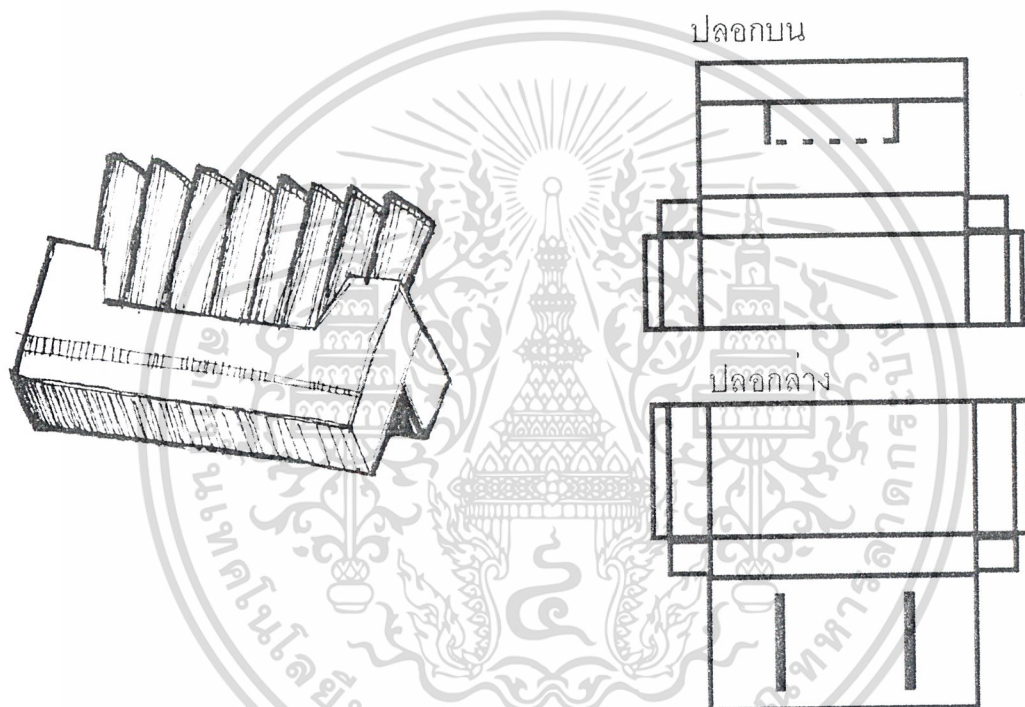
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## การออกแบบโครงสร้างกล่อง

การออกแบบโครงสร้างกล่องอุตสาหกรรม และกล่องชุดเทคนิค สามารถแบ่งแนวทางของการออกแบบออกเป็น 3 แบบด้วยกันได้แก่

1. แนวทางการออกแบบที่เน้นทางด้านของ Function (แบบA) ซึ่งเน้นการออกแบบไปที่ความสะดวกสบายสำหรับผู้บริโภคเป็นหลัก ไม่ว่าจะเป็นการหยิบจับที่สะดวก หรือการตั้งวางให้สามารถมองเห็นได้ง่าย แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะดังนี้

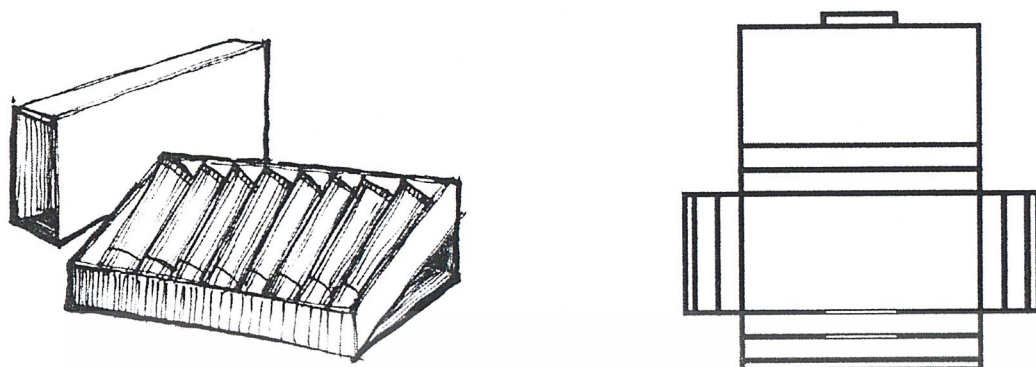
### ลักษณะที่1 แบบA



ภาพที่ 3.2-57 แสดงรูปแบบของกล่องแบบ A ลักษณะที่ 1

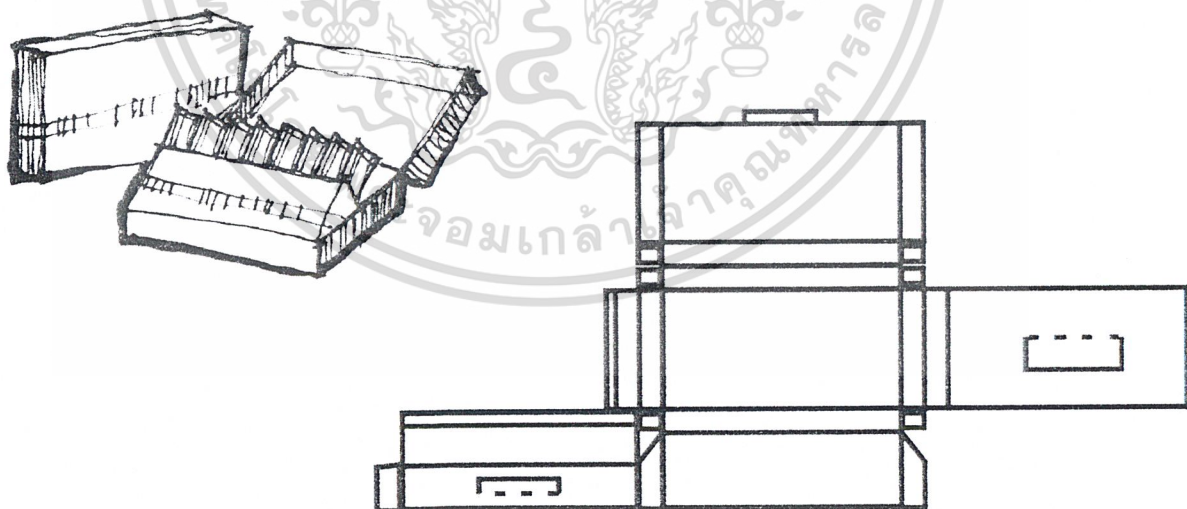
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะที่ 2 แบบ A



ภาพที่ 3.2-58 แสดงรูปแบบของกล่องแบบ A ลักษณะที่ 2

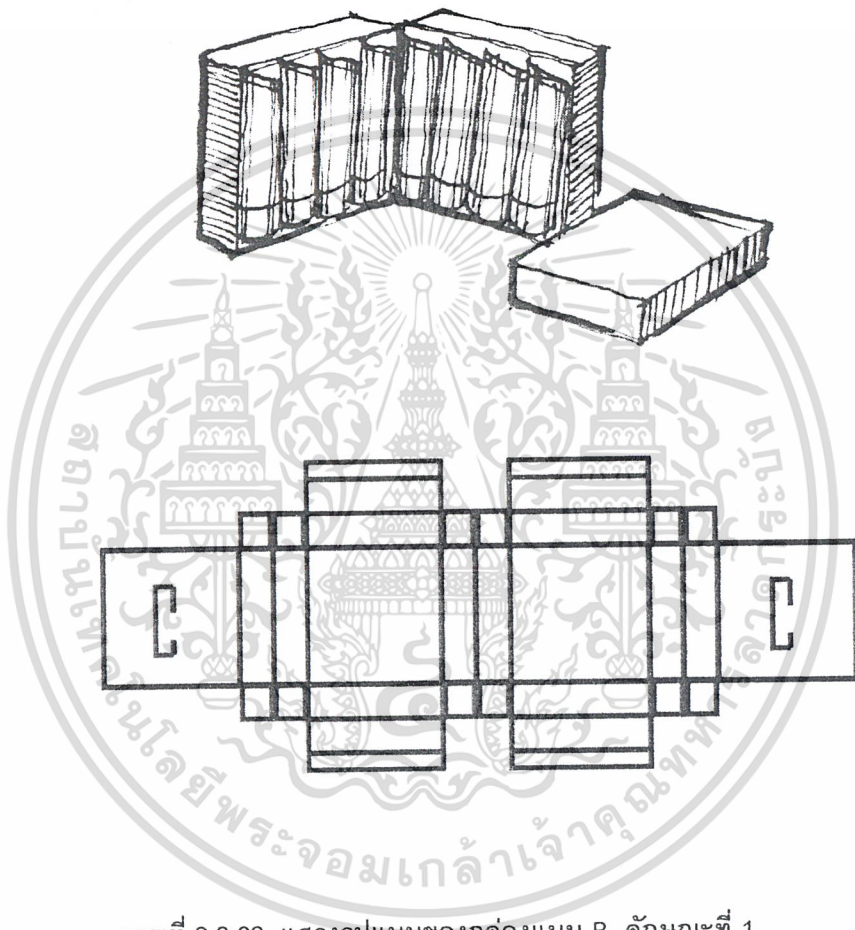
ลักษณะที่ 3 แบบ A



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. แนวทางการออกแบบที่เน้นทางด้านของการ Display (แบบB) ซึ่งเน้นการออกแบบสำหรับใช้งานตั้งโชว์ขณะวางจำหน่ายเป็นหลัก เพื่อสามารถดึงดูดสายตาของผู้บริโภคได้ แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะดังนี้

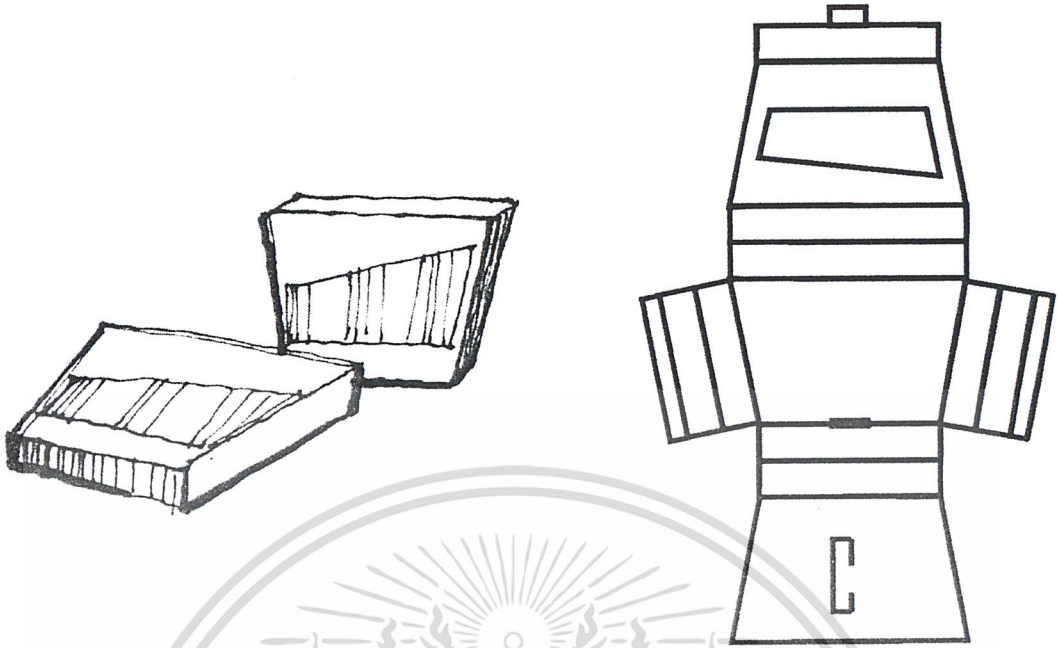
### ลักษณะที่1 แบบB



ภาพที่ 3.2-60 แสดงรูปแบบของกล่องแบบ B ลักษณะที่ 1

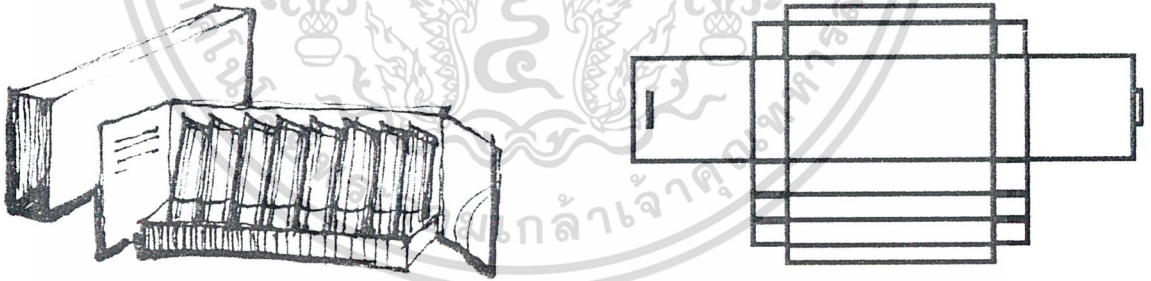
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะที่ 2 แบบ B



ภาพที่ 3.2-61 แสดงรูปแบบของกล่องแบบ B ลักษณะที่ 2

ลักษณะที่ 3 แบบ B

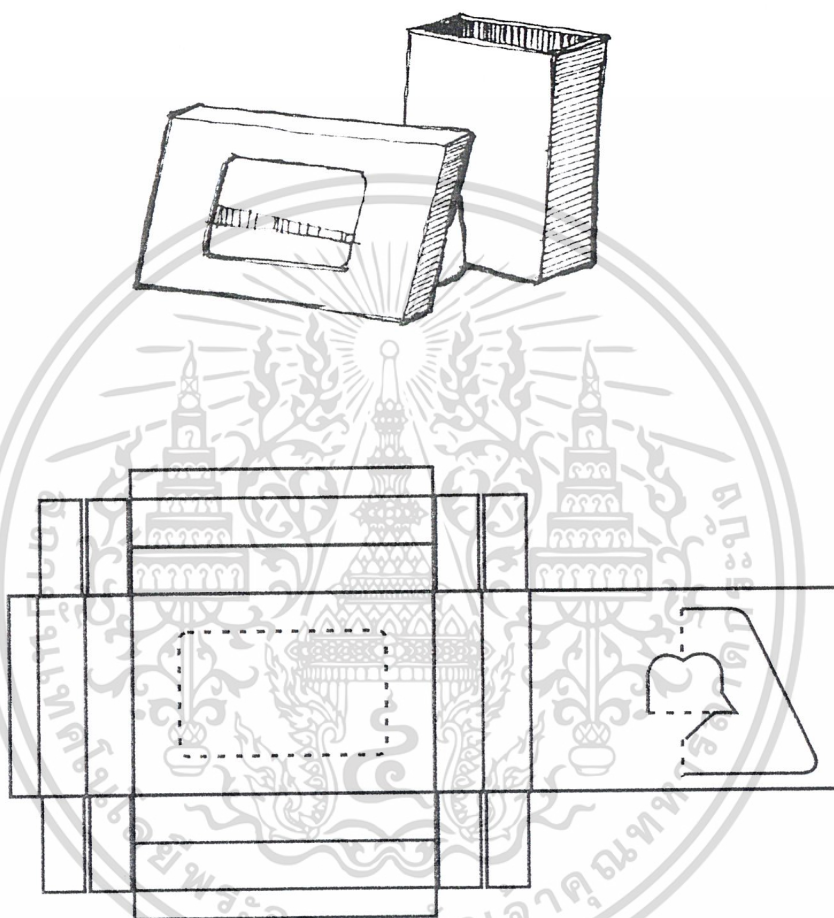


ภาพที่ 3.2-62 แสดงรูปแบบของกล่องแบบ B ลักษณะที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. แนวทางการออกแบบที่เน้นทางด้านของการ Paint (แบบC) ซึ่งเน้นการออกแบบกล่องสำหรับประโยชน์หลังการใช้สอยกล่องชุดทดลองต่างๆนั้น ให้สามารถนำมาปรับใช้เป็นชิ้นงานสำหรับการเพนท์ต่อไป

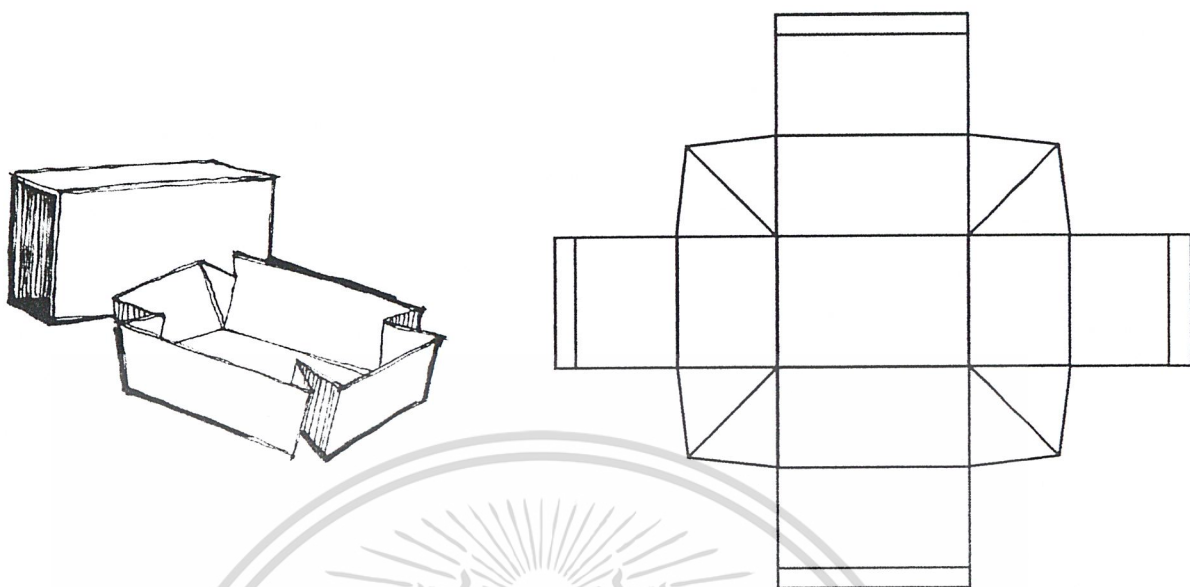
### ลักษณะที่1 แบบC



ภาพที่ 3.2-63 แสดงรูปแบบของกล่องแบบ C ลักษณะที่ 1

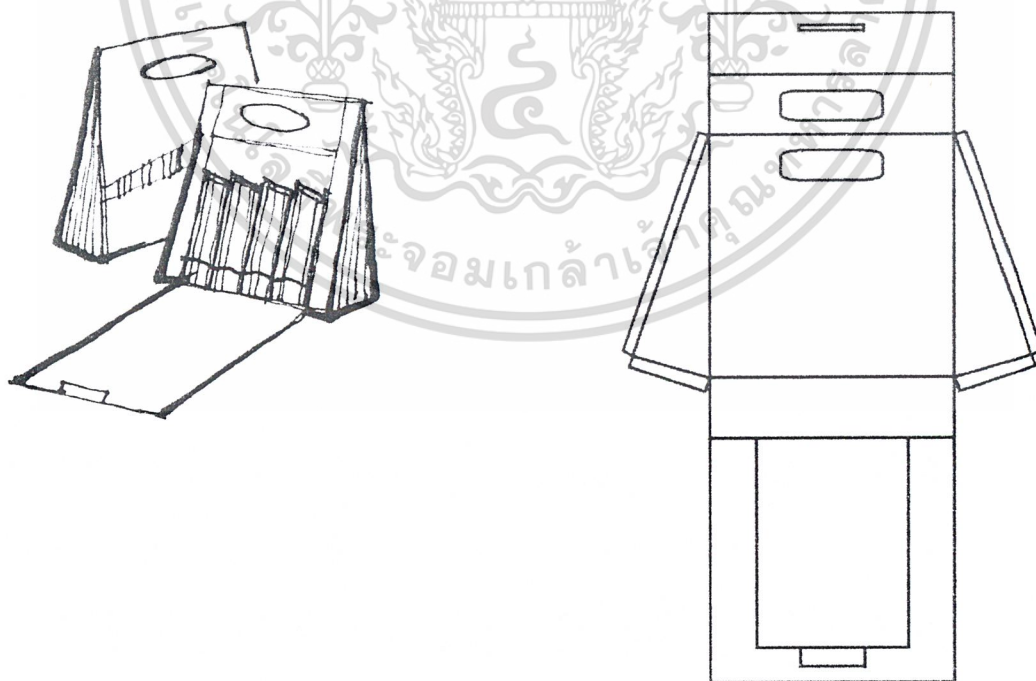
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ลักษณะที่ 2 แบบ C



ภาพที่ 3.2-64 แสดงรูปแบบของกล่องแบบ C ลักษณะที่ 2

## ลักษณะที่ 3 แบบ C



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ในชื่อของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ โดยอยู่ภายใต้เงื่อนไขการนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

		A	B	C
ความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์	4	☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆☆
ประโยชน์ทางการใช้งาน	3	☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆☆
ความสะดวกในการใช้งาน	3	☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆☆
การคุ้มครองปกป้องผลิตภัณฑ์	3	☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆☆
ต้นทุนการผลิตที่เหมาะสม	3	☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆☆

ภาพที่ 3.2-66 แสดงการพิจารณาคัดเลือกรูปแบบของกล่อง

การพิจารณาคัดเลือกแบบกล่อง รูปแบบที่ได้รับการเลือกได้แก่ แบบ C ลักษณะที่ 1 และ ลักษณะที่ 2 แนวทางของการใช้กล่องไปทำการ Paint เป็นชิ้นงาน เนื่องจากกล่องชุดต่างๆ เป็นเพียงแค่กล่องชุดทดลอง จึงมีระยะเวลาการใช้งานค่อนข้างสั้น จึงเป็นความเหมาะสมที่จะนำกล่องมาใช้งานต่อ และยังเป็นสิ่งชักนำให้ผู้บริโภคสนใจซื้อกล่องชุดไปทดลองมากขึ้นอีกด้วย เพราะผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องจ่ายเงินเพิ่มสำหรับชิ้นงานถาวร ที่มีราคาค่อนข้างแพง เพื่อไปทำการทดลองชิ้นต้น ประกอบกับความเหมาะสมที่เป็นปัจจัยพื้นฐานอื่นๆ ดังที่แสดงไว้ข้างต้นอีกหลายประการ

หลังจากการเลือกรูปแบบโครงสร้างของกล่องที่เหมาะสมแล้ว จึงนำไปทำการออกแบบกราฟฟิกต่อไป

จากการพัฒนารูปแบบต่างๆของบรรจุภัณฑ์ข้างต้น ให้มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ได้อย่างเหมาะสมที่สุดแล้ว จึงทำการแตกรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ต่างๆ ให้มี Identity ร่วมกัน เป็นผลงานขั้นสุดท้ายดังภาพ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ การใช้งานโดยไม่ได้รับอนุญาตถือว่าผิดเงื่อนไขการใช้งาน  
 ภาพที่ 3.2-67 แสดงแบบจำลองผลงานขั้นสุดท้ายหมวดประเภทสี  
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.2-68 แสดงแบบจัดองผลงานชั้นสุดท้ายหมวดประเภทสื่อผสม



ภาพที่ 3.2-69 แสดงแบบจัดองผลงานชั้นสุดท้ายหมวดประเภทวัสดุอุปกรณ์เสริม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.3 การวิเคราะห์การออกแบบและการประเมินค่า (Design Analysis and Evaluate)

จากขั้นตอนการออกแบบและการพัฒนาการออกแบบข้างต้น สามารถนำมาสรุปวิเคราะห์ผลของการออกแบบทั้งทางด้านโครงสร้างและกราฟฟิกของบรรจุภัณฑ์ได้ดังนี้

#### ด้านกราฟฟิก

1. ลักษณะกราฟฟิกมีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว สามารถดึงดูดผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี และเกิด Shelf Impact
2. กราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์สามารถสื่อถึงความเป็นงานอดิเรก Hobby ความหรูหราที่มีคุณค่า Precious และความเป็นศิลปะ Art ได้ตรงตามจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ข้างต้น
3. การรณรงค์ถึงความแตกต่างของแต่ละกลุ่มของผลิตภัณฑ์ สามารถแยกได้อย่างเด่นชัด ซึ่งมีเฉพาะกลุ่มของ Medium เท่านั้น ที่พยายามแยกด้วยแถบสีที่แตกต่างกัน แต่ยังไม่สามารถเห็นได้ชัดเท่าที่ควร ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเคยชินของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์อีกอย่างหนึ่งด้วย เนื่องจากตัวผลิตภัณฑ์ในกลุ่มของ Medium นี้มีคุณสมบัติที่ใกล้เคียงกันมาก โดยจะมีเฉพาะตัวสร้างลายนูนเท่านั้นที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน ซึ่งจะมีกราฟฟิกแตกต่างกันไปตามหมวดของผลิตภัณฑ์
4. ลักษณะกราฟฟิกและการบอกรายละเอียดของสินค้า ใช้เป็นภาษาสากลทั้งหมด เพื่อสามารถส่งจำหน่ายเป็นสินค้าออกของไทยได้
5. บรรจุภัณฑ์มีความโดดเด่นสะดุดตาว่าบรรจุภัณฑ์คู่แข่งอื่นๆ เนื่องจากรูปแบบที่แตกต่าง

#### ด้านโครงสร้าง

1. ลักษณะโครงสร้างของผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่มีความอ่อนช้อย และสอดแทรกความสง่าเข้าไป ทำให้โครงสร้างสามารถสื่อได้เป็นอย่างดีถึงการพักผ่อนของ Hobby และความหรูหราสง่างามของ Precious ประกอบการใช้พื้นที่ขูดในการพันฉลากได้อย่างเหมาะสม
2. ลักษณะของโครงสร้างได้คำนึงถึงการประหยัดในการใช้การผลิตร่วมกันในบางโครงสร้าง ได้แก่การใช้ฝาพร้อมกันของขวด กระจก ขนาดใหญ่และขนาดเล็ก เป็นต้น
3. การออกแบบโครงสร้างที่ช่วยในการใช้งาน ได้แก่โครงสร้างของหลอดบีบตัวสร้างลายนูน ที่มีหัวปลายแหลมสำหรับการใช้เขียนลายแทนปากกา และมีฝาปิดเพื่อให้สามารถวางคว่ำและตั้งได้ ให้น้ำมันไหลลงมาเพื่อการบีบที่ง่ายและสะดวก
4. รูปแบบของโครงสร้างต่างๆถูกออกแบบมาพร้อมกับลักษณะของกราฟฟิก ดังนั้นจึงมีแนวทางการออกแบบ หรือที่มาเดียวกัน ทำให้ลักษณะของโครงสร้างไม่เกิดการพลัดจากตัวกราฟฟิก

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าของบรรจุภัณฑ์

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เนื่องจากการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไม่เพียงต้องสร้างสรรรูปแบบที่สวยงาม น่าสนใจ ตอบสนองการใช้งานได้ การเลือกใช้วัสดุ และกรรมวิธีการผลิต หรือระบบการพิมพ์ยังมีส่วนสำคัญต่อระบบโดยรวม รูปแบบ และโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์อีกด้วย ดังนั้นจึงสามารถกล่าวสรุปโดยแยกเป็นประเภทต่างๆได้ดังนี้

#### ประเภทหลอด

- ด้านโครงสร้าง เพื่อให้หลอดสามารถบีบ และคืนตัวได้สะดวกจึงเลือกใช้พลาสติก LDPE อีกทั้งยังมีพื้นผิวที่สวยงามอีกด้วย
- ด้านกราฟฟิก เลือกใช้ระบบการพิมพ์แบบ Shrink Label ซึ่งสามารถสร้างให้เกิดรูปแบบที่สามารถสื่อถึงตัวผลิตภัณฑ์ได้ดี

#### ประเภทขวดสูง

- ด้านโครงสร้าง เนื่องจากเป็นขวดที่ควรเหมาะกับการเท และสามารถบีบได้ จึงเลือกใช้พลาสติก LDPE
- ด้านกราฟฟิก ด้วยระบบการพิมพ์แบบ Offset เป็นระบบการพิมพ์ที่สามารถตอบสนองลักษณะกราฟฟิกที่จะเลือกใช้ได้อย่างกว้างขวาง อีกทั้งยังรวดเร็ว และประหยัด ดังนั้นระบบการพิมพ์ที่เหมาะสมจึงเป็นแบบ Offset

#### ประเภทกระปุก

- ด้านโครงสร้าง เพื่อความเหมาะสมทางด้านการปกป้อง ความสวยงามที่ผิววัสดุ ดังนั้นจึงเลือกใช้พลาสติก PP ในการผลิตกระปุกสำหรับบรรจุภัณฑ์
- ด้านกราฟฟิก เลือกใช้ระบบการพิมพ์แบบ Offset สำหรับฉลากบรรจุภัณฑ์เนื่องจากสามารถผลิตได้จำนวนมาก รวดเร็ว และสวยงาม

#### ประเภทซอง

- ด้านโครงสร้าง ซองกระดาษที่ใช้เป็นซองกระดาษทั่วไป เนื่องจากเพียงพอต่อการปกป้องผลิตภัณฑ์ และเป็นการประหยัดอีกด้วย
- ด้านกราฟฟิก ระบบการพิมพ์ที่เหมาะสมคือ การพิมพ์แบบ Offset เนื่องจากรวดเร็ว สวยงาม และสามารถพิมพ์ได้ครั้งละมากๆ

#### ประเภทกล่อง

- ด้านโครงสร้าง กล่องเป็นกล่องกระดาษเคลือบ เพื่อความประหยัดและมีความแข็งแรงเหมาะสมกับการใช้งาน
- ด้านกราฟฟิก การเลือกระบบการพิมพ์ใช้กับกล่องเพื่อให้เกิดความสวยงาม มีความทนต่อการใช้งาน และไม่สิ้นเปลืองเกินไป จึงเลือกใช้ระบบการพิมพ์แบบ Offset

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น มิอนุญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



#### **บทที่ 4**

การนำเสนอผลงานการออกแบบ  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่บนสื่อออนไลน์  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

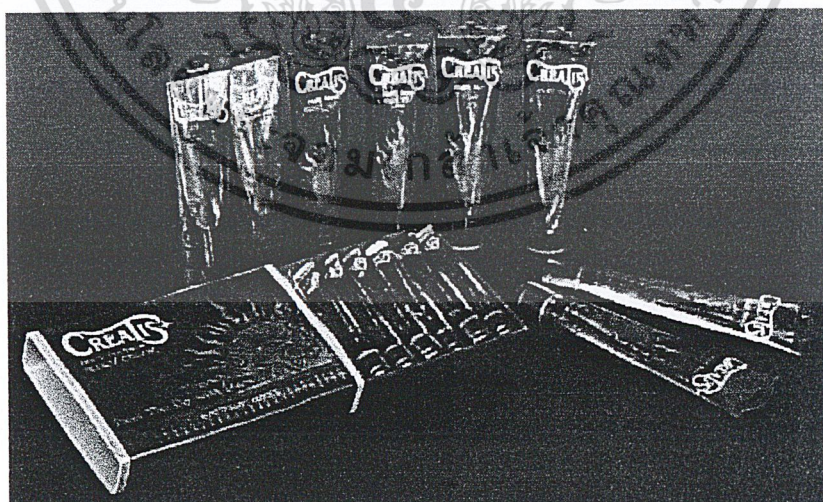
#### 4. การนำเสนอผลงานการออกแบบขั้นสุดท้าย

ผลงานขั้นสุดท้ายประกอบไปด้วย การนำเสนอเพื่อให้สามารถเข้าใจในทุกกระบวนการของข้อมูลต่างๆ รวมไปถึงรูปแบบของการออกแบบตามขั้นตอน และผลงานในรูปแบบสามมิติที่มีความสมจริงมากที่สุด ซึ่งในบทนี้จะเป็นการรวบรวมไว้ทั้งหมดดังนี้

##### 4.1 ภาพถ่ายประเภทหุ่นจำลอง



ภาพที่ 4.1-1 แสดง "บรรจุภัณฑ์สีธรรมชาติ" ขนาด 75ml และ 20ml

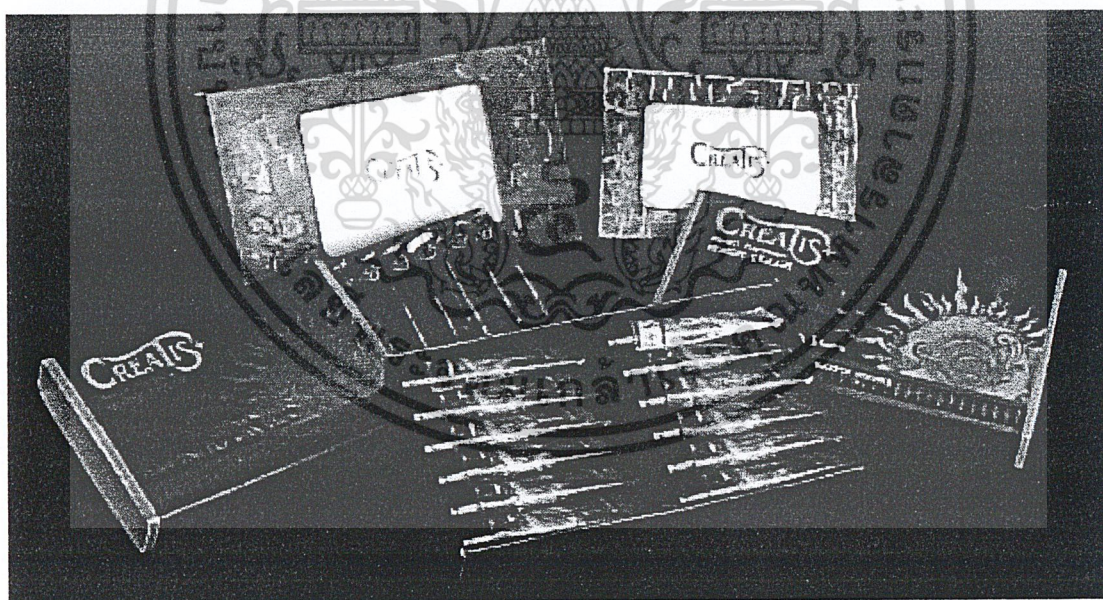


ภาพที่ 4.1-2 แสดง "บรรจุภัณฑ์สีม่วง" ขนาด 75ml และ 20ml

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

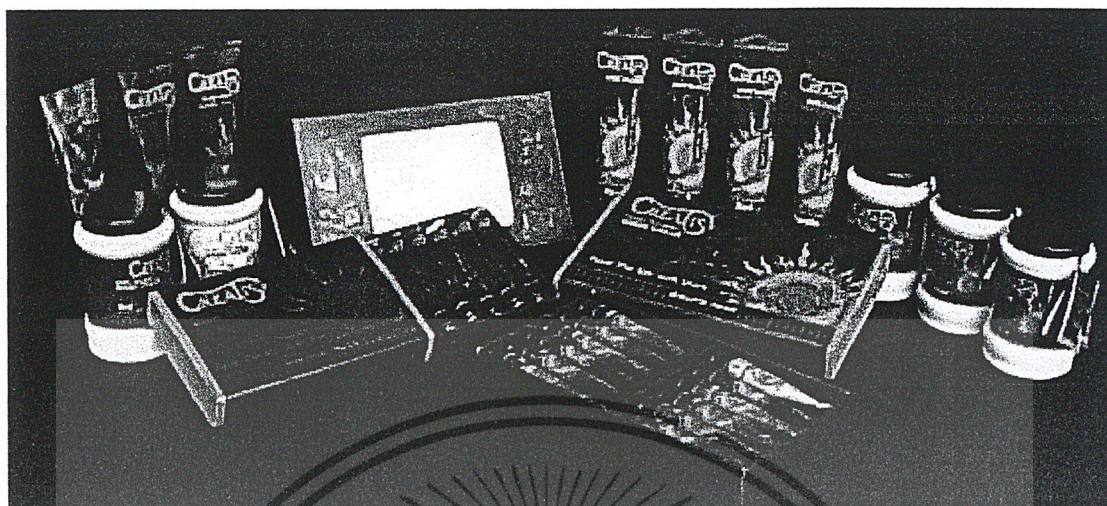


ภาพที่ 4.1-3 แสดง"บรรจุภัณฑ์สีรองพื้น" ขนาด 250ml



ภาพที่ 4.1-4 แสดง"บรรจุภัณฑ์กล่องสีธรรมดา และสีมุก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.1-5 แสดง"บรรจุภัณฑ์ประเภทสี"



ภาพที่ 4.1-6 แสดง"บรรจุภัณฑ์สีผสม" ขนาด 200ml

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

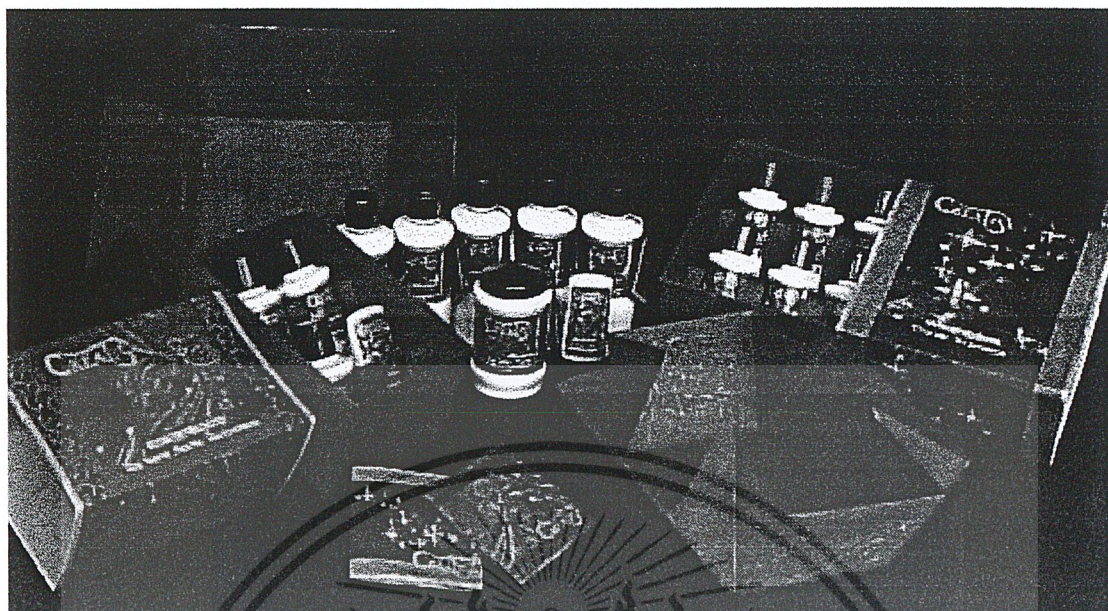


ภาพที่ 4.1-7 แสดง"บรรจุภัณฑ์ตัวสร้างลายนูน" ขนาด 250ml และ30ml



ภาพที่ 4.1-8 แสดง"บรรจุภัณฑ์สีผสมสม" ขนาด 60ml และ"บรรจุภัณฑ์ตัวสร้างลายนูน" ขนาด 30ml  
ในกล่องชุดเทคนิคแตกลายงาและเทคนิคสร้างลายนูน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

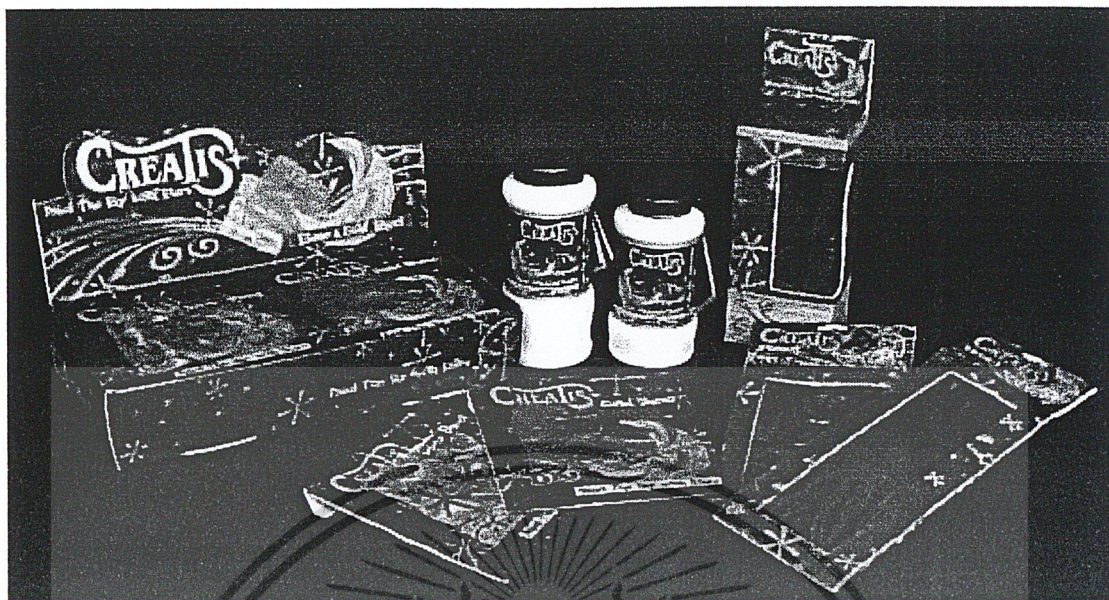


ภาพที่ 4.1-9 แสดง"บรรจุภัณฑ์ประเภทสารผสม"



ภาพที่ 4.1-10 แสดง"บรรจุภัณฑ์อุปกรณ์เสริมประเภทกาว" ขนาด 120mlและ80ml

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



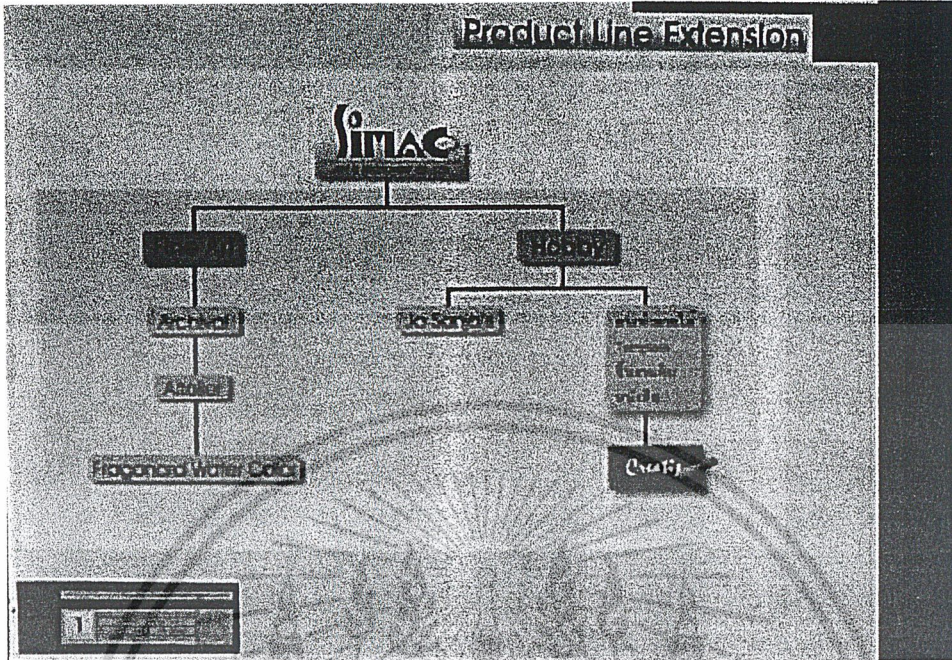
ภาพที่ 4.1-11 แสดง"บรรจุภัณฑ์ประเภทวัสดุอุปกรณ์เสริม" ประกอบด้วย กาว แผ่นเงิน-ทองคำเปลว ยางพิมพ์ลายไม้ และ Template



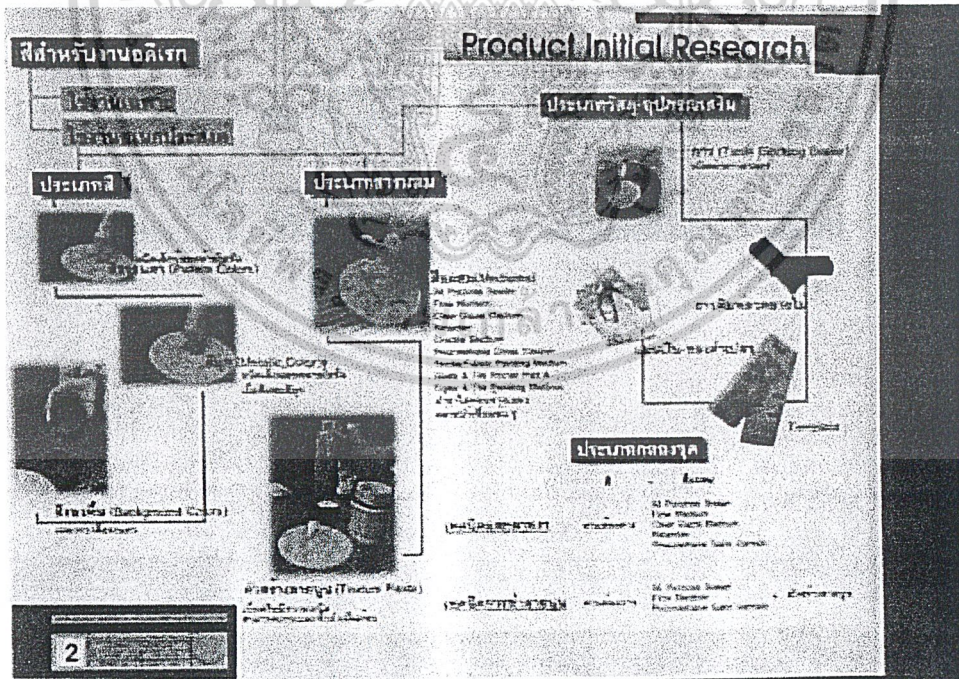
ภาพที่ 4.1-12 แสดง"บรรจุภัณฑ์ต่างๆของผลิตภัณฑ์สีครีเอทิสสำหรับงานอดิเรก"

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 4.2 ภาพถ่ายประเภทแผ่นภาพนำเสนองาน

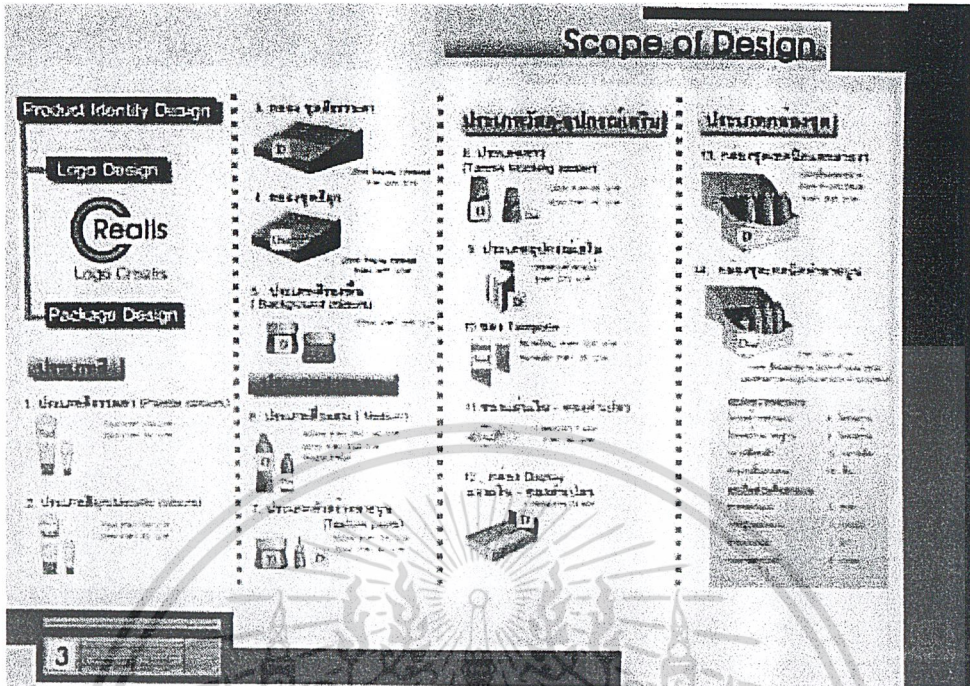


ภาพที่ 4.2-1 แสดง"แนวทางการขยายผลิตภัณฑ์ของทางบริษัท"

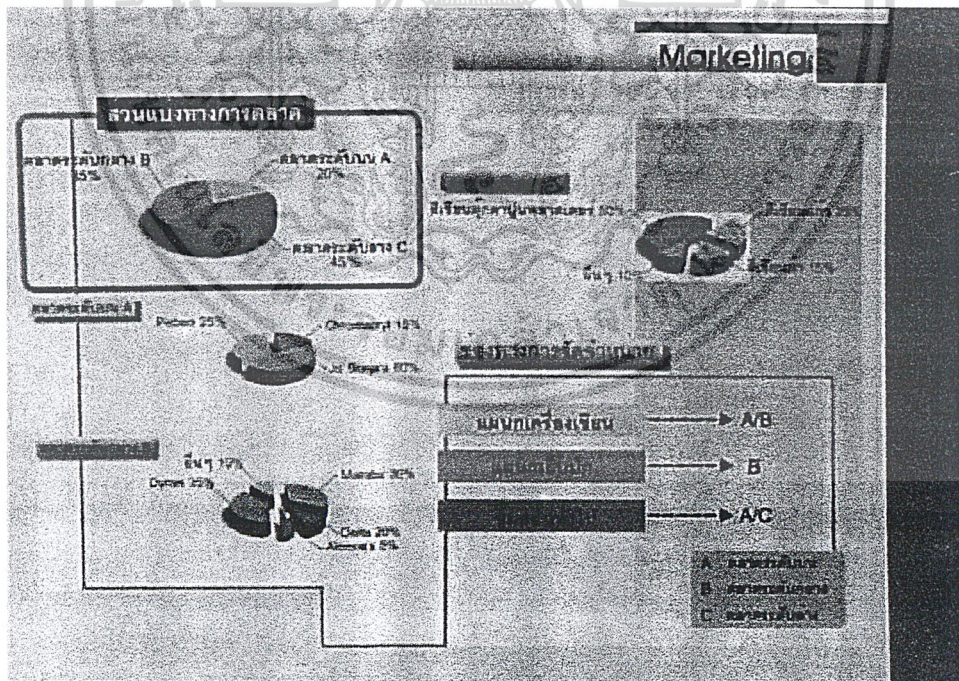


ภาพที่ 4.2-2 แสดง"ข้อมูลเบื้องต้นของผลิตภัณฑ์"

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

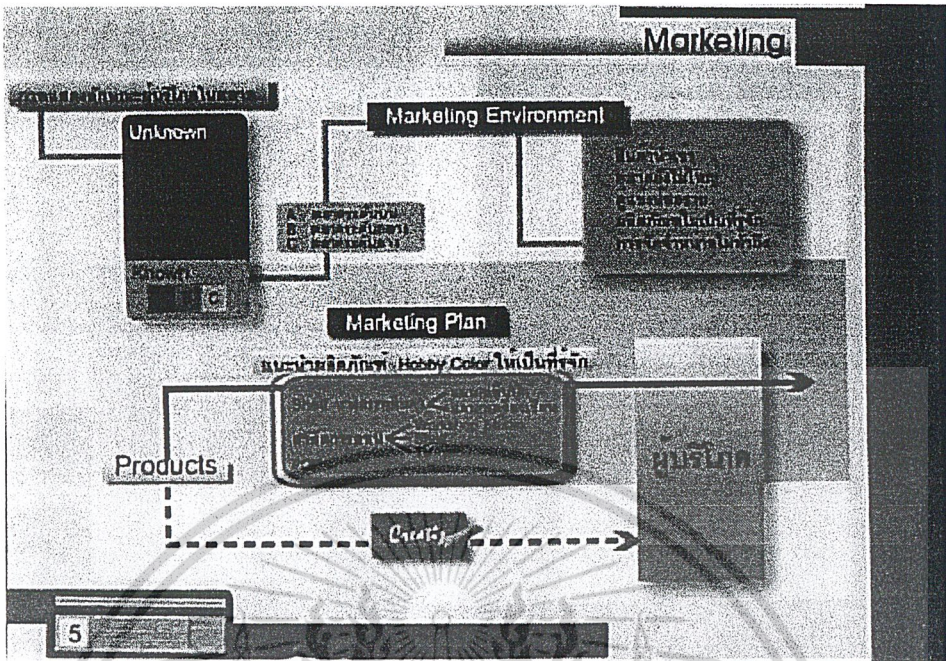


ภาพที่ 4.2-3 แสดง "ขอบเขตของงานที่ออกแบบ"

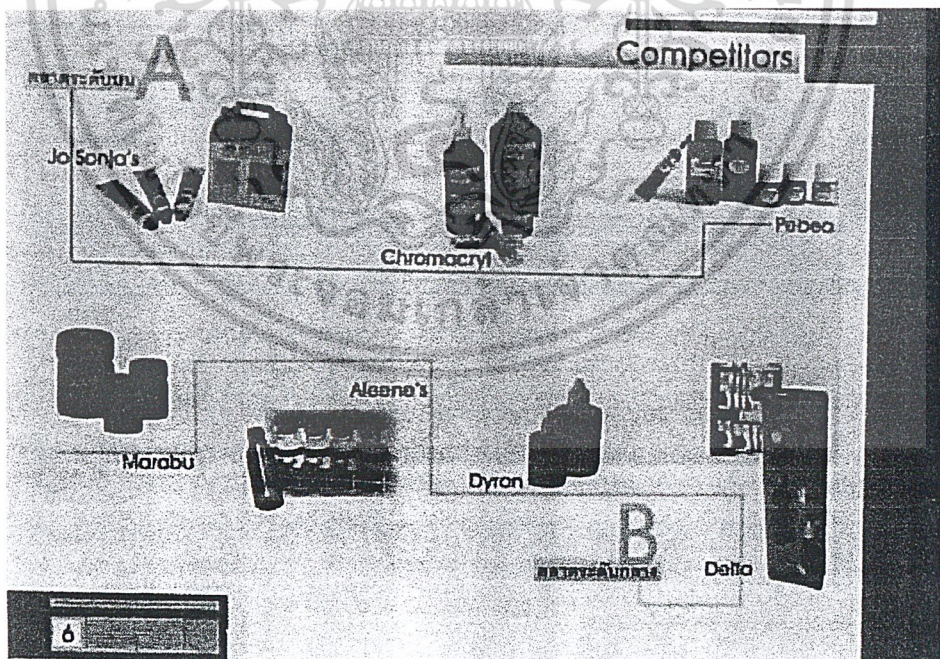


ภาพที่ 4.2-4 แสดง "ข้อมูลทางการตลาด ส่วนแบ่งทางการตลาด และช่องทางการจัดจำหน่ายภายในตลาด"

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

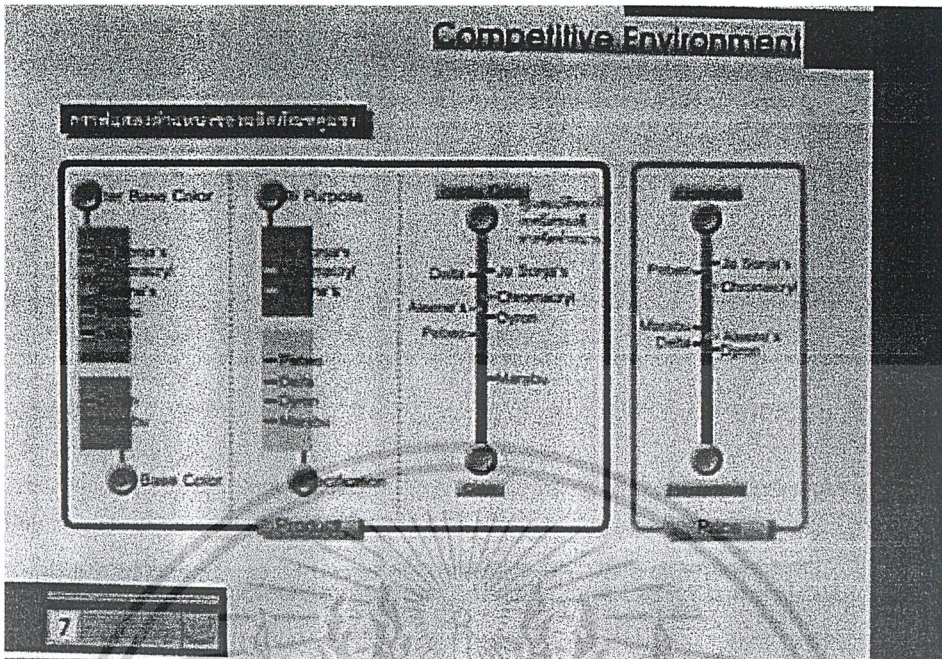


ภาพที่ 4.2-5 แสดง "ข้อมูลทางการตลาด ลักษณะผู้บริโภคในตลาด สภาพการตลาดโดยรวม และการวางแผนทางการตลาด"

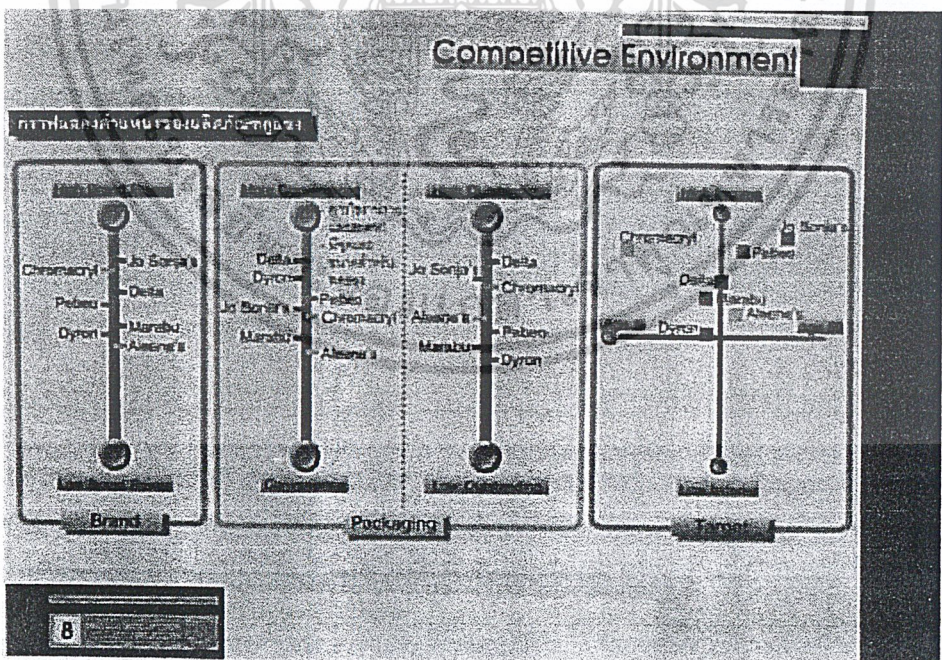


ภาพที่ 4.2-6 แสดง "คู่แข่งต่างๆภายในตลาด"

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.2-7 แสดง"การเปรียบเทียบคู่แข่งทางด้านผลิตภัณฑ์และทางด้านราคา"

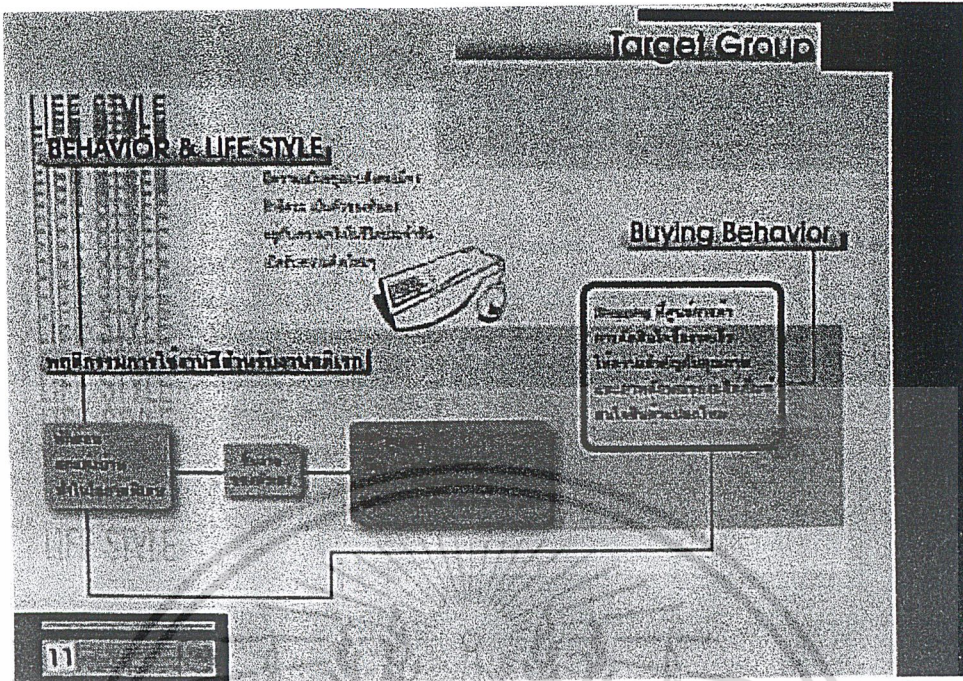


ภาพที่ 4.2-8 แสดง"การเปรียบเทียบคู่แข่งทางด้านBrand Power

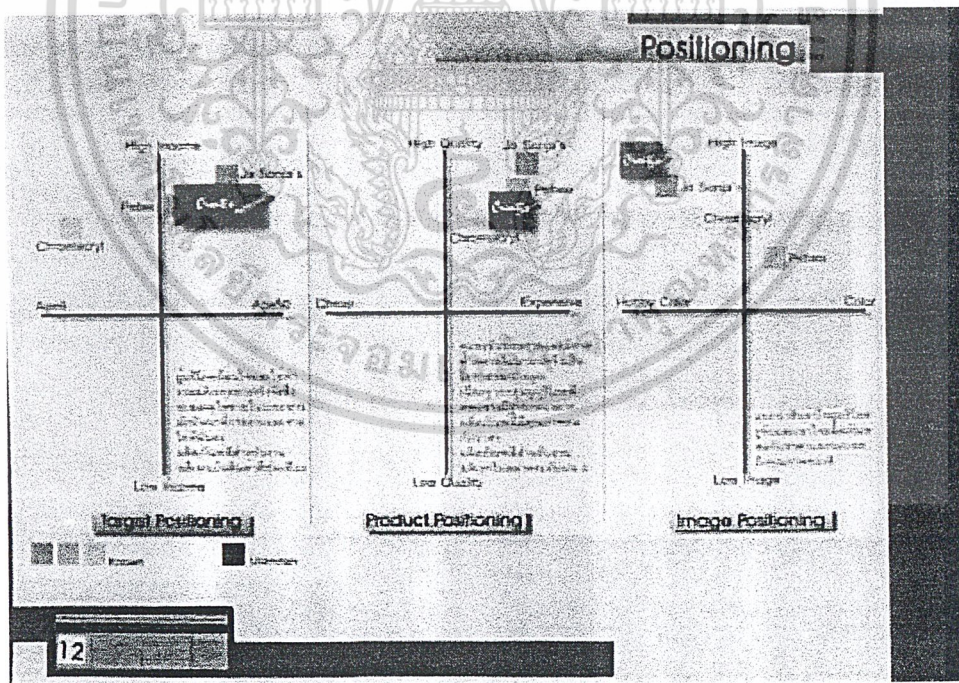
ด้านบรรจุภัณฑ์ และด้านกลุ่มเป้าหมาย"

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้ในเพื่อการศึกษเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



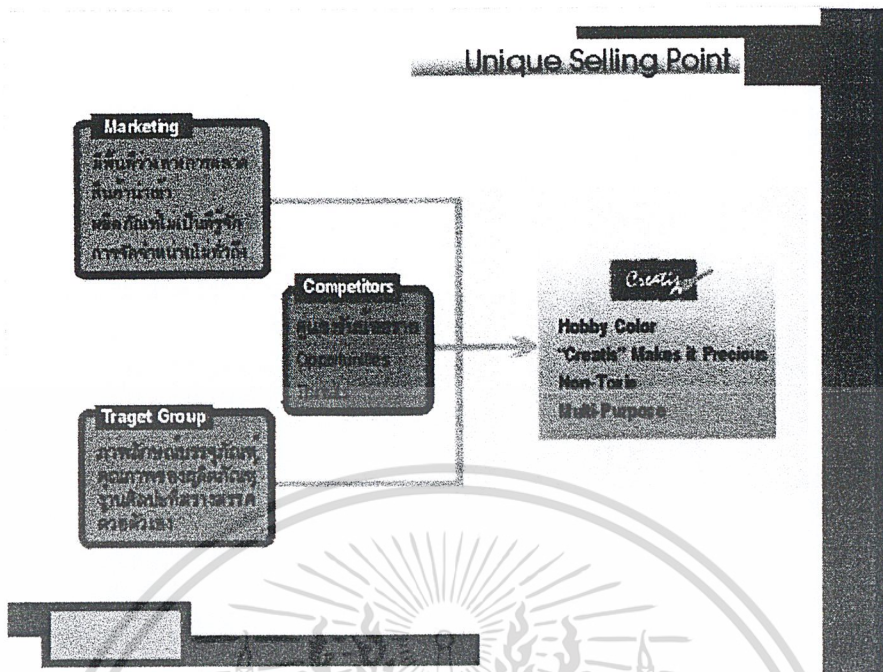


ภาพที่ 4.2-11 แสดง"ลักษณะทางพฤติกรรมและจิตวิทยาของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย"

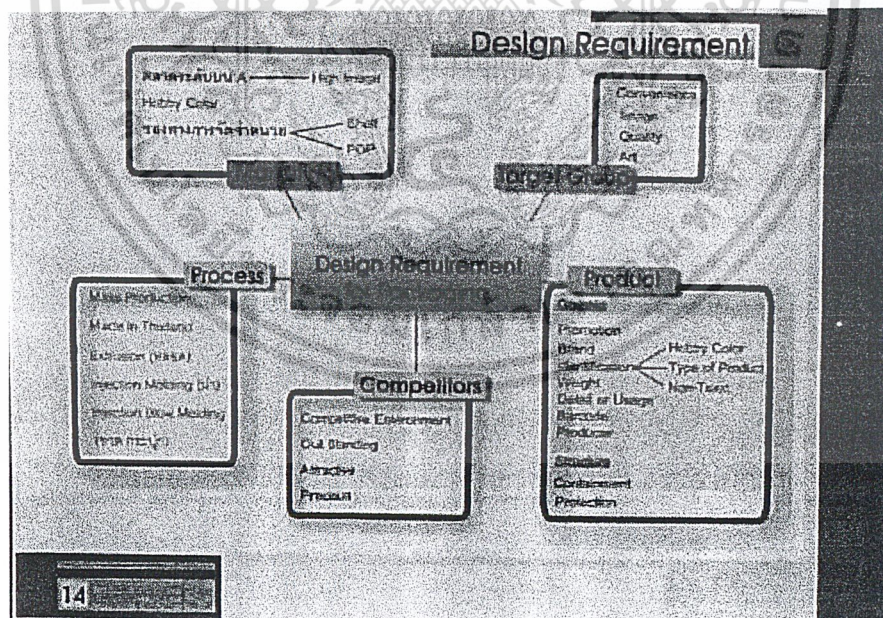


ภาพที่ 4.2-12 แสดง"การกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ทางด้านกลุ่มเป้าหมาย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์"

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

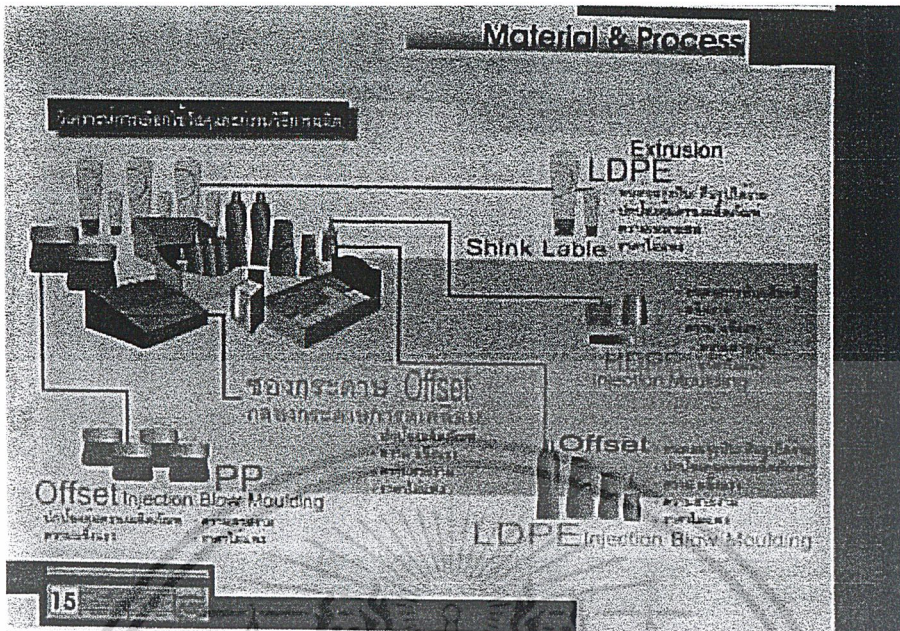


ภาพที่ 4.2-13 แสดง"ลักษณะการกำหนดจุดขาย"

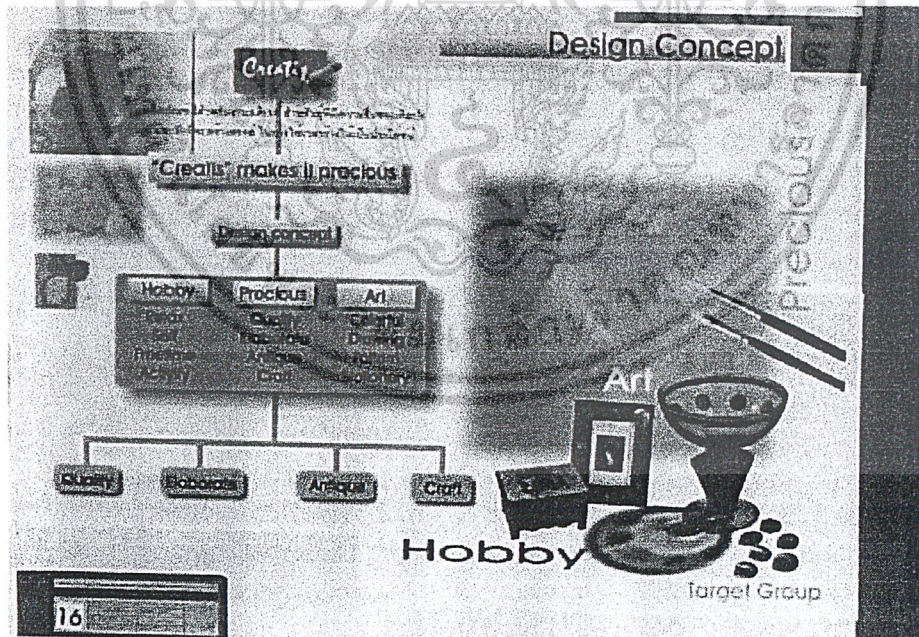


ภาพที่ 4.2-14 แสดง"ความต้องการในการออกแบบ"

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

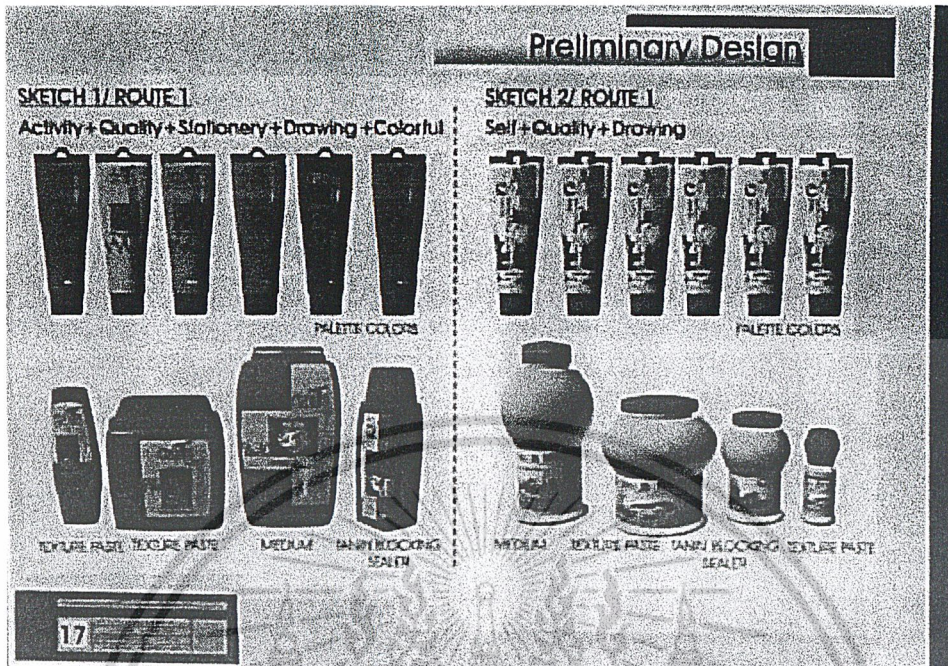


ภาพที่ 4.2-15 แสดง"การเลือกใช้วัสดุและกรรมวิธีการผลิต"



ภาพที่ 4.2-16 แสดง"แนวความคิดในการออกแบบ"

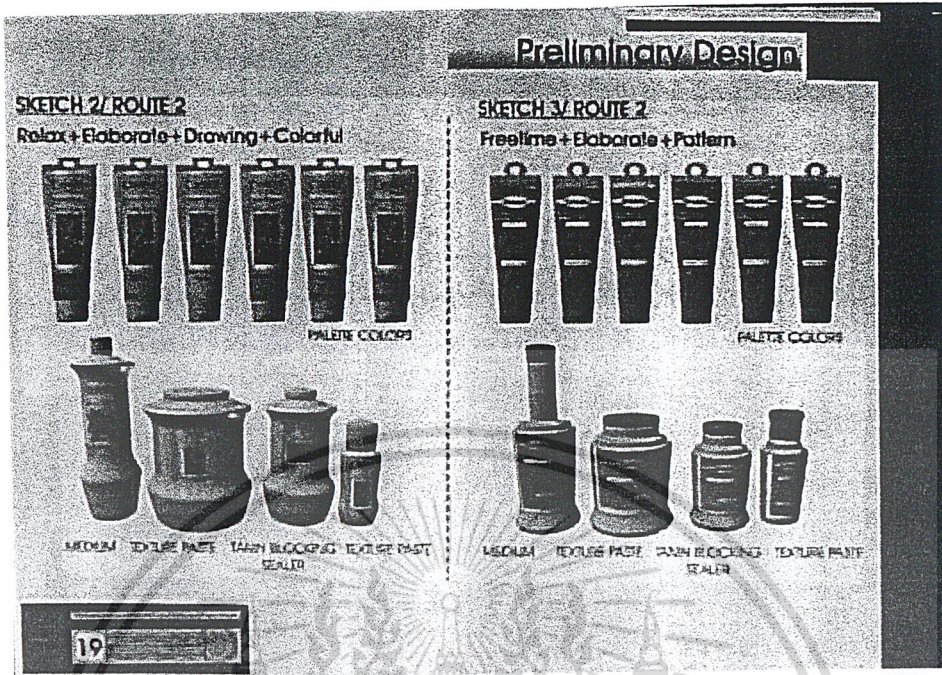
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.2-17 แสดง"การออกแบบขั้นต้น แนวทางที่1 รูปแบบที่1 และ2"



ภาพที่ 4.2-18 แสดง"การออกแบบขั้นต้น แนวทางที่1 รูปแบบที่1 และแนวทางที่2 รูปแบบที่1" เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.2-19 แสดง"การออกแบบขั้นต้น แนวทางที่2 รูปแบบที่2 และ3"



ภาพที่ 4.2-20 แสดง"การออกแบบขั้นต้น แนวทางที่3 รูปแบบที่1 และ2"

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



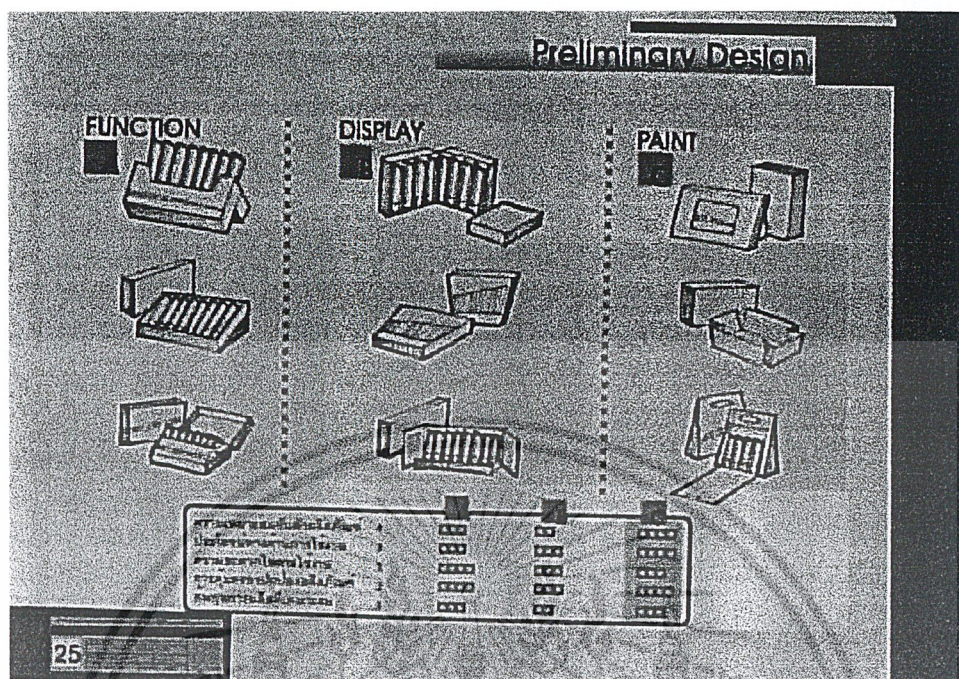
ภาพที่ 4.2-21 แสดง"การออกแบบขั้นต้น แนวทางที่3 รูปแบบที่3 และแนวทางที่4 รูปแบบที่1"



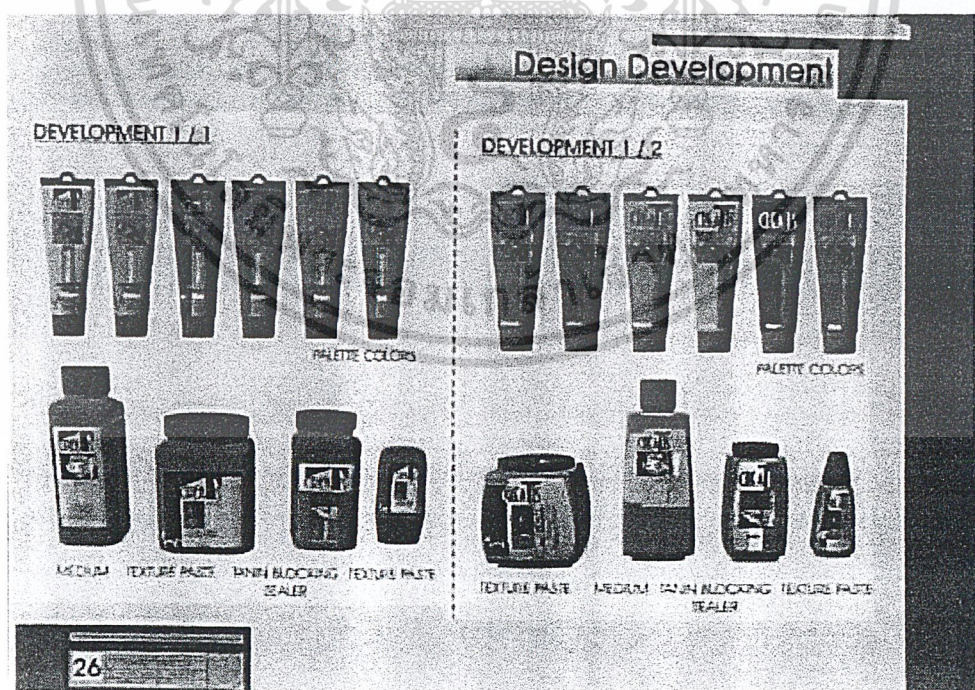
ภาพที่ 4.2-22 แสดง"การออกแบบขั้นต้น แนวทางที่4 รูปแบบที่2 และ3"

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้





ภาพที่ 4.2-25 แสดง"การออกแบบขั้นต้นของกล่องชุดสีและกล่องชุดเทคนิค "



ภาพที่ 4.2-26 แสดง"การพัฒนาการออกแบบแนวทางที่1 รูปแบบที่1 และ2"  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

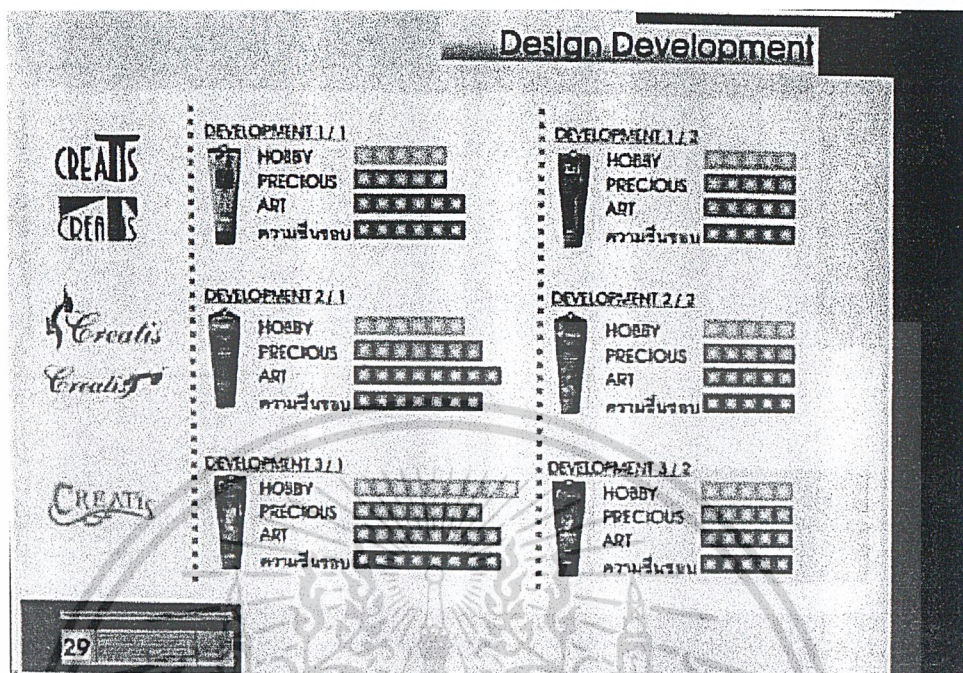


ภาพที่ 4.2-27 แสดง”การพัฒนารออกแบบแนวทางที่2 รูปแบบที่1 และ2”

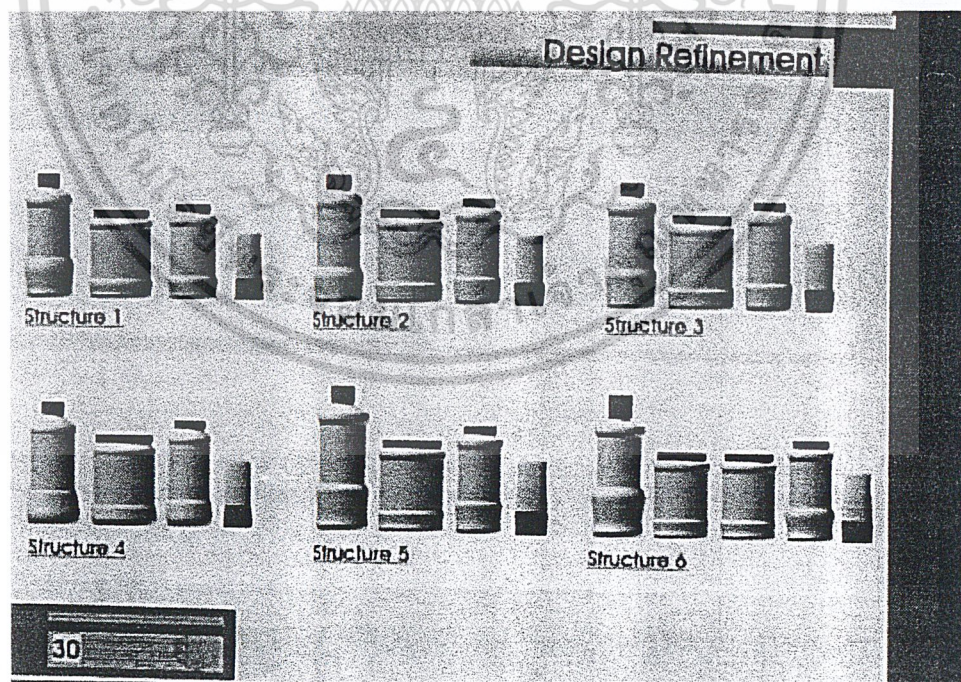


ภาพที่ 4.2-28 แสดง”การพัฒนารออกแบบแนวทางที่3 รูปแบบที่1 และ2”

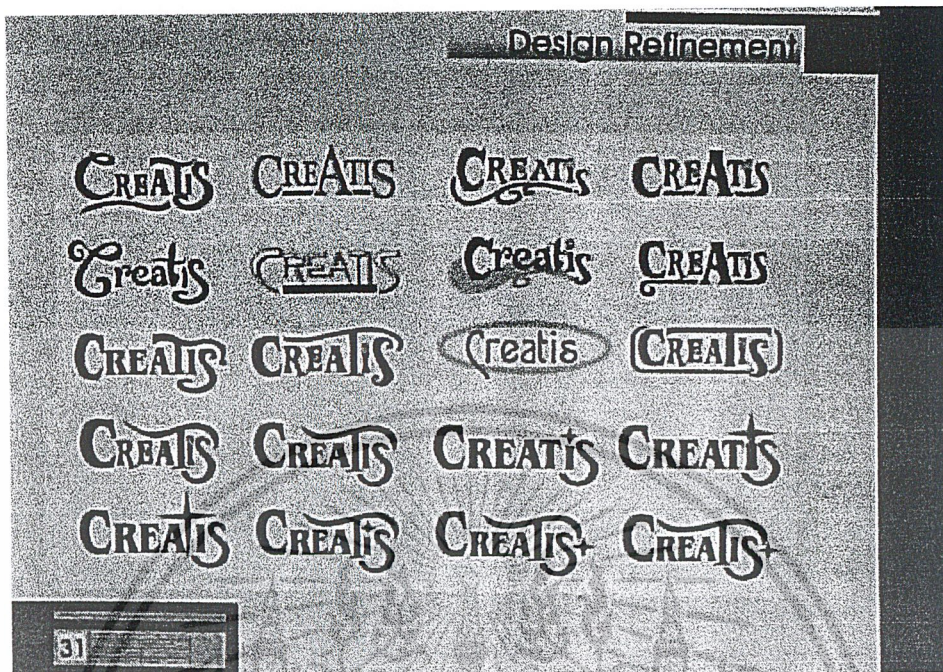
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.2-29 แสดง"การคัดเลือกแบบ Consumer Test  
สำหรับการพัฒนาในขั้นต่อไป"



ภาพที่ 4.2-30 แสดง"การพัฒนาการออกแบบของโครงสร้างหลังจากขั้นตอนแบบร่าง"  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

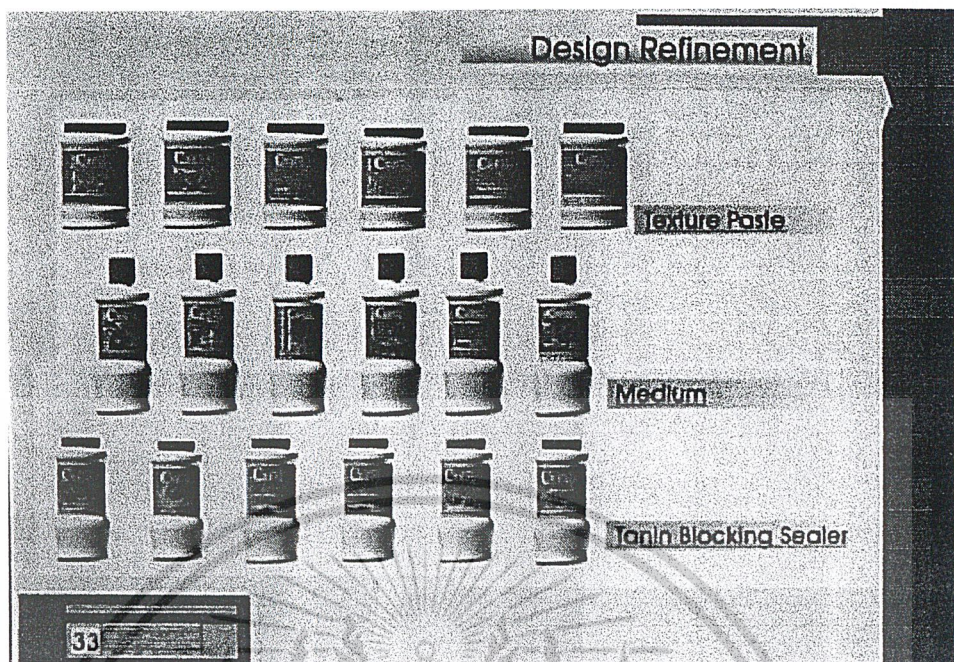


ภาพที่ 4.2-31 แสดง"การพัฒนาการออกแบบของLogoหลังจากขั้นตอนแบบร่าง"



ภาพที่ 4.2-32 แสดง"การพัฒนาการออกแบบของกราฟฟิกประเภทหลอดสี

สีรองพื้น และหลอดบีบตัวสร้างลายบน"  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.2-33 แสดง"การพัฒนารูปแบบของกราฟฟิก ประเภทกระปุกตัวสร้างลายบน สีผสม และกาว"



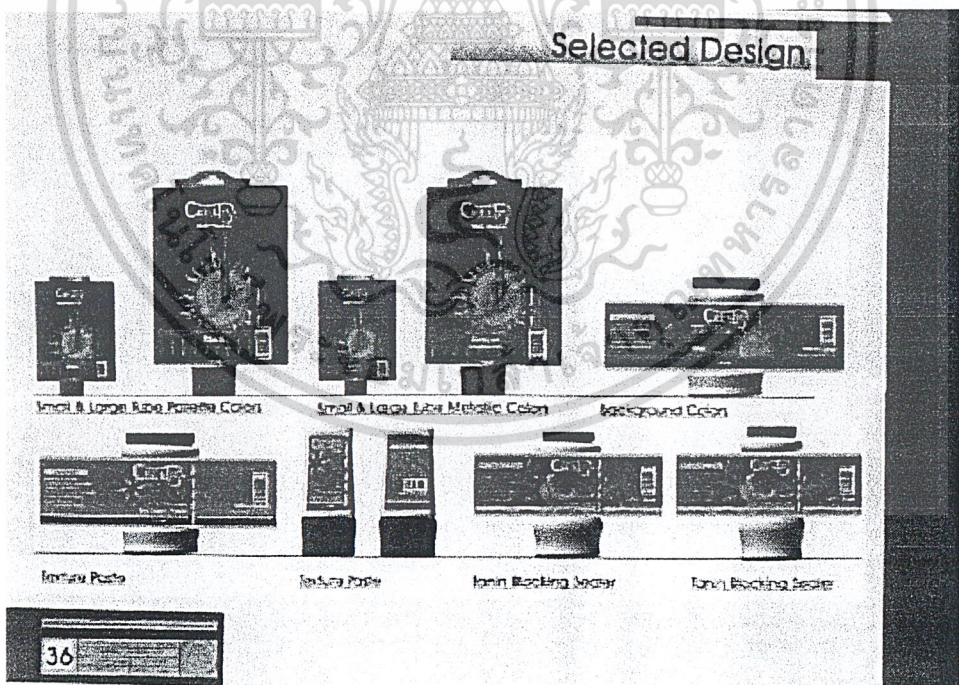
ภาพที่ 4.2-34 แสดง"การพัฒนารูปแบบของกราฟฟิก ชุดที่1และ2"

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



35

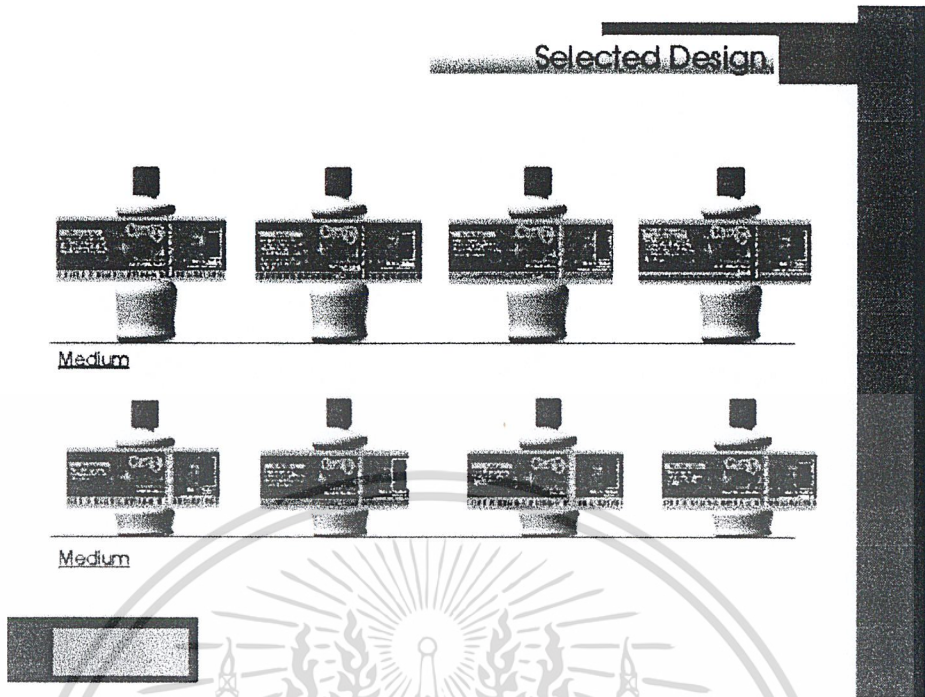
ภาพที่ 4.2-35 แสดง"การพัฒนาการออกแบบขั้นสุดท้ายกราฟฟิก ชุดที่3 "



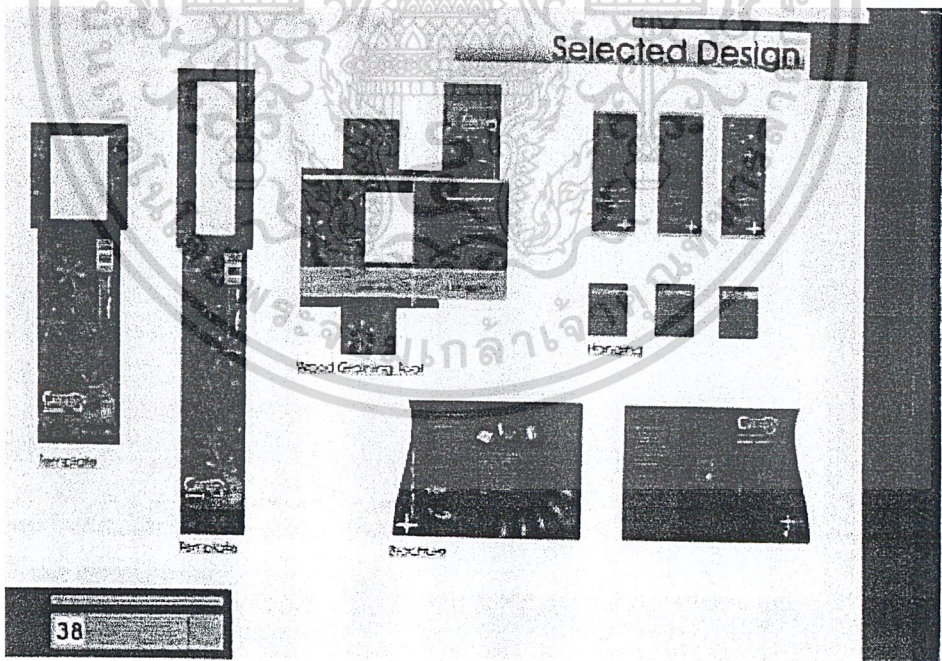
36

ภาพที่ 4.2-36 แสดง"รูปแบบกราฟฟิกของผลิตภัณฑ์ Creatis ขั้นสุดท้าย"

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

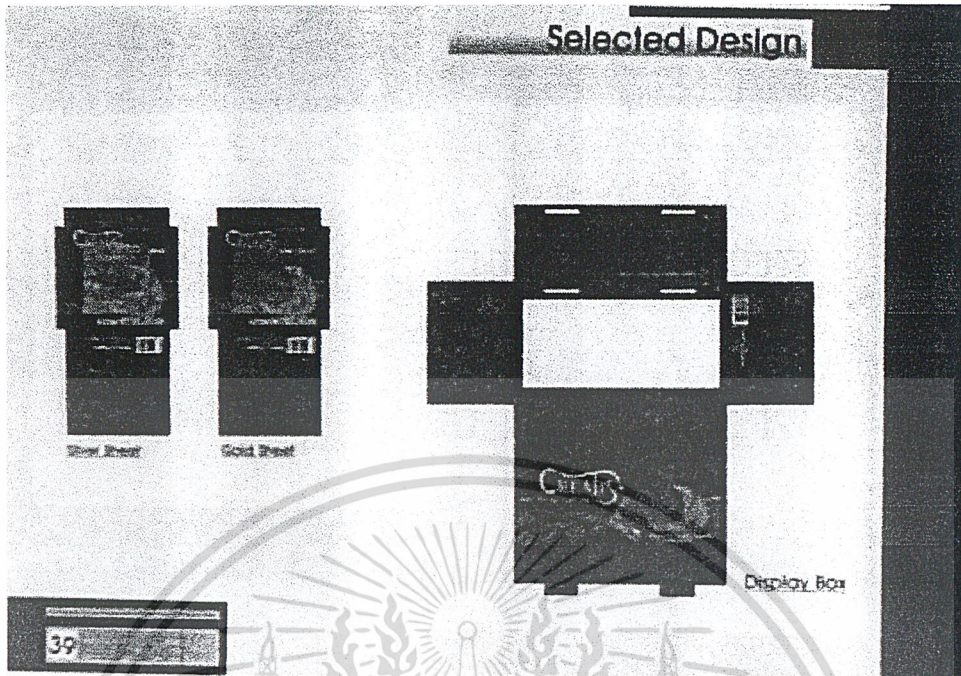


ภาพที่ 4.2-37 แสดง"รูปแบบกราฟฟิกของผลิตภัณฑ์ Creatis ขั้นสุดท้าย"

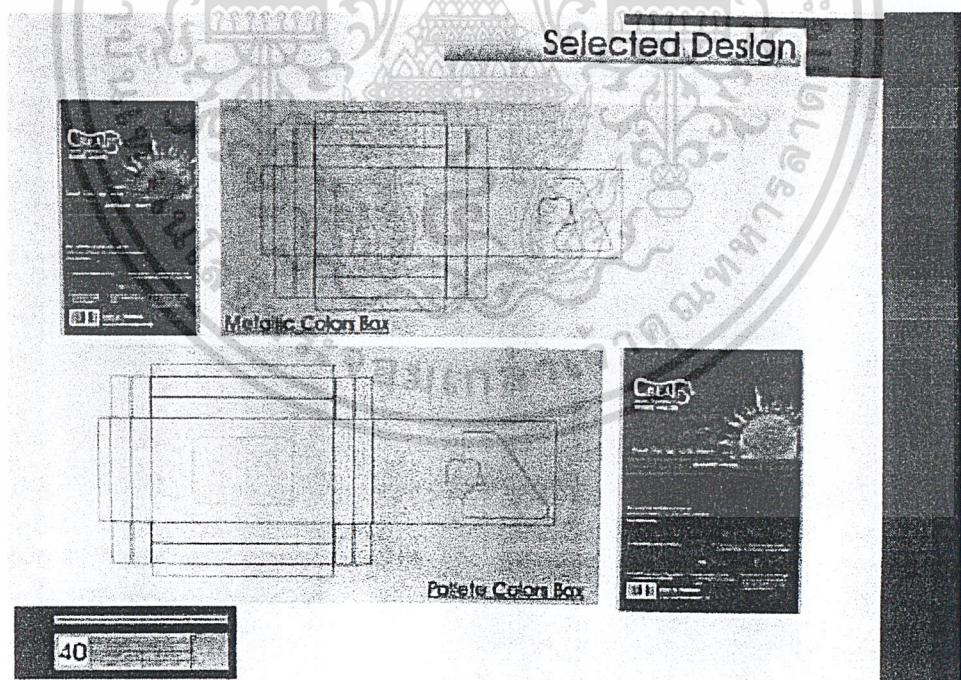


ภาพที่ 4.2-38 แสดง"รูปแบบกราฟฟิกของผลิตภัณฑ์ Creatis ขั้นสุดท้าย"

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

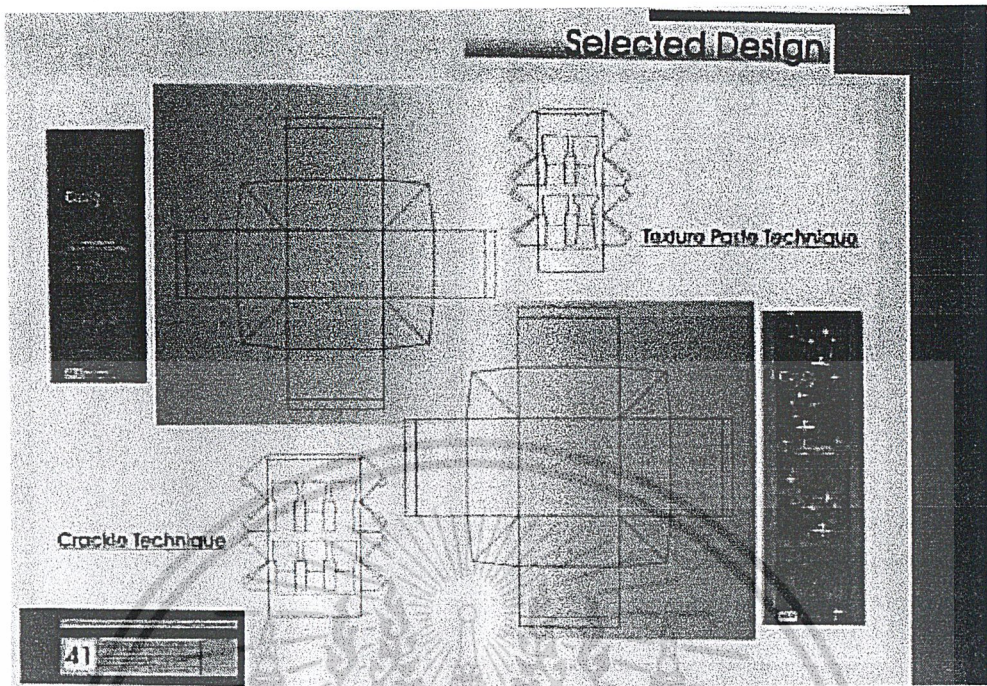


ภาพที่ 4.2-39 แสดง"รูปแบบกราฟฟิกของผลิตภัณฑ์ Creatis ขั้นสุดท้าย"

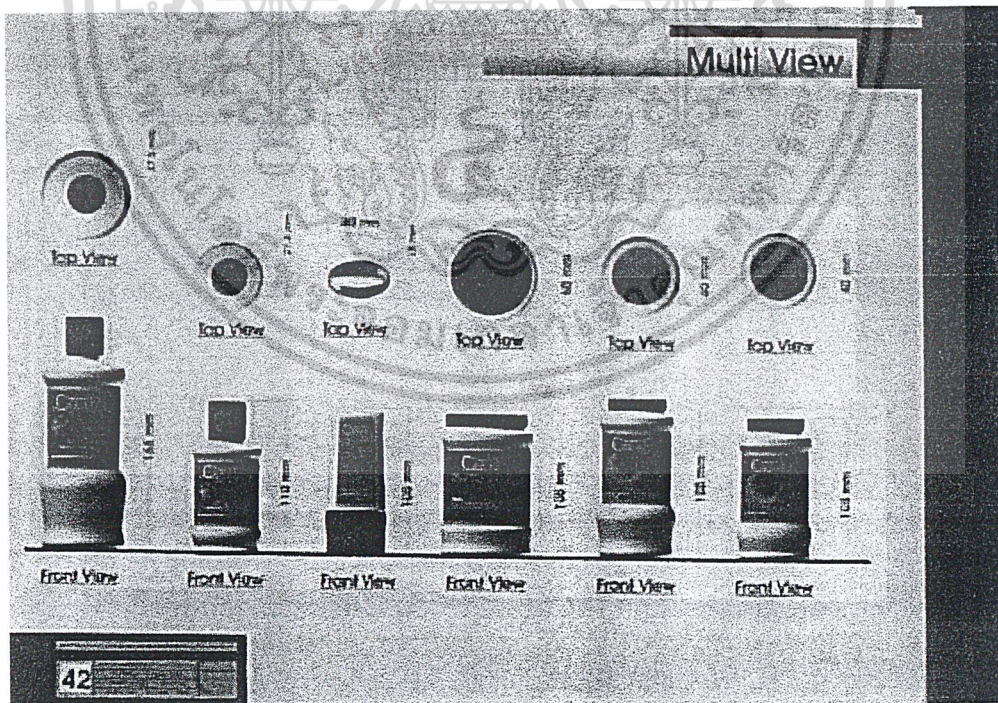


ภาพที่ 4.2-40 แสดง"รูปแบบกราฟฟิกของผลิตภัณฑ์ Creatis ขั้นสุดท้าย"

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.2-41 แสดง"รูปแบบกราฟฟิกของผลิตภัณฑ์ Creatis ขั้นสุดท้าย"



ภาพที่ 4.2-42 แสดง"รูปแบบกราฟฟิกของผลิตภัณฑ์ Creatis ขั้นสุดท้าย"

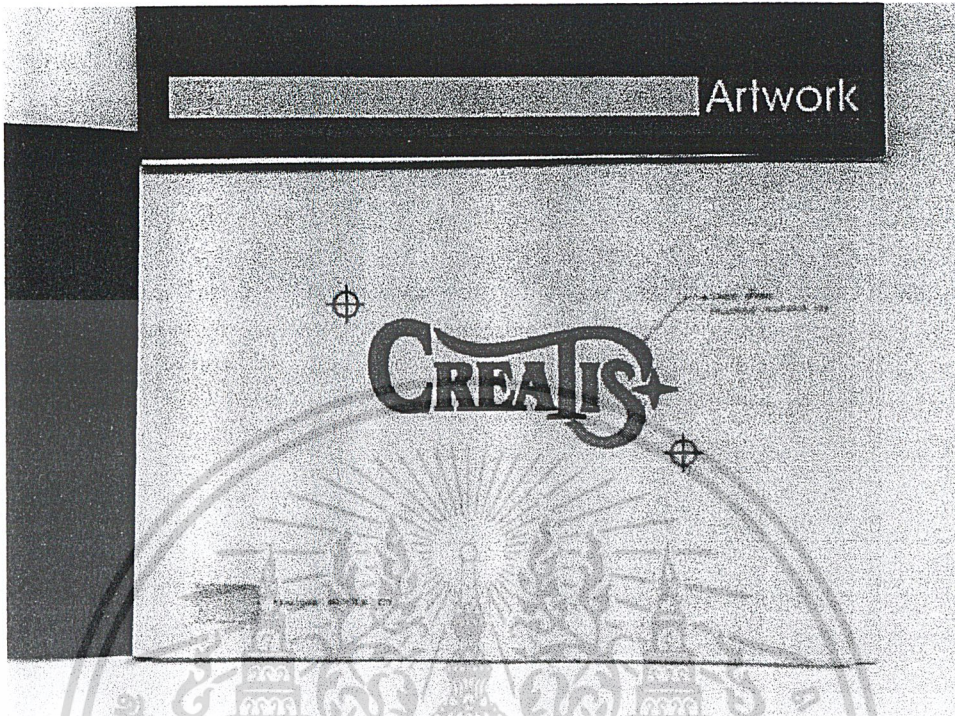
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



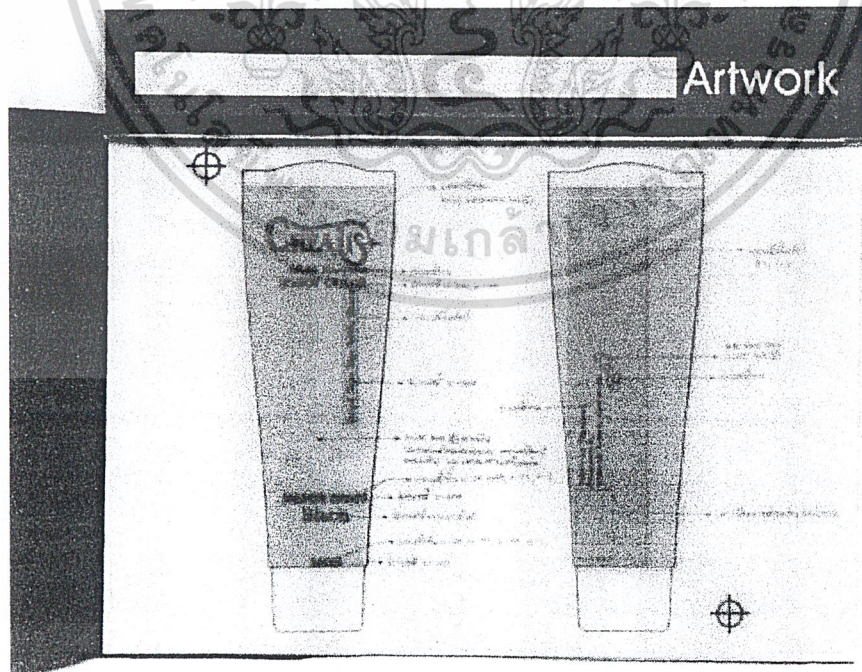
ภาพที่ 4.2-43 แสดง"รูปแบบกราฟฟิกของผลิตภัณฑ์ Creatis ชั้นสุดท้าย"

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 4.3 Artwork สำหรับส่งโรงพิมพ์

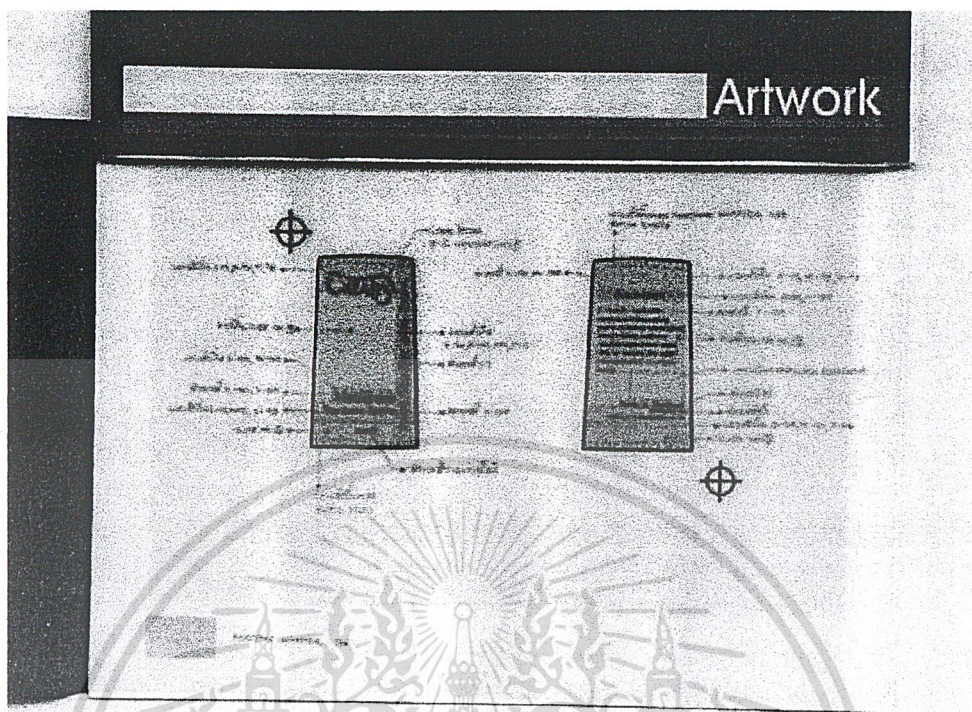


ภาพที่ 4.3-1 Art Work สำหรับโลโก้

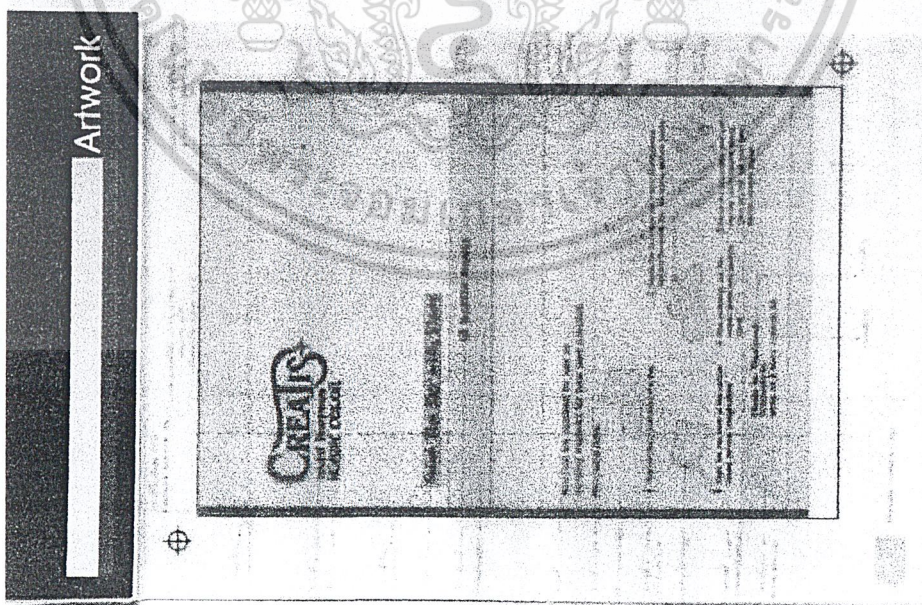


ภาพที่ 4.3-2 Art Work สำหรับหลอดสี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้เผยแพร่ลงเว็บไซต์และช่องทางโซเชียลมีเดียของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

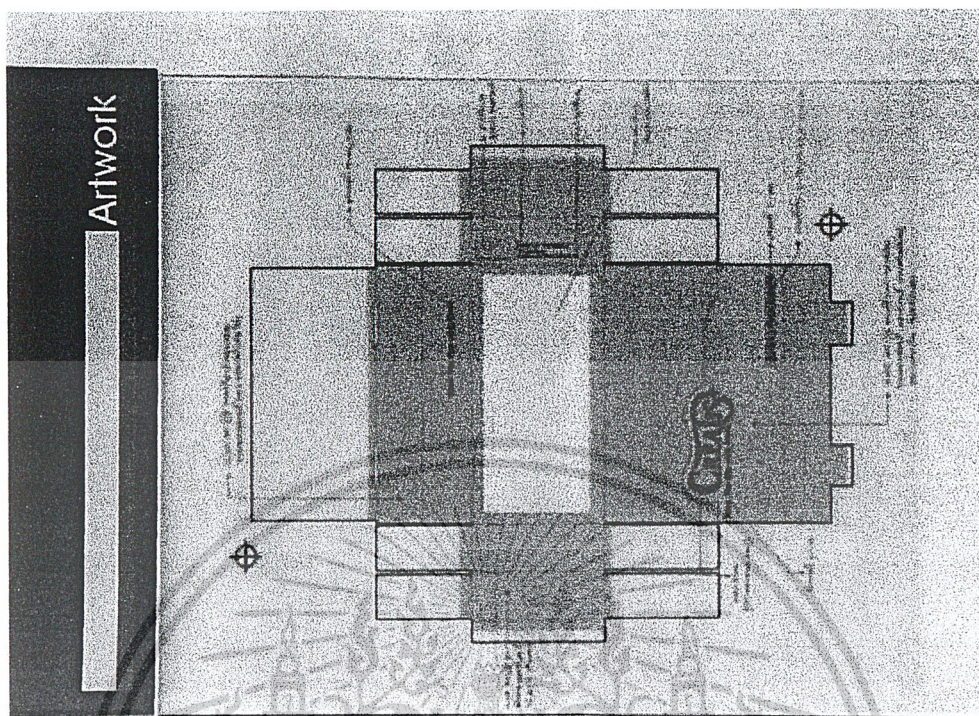


ภาพที่ 4.3-3 Art Work สำหรับหลอดบีบตัวสร้างลายูน

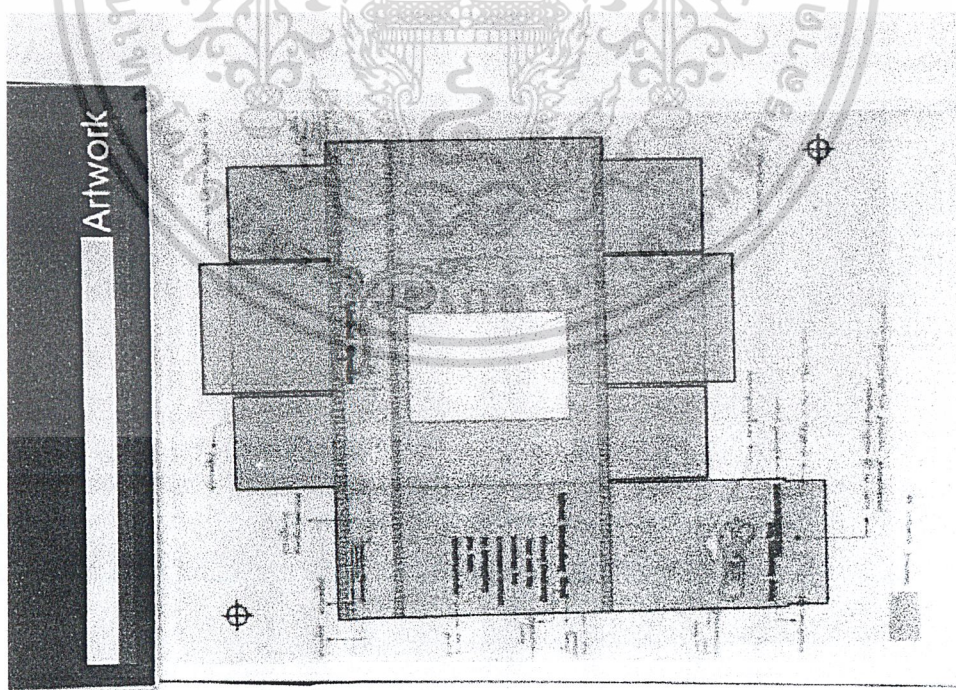


ภาพที่ 4.3-4 Art Work สำหรับกล่องชุดธรรมดา

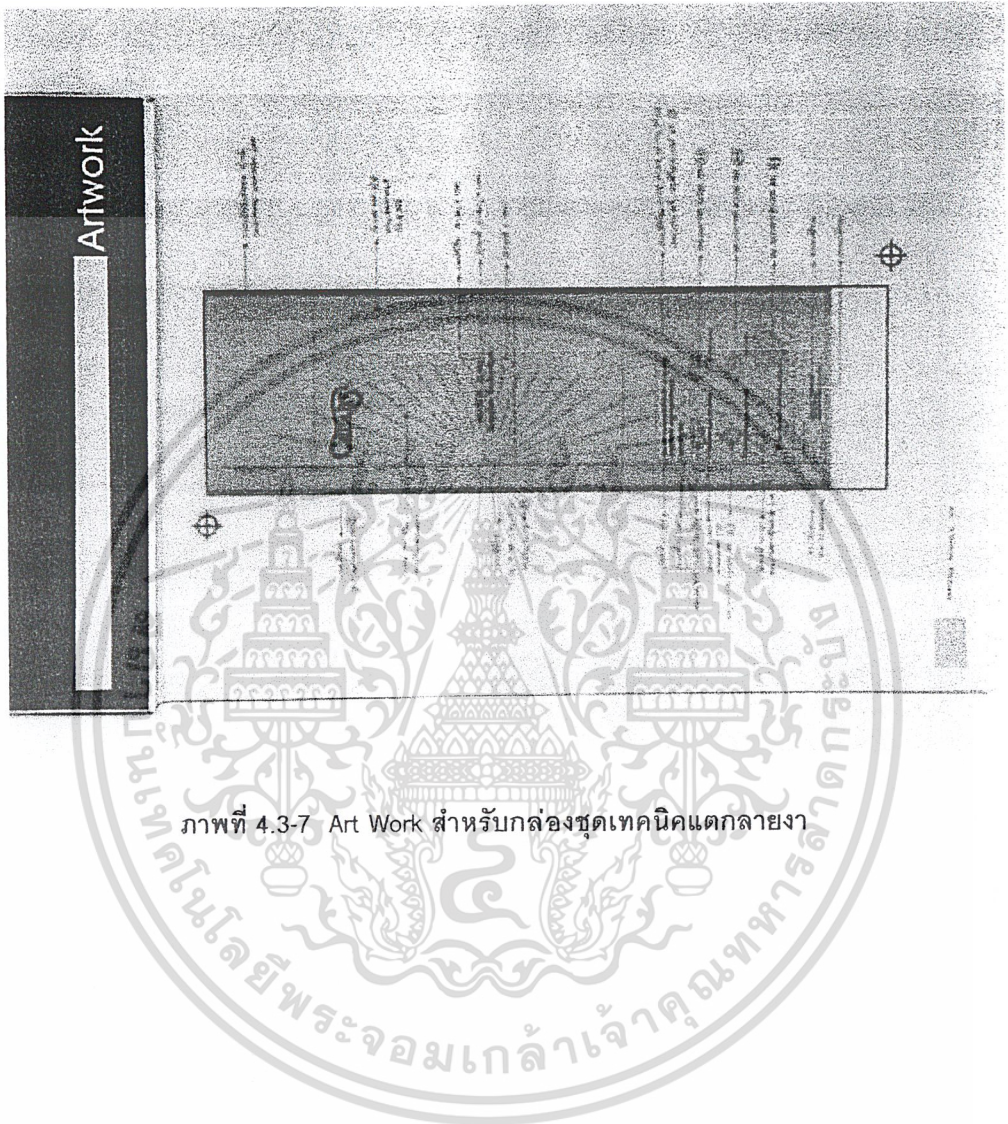
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.3-5 Art Work สำหรับกล่อง Display แผ่นเงิน-ทองคำเปลว



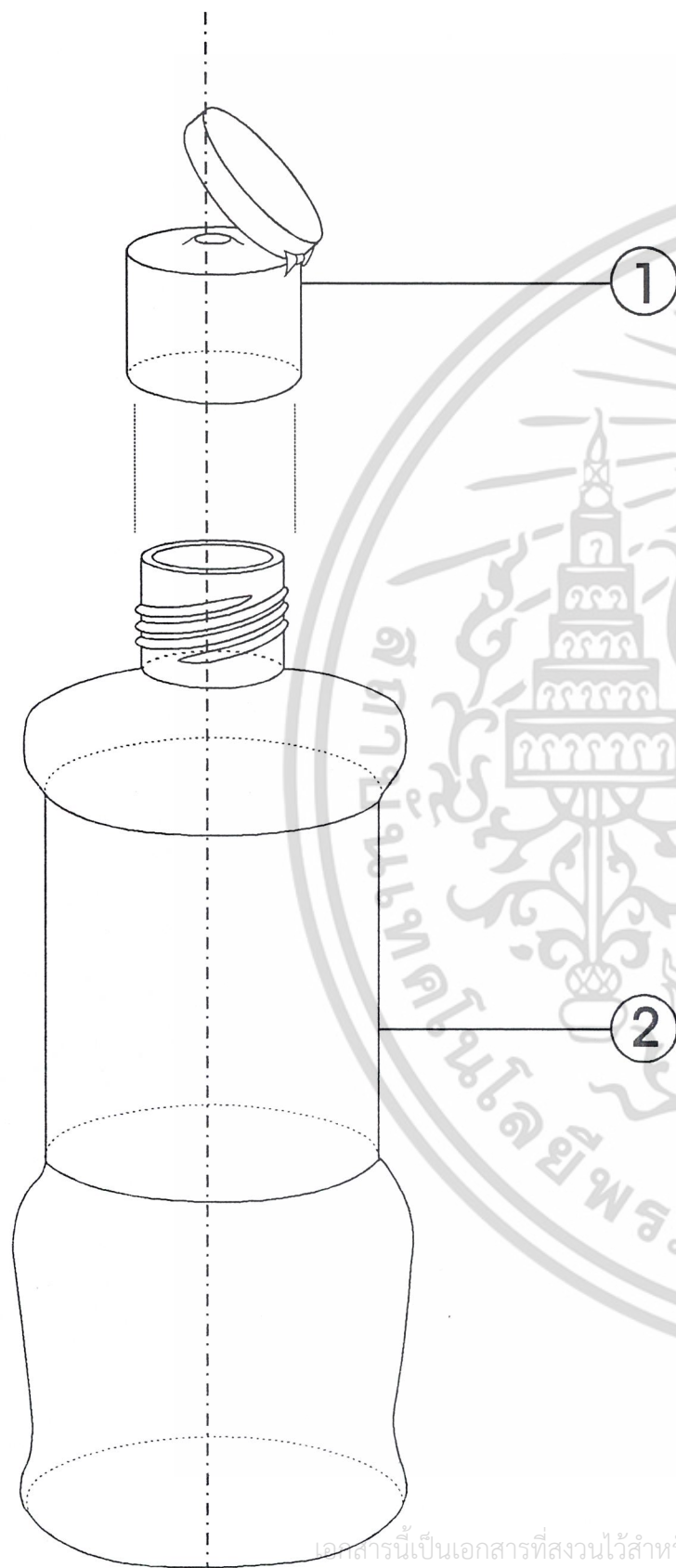
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภาพที่ 4.3-6 Art Work สำหรับกล่องอย่างพิมพ์ลายไม้ นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.3-7 Art Work สำหรับกล่องชุดเทคนิคแตกลายงา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# Assembly Medium Bottle

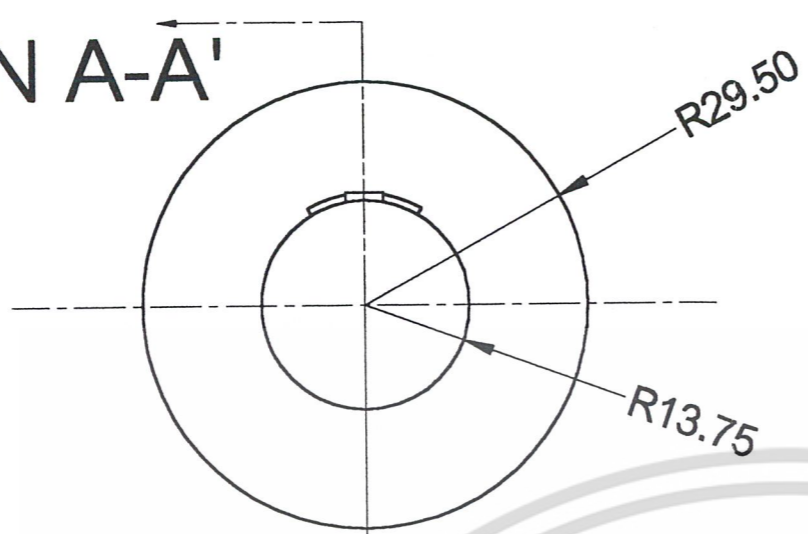


## Specification

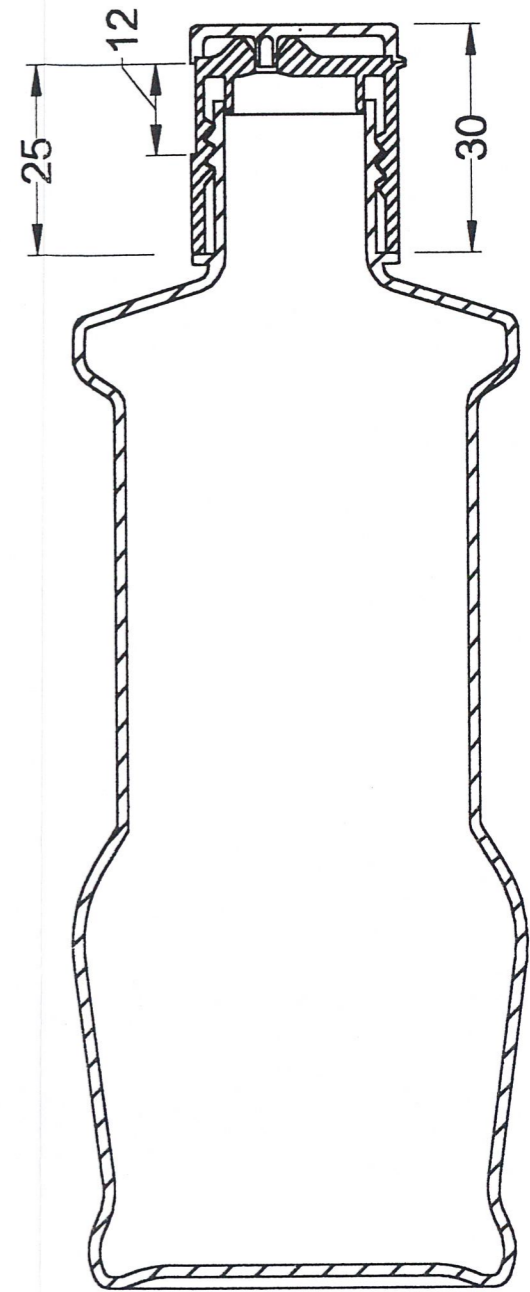
Number	Part Name	Color	Material	Process
1	Cap	Red	HDPE	Injection
2	Bottle	White	LDPE	Blow Molding

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

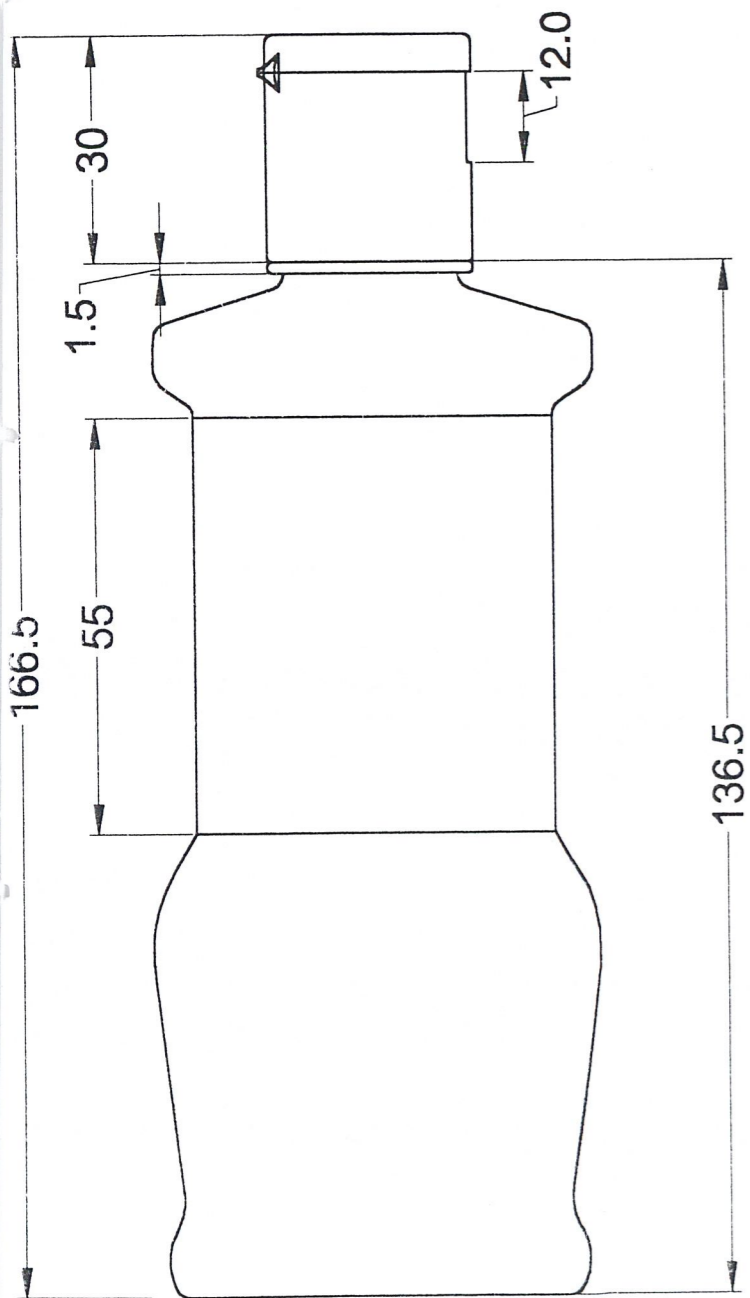
SECTION A-A'



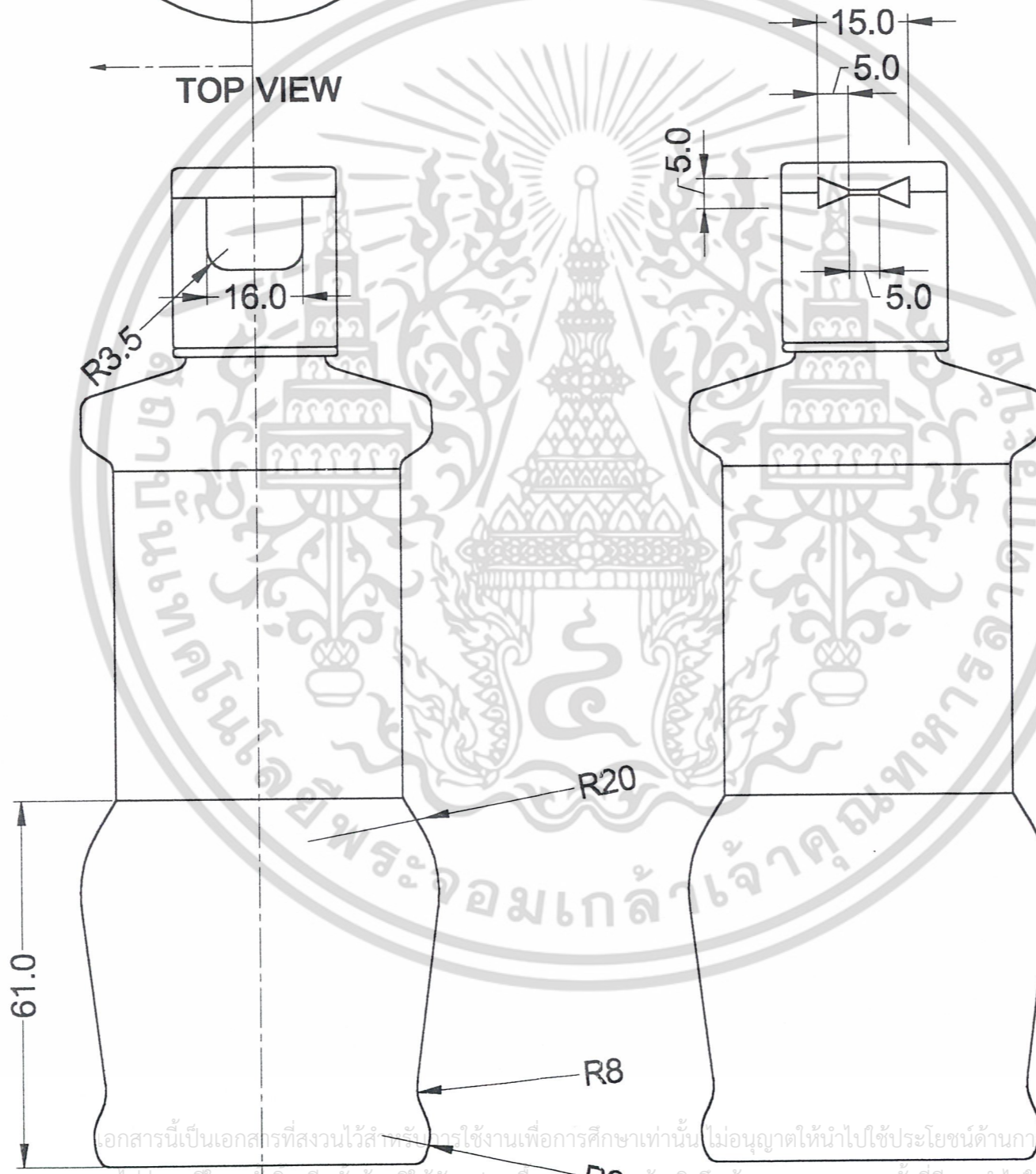
TOP VIEW



SECTION A-A'



R. SIDE VIEW



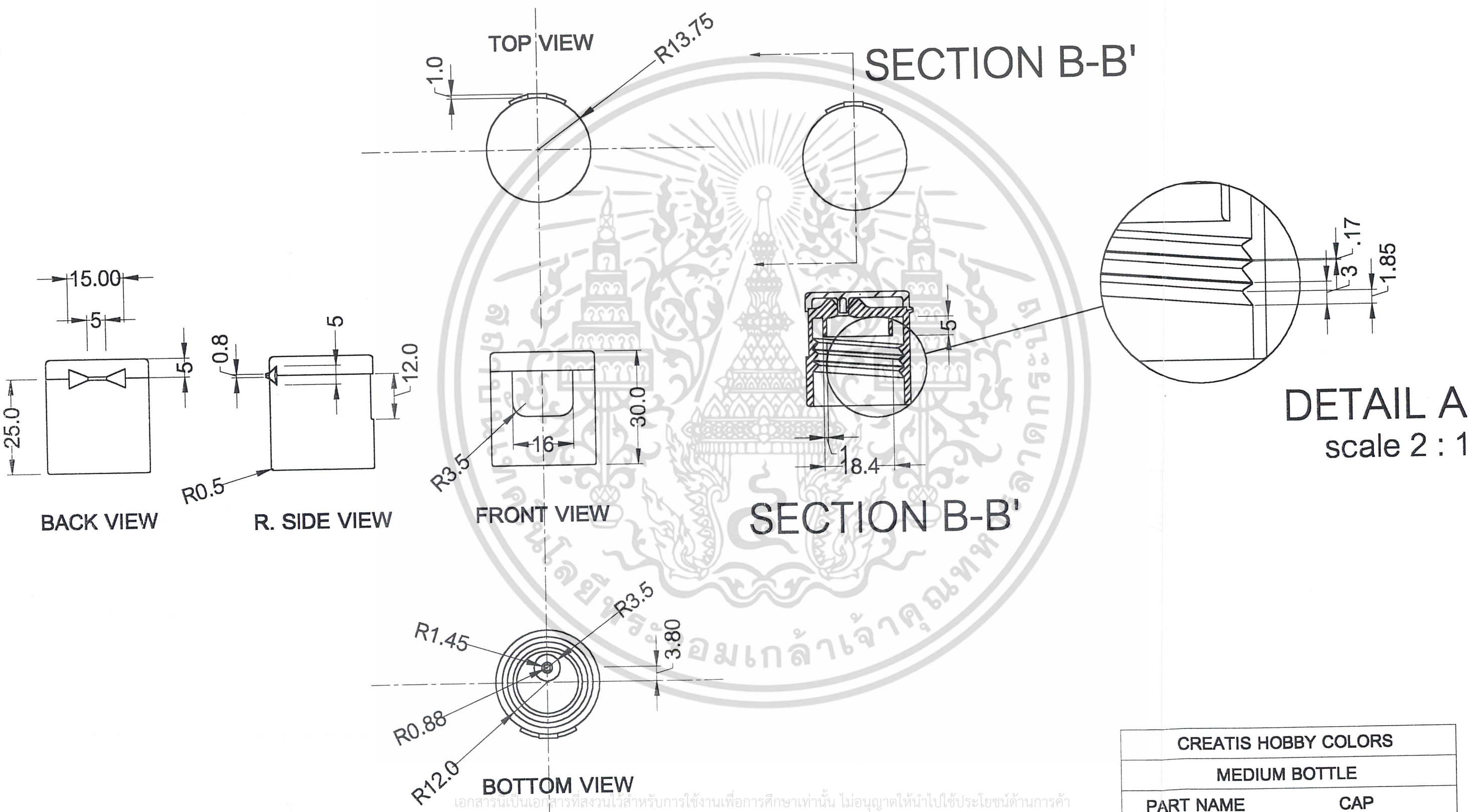
FRONT VIEW

BACK VIEW

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา หรืออ้างถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

CREATIS HOBBY COLORS	
MEDIUM BOTTLE	
PART NAME	CAP & BOTTLE
UNIT mm.	SCALE 1 : 1

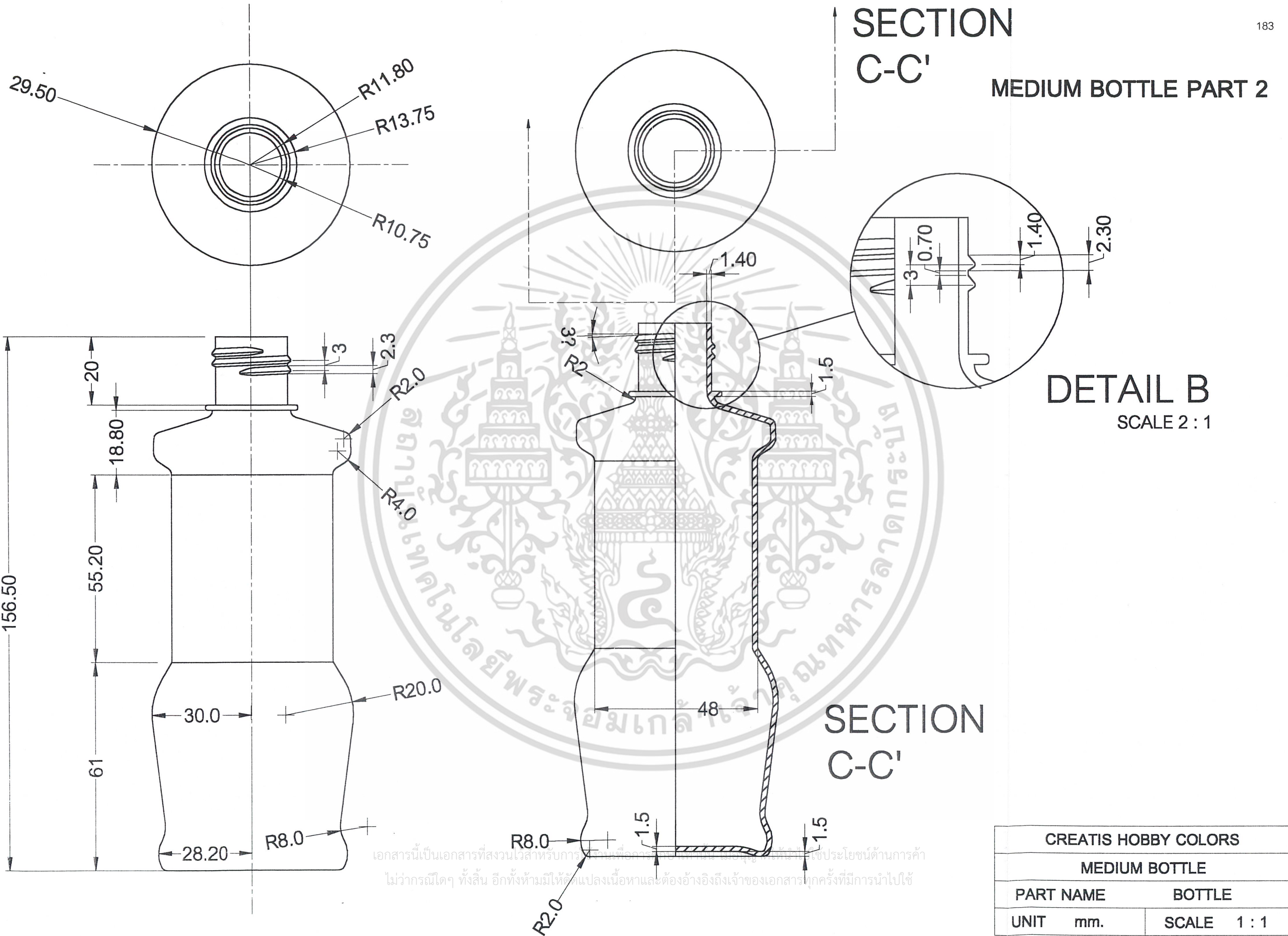
MEDIUM BOTTLE PART 1



DETAIL A  
scale 2 : 1

CREATIS HOBBY COLORS	
MEDIUM BOTTLE	
PART NAME	CAP
UNIT	mm.
SCALE	1 : 1

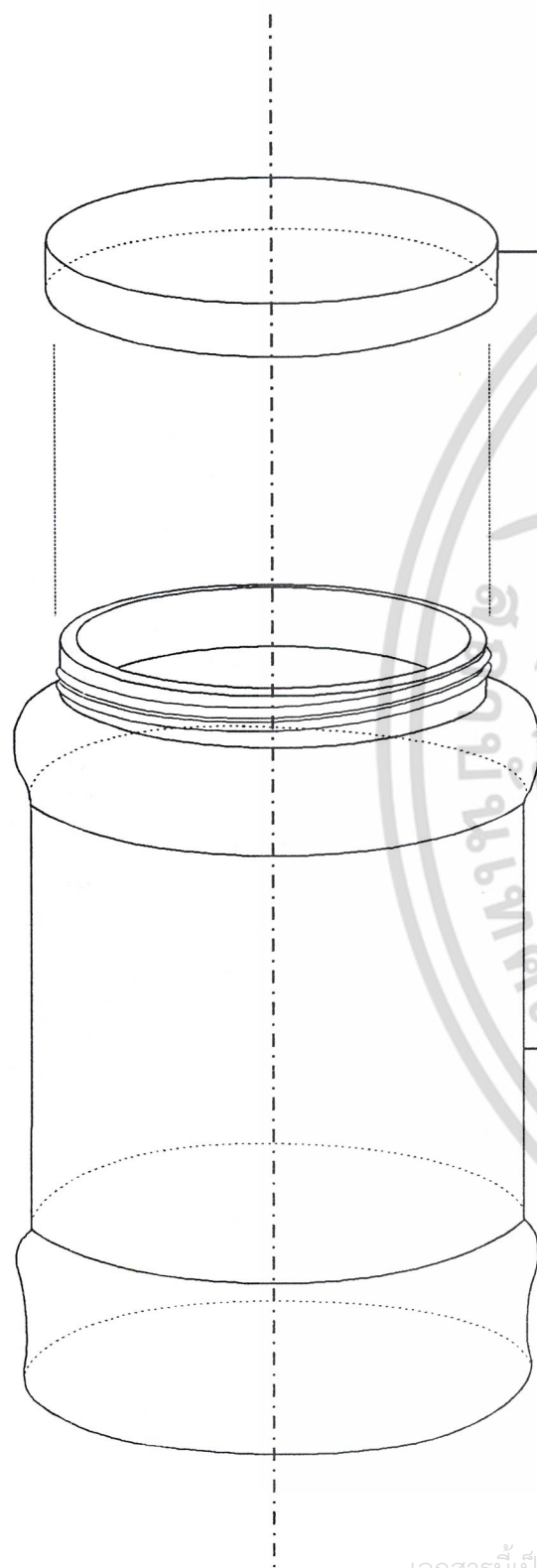
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่ใช่ว่าการนี้เป็นการค้า  
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

CREATIS HOBBY COLORS	
MEDIUM BOTTLE	
PART NAME	BOTTLE
UNIT mm.	SCALE 1 : 1

## Assembly Background Colors Bottle



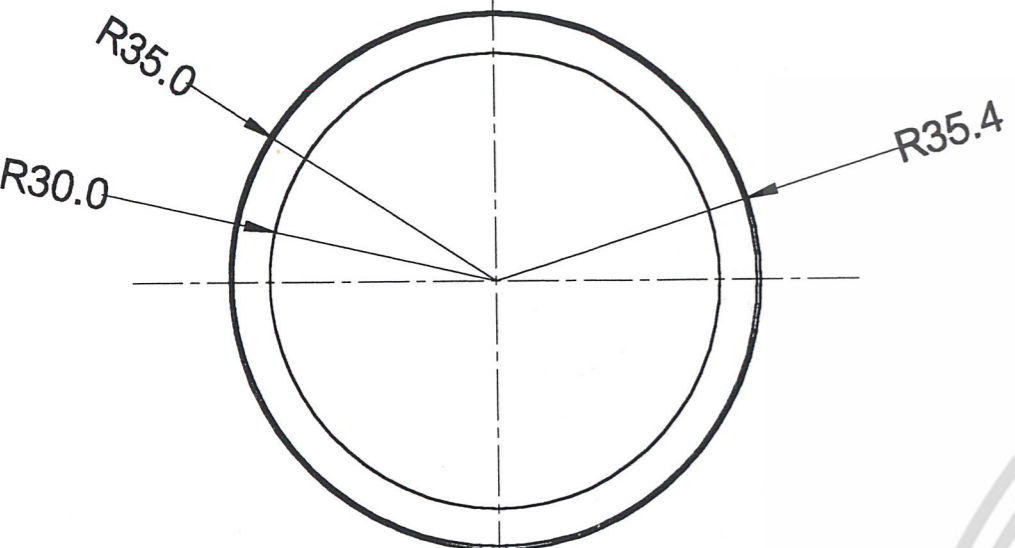
### Specification

Number	Part Name	Color	Material	Process
1	Cap	Blue	HDPE	Injection
2	Bottle	White	LDPE	Blow Molding

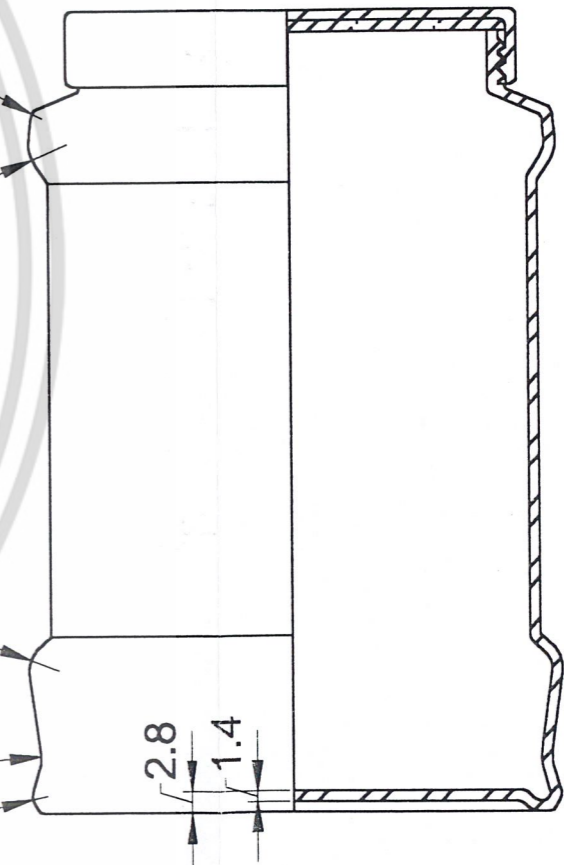
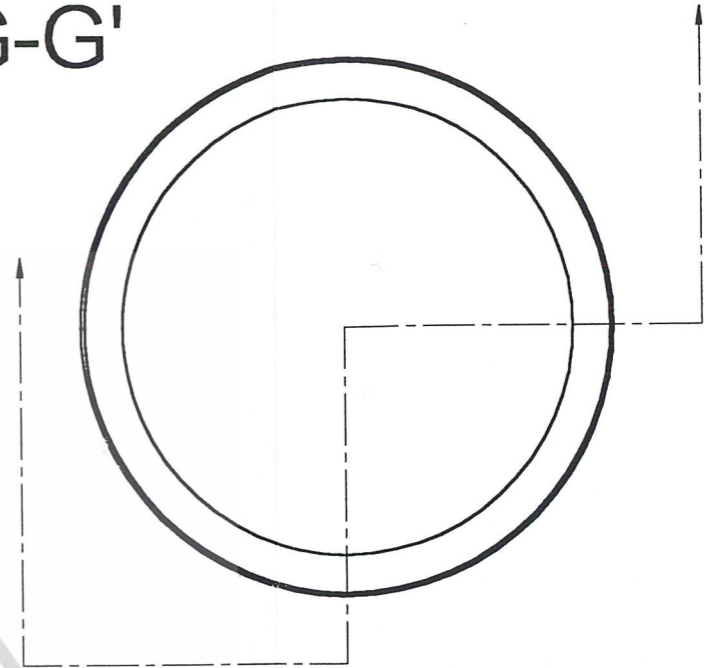
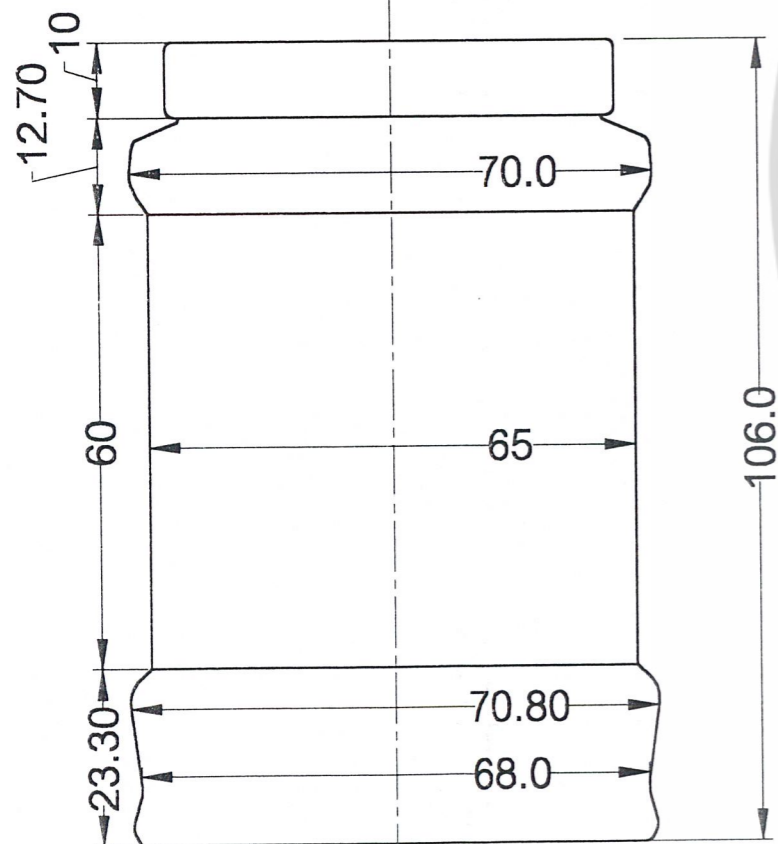
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# SECTION G-G'

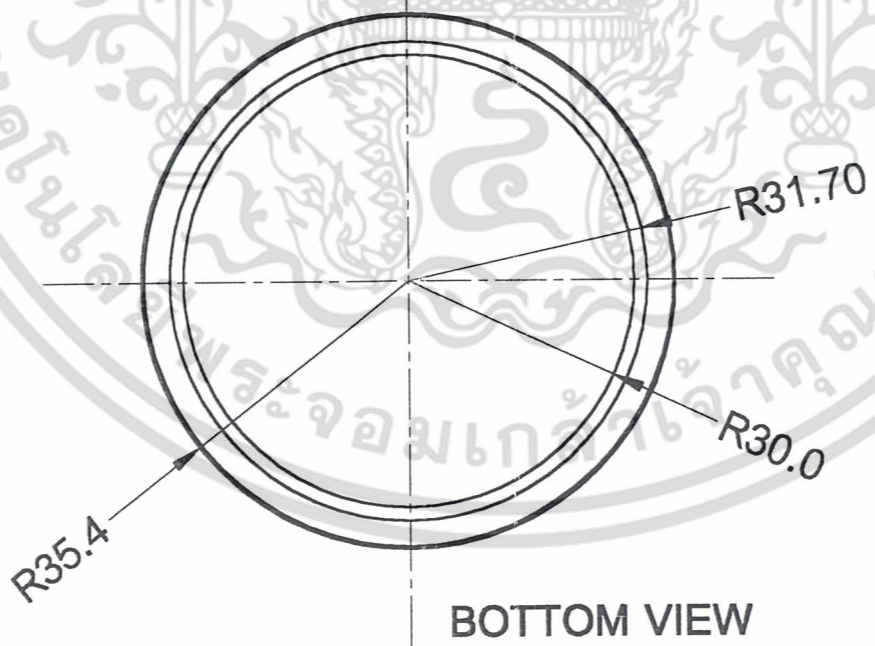
TOP VIEW



FRONT VIEW



SECTION G-G'

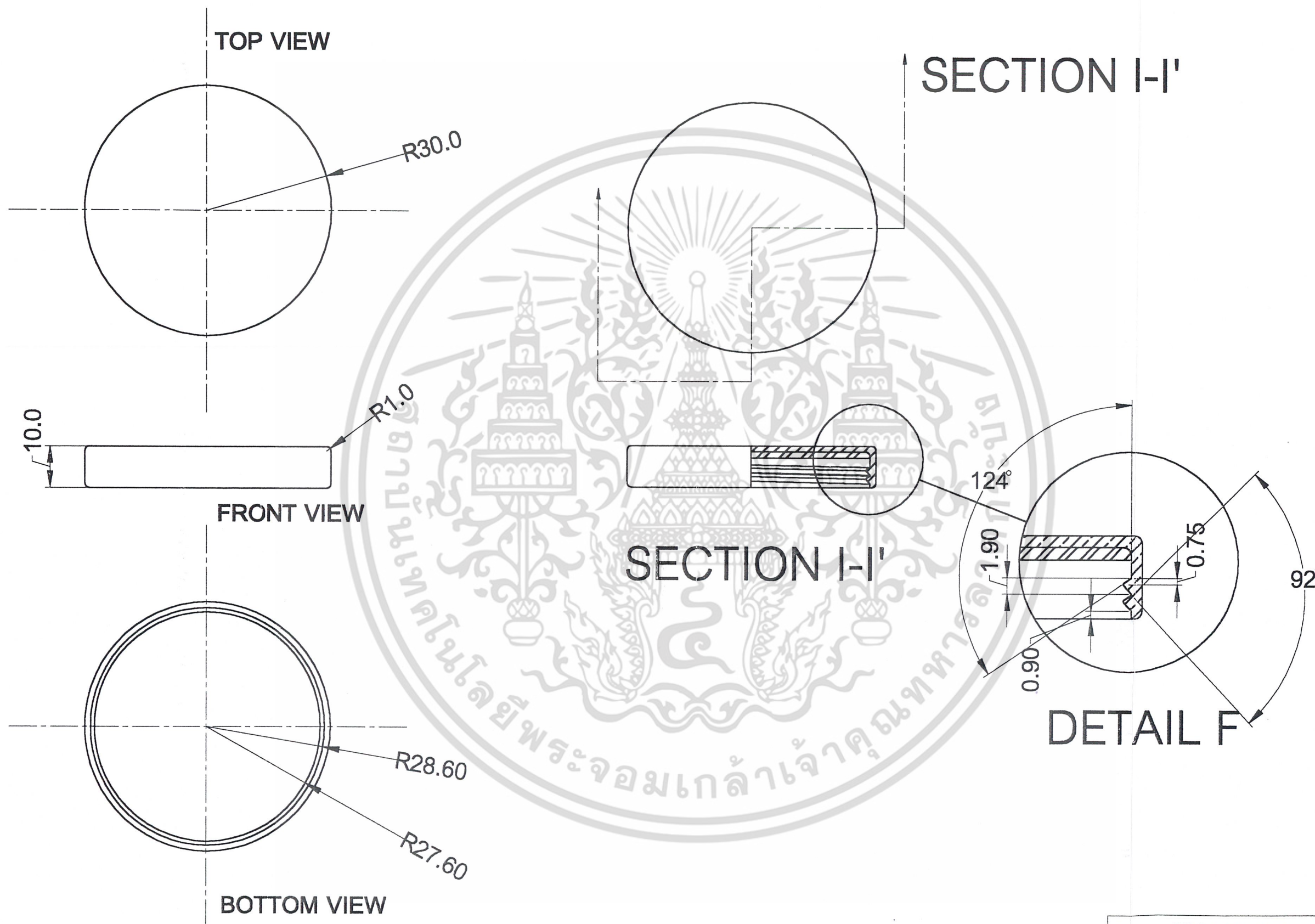


BOTTOM VIEW

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

CREATIS HOBBY COLORS	
BACKGROUND COLOR	
PART NAME	CAP & BOTTLE
UNIT mm.	SCALE 1 : 1

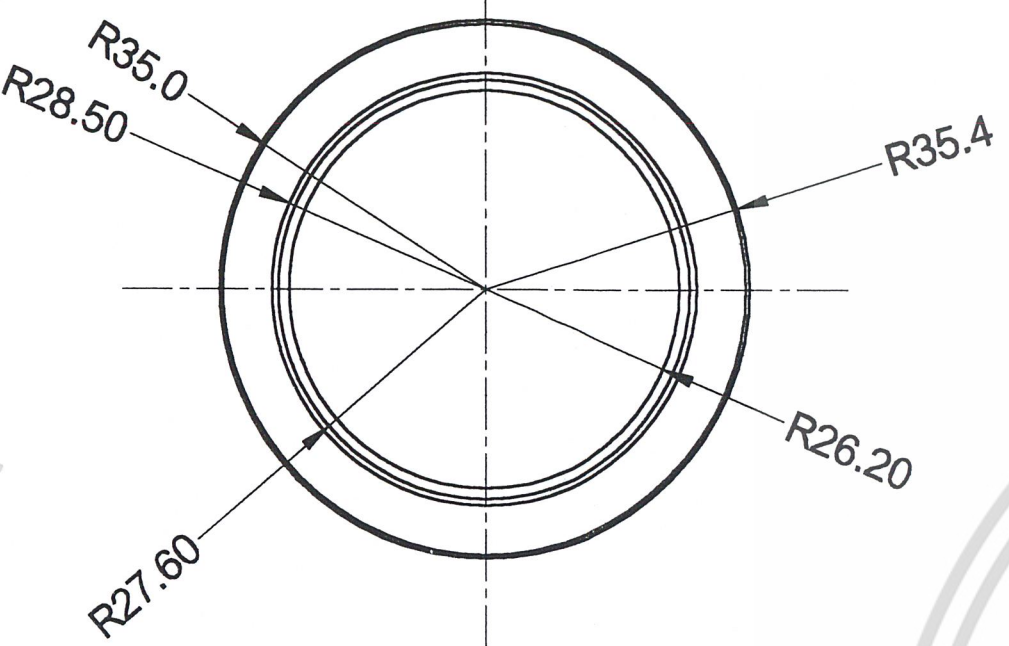
BACKGROUND COLOR PART 1



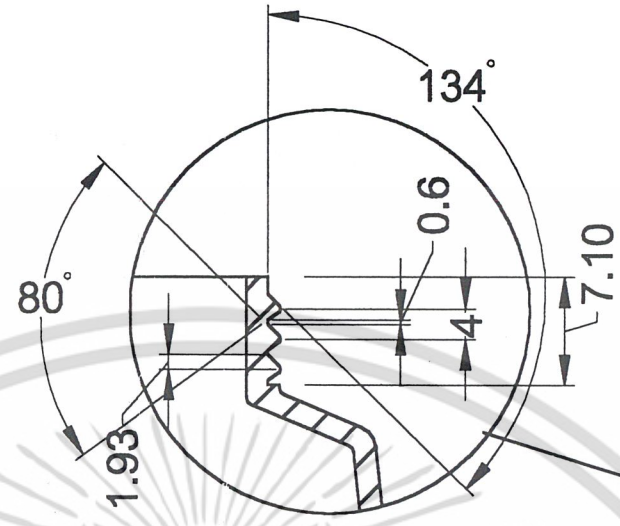
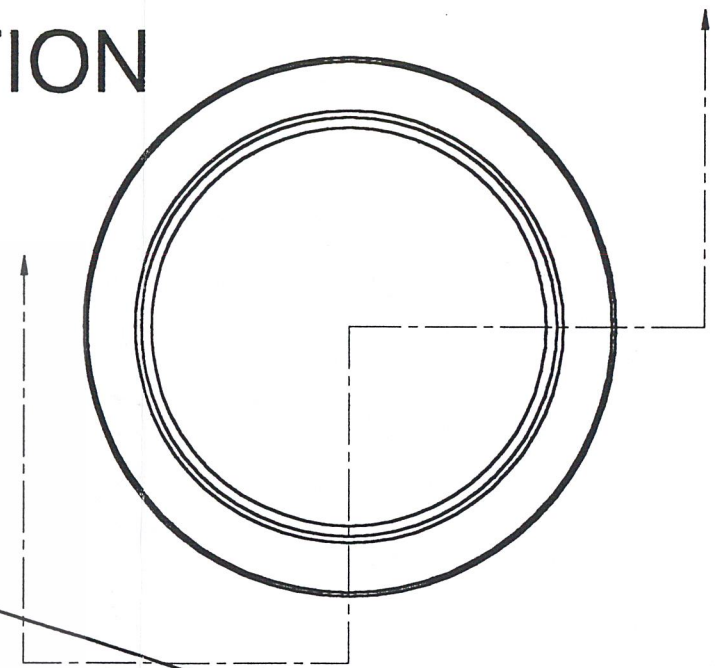
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

CREATIS HOBBY COLORS	
BACKGROUND COLOR	
PART NAME	CAP
UNIT mm.	SCALE 1 : 1

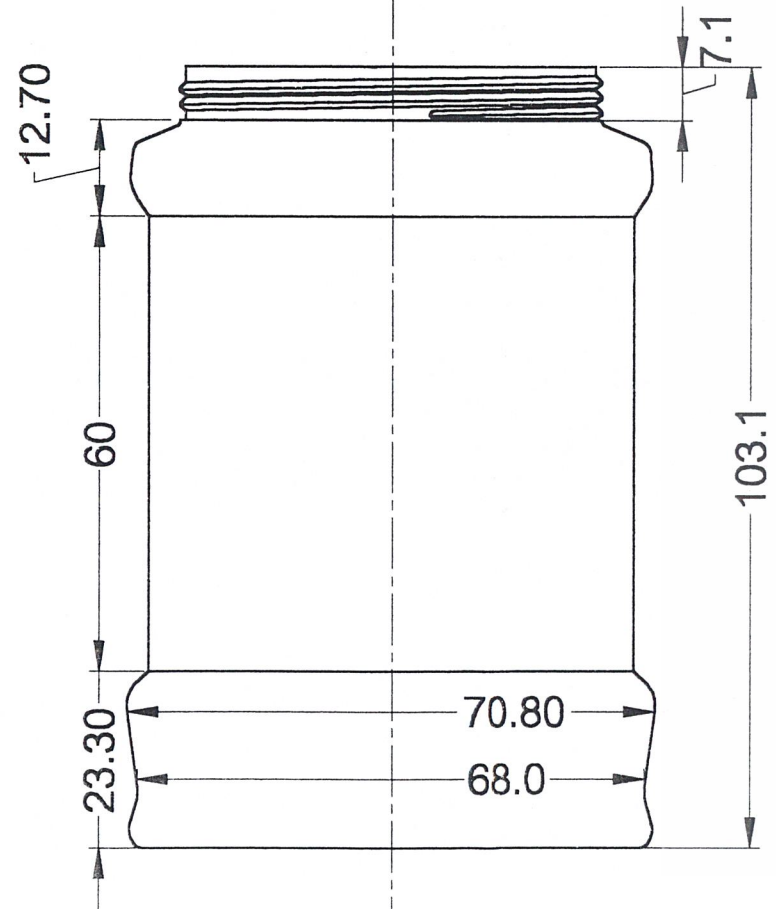
TOP VIEW



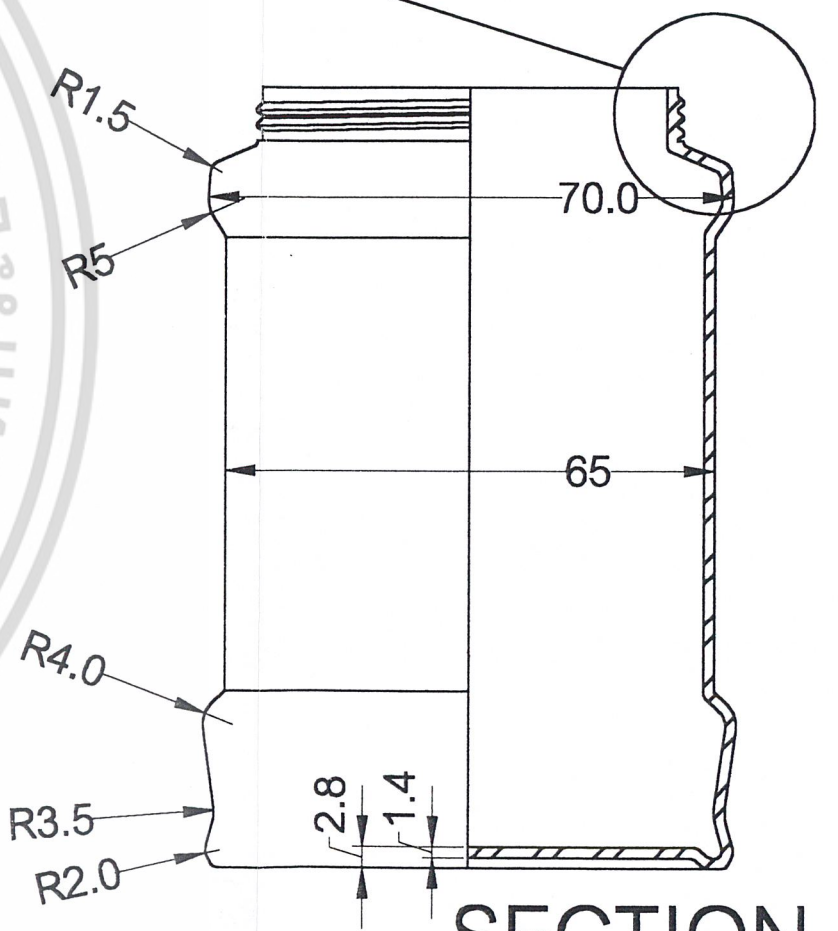
SECTION H-H'



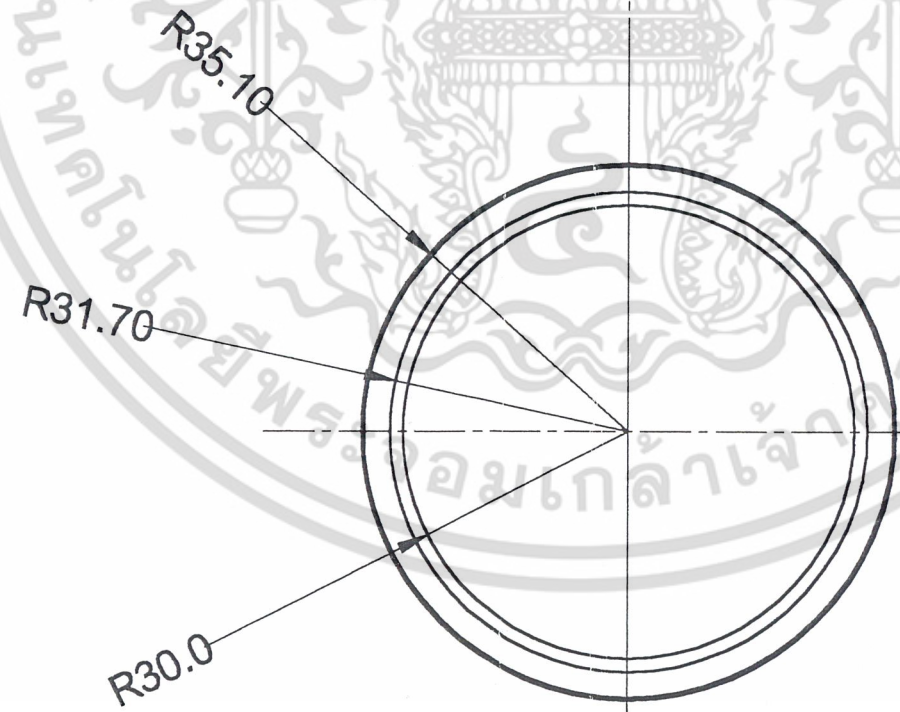
DETAIL E  
SCALE 2 : 1



FRONT VIEW



SECTION H-H'

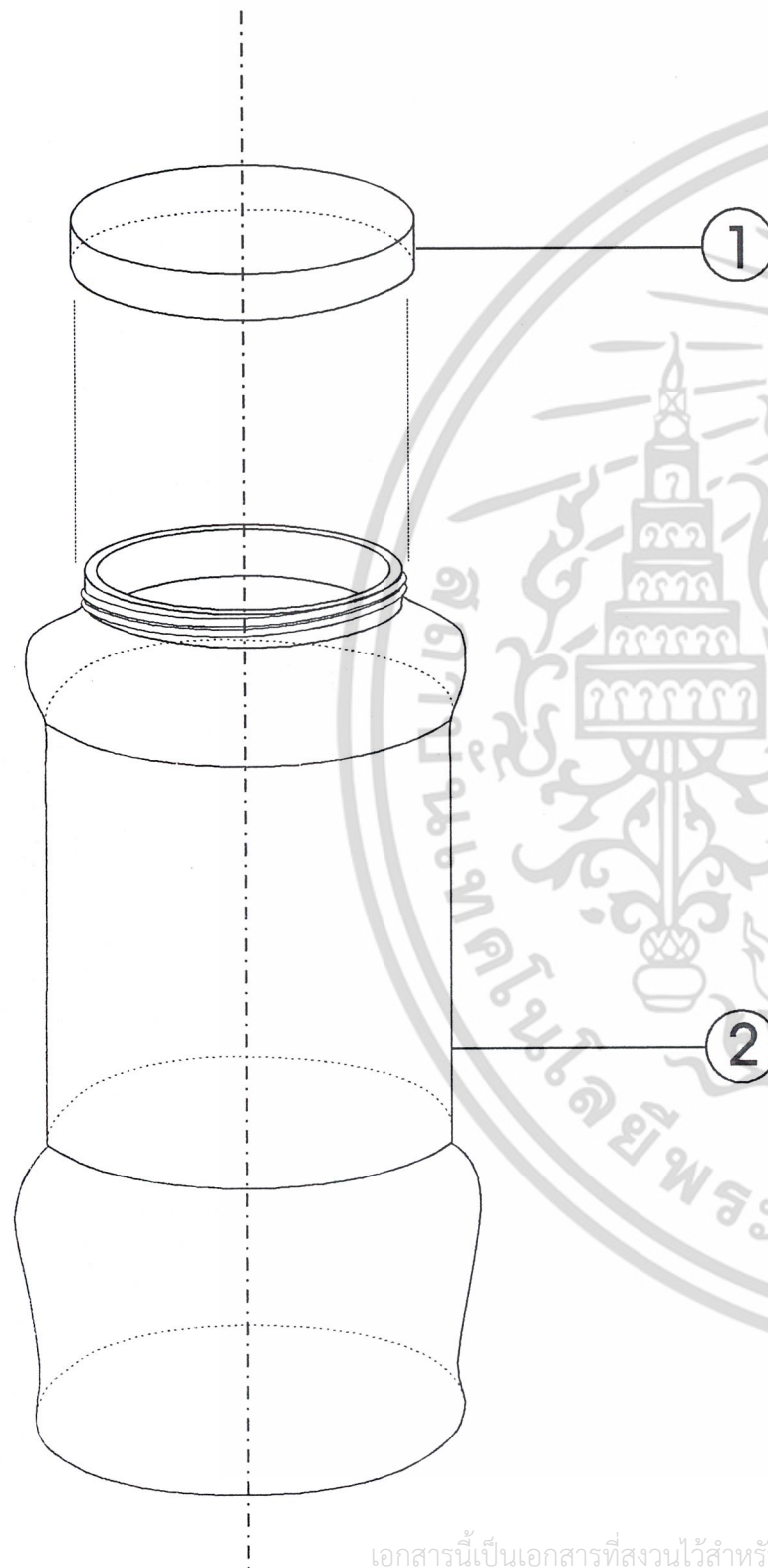


BOTTOM VIEW

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น มิใช่เพื่อใช้ในประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

CREATIS HOBBY COLORS	
BACKGROUND COLOR	
PART NAME	BOTTLE
UNIT mm.	SCALE 1 : 1

## Assembly Tanin Blocking Sealer Bottle

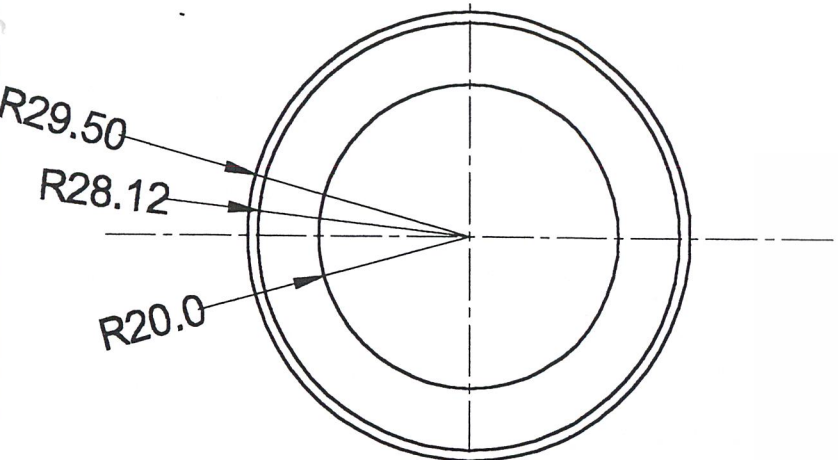


### Specification

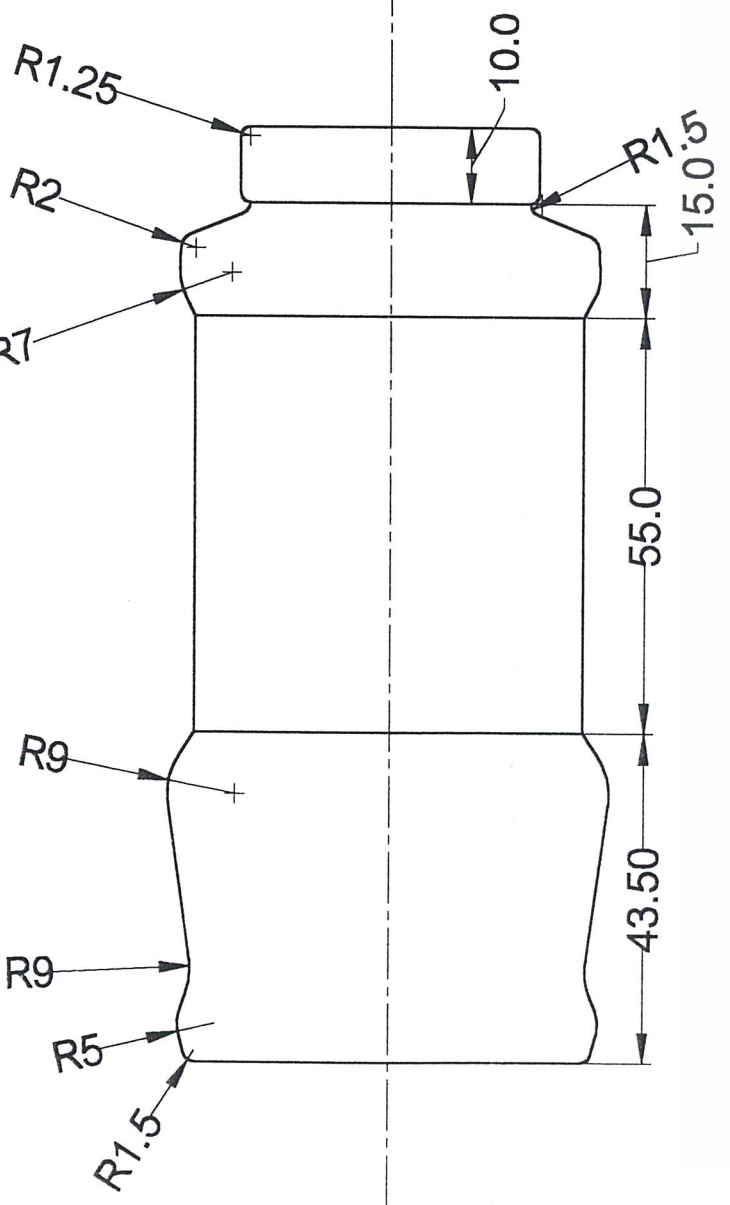
Number	Part Name	Color	Material	Process
1	Cap	Green	HDPE	Injection
2	Bottle	White	LDPE	Blow Molding

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

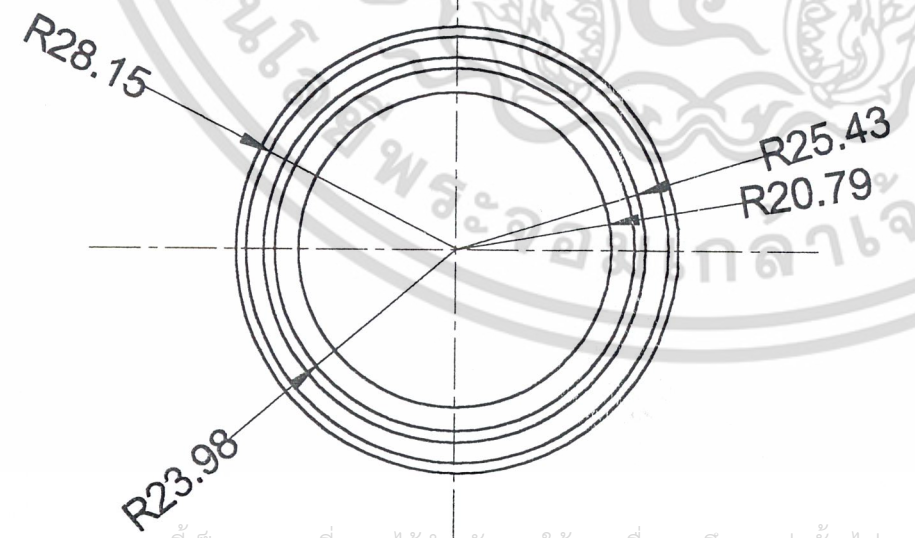
TOP VIEW



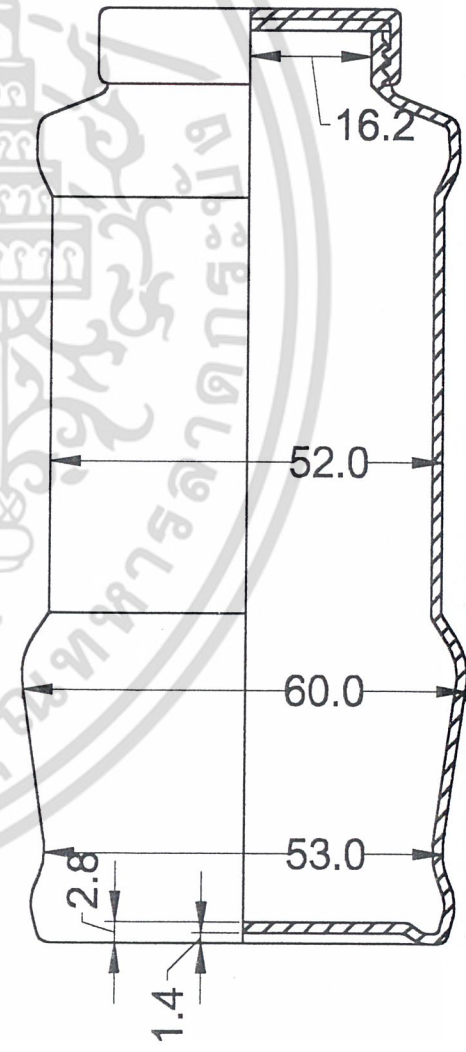
SECTION D-D'



FRONT VIEW



BOTTOM VIEW

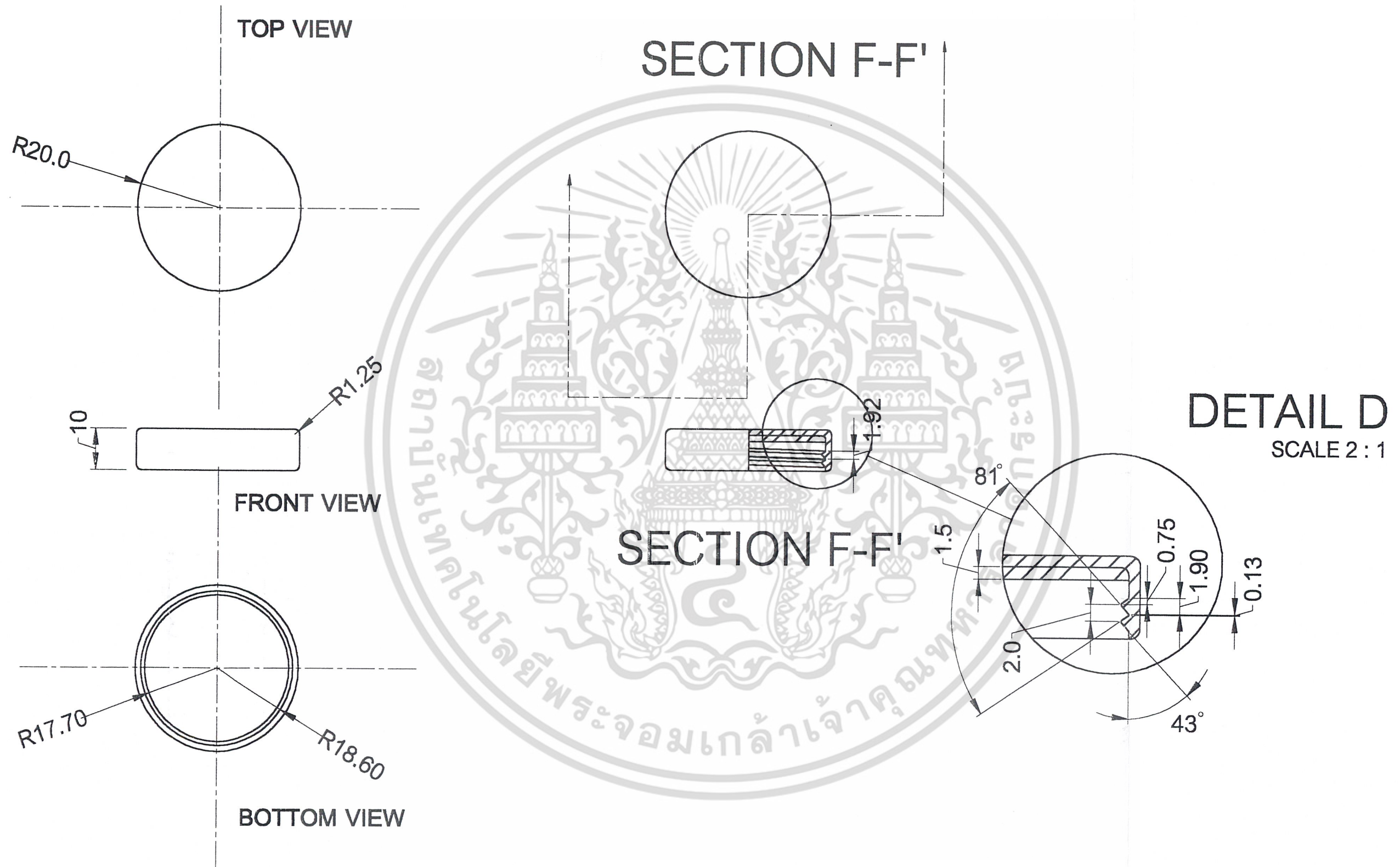


SECTION D-D'

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น หากมีข้อสงสัยหรือต้องการข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อเจ้าหน้าที่ของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

CREATIS HOBBY COLORS	
TANNIN BLOCKING SEALER	
PART NAME	CAP & BOTTLE
UNIT mm.	SCALE 1 : 1

# TANNIN BLOCKING SEALER PART 1

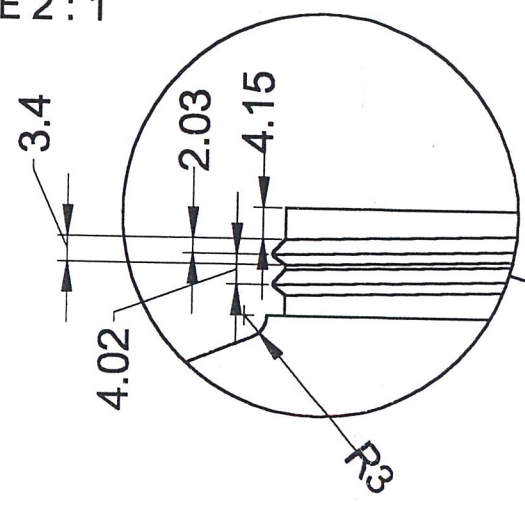


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

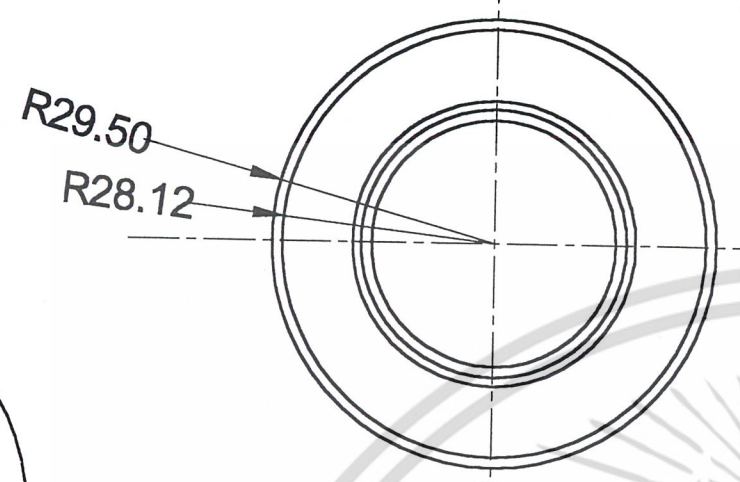
CREATIS HOBBY COLORS	
TANNIN BLOCKING SEALER	
PART NAME	CAP
UNIT mm.	SCALE 1 : 1

# TANNIN BLOCKING SEALER PART 2

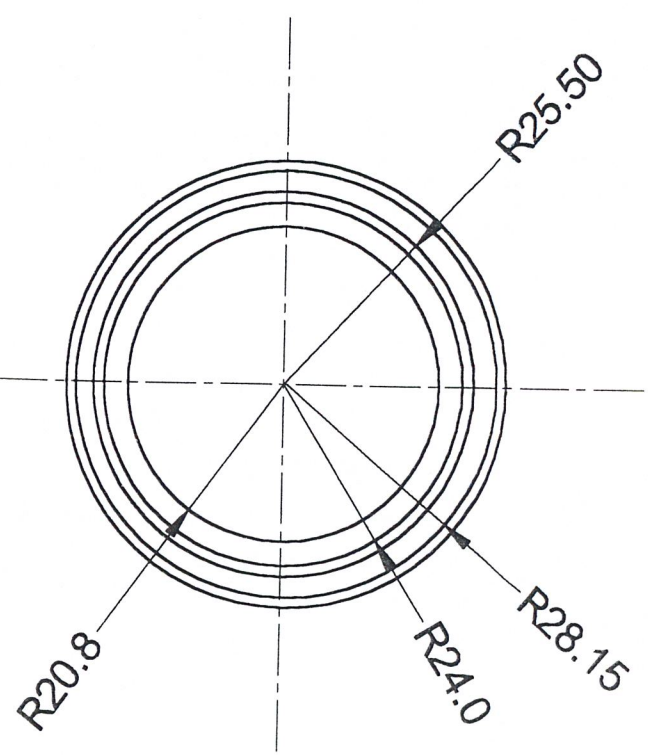
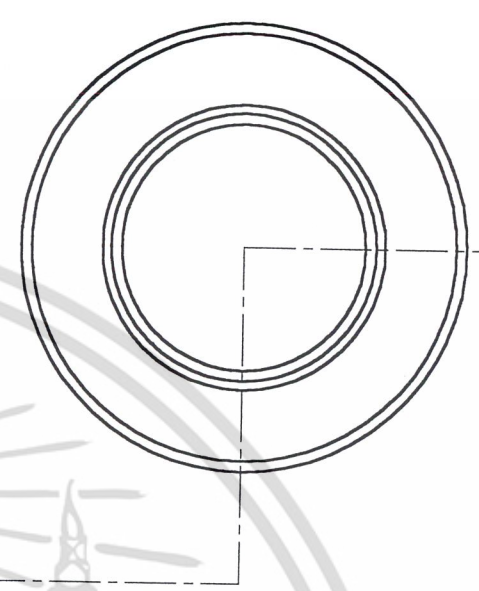
## DETAIL C SCALE 2 : 1



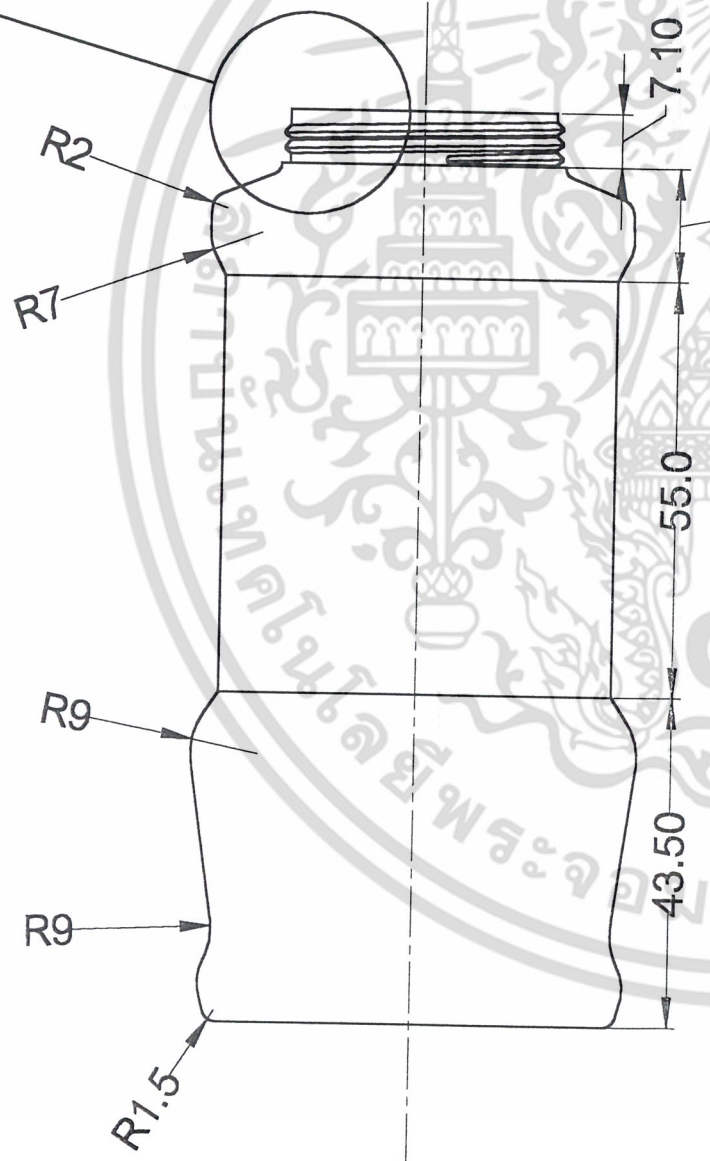
## TOP VIEW



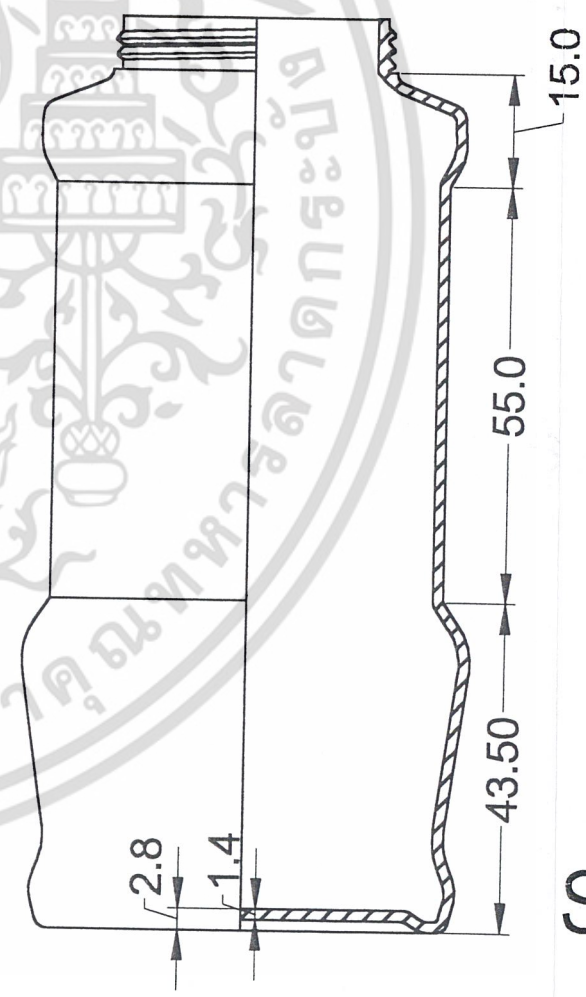
## SECTION E-E'



## BOTTOM VIEW



## FRONT VIEW

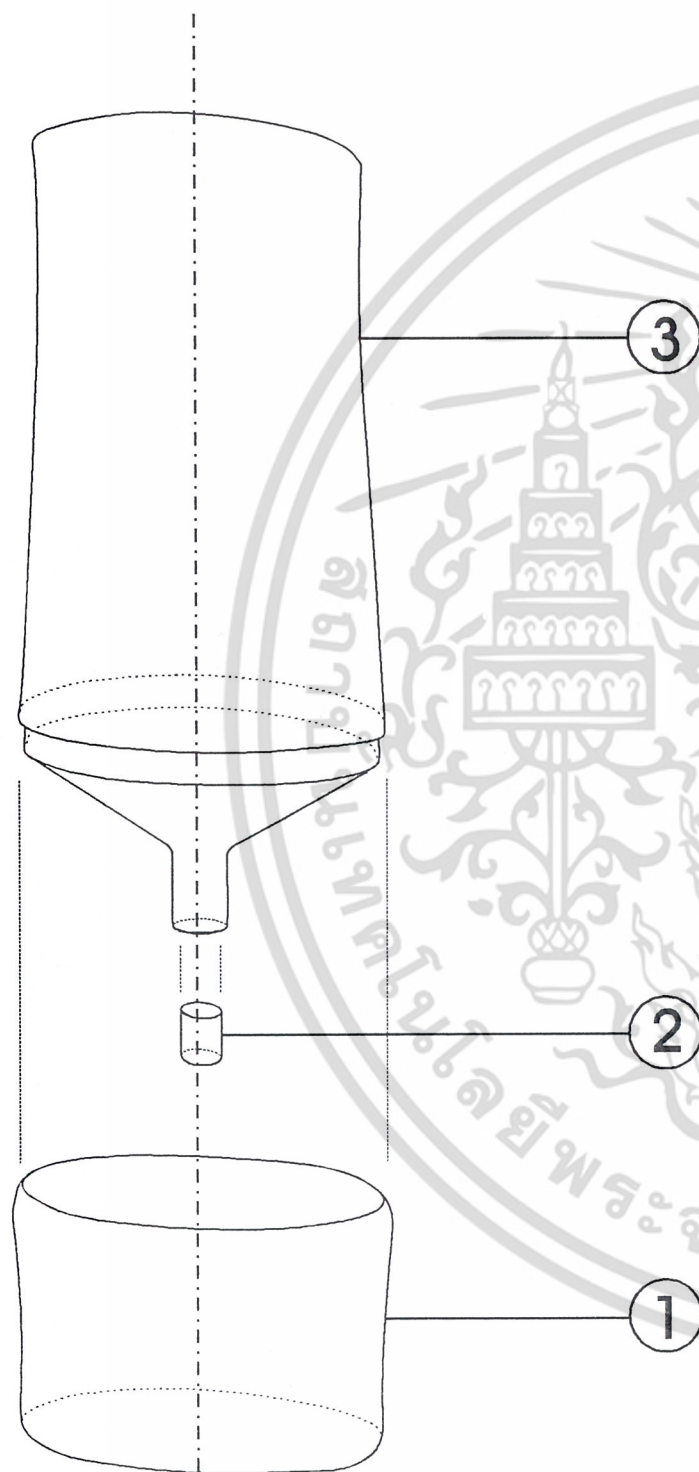


## SECTION E-E'

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามแก้ไขตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

CREATIS HOBBY COLORS	
TANNIN BLOCKING SEALER	
PART NAME	BOTTLE
UNIT mm.	SCALE 1 : 1

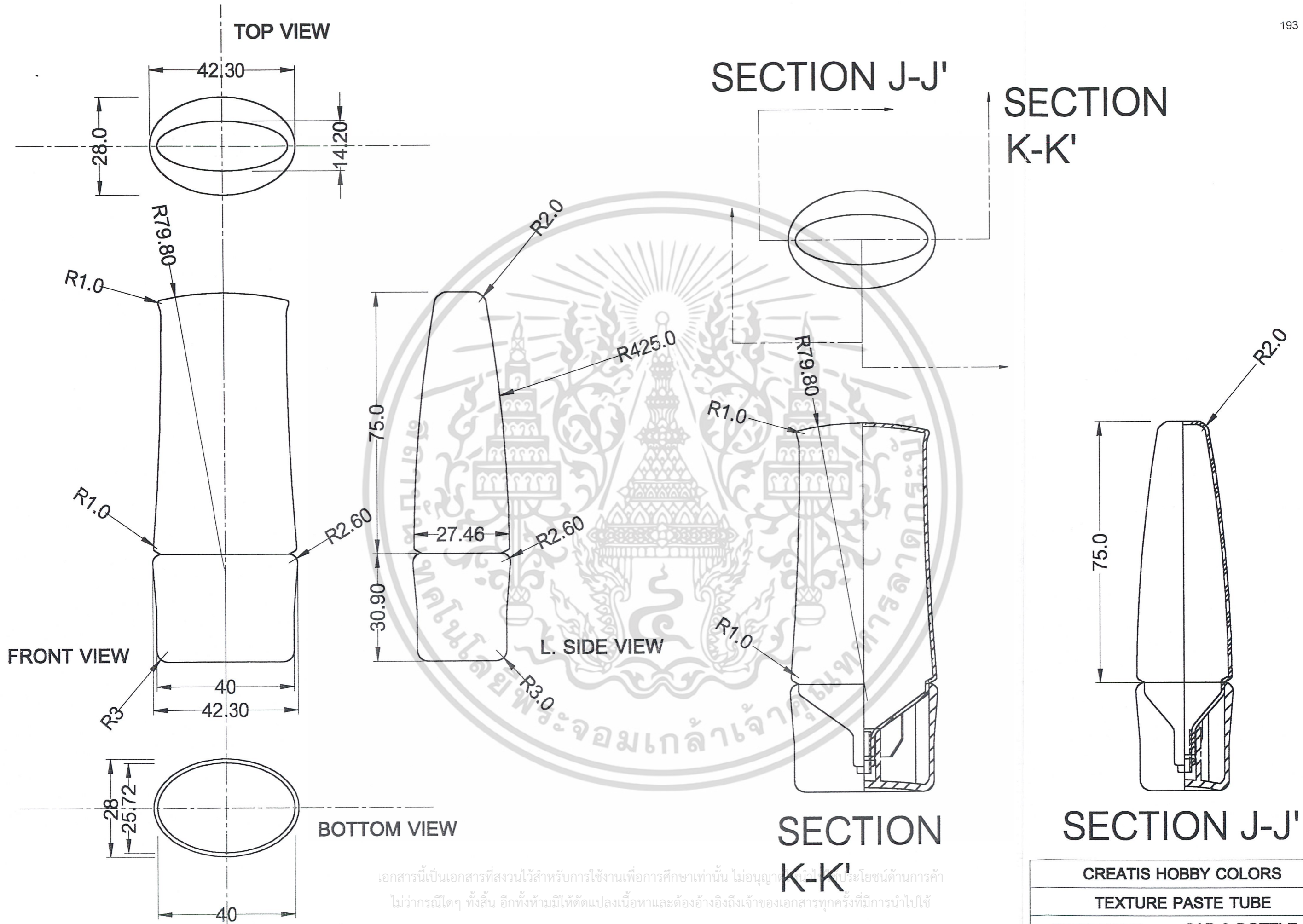
## Assembly Texture Paste Tube



### Specification

Number	Part Name	Color	Material	Process
1	Cap	Red	HDPE	Injection
2	Tube	Silver	Stainless	Extrusion
3	Bottle	White	LDPE	Blow Molding

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

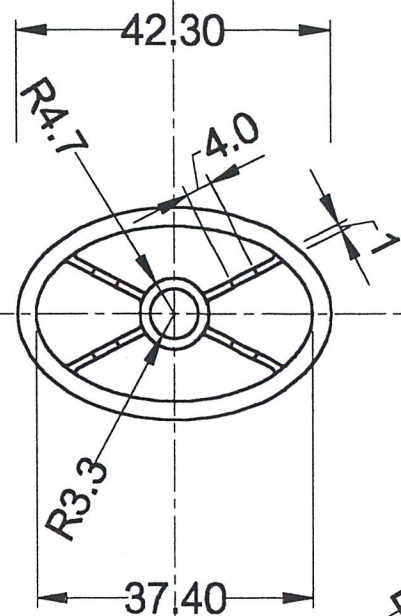


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

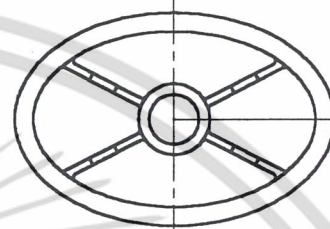
CREATIS HOBBY COLORS	
TEXTURE PASTE TUBE	
PART NAME	CAP & BOTTLE
UNIT	mm. SCALE 1 : 1

TEXTURE PASTE TUBE PART 1

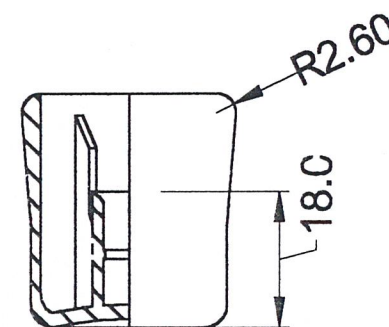
TOP VIEW



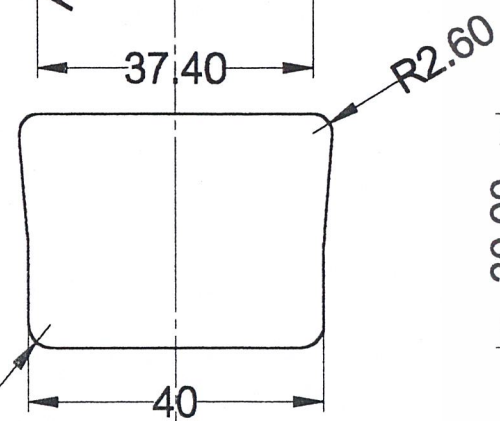
SECTION N-N'



SECTION O-O'

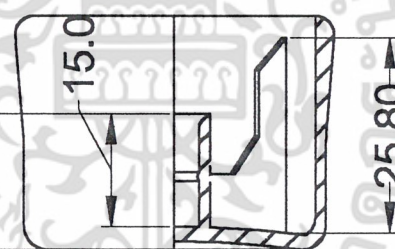


FRONT VIEW

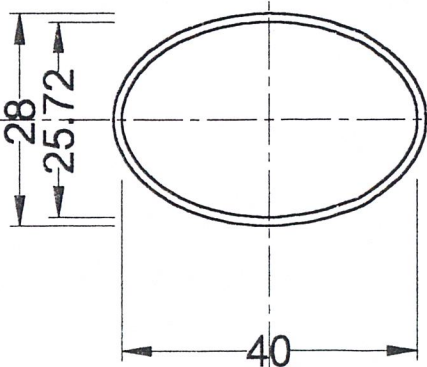


L. SIDE VIEW

SECTION O-O'



SECTION N-N'

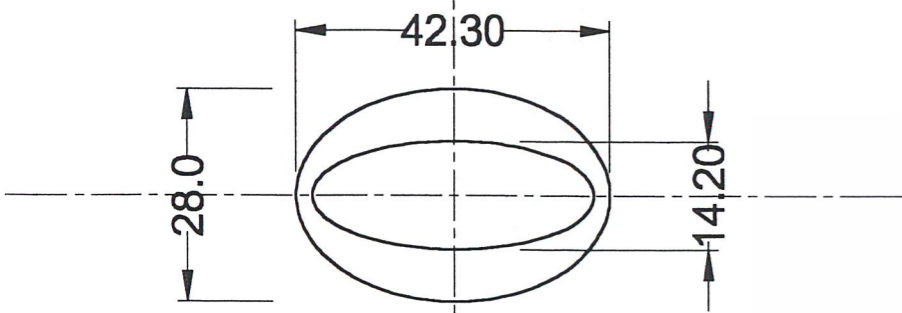


BOTTOM VIEW

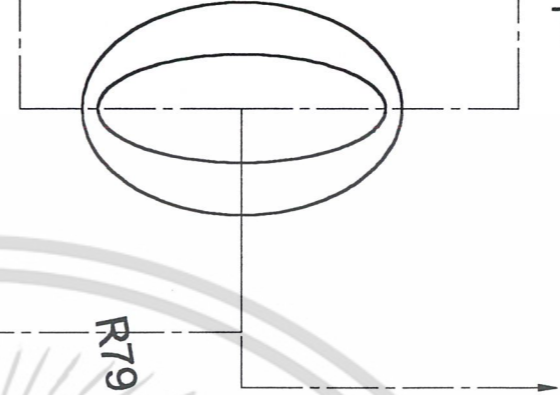
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

CREATIS HOBBY COLORS	
TEXTURE PASTE TUBE	
PART NAME	CAP
UNIT mm.	SCALE 1 : 1

TOP VIEW

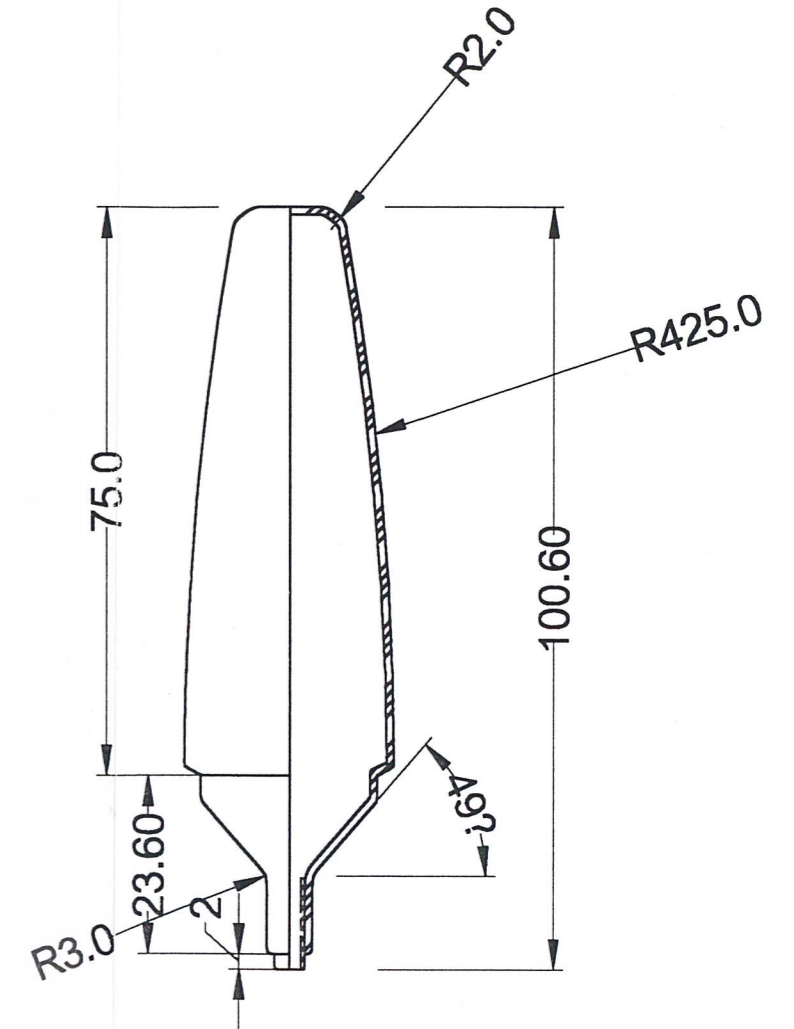
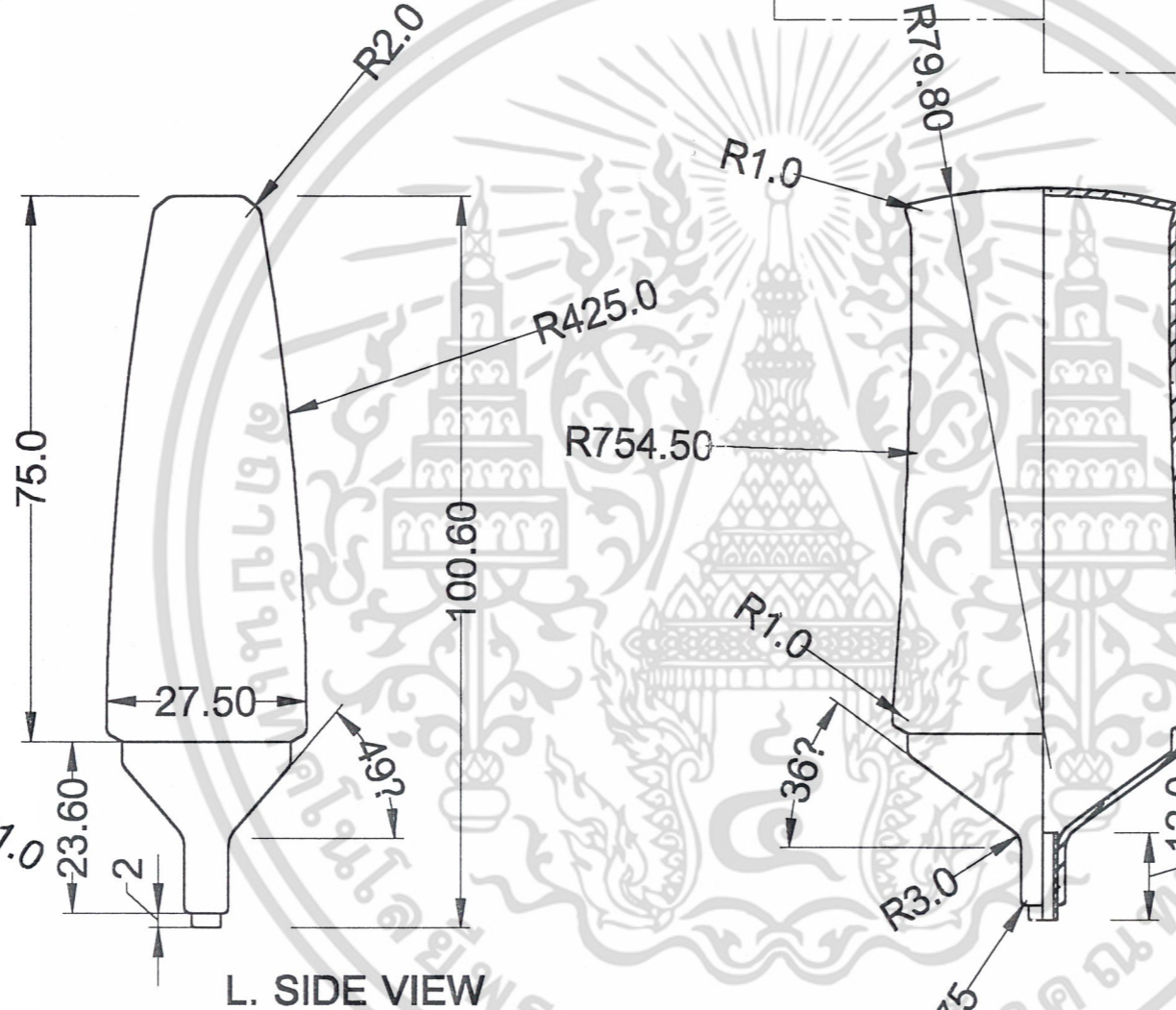
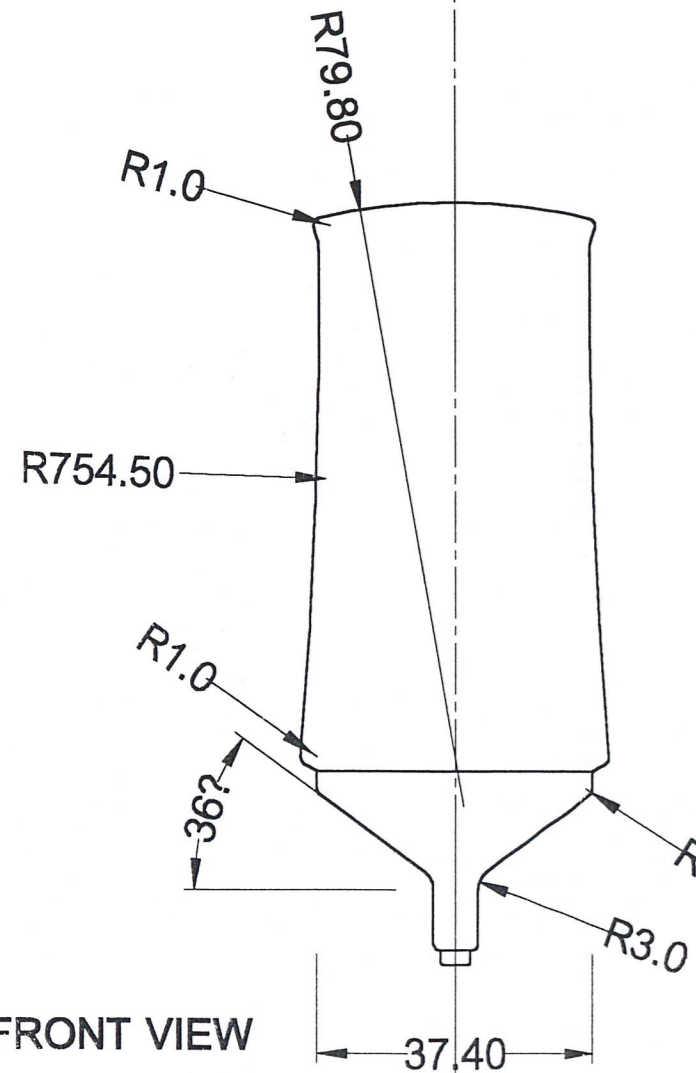


SECTION L-L'



SECTION M-M'

TEXTURE PASTE PART 2 AND PART 3



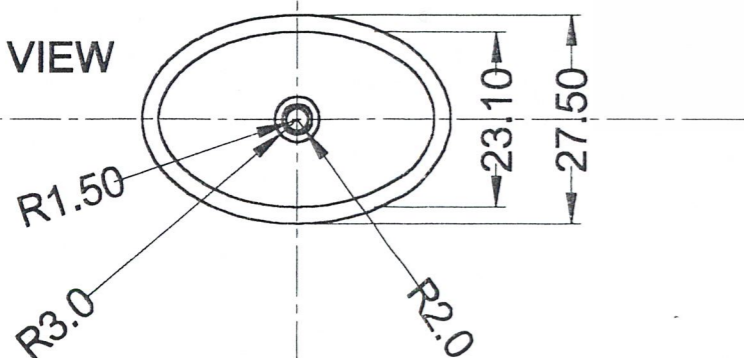
FRONT VIEW

L. SIDE VIEW

SECTION M-M'

SECTION L-L'

BOTTOM VIEW



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

CREATIS HOBBY COLORS	
TEXTURE PASTE TUBE	
PART NAME	BOTTLE
UNIT mm.	SCALE 1 : 1



## **บทที่ 5**

### **บทสรุป**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 5. สรุปผลการออกแบบ และข้อเสนอแนะ

### สรุปผลการออกแบบของบรรจุภัณฑ์สี Creatis สำหรับงานอดิเรก

1. การออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์สีสำหรับงานอดิเรก มีความแตกต่างจากสีอื่น ๆ ทั่วไป ได้อย่างเด่นชัด ซึ่งสามารถทำให้สีสำหรับงานอดิเรกเป็นที่โดดเด่นสะดุดตา ประกอบกับเป็นการง่ายที่จะทำให้ผู้บริโภครู้จัก และจดจำสินค้าได้ง่าย
2. สามารถออกแบบได้ตรงตามวัตถุประสงค์ หรือจุดขายของผลิตภัณฑ์ที่ตั้งไว้ ทั้งทางด้านความเป็นงานอดิเรก กลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้บริโภคระดับบน ความเป็นศิลปะ และความหรูหราอย่างมีคุณค่า เป็นต้น
3. การแบ่งแยกหมวดหมู่ของตัวผลิตภัณฑ์แต่ละกลุ่ม สามารถแบ่งแยกกันอย่างเด่นชัด มีเฉพาะบรรจุภัณฑ์ของสีผสมต่างๆ ในประเภทสีผสมเท่านั้นที่ยังมีความแตกต่างของสีผสมแต่ละขวด ไม่เด่นชัดเท่าที่ควร เนื่องจากตัวแถบสีที่แตกต่างกันของแต่ละขวด มีขนาดไม่ใหญ่มากนัก
4. รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ สามารถสร้างทัศนคติที่ดี และส่งเสริมภาพลักษณ์ ของสินค้าที่ผลิตภายในประเทศ
5. การออกแบบได้ดำเนินตามแนวทางการศึกษาข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ ตามขั้นตอนอย่างมีระบบ
6. การออกแบบภายในโครงการเป็นโครงการเพื่อการศึกษา เพื่อให้นักศึกษาสามารถใช้ความสามารถในการออกแบบได้อย่างเต็มที่ โดยอ้างอิงถึงหลักความเป็นจริงควบคู่กันไป ซึ่งมีความแตกต่างจากการทำงานจริงเล็กน้อย ที่ต้องคำนึงถึงงบประมาณ ต้นทุนการผลิตเป็นสำคัญ และปัจจัยอื่นๆ อีกหลายด้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ข้อเสนอแนะของนักศึกษา

ตลอดระยะเวลาการทำวิทยานิพนธ์ที่ผ่านมา ทำให้ได้ประสบการณ์ต่างๆหลายอย่างเพิ่มขึ้นนอกเหนือจากในวิชาเรียน และใช้ความรับผิดชอบเป็นอย่างมากและการตัดสินใจด้วยตนเองที่รอบคอบพอสมควรสำหรับการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ และที่ขาดไม่ได้คือคำแนะนำและคำปรึกษาที่ดีจากอาจารย์ทุกท่าน ซึ่งทำให้งานสามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ ข้าพเจ้าต้องขอขอบพระคุณว่าวิทยานิพนธ์ ทำให้ข้าพเจ้ามีความรู้ ความเข้าใจในวิชา Packaging Design มากขึ้นไม่มากก็น้อย ซึ่งในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต่างๆนั้น ไม่ใช่เพียงแต่การออกแบบกราฟฟิกเพื่อความสวยงามเท่านั้น การออกแบบบรรจุภัณฑ์ยังต้องศึกษาและคำนึงถึงด้านต่างๆอีกหลายด้าน ทั้งทางด้านการตลาด ความเป็นไปได้ การศึกษาคู่แข่ง การวางแผนทางการตลาดที่รอบคอบ และอื่นๆอีกมาก สำหรับการทำงานต่อไป

### ข้อเสนอแนะของอาจารย์

การทำวิทยานิพนธ์เป็นแบบฝึกหัดหนึ่งที่นักศึกษาต้องผ่านการทำงานด้วยความพยายามต้องรวบรวมความรู้ทั้งหมดที่ได้ร่ำเรียนมาใช้ในการทำงาน ดังนั้นจึงอาจเปรียบได้กับการทำงานที่ได้นำเอาความรู้ทุกแขนงในการเรียนตลอด 5 ปีมาผสมผสานแล้วใช้กับการทำงานอย่างเหมาะสม การนำเอาประสบการณ์จากการเรียนการศึกษามาใช้ไม่เว้นแต่เรื่องการออกแบบ การติดต่อ หรือการสื่อสารต่อผู้ซึ่งรับข้อมูลเพื่อให้สามารถถ่ายทอดความคิด ความรู้ และความเข้าใจได้อย่างถูกต้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บรรณานุกรมและเอกสารอ้างอิง

- อรสา จิรวิญญู, เอกสารประกอบการเรียนวิชาออกแบบบรรจุภัณฑ์ ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- ข้อมูล และเอกสารอ้างอิงจากโพลศูนย์วิจัยกสิกรไทย
- ข้อมูล และเอกสารอ้างอิงจากห้องสมุดฐานเศรษฐกิจ
- ข้อมูล และเอกสารอ้างอิงจากห้องสมุดคู่แข่ง
- ข้อมูล และเอกสารอ้างอิงจากทางบริษัท ไชแมค อาร์ต แอนด์ เดคคอร์ด เพนท์จำกัด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ประวัติการศึกษา

ชื่อ	นางสาวภริณี ภูวเศรษฐ์
<u>ประวัติการศึกษา</u>	
ระดับประถมศึกษา	โรงเรียนพระมารดานิจจานุเคราะห์ ปีการศึกษา 2526-2531
ระดับมัธยมศึกษา	โรงเรียนพระมารดานิจจานุเคราะห์ ปีการศึกษา 2532-2537
ระดับปริญญาตรี	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ปีการศึกษา 2538-2542 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้