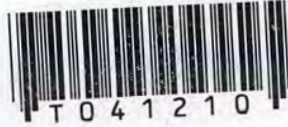


โครงการออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์  
ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บ "Nelvitt"

Graphic & Packaging design for hand and nail care product



เลขที่.....  
เลขทะเบียน... 41210  
วัน, เดือน, ปี 19 S.A. 2544

b.....
i.....

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต  
ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ปีการศึกษา 2543-44

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

๒๕๔๓-๔๔

# สารบัญ

บทคัดย่อ  
คำนำ  
อนุมติผล

	หน้า
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	1
ความเป็นไปได้ของโครงการ	7
ขอบเขตของโครงการ	8
เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา และแนวทางแก้ไข	16
แนวทางการศึกษาวิจัย	38
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	38
<b>บทที่ 2 การค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูล</b>	
2.1 ข้อมูลทางการตลาดของเครื่องสำอางประเภท Skin care	39
2.1.1 ข้อมูลทั่วไปของเครื่องสำอางประเภท Skin care	39
2.1.2 ขนาดของตลาดและแนวโน้มของตลาดในอนาคต	41
2.1.3 แนวความคิดของตลาดผลิตภัณฑ์ประเภทดูแลสุขภาพมือและเล็บ	45
2.1.4 ลักษณะกลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บ	47
2.1.5 ฤดูกาลที่จัดจำหน่าย	48
2.1.6 วิเคราะห์และสรุปข้อมูลที่มีผลต่อการออกแบบ	48
2.2 ข้อมูลทั่วไปของผลิตภัณฑ์คู่แข่ง	49
2.2.1 การวิเคราะห์เปรียบเทียบลักษณะโดยรวมของคู่แข่ง	51
2.2.2 วิเคราะห์เปรียบเทียบแต่ละผลิตภัณฑ์ ข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบ ของคู่แข่งแบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์	63
2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภค	85
2.3.1 วิเคราะห์ลักษณะพิเศษของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	86
2.3.2 การศึกษาจิตวิทยาของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	87
2.3.3 วิเคราะห์และสรุปความต้องการของผู้บริโภคที่มีผลต่อการออกแบบ	90

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 ข้อมูลทั่วไปของผลิตภัณฑ์	91
2.4.1 ความเข้าใจเกี่ยวกับการดูแลสภาพมือและเล็บ	91
2.4.2 ชนิดและรูปแบบการใช้งานผลิตภัณฑ์ดูแลสภาพมือและเล็บ	96
2.4.3 เงื่อนไขและความจำเป็นด้านบรรจุภัณฑ์	101
2.4.4 วิเคราะห์และสรุปข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการออกแบบ	110
2.5 ข้อมูลทั่วไปของบริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด	111
2.5.1 ประวัติความเป็นมาและโครงสร้างของบริษัท	111
2.5.2 นโยบายและแนวทางการดำเนินงาน	112
2.5.3 ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายในปัจจุบัน	113
2.5.4 ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่คาดว่าจะจำหน่ายในอนาคต	115
2.6 ข้อมูลด้านวัสดุและกรรมวิธีการผลิต	118
2.6.1 วิเคราะห์และสรุปวัสดุและระบบการพิมพ์ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ขวด	118
2.6.2 วิเคราะห์และสรุปวัสดุและระบบการพิมพ์ในการผลิตบรรจุภัณฑ์หลอดบีบ	119
2.6.3 วิเคราะห์และสรุปวัสดุและระบบการพิมพ์ในการผลิตบรรจุภัณฑ์กล่อง	121
2.7 ข้อมูลด้านกฎหมาย	122
<b>บทที่ 3 การพัฒนาการออกแบบ</b>	
3.1 เงื่อนไขข้อมูลเบื้องต้น และการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ	125
3.2 แนวความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์	132
3.2.1 สรุปแนวความคิดในการออกแบบ	133
3.2.2 การพัฒนาปรับปรุงแบบ (Development)	134
3.3 การวิเคราะห์การออกแบบและการประเมินค่า	145
<b>บทที่ 4 การเสนอผลงานการออกแบบ</b>	
4.1 ภาพถ่ายย่อแผ่นเสนองาน	148
4.2 ภาพถ่ายย่ออาร์ตเวิร์ค	163

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5 บทสรุป

5.1 สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะของนักศึกษา 166

5.2 สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา  
และคณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์ 167

บรรณานุกรมและเอกสารอ้างอิง 168

ภาคผนวก 169

ประวัติการศึกษา 183



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## ด้านผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บ (Hand & Nail care) แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

### 1.ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับมือ

1.1.1 ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดมือ

1.1.2 ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวมือ

### 2.ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเล็บ

1.2.1 ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดเล็บ

1.2.2 ผลิตภัณฑ์บำรุงเล็บ

### 3. Accessory

## กลุ่มเป้าหมาย

เพศ : หญิง

กลุ่มเป้าหมาย : กลุ่มผู้ใหญ่ อายุ 26 - 49 ปี

บุคลิกพิเศษ : เป็นผู้หญิงทันสมัยติดตามข่าวสารทันเหตุการณ์ มีบุคลิกคล่องแคล่ว มั่น

ใจในตัวเอง ชอบเข้าสังคม, การสังสรรค์ รักสวยรักงาม ใช้ชีวิตทันสมัย ใส่ใจต่อสุขภาพ, ผิวพรรณ เลือกรสสิ่งที่ดีมีประโยชน์ให้แก่ตนเอง

รสนิยม : ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มาตรฐาน มีระดับ มีความทันสมัย เลือกใช้สินค้าที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ บ่งบอกรสนิยมของผู้ซื้อ

## ด้านการจัดจำหน่าย แบ่งได้ 2 ลักษณะ คือ

1. Booth ส่งเสริมการขายในแผนกเครื่องสำอางของห้างสรรพสินค้าชั้นนำ

2. Booth ส่งเสริมการขายในร้าน Health care เช่น Boots เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## กิตติกรรมประกาศ

ในที่สุด..การทำวิทยานิพนธ์ก็ได้เดินทางมาจนสุดปลายทางแล้ว การเดินทางอันยาวนาน (แสนนาน) ได้มอบประสบการณ์ที่มีค่าต่างๆ ให้มากมาย ทั้งกำลังใจในยามที่รู้สึกเหนื่อย..ท้อแท้ และความหวังที่มีให้ ได้ช่วยประคับประคองจิตใจให้มีกำลังลุกขึ้นสู้ต่อไป...

การทำวิทยานิพนธ์จะสำเร็จไม่ได้ ถ้าขาดบริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง ที่ช่วยสนับสนุนในด้านข้อมูลต่างๆ ..คุณสัมฤทธิ์ อนุภักดี (ผู้จัดการฝ่ายบริหารบุคคลและธุรการ) ช่วยประสานงานทำให้การติดต่อฝ่ายต่างๆ ทำได้สะดวกยิ่งขึ้น พี่เหม่ม(คุณรสสิริ)ฝ่าย Marketing เครื่องสำอางนิโคล ให้ความช่วยเหลือด้านข้อมูลการตลาดและรูปภาพสวยๆ ประกอบข้อมูล และพนักงานหญิงอีกหลายๆ คน ที่ช่วยกรอกแบบสอบถาม ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการออกแบบอย่างมาก

และพี่ๆ The Body Shop สาขาเซ็นทรัลลาดพร้าว ,คุณเปิ้ลฝ่าย Marketing สำหรับความกรุณาที่มีให้ รวมทั้งภาพถ่ายและภาพสไลด์สวยๆ ใช้ประกอบข้อมูล

ขอขอบคุณคุณพิทยเณทร์ บริษัทคอนิเมก จำกัด ที่สละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษาในเรื่องของพลาสติกและการ Silk screen อย่างใส่ใจ ขอขอบคุณค่ะ

และขอขอบพระคุณ...

คุณพ่อ คุณแม่ ผู้อยู่เบื้องหลังของความสำเร็จในทุกๆ เรื่อง ให้ความรักและความเข้าใจเสมอมา คอยให้กำลังใจในยามที่รู้สึกท้อแท้และสิ้นหวัง รวมทั้งพี่ชายและน้องสาวที่น่ารัก คอยช่วยจัดการธุระหลายๆ อย่าง ทำให้เรามีเวลาในการทำงานได้อย่างเต็มที่

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ได้ให้ชีวิต ความภาคภูมิใจ และเรียนรู้จักการใช้ชีวิตร่วมกันทั้งยามสุขและทุกข์ ไม่เคยทอดทิ้งกัน

อาจารย์ทุกๆ ท่านผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ให้คำปรึกษาและแนะแนวทางในการทำงาน ทำให้มีมุมมองความคิดที่กว้างขึ้น ที่จะมองข้ามไม่ได้เลยคืออาจารย์สมนึก (อาจารย์Metal และพี่เก่า) อีกทั้งอาจารย์ในกลุ่มวิชาออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ให้ความกรุณาตลอดเวลาในการทำวิทยานิพนธ์ และอาจารย์สุรพลที่คอยไต่ถามทุกข์สุขอยู่เสมอ

พี่เก่าอีกหลายๆ คน (พบได้ตามงานรื่นเริงทั่วไป) ที่ไม่เคยทอดทิ้งน้องๆ เวลาที่ต้องการความช่วยเหลือ..พี่เซอร์รี่(พี่เก่าสน.), พี่จำ, พี่ลาภ(พี่เก่าคอ.) ฯลฯ และโดยเฉพาะพี่ท็อป(นายรณชัย บัญญัติ) เป็นพี่รหัสที่คอยดูแล(อยู่ห่างๆ)ตั้งแต่ปี1 จนถึงปัจจุบันและ(คงจะ)ตลอดไป

เพื่อนๆ กลุ่มPackage ที่ร่วมทุกข์ร่วมสุขตลอดเวลาในการทำวิทยานิพนธ์ กุ๊ก(อุไรลักษณ์) , เดียร์(ชนกพรรณ) ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับงานที่ตีเสมอมา, เมย์(พรรณพิมล) คอยปรับทุกข์ให้กำลังใจกันตลอด , โบว์(สุภิญญา), ตี๋อบ(นลิน), ต้น(วรตม์) ช่วยติดเพลท(ในที่สูง)ให้กับเพื่อนๆ ทุกคน

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพื่อนๆ บ้านเช่า เป็น(กุลยา),จีบ(จิราวรรณ) ให้ความช่วยเหลือกันดูแลกันในทุกๆด้าน,จ๋าจ๋า (ศิริน) ร่วมต่อสู้ทำวิทยานิพนธ์จนถึงวันสุดท้าย,ตี(วิโรจน์)มือ3D Maxประจำบ้าน,ใจ้(เป็น) คอยดูแลความสงบภายในบ้าน ช่วยเหลือเพื่อนๆ ทุกคนอย่างไม่เกี่ยงงอน

เพื่อนๆ ร่วมรุ่นทุกคน ที่ทำให้ชีวิตในสถาบันมีความหมายมากขึ้น รวมทั้งรุ่นน้องอีกหลายคน และขอใจน้องๆ ที่คอยถามไถ่เรื่องงานอยู่เสมอ พี่ไม่มีอะไรให้ช่วยเหลือแต่ก็ต้องขอใจนะ

ขอขอบคุณ คุณพ่อคุณแม่ เมย์สำหรับอาหารอิมท้องทุกครั้งที่จะมาดูใจเด็กๆ และคุณพ่อคุณแม่ เดียร์สำหรับขนมชุดใหญ่ที่ได้ทั้งอิมกาย..อิมใจ

ขอใจเจ้า"อาย"แมวที่บ้าน ที่โดนเรากลั่นแกล้งให้หายเหงาได้เวลานานเถือ น้าเบือ

ขอใจ Computer ที่ทำข้อมูลหายหมดในวินาทีสุดท้าย ทำให้รู้สึกปล่อยวางมากขึ้น  
สุดท้ายแล้ว..กานต์ เมธางกูร ขอขอบคุณมากสำหรับความมีน้ำใจ ความอดทน ความเข้าใจและคอยช่วยเหลืองานทุกๆ อย่าง ฯลฯ ขอขอบคุณค่ะ



น.ส.ธนิษานต์ หอบุชราดัม

39025313

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรม  
ศาสตร์บัณฑิต



*พ.ศ. ๑๒*  
.....  
(อาจารย์พิมพ์ปราโมทย์ อุไรรงค์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



HR-PS 0597/2543

วันที่ 18 สิงหาคม 2543

เรื่อง การอนุมัติให้การสนับสนุนการทำวิทยานิพนธ์  
เรียน หัวหน้าภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม

ตามที่ นางสาวณิกานต์ หอบุชราคม นักศึกษาชั้นปีที่ 5 ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ได้ทำหนังสือถึงบริษัท เซ็นทรัล เทรดดิ้ง จำกัด เพื่อขอความอนุเคราะห์ ข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า และขออนุญาตใช้ชื่อบริษัท เป็นชื่อผู้ผลิตในการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "โครงการออกแบบกราฟฟิก และบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวพรรณมือและเล็บ ของบริษัท เซ็นทรัล เทรดดิ้ง จำกัด" เพื่อให้เกิดความเป็นไปได้ในด้านการผลิตและการจัดจำหน่าย

ทางบริษัท มีความยินดีที่จะให้การสนับสนุน ในการให้ข้อมูล และอนุญาตให้ใช้ชื่อบริษัท ในการทำวิทยานิพนธ์ ดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

ลงชื่อ

(นายชาติชาย นรเศรษฐาภรณ์)

Executive Vice President

Human Resources & Administration

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

CENTRAL TRADING CO., LTD.

3388/26-37 Summit Building 9-11th Floor Rama 4 Rd. Klong-toey Bangkok 10110 Tel. 367-5511-5 Fax. 367-5445-6

3388/26-37 อาคารสิรินรัตน์ ชั้น 9-11 ถนนพระราม 4 แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110



## บทที่ 1 บทนำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทนำ

ในปัจจุบันสภาวะแวดล้อมรอบตัวล้วนมีแต่มลภาวะเป็นพิษเกิดขึ้นมากมาย กิจกรรมในวันหนึ่งๆ ร่างกายเกือบทุกส่วนต้องเจอกับมลพิษตลอดเวลาทั้งจากควันพิษ, รังสี UV, เชื้อโรคต่างๆ ที่ลอยอยู่ในอากาศ ฯลฯ เราอาจสามารถปกป้องร่างกายส่วนอื่นจากมลพิษต่างๆ ได้ แต่สำหรับใบหน้าและมือแล้วเราไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้เลย โดยเฉพาะ มือและเล็บ--คือส่วนของผิวที่ต้องเสี่ยงกับมลภาวะต่างๆ ได้มากที่สุด รวมทั้งการจับหรือสัมผัสสิ่งของต่างๆ เมื่อมีการสัมผัสซ้ำที่จุดเดิมบ่อยๆ ยิ่งที่เคอะนูนๆ ขึ้นๆ ก็อาจจะแห้งกร้านได้ สารเคมีที่นำมาแต่งแต้มเล็บให้มีความสวยงามที่ใช้กันอยู่ทุกวันๆ ก็เช่นกัน เป็นตัวการสำคัญที่ทำให้สุขภาพเล็บอ่อนแอ เหลือง และเปราะบาง ทำให้มือและเล็บขาดความสวยงามไป ผู้หญิงในปัจจุบันจึงเล็งเห็นความสำคัญในการหันมาใส่ใจกับสุขภาพมือและเล็บมากขึ้น เลือกใช้ผลิตภัณฑ์เฉพาะด้านในการดูแลและเลือกสรรสิ่งที่ใส่มาช่วยฟื้นฟูให้มือและเล็บ ให้สุขภาพที่ดีส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บได้รับความนิยมและเป็นที่ต้องการมากขึ้น

การที่มือและเล็บมีสุขภาพดี ดูสวยงาม บ่งบอกถึงการได้รับความเอาใจใส่อย่างถูกวิธี ให้สิ่งที่มีประโยชน์ที่จำเป็นต่อผิวมือและเล็บอย่างสม่ำเสมอ และใช้ผลิตภัณฑ์เฉพาะด้านที่ดูแลมือและเล็บโดยตรง ก็จะทำให้เกิดประสิทธิผลที่ดีที่สุด ผู้หญิงไทยในปัจจุบันเพิ่งหันมาใส่ใจ ให้ความสำคัญ และดูแลมือและเล็บแต่ได้บ้าง ผู้หญิงที่มีมือและเล็บที่แข็งแรงและสวยงามและได้ดูแลที่ร้านที่ให้บริการในการดูแลมือและเล็บโดยตรงมีแนวโน้มที่จะเพิ่มจำนวนมากขึ้น จึงเห็นได้ว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญและความเอาใจใส่และเห็นความสำคัญในการดูแลสุขภาพมือและเล็บเท่าเทียมกับผิวหน้าและร่างกาย

ผลิตภัณฑ์ดูแลมือและเล็บที่มีวางจำหน่ายในปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศซึ่งมีราคาสูงมากและผลิตภัณฑ์ที่ผลิตภายในประเทศก็ยังไม่มีความตื่นตัวเท่าที่ควร ดังนั้นผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องผลิตและพัฒนาสินค้าที่ผลิตภายในประเทศให้มีความน่าสนใจและสามารถแข่งขันกับสินค้านำเข้าจากต่างประเทศได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริษัท เซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด หนึ่งในผู้นำเข้าเครื่องสำอางแบรนด์เนมชั้นนำจากต่างประเทศ มีแผนการที่จะผลิตสินค้าภายใต้แบรนด์เนมของตนเอง หวังที่จะขยายตลาดทั้งเมคอัพและสกินแคร์ โดยอาศัยประสบการณ์ที่คร่ำหวอดในวงการเครื่องสำอางมานาน ทำให้รู้ถึงความต้องการของตลาดเป็นอย่างดี และตลาดเครื่องสำอางเกี่ยวกับมือและเล็บในปัจจุบันก็เริ่มมีกระแสความนิยมและเป็นที่ต้องการเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากผู้หญิงยุคใหม่ได้ให้ความสำคัญในการดูแลกับสุขภาพมือและเล็บทัดเทียมกับผิวหน้า

และแม้ว่าเครื่องสำอางประเภทสกินแคร์จะมีการแข่งขันในระดับที่สูงมาก แต่เมื่อเจาะจงเฉพาะส่วนที่ดูแลเกี่ยวกับมือและเล็บแล้วก็จะสามารถแบ่งระดับได้อย่างชัดเจน คือกลุ่มแรกเป็นเครื่องสำอางอิมพอร์ตซึ่งมีราคาสูงมากและสินค้าจะมีความหลากหลาย และอีกกลุ่มเป็นแบรนด์ที่เจาะตลาดล่างแต่สินค้าไม่มีความหลากหลายในแบรนด์เดียว จึงเห็นช่องทางในการเปิดตัวสินค้าใหม่เป็น ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวพรรณมือและเล็บ ภายใต้แบรนด์ "Noivitt" โดยจะเน้นสินค้าให้ครบเส้น

และเจาะตลาดระดับกลาง คือเป็นสินค้าที่มีคุณภาพแต่มีราคาไม่แพงจนเกินไป

### กลุ่มเป้าหมาย

เป็นผู้หญิงวัยทำงาน มีความทันสมัย อายุระหว่าง 26 - 49 ปี มีการศึกษาระดับมหาวิทยาลัยขึ้นไป เป็นกลุ่มที่มีรายได้ระดับปี เน้นกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและในเขตตัวเมืองในต่างจังหวัด

เป็นผู้หญิงทันสมัยมีความมั่นใจในตัวเอง คล่องแคล่ว ชอบเข้าสังคม, สังสรรค์ รักสวยรักงาม ใส่ใจกับสุขภาพ, ผิวพรรณ, เลือกรูปร่างที่ดีมีประโยชน์ให้แก่ตนเอง ใช้สินค้าที่มีคุณภาพ

### ช่องทางการจัดจำหน่าย แบ่งได้ 2 ลักษณะ

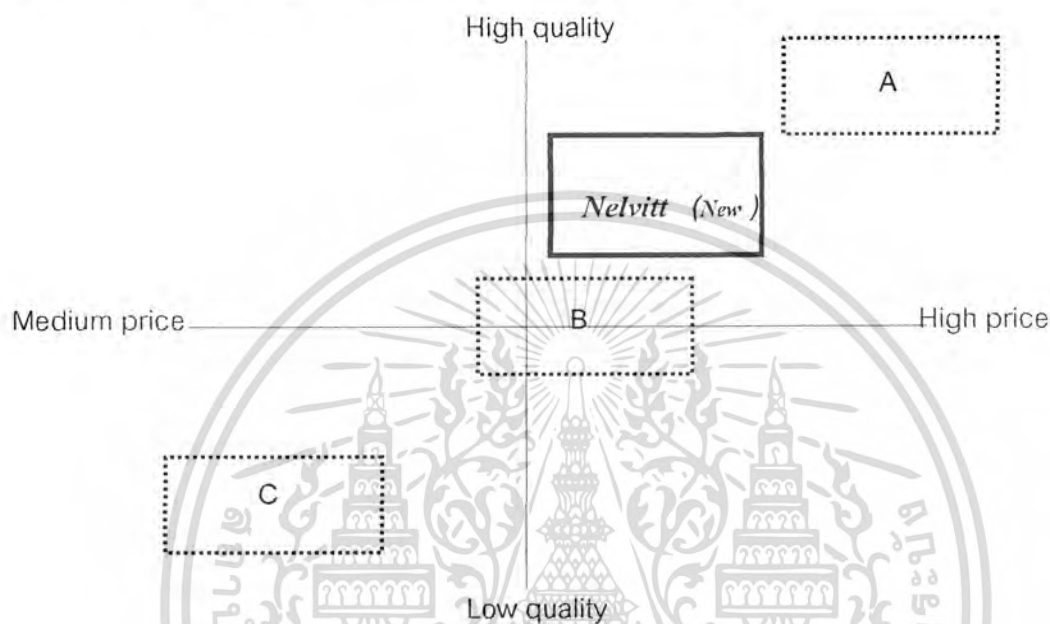
- Booth ส่งเสริมการขายในแผนกเครื่องสำอางของห้างสรรพสินค้าชั้นนำ
- Booth ส่งเสริมการขายในร้าน Health care เช่น Boots เป็นต้น

### สภาพการตลาด

มือและเล็บ—คือส่วนของผิวที่ต้องเสี่ยงกับมลภาวะต่างๆ ได้มากที่สุด รวมทั้งการจับหรือสัมผัสสิ่งของต่างๆ เมื่อมีการสัมผัสที่จุดเดิมบ่อยๆ มือที่แคบๆ มือที่นุ่มนวลก็สำคัญ ดังนั้นในปัจจุบันจึงเล็งเห็นความสำคัญในการหันมาใส่ใจกับสุขภาพมือและเล็บมากขึ้น เลือกรูปร่างที่ดี โดยเฉพาะด้านในการดูแลและเลือกรูปร่างที่ดีมาช่วยฟื้นฟูให้มือและเล็บมีสุขภาพที่ดี ส่งผลให้ตลาดเครื่องสำอางเกี่ยวกับความงามของมือและเล็บในปัจจุบันมีกระแสความนิยมและเป็นที่ต้องการเพิ่มมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่ภายนอกการดำเนินการใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และแม้ว่าเครื่องสำอางประเภทสกินแคร์จะมีการแข่งขันในระดับที่สูงมาก แต่เมื่อเจาะจงเฉพาะส่วนที่ดูแลเกี่ยวกับสุขภาพมือและเล็บแล้วก็จะสามารถแบ่งระดับได้อย่างชัดเจน คือกลุ่มแรกเป็นเครื่องสำอางอิมพอร์ตซึ่งมีราคาสูงมากและสินค้าจะมีความหลากหลาย และอีกกลุ่มเป็นแบรนด์ที่เจาะตลาดล่างแต่สินค้าไม่มีความหลากหลายในแบรนด์เดียว ดังนั้นเมื่อแบ่งตามระดับราคา และระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์--ได้ดังกราฟต่อไปนี้



ตารางแสดงกลุ่มผลิตภัณฑ์โดยเปรียบเทียบตามระดับราคา และระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์

กลุ่มผลิตภัณฑ์	A	B	C
ยี่ห้อผลิตภัณฑ์	Sally hansen, Revlon , L'oreal, Body shop , Red earth	Boots, Za, Maybelline , Manicare, Trim	Watson's, Arty, Pond's , Pias, Vaseline, Protex , Dettol, Carex
ระดับราคา	สูง	ปานกลาง	ปานกลาง-ต่ำ
ช่องทางจัดจำหน่าย	Booth ส่งเสริมการขายในแผนกเครื่องสำอางของห้างสรรพสินค้าชั้นนำ, ร้านสาขาตามห้างสรรพสินค้า	Booth ส่งเสริมการขายในแผนกเครื่องสำอางของห้างสรรพสินค้าชั้นนำ, ร้าน Health care	ร้าน Health care, แผนกซูเปอร์มาร์เก็ตในห้างสรรพสินค้า, ร้าน Convenience store ทั่วไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## การวิเคราะห์ปัญหาทางการตลาดเบื้องต้นของโครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บ " Nelvitt "

วิเคราะห์ถึงจุดแข็ง, จุดอ่อน, โอกาส, และอุปสรรคทางการตลาด

### SWOT Analysis

#### จุดแข็ง (Strengths )

##### 1.ด้านศักยภาพของบริษัท

บริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด เป็นบริษัทที่มีประสบการณ์ทางด้านธุรกิจนำเข้าสินค้าจากประเทศหลายประเภทด้วยกันมานานกว่า 40 ปี และสินค้าแบรนด์ที่นำเข้ามาจำหน่ายก็มีมากกว่า 60 แบรนด์ในปัจจุบัน โดยเฉพาะสินค้าประเภทเครื่องสำอาง ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคถึงความมีคุณภาพและมาตรฐานอย่างดีเสมอมา และเนื่องจากบริษัททำการตลาดเองในประเทศ จึงทำให้สามารถกำหนดและควบคุมราคาสินค้าได้ และนำข้อได้เปรียบในด้านราคานี้มาเสริมในด้านการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ทัดเทียมกับแบรนด์ชั้นนำจากต่างประเทศ ทางด้านยอดขายของบริษัทปีนี้ 1,500 ล้านบาท มาจากกลุ่มนาฬิกา 30-35%, เครื่องสำอาง 20% ที่เหลือเครื่องใช้ไฟฟ้า, กล้องและเครื่องดนตรี เฉลี่ย 30% และอนาคตใน 5 ปี จะสร้างแบรนด์เครื่องสำอางขึ้นมาใหม่เพิ่มอีก 5 แบรนด์

##### 2.ด้านความสามารถในการผลิต

ส่วนขั้นตอนในการผลิตและคุณภาพของสินค้านั้น ทางบริษัทได้ให้ความสำคัญในเรื่องของคุณภาพสินค้าเป็นอันดับหนึ่ง โดยพิถีพิถันมากในการคัดเลือกโรงงาน โดยส่วนใหญ่เป็นโรงงานในต่างประเทศที่เป็นผู้ผลิตเครื่องสำอางส่งให้กับแบรนด์ชั้นนำมากมาย การคัดเลือกโรงงานแต่ละแห่งนั้นบริษัทจะพิจารณาจากความชำนาญในการผลิตสินค้าแต่ละประเภทเป็นหลัก โดยโรงงานเหล่านี้มีระบบการวิจัยและการพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีความมั่นใจได้ในเรื่องคุณภาพของสินค้า และประกอบกับประสบการณ์ที่บริษัททำการตลาดเครื่องสำอางในประเทศไทยมานาน ทำให้มีความคุ้นเคยกับผู้บริโภคเป็นอย่างดี จึงสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดีกว่าผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากต่างประเทศ

##### 3.ด้านผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บ " Nelvitt " มีผลิตภัณฑ์ที่ครบวงจร นอกจากจะช่วยดูแลผิวพรรณมือและเล็บให้มีความแข็งแรงแล้ว ยังเพิ่มคุณค่าของวิตามินบำรุงช่วยฟื้นฟูให้ผิวมีสุขภาพที่ดียิ่งขึ้น ช่วยปรับสภาพซ่อมแซมเซลล์เสื่อมสภาพที่อยู่ภายในได้เป็นอย่างดี และไม่มีส่วนผสมของสารเคมีที่เป็นอันตรายต่อมือและเล็บ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพทัดเทียมกับต่างประเทศแต่ราคาไม่แพงจนเกินไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### จุดอ่อน (Weaknesses)

เนื่องจาก "Nelvitt" เป็นแบรนด์ใหม่ในตลาด ทำให้ชื่อเสียงยังไม่เป็นที่คุ้นเคย และโดยเฉพาะอย่างยิ่งพฤติกรรมของผู้บริโภคคนไทยที่ให้ความสำคัญกับแบรนด์ที่มีชื่อเสียงจากต่างประเทศ

### โอกาส (Opportunities)

#### 1. ด้านผู้บริโภคในตลาดระดับกลาง

ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์นำเข้าซึ่งมีราคาสูงมาก และสินค้าจะมีความหลากหลาย และอีกกลุ่มเป็นผลิตภัณฑ์ที่เจาะตลาดระดับล่าง แต่สินค้าไม่มีความหลากหลายในแบรนด์เดียว จึงเห็นช่องทางในการเปิดตัวสินค้าใหม่ ที่เจาะตลาดระดับกลางคือเป็นสินค้าที่มีคุณภาพแต่มีราคาไม่แพงจนเกินไป โดยจะเน้นสินค้าให้ครบไลน์ เจาะกลุ่มผู้บริโภคระดับปีและซี เนื่องจากกลุ่มลูกค้าระดับนี้มีฐานที่ใหญ่และเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน

#### 2. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ของบริษัทในกลุ่ม เช่น ทรัลมาร์เก็ตติ้งกรุ๊ป อินเทอร์เน็ต จำกัด การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จึงเริ่มจากในเซ็นทรัลและโรบินสันที่เป็นบริษัทในเครือ และจัดจำหน่ายในแผนกเครื่องสำอางของห้าง โดยมีลักษณะการจัดเป็น Booth ส่งเสริมการขาย (Self selection) ซึ่งมีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น และจะขยายช่องทางการขายไปร้าน Health care ต่อไป

#### 3. ด้านการส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์

บริษัทมีงบประมาณในด้านการส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์ โดยจะโฆษณาโปรโมชันอย่างต่อเนื่อง ทางสื่อแม็กกาซีนและ ณ จุดขาย เพื่อให้ชื่อติดตลาดและผู้บริโภคให้การยอมรับ จะมีพนักงานประจำ Booth ที่คอยแนะนำและให้คำปรึกษาแก่ลูกค้า ในช่วงแรกจะมีการแถมสินค้า ให้เมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ครบในราคาที่กำหนด

### อุปสรรค (Threat)

ตลาดเครื่องสำอางดูแลสุขภาพมือและเล็บในประเทศเป็นตลาดที่กว้างใหญ่มากนัก แร่แบรนด์ต่างๆ ที่มีอยู่ทั้งจากภายในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ ก็มีจุดขายแตกต่างกันไป อีกทั้งผู้บริโภคให้ความสำคัญกับชื่อเสียงสินค้าที่มีชื่อเสียง และผู้บริโภคในประเทศบางกลุ่มยังมองไม่เห็นความสำคัญและมองสินค้าประเภทนี้เป็นสินค้าฟุ่มเฟือยที่มีราคาแพงมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix Strategies)

### Product

เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงทัดเทียมกับสินค้าที่นำเข้ามาจากต่างประเทศแต่ราคาไม่แพงจนเกินไป มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายครบวงจร เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเต็มที่ มีคุณสมบัติในการช่วยดูแลผิวพรรณมือและเล็บให้แข็งแรง และยังมีจุดเด่นที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์คู่แข่งตรงที่เพิ่มคุณค่าของวิตามินบำรุงช่วยฟื้นฟูให้ผิวมีสุขภาพดียิ่งขึ้น และไม่มีส่วนผสมของสารเคมีที่เป็นอันตรายต่อผิวพรรณมือและเล็บ

### Place

จัดจำหน่ายในแผนกเครื่องสำอางของห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วไป โดยมีลักษณะการจัดเป็น Booth ส่งเสริมการขาย (Self selection) ซึ่งมีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น และจะขยายช่องทางการจัดจำหน่ายที่ร้าน Health care เช่น Boots เป็นต้น

### Price

จัดจำหน่ายในราคาที่ต่ำกว่าสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ แต่กำหนดราคาให้มีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า และเป็นราคาที่สร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์

### Promotion

ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นทั้งด้านโครงสร้างและกราฟฟิก เพื่อสร้างความจดจำและความแตกต่างให้กับตัวผลิตภัณฑ์ และสามารถดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

จัดให้มีการโฆษณาอย่างต่อเนื่อง ทั้งจากแม็กกาซีน และการแจกโบรชัวร์ ณ จุดขาย โดยมีจุดประสงค์ที่จะอธิบายคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ว่าสามารถตอบสนองความต้องการหรือแก้ปัญหาให้กับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างไร ออกแบบกราฟฟิกมีเอกลักษณ์ ดูเป็นสากล

ช่วงแรกมีการส่งเสริมการขายโดยการแถมสินค้าให้สมาชิกผลิตภัณฑ์ในสาขาที่ใกล้เคียง และเมื่อจุดขายเป็นแผนกใหม่ จึงจัดให้มีพนักงานประจำ Booth คอยแนะนำและให้คำปรึกษาแก่ลูกค้า

### Plan

การวางแผนค้าออกทางตลาดจะแบ่งออกเป็น 2 ชุดเพื่อต้องการทดลองตลาดก่อน โดยผลิตภัณฑ์ชุดแรกจะเป็นผลิตภัณฑ์นอมมือและเล็บทั่วไป เช่น ผลิตภัณฑ์บำรุงและทำความสะอาดมือน้ำยาล้างเล็บ น้ำยาทาบำรุงเล็บ และ Accessory รางขึ้น และเมื่อสินค้าเริ่มติดตลาดแล้วก็จะส่งผลิตภัณฑ์ชุดที่เหลือออกไป ซึ่งจะเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ให้การดูแลอย่างเป็นพิเศษ เข้าใจถึงความต้องการในการดูแลสุขภาพมือและเล็บที่มากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ความเป็นไปได้ของโครงการ

### 1.ด้านนโยบาย

บริษัท เซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด หนึ่งในผู้นำเข้าเครื่องสำอางแบรนด์เนมชั้นนำจากต่างประเทศ มีแผนการที่จะผลิตสินค้าภายใต้แบรนด์เนมของตนเอง หวังที่จะขยายตลาดทั้งเมคอัพ, สกินแคร์และมีโครงการผลิตแบรนด์สินค้าเพิ่มอีก 5 แบรนด์ภายใน 5 ปี โดยอาศัยประสบการณ์ที่คร่ำหวอดในวงการเครื่องสำอางมานาน ทำให้รู้ถึงความต้องการของตลาดเป็นอย่างดี และตลาดเครื่องสำอางเกี่ยวกับมือและเล็บในปัจจุบันก็เริ่มมีกระแสความนิยมและเป็นที่ต้องการเพิ่มมากขึ้น จึงมีแผนการที่จะผลิตผลิตภัณฑ์ดูแลมือและเล็บให้ครบ วงจร โดยมุ่งเน้นให้สินค้ามีคุณภาพทัดเทียมกับต่างประเทศแต่ราคาไม่แพงจนเกินไป

### 2.ด้านเศรษฐกิจ

ในปัจจุบันสภาพตลาดเครื่องสำอางโดยรวมมีการขยายตัวที่สูงขึ้น เนื่องจากได้รับผลดีจากภาวะเศรษฐกิจที่ฟื้นตัว และผู้บริโภคมีความพึงพอใจในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ดังนั้นเพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการส่งเสริมอุตสาหกรรมภายในประเทศ เพื่อมุ่งเน้นให้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศมีคุณภาพมาตรฐานทัดเทียมกับสินค้านำเข้า และให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค จึงเป็นการเพิ่มทางเลือกใหม่ให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสเลือกใช้สินค้าที่มีคุณภาพ

### 3.ด้านสังคมและสภาพแวดล้อม

ให้ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพ ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของคนไทยให้ดีขึ้น และเป็นการกระตุ้นให้ผู้ผลิตสินค้ารายอื่นๆ ในประเทศไทย ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน เพื่อให้เกิดการพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ภายในประเทศมากขึ้น

### 4.ด้านการศึกษา

โครงการนี้เป็นแบบฝึกหัดทางการศึกษาที่เปิดโอกาสให้ฝึกฝนในการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ทั้งด้านโครงสร้าง ออกแบบกราฟฟิก และการสร้างเอกลักษณ์ร่วม โดยใช้ความรู้ที่ได้ศึกษามาประกอบกับข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกัน ทั้งทางด้านวัสดุ กรรมวิธีการผลิต และการวิเคราะห์การตลาดมาประกอบกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ขอบเขตของโครงการ

ประกอบด้วย

1. ส่วนส่งเสริมการขาย - LOGO  
- BROCHURE FOR PROMOTION

## 2. ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บ

### 2.1 ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับมือ

#### 2.1.1 โลชั่นบำรุงมือและเล็บ [Hand & nail Lotion]

- สูตร Keratin & Liposomes 250 ml./130 ml./65 ml.
- สูตร Moisture & Vitamin E [SPF 12] 250 ml./130 ml./65 ml.

#### 2.1.2 สบู่เหลวล้างมือ [Hand wash]

- สูตร Anti bacteria 250 ml.
- สูตร Moisturizer 250 ml.

### 2.2 ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเล็บ

#### 2.2.1 น้ำยาล้างเล็บ [Nail enamel remover]

- สูตร Extra fast 200 ml./50 ml.
- สูตร Extra mild 200 ml./50 ml.
- สูตร Moisturizer 200 ml./50 ml.

#### 2.2.2 ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดเล็บ (แผ่น) [Felt nail polish remover pads]

- สูตร Extra fast 15 pads
- สูตร Extra mild 15 pads
- สูตร Moisturizer 15 pads

#### 2.2.3 สเปรย์ฉีดเล็บแห้งเร็ว [Quick dry nail spray] 120 ml.

#### 2.2.4 ครีมบำรุงหนังรอบเล็บ [Cuticle massage cream] 35 ml.

#### 2.2.5 น้ำยาทาเล็บ [Nail enamel]

- สูตร Nail hardener 14.5 ml.
- สูตร Base coat 14.5 ml.
- สูตร Top coat 14.5 ml.
- สูตร Maximum growth 14.5 ml.

#### 2.2.6 เจลขัดหนังตายรอบเล็บ [Gel cuticle remover] 20 ml.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามเผยแพร่ต่อแหล่งเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 2.2.7 น้ำยาเคลือบบำรุงเล็บ [Calcium gel nail builder] 17 ml.  
 2.2.8 น้ำยาผสมยาทาเล็บ [Nail enamel solvent] 22 ml.  
 2.2.9 น้ำมันบำรุงเล็บและหนังรอบเล็บ [Vitamin E nail & cuticle oil] 17 ml.  
 2.2.10 น้ำยาขจัดเชื้อรา [No more fungus] 20 ml.

### 3. Accessory

#### 3.1 อุปกรณ์ต่อเล็บยาว ประกอบด้วย

- กาวสำหรับติดเล็บ 3.5 ml.
- ไม้แต่งเล็บ จำนวน 3 แท่ง
- เล็บขนาดต่างๆ จำนวน 14 ชิ้น
- เจลล้างกาว 10 ml.

#### 3.2 กล่องเก็บอุปกรณ์ตกแต่งเล็บ ประกอบด้วย

- กรรไกรตัดแต่งเล็บ จำนวน 1 อัน
- ตะไบแต่งเล็บ จำนวน 3 อัน
- ตะไบขัดเงาเล็บ จำนวน 1 อัน
- ไม้แต่งเล็บ จำนวน 5 แท่ง

#### 3.3 อุปกรณ์เสริมความแข็งแรงของเล็บ ประกอบด้วย

- แผ่นไฟเบอร์กลาสติดเล็บ จำนวน 2 แผ่น
- ไม้แต่งเล็บ จำนวน 3 แท่ง
- น้ำยาสำหรับติดเล็บ 3.5 ml.
- เจลล้าง 10 ml.

#### 3.4 อุปกรณ์กันนิ้วเวลาทาเล็บ จำนวน 2 อัน

#### 3.5 แปรง & หินขัด จำนวน 1 อัน

#### 3.6 ชุด Gift set ประกอบด้วย

- โลชั่นทาผิวและเล็บ 130 ml.
- น้ำยาล้างเล็บ 50 ml.
- น้ำยาทาเล็บ Base coat / Top coat [ 2 ขวด] 14.5 ml.
- อุปกรณ์กันนิ้วเวลาทาเล็บ จำนวน 2 อัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ขอบเขตของโครงการด้านคุณภาพ

### ออกแบบส่วนส่งเสริมการขาย

#### 1. Logo

- ออกแบบให้สื่อถึงภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
- ออกแบบให้จดจำง่าย มีเอกลักษณ์ ดูเป็นสากล

#### 2. Brochure for promotion

- ออกแบบให้มีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ มีความโดดเด่น ดูเป็นสากล
- ออกแบบให้มีส่วนส่งเสริมภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์

### ออกแบบด้านบรรจุภัณฑ์

#### 1. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์โลชั่นทาผิวและเล็บ ขนาดบรรจุ 250,130,65 ml. มี 2 สูตร คือ



1. Keratin & Liposomes
2. Moisture & Vitamin E [SPF 12]

- ขนาดบรรจุภัณฑ์คำนึงถึงน้ำหนักบรรจุและการใช้งาน
- ขนาดบรรจุ 250 ml. สำหรับผู้ที่ใส่ใจสุขภาพผิวพรรณ ดูแลผิวสม่ำเสมอ
- ขนาดบรรจุ 130 ml. สำหรับผู้ที่ใส่ใจสุขภาพผิวพรรณ
- ขนาดบรรจุ 65 ml. ขนาดสำหรับพกพา สะดวกในการใช้งาน

- ออกแบบฝาให้เกิดความสะดวกในการใช้งาน เช่น

- ก. หมุนแล้วบีบเลย โดยที่ฝายังติดอยู่กับตัว
- ข. เปิดฝาแล้วบีบเลย โดยที่ฝายังติดอยู่กับตัว
- ค. กดที่ฝาแล้วบีบเลย โดยที่ฝายังติดอยู่กับตัว



- คุ้มครอบผลิตภัณฑ์ภายใน ป้องกันการรั่วซึมและการเปิดใช้ก่อนการซื้อ
- ออกแบบผิวให้มี Texture จับถนัดมือ ไม่ลื่น
- ส่งเสริมภาพพจน์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์

#### 2. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สบู่อ่อนล้างมือ ขนาดบรรจุ 250 ml. มี 2 สูตร คือ



1. Anti bacteria
2. Moisturizer

- บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบเหมาะสมและสะดวกในการบรรจุผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารออกแบบฝาให้เกิดความสะดวกในการใช้งาน เช่น ใช้ฝามีรูถนัดให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใด คุ้มครอบผลิตภัณฑ์ภายใน ป้องกันการหกโดยไม่ได้ตั้งใจ โดยใช้ฝาพลาสติกครอบไว้ก่อนนำไปใช้

- ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น มีรูปภาพหรือตัวอักษรแยกความแตกต่างของทั้งสองสูตร
- มีรูปแบบเป็นเอกลักษณ์ ส่งเสริมภาพพจน์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์

3. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์น้ำยาล้างเล็บ ขนาดบรรจุ 200,50 ml. มี 3 สูตร คือ



1. Extra fast
2. Extra mild
3. Moisturizer

- ขนาดบรรจุภัณฑ์คำนึงถึงน้ำหนักบรรจุและการใช้งาน โดยขนาด

บรรจุ 200 ml.เหมาะสำหรับใช้ประจำ และขนาด 50 ml.เหมาะสำหรับพกพา

- ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ใช้งานไม่ค่อยสะดวก กะปริมาณน้ำยาที่ใช้ไม่ได้ ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้เกิดความสะดวกตามที่ต้องการ ดังนี้



ก.ฝาเกลียวหมุนออกและรูสำหรับเทน้ำยาเล็กลง

ข.เปิดฝาโดยที่ฝาดูดอยู่กับตัวและรูสำหรับเทน้ำยาเล็กลง

- ออกแบบให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น จดจำง่าย
- ออกแบบให้มีส่วนส่งเสริมภาพพจน์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์
- ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น มีรูปภาพหรือตัวอักษรแยกความแตกต่างของทั้งสามสูตร

4. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดเล็บ ขนาดบรรจุ 15 แผ่น มี 3 สูตร คือ



1. Extra fast
2. Extra mild
3. Moisturizer

- บรรจุภัณฑ์ที่มีรูปแบบเหมาะสมและสะดวกในการบรรจุผลิตภัณฑ์
- อำนวยความสะดวกในการใช้งาน เช่น เปิด-ปิดสะดวก
- ออกแบบให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น จดจำง่าย
- ออกแบบให้มีส่วนส่งเสริมภาพพจน์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์
- ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น มีรูปภาพหรือตัวอักษรแยก

ความแตกต่างของทั้งสามสูตร

สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สเปรย์ฉีดเล็บแห้งเร็ว ปริมาตร 120 ml.

- บรรจุภัณฑ์ที่มีรูปแบบเหมาะสมและสะดวกในการบรรจุผลิตภัณฑ์
- ฝาป้องกันการรั่วไหล ป้องกันการกดฝาสเปรย์โดยไม่ได้ตั้งใจ
- ออกแบบให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น จดจำง่าย
- ออกแบบให้มีส่วนส่งเสริมภาพพจน์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์

6. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงหนังรอบเล็บ ขนาดบรรจุ 35 ml.

- บรรจุภัณฑ์ที่มีรูปแบบเหมาะสมและสะดวกในการบรรจุผลิตภัณฑ์
- อำนวยความสะดวกในการใช้งาน เช่น เปิด-ปิดสะดวก
- จับถนัดมือ ผิวมี Texture กันลื่น
- ออกแบบให้มีส่วนส่งเสริมภาพพจน์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์

7. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์น้ำยาทาเล็บ ขนาดบรรจุ 14.5 ml. มี 4 สูตร คือ



น้ำยาเคลือบเล็บ  
(Nail hardener)

น้ำยาเคลือบเล็บรองพื้น  
(Base coat)

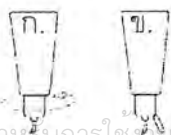
น้ำยาเคลือบเล็บ  
(Top coat)

น้ำยาเร่งความยาวเล็บ  
(Maximum growth)

- บรรจุภัณฑ์ที่มีรูปแบบเหมาะสมและสะดวกในการบรรจุผลิตภัณฑ์
- อำนวยความสะดวกในการใช้งาน เช่น เปิด-ปิดสะดวก
- ออกแบบฝาให้มีที่จับถนัดมือ ไม่ลื่นหลุดง่าย
- ออกแบบให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น จดจำง่าย
- ส่งเสริมภาพพจน์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์

8. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เจลสีขจัดหนังตายรอบเล็บ ขนาดบรรจุ 20 ml.

- คุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายใน ฝาป้องกันการรั่วไหล
- รูปทรงเหมาะสม สะดวกในการใช้งาน เช่น ออกแบบฝาให้เกิดความสะดวกตามต้องการ ดังนี้



ก. หมุนแล้วบีบเลย โดยที่ฝายังติดอยู่กับตัว

ข. เปิดฝาแล้วบีบเลย โดยที่ฝายังติดอยู่กับตัว

ไม่ว่ากรณีใดๆ ก็ตาม สิ่งที่ดีที่สุดให้กับผลิตภัณฑ์ และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แคลเซียมบำรุงเล็บ ขนาดบรรจุ 17 ml.



- บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบเหมาะสมและสะดวกในการบรรจุผลิตภัณฑ์
- อำนวยความสะดวกในการใช้งาน เช่น เปิด-ปิดสะดวก
- ออกแบบฝาให้มีที่จับถนัดมือ ไม่ลื่นหลุดง่าย
- ออกแบบให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น จดจำง่าย
- ส่งเสริมภาพพจน์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์

10. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์น้ำยาผสมยาทาเล็บ ขนาดบรรจุ 22 ml.

- บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบเหมาะสมและสะดวกในการบรรจุผลิตภัณฑ์
- ออกแบบฝาให้จับถนัดมือ ไม่ลื่นหลุดง่าย และเป็นหลอดบีบดูดย้ำยาเพื่อความสะดวก ใช้งานง่าย

- ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น จดจำง่าย
- ส่งเสริมภาพพจน์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์

11. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์น้ำมันบำรุงเล็บและหนังรอบเล็บ ขนาดบรรจุ 17 ml.



- บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบเหมาะสมและสะดวกในการบรรจุผลิตภัณฑ์
- อำนวยความสะดวกในการใช้งาน เช่น เปิด-ปิดสะดวก
- ออกแบบฝาให้มีที่จับถนัดมือ ไม่ลื่นหลุดง่าย
- ออกแบบให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น จดจำง่าย
- ส่งเสริมภาพพจน์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์

12. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์น้ำยาขจัดเชื้อรา ขนาดบรรจุ 20 ml.



- บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบเหมาะสมและสะดวกในการบรรจุผลิตภัณฑ์
- อำนวยความสะดวกในการใช้งาน เช่น เปิด-ปิดสะดวก
- ออกแบบฝาให้มีที่จับถนัดมือ ไม่ลื่นหลุดง่าย
- ออกแบบให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น จดจำง่าย
- ส่งเสริมภาพพจน์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 13. ออกแบบบรรจุภัณฑ์อุปกรณ์ต่อเล็บยาว ประกอบด้วย

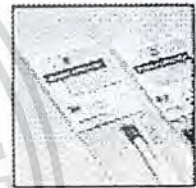
1. กาวสำหรับติดเล็บ 3.5 ml.
2. เล็บขนาดต่างๆ จำนวน 14 ชิ้น
3. ไม้แต่งเล็บ จำนวน 3 แท่ง
4. เจลล้างกาว 10 ml.



- บรรจุภัณฑ์ที่มีรูปแบบเหมาะสมและเก็บอุปกรณ์ต่างๆ ให้เป็นสัดส่วน
- อำนวยความสะดวกในการใช้งานหยิบใช้งานได้ง่าย
- ออกแบบให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น จดจำง่าย
- ออกแบบให้มีส่วนส่งเสริมภาพพจน์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์

### 14. ออกแบบบรรจุภัณฑ์กล่องเก็บอุปกรณ์ติดแต่งเล็บ ประกอบด้วย

1. กรรไกรตัดแต่งเล็บ จำนวน 1 อัน
2. ตะไบแต่งเล็บ จำนวน 3 อัน
3. ตะไบขัดเงาเล็บ จำนวน 1 อัน
4. ไม้แต่งเล็บ จำนวน 5 แท่ง



- บรรจุภัณฑ์ที่มีรูปแบบเหมาะสมและเก็บอุปกรณ์ต่างๆ ให้เป็นสัดส่วน พกพาสะดวก
- อำนวยความสะดวกในการใช้งานหยิบใช้งานได้ง่าย
- ออกแบบให้มีตัวล็อกอุปกรณ์ภายในไม่ให้เคลื่อนที่
- ออกแบบให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น จดจำง่าย
- ออกแบบให้มีส่วนส่งเสริมภาพพจน์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์

### 15. ออกแบบบรรจุภัณฑ์อุปกรณ์เสริมความแข็งแรงของเล็บ ประกอบด้วย

1. แผ่นไฟเบอร์กลาสติดเล็บ จำนวน 2 แผ่น
2. น้ำยาสำหรับติดแผ่นไฟเบอร์ 3.5 ml.
3. เจลล้าง 10 ml.
4. ไม้แต่งเล็บ จำนวน 3 แท่ง



- บรรจุภัณฑ์ที่มีรูปแบบเหมาะสมและเก็บอุปกรณ์ต่างๆ ให้เป็นสัดส่วน
- อำนวยความสะดวกในการใช้งานหยิบใช้งานได้ง่าย
- ออกแบบให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น จดจำง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ออกโดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เพื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

16. ออกแบบบรรจุภัณฑ์อุปกรณ์กันนิ้วเวลาทาเล็บจำนวน 2 ชั้น

- บรรจุภัณฑ์ที่มีรูปแบบเหมาะสมและสะดวกในการบรรจุผลิตภัณฑ์
- ส่งเสริมภาพพจน์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์
- ออกแบบให้มีตัวล็อกอุปกรณ์ภายในไม่ให้เคลื่อนที่

17. ออกแบบบรรจุภัณฑ์แปรง & หินขัดเล็บจำนวน 1 อัน


- บรรจุภัณฑ์ที่มีรูปแบบเหมาะสมและสะดวกในการบรรจุผลิตภัณฑ์
- ส่งเสริมภาพพจน์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์
- ออกแบบให้มีตัวล็อกอุปกรณ์ภายในไม่ให้เคลื่อนที่

18. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ Gift set ประกอบด้วย

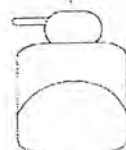
1. โลชั่นทาผิวและเล็บ 130 ml.
2. น้ำยาล้างเล็บ 50 ml.
3. น้ำยาทาเล็บ Base coat / Top coat [2 ขวด] 14.5 ml.
4. อุปกรณ์กันนิ้วเวลาทาเล็บ จำนวน 2 ชั้น
  - บรรจุภัณฑ์ที่มีรูปแบบเหมาะสมและเก็บอุปกรณ์ต่างๆ ให้เป็นสัดส่วน พกพาสะดวก
  - อำนวยความสะดวกในการใช้งานหยิบใช้งานได้ง่าย
  - ออกแบบให้มีตัวล็อกอุปกรณ์ภายในไม่ให้เคลื่อนที่
  - ออกแบบให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น จุดจำง่าย
  - ออกแบบให้มีส่วนส่งเสริมภาพพจน์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## เงื่อนไขความต้องการ/ ปัญหา และแนวทางแก้ไขปัญหาของผลิตภัณฑ์

เงื่อนไขความต้องการ/ ปัญหา	แนวทางแก้ไขปัญหา
<p>1. Logo</p> <p><u>ด้าน Promotion</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สามารถสื่อถึงจุดขายของสินค้า</li> <li>- มีความเป็นสากล แสดงถึงคุณภาพที่ทัดเทียมกับต่างประเทศเพราะมีการแข่งขันกับผลิตภัณฑ์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ</li> <li>- สามารถสร้างความสนใจและสร้างเอกลักษณ์ให้กับตัวผลิตภัณฑ์</li> </ul>	<p><u>แนวทางแก้ไขปัญหา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ออกแบบ Logo โดยสื่อถึงคุณสมบัติและเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์</li> <li>- ออกแบบ Logo โดยคำนึงถึงการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ดูเป็นสากล</li> <li>- ออกแบบกราฟฟิกเพื่อสื่อให้เห็นถึงภาพพจน์ที่ดีของผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย</li> </ul>
<p>2. Brochure for promotion</p> <p><u>ด้าน (Promotion)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เพื่อส่งเสริมการขาย และเป็นการบอก image ของผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจนขึ้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ออกแบบกราฟฟิกเพื่อสื่อให้เห็นถึงภาพพจน์ที่ดีของผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย</li> </ul>
<p>1. โถชั้นทามือและเล็บ</p> <p><u>ด้าน (Containment)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุโถชั้น 2 สูตร <ul style="list-style-type: none"> <li>- Keratin &amp; Liposomes</li> <li>- Moisture &amp; Vitamin E</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- โถชั้นขนาดบรรจุ 250,130 ml. บรรจุในขวดพลาสติก (Primary pck.) แยกกราฟฟิกให้เห็นความแตกต่างของทั้งสองสูตร</li> </ul>
<p>บรรจุภัณฑ์มีหลายขนาด ( 250,130,65 ml.) จึงต้องคำนึงถึงรูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมและมีความประหยัดด้วย</p> <p><u>ด้าน (Convenience)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ฝาของบรรจุภัณฑ์ต้องมีความสะดวกในการใช้งาน เหมาะสมกับขนาดของบรรจุภัณฑ์</li> <li>- ฝาเปิด-ปิดง่าย ไม่หลุดออกจากตัวขณะใช้งาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- โถชั้นขนาดพกพาได้ 65 ml. บรรจุในหลอดพลาสติกบีบ (Primary pck.) สะดวกในการใช้งาน</li> </ul> <p>ดังนั้น</p> 
<p>เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โฆษณาหรือใช้เพื่อการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาของเอกสารนี้โดยเด็ดขาด โดยที่ฝ่ายยังติดอยู่กับตัว</p>	

เงื่อนไขความต้องการ/ ปัญหา	แนวทางแก้ไขปัญหา
<p>- จับถนัดมือไม่ลื่นหลุดง่าย</p> <p><u>ด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ (Protection)</u></p> <p>- บรรจุภัณฑ์ป้องกันการเปิดใช้ผลิตภัณฑ์ ก่อนการซื้อ</p> <p>- ฝามีระบบป้องกันการกดฝ้ามืดโดยที่ไม่ได้ตั้งใจ</p>	<p>ข.เปิดฝาแล้วบีบเลย โดยที่ฝายังติดอยู่กับตัว</p> <p>ค.กดที่ฝาแล้วบีบเลย โดยที่ฝายังติดอยู่กับตัว</p> <p>- ออกแบบให้ผิวมี Texture จับถนัดมือ ไม่ลื่น</p> <p>- ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยเลือกวัสดุป้องกันการเปิดใช้ก่อน เช่น เลือกใช้สติ๊กเกอร์, Shrink film</p> <p>- ออกแบบให้มีตัวล็อกฝ้ามืดหรือมีพลาสติกครอบฝาไว้</p>
<p><u>ด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย (Promotion)</u></p> <p>- สื่อภาพลักษณ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย บ่งบอกภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจน แยกความแตกต่างของทั้งสองสูตรได้</p>	<p>- ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น มีรูปภาพหรือตัวอักษรแยกความแตกต่างของทั้งสองสูตร</p>
<p><u>2.สบู์เหลวล้างมือ</u></p> <p><u>ด้าน (Containment)</u></p> <p>- มีบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุสบู์เหลวสูตร</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Anti bacteria</li> <li>- Moisturizer</li> </ul> <p>ขนาดบรรจุ 300 ml.</p>	<p>- บรรจุในขวดพลาสติก(Primary pck.) ปริมาตร 300 ml. แยกกราฟฟิกให้เห็นความแตกต่างของทั้งสองสูตร</p>
<p><u>ด้าน (Convenience)</u></p> <p>- ฝาของบรรจุภัณฑ์ต้องมีความสะดวกในการใช้งาน เหมาะกับปริมาตร 300 ml.</p>	<p>- ใช้ฝาชุดบีบสะดวกในการใช้งานเนื่องจากไม่ต้องยกขึ้นขณะใช้งาน</p>
<p><u>ด้าน (Protection)</u></p> <p>- บรรจุภัณฑ์ป้องกันการเปิดใช้ผลิตภัณฑ์ ก่อนการซื้อ</p> <p>- ฝามีระบบป้องกันการกดโดยที่ไม่ได้ตั้งใจ</p>	<p>- ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยเลือกวัสดุป้องกันการเปิดใช้ก่อน เช่น เลือกใช้สติ๊กเกอร์, Shrink film</p> <p>- ออกแบบให้มีตัวล็อกฝ้ามืด หรือมีพลาสติกครอบฝาไว้</p>



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานที่ครอบฝาไว้เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ/ ปัญหา	แนวทางแก้ไขปัญหา
<p><u>ด้าน (Promotion)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สื่อภาพลักษณ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย บ่งบอกภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจน แยกความแตกต่างของทั้งสองสูตรได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น มีรูปภาพหรือตัวอักษรแยกความแตกต่างของทั้งสองสูตร</li> </ul>
<p><u>3. น้ำยาล้างเล็บ</u></p> <p><u>ด้าน (Containment)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุน้ำยาล้างเล็บสูตร <ul style="list-style-type: none"> <li>- Extra fast</li> <li>- Extra mild</li> <li>- Moisturizer</li> </ul> </li> </ul> <p>ขนาดบรรจุ 200, 50 ml. ต้องคำนึงถึงรูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมด้วย</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- น้ำยาล้างเล็บขนาดบรรจุ 200,50 ml. บรรจุในขวดพลาสติก (Primary pck.) แยกกราฟฟิกให้เห็นความแตกต่างของทั้งสามสูตร</li> </ul>
<p><u>ด้าน (Convenience)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ฝาของผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่จะเป็นฝาเกลียวและรูสำหรับเทน้ำยามีขนาดกว้าง การใช้งานไม่สะดวก กำหนดปริมาณน้ำยาที่จะใช้ไม่ได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- น้ำยาล้างเล็บขนาดบรรจุ 200 ml. จะเป็นฝาปั๊ม ไม่ต้องยกขึ้นขณะใช้งาน สะดวกในการใช้ และสามารถกะปริมาณน้ำยาที่ใช้ได้</li> <li>- น้ำยาล้างเล็บขนาดบรรจุ 50 ml. พกพาสะดวก ออกแบบฝาให้เกิดความสะดวกตามที่ต้องการ</li> </ul> <p>ดังนี้</p>  <p>ก. ฝาเกลียวหมุนออกและรูสำหรับเทน้ำยาเล็กกลง  ข. เปิดฝาโดยที่ฝาดูดอยู่กับตัวและรูสำหรับเทน้ำยาล้างเล็บเล็กกลง</p>
<p><u>ด้าน (Protection)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรจุภัณฑ์ป้องกันการเปิดใช้ผลิตภัณฑ์ ก่อนการซื้อ</li> <li>- มีฝาครอบป้องกันการเกิดฝ้าปั๊มโดยที่ไม่ได้ตั้งใจ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยเลือกวัสดุป้องกันการเปิดใช้ก่อน เช่น เลือกใช้สติ๊กเกอร์, Shrink film</li> <li>- ออกแบบให้มีตัวล็อกฝาปั๊ม หรือมีพลาสติกครอบฝาให้อ่างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้</li> </ul>

เงื่อนไขความต้องการ/ ปัญหา	แนวทางแก้ไขปัญหา
<p><u>ด้าน (Promotion)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สื่อภาพลักษณ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย บ่งบอกภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจน แยกความแตกต่างของทั้งสามสูตรได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น มีรูปภาพหรือตัวอักษรแยกความแตกต่างของทั้งสามสูตร</li> </ul>
<p><b>4. ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดเล็บ</b></p> <p><u>ด้าน (Containment)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุแผ่นล้างเล็บสูตร <ul style="list-style-type: none"> <li>- Extra fast</li> <li>- Extra mild</li> <li>- Moisturizer</li> </ul> </li> </ul> <p>ขนาดบรรจุ 15 แผ่น</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แผ่นทำความสะอาดเล็บบรรจุในกระปุกพลาสติก (Primary pck.) แยกกราฟฟิกให้เห็นความแตกต่างของทั้งสามสูตร</li> </ul>
<p><u>ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ขนาดพอเหมาะในการพกพา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เลือกใช้กระปุกที่มีขนาดพอดีกับการบรรจุผลิตภัณฑ์ โดยไม่ให้เหลือพื้นที่ภายในมากเกินไป</li> </ul>
<p><u>ด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ (Protection)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรจุภัณฑ์ป้องกันการเปิดใช้ผลิตภัณฑ์ ก่อนการซื้อ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยเลือกวัสดุป้องกันการเปิดใช้ก่อน เช่น เลือกใช้สติ๊กเกอร์, Shrink film</li> </ul>
<p><u>ด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย (Promotion)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สื่อภาพลักษณ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย แยกความแตกต่างของทั้งสามสูตรได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ออกแบบกราฟฟิกให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น มีรูปภาพหรือตัวอักษรแยกความแตกต่างของทั้งสามสูตร</li> </ul>
<p><b>5. สเปรย์ฉีดเล็บแห้งเร็ว</b></p>	
<p><u>ด้าน (Containment)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีบรรจุภัณฑ์บรรจุเหมาะสม ปริมาตร 120 ml.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรจุในกระป๋องสเปรย์ (Primary pck.) ปริมาตร 120 ml.</li> </ul>
<p><u>ด้าน (Convenience)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- จับถนัดมือ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เลือกใช้บรรจุภัณฑ์ขนาดพอเหมาะ จับถนัดมือ</li> </ul>
<p><u>ด้านการ (Protection)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรจุภัณฑ์ป้องกันการเปิดใช้ผลิตภัณฑ์ ก่อนการซื้อ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยเลือกวัสดุป้องกันการเปิดใช้ก่อน เช่น เลือกใช้สติ๊กเกอร์, Shrink film</li> </ul>

เงื่อนไขความต้องการ/ ปัญหา	แนวทางแก้ไขปัญหา
<p><u>ด้าน (Promotion)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สื่อภาพลักษณ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น</li> </ul>
<p><b>6. ครีมบำรุงหนังรอบเล็บ</b></p> <p><u>ด้าน (Containment)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุครีมบำรุง ขนาดบรรจุ 35 ml.</li> <li>- มีบรรจุภัณฑ์ชั้นนอก เนื่องจากสินค้ามีราคาแพงจึงควรได้รับการปกป้องอย่างดี</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ครีมบำรุงหนังรอบเล็บขนาดบรรจุ 35 ml. บรรจุในกระปุกพลาสติก (Primary pck.)</li> <li>- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ Secondary pck. เพื่อปกป้องบรรจุภัณฑ์ภายใน เพิ่มคุณค่าให้กับสินค้า</li> </ul>
<p><u>ด้าน (Convenience)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- จับถนัดมือ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนาดพอเหมาะ อาจทำผิวให้มี Texture จับถนัดมือ ไม่ลื่น</li> </ul>
<p><u>ด้าน (Protection)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรจุภัณฑ์ป้องกันการเปิดใช้ผลิตภัณฑ์ก่อนการซื้อ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยเลือกวัสดุป้องกันการเปิดใช้ก่อน เช่น เลือกใช้สติ๊กเกอร์, Shrink film</li> </ul>
<p><u>ด้าน (Promotion)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สื่อภาพลักษณ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย บ่งบอกภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจน</li> <li>- เพิ่มคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ เนื่องจากเป็นสินค้าราคาแพง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น</li> <li>- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ Secondary pck. ให้มีความโดดเด่น อาจเจาะช่องโชว์ผลิตภัณฑ์</li> </ul>
<p><b>7. น้ำยาทาเล็บ</b></p>	
<p><u>ด้าน (Containment)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุน้ำยาทาเล็บสูตร <ul style="list-style-type: none"> <li>- น้ำเคลือบเล็บ (Nail hardener )</li> <li>- น้ำยาเคลือบเล็บรองพื้น (Base coat )</li> <li>- น้ำยาเคลือบเล็บ (Top coat )</li> <li>- น้ำยาเร่งความยาวเล็บ (Maximum growth)</li> </ul> </li> </ul> <p>ขนาดบรรจุ 12 ml.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- น้ำยาทาเล็บบรรจุในขวดแก้ว (Primary pck.) ขนาดบรรจุ 12 ml.</li> </ul>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 มีลิขสิทธิ์อยู่ ห้ามนำไปเผยแพร่ ห้ามนำไปทำซ้ำ ห้ามนำไปขาย ห้ามนำไปแจกจ่าย ห้ามนำไปทำซ้ำ ห้ามนำไปทำซ้ำ ห้ามนำไปทำซ้ำ ห้ามนำไปทำซ้ำ

เงื่อนไขความต้องการ/ ปัญหา	แนวทางแก้ไขปัญหา
<p>- มีบรรจุภัณฑ์ชั้นนอก เนื่องจากการจำหน่ายเป็นแบบกึ่ง Self selection ต้องช่วยประหยัดพื้นที่ในการวางบน Shelf</p> <p><u>ด้าน (Convenience)</u></p> <p>- จับถนัดมือไม่ลื่นหลุดง่าย</p> <p><u>ด้าน (Protection)</u></p> <p>- มีบรรจุภัณฑ์ป้องกันการเปิดใช้ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในภายใน</p> <p><u>ด้าน (Promotion)</u></p> <p>- สื่อภาพลักษณ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย แยกความแตกต่างของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดได้</p>	<p>- บรรจุภัณฑ์ Secondary Package ออกแบบให้มีส่วนสำหรับแขวนเพื่อเป็นการประหยัดพื้นที่ เช่น Blister pck.</p> <p>- ออกแบบฝาให้มีที่จับถนัดมือ ไม่ลื่นหลุดง่าย</p> <p>- ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยเลือกวัสดุป้องกันการเปิดใช้ก่อน เช่น เลือกใช้สติ๊กเกอร์, Blister pck.</p> <p>- ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น มีรูปภาพหรือตัวอักษรแยกความแตกต่างของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด</p>
<p><b>8. เจลลี่ขวดน้ำตายรอบเล็บ</b></p> <p><u>ด้าน (Containment)</u></p> <p>- มีบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุไอซ์กัน ขนาดบรรจุ 20 ml.</p> <p>- มีบรรจุภัณฑ์ชั้นนอก เนื่องจากการจำหน่ายเป็นแบบกึ่ง Self selection ต้องช่วยประหยัดพื้นที่ในการวางบน Shelf</p> <p><u>ด้าน (Convenience)</u></p> <p>- ฝาของบรรจุภัณฑ์ต้องมีความสะดวกในการใช้งาน และไม่หลุดออกจากตัวขณะใช้งาน</p>	<p>- เจลลี่ขนาดบรรจุ 20 ml. บรรจุในหลอดพลาสติกบีบ (Primary pck.)</p> <p>- บรรจุภัณฑ์ Secondary pck. ออกแบบให้มีส่วนสำหรับแขวนเพื่อเป็นการประหยัดพื้นที่ เช่น Blister pck.</p> <p>- ออกแบบฝาให้เกิดความสะดวกตามต้องการ ดังนี้</p>
<p><u>ด้าน (Protection)</u></p> <p>- บรรจุภัณฑ์ป้องกันการรั่วซึมของผลิตภัณฑ์</p>	<p>ก. หมุนแล้วบีบเลย โดยที่ฝายังติดอยู่กับตัว</p> <p>ข. เปิดฝาแล้วบีบเลย โดยที่ฝายังติดอยู่กับตัว</p> <p>- ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยเลือกวัสดุป้องกันการรั่วซึมของผลิตภัณฑ์</p>
<p><u>ด้าน (Promotion)</u></p> <p>- สื่อภาพลักษณ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย</p>	<p>- ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีเอกลักษณ์</p>

เงื่อนไขความต้องการ/ ปัญหา	แนวทางแก้ไขปัญหา
<p><b>9. น้ำยาแคลเซียมบำรุงเล็บ</b></p> <p><u>ด้าน (Containment)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีบรรจุภัณฑ์บรรจุ ปริมาตร 17 ml.</li> <li>- มีบรรจุภัณฑ์ชั้นนอก เนื่องจากการจำหน่ายเป็นแบบกึ่ง Self selection ต้องช่วยประหยัดพื้นที่ในการวางบน Shelf</li> </ul> <p><u>ด้าน (Convenience)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- จับถนัดมือไม่ลื่นหลุดง่าย</li> </ul> <p><u>ด้าน (Protection)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีบรรจุภัณฑ์ป้องกันการเปิดใช้ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในภายใน</li> </ul> <p><u>ด้าน (Promotion)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สื่อภาพลักษณ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรจุในขวดแก้ว (Primary pck.) ขนาดบรรจุ 17 ml.</li> <li>- บรรจุภัณฑ์ Secondary pck. ออกแบบให้มี ส่วนสำหรับแขวนเพื่อเป็นการประหยัดพื้นที่ เช่น Blister pck.</li> <li>- ออกแบบฝาให้จับถนัดมือ ไม่ลื่นหลุดง่าย</li> <li>- ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยเลือกวัสดุป้องกันการเปิดใช้ก่อน เช่น เลือกใช้สติ๊กเกอร์, Blister pck.</li> <li>- ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น</li> </ul>
<p><b>10. น้ำยาผสมยาทาเล็บ</b></p> <p><u>ด้าน (Containment)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีบรรจุภัณฑ์บรรจุ ปริมาตร 22 ml.</li> </ul> <p><u>ด้าน (Convenience)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- จับถนัดมือไม่ลื่นหลุดง่าย ใช้งานสะดวก</li> </ul> <p><u>ด้าน (Protection)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีบรรจุภัณฑ์ป้องกันการเปิดใช้ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในภายใน</li> </ul> <p><u>ด้าน (Promotion)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สื่อภาพลักษณ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรจุในขวดแก้ว (Primary pck.) ขนาดบรรจุ 22 ml.</li> <li>- ออกแบบฝาให้จับถนัดมือ ไม่ลื่นหลุดง่าย และเป็นหลอดบีบดูดย่น้ำยาเพื่อความสะดวก</li> <li>- ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยเลือกวัสดุป้องกันการเปิดใช้ก่อน เช่น เลือกใช้สติ๊กเกอร์, Blister pck.</li> <li>- ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น</li> </ul>
<p><b>11. น้ำมันบำรุงเล็บและหนังรอบเล็บ</b></p> <p><u>ด้าน (Containment)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีบรรจุภัณฑ์บรรจุ ปริมาตร 17 ml.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรจุในขวดแก้ว (Primary pck.) ขนาดบรรจุ 17 ml.</li> </ul>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่หรือใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ/ ปัญหา	แนวทางแก้ไขปัญหา
<p>- มีบรรจุภัณฑ์ชั้นนอก เนื่องจากการจำหน่ายเป็นแบบกึ่ง Self selection ต้องช่วยประหยัดพื้นที่ในการวางบน Shelf</p> <p><u>ด้าน (Convenience)</u></p> <p>- จับถนัดมือไม่ลื่นหลุดง่าย</p> <p><u>ด้าน (Protection)</u></p> <p>- มีบรรจุภัณฑ์ป้องกันการเปิดใช้ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในภายใน</p> <p><u>ด้าน (Promotion)</u></p> <p>- สื่อภาพลักษณ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย</p>	<p>- บรรจุภัณฑ์ Secondary pck. ออกแบบให้มีส่วนสำหรับแขวนเพื่อเป็นการประหยัดพื้นที่ เช่น Blister pck.</p> <p>- ออกแบบฝาให้จับถนัดมือ ไม่ลื่นหลุดง่าย</p> <p>- ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยเลือกวัสดุป้องกันการเปิดใช้ก่อน เช่น เลือกใช้สติ๊กเกอร์, Blister pck.</p> <p>- ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น</p>
<p><b>12. น้ำยาขจัดเชื้อรา</b></p> <p><u>ด้าน (Containment)</u></p> <p>- มีบรรจุภัณฑ์บรรจุ ปริมาตร 20 ml.</p> <p>- มีบรรจุภัณฑ์ชั้นนอก เนื่องจากการจำหน่ายเป็นแบบกึ่ง Self selection ต้องช่วยประหยัดพื้นที่ในการวางบน Shelf</p> <p><u>ด้าน (Convenience)</u></p> <p>- จับถนัดมือไม่ลื่นหลุดง่าย</p> <p><u>ด้าน (Protection)</u></p> <p>- มีบรรจุภัณฑ์ป้องกันการเปิดใช้ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในภายใน</p> <p><u>ด้าน (Promotion)</u></p> <p>- สื่อภาพลักษณ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย</p>	<p>- บรรจุในขวดแก้ว (Primary pck.) ขนาดบรรจุ 20ml.</p> <p>- บรรจุภัณฑ์ Secondary pck. ออกแบบให้มีส่วนสำหรับแขวนเพื่อเป็นการประหยัดพื้นที่ เช่น Blister pck.</p> <p>- ออกแบบฝาให้จับถนัดมือ ไม่ลื่นหลุดง่าย</p> <p>- ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยเลือกวัสดุป้องกันการเปิดใช้ก่อน เช่น เลือกใช้สติ๊กเกอร์, Blister pck.</p> <p>- ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น</p>
<p><b>13. อุปกรณ์ต่อเล็บยาว</b></p> <p><u>ด้าน (Containment)</u></p> <p>- มีบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุอุปกรณ์</p>	<p>- ออกแบบให้เป็นภาชนะใส่อุปกรณ์ต่างๆ ที่มีการนำไปใช้</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ในวาระใด ๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาหรือรูปแบบให้เป็นภาคีใส่อุปกรณ์ต่างๆ ที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ/ ปัญหา	แนวทางแก้ไขปัญหา
<ul style="list-style-type: none"> <li>- กาวสำหรับติดเล็บ</li> <li>- เล็บขนาดต่างๆ</li> <li>- ไม้แต่งเล็บ</li> <li>- เจลล้างกาว</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรจุภัณฑ์ Primary Package ออกแบบให้มี ส่วนสำหรับ แขนงเพื่อเป็นการประหยัดพื้นที่ เช่น Blister pck.</li> </ul>
<p><u>ด้าน (Convenience)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ขนาดพอเหมาะ กระทัดรัด</li> <li>- มีที่เก็บอุปกรณ์ให้เป็นสัดส่วน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีขนาดกระทัดรัด</li> <li>- ออกแบบให้เป็นกล่องเก็บอุปกรณ์หรือ Blister pck. เก็บอุปกรณ์ขณะที่ยังไม่ได้ใช้</li> </ul>
<p><u>ด้าน (Protection)</u></p> <p>- มีบรรจุภัณฑ์ป้องกันการเปิดใช้ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยเลือกวัสดุป้องกันการเปิดใช้ก่อน เช่น เลือกลงใช้สติ๊กเกอร์, Blister pck.</li> </ul>
<p>- บรรจุภัณฑ์สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ไม่ให้เสียหายได้</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ออกแบบให้ถาดล็อกอุปกรณ์ภายในไม่ให้เคลื่อนที่</li> </ul>
<p><u>ด้าน (Promotion)</u></p> <p>- สื่อภาพลักษณ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น</li> </ul>
<p><b>14. กล่องเก็บอุปกรณ์ตัดแต่งเล็บ</b></p>	
<p><u>ด้าน (Containment)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุอุปกรณ์</li> <li>- กรรไกรตัดแต่งเล็บ</li> <li>- ตะไบแต่งเล็บ</li> <li>- ตะไบขัดเงาเล็บ</li> <li>- ไม้แต่งเล็บ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ออกแบบกล่องใส่อุปกรณ์ต่างๆ ให้มีความสวยงาม สามารถหยิบใช้อุปกรณ์ต่างๆ ได้สะดวก</li> </ul>
<p><u>ด้าน (Convenience)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ขนาดพอเหมาะ กระทัดรัด พกพาได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีขนาดที่เหมาะสมกับการพกพา เก็บอุปกรณ์ต่างๆ เป็นสัดส่วน</li> </ul>
<p><u>ด้าน (Protection)</u></p> <p>- มีบรรจุภัณฑ์ป้องกันการเปิดใช้ผลิตภัณฑ์ที่อยู่</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยเลือกวัสดุป้องกัน</li> </ul>

เอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

เงื่อนไขความต้องการ/ ปัญหา	แนวทางแก้ไขปัญหา
<p>ภายใน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรจุภัณฑ์สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ไม่ให้เสียหายได้</li> </ul> <p><u>ด้าน (Promotion)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สื่อภาพลักษณ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย</li> </ul>	<p>กันการเปิดใช้ก่อน เช่น เลือกลงใช้สติ๊กเกอร์, Shrink film</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ออกแบบให้มีตัวล็อกอุปกรณ์ภายในไม่ให้เคลื่อนที่</li> <li>- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นสวยงามมีเอกลักษณ์</li> </ul>
<p><b>15. อุปกรณ์เสริมความแข็งแรงของเล็บ</b></p> <p><u>ด้าน (Containment)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุอุปกรณ์ <ul style="list-style-type: none"> <li>- แผ่นไฟเบอร์กลาสติดเล็บ</li> <li>- น้ำยาสำหรับติดแผ่นไฟเบอร์</li> <li>- เจลล้าง</li> <li>- ไม้แต่งเล็บ</li> </ul> </li> <li>- มีบรรจุภัณฑ์ชั้นนอก เนื่องจากการจำหน่ายเป็นแบบกึ่ง Self selection ต้องช่วยประหยัดพื้นที่ในการวางบน Shelf</li> </ul> <p><u>ด้าน (Convenience)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ขนาดพอเหมาะ กระทัดรัด</li> <li>- มีที่เก็บอุปกรณ์ให้เป็นสัดส่วน</li> </ul> <p><u>ด้าน (Protection)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีบรรจุภัณฑ์ป้องกันการเปิดใช้ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน</li> <li>- บรรจุภัณฑ์สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ไม่ให้เสียหายได้</li> </ul> <p><u>ด้าน (Promotion)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สื่อภาพลักษณ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย</li> </ul> <p>เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานภายในบริษัทฯ เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ออกแบบให้เป็นภาตใส่อุปกรณ์ต่างๆ</li> <li>- บรรจุภัณฑ์ Primary Package ออกแบบให้มีส่วนสำหรับ แขนงเพื่อเป็นการประหยัดพื้นที่ เช่น Blister pck.</li> <li>- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้กะทัดรัด</li> <li>- ออกแบบให้เป็นกล่องเก็บอุปกรณ์หรือ Blister pck. เก็บอุปกรณ์ขณะที่ยังไม่ได้ใช้</li> <li>- ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยเลือกวัสดุป้องกันการเปิดใช้ก่อน เช่น Blister pck.</li> <li>- ออกแบบให้มีตัวล็อกอุปกรณ์ภายในไม่ให้เคลื่อนที่</li> <li>- ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น</li> </ul>

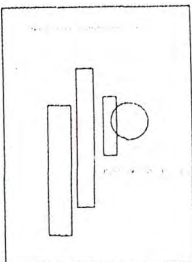
เงื่อนไขความต้องการ/ ปัญหา	แนวทางแก้ไขปัญหา
<p><b>16. อุปกรณ์กั้นนิ้วเวลาทาเล็บ</b></p> <p><u>ด้าน (Containment)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุอุปกรณ์</li> <li>- อุปกรณ์กั้นนิ้วเวลาทาเล็บ</li> <li>- มีบรรจุภัณฑ์ชั้นนอก เนื่องจากการจำหน่ายเป็นแบบกึ่ง Self selection ต้องช่วยประหยัดพื้นที่ในการวางบน Shelf</li> </ul> <p><u>ด้าน (Convenience)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ขนาดพอเหมาะ กะทัดรัด</li> </ul> <p><u>ด้าน (Protection)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีบรรจุภัณฑ์ป้องกันการเปิดใช้ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ใน</li> <li>- บรรจุภัณฑ์สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ไม่ให้เสียหายได้</li> </ul> <p><u>ด้าน (Promotion)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สื่อภาพลักษณ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรจุภัณฑ์ Primary Package ออกแบบให้มี ส่วนสำหรับแขวนเพื่อเป็นการประหยัดพื้นที่ เช่น Blister pck.</li> <li>- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีขนาดกะทัดรัด</li> <li>- ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยเลือกวัสดุป้องกันการเปิดใช้ก่อน เช่น Blister pck.</li> <li>- ออกแบบให้มีตัวล็อกอุปกรณ์ภายในไม่ให้เคลื่อนที่</li> <li>- ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น</li> </ul>
<p><b>17. แปร่ง &amp; หินขัด</b></p> <p><u>ด้าน (Containment)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุอุปกรณ์</li> <li>- แปร่ง &amp; หินขัด</li> <li>- มีบรรจุภัณฑ์ชั้นนอก เนื่องจากการจำหน่ายเป็นแบบกึ่ง Self selection ต้องช่วยประหยัดพื้นที่ในการวางบน Shelf</li> </ul> <p><u>ด้าน (Convenience)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ขนาดพอเหมาะ กะทัดรัด</li> </ul> <p><u>ด้าน (Protection)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีบรรจุภัณฑ์ป้องกันการเปิดใช้ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ใน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรจุภัณฑ์ Primary Package ออกแบบให้มี ส่วนสำหรับแขวนเพื่อเป็นการประหยัดพื้นที่ เช่น Blister pck.</li> <li>- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีขนาดกะทัดรัด</li> <li>- ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยเลือกวัสดุป้องกันการเปิดใช้ก่อน เช่น Blister pck.</li> </ul>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่ควรเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต การคัดลอกหรือการนำข้อมูลไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาตจะถือว่าผิดกฎหมาย

เงื่อนไขความต้องการ/ ปัญหา	แนวทางแก้ไขปัญหา
<p>- บรรจุภัณฑ์สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ไม่ให้เสียหายได้</p> <p><u>ด้าน (Promotion)</u></p> <p>- สื่อภาพลักษณ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย</p> <p><b>18. Gift set</b></p> <p><u>ด้าน (Containment)</u></p> <p>- มีบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- โคลชันทามือและเล็บ</li> <li>- น้ำยาล้างเล็บ</li> <li>- น้ำยาทาเล็บ Base coat / Top coat</li> <li>- อุปกรณ์กันนิ้วเวลาทาเล็บ</li> </ul> <p><u>ด้าน (Convenience)</u></p> <p>- ขนาดพอเหมาะ กระทัดรัด</p> <p><u>ด้าน (Protection)</u></p> <p>- มีบรรจุภัณฑ์ป้องกันการเปิดใช้ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ใน</p> <p>- บรรจุภัณฑ์สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ไม่ให้เสียหายได้</p> <p><u>ด้าน (Promotion)</u></p> <p>- สื่อภาพลักษณ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย</p>	<p>- ออกแบบให้มีตัวล็อกอุปกรณ์ภายในไม่ให้เคลื่อนที่</p> <p>- ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น</p> <p>- ออกแบบกล่องใส่ Gift set ให้มีความสวยงามสามารถหยิบใช้ได้สะดวก</p> <p>- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีขนาดที่เหมาะสมเก็บของเป็นสัดส่วน</p> <p>- ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยเลือกวัสดุป้องกันการเปิดใช้ก่อน เช่น เลือกลงใช้สติ๊กเกอร์, Shrink film</p> <p>- ออกแบบให้มีตัวล็อกอุปกรณ์ภายในไม่ให้เคลื่อนที่</p> <p>- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นสวยงามมีเอกลักษณ์</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขอบเขตของงาน

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ/ปริมาณงาน		
ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน			
1.LOGO  Nelvitt					Promotion สื่อถึงภาพลักษณ์ที่ดีของผลิตภัณฑ์ ดูเป็นสากลผู้บริโภคจดจำได้ง่าย	โครงสร้าง	<input type="radio"/> มาตรฐาน <input type="radio"/> ออกแบบ	.....โครงสร้าง .....ขนาด
						กราฟฟิก	<input checked="" type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	.....1....กราฟฟิกหลัก .....เอกลักษณ์ร่วม
2.BROCHURE FOR PROMOTION					Promotion ออกแบบกราฟฟิกเพื่อสื่อให้เห็นภาพลักษณ์ที่ดีของผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย	โครงสร้าง	<input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	.....โครงสร้าง .....ขนาด
						กราฟฟิก	<input checked="" type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	.....1....กราฟฟิกหลัก .....เอกลักษณ์ร่วม




ขอบเขตของงาน

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ/ปริมาณงาน		
ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน			
1.โลชั่นทามือและเล็บ (Hand & nail Lotion)	- Keratin & Liposomes  - Moisture & Vitamin E	250 ml.	Primary Package	ขวดพลาสติก  ราคา 125 บาท	Containment บรรจุในขวดพลาสติกฝาปั๊มสะดวกในการใช้งาน Protection ออกแบบให้มีตัวล็อกฝาปั๊ม Convenience ใช้ฝาปั๊มไม่ต้องยกขึ้นขณะใช้งาน Promotion ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีลักษณะโดดเด่น	โครงสร้าง	<input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	.....1.....โครงสร้าง .....1.....ขนาด
		130 ml.	Primary Package	ขวดพลาสติก  ราคา 75 บาท	Containment บรรจุในขวดพลาสติก Protection ใช้วัสดุป้องกันการเปิดไขก่อน เช่น เลือกใช้สติ๊กเกอร์, Shrink film Convenience ออกแบบให้ฝาไม่หลุดออกจากตัวขณะใช้งาน ฝาเปิด-ปิดง่าย Promotion ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีลักษณะโดดเด่น	โครงสร้าง	<input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	.....1.....โครงสร้าง .....1.....ขนาด
		65 ml.	Primary Package	หลอดพลาสติก  ราคา 42 บาท	Containment บรรจุในหลอดพลาสติก Protection ใช้วัสดุป้องกันการเปิดไขก่อน เช่น เลือกใช้สติ๊กเกอร์, Shrink film Convenience ออกแบบให้ฝาไม่หลุดออกจากตัวขณะใช้งาน ขนาดพกพาสะดวก Promotion ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีลักษณะโดดเด่น	โครงสร้าง	<input checked="" type="radio"/> มาตรฐาน <input type="radio"/> ออกแบบ	.....1.....โครงสร้าง .....1.....ขนาด
						กราฟฟิก	<input type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	.....1.....กราฟฟิกหลัก .....2.....เอกลักษณ์ร่วม
						กราฟฟิก	<input type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	.....1.....กราฟฟิกหลัก .....2.....เอกลักษณ์ร่วม

ขอบเขตของงาน

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ/ปริมาณงาน		
ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน			
สบู่เหลวล้างมือ (Hand wash)	- Anti bacteria	300 ml.	Primary Package	ขวดพลาสติก  ราคา 75/65 บาท	Containment บรรจุในขวดพลาสติกฝาปิดสะดวกในการใช้งาน Protection ออกแบบให้มีตัวล็อกฝาปิด Convenience ไขฝาบีมไม่ต้องยกขึ้นขณะใช้งาน Promotion ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีลักษณะโดดเด่น	โครงสร้าง	<input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	.....1....โครงสร้าง .....1....ขนาด
	- Moisturizer					กราฟฟิก	<input type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	.....1....กราฟฟิกหลัก .....2....เอกลักษณ์ร่วม
น้ำยาล้างเล็บ (Nail enamel remover)	- Extra fast	200 ml.	Primary Package	ขวดพลาสติก  ราคา 135 บาท	Containment บรรจุในขวดพลาสติก Protection ออกแบบให้มีตัวล็อกฝาปิดหรือมีพลาสติกครอบฝาไว้ Convenience ไขฝาบีมไม่ต้องยกขึ้นขณะใช้งาน กะปริมาณน้ำยาที่ไขได้ Promotion ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีลักษณะโดดเด่น	โครงสร้าง	<input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	.....1....โครงสร้าง .....1....ขนาด
	- Extra mild					กราฟฟิก	<input type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	.....1....กราฟฟิกหลัก .....3....เอกลักษณ์ร่วม
	- Moisturizer	50 ml.	Primary Package	ขวดพลาสติก  ราคา 45 บาท	Containment บรรจุในขวดพลาสติก Protection ใช้วัสดุป้องกันการเปิดไขก่อน เช่น ไขสติ๊กเกอร์, Shrink film Convenience ออกแบบให้ฝาไม่หลุดออกจากตัวขณะใช้งาน รูเท้าน้ำยามีขนาดเล็ก Promotion ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีลักษณะโดดเด่น	โครงสร้าง	<input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	.....1....โครงสร้าง .....1....ขนาด
						กราฟฟิก	<input type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	.....1....กราฟฟิกหลัก .....3....เอกลักษณ์ร่วม

ขอบเขตของงาน

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ/ปริมาณงาน		
ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน			
4.ผลิตภัณฑ์ทำ ความสะอาดเล็บ (Felt nail polish remover pads)	- Extra fast  - Extra mild  - Moisturizer	15 แผ่น	Primary Package	กระปุก พลาสติก  	Containment บรรจุในกระปุกพลาสติก Protection ใช้วัสดุป้องกันการเปิดไขก่อน เช่น เลือกใช้สติกเกอร์, Shrink film Convenience ขนาดพอเหมาะในการ พกพา หยิบใช้สะดวก Promotion ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิก ให้มีลักษณะโดดเด่น	โครงสร้าง  กราฟฟิก	<input checked="" type="radio"/> มาตรฐาน <input type="radio"/> ออกแบบ  <input type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	.....1....โครงสร้าง .....1....ขนาด  .....1....กราฟฟิกหลัก .....3....เอกลักษณ์ร่วม
5.สเปรย์ฉีดเล็บ แห้งเร็ว (Quick dry nail spray)		120 ml.	Primary Package	กระป๋องสเปรย์  	Containment บรรจุในกระป๋องสเปรย์ Protection ใช้วัสดุป้องกันการเปิดไขก่อน เช่น เลือกใช้สติกเกอร์, Shrink film Convenience เลือกใช้บรรจุภัณฑ์ขนาด พอเหมาะจับนัตมือ Promotion ออกแบบกราฟฟิกให้มี ลักษณะโดดเด่น	โครงสร้าง  กราฟฟิก	<input checked="" type="radio"/> มาตรฐาน <input type="radio"/> ออกแบบ  <input checked="" type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์รวม	.....1....โครงสร้าง .....1....ขนาด  .....1....กราฟฟิกหลัก .....เอกลักษณ์ร่วม
6.ครีมบำรุงหนัง รอบเล็บ (Cuticle massage cream)		35 ml.	Primary Package	กระปุก พลาสติก  	Containment บรรจุในกระปุกพลาสติก Protection ใช้วัสดุป้องกันการเปิดไขก่อน เช่น เลือกใช้สติกเกอร์, Shrink film Convenience ออกแบบบรรจุภัณฑ์ ขนาดพอเหมาะ ผิวมี Texture จับไม่ลื่น Promotion ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิก ให้มีลักษณะโดดเด่น	โครงสร้าง  กราฟฟิก	<input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ  <input checked="" type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	.....1....โครงสร้าง .....1....ขนาด  .....1....กราฟฟิกหลัก .....เอกลักษณ์ร่วม



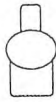
ขอบเขตของงาน

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ/ปริมาณงาน				
ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน					
			Secondary Package	กล่องกระดาษเห็นผลิตภัณฑ์หรือบลิสเตอร์แพ็ค	Containment กล่องกระดาษ เจาะช่องเห็นผลิตภัณฑ์ หรือบลิสเตอร์แพ็ค Protection ผลิตภัณฑ์มีราคาแพงจึงควรได้รับการปกป้องอย่างดี Promotion ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีลักษณะโดดเด่น เพื่อเพิ่มคุณค่าและราคาให้แก่ผลิตภัณฑ์		โครงสร้าง	<input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	.....1....โครงสร้าง .....1....ขนาด	
							กราฟฟิก	<input type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	.....1....กราฟฟิกหลัก .....1....เอกลักษณ์ร่วม	
7.เจลลีทาลอกหนังรอบเล็บ (Gel cuticle remover)		20 ml.	Primary Package	หลอดพลาสติก	Containment บรรจุในหลอดพลาสติก Protection ไขว้สุดป้องกันกรรจั่วซึม Convenience ฝาของบรรจุภัณฑ์ต้องมีความสะดวกในการใช้งาน Promotion ออกแบบกราฟฟิกให้มีลักษณะโดดเด่น		ราคา 220 บาท	โครงสร้าง	<input checked="" type="radio"/> มาตรฐาน <input type="radio"/> ออกแบบ	.....1....โครงสร้าง .....1....ขนาด
								กราฟฟิก	<input checked="" type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	.....1....กราฟฟิกหลัก .....เอกลักษณ์ร่วม
			Secondary Package	กล่องกระดาษเห็นผลิตภัณฑ์หรือบลิสเตอร์แพ็ค	Containment กล่องกระดาษเจาะช่องเห็นผลิตภัณฑ์ หรือบลิสเตอร์แพ็ค Convenience การจัดจำหน่ายเป็นแบบกึ่ง Self selection จึงออกแบบให้มีส่วนสำหรับแขวนเพื่อช่วยประหยัดพื้นที่ Promotion ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีลักษณะโดดเด่น		โครงสร้าง	<input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	.....1....โครงสร้าง .....1....ขนาด	
							กราฟฟิก	<input type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	.....1....กราฟฟิกหลัก .....1....เอกลักษณ์ร่วม	

ขอบเขตของงาน

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ/ปริมาณงาน		
ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน			
8.น้ำยาทาเล็บ (Nail enamel)	- น้ำยาเร่งความยาวเล็บ (Maximum growth)	12 ml.	Primary Package	ขวดแก้ว	Containment บรรจุในขวดแก้ว Protection ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยเลือกวัสดุป้องกันการเปิดไขก่อน เช่น สติกเกอร์ Convenience ออกแบบฝาให้มีที่จับถนัดมือ ไม่ลื่นหลุดง่าย Promotion ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีลักษณะโดดเด่น	โครงสร้าง	<input checked="" type="radio"/> มาตรฐาน <input type="radio"/> ออกแบบ	.....1....โครงสร้าง .....1....ขนาด
	- น้ำยาเคลือบเล็บ (Nail hardener)			ราคา 149 บาท	กราฟฟิก	<input type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	.....1....กราฟฟิกหลัก .....3....เอกลักษณ์ร่วม	
	- น้ำยาเคลือบเล็บรองพื้น (Base coat)		Secondary Package	กล่องกระดาษเห็นผลิตภัณฑ์หรือปลิสเตอร์แพ็ค	Containment กล่องกระดาษเจาะช่องเห็นผลิตภัณฑ์ หรือปลิสเตอร์แพ็ค Convenience การจัดทำนายเป็นแบบกึ่ง Self selection จึงออกแบบให้มีส่วนสำหรับแขวนเพื่อช่วยประหยัดพื้นที่ Promotion ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีลักษณะโดดเด่น	โครงสร้าง	<input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	.....1....โครงสร้าง .....1....ขนาด
- น้ำยาเคลือบเล็บ (Top coat)				กล่องกระดาษเห็นผลิตภัณฑ์หรือปลิสเตอร์แพ็ค	Containment กล่องกระดาษเจาะช่องเห็นผลิตภัณฑ์ หรือปลิสเตอร์แพ็ค Convenience การจัดทำนายเป็นแบบกึ่ง Self selection จึงออกแบบให้มีส่วนสำหรับแขวนเพื่อช่วยประหยัดพื้นที่ Promotion ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีลักษณะโดดเด่น	กราฟฟิก	<input type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	.....1....กราฟฟิกหลัก .....3....เอกลักษณ์ร่วม
9.น้ำยาแคลเซียมบำรุงเล็บ (Calcium gel nail builder)		17 ml.	Primary Package	ขวดแก้ว	Containment บรรจุในขวดแก้ว Protection ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยเลือกวัสดุป้องกันการเปิดไขก่อน เช่น สติกเกอร์ Convenience ออกแบบฝาให้มีที่จับถนัดมือ ไม่ลื่นหลุดง่าย Promotion ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีลักษณะโดดเด่น	โครงสร้าง	<input checked="" type="radio"/> มาตรฐาน <input type="radio"/> ออกแบบ	.....1....โครงสร้าง .....1....ขนาด
					ราคา 212 บาท	กราฟฟิก	<input checked="" type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	.....1....กราฟฟิกหลัก .....เอกลักษณ์ร่วม

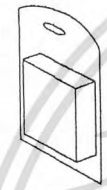
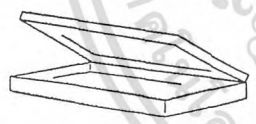
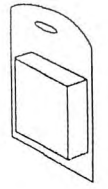
ขอบเขตของงาน

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ/ปริมาณงาน		
ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน			
			Secondary Package	กล่องกระดาษเห็นผลิตภัณฑ์หรือปลิสเตอร์แพ็ค 	Containment กล่องกระดาษเจาะช่องเห็นผลิตภัณฑ์ หรือปลิสเตอร์แพ็ค Convenience การจัดจำหน่ายเป็นแบบกึ่ง Self selection จึงออกแบบให้มีส่วนสำหรับแขวนเพื่อช่วยประหยัดพื้นที่ Promotion ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีลักษณะโดดเด่น	โครงสร้าง กราฟฟิก	<input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ <input type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	.....1....โครงสร้าง .....1....ขนาด .....1....กราฟฟิกหลัก .....1....เอกลักษณ์ร่วม
10. น้ำยาผสมยาทาเล็บ (Nail enamel solvent)		22 ml.	Primary Package	ขวดแก้ว  ราคา 95 บาท	Containment บรรจุในขวดแก้ว Protection ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยเลือกวัสดุป้องกันการเปิดไขก่อน เช่น สติ๊กเกอร์ Convenience ออกแบบฝาให้มิดชิดจับถนัดมือ ไม่ลื่นหลุดง่าย Promotion ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีลักษณะโดดเด่น	โครงสร้าง กราฟฟิก	<input checked="" type="radio"/> มาตรฐาน <input type="radio"/> ออกแบบ <input checked="" type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	.....1....โครงสร้าง .....1....ขนาด .....1....กราฟฟิกหลัก .....เอกลักษณ์ร่วม
11. น้ำมันบำรุงเล็บและหนังรอบเล็บ (Vitamin E nail & cuticle oil)		17 ml.	Primary Package	ขวดแก้ว  ราคา 149 บาท	Containment บรรจุในขวดแก้ว Protection ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยเลือกวัสดุป้องกันการเปิดไขก่อน เช่น สติ๊กเกอร์ Convenience ออกแบบฝาให้มิดชิดจับถนัดมือ ไม่ลื่นหลุดง่าย Promotion ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีลักษณะโดดเด่น	โครงสร้าง กราฟฟิก	<input checked="" type="radio"/> มาตรฐาน <input type="radio"/> ออกแบบ <input checked="" type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	.....1....โครงสร้าง .....1....ขนาด .....1....กราฟฟิกหลัก .....เอกลักษณ์ร่วม

ขอบเขตของงาน

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ/ปริมาณงาน			
ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน				
			Secondary Package	กล่องกระดาษเห็นผลิตภัณฑ์หรือปลิสเตอร์แพ็ค	Containment กล่องกระดาษเจาะช่องเห็นผลิตภัณฑ์ หรือปลิสเตอร์แพ็ค Convenience การจัดจำหน่ายเป็นแบบกึ่ง Self selection จึงออกแบบให้มีส่วนสำหรับแขวนเพื่อช่วยประหยัดพื้นที่ Promotion ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีลักษณะโดดเด่น		โครงสร้าง	<input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	....1....โครงสร้าง ....1....ขนาด
							กราฟฟิก	<input type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	....1....กราฟฟิกหลัก ....1....เอกลักษณ์ร่วม
12. น้ำยาขจัดเชื้อรา (No more fungus)		20 ml.	Primary Package	ขวดแก้ว	Containment บรรจุในขวดแก้ว Protection ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยเลือกวัสดุป้องกันการเปิดไขก่อน เช่น สติกเกอร์ Convenience ออกแบบฝาให้มีที่จับถนัดมือ ไม่ลื่นหลุดง่าย Promotion ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีลักษณะโดดเด่น		โครงสร้าง	<input checked="" type="radio"/> มาตรฐาน <input type="radio"/> ออกแบบ	....1....โครงสร้าง ....1....ขนาด
				ราคา 175 บาท			กราฟฟิก	<input checked="" type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	....1....กราฟฟิกหลัก .....เอกลักษณ์ร่วม
			Secondary Package	กล่องกระดาษเห็นผลิตภัณฑ์หรือปลิสเตอร์แพ็ค	Containment กล่องกระดาษเจาะช่องเห็นผลิตภัณฑ์ หรือปลิสเตอร์แพ็ค Convenience การจัดจำหน่ายเป็นแบบกึ่ง Self selection จึงออกแบบให้มีส่วนสำหรับแขวนเพื่อช่วยประหยัดพื้นที่ Promotion ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีลักษณะโดดเด่น		โครงสร้าง	<input checked="" type="radio"/> มาตรฐาน <input type="radio"/> ออกแบบ	....1....โครงสร้าง ....1....ขนาด
							กราฟฟิก	<input type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	....1....กราฟฟิกหลัก ....1....เอกลักษณ์ร่วม

ขอบเขตของงาน

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ/ปริมาณงาน		
ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน			
13. อุปกรณ์ต่อเล็บยาว - กาวสำหรับติดเล็บ - ไม้แต่งเล็บ - เล็บขนาดต่างๆ - เจลล้างกาว			Primary Package	บลิสเตอร์แพ็ค  ราคา 115 บาท	Containment ออกแบบเป็นถาดใส่อุปกรณ์ให้เป็นสัดส่วน Protection ใช้วัสดุป้องกันการเปิดไขก่อน Convenience ออกแบบให้เป็นกล่องเก็บอุปกรณ์ หรือ Blister pack. ขณะที่ยังไม่ได้ใช้ Promotion ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีลักษณะโดดเด่น	โครงสร้าง กราฟฟิก	<input type="radio"/> มาตรฐาน <input type="radio"/> ออกแบบ	.....1.....โครงสร้าง .....1.....ขนาด
14. กล่องเก็บอุปกรณ์ตัดเล็บ - กรรไกรตัดแต่งเล็บ - ตะไบแต่งเล็บ - ตะไบขัดเงาเล็บ - ไม้แต่งเล็บ			Primary Package	กล่องพลาสติกเห็นผลิตภัณฑ์  ราคา 210 บาท	Containment ออกแบบเป็นกล่องเก็บอุปกรณ์ให้เป็นสัดส่วน Protection ใช้วัสดุป้องกันการเปิดไขก่อน Convenience ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีขนาดที่เหมาะสม เก็บอุปกรณ์เป็นสัดส่วน Promotion ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีลักษณะโดดเด่น	โครงสร้าง กราฟฟิก	<input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	.....1.....โครงสร้าง .....1.....ขนาด
15. อุปกรณ์เสริมความแข็งแรงของเล็บ (The nail patch) - แผ่นไฟเบอร์กลาสติดเล็บ - ไม้แต่งเล็บ - น้ำยาล้างเล็บ - เจลล้าง			Primary Package	บลิสเตอร์แพ็ค  ราคา 95 บาท	Containment ออกแบบเป็นถาดใส่อุปกรณ์ให้เป็นสัดส่วน Protection ใช้วัสดุป้องกันการเปิดไขก่อน Convenience ออกแบบให้เป็นกล่องเก็บอุปกรณ์ หรือ Blister pack. ขณะที่ยังไม่ได้ใช้ Promotion ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีลักษณะโดดเด่น	โครงสร้าง กราฟฟิก	<input type="radio"/> มาตรฐาน <input type="radio"/> ออกแบบ	.....1.....โครงสร้าง .....1.....ขนาด

ขอบเขตของงาน

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ/ปริมาณงาน			
ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน				
16. อุปกรณ์กันนิ้วเวลาทาเล็บ			Primary Package	บลิสเตอร์แพ็ค  ราคา 45 บาท	Containment ออกแบบเป็นถาดใส่อุปกรณ์ให้เป็นสัดส่วน Protection ไขว้สอดป้องกันการเปิดไขก่อน Convenience ออกแบบให้เป็นกล่องเก็บอุปกรณ์ หรือ Blister pack. ขณะที่ยังไม่ได้ใช้ Promotion ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีลักษณะโดดเด่น	โครงสร้าง <input checked="" type="radio"/> มาตรฐาน <input type="radio"/> ออกแบบ	.....1.....โครงสร้าง .....1.....ขนาด	กราฟฟิก <input checked="" type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	.....1.....กราฟฟิกหลัก .....เอกลักษณ์ร่วม
17. แปร่ง & หินขัด			Primary Package	บลิสเตอร์แพ็ค  ราคา 75 บาท	Containment ออกแบบเป็นถาดใส่อุปกรณ์ให้เป็นสัดส่วน Convenience การจัดจำหน่ายเป็นแบบกึ่ง Self selection จึงออกแบบให้มีส่วนสำหรับแขวนเพื่อช่วยประหยัดพื้นที่ Promotion ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีลักษณะโดดเด่น	โครงสร้าง <input checked="" type="radio"/> มาตรฐาน <input type="radio"/> ออกแบบ	.....1.....โครงสร้าง .....1.....ขนาด	กราฟฟิก <input checked="" type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	.....1.....กราฟฟิกหลัก .....เอกลักษณ์ร่วม
18. Gift set ประกอบด้วย - โลชั่นทามือและเล็บ - น้ำยาล้างเล็บ - น้ำยาทาเล็บ Base coat / top coat - อุปกรณ์กันนิ้วเวลาทาเล็บ			Primary Package	กล่องพลาสติก  ราคา 365 บาท	Containment ออกแบบเป็นถาดใส่อุปกรณ์ให้เป็นสัดส่วน Protection ไขว้สอดป้องกันการเปิดไขก่อน Convenience ออกแบบให้เป็นกล่องเก็บอุปกรณ์ ขณะที่ยังไม่ได้ใช้ Promotion ออกแบบรูปแบบและกราฟฟิกให้มีลักษณะโดดเด่น	โครงสร้าง <input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	.....1.....โครงสร้าง .....1.....ขนาด	กราฟฟิก <input checked="" type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	.....1.....กราฟฟิกหลัก .....เอกลักษณ์ร่วม

### แนวทางการศึกษาวิจัย

1. ศึกษาแนวทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ แนวโน้มของตลาดในอนาคต
2. ศึกษารูปแบบของผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงและผลิตภัณฑ์คู่แข่ง
3. ศึกษาด้านวัสดุโครงสร้าง กรรมวิธีการผลิต และระบบการพิมพ์ที่นำมาใช้
4. ศึกษาการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์
5. ศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มบริโภคเป้าหมาย
6. ศึกษาขนาด รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ การบรรจุที่ถูกต้อง
7. ศึกษากรรมวิธีการบรรจุ การขนส่ง และการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์
8. ศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องสำอาง
9. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบฉลาก

### ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์ และสื่อความหมายให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกดีต่อผลิตภัณฑ์
2. บรรจุภัณฑ์ช่วยส่งเสริมการจัดจำหน่ายให้แก่ผลิตภัณฑ์
3. บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. บรรจุภัณฑ์ช่วยอำนวยความสะดวกในด้านการเก็บรักษา การขนส่งและการจัดจำหน่าย
5. บรรจุภัณฑ์สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเต็มที่ สร้างทัศนคติที่ดีแก่ผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าที่ผลิตในประเทศไทย
6. กระตุ้นให้ผู้ผลิตสินค้ารายอื่นๆ ในประเทศไทย ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน เพื่อให้เกิดการพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ภายในประเทศมากขึ้น
7. ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกซื้อสินค้าได้มากขึ้น ทำให้คุณภาพชีวิตของคนไทยดีขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## บทที่ 2 การค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่หรือใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2. ข้อมูลทางการตลาดของเครื่องสำอางประเภท Skin care

### 2.1. ข้อมูลทั่วไปของเครื่องสำอางประเภท Skin care

โดยทั่วไปเครื่องสำอางสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภทคือ

#### 1. ประเภทเสริมความงาม (Make up)

เป็นเครื่องสำอางที่แต่งเติมให้เกิดสีสันความงามบนใบหน้า ได้แก่ ลิปสติก, แป้งแต่งหน้า, มาสคาร่า, บรัชออน, อายแชโดว์ ฯลฯ



ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทเสริมความงาม (Make up)

#### 2. ประเภทดูแลผิวพรรณ (Skin care)

2.1 ประเภททำความสะอาดผิว (Cleansing) เป็นผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้าอย่าง ล้ำลึก เพื่อผิวหน้าเนียนใส สดชื่น ไม่แห้งตึง ทำความสะอาดผิวอย่างอ่อนโยน



ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภททำความสะอาดผิวพรรณ (Cleansing)

2.2 ประเภทปรับสมดุลผิว (Moisturizing) เป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของโลชั่น, ครีม ที่มีส่วนผสมของสารหรือวิตามิน สำหรับบำรุงผิว



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังขอสงวนสิทธิ์ในข้อมูลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทบำรุงผิวพรรณ (Moisturizing) ของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 ประเภทเครื่องสำอางประเภทตัวรอย (Line eraser) เป็นผลิตภัณฑ์ลบเลือนริ้วรอยและรอยเส้นให้จางลง โดยมีสารกระตุ้นพื้นฟูเพิ่มจำนวนเซลล์ผิว เสริมสร้างชั้นผิวให้สมบูรณ์ขึ้น คงสภาพได้นานขึ้น



ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทตัวรอย (Line eraser)

2.4 ประเภทปกป้องผิวจากแสงแดด (Sun protection) เป็นผลิตภัณฑ์สำหรับปกป้องเซลล์ผิวจากการถูกทำลายโดยแสงแดด เช่น รังสี UVA และ UVB เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดริ้วรอยก่อนวัย ผิวแห้งกร้าน และเป็นต้นเหตุของการเกิดฝ้า



ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางปกป้องผิวจากแสงแดด (Sun protection)

2.5 ประเภทลดรอยหมองคล้ำ เพื่อผิวขาวนวล (Whitening) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของสารควบคุมและป้องกันการก่อตัวของเม็ดสีผิวเมลานิน อันเป็นต้นเหตุของจุดด่างดำบนใบหน้า ช่วยปกป้องผิวจากอันตรายของสภาวะแวดล้อม คั้นความมีชีวิตชีวาและทิวความกระจ่างใสแก่ผิวพรรณ



ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางลดรอยหมองคล้ำ เพื่อผิวขาวนวล (Whitening)

### 3.ประเภทเครื่องหอม (Perfume) ได้แก่หัวน้ำหอมและน้ำหอม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้ภายในของนักศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทน้ำหอม (Perfume) ถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.1.2 ขนาดของตลาด และแนวโน้มในอนาคต

ตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ได้แก่ กลุ่มสกินแคร์ เมคอัพ และน้ำหอม ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่ 70% เป็นเพศหญิงทุกระดับอายุ โดยตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางมีมูลค่าราว 20,000 ล้านบาท แบ่งเป็นการจำหน่ายผ่านช่องทางขายตรง 10,000 ล้านบาท และช่องทางอื่นๆ อีก 10,000 ล้านบาท ซึ่งนับว่าเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่และมีความสำคัญมาก เนื่องจากมีอัตราการเติบโตสูงกว่าร้อยละ 10 และมีแนวโน้มจะสูงขึ้นทุกๆ ปี

นอกจากเครื่องสำอางจะมีแนวโน้มที่ขยายตัวตามพัฒนาของสังคมที่เน้นเรื่องการส่งเสริมบุคลิกภาพด้วยการปรู้งแต่งแล้ว ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่ปรับตัวดีขึ้นในปี 2542 ที่ผ่านมาก็มีผลอย่างมากต่อการเติบโตของตลาดเครื่องสำอาง สำหรับทิศทางของตลาดเครื่องสำอางในประเทศพบว่าการขยายตัวที่สูงกว่าเครื่องสำอางนำเข้าที่มีราคาแพง ทั้งนี้เพราะผู้บริโภคเน้นราคาเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อ



ปี 2543 ความต้องการของผู้บริโภคเริ่มเปลี่ยนไป ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความฉลาดในการเลือกซื้อมากขึ้น คนส่วนใหญ่จะเน้นเรื่องคุณค่าของเงินที่จ่ายไป นอกจากนั้นสินค้าที่เลือกซื้อต้องเป็นสินค้าที่เน้นด้านสุขภาพ เพราะผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านคุณภาพเพิ่มขึ้น

และเนื่องจากการปรับโครงสร้างภาชนำเข้าใหม่ลดลงตามพิกัดของอาฟต้า ส่งผลให้เครื่องสำอางนำเข้าปี 2543 จะมีราคาถูกลง ดังนั้นเครื่องสำอางที่ผลิตในประเทศจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ทางการการผลิต, คุณภาพ, มาตรฐาน, บรรจุภัณฑ์ และการตลาดเพื่อให้สามารถแข่งขันกับเครื่องสำอางที่นำเข้าจากต่างประเทศได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตลาดผลิตภัณฑ์บำรุงผิว (Skin care)

เครื่องสำอางที่จัดจำหน่ายทั่วไปในท้องตลาดมีมูลค่าการตลาดกว่า 10,000 ล้านบาท เป็นผลิตภัณฑ์บำรุงผิวครองสัดส่วนอยู่กว่าร้อยละ 50 ของตลาดเครื่องสำอางทั้งหมด ส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ผลิตโดยกลุ่มผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภครายใหญ่ และขายผ่านช่องทางซูเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งผลิตภัณฑ์เหล่านี้จะต้องแข่งขันกันด้วยราคาเป็นปัจจัยสำคัญ เพราะผู้บริโภคกลุ่มนี้จะมีความภักดีต่อยี่ห้อน้อย ดังนั้นการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อของผู้บริโภค

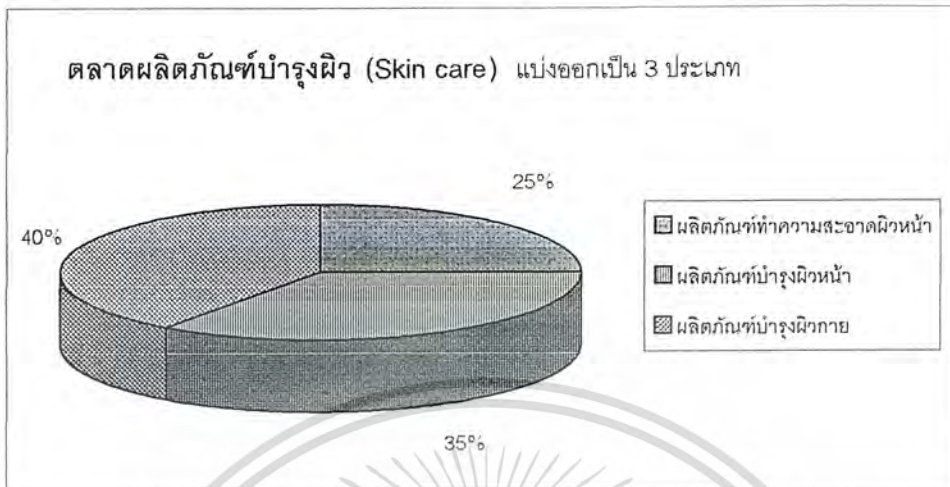


ภาพโดยรวมของตลาดเครื่องสำอางในปี 2543 นั้นผู้บริโภคจะมีโอกาสเลือกใช้สินค้าได้มากขึ้น สินค้าส่วนใหญ่จะมีราคาถูกลง สินค้านำเข้าจากต่างประเทศจะมีความหลากหลายขึ้น และมีบทบาทมากขึ้นในการครองส่วนแบ่งตลาด สินค้าที่ผลิตในประเทศจะได้รับผลกระทบจากการนำเข้าของสินค้าต่างประเทศที่เพิ่มขึ้น

ดังนั้นผู้ผลิตจึงจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ทางการตลาดและการผลิตให้เหมาะสมยิ่งขึ้น โดยสร้างความสะดวกในการจับจ่ายให้กับผู้บริโภคมากขึ้น สร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์เพื่อครอบคลุมความต้องการของผู้บริโภคส่วนใหญ่ และควบคุมการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อที่จะแข่งขันกับสินค้านำเข้าจากต่างประเทศได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับตลาดผลิตภัณฑ์บำรุงผิว (Skin care) โดยรวมมีมูลค่า 5,000 ล้านบาท มีอัตราการเติบโตเฉลี่ย 15-20% ต่อปี โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเภทดังนี้



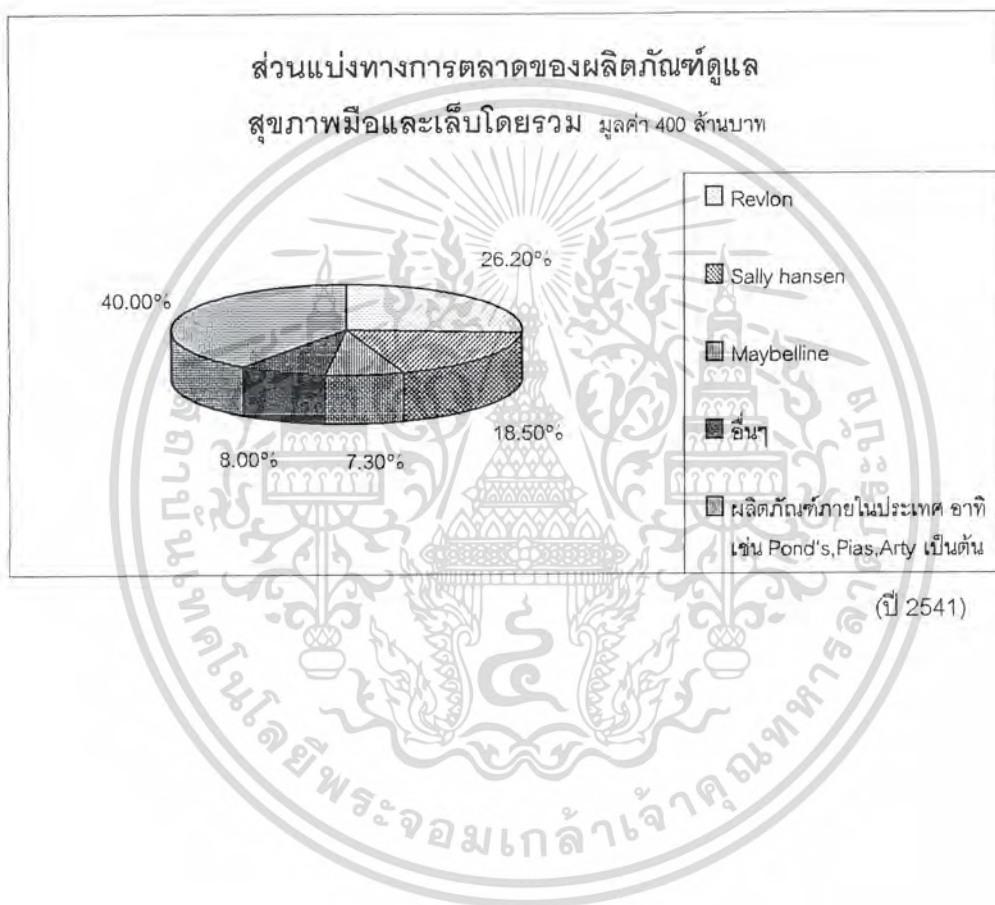
#### ข้อมูลการตลาดของผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บ ขนาดของตลาดโดยรวม และแนวโน้มในอนาคต

ปัจจุบันตลาดของผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บ (Hand & Nail care) ที่จำหน่ายในประเทศไทยมีมูลค่าการตลาดคิดเป็น 4% ของมูลค่าการตลาดเครื่องสำอางทั้งหมด แบ่งเป็นสินค้าที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ 63% และสินค้าที่ผลิตเองภายในประเทศ 37% มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยกว่าร้อยละ 10 ต่อปี



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาต (ปี 2541) ไปประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

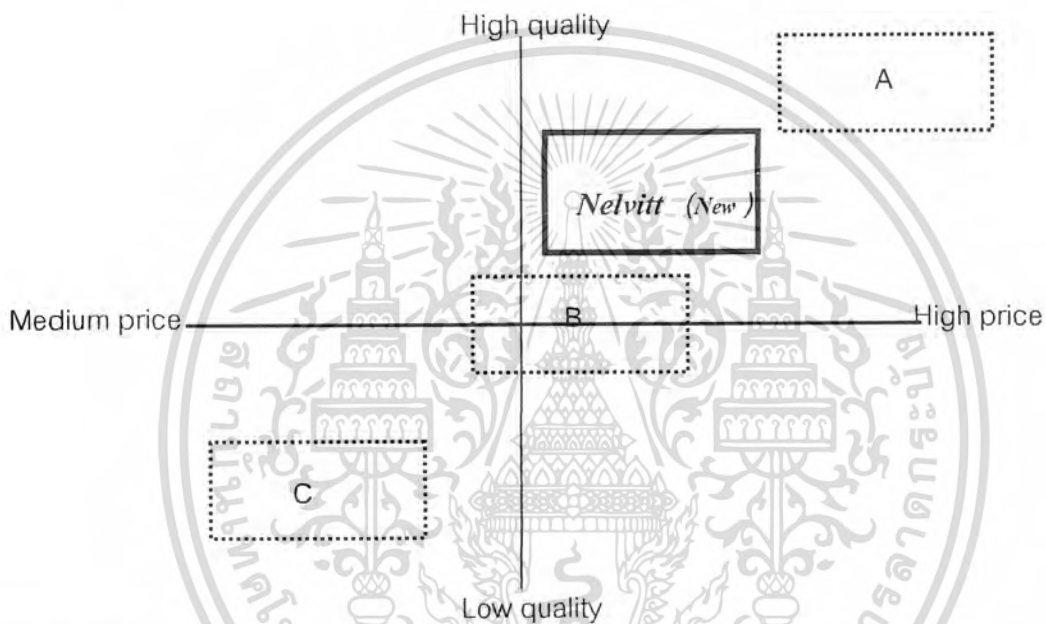
ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2543 ประเทศไทยได้เข้าสู่เขตการค้าเสรีอาเซียน (Asian Free Trade Area : AFTA) เครื่องสำอางเป็นสินค้ากลุ่มหนึ่งที่อยู่ในเงื่อนไขการปรับลดภาษีนำเข้าขาลงเหลือร้อยละ 5 ทำให้ต้นทุนในการนำเข้าเครื่องสำอางลดลง ผู้ประกอบการจึงฉวยโอกาสนำเข้าเครื่องสำอางจากต่างประเทศเข้าสู่ตลาดเมืองไทยมากขึ้น แต่การผลิตเครื่องสำอางในประเทศไทยจำต้องอาศัยวัตถุดิบนำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งรัฐบาลยังไม่มึนโยบายที่จะลดภาษีนำเข้าวัตถุดิบเหล่านั้น ทำให้ต้นทุนในการผลิตเครื่องสำอางในประเทศไทยยังสูงอยู่



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ข้อมูลจาก มอญนครธุรกิจ บ.ศูนย์วิจัยกสิกรไทย 7 มกราคม 2541  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.1.3 แนวความคิดของตลาดผลิตภัณฑ์ประเภทดูแลสุขภาพมือและเล็บ

ตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บ (Hand & nail care) ในประเทศไทย ปัจจุบันมีการแข่งขันยังไม่รุนแรงมากเมื่อเทียบกับตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลผิวพรรณ คู่แข่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศซึ่งมีราคาแพง ที่ผลิตภายในประเทศสินค้าก็ยังไม่หลากหลาย คุณภาพเทียบเท่าสินค้านำเข้าไม่ได้ ดังนั้นการศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายและโอกาสทางการค้าจึงต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก โดยตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บ (Hand & nail care) สามารถแบ่งกลุ่มของผลิตภัณฑ์ตามราคาที่ตั้งจำหน่าย และระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้



กลุ่มผลิตภัณฑ์	A	New	B	C
ยี่ห้อผลิตภัณฑ์	Sally hansen, Revlon , L'oreal, , Body shop , Red earth	Nelvitt	Boots, Za, Maybelline , Manicare, Trim	Watson's, Arty, Pond's , Pias, Vaseline, Protex , Dettol, Carex
ระดับราคา	สูง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง-ต่ำ
ผู้ผลิต / ผู้จัดจำหน่าย	นำเข้าจากต่างประเทศ	ผลิตในประเทศ	นำเข้าจากต่างประเทศ / ผลิตในประเทศ	ผลิตในประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากแผนภูมิและตารางเปรียบเทียบกลุ่มผลิตภัณฑ์ จะเห็นได้ว่าสินค้าส่วนใหญ่เป็นสินค้า นำเข้าจากต่างประเทศ ที่มีคุณภาพจะมีราคาจำหน่ายค่อนข้างสูง เจาะตลาดกลุ่มผู้บริโภคระดับ A ซึ่งมีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับกลุ่มผู้บริโภคระดับ B และ C เนื่องจากกลุ่มลูกค้าระดับนี้มีฐานที่ใหญ่และเหมาะกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน

ดังนั้นการสร้างตลาดให้กับผู้บริโภคกลุ่มนี้ต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านคุณภาพและมีราคาที่เหมาะสมเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากตลาดเครื่องสำอางดูแลสุขภาพมือและเล็บในปัจจุบันถึงแม้ว่าการแข่งขันยังไม่รุนแรงมาก แต่ก็มีแนวโน้มการเติบโตของตลาดสูงขึ้น

### ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บ “Nelvitt”

#### ด้านผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บ “ Nelvitt ” มีผลิตภัณฑ์ครบวงจรที่นอกจากจะช่วยดูแลสุขภาพมือและเล็บให้มีความแข็งแรงแล้ว ยังเพิ่มคุณค่าของวิตามินบำรุงช่วยฟื้นฟูให้ผิวมีสุขภาพดียิ่งขึ้น ช่วยปรับสภาพข่อมแซมเซลล์เสื่อมสภาพของมือและเล็บได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายหลักคือ กลุ่มผู้ใหญ่ อายุประมาณ 26-49 ปี เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ใช้ผลิตภัณฑ์โดยมีจุดประสงค์ในการบำรุงรักษาผิวพรรณ และชะลอการเกิดริ้วรอย และกลุ่มเป้าหมายรอง คือกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย (วัยเริ่มทำงาน) อายุประมาณ 20-25 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มที่ใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อบำรุงรักษาผิวพรรณก่อนเกิดริ้วรอย

#### ด้านบรรจุภัณฑ์

ออกแบบโครงสร้างและกราฟฟิกของบรรจุภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ สร้างความจดจำและความแตกต่างให้กับตัวผลิตภัณฑ์ และอำนวยความสะดวกในด้านการใช้งานแก่ผู้บริโภค เพื่อเป็นพลังในการดึงดูดผู้บริโภคเนื่องจากเป็นสินค้าใหม่

#### ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ของบริษัทในกลุ่ม เช่นทริลมาร์เก็ตติ้งกรุ๊ป อินเทอร์เน็ต จำกัด การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จึงเริ่มจากในเซ็นทรัลและโรบินสันที่เป็นบริษัทในเครือ และจัดจำหน่ายในแผนกเครื่องสำอางของห้าง โดยมีลักษณะการจัดเป็น Booth ส่งเสริมการขาย (Self selection) ซึ่งมีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น และจะขยายช่องทางการขายไปร้าน Health care ต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.1.4 ลักษณะกลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บ

ผู้หญิงในปัจจุบันเล็งเห็นความสำคัญในการใส่ใจกับสุขภาพมือและเล็บมากขึ้น โดยเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เฉพาะด้านในการดูแลและเลือกสรรสิ่งที่ดีมาช่วยฟื้นฟูมือและเล็บให้มีสุขภาพดี ซึ่งจะส่งผลให้ตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บมีแนวโน้มเติบโตขึ้น

### กลุ่มเป้าหมายหลัก

กลุ่มผู้ใหญ่ : อายุประมาณ 26-49 ปี

- เป็นวัยที่ต้องดูแลและใส่ใจในสุขภาพ เลือกสรรสิ่งที่มีประโยชน์ให้แก่ร่างกาย
- ตื่นตัวกับสินค้าใหม่ บางส่วนซื้อสตัยต่อยี่ห้อสินค้า
- มีกำลังซื้อสูง
- ใช้สินค้าเน้นคุณภาพ มาตรฐาน เหมาะสมกับฐานะ
- ใช้เหตุผลในการตัดสินใจซื้อ

ที่อยู่อาศัย : อาศัยในเขตเมืองใหญ่ กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

พฤติกรรม : ใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวพรรณเพื่อการบำรุงผิวพรรณให้ดูอ่อนวัยและมีสุขภาพดี เพื่อชะลอริ้วรอยก่อนวัย

### กลุ่มเป้าหมายรอง

กลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย : อายุประมาณ 20-25 ปี

- ตื่นตัวกับสินค้าใหม่ได้ง่าย ทันสมัย
- มีกำลังซื้อมาก
- ชอบลองของใหม่ ตอบรับกับสื่อต่างๆ ได้ดี

ที่อยู่อาศัย : อาศัยในเขตเมืองใหญ่ กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

พฤติกรรม : ใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวพรรณเพื่อการบำรุงผิวพรรณให้มีสุขภาพดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.1.5 ฤดูกาลและระยะเวลาที่จัดจำหน่าย

การวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บมีโดยทั่วไปอย่างต่อเนื่อง ตลอดเวลา เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มที่ใส่ใจสุขภาพดูแลตัวเอง ดังนั้นการบริโภคสินค้าจึงเป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่เริ่มเข้าสู่ตลาดนั้นจะมีช่วงแนะนำผลิตภัณฑ์ให้ทดลองใช้เมื่อซื้อสินค้าครบในราคาที่กำหนดเพื่อเป็นการส่งเสริมการขาย

### 2.1.6 วิเคราะห์และสรุปข้อมูลที่มีผลต่อการออกแบบ

1. เนื่องจากปัจจุบันผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณในท้องตลาดมีมากมายหลายยี่ห้อ มีแนวโน้มการแข่งขันสูงขึ้นทุกปี และผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณที่บำรุงเฉพาะส่วนก็มีการแข่งขันที่รุนแรงมาก หลายๆ แปรนติจึงเริ่มหันมาให้ความสนใจในกลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บมากขึ้น เนื่องจากมีช่องทางและโอกาสในการครองส่วนแบ่งการตลาดได้มากกว่า จากการศึกษาช่องทางและโอกาสทางการค้าโดยแบ่งสินค้าตามระดับราคาและกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งสินค้าในกลุ่ม ส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ราคาจำหน่ายค่อนข้างสูง ดังนั้นผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บที่ผลิตได้เองในประเทศจึงต้องคำนึงถึงคุณภาพและบรรจุภัณฑ์ให้สามารถเทียบเคียงกับมาตรฐานของสินค้านำเข้า และมีราคาที่ถูกลงกว่าจึงจะสามารถดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคได้

2. บรรจุภัณฑ์ควรเอื้ออำนวยความสะดวกในการใช้งาน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เต็มที่

3. การออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้องคำนึงถึงเรื่องการเอื้ออำนวยต่อการขนส่งสินค้า การคุ้มครองผลิตภัณฑ์ และต้องคำนึงถึงการจัดวางจัดจำหน่ายบนชั้นวางสินค้าได้สะดวก รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ควรมี Corporate identity ที่ชัดเจน เพื่อก่อให้เกิดพลังดึงดูด

4. กลุ่มผู้บริโภคเป็นกลุ่มที่มีฐานะปานกลางถึงดี มีการศึกษาและมีรสนิยม การออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงควรให้ความสำคัญกับการศึกษาจิตวิทยาของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เข้าใจถึงความต้องการและสามารถดึงดูดใจผู้บริโภคให้ตัดสินใจเลือกซื้อได้

5. เนื่องจากผู้บริโภคในปัจจุบันมีเหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเหมาะสมกับราคา ดังนั้นบรรจุภัณฑ์ควรสื่อถึงคุณภาพ และช่วยเพิ่มคุณค่าของผลิตภัณฑ์ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.2 ข้อมูลทั่วไปของผลิตภัณฑ์คู่แข่ง

หลักในการพิจารณาคู่แข่งในตลาดของผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บ (Hand & nail care) ในโครงการวิทยานิพนธ์ มีหลักในการพิจารณาดังนี้ คือ

### ด้านผลิตภัณฑ์

1. เป็นผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บ (Hand & Nail care) แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

#### 1.1 ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับมือ

1.1.1 ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดมือ

1.1.2 ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวมือ

#### 1.2 ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเล็บ

1.2.1 ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดเล็บ

1.2.2 ผลิตภัณฑ์บำรุงเล็บ

#### 1.3 Accessory

2. เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มาตรฐาน

3. กลุ่มเป้าหมายคือ

กลุ่มเป้าหมายหลัก : กลุ่มผู้ใหญ่ อายุ 26 - 49 ปี

กลุ่มเป้าหมายรอง : กลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย (วัยเริ่มทำงาน) อายุ 20-25 ปี

4. มีราคาจัดจำหน่ายประมาณ 95 - 320 บาท

### ด้านการจัดจำหน่าย

1. เป็นผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายทั่วไป เช่นบริเวณห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล หรือ ร้าน Health care เป็นต้น

2. ลักษณะการจัดจำหน่ายแบบ Self selection มี Booth ส่งเสริมการขายแยกเป็นสัดส่วน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## การพิจารณาเปรียบเทียบลักษณะคู่แข่ง

จากการสำรวจข้อมูลของผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บ โดยอ้างอิงข้อมูลจากตัวแทนจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ในแต่ละบริษัท โดยบางยี่ห้อจะมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย แต่ในบางยี่ห้อก็มีผลิตภัณฑ์เพียงบางชนิดเท่านั้น ดังนั้นการนำผลิตภัณฑ์ในทุกยี่ห้อที่มีสินค้าครบทุกประเภทมาพิจารณานั้นจึงทำได้ลำบาก จึงแบ่งการพิจารณาออกเป็น 2 ลักษณะคือ

### 1.พิจารณาเปรียบเทียบลักษณะโดยรวมของตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บ

พิจารณาจากผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บที่จัดจำหน่ายโดยทั่วไป ได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

#### 1.1 พิจารณาตามประเภทของสินค้าที่จัดจำหน่าย

พิจารณาเปรียบเทียบความหลากหลายของประเภทสินค้าที่จำหน่ายในแต่ละยี่ห้อที่พบเห็นโดยทั่วไป

#### 1.2 พิจารณาตามลักษณะของผลิตภัณฑ์

พิจารณาโดยเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ในด้านคุณภาพ ระดับราคา และกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งพิจารณาในทุกประเภทที่จัดจำหน่าย

### 2.พิจารณาโดยเปรียบเทียบแต่ละผลิตภัณฑ์

พิจารณาเปรียบเทียบลักษณะรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ในแต่ละประเภท เพื่อนำมาเปรียบเทียบข้อดีข้อเสีย และเป็นแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ทั้งด้านโครงสร้างและด้านรูปแบบกราฟฟิกของบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.2.1 เปรียบเทียบลักษณะโดยรวมของคู่แข่ง

พิจารณาจากผลิตภัณฑ์ดูแลสภาพมือและเล็บที่จัดจำหน่ายโดยทั่วไป ได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

#### 1.1 พิจารณาตามประเภทของสินค้าที่จัดจำหน่าย

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ดูแลสภาพมือและเล็บในบางยี่ห้อที่มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย แต่ในบางยี่ห้อที่มีผลิตภัณฑ์เพียงบางชนิด ดังนั้นจึงนำประเภทของสินค้าที่จัดจำหน่ายในแต่ละยี่ห้อมาพิจารณาได้ดังนี้

ตารางผลิตภัณฑ์และประเภทของผลิตภัณฑ์

ยี่ห้อผลิตภัณฑ์	ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับมือ		ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเล็บ		ACCESSORY
	บำรุงมือ	ทำความสะอาด	บำรุงเล็บ	ทำความสะอาด	
Sally hansen			○	○	○
Revlon			○	○	○
L'oreal			○	○	○
Body shop	○		○	○	○
Red earth			○	○	
<b>Nelvitt</b>	●	●	●	●	●
Boots	○	○	○	○	○
Za				○	
Maybelline			○	○	○
Manicare					○
Trim					○
Watson's	○			○	○
Arty				○	
Pond's				○	
Pias				○	
Vaseline	○				
Protex		○			
Dettol		○			
Carex		○			

หมายเหตุ: เลือกยี่ห้อผลิตภัณฑ์เฉพาะที่พบเห็นโดยทั่วไป  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์การใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางสามารถสรุปได้ดังนี้

จากตารางจะเห็นได้ว่าประเภทของสินค้าที่แต่ละยี่ห้อจัดจำหน่ายสามารถแบ่งออกย่อยๆ

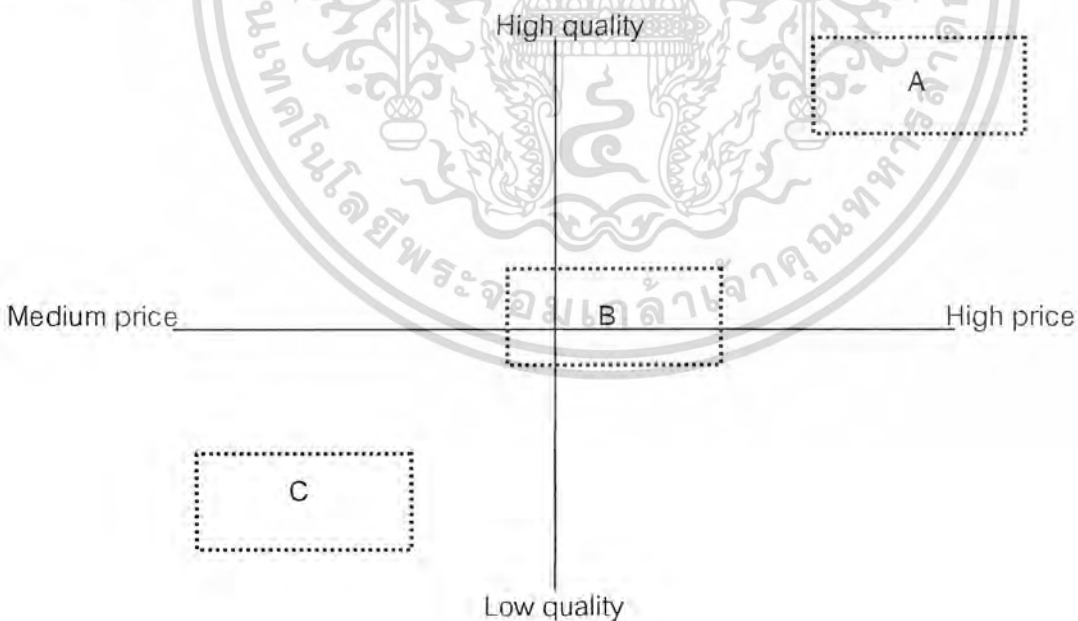
- ได้ 5 กลุ่มคือ
- ประเภทบำรุงมือ / ทำความสะอาดมือ
  - ประเภทบำรุงเล็บ / ทำความสะอาดเล็บ
  - อุปกรณ์ Accessory ต่างๆ

แต่ละยี่ห้อนั้นก็จัดจำหน่ายสินค้าที่แตกต่างกันไป บางยี่ห้อก็มีสินค้าไม่ครอบคลุมทั้ง 5 กลุ่ม ดังนั้น การเปรียบเทียบลักษณะคู่แข่งจึงเลือกเพียงคู่แข่งที่มีสินค้าตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไปมาพิจารณา ซึ่งได้แก่ Sally hansen, Revlon, L'oreal, The Body shop, Boots, Maybelline เป็นต้น และสำหรับ Red earth ซึ่งมีผลิตภัณฑ์เพียง 2 กลุ่ม แต่เนื่องจากเป็นคู่แข่งหลักจึงนำมาพิจารณาด้วยเช่นกัน

คาดว่าในอนาคต บริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด จะผลิตผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บ (Hand & Nail care) ภายใต้ชื่อ “เนลวิท” (Nelvitt) เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างครบวงจรออกมาจำหน่ายเพื่อแข่งขันกับสินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ

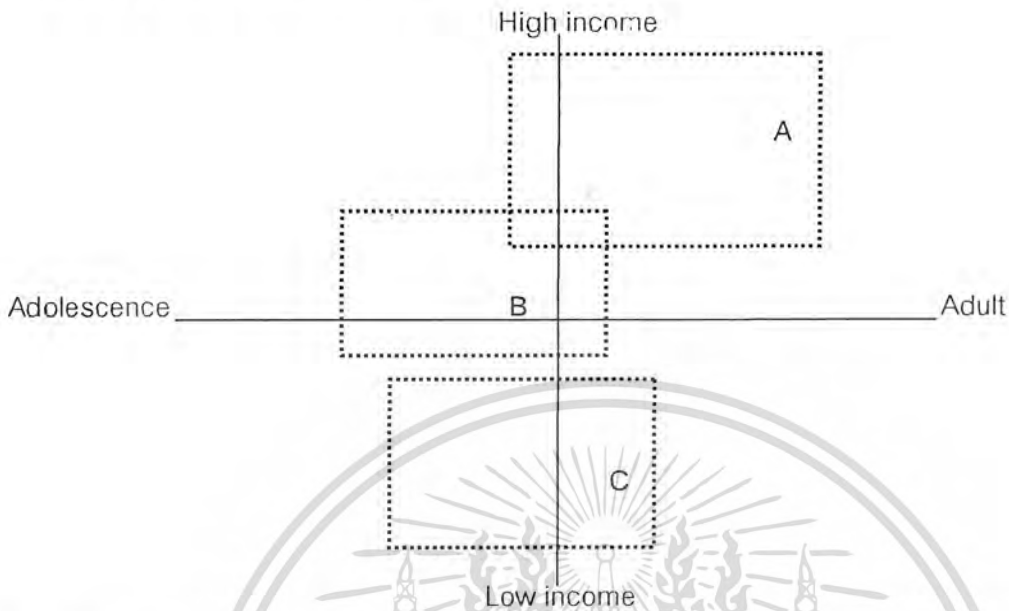
## 1.2 พิจารณาตามลักษณะของผลิตภัณฑ์

ตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลผิวพรรณมือและเล็บโดยรวม มีลักษณะคู่แข่งโดยแบ่งตามระดับราคา และระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้เป็น 3 กลุ่มดังนี้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อพิจารณาลักษณะของกลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บแบ่งตามระดับรายได้ และช่วงอายุ สามารถแบ่งกลุ่มได้ดังนี้

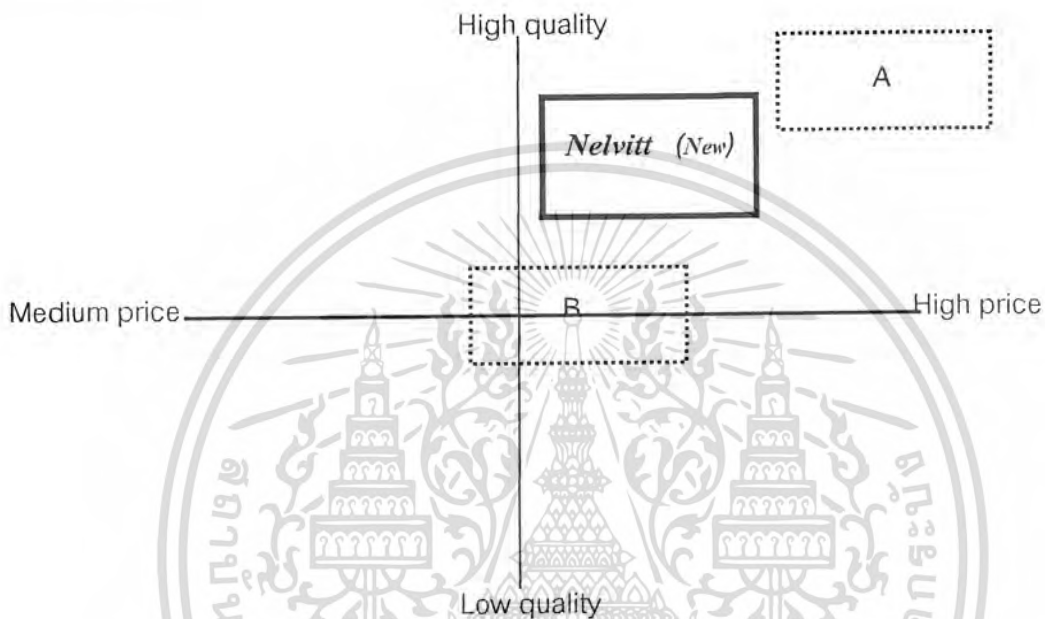


ตารางแสดงกลุ่มผลิตภัณฑ์โดยเปรียบเทียบตามระดับราคา และระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์

กลุ่มผลิตภัณฑ์	A	B	C
ยี่ห้อผลิตภัณฑ์	Sally hansen, Revlon, L'oreal, Body shop, Red earth	Boots, Za, Maybelline, Manicare, Trim	Watson's, Arty, Pond's, Pias, Vaseline, Protex, Dettol, Carex
ระดับราคา	สูง	ปานกลาง	ปานกลาง-ต่ำ
กลุ่มผู้บริโภค	ฐานะ A	ฐานะ A-B	ฐานะ C
ช่องทางจัดจำหน่าย	Booth ส่งเสริมการขายในแผนกเครื่องสำอางของห้างสรรพสินค้าชั้นนำ, ร้านสาขาตามห้างสรรพสินค้า	Booth ส่งเสริมการขายในแผนกเครื่องสำอางของห้างสรรพสินค้าชั้นนำ, ร้าน Health care	ร้าน Health care, แผนกซูเปอร์มาร์เก็ต, ในห้างสรรพสินค้า, ร้าน Convenience store ทั่วไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากกราฟและตารางสามารถสรุปได้ว่าคู่แข่งของผลิตภัณฑ์ในโครงการออกแบบคือ ผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม A และเป็นคู่แข่งหลักเนื่องจากมีกลุ่มผู้บริโภคและคุณภาพใกล้เคียงกัน คู่แข่งรองคือ กลุ่ม B ซึ่งมีราคาจัดจำหน่ายใกล้เคียงกัน ดังนั้นสำหรับผลิตภัณฑ์ดูแลผิวพรรณมือและเล็บ (Hand & Nail care) ภายใต้ชื่อ “Nelvitt” จึงสามารถแสดงตำแหน่งของสินค้าเมื่อเปรียบเทียบกับ ผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม A และกลุ่ม B ได้ดังนี้



ตารางเปรียบเทียบลักษณะคู่แข่งชั้นหลัก

ผลิตภัณฑ์	ภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์	จุดขายของผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์
Sally hansen	เป็นผลิตภัณฑ์สำหรับผู้หญิงวัยทำงาน วัยที่ใส่ใจสุขภาพมือและเล็บ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ดูมีคุณภาพ	ความน่าเชื่อถือต่อผลิตภัณฑ์ เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการดูแลเล็บ มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกมาก	- บำรุงเล็บ - ทำความสะอาดเล็บ - Accessory
Revlon	เป็นผลิตภัณฑ์สำหรับผู้หญิงทำงาน ที่รักสวยรักงาม ภาพลักษณ์ดูมีคุณภาพได้มาตรฐาน	มีคุณภาพมาตรฐาน เป็นเครื่องสำอางที่น่าเชื่อถือ	- บำรุงเล็บ - ทำความสะอาดเล็บ - Accessory

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์	ภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์	จุดขายของผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์
L'oreal	เป็นผลิตภัณฑ์สำหรับผู้หญิงยุคใหม่ วยเริ่มต้นทำงาน ผลิตภัณฑ์ดูมีคุณภาพทันสมัย	มีคุณภาพ ทันสมัย	- บำรุงเล็บ - ทำความสะอาดเล็บ - Accessory
Body shop	เป็นผลิตภัณฑ์สำหรับผู้หญิงยุคใหม่ ใส่ใจต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม	มีคุณภาพ ทันสมัย เรียบง่าย มีความเป็นธรรมชาติไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม	- บำรุงผิวมือ - บำรุงเล็บ - ทำความสะอาดเล็บ - Accessory
Red earth	เป็นผลิตภัณฑ์สำหรับผู้หญิงยุคใหม่ วยสดใส	ความสดใส มีคุณภาพ ทันสมัย รักษาธรรมชาติ	- บำรุงเล็บ - ทำความสะอาดเล็บ

#### ตารางเปรียบเทียบลักษณะคู่แข่งชั้นรอง

ผลิตภัณฑ์	ภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์	จุดขายของผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์
Boots	ภาพลักษณ์โดยรวมดูเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ	ความทันสมัย เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ดีของมือและเล็บ	- บำรุงผิวมือ - ทำความสะอาดมือ - บำรุงเล็บ - ทำความสะอาดเล็บ - Accessory
Maybelline	ภาพลักษณ์โดยรวมเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน	มีคุณภาพมาตรฐาน	- บำรุงเล็บ - ทำความสะอาดเล็บ - Accessory

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ข้อมูลรายละเอียดของผลิตภัณฑ์คู่แข่งโดยรวม

1. Sally hansen เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ

กลุ่มเป้าหมาย 25-37 ปี

ราคาจัดจำหน่าย 220 - 589 บาท

ผู้จัดจำหน่าย บริษัท โนเบิล คอสเมติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด

#### ช่องทางการจัดจำหน่าย

- 1.จำหน่ายตามร้าน Health care เช่น Boots เป็นต้น
- 2.จำหน่ายในแผนกซูเปอร์มาร์เก็ตตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วไป

#### ผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย

- 1.ประเภททำความสะอาดเล็บ
- 2.ประเภทบำรุงเล็บ
- 3.Accessory



รูปผลิตภัณฑ์ Sally hansen

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.Revlon	เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ
กลุ่มเป้าหมาย	25-37 ปี
ราคาจัดจำหน่าย	99 - 589 บาท
ผู้จัดจำหน่าย	บริษัท อาร์ที บิวตี้แคร์ จำกัด

#### ช่องทางการจัดจำหน่าย

- 1.จำหน่ายที่เคาน์เตอร์ในแผนกเครื่องสำอางของห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วไป
- 2.จำหน่ายตามร้าน Health care มี Booth ส่งเสริมการขายแยกเป็นสัดส่วน
- 3.จำหน่ายในแผนกซูเปอร์มาร์เก็ตตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วไป

#### ผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย

- 1.ประเภททำความสะอาดเล็บ
- 2.ประเภทบำรุงเล็บ
- 3.Accessory



รูปผลิตภัณฑ์ Revlon

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.The Body shop	เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ
<u>กลุ่มเป้าหมาย</u>	18 - 25 ปี
<u>ราคาจัดจำหน่าย</u>	120 -380 บาท
<u>ผู้จัดจำหน่าย</u>	บริษัท เอิร์ธแคร์ จำกัด

#### ช่องทางการจัดจำหน่าย

1. จำหน่ายที่ Booth ส่งเสริมการขายในแผนกเครื่องสำอางของห้างสรรพสินค้าชั้นนำ
2. จำหน่ายที่ร้าน The Body shop สาขาต่างๆ

#### ผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย

- 1.ประเภทบำรุงผิวมือ
- 2.ประเภททำความสะอาดเล็บ
- 3.ประเภทบำรุงเล็บ
4. Accessory



รูปผลิตภัณฑ์ The Body shop

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

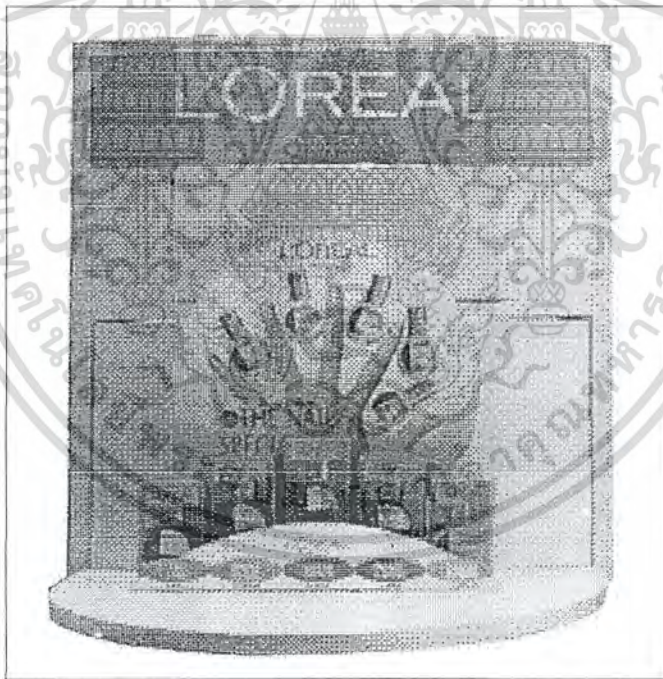
4.L'oreal	เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ
กลุ่มเป้าหมาย	22 -37 ปี
ราคาจัดจำหน่าย	190 -250 บาท
ผู้จัดจำหน่าย	บริษัท ไทยลอร์ จำกัด

#### ช่องทางการจัดจำหน่าย

1. จัดจำหน่ายที่ Booth ส่งเสริมการขายในแผนกเครื่องสำอางของห้างสรรพสินค้าชั้นนำ
2. จัดจำหน่ายตามร้าน Health care มี Booth ส่งเสริมการขายแยกเป็นสัดส่วน
3. จัดจำหน่ายในแผนกซูเปอร์มาร์เก็ตตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วไป

#### ผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย

1. ประเภททำความสะอาดผิว
2. ประเภทบำรุงผิว
3. Accessory



รูปผลิตภัณฑ์ L'oreal

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.Red earth	เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ
<u>กลุ่มเป้าหมาย</u>	18 - 25 ปี
<u>ราคาจัดจำหน่าย</u>	150 - 320 บาท
<u>ผู้จัดจำหน่าย</u>	บริษัท เรดเอิร์ธไทย จำกัด

ช่องทางการจัดจำหน่าย

1. จัดจำหน่ายที่ Booth ส่งเสริมการขายในแผนกเครื่องสำอางของห้างสรรพสินค้าชั้นนำ
2. จัดจำหน่ายที่ร้าน Red earth สาขาต่างๆ

ผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย

1. ประเภททำความสะอาดเล็บ
2. ประเภทบำรุงเล็บ



รูปผลิตภัณฑ์ Red earth

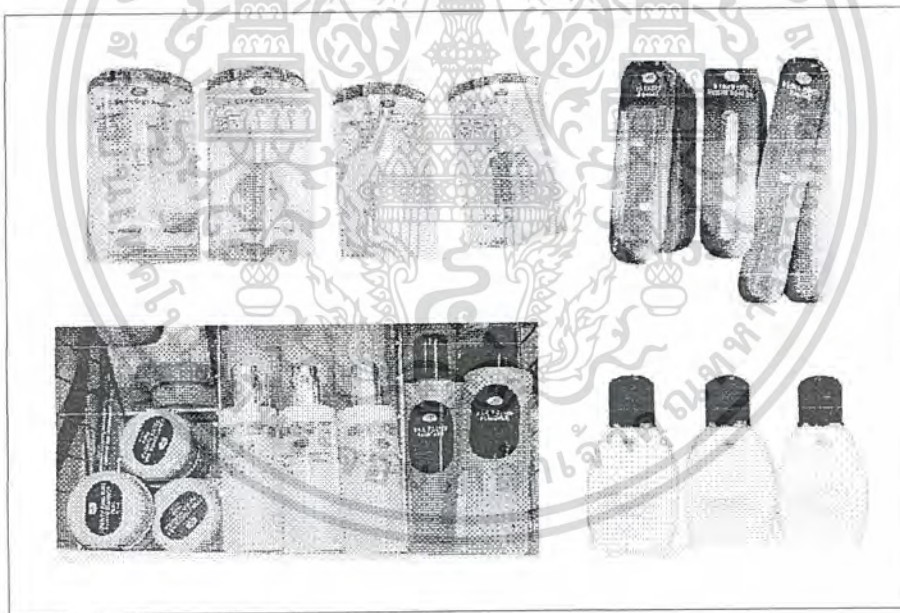
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.Boots	เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ
กลุ่มเป้าหมาย	22 - 30 ปี
ราคาจัดจำหน่าย	65 - 195 บาท
ผู้จัดจำหน่าย	บริษัท บิวตี้ รีเทล (ประเทศไทย) จำกัด
ช่องทางการจัดจำหน่าย	

1. จัดจำหน่ายที่ร้าน Boots สาขาต่างๆ

#### ผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย

- 1.ประเภทบำรุงผิวมือ
- 2.ประเภททำความสะอาดมือ
- 3.ประเภททำความสะอาดเล็บ
- 4.ประเภทบำรุงเล็บ
- 5.Accessory



รูปผลิตภัณฑ์ Boots

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. Maybelline เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ

กลุ่มเป้าหมาย 25 -37 ปี

ราคาจัดจำหน่าย 95 -220 บาท

ผู้จัดจำหน่าย บริษัท ลอริอัล (ประเทศไทย) จำกัด

ช่องทางการจัดจำหน่าย

1. จำหน่ายที่ Booth ส่งเสริมการขายในแผนกเครื่องสำอางของห้างสรรพสินค้าชั้นนำ
2. จำหน่ายตามร้าน Health care มี Booth ส่งเสริมการขายแยกเป็นสัดส่วน
3. จำหน่ายในแผนกซูเปอร์มาร์เก็ตตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วไป

ผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย

1. ประเภททำความสะอาดผิว
2. ประเภทบำรุงผิว
3. Accessory

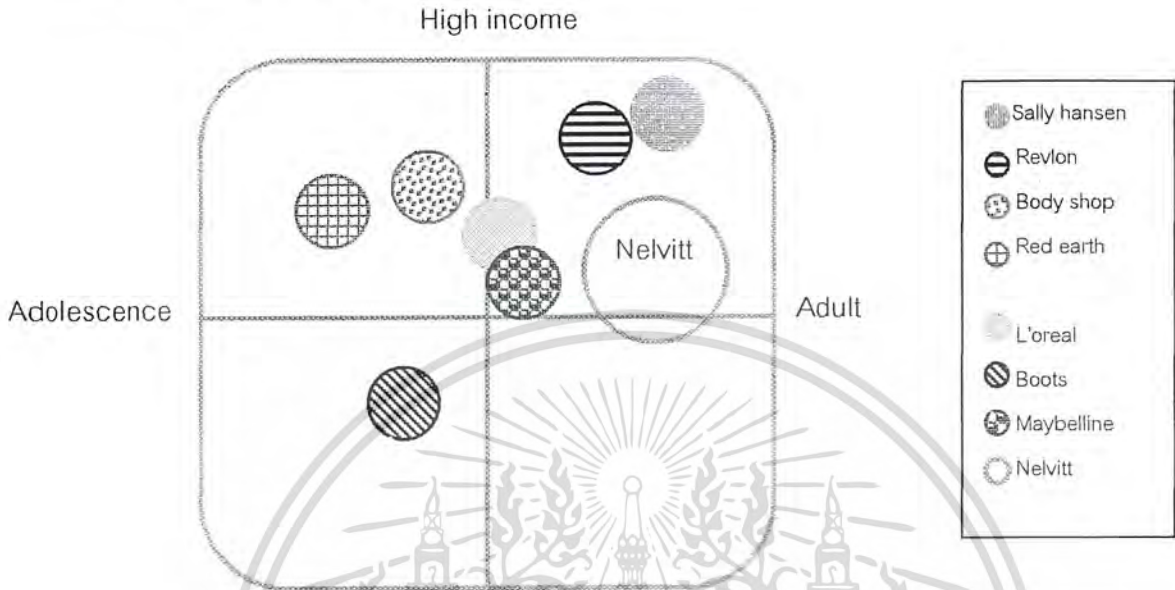


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

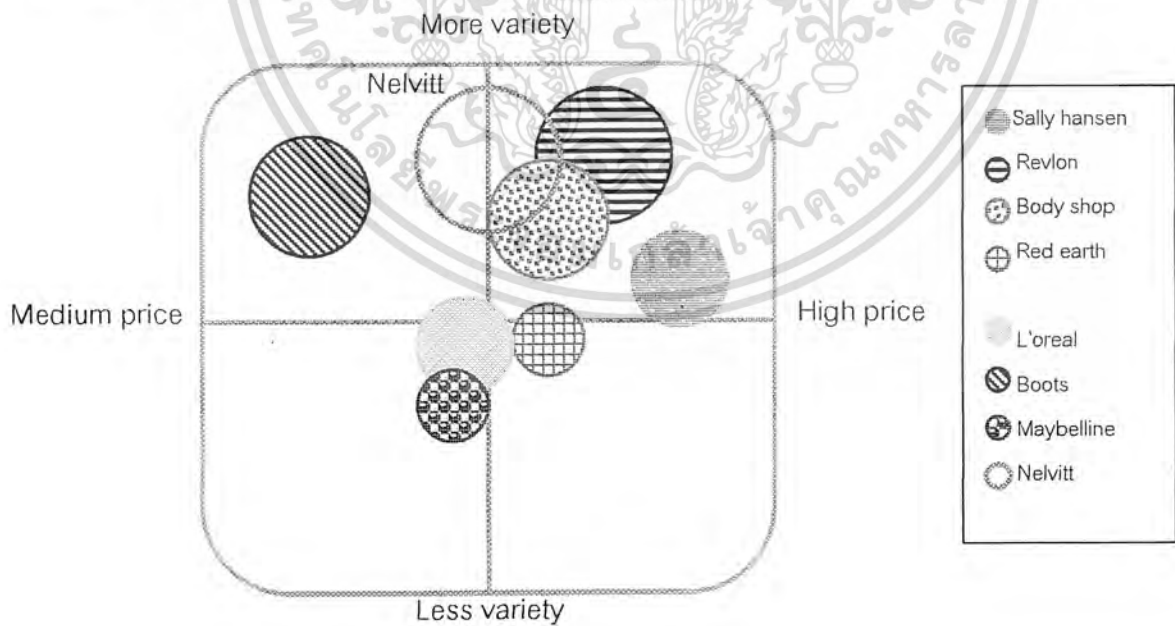
2.2.2. พิจารณาโดยเปรียบเทียบแต่ละผลิตภัณฑ์

เปรียบเทียบกลุ่มผู้บริโภค ลักษณะและภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ทุกประเภทโดยรวม

1. เปรียบเทียบลักษณะกลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ทุกประเภทโดยรวม

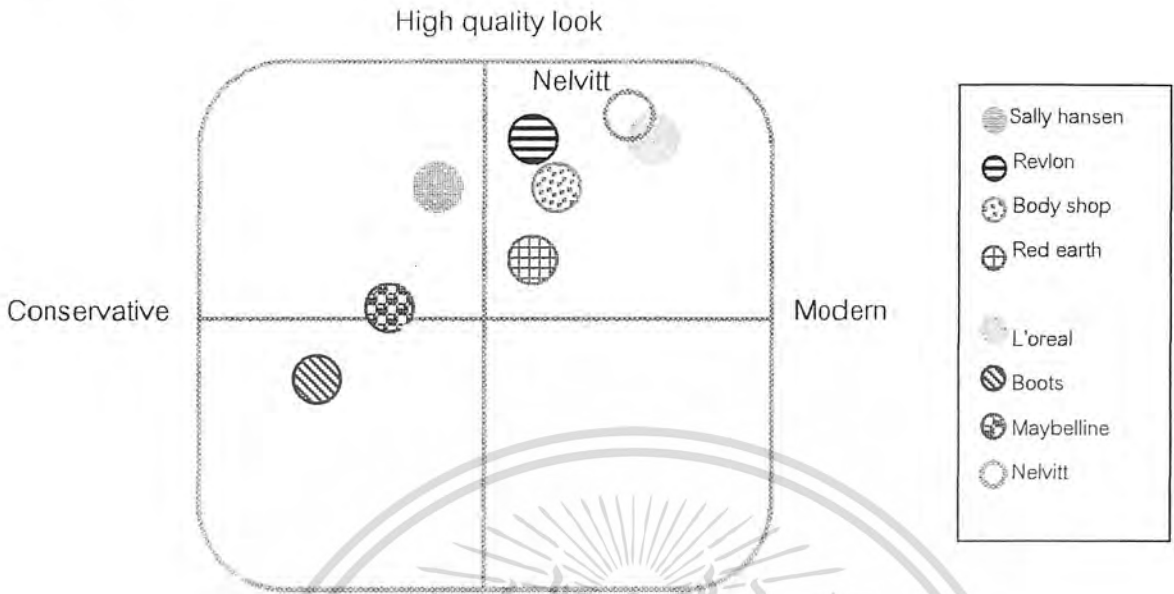


2. เปรียบเทียบลักษณะของผลิตภัณฑ์ทุกประเภทโดยรวม

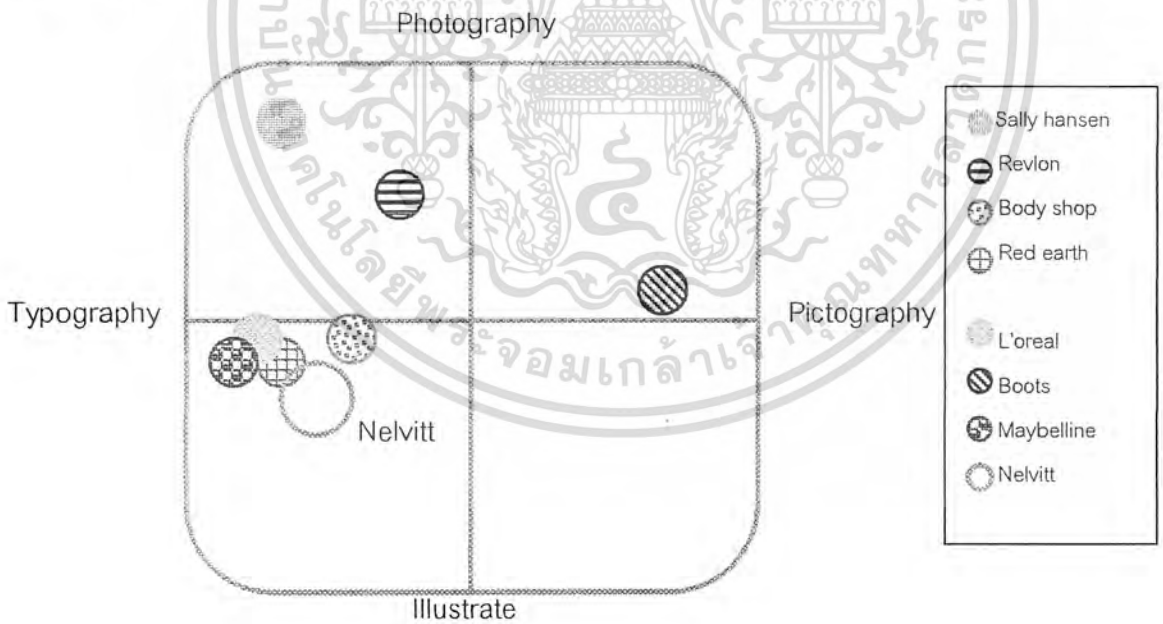


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.เปรียบเทียบภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ทุกประเภทโดยรวม



4.เปรียบเทียบกราฟฟิกของผลิตภัณฑ์ทุกประเภทโดยรวม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางเปรียบเทียบข้อได้เปรียบเสียเปรียบของผลิตภัณฑ์และภาพลักษณ์โดยรวม


ยี่ห้อ	ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
L'oreal	- มีความแปลกใหม่โดดเด่นทั้งด้านรูปแบบและกราฟฟิก มีความทันสมัย ภาพลักษณ์ดูเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ	- ไม่มีความหลากหลายในผลิตภัณฑ์จึงตอบสนองความต้องการไม่ครบถ้วน
The Body shop	- กราฟฟิกเรียบง่าย ดูทันสมัย - คงความเป็นเอกลักษณ์ ดูน่าเชื่อถือ	- รูปแบบไม่มีความโดดเด่น - ไม่สามารถแยกแยะประเภทและชนิดของผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน
Red earth	- ภาพพจน์ของสินค้าดูสดใส ทันสมัย	- ไม่มีความหลากหลายในผลิตภัณฑ์จึงตอบสนองความต้องการไม่ครบถ้วน
Boots	- ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายตอบสนองความต้องการได้อย่างครบถ้วน	- รูปแบบและกราฟฟิกไม่โดดเด่น

### วิเคราะห์ข้อดีข้อเสียของคู่แข่งแบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์

#### 1. ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและบำรุงผิวมือ

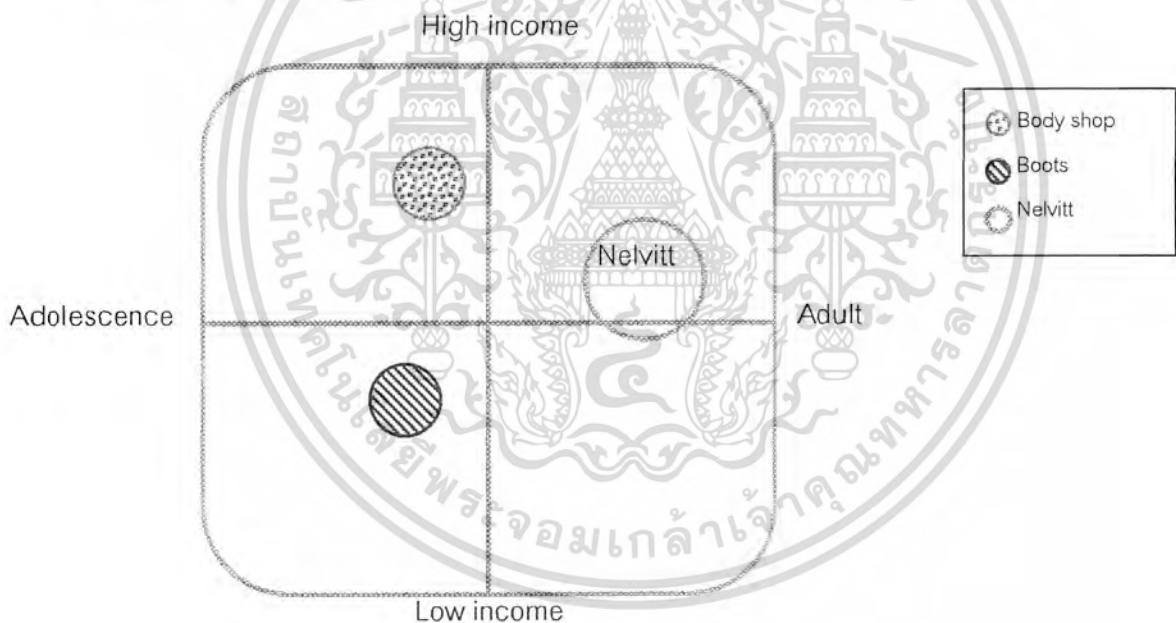
ผลิตภัณฑ์	ลักษณะพิเศษ	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ลักษณะกราฟฟิก
Boots  สบู่เหลวล้างมือ 350 ml.	ทำความสะอาดผิวอย่างอ่อนโยน ให้ความหอมของดอกไม้	ขวดพลาสติก HDPE สีใส ฝาปั๊มพลาสติก PP สีชมพูอ่อน	พิมพ์ Offset ลงบนกระดาษเป็นรูปภาพ มี Logo เจาะช่องบนพื้นสีน้ำเงิน พร้อมคำอธิบายด้วยตัวอักษรสีน้ำเงิน
The Body shop  โลชั่นทาผิว เล็บ 150 ml.	คุณภาพมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์สกัดจากผลไม้ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม	หลอดบีบพลาสติก LDPE สีขาว ฝาปิด Flip top วัสดุ PP สีเทาบรอนซ์	พิมพ์ Silk screen รูปแบบเรียบง่าย ทันสมัย Logo สีเทาบรอนซ์ ชื่อผลิตภัณฑ์พื้นสีเทา บรอนซ์ เจาะช่องขาว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้มีการเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ หากมีการนำออกไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต เจ้าของลิขสิทธิ์ขอสงวนสิทธิ์ในการดำเนินคดีตามกฎหมาย

ผลิตภัณฑ์	ลักษณะพิเศษ	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ลักษณะกราฟฟิก
Boots  โลชั่นทามือ, เล็บ 250 ml.	มีสูตรในการบำรุง 3 สูตรให้เลือกใช้	ขวดพลาสติก HDPE สีใส ฝาปิด Flip top วัสดุ PP สีน้ำ เงินขอบทอง	พิมพ์ Silk screen มี Logo เจาะช่องบนพื้น สีน้ำตาลทอง พร้อม คำอธิบายด้วยตัว อักษรสีน้ำเงินและสี น้ำตาลทอง

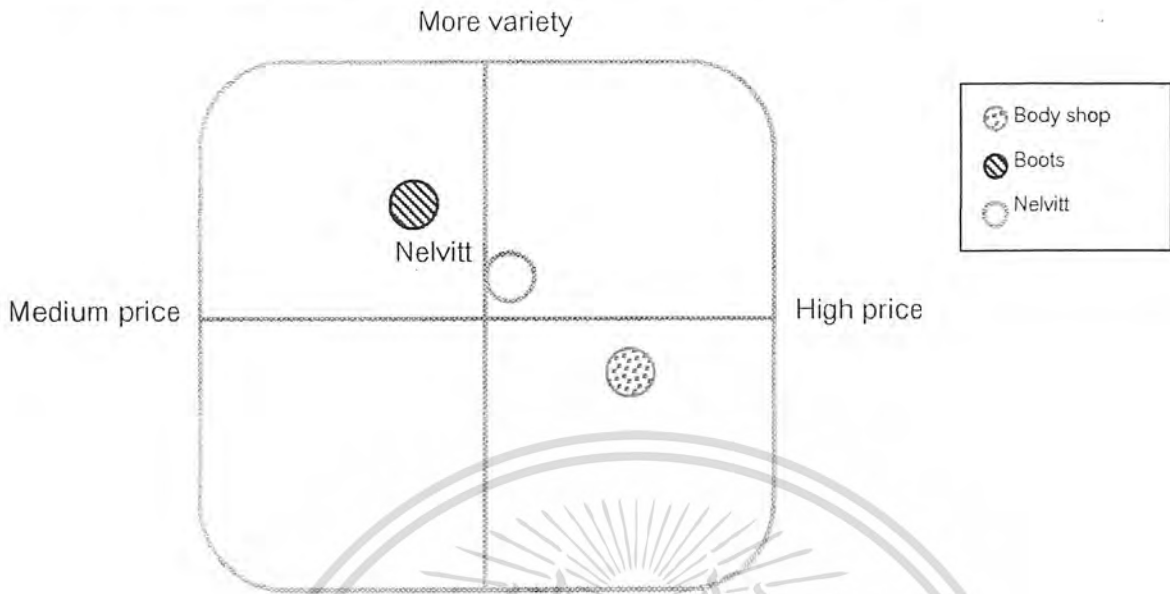
เปรียบเทียบกลุ่มผู้บริโภค ลักษณะและภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ประเภทบำรุงและทำความสะอาด  
ผิวมือ

1. เปรียบเทียบกลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ประเภทบำรุงและทำความสะอาดผิวมือ

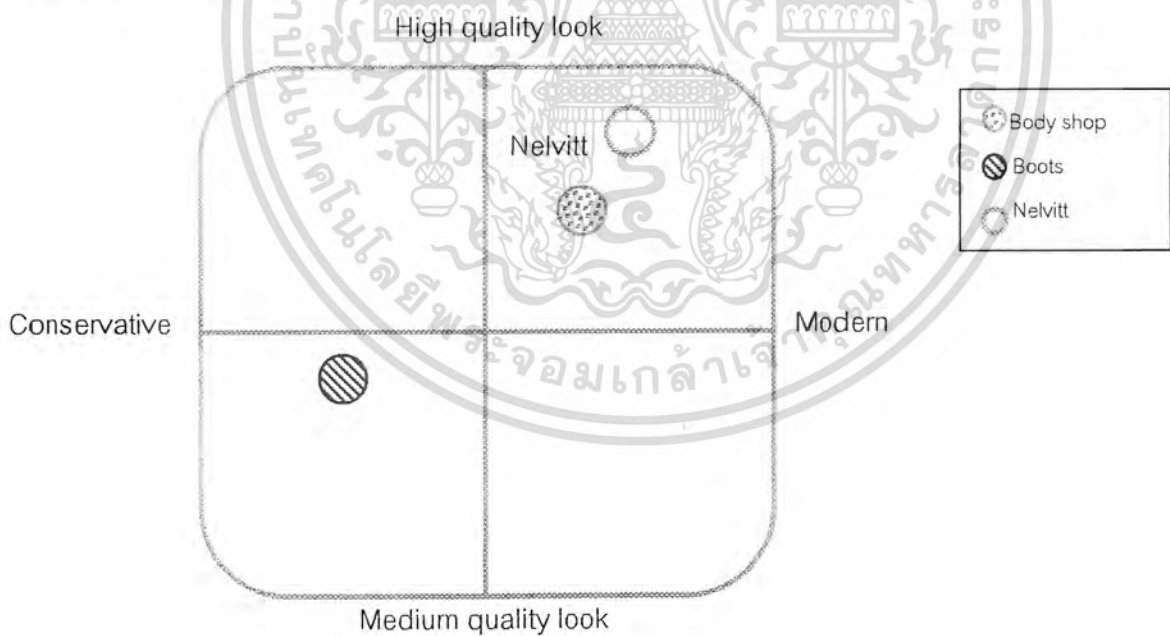


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. เปรียบเทียบลักษณะของผลิตภัณฑ์ประเภทบำรุงและทำความสะอาดผิวมือ

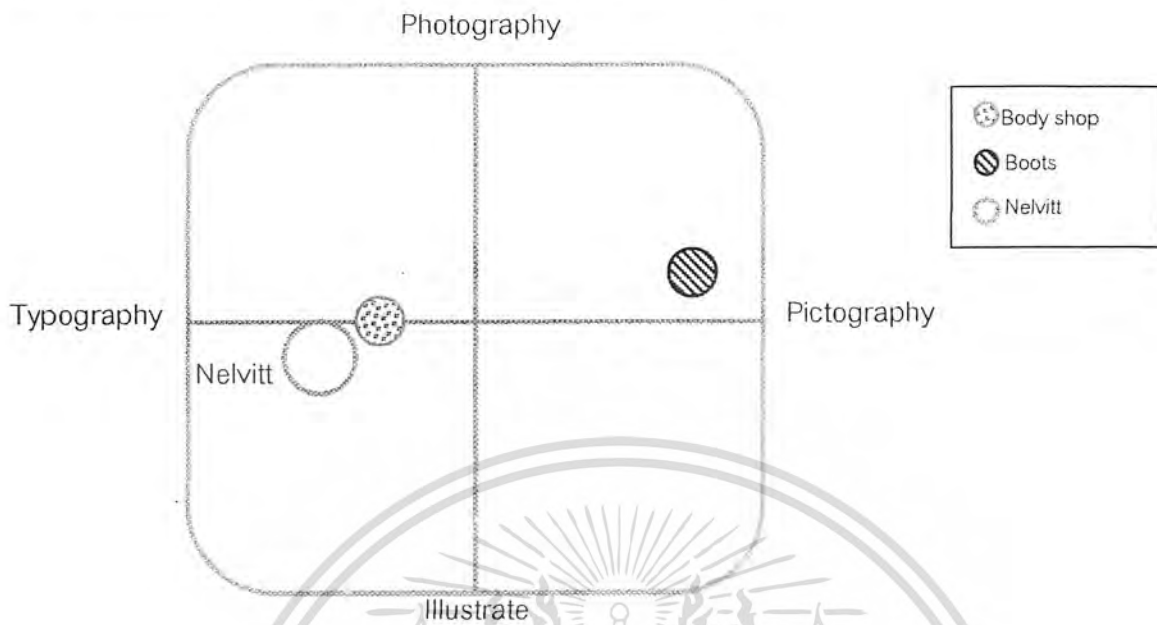


3. เปรียบเทียบภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ประเภทบำรุงและทำความสะอาดผิวมือ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 4.เปรียบเทียบกราฟฟิกของผลิตภัณฑ์ประเภทบำรุงและทำความสะอาดผิวมือ



ตารางเปรียบเทียบข้อได้เปรียบเสียเปรียบของผลิตภัณฑ์และภาพลักษณ์

ยี่ห้อ	ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
The Body shop	- กราฟฟิกเรียบง่าย ดูทันสมัย - คงความเป็นเอกลักษณ์ ดูน่าเชื่อถือ	- ไม่มีความหลากหลายในผลิตภัณฑ์จึงตอบสนองความต้องการไม่ครบถ้วน - ขาดความโดดเด่น
Boots	- ผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายตอบสนองความต้องการได้อย่างครบถ้วน	- รูปแบบไม่มีความโดดเด่น - กราฟฟิกไม่ทันสมัย


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดเล็บ

## 2.1 น้ำยาล้างเล็บ

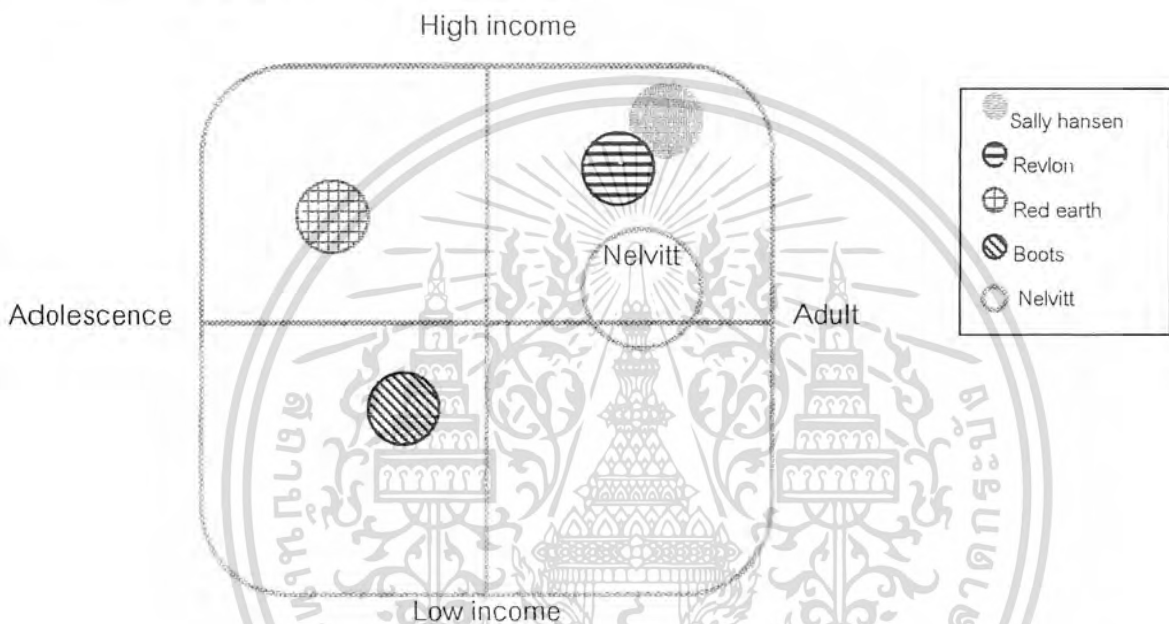
ผลิตภัณฑ์	ลักษณะพิเศษ	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ลักษณะกราฟฟิก
Sally hansen  ก่อนฟองน้ำชุบน้ำยา	มีคุณภาพ มาตรฐาน เป็นฟองน้ำ บรรจุในกระปุกทำ ความสะอาดเล็บ	กระปุกพลาสติก HDPE สีขาว ฝาสีขาวแบบเกลียว หมุนต่อเนื้อง มีแผ่นฟรอยด์ ปิดด้านในกันการเปิดใช้ก่อน	รูปแบบเรียบๆ Logo และคำอธิบาย ด้วยตัวอักษรสีน้ำเงิน
Revlon  น้ำยาล้างเล็บ 200 ml.	มีคุณภาพ มาตรฐาน มีสูตรในการ ทำความสะอาด หลายสูตรให้เลือก	ขวดพลาสติก HDPE สีใส ฝาสีขาวแบบเกลียว หมุนต่อเนื้อง	รูปแบบ Typography มี Logo และคำ อธิบายเป็นตัวอักษรสีดำ
Revlon  ก่อนฟองน้ำชุบน้ำยา	มีคุณภาพ มาตรฐาน เป็นฟองน้ำ บรรจุในกระปุกทำ ความสะอาดเล็บ	กระปุกพลาสติก HDPE สีขาว ฝาสีขาวแบบเกลียว หมุนต่อเนื้อง มีแผ่นฟรอยด์ ปิดด้านในกันการเปิดใช้ก่อน	รูปแบบ Typography มี Logo และคำ อธิบายเป็นตัวอักษรสีดำ ชื่อผลิตภัณฑ์เจาะ ช่องขาวบนพื้นแดง
Red earth  น้ำยาล้างเล็บ 200 ml.	ความสะอาด มี คุณภาพ ทำความ สะอาดเล็บอย่าง อ่อนโยน	ขวดพลาสติก HDPE สีใส ฝาสีขาวแบบเกลียว หมุนต่อเนื้อง มี Shrink film หุ้ม	รูปแบบ Typography มี Logo และคำ อธิบายเป็นตัวอักษรสีดำ
Red earth  แผ่นทำความสะอาดเล็บ	ความสะอาด มี คุณภาพ เป็นแผ่น ทำความสะอาด เล็บอย่างอ่อนโยน	กระปุกพลาสติก HDPE สีขาว ฝาสีขาวแบบเกลียว หมุนต่อเนื้อง มี Shrink film หุ้ม	รูปแบบดูสะอาด อ่อน โยน มี Logo และคำ อธิบายสีดำ พิมพ์สติ กเกอร์ที่ Primary pck.
Boots  น้ำยาล้างเล็บ 200 ml.	ทำความสะอาด เล็บ	ขวดพลาสติก HDPE สีใส ฝาสีน้ำเงินแบบเกลียว หมุน ต่อเนื้อง	Logo ตัวอักษรสีน้ำเงินบนพื้นขาว คำ อธิบายตัวอักษรสีขาว บนพื้นสีน้ำเงิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
แม้ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกแห่งที่มีการนำไปใช้

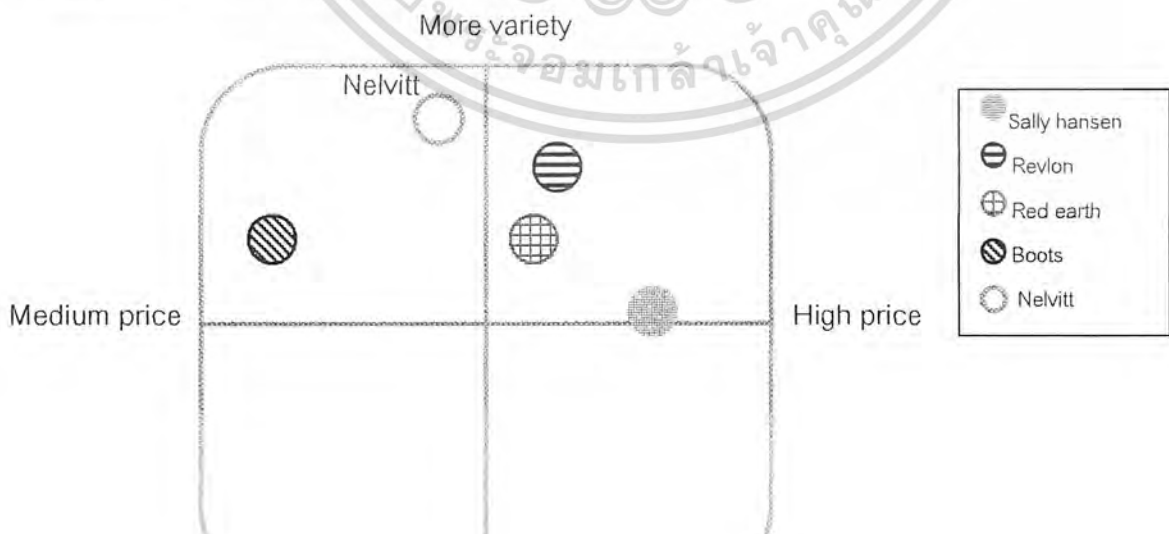
<p>Boots</p>  <p>แผ่นทำความสะอาดเล็บ</p>	<p>แผ่นทำความสะอาดเล็บ</p>	<p>กระปุกพลาสติก HDPE สีฟ้า ฝาสีฟ้าแบบเกลียวหมุนต่อ เนื่อง</p>	<p>Logo ตัวอักษรสีน้ำเงินบนพื้นขาว คำอธิบายตัวอักษรสีขาวบนพื้นสีน้ำเงิน</p>
---	----------------------------	--	---

เปรียบเทียบกลุ่มผู้บริโภค ลักษณะและภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์น้ำยาล้างเล็บ

1. เปรียบเทียบกลุ่มผู้บริโภคของผลิตภัณฑ์น้ำยาล้างเล็บ

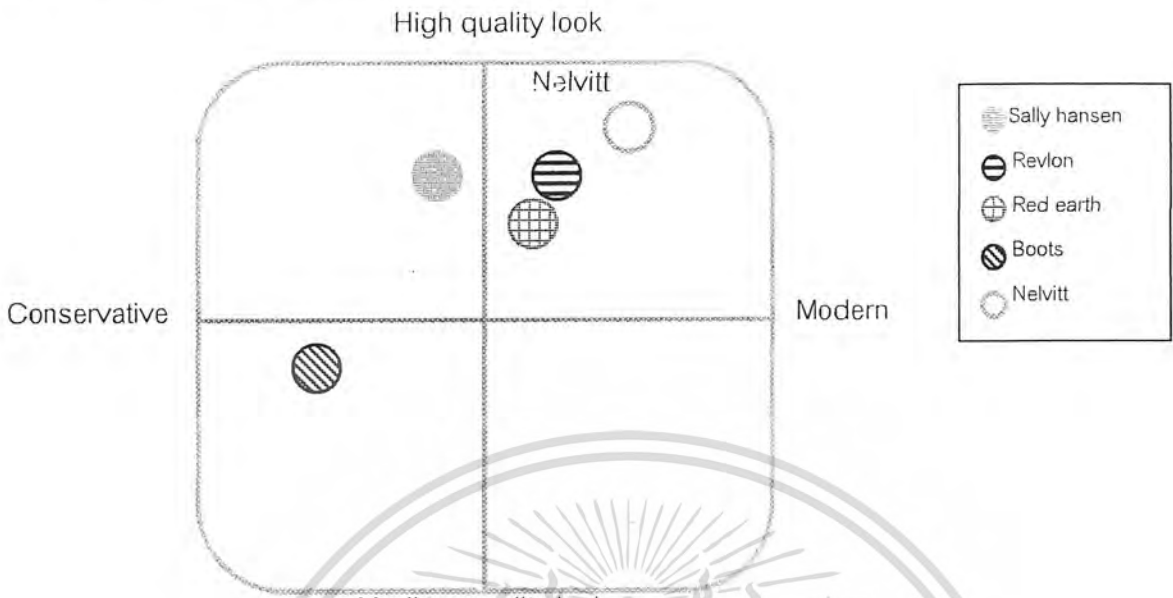


2. เปรียบเทียบลักษณะของผลิตภัณฑ์น้ำยาล้างเล็บ

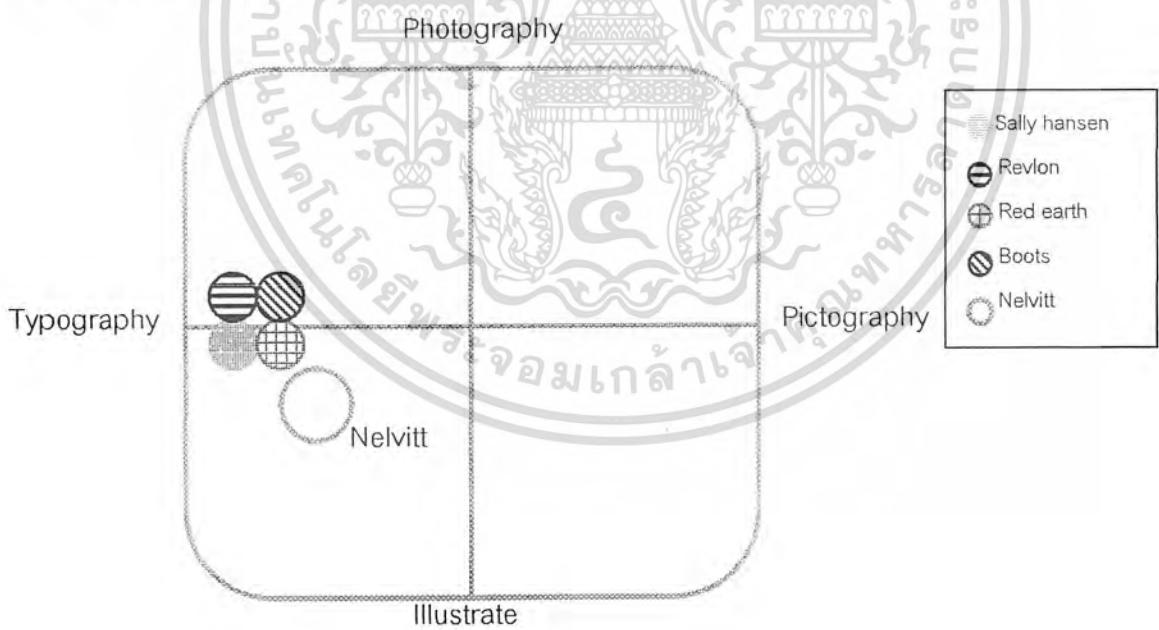


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุที่แย่งชิงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.เปรียบเทียบภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์น้ำยาล้างเล็บ



4.เปรียบเทียบกราฟฟิกของผลิตภัณฑ์น้ำยาล้างเล็บ





เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางเปรียบเทียบข้อได้เปรียบเสียเปรียบของผลิตภัณฑ์และภาพลักษณ์

ยี่ห้อ	ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
Sally hansen	- ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ น่าเชื่อถือ - ผลิตภัณฑ์ดูสะอาด - อำนวยความสะดวกในการใช้งาน	- ไม่มีความหลากหลายในผลิตภัณฑ์จึงตอบสนองความต้องการไม่ครบถ้วน - รูปแบบและกราฟฟิกไม่โดดเด่น
Revlon	- มีความหลากหลายในผลิตภัณฑ์ตอบสนองความต้องการทุกรูปแบบ	- บรรจุภัณฑ์ไม่สามารถอำนวยความสะดวกได้ดี
Red earth	- ผลิตภัณฑ์ให้ความรู้สึกสะอาด อ่อนโยน ไม่เกิดอาการแพ้ - ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายในการใช้งาน	- รูปแบบและกราฟฟิกไม่โดดเด่น - บรรจุภัณฑ์ไม่สามารถอำนวยความสะดวกได้ดี
Boots	- ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายในการใช้งาน	- รูปแบบและกราฟฟิกไม่โดดเด่น - บรรจุภัณฑ์ไม่สามารถอำนวยความสะดวกได้ดี

## 2.2 ผลิตภัณฑ์จัดหนึ่งตายรอบเล็บ

ผลิตภัณฑ์	ลักษณะพิเศษ	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ลักษณะกราฟฟิก
Sally hansen 	ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ มาตรฐาน	หลอดบีบ LDPE สีใส ฝาแบบเกลียวหมุนต่อเนื้อ สีขาว มี Secondary pck. แบบ Blister pck.	รูปแบบ Typography มี Logo สีดำและคำอธิบายเป็นตัวอักษรสีดำและขาว
Sally hansen 	ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ มีส่วนผสมจากธรรมชาติ สำหรับผิวแพ้ง่าย	หลอดบีบ LDPE สีใส ฝาแบบเกลียวหมุนต่อเนื้อ สีขาว มี Secondary pck. แบบ Blister pck.	เป็น Illustrate รูปแบบเรียบง่าย มี Logo และคำอธิบายเป็นตัวอักษรสีเขียว

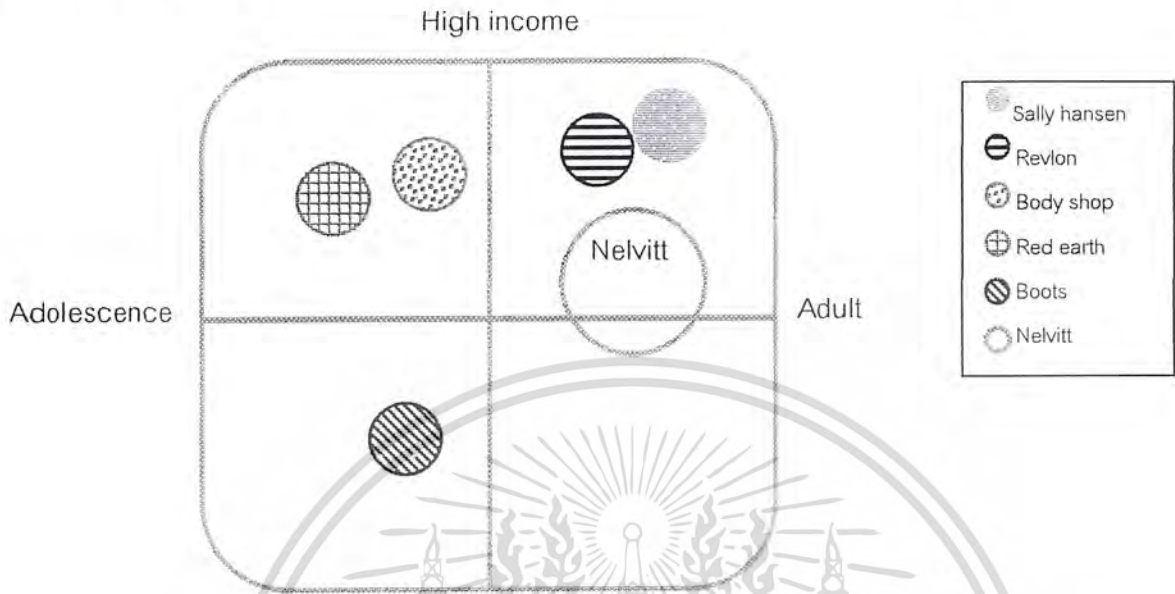
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์	ลักษณะพิเศษ	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ลักษณะกราฟฟิก
 <p>Revlon</p>	<p>ความสะอาด ผลิต ภัณฑ์ให้ความรู้สึก อ่อนโยนต่อผิว ไม่ ระคายเคือง</p>	<p>เป็นขวดแก้วใส ฝาพลาสติก PP สีขาวแบบเกลียวหมุนต่อ เนื่อง ที่ส่วนปลายเป็นฟูกัน มีSecondary pck. กล่อง กระดาษ</p>	<p>รูปแบบ Typography มี Logo และคำ อธิบายตัวอักษรสีดำ Secondary pck. เป็น ภาพการใช้งาน มี Logo สีดำและชื่อ ผลิตภัณฑ์เจาะช่อง บนพื้นสีแดง</p>
 <p>The Body shop</p>	<p>ความทันสมัย ผลิตภัณฑ์มีคุณ ภาพมาตรฐาน</p>	<p>หลอดบีบพลาสติก LDPE สี ขาว ฝาเกลียวแบบหมุนต่อ เนื่อง วัสดุ PPสีเทาบรอนซ์</p>	<p>รูปแบบเรียบง่าย ทัน สมัย Logo สีเทา บรอนซ์ ชื่อผลิตภัณฑ์ พื้นสีเทาบรอนซ์เจาะ ช่องขาว</p>
 <p>Red earth</p>	<p>ผลิตภัณฑ์มีความ สดใสน่าสัมผัส ให้ความรู้สึกอ่อน โยนต่อสภาพผิว</p>	<p>ขวดแก้วใส ฝาพลาสติก PP สีใสแบบเกลียวหมุนต่อเนื่อง ที่ส่วนปลายเป็นฟูกัน มี Shrink film หุ้ม</p>	<p>รูปแบบ Typography มี Logo และคำ อธิบายเป็นตัวอักษรสี ดำ</p>
 <p>Boots</p>	<p>ความสะอาด ทัน สมัย มีส่วนผสม จากธรรมชาติ</p>	<p>หลอดบีบพลาสติก LDPE สี ใส ฝาเกลียวแบบหมุนได้ รอบ วัสดุ PPสีขาว มี Secondary pck. แบบ Blister pck.</p>	<p>รูปแบบเรียบง่าย มี Logo เจาะช่องบนพื้น แดง คำอธิบายตัว อักษรสีแดงบนพื้นสี ส้มอ่อน Secondary pck. มีภาพประกอบ Logo เจาะช่องบนพื้น แดง คำอธิบายตัว อักษรสีแดง</p>

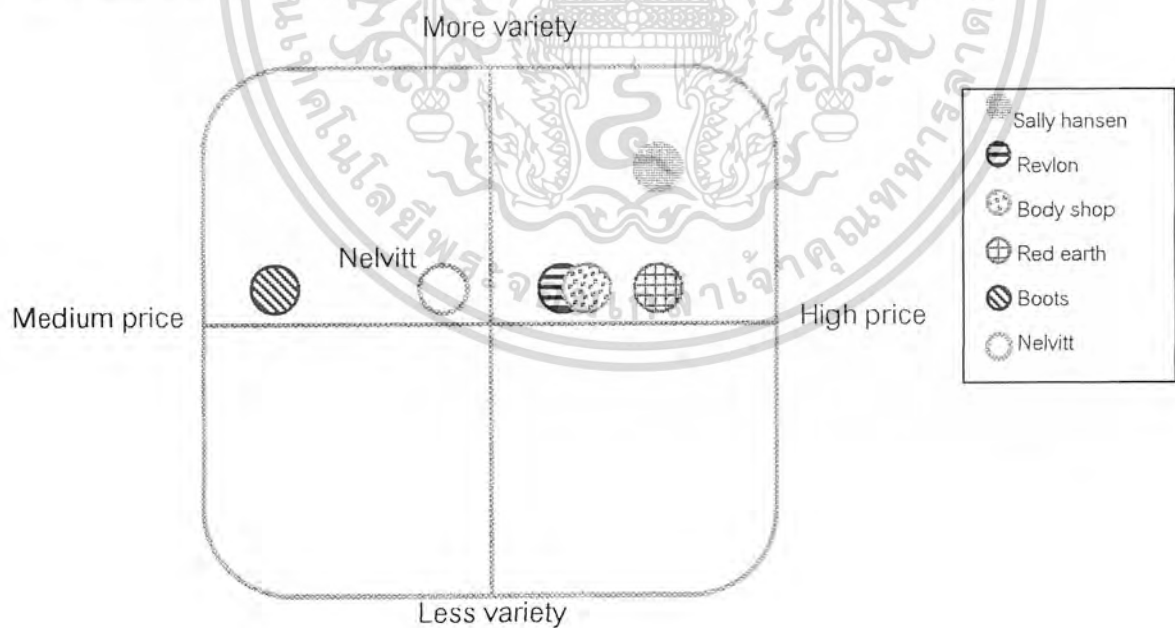
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เปรียบเทียบกลุ่มผู้บริโภค ลักษณะและภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์จัดหนึ่งตายรอบเล็บ

1. เปรียบเทียบกลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์จัดหนึ่งตายรอบเล็บ

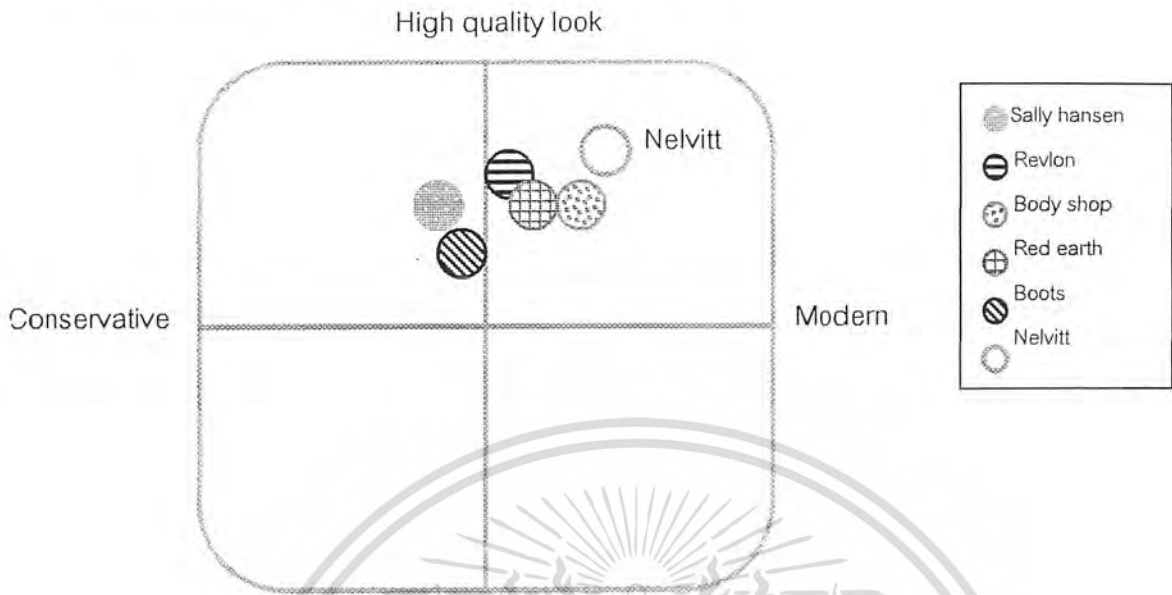


2. เปรียบเทียบลักษณะของผลิตภัณฑ์จัดหนึ่งตายรอบเล็บ

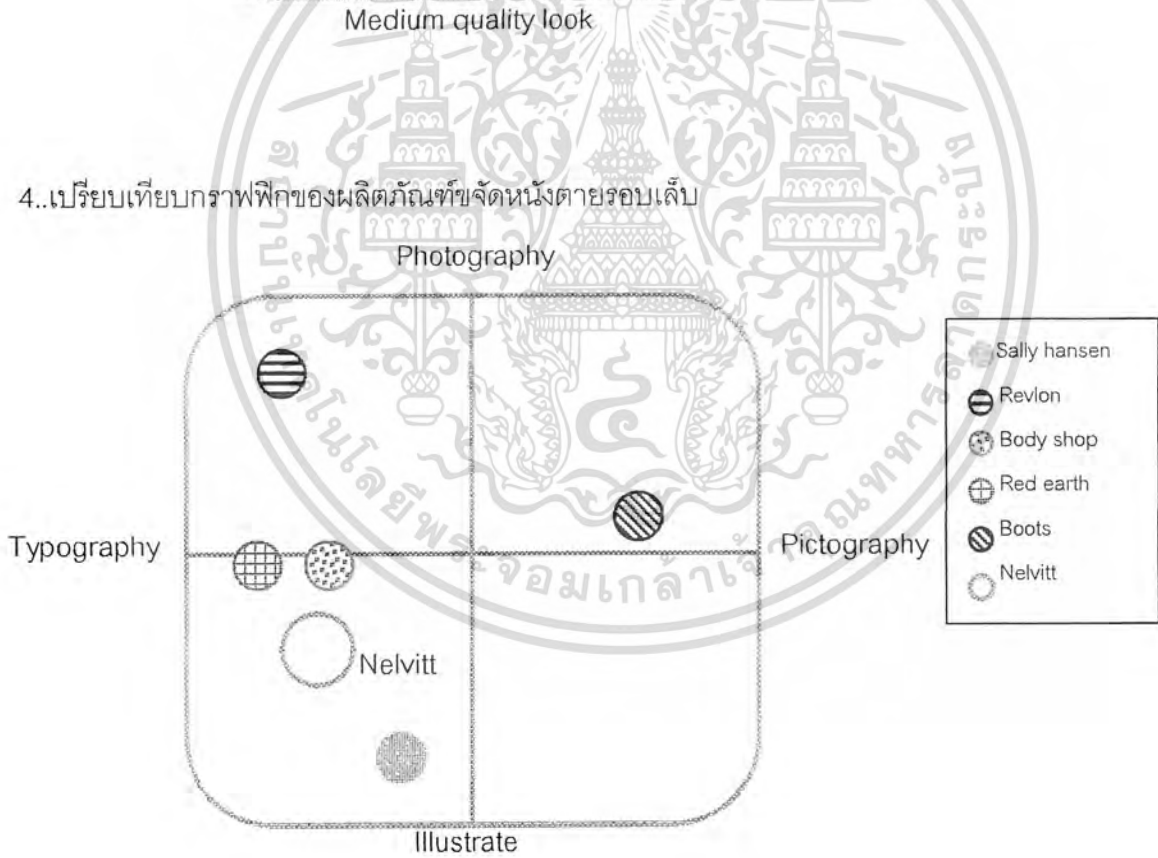


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.เปรียบเทียบภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์จัดหน้าตายรอบเล็บ



4.เปรียบเทียบกราฟฟิกของผลิตภัณฑ์จัดหน้าตายรอบเล็บ




เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางเปรียบเทียบข้อได้เปรียบเสียเปรียบของผลิตภัณฑ์และภาพลักษณ์

ยี่ห้อ	ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
Sally hansen	- มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ - มีคุณภาพ มาตรฐาน	- ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบและกราฟฟิก ไม่โดดเด่น
Revlon	- ผลิตภัณฑ์ดูมีคุณภาพ - ผลิตภัณฑ์ดูสะอาด น่าเชื่อถือ - ให้ภาพพจน์อ่อนโยนต่อผิวพรรณ	- รูปแบบผลิตภัณฑ์ไม่โดดเด่น - ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบเหมือนน้ำยา ทาเล็บ ทำให้แยกความแตกต่าง แต่ละประเภทไม่ชัดเจน
The Body shop	- ภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ดูทันสมัย - มีคุณภาพ มาตรฐาน	- ผลิตภัณฑ์ไม่มี Secondary pck. ทำให้ขาดความโดดเด่น
Red earth	- ภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ดูทันสมัย - ให้ภาพพจน์อ่อนโยนต่อผิวพรรณ	- ผลิตภัณฑ์ไม่มี Blister pck. ทำให้ ขาดความโดดเด่น - ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบเหมือนน้ำยา ทาเล็บ ทำให้แยกความแตกต่าง แต่ละประเภทไม่ชัดเจน
Boots	- ภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ดูทันสมัย	- ขาดความโดดเด่น

### 3.ผลิตภัณฑ์บำรุงเล็บ

#### 3.1 น้ำยาทาเล็บ

ผลิตภัณฑ์	ลักษณะพิเศษ	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ลักษณะกราฟฟิก
Sally hansen 	ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ มาตรฐาน เข้าใจถึงความ ต้องการของเล็บ เป็นอย่างดี	ขวดแก้วใส ฝาพลาสติก PP แบบเกลียวหมุนต่อเนื้อ ที่ ส่วนปลายเป็นพุกัน มี Secondary pck. แบบ Blister pck. มีแผ่นกระดาษ อธิบายอยู่ด้านหลัง	บรรจุภัณฑ์เป็นรูปแบบ Typography มี Logo และคำอธิบาย ตัวอักษรสีเดียวกัน Secondary pck. มี แผ่นกระดาษอธิบาย อยู่ด้านหลัง มีภาพ ประกอบ Logo เจาะ

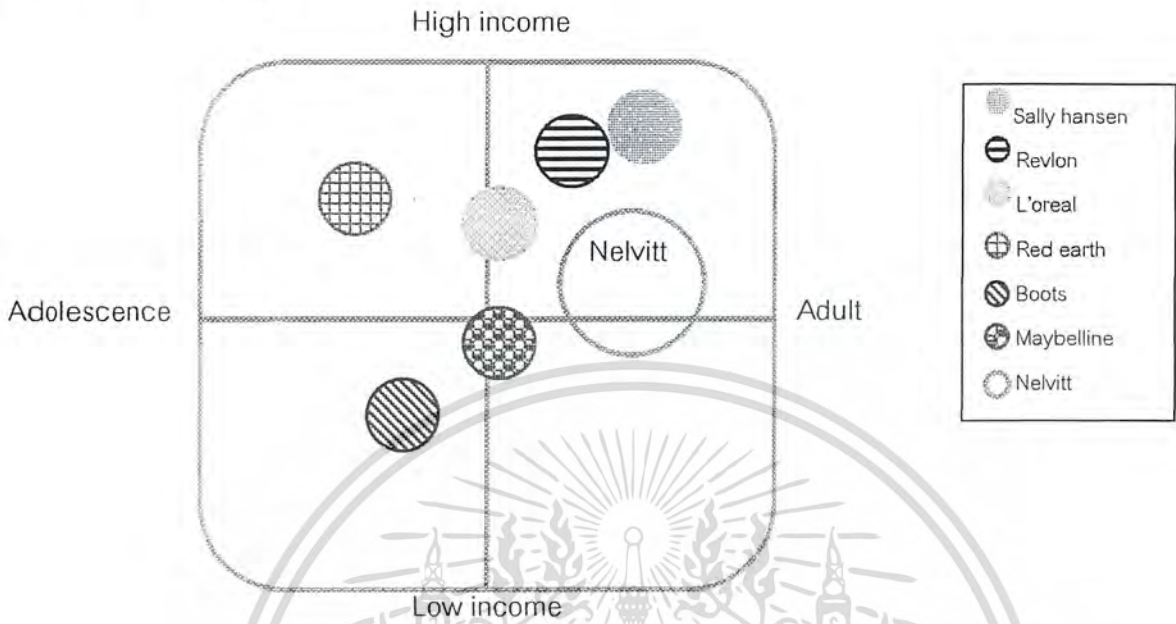
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่หรือใช้ซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์	ลักษณะพิเศษ	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ลักษณะกราฟฟิก
Revlon 	ความน่าเชื่อถือ มีคุณภาพ	ขวดแก้วใส ฝาพลาสติก PP สีทองแบบเกลียวหมุนต่อ เนื่อง ที่ส่วนปลายเป็นฟู่กัน	รูปแบบ Typography มี Logo และคำ อธิบายตัวอักษรสีทอง
L'oreal 	ความทันสมัย ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ มาตรฐาน	ขวดแก้วใส ฝาพลาสติก PP สีทองแบบเกลียวหมุนต่อ เนื่อง ที่ส่วนปลายเป็นฟู่กัน มี Secondary pck. แบบ กล่องพลาสติกโปร่งแสงเจาะ ช่องวงกลมใส	พิมพ์สติ๊กเกอร์ รูป แบบ Typography มี Logo สีดำและชื่อ ผลิตภัณฑ์สีขาว มี Hot stamp สีทองบน บรรจุภัณฑ์และ Secondary pck.
Red earth 	ความทันสมัย ดู สดใส อ่อนโยน ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ	ขวดแก้วใส ฝาพลาสติก PP สีใสแบบเกลียวหมุนต่อเนื่อง ที่ส่วนปลายเป็นฟู่กัน มี Shrink film หุ้ม	รูปแบบ Typography มี Logo และคำ อธิบายเป็นตัวอักษรสี ดำ
Boots 	ความสะอาด ทัน สมัย มีส่วนผสม จากธรรมชาติ	ขวดแก้วใส ฝาพลาสติกวัสดุ PPสีเงิน ที่ส่วนปลายเป็นฟู่ กัน มี Secondary pck. แบบ Blister pck.	รูปแบบเรียบง่าย มี Logo เจาะช่องบนพื้น ขาว คำอธิบายตัว อักษรสีขาว Secondary pck. มี ภาพประกอบ Logo เจาะช่องบนพื้นแดง คำอธิบายตัวอักษรสี แดง
Maybelline 	ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ มาตรฐาน บำรุงเล็บอย่าง อ่อนโยน	ขวดแก้วใส ฝาพลาสติกวัสดุ PPสีทอง ที่ส่วนปลายเป็นฟู่ กัน มี Secondary pck. แบบ กล่องกระดาษ เจาะช่อง แสดงผลิตภัณฑ์	รูปแบบ Typography มี Logo และคำ อธิบายตัวอักษรสีทอง Secondary pck. มี Logo และคำอธิบาย ตัวอักษรสีน้ำเงิน

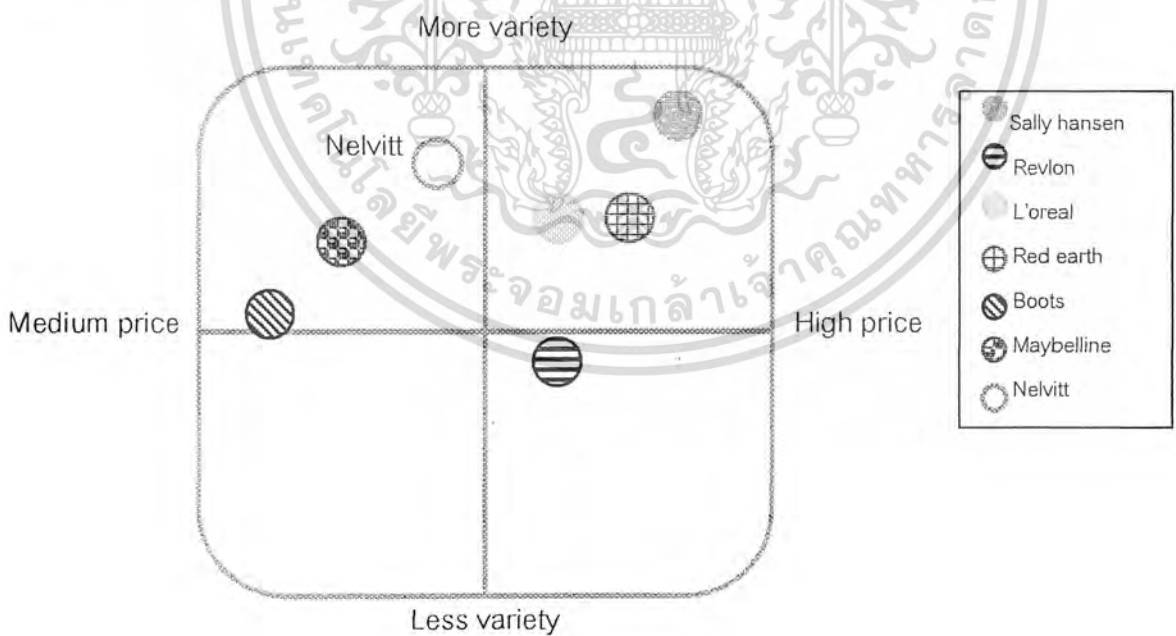
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานภายในเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ภายนอก  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของลิขสิทธิ์ที่มีการนำไปใช้

เปรียบเทียบกลุ่มผู้บริโภค ลักษณะและภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์น้ำยาทาเล็บ

1.เปรียบเทียบกลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์น้ำยาทาเล็บ

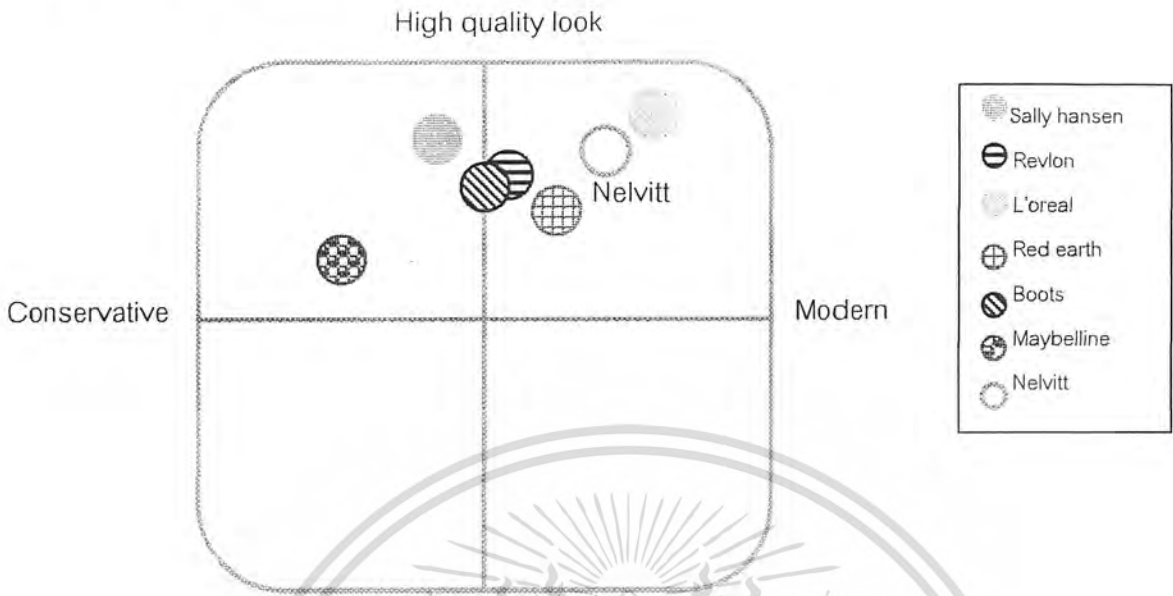


2.เปรียบเทียบลักษณะของผลิตภัณฑ์น้ำยาทาเล็บ

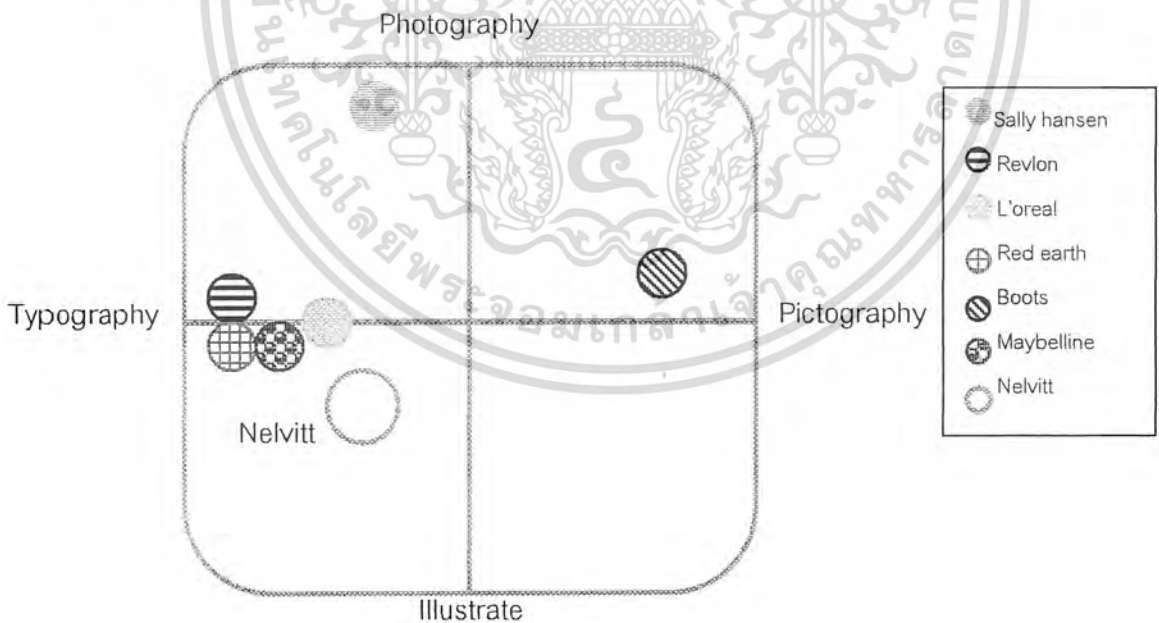


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.เปรียบเทียบภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์น้ำยาทาเล็บ



4.เปรียบเทียบกราฟฟิกของผลิตภัณฑ์น้ำยาทาเล็บ









เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางเปรียบเทียบข้อได้เปรียบเสียเปรียบของผลิตภัณฑ์และภาพลักษณ์

ยี่ห้อ	ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
Sally hansen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลิตภัณฑ์ดูมีคุณภาพ น่าเชื่อถือ</li> <li>- คงความเป็นเอกลักษณ์</li> <li>- มีความหลากหลายในผลิตภัณฑ์</li> </ul> ตอบสนองความต้องการทุกรูปแบบ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่สามารถแยกแยะผลิตภัณฑ์</li> </ul> บางประเภทได้อย่างชัดเจน
Revlon	<ul style="list-style-type: none"> <li>- คงความเป็นเอกลักษณ์</li> <li>- ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- รูปแบบไม่โดดเด่นทันสมัย</li> <li>- ไม่มีการป้องกันการเปิดใช้ก่อนซื้อ</li> <li>- ผลิตภัณฑ์ไม่มี Secondary pck.</li> </ul> ทำให้ขาดความโดดเด่น
L'oreal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความโดดเด่นของรูปแบบ ทันสมัย</li> <li>- ผลิตภัณฑ์ดูมีคุณภาพ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีความหลากหลายในผลิตภัณฑ์</li> </ul>
Red earth	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ดูทันสมัย</li> </ul> ให้ภาพพจน์อ่อนโยนต่อผิวพรรณ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลิตภัณฑ์ไม่มี Blister pck. ทำให้ขาดความโดดเด่น</li> <li>- ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบเหมือนน้ำยาทาเล็บ ทำให้แยกความแตกต่างแต่ละประเภทไม่ชัดเจน</li> </ul>
Boots	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ดูทันสมัย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ขาดความโดดเด่น</li> </ul>
Maybelline	<ul style="list-style-type: none"> <li>- คงความเป็นเอกลักษณ์</li> <li>- ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ มาตรฐาน</li> <li>- มีความหลากหลายในผลิตภัณฑ์</li> </ul> ตอบสนองความต้องการทุกรูปแบบ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- รูปแบบไม่โดดเด่นทันสมัย</li> </ul>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

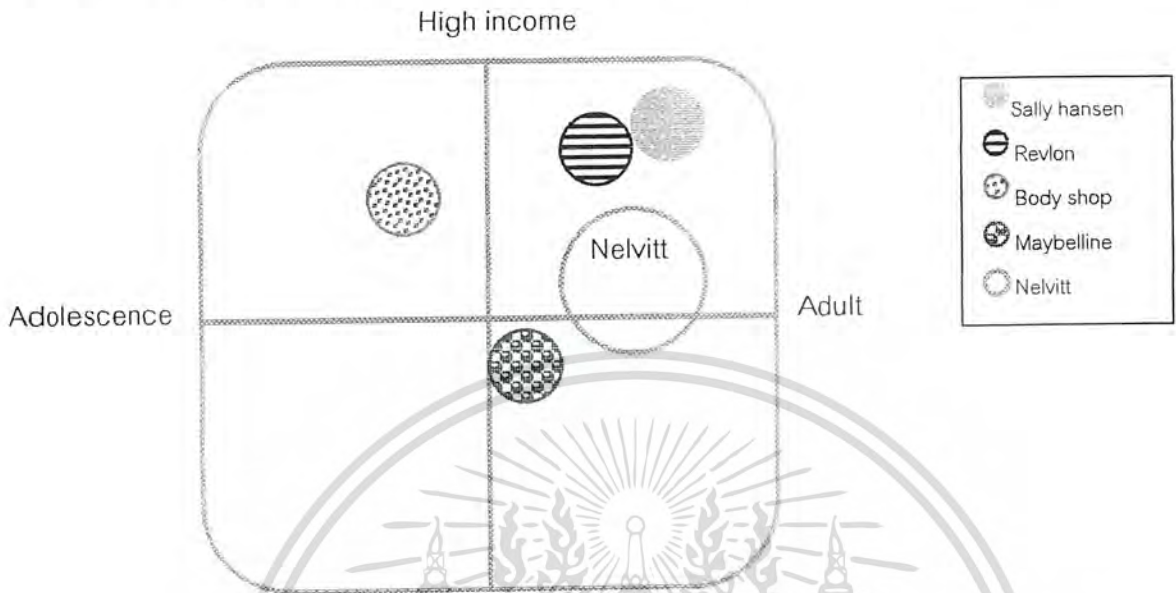
## 3.2ผลิตภัณฑ์บำรุงเล็บและหนังรอบเล็บ

ผลิตภัณฑ์	ลักษณะพิเศษ	โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ลักษณะกราฟฟิก
Sally hansen 	ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ มาตรฐาน	ขวดแก้วใส ฝาพลาสติก PP แบบเกลียวหมุนต่อเนื้อสีดำ ที่ส่วนปลายเป็นฟูกัน	บนบรรจุภัณฑ์เป็นรูปแบบ Typography มี Logo และคำอธิบายตัวอักษรสีทอง
Sally hansen 	ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ มาตรฐาน	กระปุกพลาสติก HDPE สีขาว ฝาพลาสติก PP สีขาว แบบเกลียวหมุน	รูปแบบ Typography มี Logo สีดำและชื่อผลิตภัณฑ์เจาะช่องขาวบนพื้นสีส้ม
Revlon 	ความสะอาด ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ มาตรฐาน	ขวดแก้วทึบแสงสีน้ำเงิน ฝาพลาสติก PP สีขาวแบบเกลียวหมุนต่อเนื้อ ที่ส่วนปลายเป็นฟูกัน มี Secondary pck. แบบ Blister pck.	รูปแบบ Typography มี Logo และชื่อผลิตภัณฑ์พิมพ์สีขาว
Revlon 	ความสะอาด ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ มาตรฐาน	กระปุกพลาสติก HDPE สีขาว ฝาพลาสติก PP สีขาว แบบเกลียวหมุน	รูปแบบ Typography มี Logo และชื่อผลิตภัณฑ์พิมพ์สีดำ
The Body shop 	ความสะอาด ดูทันสมัย ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ	ขวดพลาสติก HDPE สีขาว ฝาพลาสติก PP สีเทาบรอนซ์ แบบเกลียวหมุนต่อเนื้อ	รูปแบบเรียบง่าย ทันสมัย Logo สีเทา บรอนซ์ ชื่อผลิตภัณฑ์ พื้นสีเทาบรอนซ์เจาะช่องขาว
Maybelline 	ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ มาตรฐาน บำรุงเล็บอย่างอ่อนโยน	ขวดแก้วใส ฝาพลาสติกวัสดุ PPสีทอง ที่ส่วนปลายเป็นฟูกัน มี Secondary pck. แบบกล่องกระดาษ เจาะช่องแสดงผลิตภัณฑ์	รูปแบบ Typography มี Logo และคำอธิบายตัวอักษรสีทอง Secondary pck. มี Logo และคำอธิบายตัวอักษรสีน้ำเงิน

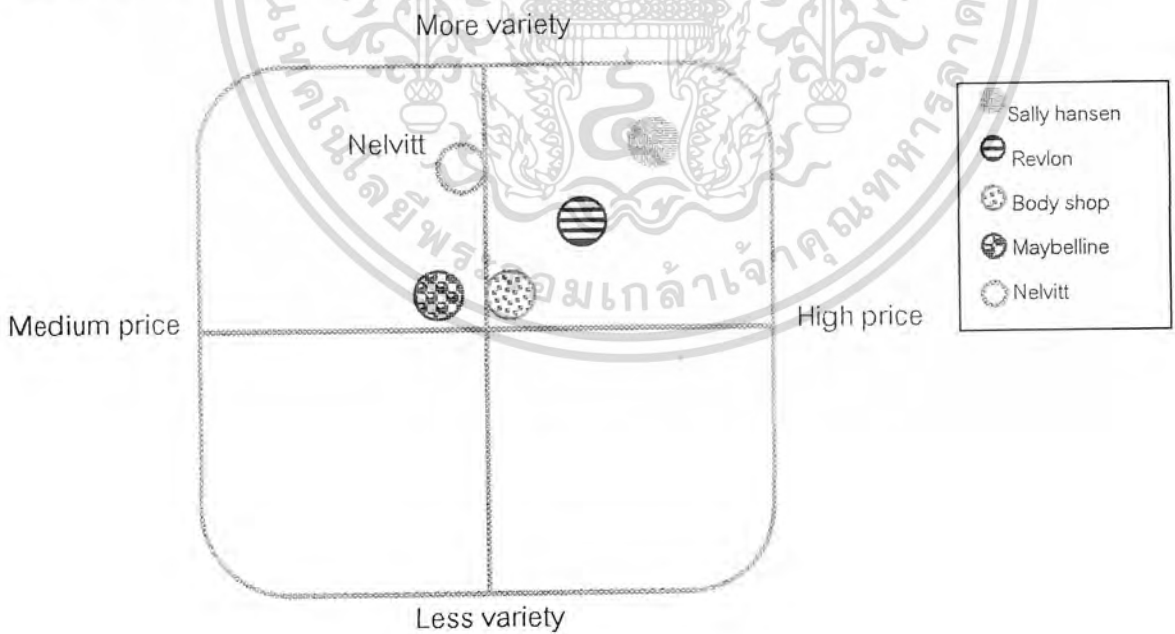
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เปรียบเทียบกลุ่มผู้บริโภค ลักษณะและภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์บำรุงเล็บและหนังรอบเล็บ

1. เปรียบเทียบกลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์บำรุงเล็บและหนังรอบเล็บ

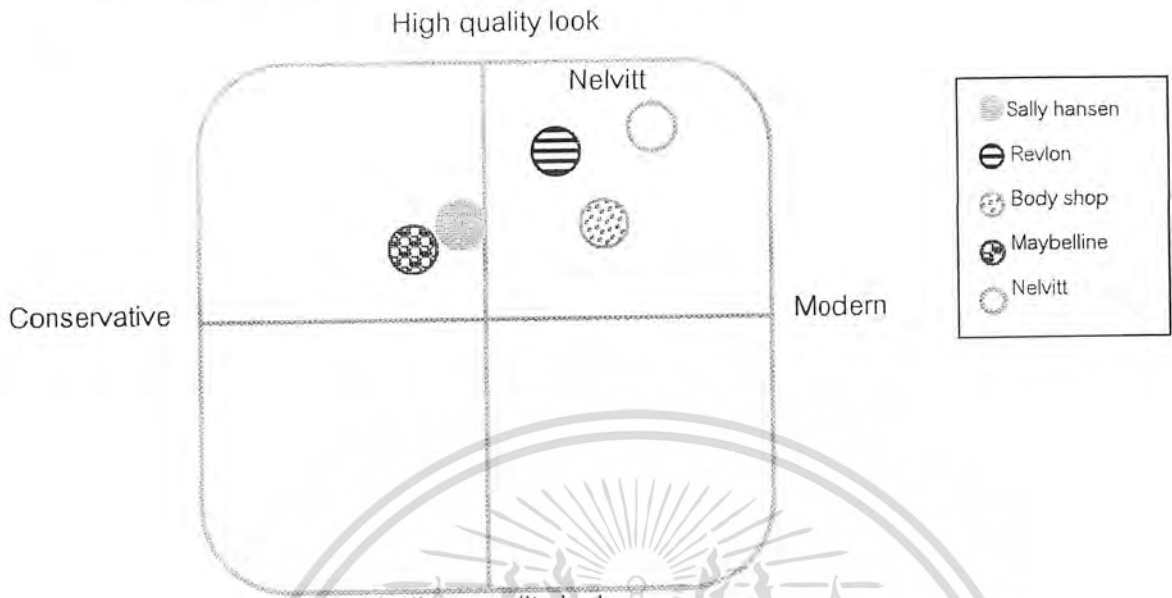


2. เปรียบเทียบลักษณะของผลิตภัณฑ์บำรุงเล็บและหนังรอบเล็บ

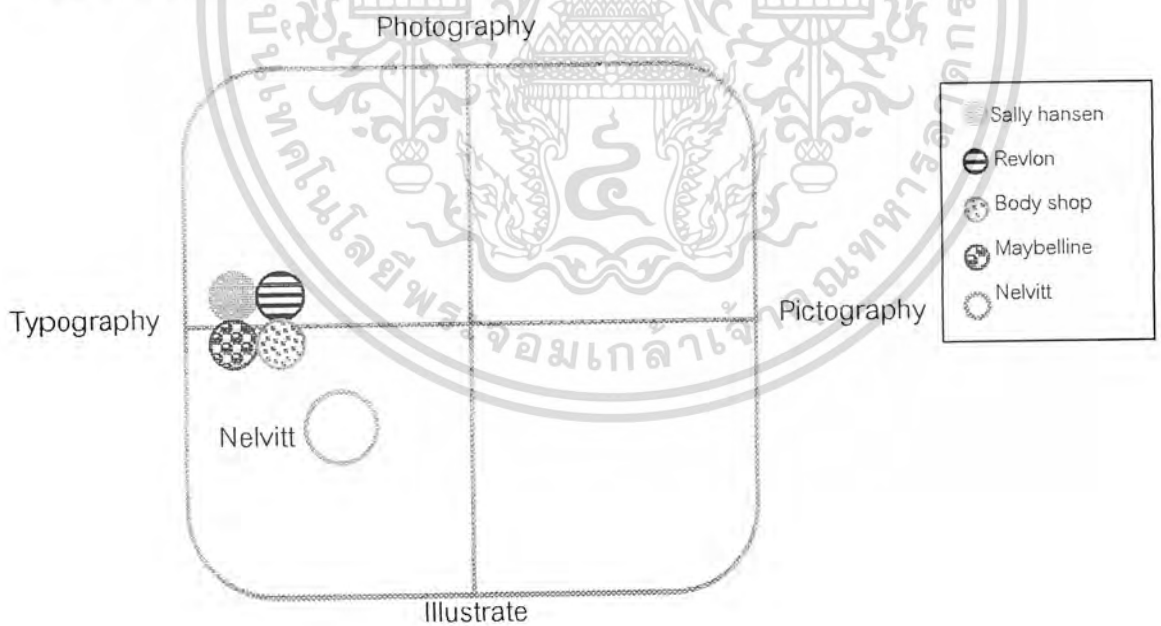


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. เปรียบเทียบภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์บำรุงเล็บและหนังรอบเล็บ



4. เปรียบเทียบกราฟฟิกของผลิตภัณฑ์บำรุงเล็บและหนังรอบเล็บ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางเปรียบเทียบข้อได้เปรียบเสียเปรียบของผลิตภัณฑ์

ยี่ห้อ	ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
Sally hansen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลิตภัณฑ์ดูมีคุณภาพ น่าเชื่อถือ</li> <li>- คงความเป็นเอกลักษณ์</li> <li>- มีความหลากหลายในผลิตภัณฑ์</li> </ul> ตอบสนองความต้องการทุกรูปแบบ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบและกราฟฟิก</li> </ul> ไม่โดดเด่น
Revlon	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ มาตรฐาน</li> <li>- มีความหลากหลายในผลิตภัณฑ์</li> <li>- ภาพพจน์สินค้าดูสะอาด น่าเชื่อถือ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบและกราฟฟิก</li> </ul> ไม่โดดเด่น
The Body shop	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความทันสมัย ดูแปลกใหม่</li> <li>- ภาพพจน์ของสินค้าดูสะอาด</li> <li>- มีคุณภาพ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลิตภัณฑ์ไม่มี Secondary pck.</li> </ul> ทำให้ขาดความโดดเด่น
Maybelline	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลิตภัณฑ์ดูมีคุณภาพ น่าเชื่อถือ</li> <li>- คงความเป็นเอกลักษณ์ เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- รูปแบบไม่โดดเด่นทันสมัย</li> </ul>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภค

สำหรับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ดูแลผิวพรรณมือและเล็บ (Hand & nail care) ภายใต้ชื่อ "Nelvitt" (เนลวิท) สามารถสรุปได้ดังนี้

### กลุ่มเป้าหมาย

เพศ	: หญิง
กลุ่มเป้าหมายหลัก	: กลุ่มผู้ใหญ่ อายุ 26 - 49 ปี
กลุ่มเป้าหมายรอง	: กลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย (วัยเริ่มทำงาน) อายุ 20-25 ปี

### ระดับการศึกษา

มัธยมศึกษา	: 5%
มหาวิทยาลัย	: 80%
อื่นๆ	: 15%

### ระดับรายได้

ต่ำกว่า 10,000 บาท	: 25%
10,000 - 20,000 บาท	: 50%
มากกว่า 20,000 บาท	: 25%

### อาชีพ

เอกชน / รัฐวิสาหกิจ	: 65%
รับราชการ	: 15%
อื่นๆ	: 20%

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับลักษณะโดยทั่วไปของกลุ่มเป้าหมายสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

1.กลุ่มเป้าหมายหลัก : กลุ่มผู้ใหญ่ อายุ 26-49 ปี

- ลักษณะ
- เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง
  - เลือกใช้สินค้าที่มีคุณภาพ มาตรฐาน เหมาะสมกับราคา
  - ใช้จ่ายเงินมากในเรื่องเกี่ยวกับตัวเอง เช่น สุขภาพ ความสวยงาม

การแต่งตัว กิจกรรมบันเทิง

- เลือกใช้สินค้าที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ มีรสนิยม
- มีความโดดเด่นในสังคม ซื่อสัตย์ต่อยี่ห้อสินค้า
- ใส่ใจในสุขภาพ สรรหาสิ่งที่ดีมีประโยชน์ให้กับตนเอง

บุคลิกพิเศษ

- ใช้ชีวิตอิสระ ชอบสังสรรค์ มีเพื่อนฝูงมาก
- มีความทันสมัย และต้องการข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง
- ชอบเข้าสังคม มีบุคลิกที่คล่องแคล่ว
- มีความมั่นใจในตัวเอง รักสวยรักงาม
- มีการศึกษาดี

2.กลุ่มเป้าหมายรอง : กลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย (วัยเริ่มต้นทำงาน) อายุ 20-25 ปี

- ลักษณะ
- มีกำลังซื้อสูง
  - ให้ความสำคัญกับการศึกษา
  - ใช้จ่ายเงินเพื่อสร้างความแตกต่างให้แก่ตัวเอง ใช้สินค้าที่มีคุณภาพ
  - ใช้จ่ายเงินมากในเรื่องเกี่ยวกับตัวเอง เช่น สุขภาพ ความสวยงาม

การแต่งตัว กิจกรรมบันเทิง

- มีความทันสมัย ติดตามเทรนด์แฟชั่นอย่างใกล้ชิด
- ชอบลองของใหม่ ตอบรับกับสื่อต่างๆ ได้ดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.3.1 วิเคราะห์ลักษณะพิเศษของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายทั้งกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรอง เป็นกลุ่มที่มีลักษณะการดำเนินชีวิตแบบใหม่ มีลักษณะการดำเนินชีวิต (Life style) ดังนี้

ที่อยู่อาศัย : เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายหลักคือกลุ่มผู้ใหญ่ มีการศึกษา สถานะปานกลางถึงดี มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตเมืองหลวงที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง สามารถแบ่งภูมิลำเนาได้ 2 อย่าง คือ

1. เขตเมืองหลวง คือ เขตกรุงเทพมหานคร
2. เขตเมืองใหญ่ คือ เขตเมืองขนาดใหญ่ ที่มีความเจริญกระจายทั่วภาคต่างๆ ในประเทศไทย

บุคลิกพิเศษ : เป็นผู้หญิงทันสมัยติดตามข่าวสารทันเหตุการณ์ มีบุคลิกคล่องแคล่ว มั่นใจในตัวเอง ชอบเข้าสังคม, การสังสรรค์ รักสวยรักงาม ใช้ชีวิตทันสมัย ใส่ใจต่อสุขภาพ, ผิวพรรณ เลือกรสสิ่งที่ดีมีประโยชน์ให้แก่ตนเอง

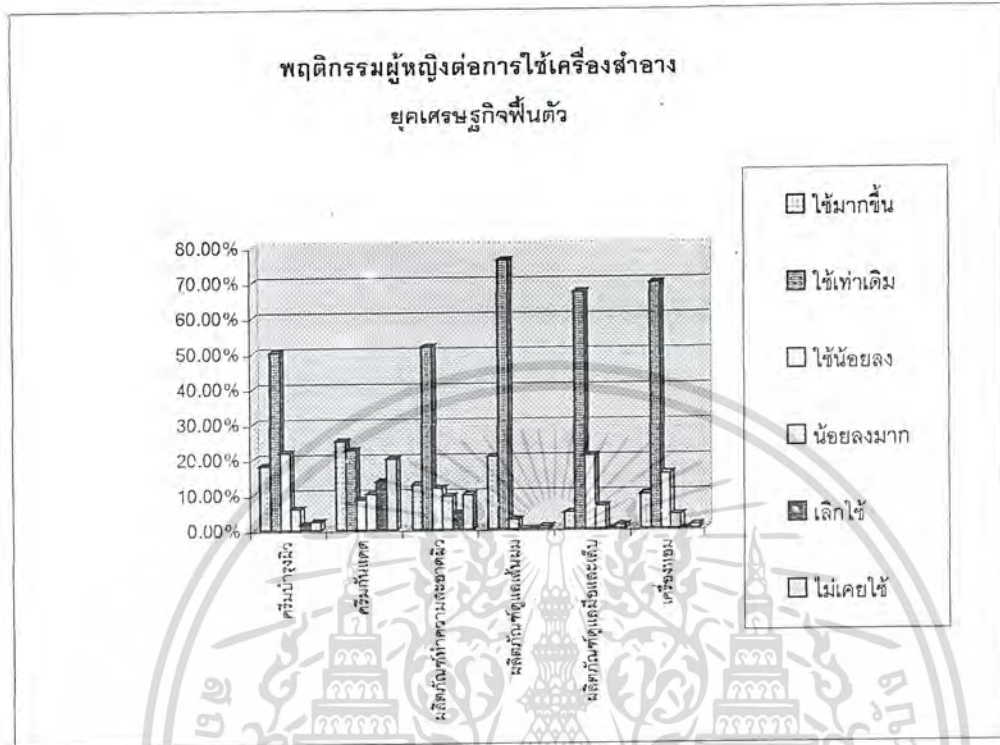
รสนิยม : ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มาตรฐาน มีระดับ มีความทันสมัย เลือกใช้สินค้าที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ บ่งบอกรสนิยมของผู้ซื้อ

กิจกรรมบันเทิง : ชอบใช้เวลาว่างในการดูแลตนเอง สุขภาพ ความงาม มีเวลาว่างมักไปออกกำลังกายตามสถานออกกำลังกาย Health club ต่างๆ ชอบการช้อปปิ้งใช้จ่ายเงินมากในเรื่องเกี่ยวกับตนเอง เช่น สุขภาพ ความสวยงาม การแต่งตัว ชอบเข้าสังคม, การสังสรรค์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.3.2 การศึกษาจิตวิทยาของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

จากการสำรวจพฤติกรรมผู้หญิงต่อการใช้เครื่องสำอางยุคเศรษฐกิจฟื้นตัว พบว่า



เมื่อพิจารณาผลิตภัณฑ์ดูแลผิวและเล็บ จะพบว่าพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวของผู้หญิงแบ่งออกเป็น 6 ระดับ คือ

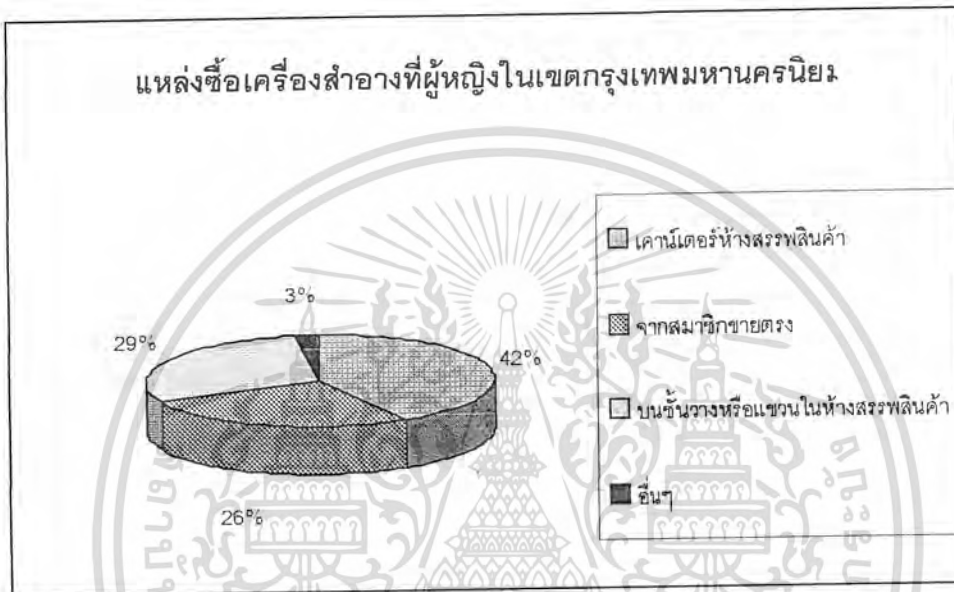
- |                |             |                 |            |
|----------------|-------------|-----------------|------------|
| 1. ใช้มากขึ้น  | ร้อยละ 4.6  | 4. ใช้น้อยลงมาก | ร้อยละ 6.5 |
| 2. ใช้เท่าเดิม | ร้อยละ 67.1 | 5. เลิกใช้      | ร้อยละ 0   |
| 3. ใช้น้อยลง   | ร้อยละ 20.8 | 6. ไม่เคยใช้    | ร้อยละ 1.0 |

กล่าวคือ ผู้ที่เคยใช้จะไม่เลิกใช้แต่จะลดปริมาณการใช้ลงและใช้ในกรณีที่ทำเป็นประจำ เมื่อวิเคราะห์โดยรวมแล้วผู้หญิงใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวและเล็บ ถึงร้อยละ 99 มีเพียงร้อยละ 1.0 เท่านั้นที่ไม่เคยใช้เลย จากข้อมูลข้างต้นผู้ผลิตเครื่องสำอางจึงควรให้ความสำคัญต่อเครื่องสำอางประเภทนี้ เพราะผู้หญิงเกือบทั้งหมดที่มีโอกาสได้ใช้ถึงแม้ภาวะที่เศรษฐกิจไม่ดีและสินค้ามีราคาแพงขึ้นและมีการใช้ลดลงถึงร้อยละ 27.3 แต่คนกลุ่มนี้ก็ได้เลิกใช้ไปเลยทีเดียว

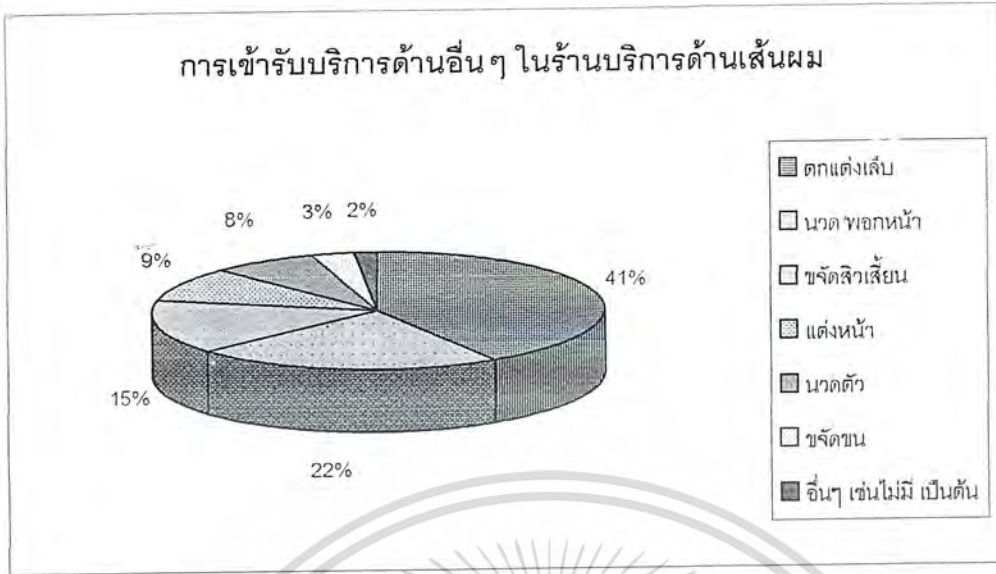
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้  
อุตสาหกรรมพรรณ ปีที่ 2 ฉบับที่ 10 พ.ศ.2541

### ลักษณะการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค

1. ผู้บริโภคมีการพิจารณาโดยเน้นระดับราคาที่เหมาะสมและคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก รวมทั้งลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่น่าเชื่อถือ มีมาตรฐาน
2. ผู้บริโภคมีการพิจารณารูปแบบของสินค้าที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น สะดุดตา
3. ผู้บริโภคมีการพิจารณารูปแบบของบรรจุภัณฑ์จะต้องอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้ด้วย



จากกราฟจะเห็นได้ว่า 71%ของผู้หญิงในเขตกรุงเทพมหานครนิยมเลือกซื้อเครื่องสำอางด้วยตัวเองตามห้างสรรพสินค้า โดย 42%ชอบซื้อเครื่องสำอางตามเคาน์เตอร์ที่มีพนักงานช่วยแนะนำสินค้าและบริการ ส่วนใหญ่เป็นเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ และผู้หญิงกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง อีก 29%เป็นกลุ่มที่มีรายได้ปานกลาง ชอบเลือกซื้อเครื่องสำอางด้วยตัวเองตามบูทจำหน่ายเครื่องสำอาง, ร้าน Health care เป็นต้น



จากพฤติกรรมการเข้าร้านเสริมสวยของผู้หญิงในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่านอกจากจะเข้ารับบริการทางด้านเส้นผมแล้ว ผู้หญิงยังนิยมเข้ารับบริการอื่นๆ จากร้านเสริมสวยอีกด้วย จากกราฟจะพบว่าผู้หญิงจำนวนเกือบครึ่งหนึ่งที่เข้ารับบริการด้านเส้นผมมักจะนิยมเข้ารับบริการตัดแต่งเล็บให้สวยงามอีกด้วย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โพลล์เศรษฐกิจ ฉบับที่ 182 กันยายน 2541

### 2.3.3 วิเคราะห์และสรุปความต้องการของผู้บริโภคที่มีผลต่อการออกแบบ

1. ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเป็นวัยผู้ใหญ่ เล็งใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ดูแลใส่ใจเรื่องความสวยงาม ดังนั้นจึงเลือกใช้สินค้าที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน การออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงเน้นถึงคุณประโยชน์ในผลิตภัณฑ์ น่าเชื่อถือ ดูมีคุณภาพ
2. บรรจุภัณฑ์ควรออกแบบเพื่ออำนวยความสะดวกในการใช้งานของผู้บริโภคได้อย่างเต็มที่
3. เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายนิยมซื้อเครื่องสำอางจากห้างสรรพสินค้าเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงต้องคำนึงถึงความเหมาะสมกับลักษณะการจัดวางจำหน่าย
4. ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายมีการดำเนินชีวิตที่ทันสมัย มีบุคลิกคล่องแคล่ว เลือใช้สินค้าที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ บ่งบอกรสนิยมของผู้ซื้อ บรรจุภัณฑ์ควรมีรูปแบบที่โดดเด่น มีเอกลักษณ์ทั้งด้านโครงสร้างและกราฟฟิก เพื่อสร้างพลังดึงดูดใจผู้บริโภค เนื่องจากเป็นสินค้าใหม่



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.4 ข้อมูลทั่วไปของผลิตภัณฑ์

### 2.4.1 ความเข้าใจเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพมือและเล็บ



ครั้งแล้ว ครั้งเล่า ที่มือถูกพรากความเนียนนุ่มชุ่มชื้นไปโดยไม่รู้ตัว ทั้งจากการล้างมือ และการหยิบจับสารพัดสารพัน ยิ่งบ่อยครั้ง ความแห้งกร้านและริ้วรอยยิ่งเพิ่มขึ้น

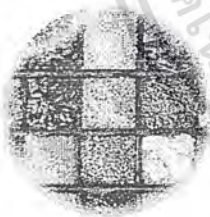
#### หลีกเลี่ยงเครื่องเป่ามือ

ลมร้อนทำให้ผิวแห้งตึง หลังล้างมือจึงควรใช้ผ้าสะอาดหรือทิชชูแทน



เป็นความจริงที่ไม่อาจปฏิเสธได้ว่าผู้หญิงส่วนใหญ่มักจะให้ความสำคัญแก่อวัยวะต่างๆ ในร่างกายโดยเฉพาะใบหน้าอย่างเป็นพิเศษ แต่ในขณะเดียวกันก็มองข้ามเล็บไปอย่างน่าเสียดาย

ทราบหรือไม่ว่าการเติมสีส้นต่างๆ ลงไป ไม่ได้ช่วยให้ความสวยของเล็บคงทนถาวร เพราะเมื่อใดที่คูลอยหรือคางสีเล็บออก สีธรรมชาติของเล็บจะปรากฏขึ้น และยิ่งขยันทาเล็บเมื่อใด สุขภาพที่ดีของเล็บก็จะหมดไปถ้าคุณไม่ใส่ใจกับมัน



#### เลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์

อาหารจำพวกถั่ว เมล็ดพืชทอง ขิง ข่า พริกขี้หนู ผักใบเขียว ไข่ จะช่วยให้โครงสร้างเล็บแข็งแรง ไม่เปราะหักง่าย



ขั้นตอนการดูแลเล็บ 4 ขั้นตอนง่ายๆ สำหรับสาวทันสมัยที่ไม่ค่อยมีเวลาดูแลสุขภาพเล็บของตนเอง



**ขั้นตอนที่ 1 ตะไบ** ใช้ตะไบชนิดที่มีปลายมนตะไบเล็บให้เข้ารูปทรง ตะไบเข้าหาตัวและออกจากตัว สองจังหวะนี้ช่วยให้ขอบเล็บไม่เป็นขุย และเมื่อได้รูปทรงเป็นที่พอใจแล้วตะไบอีกด้านหนึ่งของเล็บในสองจังหวะเดียวกัน จากนั้นจึงค่อยๆ ใช้ตะไบถูเบาๆ เพื่อขจัดเซลล์ผิวหนึ่งที่ตายแล้วรอบๆ เล็บ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขั้นตอนที่ 2 ทำความสะอาด ใช้ตะไบชนิดอ่อนนุ่มถูบริเวณผิวหนังของเล็บเพื่อขจัดรอยต่างและลอนคลื่นที่เกิดขึ้นบนผิวหนังเล็บ

ขั้นตอนที่ 3 การดูแล ใช้ตะไบสีขาวขนาดกลางช่วยกระตุ้นระบบหมุนเวียนของเลือดบริเวณเล็บ และทำให้เล็บของคุณงอกได้รวดเร็วขึ้น

ขั้นตอนที่ 4 เพิ่มความเงางาม ใช้ตะไบสีเทาอ่อนตะไบเพื่อกระตุ้นน้ำมันธรรมชาติและขัดเล็บเพื่อเพิ่มความเงางาม



สำหรับผู้ที่ชอบแต่งสีส้นให้เรียวยาว และใส่ใจต่อสุขภาพมือและเล็บ ขอแนะนำ 10 ขั้นตอน เพิ่มความงามให้กับมือและเล็บ

ขั้นตอนที่ 1 ล้างสีเล็บเก่าออกก่อน โดยใช้สำลีชุบน้ำยาล้างเล็บให้ชุ่ม วางทับบนเล็บประมาณ 1 นาที ค่อยๆเช็ดทำความสะอาด

ขั้นตอนที่ 2 ตะไบเล็บให้ได้รูปทรง (ด้วยวิธีที่กล่าวไปแล้วข้างต้น)

ขั้นตอนที่ 3 ขัดและนวดเล็บด้วยน้ำสบู่อ่อนๆ อย่างเบามือเพื่อเพิ่มความอบอุ่นให้แก่เล็บ ถ้ามีเวลา แช่เล็บด้วยน้ำมันมะกอกอุ่นๆ จะเพิ่มความแวววาวให้กับเล็บได้

ขั้นตอนที่ 4 ใช้ไม้แต่งเล็บค่อยๆ ดุนหนังตายรอบเล็บให้หลุดออกมา เพราะหนังส่วนเกินนี้เป็นแหล่งเพาะพันธุ์เชื้อโรคต้นเหตุของอาการคันได้



ขั้นตอนที่ 5 ล้างมือให้สะอาด ห้าม ตัดหนังรอบเล็บออกมากเกินไปจนเจ็บ

ขั้นตอนที่ 6 ทำความสะอาดเล็บด้วยน้ำยาล้างเล็บอีกครั้งหนึ่งเพื่อเช็ดเอาคราบสบู่น้ำมันที่ตกค้างอยู่ในเล็บออก

ขั้นตอนที่ 7 ใช้โลชั่นนวดให้ทั่วมือและเล็บเพื่อให้เนื้อครีมซึมซาบช่วยปรับสภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สละนิตินัยสำหรับวางเรียนเพื่อการศึกษางานเท่านั้น ไม่สามารถให้เหตุผลให้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งหมอนี้ให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้ เหลืองและแตกหักง่าย ทิ้งไว้ให้แห้ง



### ขั้นตอนที่ 8

ทายาทาเล็บบางๆ 2 ชั้น ในการทาแต่ละครั้งควรทิ้งไว้ให้แห้งเสียก่อน และไม่ควรราน้ำยาทาเล็บให้หนาจนเกินไป

### ขั้นตอนที่ 9

ทาทับด้วยยาทาเล็บ (Top coat) เป็นขั้นตอนสุดท้าย เพื่อป้องกันรอยขีดข่วนและเพิ่มประกายเงางามให้กับเล็บ ถ้าจะให้ดีควรทาวนวันเว้นวันเพื่อการปกป้องที่ดีที่สุด



### ขั้นตอนที่ 10

รอให้แห้งสนิท หรือถ้าต้องการให้เล็บแห้งสวยทันใจก็ใช้ Quick dry nail spray ฉีดให้เล็บแห้งสนิทเร็วขึ้น

### ทำอย่างไรถ้ายาทาเล็บแห้งและเหนียวก่อนเวลา

ยาทาเล็บมักเป็นที่นิยมของสาวๆ ทุกยุคทุกสมัย แต่พอใช้ ได้สักพัก มักพบปัญหาการแข็งตัวของยาทาเล็บ จะทิ้งทันทีก็เสียดาย เพราะยังมีน้ำยาในขวดเกินกว่าครึ่ง วิธีแก้ไขง่ายๆ คือนำขวดยาทาเล็บที่เริ่มแห้งใส่ถ้วยน้ำเดือดแช่ทิ้งไว้สักครู่ ยาทาเล็บจะคืนสภาพอีกครั้ง แต่ถ้าไม่มีเวลา ลองใช้น้ำยาผสมยาทาเล็บ (Nail enamel solvent) ซึ่งเป็นตัวทำละลาย ทำให้ยาทาเล็บที่เคยแห้งคืนสภาพเหมือนใหม่อีกครั้ง ห้ามใช้น้ำยาล้างเล็บเป็นผลสมทำละลายเพราะอาจเกิดปฏิกิริยาทางเคมีทำให้คุณสมบัติของยาทาเล็บเปลี่ยนไป



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ข้อมูลจาก นิตยสาร Central Premiere ห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ผลไม้..สูตรความงามจากธรรมชาติ

ผลไม้ชนิดต่างๆ นอกจากจะมีรสชาติอันกลมกล่อมแล้ว กลิ่นของผลไม้ยังให้ความรู้สึกสดชื่นกระปรี้กระเปร่า จึงไม่น่าแปลกใจเลยที่ผลไม้ นอกจากจะรับประทานเพื่อให้ได้คุณค่าของสารอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายแล้ว เพื่อความงามก็เช่นเดียวกัน บรรดาผลิตภัณฑ์ประทินผิวหรือเสริมความงามได้นำเอาประโยชน์ของผลไม้แต่ละชนิดมาให้เป็นส่วนผสมหลักในผลิตภัณฑ์ต่างๆ ซึ่งผลไม้แต่ละชนิดก็จะให้คุณค่าในการบำรุงผิวที่แตกต่างกันออกไป

### ส่วนประกอบสำคัญของผลไม้ชนิดต่างๆ

#### ผลไม้จำพวกพีชตระกูลส้มหรือมะนาว

น้ำมันหอมระเหยที่สกัดได้จากผลไม้จำพวกพีชตระกูลส้มหรือมะนาวจะอุดมไปด้วยวิตามินซีและกรดผลไม้อย่าง AHA [alpha hydroxy acids] เมื่อใช้เป็นจำนวนมากแล้วจะช่วยในการผลัดเซลล์

ผิวเก่าให้หลุดออก เพื่อให้ได้ผิวใหม่ที่มีความนุ่มนวล ผ่องใสขึ้น

นอกจากนี้ยังมีฤทธิ์ในการฆ่าเชื้ออย่างอ่อนๆ และช่วยในการระงับ

กลิ่นอีกด้วย ผลพลอยได้อีกอย่างคือกลิ่นที่หอมสดชื่นของผลไม้

ตระกูลนี้มักจะมีผลอยู่ในผลิตภัณฑ์หลายชนิดที่เหมาะสมกับผู้ที่มีผิว

มัน รวมถึงน้ำหอมที่เหมาะสมกับฤดูร้อน

#### มะพร้าว

น้ำมันมะพร้าวเป็นที่รู้จักกันดีมาตั้งแต่สมัยโบราณ ด้วยสรรพคุณที่ช่วยรักษาความชุ่มชื้นของผิวและเส้นผม แต่มักจะใช้น้ำมันมะพร้าวกับเส้นผมมากกว่าโดยเฉพาะผู้ที่มีผมแห้งเปราะและเสียมาก และผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จะมาในรูปแบบของคอนดิชันเนอร์เพื่อช่วยในการเก็บกักน้ำมันตามธรรมชาติของเส้นผมหลังการสระ ทำให้ผมดูมีชีวิตชีวาสดกดำและเรียบลื่น หวีง่ายไม่พันกัน

#### ผลไม้จำพวกแตงต่างๆ

ทั้งเมลอน แตงโมหรือแตงกวาจะให้กลิ่นที่สดชื่นมีชีวิตชีวา ร่า

เริง และให้ความเย็นความชุ่มชื้นแก่ผิว มักจะมีผลอยู่ในมอยส์

เจอไรเซอร์เพื่อปรับสภาพผิวสำหรับผู้ที่มีผิวมัน ทำให้ความ

มันบนใบหน้าลดน้อยลง มอบความสดชื่นแก่ผิวพร้อมความนุ่มนวลอีกด้วย

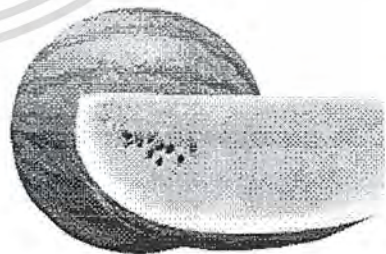
#### ลูกพีชและผลแอปริคอต

ด้วยกลิ่นหอมหวานของพีชที่ให้ความรู้สึกสดชื่นและมีพลัง ช่วยบรรเทาผิวที่ร้อนอักเสบ เป็นต่าง

ดวงให้เรียบเนียนเสมอกันและคืนความชุ่มชื้นให้แก่ผิว ซึ่งผลแอปริคอตก็ให้ผลใกล้เคียงกับพีชแต่

ให้ความชุ่มชื้นได้มากกว่า นอกจากนี้เมล็ดของแอปริคอตถ้านำมาบดให้ละเอียดแล้ว ยังสามารถ

ใช้เป็นผงขัดผิวเพื่อให้ผิวนุ่มนวลเรียบเนียนเป็นพิเศษได้อย่างดี



### องุ่น

น้ำองุ่นที่มีฤทธิ์เป็นด่างจะช่วยสร้างความสมดุลของผิวตามธรรมชาติที่มีความเป็นกรด

ให้มีค่าเป็นกลาง จึงเหมาะกับผิวที่มีปัญหา เพราะผิวที่มีปัญหาคือการที่ค่า

ความเป็นกรดเป็นด่างตามธรรมชาติของผิวถูกทำลาย อาจเนื่องมาจาก

การใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมทางเคมีที่รุนแรงเกินไป จนไปทำลาย

น้ำมันเคลือบผิวตามธรรมชาติทำให้ผิวเกิดการระคายเคือง

ในส่วนของเมล็ดองุ่นนั้นเป็นที่รู้จักกันดีว่ามีสารที่ช่วยต่อต้านอนุมูลอิสระ

[anti oxidant] ที่ชื่อว่าโพลีฟีนอล [polyphenols] ทำให้ผิวเกิดริ้วรอยได้ช้าลง และยังมีสารแทนนิน

[tannins] และน้ำมันสกัดที่เต็มไปด้วยกรดโพลีอโนแซตเทอเรต [polyunsaturated] ซึ่งช่วยให้ผิว

อ่อนนุ่มชุ่มชื้นขึ้น และประกอบด้วยกลุ่มของวิตามินบีและแร่ธาตุที่สำคัญที่มีประโยชน์ต่อผิวพรรณ

### สับปะรด

ในสับปะรดมีเอนไซม์ที่ชื่อว่าโบรมาลิน [bromalin] ซึ่งช่วยในการ

ผลัดเซลล์ ผิวเก่าที่ตายแล้วให้หลุดออกไปอย่างเป็นธรรมชาติ

ช่วยในการปรับโครงสร้างผิวให้เรียบเนียนขึ้น ในศรีลังกา สาวๆ จะ

นำสับปะรดมาฝานเป็นชิ้นบางๆ แล้วนำมาถูที่ใบหน้า เพื่อให้ผิว

หน้าดูสดใสยิ่งขึ้น จึงไม่แปลกที่มักจะมีพบส่วนผสมของสับปะรด

อยู่ในครีมมาร์คหน้าและครีมบำรุงผิว

### ผลไม้ประเภทเบอร์รี่ต่างๆ

ไม่ว่าจะเป็นสตอว์เบอร์รี่ ราสพ์เบอร์รี่ต่างก็มี

เหมาะอย่างยิ่งกับผู้ที่ผิวมีปัญหาหรือผิวมัน

ผสมของสตอว์เบอร์รี่อยู่ เนื่องจากช่วย

อ่อนๆ ได้ แถมทำให้ผิวนุ่มนวลน่าสัมผัส

สดใสน่าใช้

### แอปเปิ้ล

อุดมไปด้วยคุณค่าวิตามินและแร่ธาตุ มีเพกทิน [pectine]

มากมายช่วยให้ผิวอ่อนนุ่มชุ่มชื้นและช่วยฟื้นฟูผิว มักจะมีส่วนผสม

ของแอปเปิ้ลในครีมต่างๆ ที่อุดมไปด้วยกรดผลไม้ เอนไซม์ และ

สารที่เกิดจากเมล็ดแอปเปิ้ลจะให้ผลในการต่อต้านการเกิดริ้วรอย

ผลช่วยให้ผิวสร้างความสมดุลขึ้น

ในผลิตภัณฑ์ความงามมักจะมีส่วนผสม

บรรเทาอาการระคายเคืองอย่าง

นอกจากกลิ่นหอมหวานและสีส้ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.4.2 ชนิดและรูปแบบการใช้งานของผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บ

การดูแลมือและเล็บให้มีสุขภาพที่ดี นอกจากจะต้องรับประทานอาหารที่มีประโยชน์แล้ว ควรต้องรู้จักวิธีการดูแลอย่างถูกวิธีด้วยเช่นกัน โดยเริ่มจากการทำความสะอาดมือและเล็บ และใช้ผลิตภัณฑ์ที่ช่วยในการบำรุงฟื้นฟูสุขภาพของมือและเล็บให้ดีขึ้น

### ชนิดและรูปแบบการใช้งานของผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือ

ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือโดยทั่วไปจะมีคุณสมบัติดังนี้

- ดูแลทำความสะอาดมือและเล็บ
- ช่วยบำรุงมือและเล็บให้มีสุขภาพดี ปรับสภาพให้ความชุ่มชื้นกับผิว
- ให้อกลิ่นหอม สะอาด

### ชนิดและรูปแบบการใช้งานของผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือ

ผลิตภัณฑ์	ลักษณะและคุณสมบัติ	การใช้งาน
สบู่เหลวล้างมือ (Hand wash) - สูตร Anti bacteria  - สูตร Moisturizer	- เป็นของเหลวที่มีความหนืด ช่วยดูแลทำความสะอาด มีส่วนผสมของสารระงับเชื้อ Chloroxylenol และ Triclosan ปกป้องผิวจากแบคทีเรีย ให้อกลิ่นหอมสะอาด - ช่วยดูแลทำความสะอาดและถนอมมือให้มีความชุ่มชื้น ไม่แห้งกร้าน	ใช้ล้างมือเป็นประจำทุกวัน - ก่อนและหลังรับประทานอาหาร - ระหว่างการเตรียมอาหาร - หลังจากเข้าห้องน้ำ - เมื่อสัมผัสพื้นละออง และสิ่งสกปรก
โลชั่นบำรุงมือและเล็บ (Hand & Nail Lotion) - สูตร Keratin & Liposomes  - สูตร Moisturizer & Vitamin E [SPF 12]	- เป็นของหนืด ช่วยปรับสภาพผิวให้มีความชุ่มชื้น และบำรุงเล็บให้มีความแข็งแรง ไม่เปราะหักง่าย - ช่วยปรับสภาพผิวให้มีความชุ่มชื้น นุ่มนวล ผสมสารป้องกันอันตรายจากรังสี UV	เทโลชั่นลงบนฝ่ามือ นวดให้ทั่ว เล็บและมือบ่อยๆ ครั้ง ใช้เป็นประจำทุกวัน - หลังล้างมือ - ระหว่างวัน ทุกครั้งที่ต้องการ - ก่อนนอน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามเผยแพร่ข้อมูลเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ชนิดและรูปแบบการใช้งานของผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพเล็บ

ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพเล็บโดยทั่วไปจะมีคุณประโยชน์ดังนี้

- ดูแลความสะอาดเล็บอย่างอ่อนโยน ไม่ทำลายผิวเล็บและหนังรอบเล็บ
- บำรุงเล็บให้มีสุขภาพดี แข็งแรง ไม่เปราะหักง่าย
- เสริมเล็บให้มีความแข็งแรงมากขึ้น เพิ่มความเงางาม

### ชนิดและรูปแบบการใช้งานของผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพเล็บ

ผลิตภัณฑ์	ลักษณะและคุณสมบัติ	การใช้งาน
<p>น้ำยาล้างเล็บ (Nail enamel remover)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สูตร Extra fast</li> <li>- สูตร Extra mild</li> <li>- สูตร Moisturizer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นของเหลว ล้างสีเคลือบเล็บที่มีสีเข้ม ให้สะอาดไม่มีสีตกค้างที่ผิวเล็บ</li> <li>- เป็นของเหลว ล้างสีเคลือบเล็บที่เปราะหักง่ายอย่างอ่อนโยน ไม่ทำให้ผิวเล็บลอกแห้ง เพราะไม่มีส่วนผสมของสาร Acetone</li> <li>- เป็นของเหลว ล้างสีเคลือบเล็บ ให้ความชุ่มชื้นแก่ผิวเล็บ ด้วย Moisturizer</li> </ul>	<p>เทน้ำยาล้างเล็บลงบนสำลีให้ชุ่ม วางทับบนเล็บประมาณ 1 นาที ค่อยๆ เช็ดทำความสะอาด</p>
<p>ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดเล็บ (แผ่น) (Falt nail polish remover pade)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สูตร Extra fast</li> <li>- สูตร Extra mild</li> <li>- สูตร Moisturizer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นแผ่นเยื่อกระดาษที่ชุบน้ำยาล้างเล็บจนชุ่ม ทำความสะอาดสีเคลือบเล็บ มีคุณสมบัติเหมือนน้ำยาล้างเล็บ</li> </ul>	<p>นำแผ่นทำความสะอาดวางทับบนเล็บประมาณ 1 นาที ค่อยๆ เช็ดทำความสะอาด</p>
<p>สเปรย์ฉีดเล็บแห้งเร็ว (Quick dry nail spray)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นละออง ไม่ทิ้งคราบไว้บนเล็บ ช่วยให้สีเคลือบเล็บแห้งเร็วขึ้น บำรุงเล็บให้มีความแข็งแรง</li> </ul>	<p>หลังทาสีเคลือบเล็บ ฉีดสเปรย์ห่างจากเล็บประมาณ 4 นิ้ว สีเคลือบเล็บจะแห้งในเวลา 60 วินาที</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในเท่านั้น ไม่ควรเผยแพร่สู่สาธารณะโดยไม่ผ่านการคัดลอกหรือการแก้ไขใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้นำไปใช้

ผลิตภัณฑ์	ลักษณะและคุณสมบัติ	การใช้งาน
ครีมบำรุงหนังรอบเล็บ (Cuticle massage cream)	- เป็นครีมชั้น ช่วยบำรุงหนังรอบเล็บให้มีความนุ่มชุ่มชื้น ไม่แห้งกร้าน บำรุงให้เล็บมีสุขภาพดี	ทาครีมบนเล็บและหนังรอบๆ เล็บ นวดเบาๆ ให้ทั่ว ไม่ต้องล้างออก ควรทาบำรุงก่อนนอน
น้ำยาทาเล็บ (Nail enamel) - สูตร Nail hardener - สูตร Base coat - สูตร Top coat - สูตร Maximum growth	- เป็นของเหลวใส ช่วยเสริมความแข็งแรงให้เล็บ ไม่เปราะฉีกขาดง่าย - เป็นของเหลวใส ใช้ทารองพื้นเล็บก่อนจะทาสีเคลือบ ป้องกันไม่ให้เล็บเหลือง - เป็นของเหลวใส ใช้ทาทับสีเคลือบเล็บ ช่วยปกป้องสีให้ติดทนนาน และเพิ่มความแวววาวให้สีเคลือบเล็บ - เป็นของเหลวใส ช่วยกระตุ้นโครงสร้างภายในให้เล็บยาวเร็วขึ้น บำรุงให้เล็บแข็งแรง	- ทาบนเล็บหรือใช้เป็นรองพื้นก่อนเคลือบสีเล็บ - ใช้ทารองพื้นเล็บก่อนจะทาสีเคลือบ - ใช้ทาทับสีเคลือบเล็บ - ทาบนเล็บหรือใช้เป็นรองพื้นก่อนเคลือบสีเล็บ
เจลล้างจัดหนังตายรอบเล็บ (Gel cuticle remover)	- เป็นเจลใส ทำให้หนังรอบเล็บอ่อนนุ่มก่อนทำการตัดแต่งหนังที่ตายออก	บีบเจลรอบหนังตายรอบเล็บ ทำให้ทั่วทั้งไว้สักครู่ไม่เกิน 10 นาที ใช้ไม้แต่งเล็บดันหนังตายออก ล้างมือด้วยน้ำสบู่
น้ำยาแคลเซียมบำรุงเล็บ (Calcium gel nail builder)	- เป็นเจลใส ช่วยฟื้นฟูเล็บที่อ่อนแอให้กลับแข็งแรงขึ้น ด้วยส่วนผสมของแคลเซียม ช่วยให้เล็บไม่ฉีกขาดง่าย ไม่ทน UV	ทาบนเล็บ 2 ชั้นหรือใช้ทารองพื้นก่อนทาสีเคลือบ ควรใช้ทุกๆ 3 วัน เพื่อให้เล็บแข็งแรงเร็วขึ้น
น้ำยาผสมยาทาเล็บ (Nail enamel solvent)	- เป็นของเหลวใส ใช้ผสมในสีเคลือบเล็บที่แห้งช่วยให้คืนสภาพเหมือนใหม่	ใช้หลอดดูดน้ำยาผสมยาทาเล็บซึ่งเป็นตัวทำลายบีบลงไปในขวดสีเคลือบ เขย่าให้ส่วนผสมเป็นเนื้อเดียวกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ สงวนลิขสิทธิ์ไว้สำหรับใช้ในการเรียนการสอนเท่านั้น ไม่สามารถนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์ การค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์	ลักษณะและคุณสมบัติ	การใช้งาน
น้ำมันบำรุงเล็บและหนังรอบเล็บ (Vitamin E nail & cutical oil)	- เป็นของเหลวใส บำรุงเล็บและหนังรอบเล็บ ให้มีความแข็งแรง ซึมซาบเร็ว ไม่ทิ้งคราบบนเล็บ	ทาบนเล็บและหนังรอบเล็บ ควรทาทันวันเว้นวันเพื่อให้เล็บมีสุขภาพดียิ่งขึ้น
น้ำยาขจัดเชื้อรา (No more fungus)	- เป็นของเหลวใส กำจัดเชื้อราบริเวณหนังรอบเล็บ น้ำยาไม่ทนต่อแสง UV	ทารอบๆหนังรอบเล็บที่เป็นเชื้อรา ควรทาเป็นประจำทุกวัน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ชนิดและรูปแบบของผลิตภัณฑ์เสริม

ผลิตภัณฑ์	การใช้งาน
อุปกรณ์ต่อเล็บยาว ประกอบด้วย <ul style="list-style-type: none"> <li>- กาวสำหรับติดเล็บ</li> <li>- ไม้แต่งเล็บ</li> <li>- เล็บขนาดต่างๆ</li> <li>- เจลล้างกาว</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ทำความสะอาดผิวเล็บ</li> <li>- เลือกขนาดเล็บปลอมให้มีขนาดใกล้เคียงกับเล็บจริง</li> <li>- หยอดกาวบนผิวเล็บ ไม่ควรมากเกินไป</li> <li>- นำเล็บปลอมมาติด ใช้กรรไกรและตะไบตกแต่งเล็บให้สวยงาม</li> <li>- เมื่อต้องการลอกออก ใช้เจลทาให้ทั่วเล็บทิ้งไว้ 3 นาที ใช้ไม้แต่งเล็บค่อยๆ ดุนให้เล็บปลอมหลุดออกมา</li> </ul>
กล่องเก็บอุปกรณ์ตกแต่งเล็บ ประกอบด้วย <ul style="list-style-type: none"> <li>- กรรไกรตัดแต่งเล็บ</li> <li>- ตะไบแต่งเล็บ</li> <li>- ตะไบขัดเงาเล็บ</li> <li>- ไม้แต่งเล็บ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้ตัดแต่งเล็บให้เข้ารูป</li> <li>- ใช้ขัดขอบเล็บให้โค้งมน สวยงาม</li> <li>- ใช้ขัดผิวเล็บกระตุ้นน้ำหล่อเลี้ยง ให้เล็บเป็นมันเงา</li> <li>- ใช้แต่งขอบเล็บ ดุนหนังตายรอบเล็บ</li> </ul>
อุปกรณ์เสริมความแข็งแรงของเล็บ ประกอบด้วย <ul style="list-style-type: none"> <li>- แผ่นไฟเบอร์กลาสติดเล็บ</li> <li>- ไม้แต่งเล็บ</li> <li>- น้ำยาสำหรับติดเล็บ</li> <li>- เจลล้าง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ทำความสะอาดผิวเล็บ</li> <li>- หยอดกาวบนผิวเล็บ ไม่ควรมากเกินไป</li> <li>- เลือกแผ่นไฟเบอร์ให้มีขนาดใกล้เคียงเล็บจริง</li> <li>- ติดลงบนเล็บ ใช้ไม้แต่งเล็บให้สวยงาม กลมกลืน</li> <li>- เมื่อต้องการลอกออก ใช้เจลทาให้ทั่วเล็บทิ้งไว้ 3 นาที ใช้ไม้แต่งเล็บค่อยๆ ดุนให้แผ่นไฟเบอร์หลุดออกมา</li> </ul>
อุปกรณ์กันนิ้วเวลาทาเล็บ	- ใช้กันนิ้วเวลาทาเล็บช่วยให้ไม่เลอะเทอะ
แปรง & หินขัด	- ใช้ขัดเท้าและบริเวณสันเท้าให้สะอาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้





### 2.4.3 เจือปนไขและความจำเป็นด้านบรรจุภัณฑ์

จุดประสงค์สำคัญในการออกแบบลักษณะบรรจุภัณฑ์แบ่งได้เป็น 2 ประการคือ


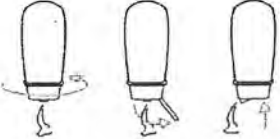
1. เพื่อประโยชน์ในการใช้งานทางกายภาพ คือ คุ้มครองและป้องกันผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายในให้คงสภาพเดิม สามารถผลิต บรรจุ ขนส่ง เก็บรักษา นำวางจำหน่าย และอำนวยความสะดวกในการอุปโภคบริโภค
2. สามารถส่งเสริมการจำหน่าย โดยออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์โดดเด่นสวยงาม ดึงดูดความสนใจ แสดงให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์อย่างครบถ้วน

#### ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บ

##### 1. โลชั่นบำรุงมือและเล็บ [Hand & nail Lotion]

ผลิตภัณฑ์	ลักษณะการใช้งาน	ลักษณะบรรจุภัณฑ์
 250 ml. - สูตร Keratin & Liposomes - สูตร Moisture & vitamin E [SPF 12]	- ขนาดบรรจุ 250 ml. สำหรับผู้ที่ใช้ผลิตภัณฑ์เป็นประจำสม่ำเสมอ ใส่ใจสุขภาพผิวเป็นพิเศษ โลชั่นที่วางจำหน่ายในปัจจุบันเป็นฝาชนิด Flip top ต้องยกขวดซึ่งมีขนาดใหญ่ขึ้นเพื่อให้ไม่สะดุด 	- ออกแบบโดยใช้ฝาที่ให้ความสะดวกมากยิ่งขึ้นโดยเป็นฝาบีบใช้งานง่าย  - ออกแบบกราฟฟิกให้สามารถแยกความแตกต่างของทั้ง 2 สูตรได้ สื่อภาพลักษณ์ชัดเจน คำนึงถึง Corporate identity
 130 ml. - สูตร Keratin & Liposomes - สูตร Moisture & vitamin E [SPF 12]	- ขนาด 130 ml. สำหรับผู้ที่ใส่ใจกับสุขภาพผิว ใช้โดยยกขวดขึ้น เปิดฝาแล้วเทลงฝ่ามือ นวดให้ทั่วมือและเล็บ ปิดฝาสันทิป้องกันอากาศและฝุ่นเข้า	- ออกแบบให้ขวดมี Texture ช่วยให้จับถนัดมือ ไม่ลื่นหลุดง่าย สะดวกในการหยิบใช้งาน - ออกแบบกราฟฟิกให้สามารถแยกความแตกต่างของทั้ง 2 สูตรได้ สื่อภาพลักษณ์ชัดเจน คำนึงถึง Corporate identity

ที่ลงไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่ควรนำไปใช้จริง  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

 <p>65 ml.</p> <p>- สูตร Keratin &amp; Liposomes</p> <p>- สูตร Moisture &amp; vitamin E [SPF 12]</p>	<p>- ขนาด 65 ml. พกพาสะดวก ใช้ได้บ่อยเท่าที่ต้องการ เปิดฝาแล้วบีบเนื้อครีมลงบนฝ่ามือ นวดให้ทั่วมือและเล็บ ปิดฝาสนิทป้องกันอากาศและฝุ่นเข้า</p> 	<p>- ออกแบบให้มี Texture ช่วยให้อัปเดตมือ ไม่ลื่นหลุดง่าย สะดวกในการหยิบใช้งาน</p> <p>- ออกแบบกราฟฟิกให้สามารถแยกความแตกต่างของทั้ง 2 สูตรได้ สื่อภาพลักษณ์ชัดเจน คำนึงถึง Corporate identity</p>
---	--	---

## 2. สบู่เหลวล้างมือ [Hand wash]

ผลิตภัณฑ์	ลักษณะการใช้งาน	ลักษณะบรรจุภัณฑ์
 <p>250 ml.</p> <p>- สูตร Anti bacteria</p> <p>- สูตร Moisturizer</p>	<p>- ขนาด 250 ml. ใช้งานบ่อยครั้ง มักจะวางไว้ที่อ่างล้างมือไม่ค่อยเคลื่อนย้าย ใช้โดยกดน้ำยาลงบนฝ่ามือ ล้างด้วยน้ำสะอาด</p> 	<p>- ออกแบบให้มีฐานกว้าง วางได้อย่างมั่นคง ที่ขวดมี Texture ทำให้การหยิบจับไม่ลื่นหลุดง่าย</p> <p>- ออกแบบกราฟฟิกให้สามารถแยกความแตกต่างของทั้ง 2 สูตรได้ สื่อภาพลักษณ์ชัดเจน คำนึงถึง Corporate identity</p>

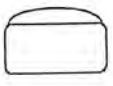
3. น้ำยาล้างเล็บ [Nail enamel remover]

งานวิจัยที่นำมาใช้ศึกษาครั้งนี้จะนำไปใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรจุภัณฑ์	ลักษณะการใช้งาน	ลักษณะบรรจุภัณฑ์
 200 ml. - สูตร Extra fast - สูตร Extra mild - สูตร Moisturizer	- ขนาด 200 ml. ใช้เช็ดทำความสะอาด สะอาดสีเคลือบเล็บ น้ำยาล้างเล็บที่วาง จำหน่ายอยู่ทั่วไปมักเป็นฝาเกลียว เปิด ใช้งานไม่สะดวก ปากขวดกว้าง ควบคุม ปริมาณน้ำยาที่ใช้ไม่ได้ สิ้นเปลืองมาก 	- ออกแบบโดยใช้ฝาที่สามารถ ใช้งานสะดวกยิ่งขึ้นโดยเป็นฝา ปุ่ม ควบคุมปริมาณน้ำยาได้ ประหยัด  - ออกแบบกราฟฟิกให้สามารถ แยกความแตกต่างของทั้ง 3 สูตร ได้ บอกรายละเอียดชัดเจน รูป ทรงมีความโดดเด่น คำนึงถึง Corporate identity
 50 ml. - สูตร Extra fast - สูตร Extra mild - สูตร Moisturizer	- ขนาด 50 ml. พกพาสะดวก ฝา น้ำยาล้างเล็บทั่วไปมักเป็นฝาเกลียว ใ้ ใช้งานไม่สะดวก ปากขวดกว้าง ควบคุม ปริมาณน้ำยาที่ใช้ไม่ได้ สิ้นเปลืองมาก 	- ออกแบบฝาให้สามารถเปิด ได้สะดวกขึ้น  - รู้น้ำยามีขนาดเล็กกลง ทำ ให้ควบคุมปริมาณน้ำยาได้ ประหยัด  - ออกแบบกราฟฟิกให้สามารถ แยกความแตกต่างของทั้ง 3 สูตร ได้ บอกรายละเอียดชัดเจน รูป ทรงมีความโดดเด่น คำนึงถึง Corporate identity

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงที่มาของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 4.ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดเล็บ (แผ่น) [Felt nail polish remover pades]


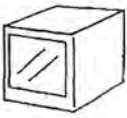
บรรจุภัณฑ์	ลักษณะการใช้งาน	ลักษณะบรรจุภัณฑ์
 15 แผ่น - สูตร Extra fast - สูตร Extra mild - สูตร Moisturizer	- ใช้ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดเล็บที่เป็นแผ่นเช็ดสีเคลือบเล็บออก ใช้งานง่าย โดยจับที่ฝาแล้วหมุนเปิดออก พกพาสะดวกทุกที่ไม่ต้องพกสำลี ไม่ต้องกังวลว่าน้ำยาจะหก	- ออกแบบให้กระปุกมี Texture ช่วยให้การหยิบจับสะดวกไม่ลื่นมือ - ออกแบบโดยใช้ฝาแบบ Flip top ช่วยให้เปิดได้สะดวกด้วยมือข้างเดียวได้ - ออกแบบกราฟฟิกให้สามารถแยกความแตกต่างของทั้ง 3 สูตรได้ บอกรายละเอียดการใช้งานชัดเจน

## 5.สเปรย์ฉีดเล็บแห้งเร็ว [Quick dry nail spray]



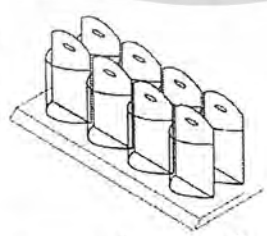
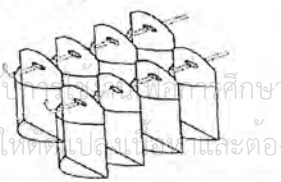
บรรจุภัณฑ์	ลักษณะการใช้งาน	ลักษณะบรรจุภัณฑ์
 120 ml.	- ฉีดละอองสเปรย์ลงบนเล็บที่เคลือบสีเสร็จแล้ว จะช่วยให้สีเล็บแห้งเร็วขึ้น	- บรรจุในกระป๋องโลหะในรูปแบบของเหลว เลือกลงกระป๋องที่มีขนาดพอดี จับถนัดมือ - ออกแบบกราฟฟิก คำนิ่งถึง Corporate identity สื่อภาพลักษณ์ให้ชัดเจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 6. ครีมนำร่องหนังรอบเล็บ [Cuticle massage cream]

บรรจุภัณฑ์	ลักษณะการใช้งาน	ลักษณะบรรจุภัณฑ์
 35 ml.   Secondary pck.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีลักษณะเป็นเนื้อครีม ทาบริเวณเล็บและหนังรอบๆเล็บ ใช้ทาบำรุงก่อนนอน</li> <li>- การเปิดปิดฝาในการใช้งานยังไม่มีสะดวก รอบของการหมุนอาจมากหรือน้อยจนเกินไป ทำให้เปิดได้ยาก</li> <li>- ผลิตภัณฑ์มีราคาแพง จึงมีบรรจุภัณฑ์ภายนอก คุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในช่วยเพิ่มคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ออกแบบฝาให้มีรอบของการหมุนที่พอดี โดยทำตัวหยุดของการหมุน</li> <li>- กลองมีขนาดพอดี ให้มีตัวล็อกผลิตภัณฑ์ภายในไม่ให้เคลื่อนที่</li> <li>- บรรจุภัณฑ์ภายนอกออกแบบให้ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีแก่ผลิตภัณฑ์ เจาะช่องโหว่ผลิตภัณฑ์ ออกแบบกราฟฟิกให้โดดเด่น บอกรายละเอียดชัดเจน</li> </ul>

## 7. น้ำยาทาเล็บ [Nail enamel]

บรรจุภัณฑ์	ลักษณะการใช้งาน	ลักษณะบรรจุภัณฑ์
 14.5 ml. - สูตร Nail hardener - สูตร Base coat - สูตร Top coat - สูตร Maximum growth   Secondary pck.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้พู่กันจุ่มลงน้ำยา แล้วทาเคลือบเล็บให้ทั่ว ปิดฝาให้สนิท</li> <li>- ผลิตภัณฑ์มีขนาดเล็กจึงไม่สามารถบอกรายละเอียดบนผลิตภัณฑ์ได้ จึงมีบรรจุภัณฑ์ภายนอก เพื่อเพิ่มพื้นที่ในการโฆษณา</li> <li>- ใช้แขวนได้ในกรณีที่ไม่ค่อยมีพื้นที่ในการวางจำหน่าย</li> </ul>  	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรจุในขวดแก้ว เพราะไม่ทำปฏิกิริยากับน้ำยาทาเล็บ และป้องกันการซึมผ่านของก๊าซและ ความชื้นได้ดี ออกแบบฝาให้สามารถจับเปิดได้ง่าย</li> <li>- บรรจุภัณฑ์ภายนอกออกแบบให้ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีแก่ผลิตภัณฑ์ ออกแบบกราฟฟิกให้โดดเด่น บอกรายละเอียด ความแตกต่างของแต่ละสูตรให้ชัดเจน</li> <li>- ออกแบบให้สามารถวางบน Shelf หรือแขวนได้</li> </ul>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่ควรนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่วากรณใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตีพิมพ์และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 8. เจลล้างหนังตายรอบเล็บ [Gel cuticle remover]

บรรจุภัณฑ์	ลักษณะการใช้งาน	ลักษณะบรรจุภัณฑ์
 20 ml.   Secondary pck.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นเจลใส เปิดฝาออก บีบเจลทำให้ทั่วหนังรอบเล็บ ทิ้งไว้สักครู่แล้วจึงใช้ไม้แต่งเล็บดันหนังตายออก</li> <li>- ผลิตภัณฑ์มีขนาดเล็กจึงไม่สามารถบอกรายละเอียดบนผลิตภัณฑ์ได้ จึงมีบรรจุภัณฑ์ภายนอก เพื่อเพิ่มพื้นที่ในการโฆษณา</li> </ul>  <ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้แขวนได้ในกรณีที่ไม่ค่อยมีพื้นที่ในการวางจำหน่าย</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรจุในหลอดพลาสติก ออกแบบฝาให้เกิดความสะดวกในการใช้งาน ให้ฝาติดอยู่กับตัวผลิตภัณฑ์เพื่อป้องกันการหล่นหาย</li> </ul>  <ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรจุภัณฑ์ภายนอกออกแบบให้ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีแก่ผลิตภัณฑ์ ออกแบบกราฟฟิกให้โดดเด่น บอกรายละเอียดการใช้งาน คุณสมบัติให้ชัดเจน</li> <li>- ออกแบบให้สามารถวางบน Shell หรือแขวนได้</li> </ul>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 9. น้ำยาเคลือบบำรุงเล็บ [Calcium gel nail builder]

บรรจุภัณฑ์	ลักษณะการใช้งาน	ลักษณะบรรจุภัณฑ์
17 ml.   Secondary pck.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้พู่กันจุ่มลงน้ำยา แล้วทาเคลือบเล็บให้ทั่ว ปิดฝาให้สนิท</li> <li>- ผลิตภัณฑ์มีขนาดเล็กจึงไม่สามารถบอกรายละเอียดบนผลิตภัณฑ์ได้ จึงมีบรรจุภัณฑ์ภายนอก เพื่อเพิ่มพื้นที่ในการโฆษณา</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้แขวนได้ในกรณีที่ไม่ค่อยมีพื้นที่ในการวางจำหน่าย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรจุในขวดแก้ว เพราะไม่ทำปฏิกิริยากับน้ำยา และป้องกันการซึมผ่านของก๊าซและความชื้นได้ดี เนื่องจากน้ำยาไม่ทนต่อแสง UV จึงใช้ขวดที่มีสีทึบแสง ออกแบบฝาให้สามารถจับเปิดได้ง่าย</li> <li>- บรรจุภัณฑ์ภายนอกออกแบบให้ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีแก่ผลิตภัณฑ์ ออกแบบกราฟฟิกให้โดดเด่น บอกรายละเอียดการใช้งาน คุณสมบัติให้ชัดเจน</li> <li>- ออกแบบให้สามารถวางบน Shelf หรือแขวนได้</li> </ul>

## 10. น้ำยาผสมยาทาเล็บ [Nail enamel solvent]

บรรจุภัณฑ์	ลักษณะการใช้งาน	ลักษณะบรรจุภัณฑ์
22 ml.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เปิดฝา ใช้หลอดดูดน้ำยาผสมยาทาเล็บซึ่งเป็นตัวทำละลายบีบลงไป ในขวดสีเคลือบ เขย่าให้ส่วนผสมเป็นเนื้อเดียวกัน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรจุในขวดแก้วใส เพราะไม่ทำปฏิกิริยากับน้ำยา และป้องกันการซึมผ่านของก๊าซและความชื้นได้ดี ออกแบบฝาให้สามารถจับเปิดได้ง่าย ใช้งานได้สะดวก</li> </ul>

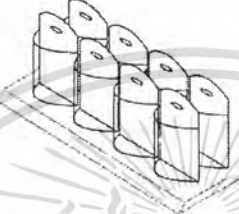

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 11. น้ำยาบำรุงเล็บและหนังรอบเล็บ [Vitamin E nail &amp; cuticle oil]

บรรจุภัณฑ์	ลักษณะการใช้งาน	ลักษณะบรรจุภัณฑ์
 <p>17 ml.</p> <p>Secondary pck.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้พู่กันจุ่มลงน้ำยา แล้วทาเคลือบเล็บและหนังรอบเล็บให้ทั่ว ปิดฝาให้สนิท</li> <li>- ผลิตภัณฑ์มีขนาดเล็กจึงไม่สามารถบอกรายละเอียดบนผลิตภัณฑ์ได้ จึงมีบรรจุภัณฑ์ภายนอก เพื่อเพิ่มพื้นที่ในการโฆษณา</li> </ul>  <ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้แขวนได้ในกรณีที่ไม่ค่อยมีพื้นที่ในการวางจำหน่าย</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรจุในขวดแก้ว เพราะไม่ทำปฏิกิริยากับน้ำยา และป้องกันการซึมผ่านของก๊าซและ</li> <li>ความชื้นได้ดี ออกแบบฝาให้สามารถจับเปิดได้ง่าย</li> <li>- บรรจุภัณฑ์ภายนอกออกแบบให้ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีแก่ผลิตภัณฑ์ ออกแบบกราฟฟิกให้โดดเด่น บอกรายละเอียดการใช้งาน คุณสมบัติให้ชัดเจน</li> <li>- ออกแบบให้สามารถวางบน Shelf หรือแขวนได้</li> </ul>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 12. น้ำยาขจัดเชื้อรา [No more fungus]

บรรจุภัณฑ์	ลักษณะการใช้งาน	ลักษณะบรรจุภัณฑ์
 <p>20 ml.</p> <p>Secondary pck.</p>	<p>- ใช้พู่กันจุ่มลงน้ำยา แล้วทารอบๆ ผนังรอบเล็บ ปิดฝาให้สนิท</p> <p>- ผลิตภัณฑ์มีขนาดเล็กจึงไม่สามารถบอกรายละเอียดบนผลิตภัณฑ์ได้ จึงมีบรรจุภัณฑ์ภายนอก เพื่อเพิ่มพื้นที่ในการโฆษณา</p>  <p>- ใช้แขวนได้ในกรณีที่ไม่ค่อยมีพื้นที่ในการวางจำหน่าย</p> 	<p>- บรรจุในขวดแก้ว เพราะไม่ทำปฏิกิริยากับน้ำยา และป้องกัน การซึมผ่านของก๊าซและ ความชื้นได้ดี เนื่องจากน้ำยาไม่ ทนต่อแสง UV จึงใช้ขวดที่มีสีทึบ แสง ออกแบบฝาให้สามารถจับ เปิดได้ง่าย</p> <p>- บรรจุภัณฑ์ภายนอกออกแบบให้ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีแก่ผลิตภัณฑ์ ออกแบบกราฟฟิคให้โดดเด่น บอกรายละเอียดการใช้งาน คุณสมบัติให้ชัดเจน</p> <p>- ออกแบบให้สามารถวางบน Shelt หรือแขวนได้</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.4.4 วิเคราะห์และสรุปข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการออกแบบ

1. ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวพรรณในท้องตลาดมีหลากหลายประเภท ดังนั้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกควรมีความชัดเจน แยกแยะแต่ละประเภท สร้างความเข้าใจและความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าแก่ผู้บริโภคได้
2. บรรจุภัณฑ์ออกแบบให้อำนวยความสะดวกในการใช้งานให้กับผู้บริโภค
3. ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวพรรณมือและเล็บเป็นสินค้าที่ตอบสนองความต้องการดูแลผิวพรรณได้อย่างครบวงจร ผลิตภัณฑ์จึงมีความหลากหลาย ดังนั้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้องคำนึงถึงความ เป็นเอกลักษณ์ร่วมกัน (Corporate identity) เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับสินค้าโดยรวมได้
4. บรรจุภัณฑ์ควรมีรูปแบบที่โดดเด่นทั้งด้านโครงสร้างและกราฟฟิก เพื่อเป็นประโยชน์ในการสร้างความจดจำ และความแตกต่างให้กับตัวผลิตภัณฑ์ เนื่องจากเป็นสินค้าใหม่
5. บรรจุภัณฑ์ควรมีหลากหลายที่สร้างความเข้าใจให้กับผู้บริโภคถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ คุณสมบัติ รายละเอียดต่างๆ บ่งบอกถึงวิธีการใช้อย่างชัดเจน

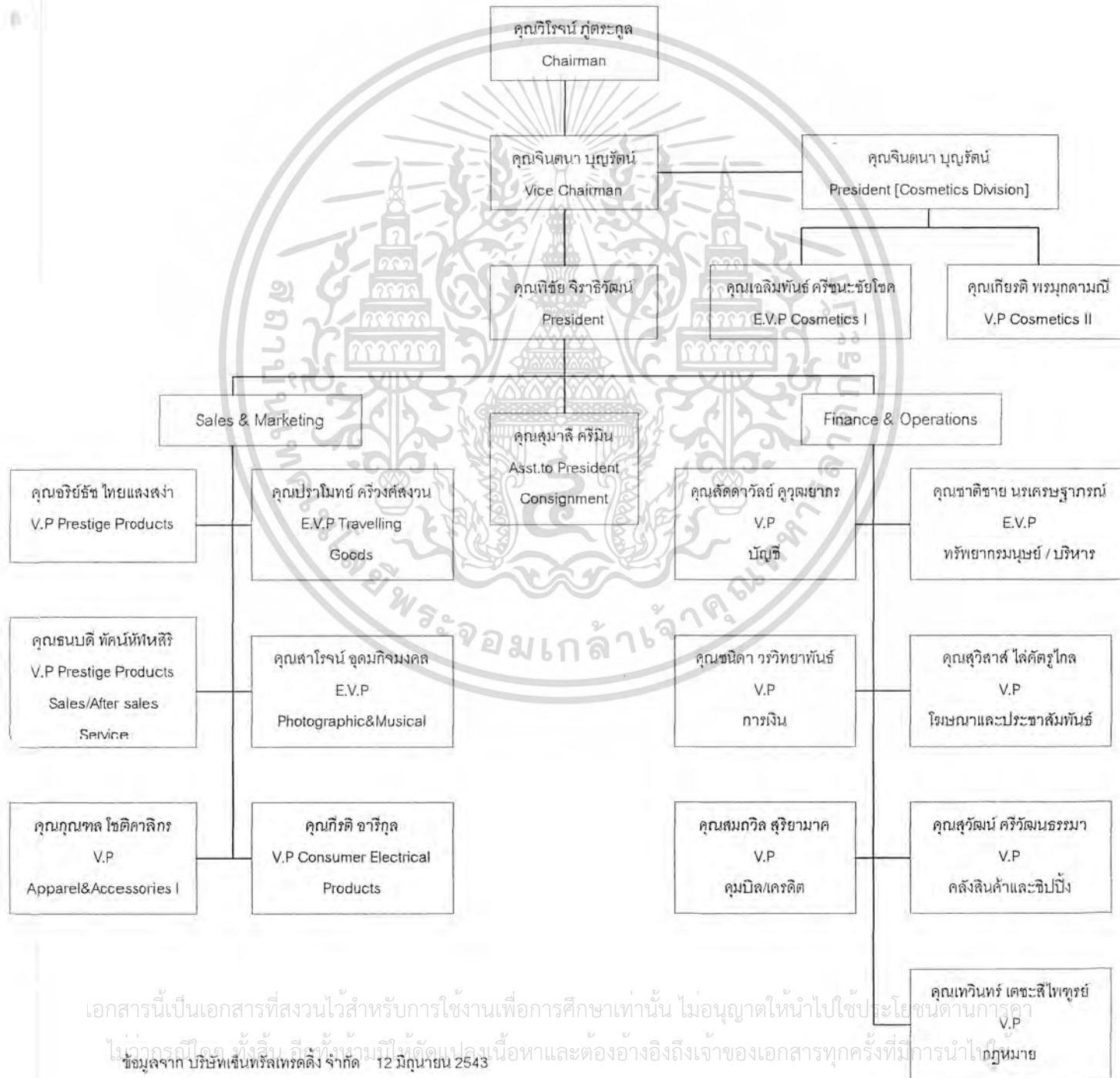
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5 ข้อมูลทั่วไปของบริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด

2.5.1 ประวัติความเป็นมาและโครงสร้างของบริษัท

บริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด เป็นหนึ่งในจำนวน 50 บริษัท ในเครือเซ็นทรัลกรุ๊ป ซึ่งก่อตั้งโดยคุณนี้เตียง แซ่เจ็ง ต้นตระกูล จิราธิวัฒน์ เมื่อวันที่ 16 ตุลาคม 2500 มีความชำนาญในธุรกิจหลายรูปแบบเช่น การนำเข้า,การค้าปลีก และการค้าส่ง

ORGANIZATION CHART  
CENTRAL TRADING CO.,LTD.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า  
 ข้อมูลจาก บริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด 12 มิถุนายน 2543

## 2.5.2 นโยบายและแนวทางการดำเนินงาน

ปัจจุบันบริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด ดำเนินธุรกิจนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศหลายประเภทด้วยกัน โดยมีคุณพิชัย จิราธิวัฒน์ (กรรมการผู้จัดการบริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด) เป็นผู้ดูแลจัดจำหน่ายสินค้าประเภท เสื้อผ้า / เครื่องสำอาง นำเข้าจากต่างประเทศ อาทิ U2, G2000, Elizabeth Arden, Payot, Clarins, Gucci ฯลฯ ปัจจุบันนำเข้าสินค้าแบรนด์จากต่างประเทศเข้ามาจำหน่ายมากกว่า 60 แบรินด์

และขณะนี้ทางบริษัทได้ทำเฮาส์แบรนด์ในไลน์เครื่องสำอางและเสื้อผ้าของตนเองขึ้นเพื่อต้องการที่จะรุกตลาดต่างประเทศภายในปี 2545 ตามแผนที่ตั้งไว้ โดยเครื่องสำอางยี่ห้อของบริษัทที่กำลังสร้างตราให้ติดตลาด คือ "นิโคล" ขณะที่เสื้อผ้าทำแบรนด์ "เลทเทอร์บอกซ์" จับตลาดแมสจากฐานลูกค้าหลักของบริษัทปัจจุบันเป็นกลุ่มกลางชั้นบน ซึ่งการบริหารสินค้าขณะนี้บริษัทได้มีการตั้งแผนกใหม่ขึ้นมารองรับ 2 แผนก แยกการบริหารจากอินเตอร์แบรนด์ในเครื่องอย่างชัดเจน โดยมีคุณพิชัย จิราธิวัฒน์ ดูแลเฮาส์แบรนด์ทั้งหมด

การที่บริษัทตัดสินใจลงมาทำเฮาส์แบรนด์ในกลุ่มเสื้อผ้าและเครื่องสำอาง เนื่องจากบริษัทต้องการขยายฐานลูกค้าจากทำแบรนด์ต่างประเทศมานานกว่า 40 ปี จับกลุ่มลูกค้าระดับกลางชั้นบน ขณะที่กลุ่มตลาดล่างไม่สามารถลงมาทำได้ เพราะติดปัญหาเรื่องอิมเมจแบรนด์ของสินค้าแต่ละตัว ซึ่งบริษัทแม่กำหนดไว้อย่างชัดเจนและสินค้าเป็นลิขสิทธิ์ ขณะที่นโยบายของบริษัทต้องการขยายฐานลูกค้ามาจับตลาดแมสมากขึ้น เพราะเป็นฐานลูกค้าที่ใหญ่และเหมาะกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน ทำให้บริษัทตัดสินใจออกมาทำแบรนด์ของตนเองเพื่อขยายฐานตลาดลงล่างและทำตลาดส่งออกได้ด้วยตัวเอง

ซึ่งกลุ่มเสื้อผ้านอกจากแบรนด์เลทเทอร์บอกซ์แล้วอนาคตบริษัทมีแผนขยายแบรนด์เพิ่มอีก 3-4 แบรินด์ โดยสินค้า 70% เป็นการจ้างผลิต ผลิตเองจากโรงงานเครือเซ็นทรัลกรุ๊ปเฉลี่ย 30% ขณะที่กลุ่มเครื่องสำอางทำแบรนด์นิโคลแบรนด์เดียวก่อน แต่อนาคตใน 5 ปี จะขยายเพิ่มอีก 5 แบรินด์ โดยสินค้าช่วงแรกของนิโคลจะเน้นเมคอัพครบไลน์ ปลายปีขยายทำสกินแคร์ โดยจ้างบริษัทผู้ผลิต 7-8 โรงงาน อาทิ บริษัทไมลอทท์แลบ บอราทอร์ส จำกัด, บริษัทเอส แอนด์ เจ จำกัด สูตรการผลิตมาจากหลายแหล่ง อาทิ เกาหลี, ไต้หวัน และยุโรป สินค้า 70% บรรจุในประเทศ ปีหน้าตั้งเป้าเปิดนิโคล 15 จุด ปีนี้ 10 จุด ราคาขายต่ำกว่าคู่แข่ง 20-30% ด้านยอดขายของบริษัทปีนี้ 1,500 ล้านบาท มาจากกลุ่มนาฬิกา 30-35%, เครื่องสำอาง 20% ที่เหลือเครื่องใช้ไฟฟ้า, กล้องและเครื่องดนตรี เฉลี่ย 30%

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ข้อมูลจาก หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ 24-26 สิงหาคม 2543



สัญลักษณ์ของบริษัทในกลุ่ม เซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด อินเตอร์เทรด จำกัด

### 2.5.3 ผลิตรภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายในปัจจุบัน

ปัจจุบันบริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด ดำเนินธุรกิจนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศหลายประเภทด้วยกัน โดยจะกล่าวถึงเฉพาะผลิตรภัณฑ์ในกลุ่ม Cosmetics และ Personal care มีดังนี้

- |               |                   |
|---------------|-------------------|
| Cosmetics     | - Payot           |
|               | - Escada / Aigner |
|               | - Elizabeth Arden |
|               | - Rochas / Gucci  |
|               | - Orlane          |
|               | - Benetton        |
|               | - Clarins         |
| Personal care | - Freeman         |
|               | - Restoria        |
|               | - Agree           |
|               | - Nicole          |

และเพื่อสนองนโยบายของบริษัทที่ต้องการขยายฐานลูกค้าจากกลุ่มระดับกลางและบนที่นิยมใช้สินค้านำเข้าราคาแพง มาขยายฐานลูกค้าตลาดแมสที่นิยมใช้สินค้านำเข้าราคาปานกลางมากขึ้น เพราะเป็นฐานลูกค้าที่ใหญ่และเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน

บริษัทจึงได้ส่ง "Nicole" เครื่องสำอางเฮาส์แบรนด์ตัวแรกออกมา เพื่อรุกตลาดระดับกลาง โดยอาศัยประสบการณ์ที่ผ่านมาจากการนำเข้าและเป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องสำอางชั้นนำจากต่างประเทศมากมายกว่า 40 ปี ทำให้รู้ถึงความต้องการของตลาดเป็นอย่างดี แม้ว่าตลาดเครื่องสำอางจะมีการแข่งขันในระดับที่สูงมาก แต่ก็สามารถแบ่งระดับได้อย่างชัดเจน คือกลุ่มแรกเป็นเครื่องสำอางอิมพอร์ตซึ่งราคาสูงมาก และอีกกลุ่มเป็นแบรนด์ที่เจาะตลาดล่าง จึงเห็นช่องทางที่จะทำเครื่องสำอางที่เจาะตลาดระดับกลางคือเป็นสินค้าที่มีคุณภาพแต่มีราคาไม่แพงจนเกินไป โดยเน้นเจาะกลุ่มผู้บริโภคระดับบีและซี และเนื่องจากบริษัททำการตลาดเองในประเทศ จึงทำให้สามารถกำหนดและควบคุมราคาสินค้าได้ และนำข้อได้เปรียบในด้านราคานี้มาเสริมในด้านการ

พัฒนาคุณภาพของผลิตรภัณฑ์ให้ทัดเทียมกับแบรนด์ชั้นนำจากต่างประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

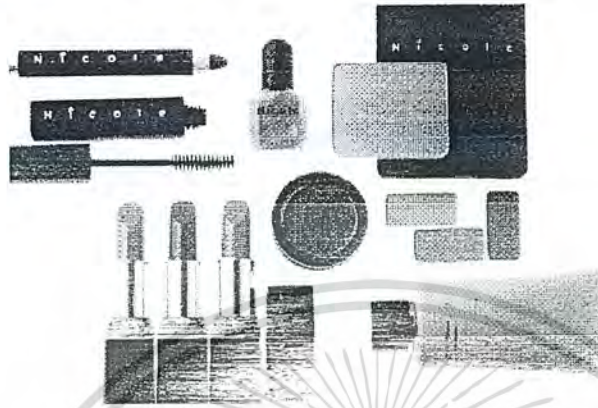
ข้อมูลจาก บริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด , 12 มิถุนายน 2543

ไปวางธุรกิจใหม่ และจะถือโอกาสนี้ให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทสัมภาษณ์ Nicole ภูเก็ตชัย จีราวัฒน์

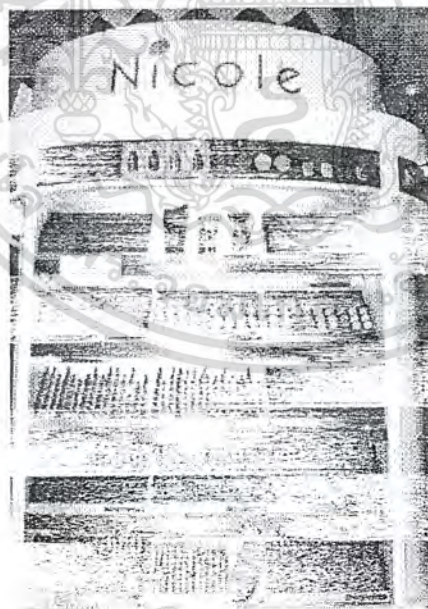
สินค้าส่วนใหญ่ของ Nicole ในระยะเริ่มแรกจะเน้นหนักไปที่เมคอัพให้ครบไลน์ก่อนที่จะขยายตลาดไปในส่วนอื่นๆ

N i c o l e



ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง Nicole ในปัจจุบัน

สัดส่วนของสินค้าในช่วงเริ่มต้น 70% ของการผลิตจะเป็นสินค้าประเภทเมคอัพเป็นสินค้าหลัก และอีก 30% จะเป็นส่วนของสกินแคร์ และเน้นสินค้าให้มีความหลากหลายมากขึ้นโดยเฉพาะในส่วนของสีสันทันที่เพิ่มขึ้น เพื่อเป็นทางเลือกใหม่ให้กับลูกค้า



ลักษณะการจัดจำหน่ายเป็น Open Counter

เคาน์เตอร์ของ Nicole มีจุดเด่นที่ความเป็น Open Counter ซึ่งจะให้อิสระแก่ลูกค้าอย่างเต็มที่ในการเลือกซื้อและสามารถทดลองใช้ได้ด้วยตนเอง ในเรื่องการดีไซน์แพ็คเกจของสินค้าจะเน้นที่ความสวยงามและความทันสมัยเป็นหลัก

ข้อมูลจาก ฝ่าย Marketing เครื่องสำอาง Nicole สิงหาคม 2543

## 2.5.4 ลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่คาดว่าจะจำหน่ายในอนาคต

ตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บในปัจจุบันเริ่มมีกระแสความนิยมและเป็นที่ต้องการเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นบริษัท เซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด จึงมีแผนการที่จะผลิตผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บ (Hand and Nail care products) ภายใต้ชื่อ “ Nelvitt ” (เนลวิต) ซึ่งประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ดังต่อไปนี้

รายการผลิตภัณฑ์	ขนาดบรรจุ	ประเภทที่ใช้	
		มือ / หนังรอบเล็บ	เล็บ
1. โลชั่นบำรุงมือและเล็บ (Hand and Nail Lotion)			
- สูตร Keratin & Liposomes	250,130,65	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- สูตร Moisture & Vitamin E [SPF 12]	ml.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. สบู่เหลวล้างมือ (Hand wash)			
- สูตร Anti bacteria	250 ml.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- สูตร Moisturizer	250 ml.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. น้ำยาล้างเล็บ (Nail enamel remover)			
- สูตร Extra fast	200,50 ml.		<input type="radio"/>
- สูตร Extra mild	200,50 ml.		<input type="radio"/>
- สูตร Moisturizer	200,50 ml.		<input type="radio"/>
4. ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดเล็บ (Felt nail polish remover pads)			
- สูตร Extra fast	15 Pads		<input type="radio"/>
- สูตร Extra mild	15 Pads		<input type="radio"/>
- สูตร Moisturizer	15 Pads		<input type="radio"/>
5. สเปรย์ฉีดเล็บแห้งเร็ว (Quick dry nail spray)	120 ml.		<input type="radio"/>
6. ครีมบำรุงหนังรอบเล็บ (Cuticle massage cream)	35 ml.	<input type="radio"/>	
7. น้ำยาทาเล็บ (Nail enamel)			
- สูตร Maximum growth	14.5 ml.		<input type="radio"/>
- สูตร Nail hardener	14.5 ml.		<input type="radio"/>
- สูตร Base coat	14.5 ml.		<input type="radio"/>
- สูตร Top coat	14.5 ml.		<input type="radio"/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งหากมีให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการผลิตภัณฑ์	ขนาดบรรจุ	ประเภทที่ใช้	
		มือ / หนังรอบเล็บ	เล็บ
8. เจลสีขจัดหนังตายรอบเล็บ (Gel cuticle remover)	20 ml.	<input type="radio"/>	
9. น้ำยาแคลเซียมบำรุงเล็บ (Calcium gel nail builder)	17 ml.		<input type="radio"/>
10. น้ำยาผสมยาทาเล็บ (Nail enamel solvent)	22 ml.		
11. น้ำมันบำรุงเล็บและหนังรอบเล็บ (Vitamin E Nail & Cuticle oil)	17 ml.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12. น้ำยาขจัดเชื้อรา (No more fungus)	20 ml.	<input type="radio"/>	
13. อุปกรณ์ต่อเล็บยาว ประกอบด้วย - กาวสำหรับติดเล็บ 3.5 ml. - ไม้แต่งเล็บ - เล็บขนาดต่างๆ - เจลล้างกาว 10 ml.	1 อัน 3 อัน 14 ชิ้น 1 อัน		<input type="radio"/>
14. กล่องเก็บอุปกรณ์ตกแต่งเล็บ ประกอบด้วย - กรรไกรตัดแต่งเล็บ - ตะไบแต่งเล็บ - ตะไบขัดเงาเล็บ - ไม้แต่งเล็บ	1 อัน 3 อัน 1 อัน 5 แท่ง		<input type="radio"/>
15. อุปกรณ์เสริมความแข็งแรงของเล็บ (The nail patch) ประกอบด้วย - แผ่นไฟเบอร์กลาสติดเล็บ - ไม้แต่งเล็บ - น้ำยาสำหรับติดเล็บ - เจลล้าง	2 แผ่น 3 แท่ง 3.5 ml. 10 ml.		<input type="radio"/>
16. อุปกรณ์กันนิ้วเวลาทาเล็บ	2 ชิ้น		<input type="radio"/>
17. แปรง & หินขัด (Trim pumice stone & nail brush)	1 อัน		<input type="radio"/>

การใช้งานเพื่อการศึกษานั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการผลิตภัณฑ์	ขนาดบรรจุ	ประเภทที่ใช้	
		มือ / หนึ่งรอบเล็บ	เล็บ
18. ชุด Gift set ประกอบด้วย		○	○
- โลชั่นทามือและเล็บ	130 ml.		
- น้ำยาล้างเล็บ	50 ml.		
- น้ำยาทาเล็บ Base coat / Top coat	14.5 ml.		
- อุปกรณ์กันนิ้วเวลาทาเล็บ	2 ชิ้น		



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.6 ข้อมูลด้านวัสดุและกรรมวิธีการผลิต

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ต้องมีการศึกษาและค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุและระบบต่างๆ ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ เพื่อเลือกใช้วัสดุตลอดจนระบบการผลิตและระบบในการพิมพ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด ซึ่งได้พิจารณาแบ่งกลุ่มบรรจุภัณฑ์ได้ดังนี้

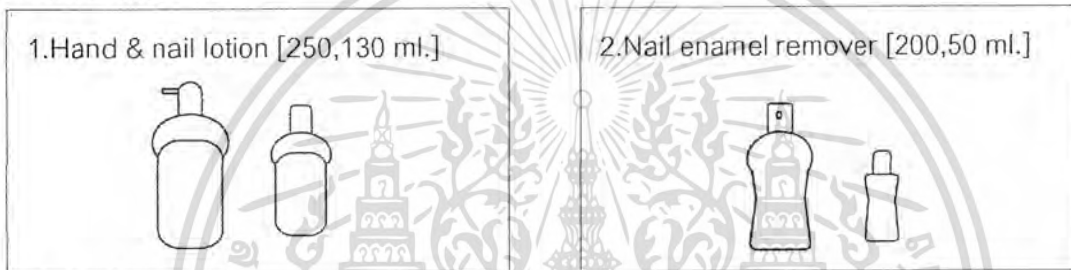
### 2.6.1 วิเคราะห์และสรุปวัสดุและระบบการพิมพ์ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ขวด

#### กลุ่มที่ 1 ขวดพลาสติกชนิดโพร่งแสง HDPE

กรรมวิธีในการผลิต Injection blow molding

กรรมวิธีการพิมพ์บนขวด Silk screen

ประเภทของผลิตภัณฑ์คือ



คุณสมบัติที่ต้องการ

1. ความแข็งแรง ด้านทานแรงกระแทกได้ดี
2. แสดงให้เห็นถึงส่วนผสมจากธรรมชาติในผลิตภัณฑ์
3. บรรจุภัณฑ์ให้ภาพลักษณ์ที่ดี เพิ่มคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์
4. ต้นทุนในการผลิตต่ำ

#### กลุ่มที่ 2 ขวดพลาสติกชนิดใส PET

กรรมวิธีในการผลิต Injection blow molding

กรรมวิธีการพิมพ์บนขวด Silk screen

ประเภทของผลิตภัณฑ์คือ



คุณสมบัติที่ต้องการ

1. ความแข็งแรง
2. แสดงให้เห็นถึงส่วนผสมจากธรรมชาติในผลิตภัณฑ์
3. บรรจุภัณฑ์ให้ภาพลักษณ์ที่ดี เพิ่มคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์
4. สื่อให้เห็นถึงวิทยาการที่ล้ำสมัยของผลิตภัณฑ์

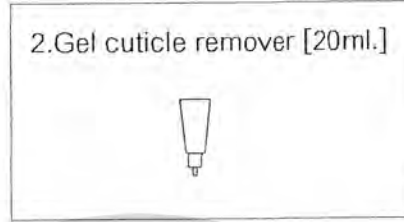
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.6.2 วิเคราะห์และสรุปวัสดุและระบบการพิมพ์ในการผลิตบรรจุภัณฑ์หลอดบีบ กลุ่มที่3 หลอดบีบพลาสติกชนิดโปร่งแสง LDPE

กรรมวิธีในการผลิต Injection blow molding

กรรมวิธีการพิมพ์บนหลอดบีบ Silk screen

ประเภทของผลิตภัณฑ์คือ



คุณสมบัติที่ต้องการ

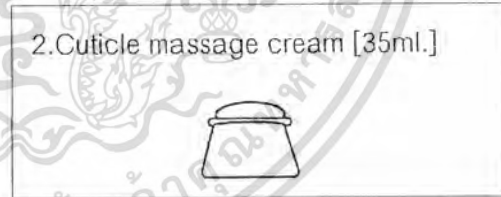
1. ทนทาน ด้านทานแรงกดได้ดี
2. แสดงให้เห็นถึงส่วนผสมจากธรรมชาติในผลิตภัณฑ์
3. สื่อให้เห็นถึงวิทยาการที่ล้ำสมัยของผลิตภัณฑ์

## กลุ่มที่4 กระจุกพลาสติกชนิดทึบแสง HDPE

กรรมวิธีในการผลิต Injection blow molding

กรรมวิธีการพิมพ์บนกระจุก Silk screen

ประเภทของผลิตภัณฑ์คือ



คุณสมบัติที่ต้องการ

1. ความแข็งแรง ด้านทานแรงกระแทกได้ดี
2. บรรจุภัณฑ์ช่วยรักษาคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ไม่ให้เปลี่ยนแปลง
3. ต้นทุนในการผลิตไม่สูงมาก

วัสดุที่ใช้ผลิตฝาคือ พลาสติก PP

กรรมวิธีการผลิต Injection

คุณสมบัติที่ต้องการ

1. ความแข็งแรง ด้านทานการแตกร้าว

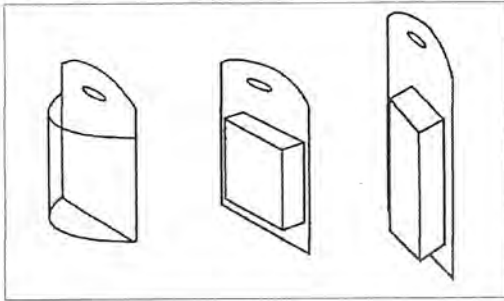
2. ทนต่อรอยขีดข่วน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### กลุ่มที่5 Blister pack พลาสติกชนิด PVC

กรรมวิธีการพิมพ์ Silk screen

ประเภทของผลิตภัณฑ์คือ



คุณสมบัติที่ต้องการ

1. มีความใส ทนต่อรอยขีดข่วนได้ดี
2. มีความแข็งแรงที่เหมาะสม
3. ขึ้นรูปได้ง่าย สะดวกในการผลิต

กระดาษแผ่นหลังสำหรับ Blister pack คือ กระดาษการ์ดเคลือบ

กรรมวิธีการพิมพ์บนกระดาษ Offset

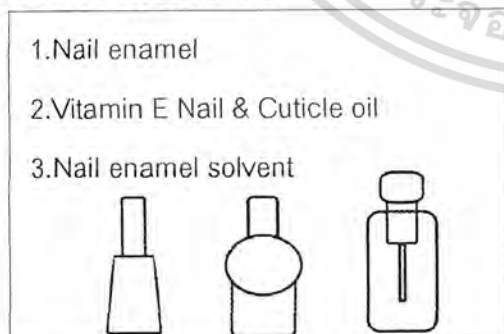
คุณสมบัติที่ต้องการ

1. ความสวยงาม
2. แข็งแรงทนทาน

### กลุ่มที่6 ขวดแก้วใส มาตรฐาน

กรรมวิธีการพิมพ์ Silk screen

ประเภทของผลิตภัณฑ์คือ



คุณสมบัติที่ต้องการ

1. ทัศนภาพ คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ภายในได้ดี

2. ป้องกันการซึมผ่านของน้ำและอากาศ

3. ไม่ทำปฏิกิริยาทางเคมีกับผลิตภัณฑ์ภายใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้สำหรับใช้ในการเรียนการสอนที่วิทยาลัยการศึกษานี้ ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### กลุ่มที่6 ขวดแก้วสีชา มาตรฐาน

กรรมวิธีการพิมพ์ Silk screen

ประเภทของผลิตภัณฑ์คือ



คุณสมบัติที่ต้องการ

1. ป้องกันอันตรายจากแสงแดด ที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมสภาพก่อนเวลาสมควร
2. รักษาสภาพ คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ภายในได้ดี
3. ป้องกันการซึมผ่านของน้ำและอากาศ
4. ไม่ทำปฏิกิริยาทางเคมีกับผลิตภัณฑ์ภายใน

### กลุ่มที่7 กระป๋องสเปรย์ มาตรฐาน

กรรมวิธีการพิมพ์บนกระป๋อง Offset

คุณสมบัติที่ต้องการ

1. เหมาะสมกับสภาพของผลิตภัณฑ์ และการใช้งาน
2. ป้องกันการซึมผ่านของน้ำและอากาศ
3. รักษาสภาพ คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ภายในได้ดี

## 2.6.3 วิเคราะห์และสรุปวัสดุและระบบการพิมพ์ในการผลิตบรรจุภัณฑ์กล่อง

### กลุ่มที่8 วัสดุสำหรับการพับกล่องคือ กระดาษกล่องเคลือบ

กรรมวิธีการพิมพ์ Silk screen

ประเภทของผลิตภัณฑ์คือ



คุณสมบัติที่ต้องการ

1. ความสวยงาม
2. ความแข็งแรง ทนทาน
3. ต้นทุนในการผลิตไม่สูงมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อการเรียนการสอนเท่านั้น ไม่สามารถนำไปใช้เพื่อการค้าหรือการโฆษณาได้ หากมีข้อผิดพลาดประการใด ขออภัยและขอสงวนสิทธิ์ในสิ่งที่ปรากฏ

## 2.7 ข้อกำหนดด้านกฎหมาย

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์นอมผิวพรรณมือและเล็บ (Hand & nail care) จัดว่าเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องสำอางประเภทหนึ่ง จากคำจำกัดความของสำนักงานอาหารและยากระทรวงสาธารณสุข ซึ่งกล่าวไว้ว่า

เครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 แบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. **เครื่องสำอางควบคุมพิเศษ** หมายความว่า เครื่องสำอางที่อาจเป็นอันตรายรุนแรงต่อผู้ใช้ หรือมีส่วนประกอบของวัตถุมีพิษ หรือวัตถุอื่นที่อาจก่อให้เกิดอันตรายรุนแรงต่อสวัสดิภาพอนามัยของบุคคลได้ ตัวอย่างเช่น น้ำยาดัดผม น้ำยาย้อมผม ครีมผมดำ แชมพูจัดรังแค ยาสีฟัน ผสมฟลูออไรด์ ครีมทาฝ้า ผลิตภัณฑ์กำจัดขน เป็นต้น  
จุดเด่นของเครื่องสำอางกลุ่มนี้คือ

1.1 ฉลากต้องแสดงข้อความ "เครื่องสำอางควบคุมพิเศษ" และแสดงเลขทะเบียนเครื่องสำอาง

1.2 ฉลากต้องมีข้อความแสดงคำเตือน เนื่องจากเป็นเครื่องสำอางที่อาจมีอันตราย

2. **เครื่องสำอางควบคุม** หมายความว่า เครื่องสำอางที่มีการออกประกาศกำหนดให้เป็นเครื่องสำอางควบคุม ได้แก่ ฝ้ายอนามัย ฝ้ายเย็บหรือกระดาษเย็บ แป้งฝุ่นโรยตัว แป้งน้ำ เครื่องสำอางขจัดรังแคที่มีส่วนผสมของซิงก์ไพริไทโอน และไพโรคโทนิโอลามีน เครื่องสำอางป้องกันแสงแดด

จุดเด่นของเครื่องสำอางกลุ่มนี้คือ

2.1 ฉลากต้องมีข้อความ "เครื่องสำอางควบคุม"

2.2 ฉลากต้องมีข้อความคำเตือนแสดงไว้

3. **เครื่องสำอางทั่วไป** หมายความว่า เครื่องสำอางที่ไม่มีส่วนผสมของสารควบคุมพิเศษ และไม่ได้เป็นเครื่องสำอางควบคุม ได้แก่ สบู่ น้ำหอม โฟมทำความสะอาดผิว มูสหรือโฟมแต่งผม ครีมนวดผม โลชั่น ครีมทาผิว ลิปสติก เครื่องสำอางทาเล็บ อายแชโดว์ บรัชออน เป็นต้น

### ข้อกำหนดตามกฎหมาย

1. เครื่องสำอางทุกประเภท ทุกชนิดและทุกชั้น ต้องมีฉลากภาษาไทย

2. ข้อความในฉลากต้องมีรายละเอียดตามที่กฎหมายกำหนด

3. ข้อความที่ฉลากต้องเป็นความจริง และไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีการนำไปใช้

	เครื่องสำอางควบคุมพิเศษ	เครื่องสำอางควบคุม	เครื่องสำอางทั่วไป
1	ชื่อเครื่องสำอาง	ชื่อเครื่องสำอาง	ชื่อเครื่องสำอาง
2	ประเภทหรือชนิด	ประเภทหรือชนิด	ประเภทหรือชนิด
3	เครื่องสำอางควบคุมพิเศษ	เครื่องสำอางควบคุม	-
4	เลขทะเบียนเครื่องสำอาง	-	-
5	ชื่อและปริมาณของ - สารควบคุมพิเศษ - สารสำคัญ	ชื่อและปริมาณของ - สารควบคุมพิเศษ - สารสำคัญ	ชื่อส่วนประกอบสำคัญ
6	ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิต ถ้าผลิตในประเทศไทย - ให้แสดงชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิต ถ้านำเข้าจากต่างจากต่างประเทศ - ให้แสดงชื่อและที่ตั้งของผู้นำเข้า รวมทั้งชื่อของผู้ผลิตและประเทศ ผู้ผลิตด้วย	ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิต ถ้าผลิตในประเทศไทย - ให้แสดงชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิต ถ้านำเข้าจากต่างจากต่างประเทศ - ให้แสดงชื่อและที่ตั้งของผู้นำเข้า รวมทั้งชื่อของผู้ผลิตและประเทศ ผู้ผลิตด้วย	ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิต ถ้าผลิตในประเทศไทย - ให้แสดงชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิต ถ้านำเข้าจากต่างจากต่างประเทศ - ให้แสดงชื่อและที่ตั้งของผู้นำเข้า รวมทั้งชื่อของผู้ผลิตและประเทศ ผู้ผลิตด้วย
7	เลขที่แสดงครั้งที่ผลิต	เลขที่แสดงครั้งที่ผลิต	
8	วันเดือนปีที่ผลิต	วันเดือนปีที่ผลิต	วันเดือนปีที่ผลิต
9	วิธีใช้	วิธีใช้	วิธีใช้
10	ปริมาณสุทธิ	ปริมาณสุทธิ	ปริมาณสุทธิ
11	คำเตือนตามกฎหมายกำหนด	คำเตือนตามกฎหมายกำหนด	คำเตือนตามกฎหมายกำหนด
	ถ้าขนาดพื้นที่ของฉลากน้อยกว่า 20 ซม. ให้แสดงเฉพาะข้อ 1,4 และ 10 ส่วนรายละเอียดอื่นให้แสดงใน เอกสารกำกับเครื่องสำอาง	ถ้าขนาดพื้นที่ของฉลากน้อยกว่า 20 ซม. ให้แสดงเฉพาะข้อ 1 และ 10 ส่วนรายละเอียดอื่นให้แสดงใน เอกสารกำกับเครื่องสำอาง	ถ้าขนาดพื้นที่ของฉลากน้อยกว่า 20 ซม. ให้แสดงเฉพาะข้อ 1 และ 10 ส่วนรายละเอียดอื่นให้แสดงใน เอกสารกำกับเครื่องสำอาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สรุปประเภทของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535

รายการผลิตภัณฑ์	ขนาดบรรจุ	ประเภทเครื่องสำอาง		
		ควบคุมพิเศษ	ควบคุม	ทั่วไป
1. โลชั่นบำรุงมือและเล็บ (Hand and Nail Lotion) - Keratin & Liposomes - Moisture & Vitamin E [SPF 12]	250,130,65 ml.		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. สบู่เหลวล้างมือ (Hand wash) - Anti bacteria - Moisturizer	250 ml. 250 ml.			<input type="radio"/> <input type="radio"/>
3. น้ำยาล้างเล็บ (Nail enamel remover) - Extra fast - Extra mild - Moisturizer	200,50 ml. 200,50 ml. 200,50 ml.			<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
4. ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดเล็บ (Felt nail polish remover pads) - Extra fast - Extra mild - Moisturizer	15 Pads 15 Pads 15 Pads			<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
5. สเปรย์ฉีดเล็บแห้งเร็ว (Quick dry nail spray)	120 ml.			<input type="radio"/>
6. ครีมบำรุงหนังรอบเล็บ (Cuticle massage cream)	35 ml.			<input type="radio"/>
7. น้ำยาทาเล็บ (Nail enamel) - Maximum growth - Nail hardener - Base coat - Top coat	14.5 ml. 14.5 ml. 14.5 ml. 14.5 ml.			<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการผลิตภัณฑ์	ขนาดบรรจุ	ประเภทเครื่องสำอาง		
		ควบคุมพิเศษ	ควบคุม	ทั่วไป
8. เจลล้างขัดหนังตายรอบเล็บ (Gel cuticle remover)	20 ml.			○
9. น้ำยาแคลเซียมบำรุงเล็บ (Calcium gel nail builder)	17 ml.			○
10. น้ำยาผสมยาทาเล็บ (Nail enamel solvent)	22 ml.			○
11. น้ำมันบำรุงเล็บและหนังรอบเล็บ (Vitamin E Nail & Cuticle oil)	17 ml.			○
12. น้ำยาขจัดเชื้อรา (No more fungus)	20 ml.			○



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



### บทที่ 3 การพัฒนาการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออยู่ใต้เห็นไปเซประย็ชนด้านกัรค้  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและตองอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.1 เงื่อนไขข้อมูลเบื้องต้น

ก่อนทำการออกแบบผลิตภัณฑ์ ในขั้นแรกจำเป็นต้องหาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ทั้งข้อมูลทางการตลาด และข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้บริโภค เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์สรุปแนวความคิดในการออกแบบขั้นต้น จากนั้นจึงผ่านกระบวนการวิเคราะห์ที่ละเอียดขึ้นเพื่อพัฒนาแบบให้มีความสมบูรณ์ตอบสนองเงื่อนไขความต้องการได้อย่างครบถ้วน

#### 1. ข้อมูลพื้นฐานด้านผลิตภัณฑ์

ในปัจจุบันสภาวะแวดล้อมรอบตัวล้วนมีแต่มลภาวะเป็นพิษเกิดขึ้นมากมาย ผู้หญิงส่วนใหญ่ต่างก็หันมาใส่ใจกับสุขภาพผิวพรรณมากยิ่งขึ้น ดังนั้นผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพผิวพรรณจึงมีการแข่งขันกันสูงขึ้นทุกปีเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด โดยเฉพาะสุขภาพความงามของมือและเล็บที่ผู้หญิงให้ความสำคัญไม่แพ้ผิวพรรณส่วนอื่นๆ ได้ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บได้รับความนิยมและเป็นที่ต้องการมากขึ้น ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างครบถ้วน

ดังนั้นผลิตภัณฑ์ในโครงการจึงครอบคลุมการดูแลสุขภาพมือและเล็บได้อย่างครบวงจร โดยแบ่งผลิตภัณฑ์ในโครงการออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บ
2. กลุ่มอุปกรณ์ (Accessory)

โดยรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย

#### 1. ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับมือ

##### 1.1 โลชั่นบำรุงมือและเล็บ (Hand & Nail lotion)

- สูตร Keratin & Liposomes 250 ml, 130 ml, 65 ml
- สูตร Moisture & Vitamin E (SPF12) 250 ml, 130 ml, 65 ml

##### 1.2 สบู่เหลวล้างมือ (Hand wash)

- สูตร Anti bacteria 250 ml
- สูตร Moisturizer 250 ml

#### 2. ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเล็บ

##### 2.1 น้ำยาล้างเล็บ (Nail polish remover)

- สูตร Extra fast 200 ml, 50 ml
- สูตร Extra mild 200 ml, 50 ml
- สูตร Moisturizer 200 ml, 50 ml

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่เขียนไว้สำหรับใช้ในการเรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น ผู้ที่นำเอกสารนี้ไปเผยแพร่หรือต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.2 ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดเล็บ (แผ่น) (Felt nail polish remover pads)

- สูตร Extra fast 15 pads
- สูตร Extra mild 15 pads
- สูตร Moisturizer 15 pads

## 2.3 สเปรย์ฉีดเล็บแห้งเร็ว (Quick dry nail spray) 120 ml

## 2.4 ครีมบำรุงหนังรอบเล็บ (Cuticle massage cream) 35 ml

## 2.5 นํ้ายาทาเล็บ (Nail enamel)

- สูตร Nail hardener 14.5 ml
- สูตร Base coat 14.5 ml
- สูตร Top coat 14.5 ml
- สูตร Maximum growth 14.5 ml

## 2.6 เจลลึขจัดหนังตายรอบเล็บ (Gel cuticle remover) 14.5 ml

## 2.7 นํ้ายาแคลเซียมบำรุงเล็บ (Calcium gel nail builder) 17 ml

## 2.8 นํ้ายาผสมยาทาเล็บ (Nail enamel solvent) 22 ml

## 2.9 นํ้ามันบำรุงเล็บและหนังรอบเล็บ (Vitamin E nail & cuticle oil)

## 2.10 นํ้ายาขจัดเชื้อรา (No more fungus) 20 ml

### 3. Accessory

#### 3.1 อุปกรณ์ต่อเล็บยาว ประกอบด้วย

- กาวสำหรับติดเล็บ
- ไม้แต่งเล็บ
- เล็บปลอมขนาดต่างๆ
- เจลล้างกาว

#### 3.2 กล่องเก็บอุปกรณ์ตกแต่งเล็บ ประกอบด้วย

- กรรไกรตัดแต่งเล็บ
- ตะไบแต่งเล็บ
- ตะไบขัดเงาเล็บ
- ไม้แต่งเล็บ

#### 3.3 อุปกรณ์เสริมความแข็งแรงของเล็บ ประกอบด้วย

- แผ่นไฟเบอร์กลาสติดเล็บ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- นํ้ายาสำหรับติดเล็บ

- เจลล้างขาว
- 3.4 อุปกรณ์กันนิ้วเวลาทาเล็บ
- 3.5 แปรง & หินขัด
- 3.6 ชุด Gift set ประกอบด้วย
  - โลชั่นทาผิวและเล็บ
  - น้ำยาล้างเล็บ
  - น้ำยาทาเล็บ Base coat / Top coat
  - อุปกรณ์กันนิ้วเวลาทาเล็บ

## 2. ข้อมูลด้านการตลาด

สำหรับตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภท Skin care ในปัจจุบันมีการแข่งขันที่สูงมาก ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากต่างประเทศ มีราคาจัดจำหน่ายค่อนข้างสูง และเมื่อพิจารณาเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ดูแลเกี่ยวกับสุขภาพมือและเล็บแล้ว จะเห็นได้ว่ายี่ห้อผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ที่ผลิตได้ในประเทศ จะมีลักษณะเป็นแบบแต่งเติมสีล้วนเป็นส่วนมาก มีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่มีผลิตภัณฑ์ในประเภทเกี่ยวกับการบำรุงดูแลสุขภาพมือและเล็บโดยตรง และความหลากหลายในผลิตภัณฑ์ยังมีไม่ครบวงจร จึงตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ไม่เต็มที่

### ลักษณะของคู่แข่ง

เมื่อแบ่งกลุ่มยี่ห้อผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บที่มีวางจำหน่ายทั่วไป โดยพิจารณาถึงกลุ่มผู้บริโภคเป็นหลัก แสดงได้ดังนี้

กลุ่มผลิตภัณฑ์	A	B	C
ยี่ห้อผลิตภัณฑ์	Sally Hansen, Revlon ,L'oreal, The Body Shop, Red earth	Boots, Za, Maybelline ,Manicare, Trim	Watson's, Arty, Pond's Pias, Vaseline, Protex , Dettol, Carex
ระดับกลุ่มผู้บริโภค	ระดับสูง	ปานกลาง	ปานกลาง-ต่ำ
ช่องทางจัดจำหน่าย	Booth ส่งเสริมการขาย ในแผนกเครื่องสำอาง ของห้างสรรพสินค้าชั้นนำ, ร้านสาขาในห้างสรรพสินค้า	Booth ส่งเสริมการขาย ในแผนกเครื่องสำอางของห้างสรรพ สินค้าชั้นนำ, ร้าน Health care	ร้าน Health care, แผนกซูเปอร์มาร์เก็ต ในห้างสรรพสินค้า, ร้าน Convenience store ทั่วไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์การใช้งานเพื่อการค้า ไม่อนุญาตให้ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่ม A เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูง ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้จะมีคุณภาพมาตรฐานสูงและมีราคาสูงมาก ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์นำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งได้แก่ Sally hansen, Revlon, L'oreal, The Body Shop และ Red earth เป็นต้น

กลุ่ม B เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับผู้บริโภคระดับกลาง ผู้บริโภคกลุ่มนี้เป็นกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่ในประเทศ ลักษณะของผลิตภัณฑ์จะมีคุณภาพดีและมีราคาปานกลาง ซึ่งได้แก่ Boots, Za, Maybelline, Manicare, Trim เป็นต้น

กลุ่ม C เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อไม่สูงนัก ลักษณะของผลิตภัณฑ์จะมีคุณภาพปานกลาง จัดจำหน่ายในแผนกซูเปอร์มาร์เก็ต, ห้างสรรพสินค้า, ร้านสะดวกซื้อทั่วไป ซึ่งได้แก่ Arty, Pond's, Pias, Vaseline, Protex, Dettol, Carex เป็นต้น

จากการพิจารณาแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ออกเป็น 3 กลุ่มนั้น ผลิตภัณฑ์ดูแลสภาพมือและเล็บ "Nelvitt" สามารถจัดอยู่ในระหว่างกลุ่ม A และ B ได้ คือเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมาตรฐานสูงและมีระดับราคาที่เหมาะสม เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคระดับกลางกลุ่มใหญ่ของประเทศ แสดงได้ดังกราฟด้านล่างนี้



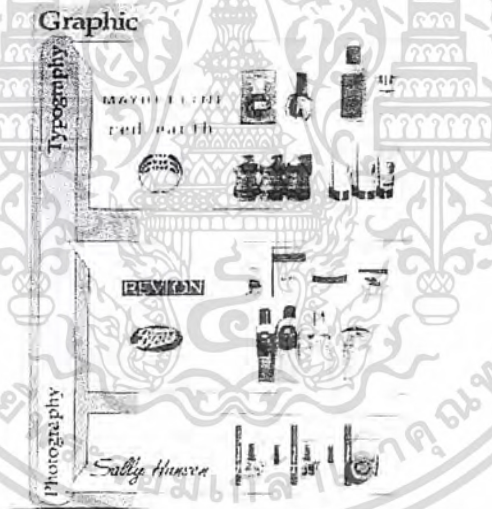
จากกราฟเมื่อพิจารณาถึงระดับราคาและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์ดูแลสภาพมือและเล็บที่มีจำหน่ายทั่วไปตามท้องตลาด ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากต่างประเทศ ระดับราคาค่อนข้างสูง ซึ่งได้แก่ Sally Hansen, Revlon, L'oreal, Red earth, The Body Shop และ Maybelline

และยี่ห้อผลิตภัณฑ์ที่มีหลากหลายมากที่สุดได้แก่ Sally Hansen รองลงมาคือ Revlon และ The Body Shop

ดังนั้นผลิตภัณฑ์ดูแลสภาพมือและเล็บ "Nelvitt" ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ในประเทศจึงมีความได้เปรียบทางด้านราคา อีกทั้งได้เน้นความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้ครบวงจร เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เต็มที่



เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ดูแลสภาพมือและเล็บ "Nelvitt" จัดอยู่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมาตรฐานสูง ขณะเดียวกันก็เป็นผลิตภัณฑ์ที่เน้นส่วนผสมที่สกัดจากธรรมชาติ ซึ่งมีความอ่อนโยนต่อผิวพรรณ



จากการศึกษาข้อมูลลักษณะภาพลักษณ์ของคู่แข่งโดยรวม จะเห็นได้ว่ากราฟฟิกของผลิตภัณฑ์คู่แข่งส่วนใหญ่จะแบ่งได้ 2 ลักษณะใหญ่ๆ คือ

1. เน้นการบอกข้อมูลของผลิตภัณฑ์เป็นแบบ Typography ใช้ตัวอักษรเป็นหลัก เพื่อบอกคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ชัดเจน ซึ่งคู่แข่งส่วนใหญ่จะมีลักษณะกราฟฟิกเช่นนี้
2. มีลักษณะเป็นแบบ Photography ใช้ภาพเป็นหลัก เพื่อแสดงให้เห็นวิธีการใช้งานและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตำแหน่งของผลิตภัณฑ์

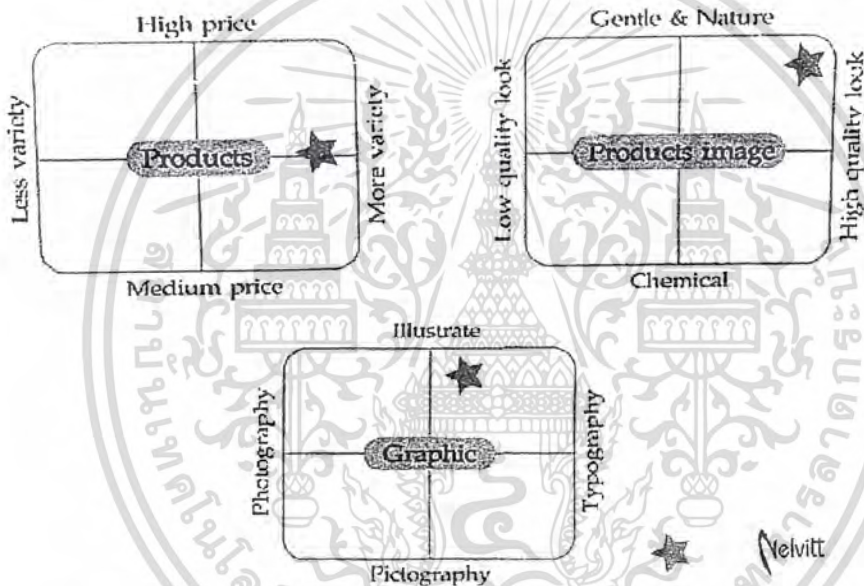
การวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาจากข้อมูลข้างต้น จึงสรุปได้ดังนี้

### 1. ด้านผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บ "Nelvitt" ได้จัดวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ดังนี้คือ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ระดับราคาปานกลางและมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างครบถ้วน

### 2. ด้านภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บ "Nelvitt" ได้จัดวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ดังนี้คือ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีสารสกัดจากธรรมชาติ อ่อนโยนต่อผิวพรรณ ภาพลักษณ์มีคุณภาพมาตรฐานสูง



### 3. ด้านกราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์

เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้มีลักษณะแตกต่างจากคู่แข่ง ลักษณะกราฟฟิคของผลิตภัณฑ์ "Nelvitt" จึงออกแบบโดยเน้นการใช้ภาพถ่ายเส้น บอกคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



### 3.2 แนวความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์

หลังจากทราบเงื่อนไขข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ทั้งข้อมูลทางการตลาด และข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้บริโภคแล้ว จึงนำมาวิเคราะห์เพื่อสรุปหาแนวทางในการออกแบบ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากคู่แข่ง ได้ดังนี้

#### 1. แนวความคิดด้านชื่อของผลิตภัณฑ์ (Brand concept)

การตั้งชื่อของผลิตภัณฑ์ต้องคำนึงถึงการจดจำได้ง่าย บ่งบอกถึงผลิตภัณฑ์และสื่อความหมายได้ชัดเจน

ชื่อ "Nelvitt" มาจากคำว่า Nail (ใช้ Nel ซึ่งเป็นคำพ้องเสียง) + Vitamin เนื่องจากต้องการสื่อให้เห็นว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ดูแลสุขภาพมือและเล็บ มีส่วนผสมของวิตามินที่สกัดจากธรรมชาติที่ให้ความอ่อนโยนต่อผิวหนัง

#### 2. แนวความคิดด้านผลิตภัณฑ์ (Product concept)

เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บ เป็นกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานวัยที่เริ่มใส่ใจกับสุขภาพและความงามมากยิ่งขึ้น การเลือกสรรผลิตภัณฑ์จึงต้องคำนึงถึงคุณภาพ เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีสารสกัดจากธรรมชาติเพื่อความปลอดภัยต่อสุขภาพและผิวหนัง

ดังนั้น "Nelvitt" จึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพด้วยส่วนผสมที่สกัดจากผลไม้ในธรรมชาติ ภายใต้วิทยาการที่ล้ำสมัย เพื่อการบำรุงรักษาสุขภาพมือและเล็บอย่างดียิ่ง

#### 3. แนวความคิดด้านการออกแบบ (Design concept)

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์นำเข้าจากต่างประเทศ ดังนั้น "Nelvitt" จึงมีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นสากล และสะท้อนภาพลักษณ์คุณค่าจากธรรมชาติ เพื่อให้มีความโดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่ง

จากนั้นการหาแนวทางการออกแบบได้คำนึงถึงคำหรือข้อความที่เกี่ยวข้องกับตัวผลิตภัณฑ์ (Keywords) ดังนี้

#### Product Keywords

- |                            |   |
|----------------------------|---|
| - Hand & nail care product | สื่อถึงผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บ                            |
| - Modern                   | สื่อถึงความทันสมัยของผลิตภัณฑ์                                  |
| - High quality             | สื่อถึงผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง                                  |
| - Soft & Gentle            | สื่อถึงผลิตภัณฑ์ที่มีความอ่อนโยนต่อผิวหนัง                      |
| - Simple                   | เป็นเอกสารที่สแกนไว้สำหรับสื่อถึงรูปแบบความเรียบง่ายในผลิตภัณฑ์ |
| - Nature                   | สื่อถึงผลิตภัณฑ์ที่สกัดจากธรรมชาติ                              |
- เจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จาก Keywords ทั้งหมด สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบ (Design route) ได้ดังนี้

Design route 1 : Modern + High quality

นำเสนอรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่มีความทันสมัยและมีคุณภาพ

Design route 2 : Nature + Gentle

รูปแบบของผลิตภัณฑ์สื่อถึงความอ่อนโยนละมุนและมาจากธรรมชาติ

Design route 3 : Simple

สื่อถึงควมมีคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบความเรียบง่าย

Design route 4 : Hand & nail care product

บ่งบอกว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ดูแลสุขภาพมือและเล็บโดยตรง

### 3.2.1 สรุปแนวความคิดในการออกแบบ

จากรายละเอียดข้อมูลข้างต้นที่ได้กล่าวมาแล้ว สามารถสรุปเป็นตารางได้ดังนี้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อวัตถุประสงค์ทางการศึกษาเท่านั้น การนำเอกสารนี้ไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาตถือว่าผิดกฎหมาย

### 3.2.2 การพัฒนาปรับปรุงแบบ (Development)

การพัฒนาปรับปรุงการออกแบบแบ่งได้เป็น 3 ส่วนคือ

1. การพัฒนาและการออกแบบโลโก้
2. การพัฒนาและการออกแบบโครงสร้างขวด
3. การพัฒนาและการออกแบบกราฟฟิก

การพัฒนาและการออกแบบในส่วนของโลโก้ มีเงื่อนไขในการพิจารณาดังนี้

1. มีความโดดเด่น สะดุดตา
2. ข้อความอ่านง่าย
3. สื่อถึงความเป็นผลิตภัณฑ์ได้ดี ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บ ที่มีสารสกัดจากธรรมชาติ (วิตามินจากผลองุ่น)
4. เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นกลุ่มผู้หญิงวัยทำงาน
5. คงคุณค่าและคุณภาพ



เมื่อได้พัฒนาออกแบบโลโก้แล้ว จึงนำแบบโลโก้ที่ได้มาวิเคราะห์เลือกแบบโดยพิจารณาตามเงื่อนไข แสดงได้ดังนี้

ข้อพิจารณา	มีความโดดเด่น สะดุดตา	ข้อความ อ่านง่าย	สื่อถึงความเป็น ผลิตภัณฑ์ได้ดี	เหมาะสมกับ กลุ่มเป้าหมาย	คงคุณค่าและ คุณภาพ	รวม
รูปแบบโลโก้						
รูปแบบที่ 1	1	4	1	2	2	10
รูปแบบที่ 2	4	3	2	3	3	15
รูปแบบที่ 3	2	3	3	1	2	11
รูปแบบที่ 4	2	1	1	1	2	7
รูปแบบที่ 5	3	2	3	1	3	12

เป็นเอกสารสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปแบบที่ 6	3	2	1	1	1	8
รูปแบบที่ 7	3	1	2	2	2	10
รูปแบบที่ 8	3	4	1	3	2	13
รูปแบบที่ 9	3	3	4	3	3	16
รูปแบบ 10	3	3	3	3	3	15

หมายเหตุ 1- พอใช้ 2- ปานกลาง 3- ดี 4- ดีมาก

จากการวิเคราะห์โลโก้ตามเงื่อนไขในการพิจารณา จะเห็นว่าโลโก้ในรูปแบบที่ 2,9 และ 10 มีคะแนนใกล้เคียงกัน แต่เมื่อพิจารณาว่าโลโก้ต้องสื่อถึงความเป็นผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บแล้ว จะเห็นได้ว่ารูปแบบที่ 9 จะมีความน่าสนใจมากกว่า ดังนั้นจึงสรุปเลือกแบบที่ 9 มาใช้ในงานออกแบบต่อไป

**การพัฒนาและการออกแบบในส่วนของโครงสร้าง**

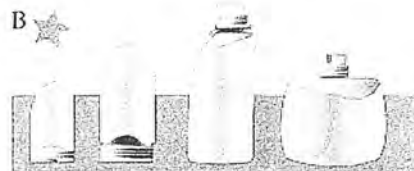
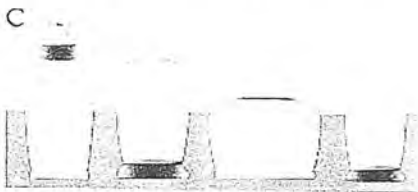
**การพัฒนาและการออกแบบในส่วนของโครงสร้างขวด**

รูปแบบของโครงสร้างขวดได้พัฒนาแบบมาจากโครงสร้างของมือและเล็บเป็นหลัก



มีเงื่อนไขในการพิจารณาดังนี้

- 1.ความโดดเด่น ดึงดูดใจผู้บริโภค
- 2.มีบุคลิก แตกต่างจากคู่แข่ง
- 3.มีพื้นที่จัดวางกราฟฟิกเพียงพอ
- 4.สื่อถึงความเป็นผลิตภัณฑ์ได้ดี



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



นำแบบโครงสร้างที่ได้มาวิเคราะห์เลือกแบบโดยพิจารณาตามเงื่อนไข แสดงได้ดังนี้

แนวทางในการพิจารณา	แบบ A	แบบ B	แบบ C	แบบ D	แบบ E
1.ความโดดเด่น ดึงดูดใจผู้บริโภค	2	4	1	4	3
2.มีบุคลิก แตกต่างจากคู่แข่ง	1	3	2	4	3
3.มีพื้นที่จัดวางกราฟิกเพียงพอ	3	4	1	3	4
4.สื่อถึงความเป็นผลิตภัณฑ์ได้ดี	4	3	3	2	3
รวมคะแนน	10	14	7	13	13

หมายเหตุ 1- พอใช้ 2- ปานกลาง 3- ดี 4- ดีมาก

จากการวิเคราะห์โครงสร้างขวดตามเงื่อนไขในการพิจารณา จะเห็นได้ว่าโครงสร้างในแบบ B,D และ E มีคะแนนใกล้เคียงกัน ดังนั้นจึงนำทั้งสามรูปแบบมาใช้ในงานออกแบบ เพื่อวิเคราะห์หาโครงสร้างขวดที่มีความเหมาะสมที่สุด

การพัฒนาและการออกแบบในส่วนของโครงสร้างกล่อง Gift set

ผลิตภัณฑ์ในกล่อง Gift set ประกอบด้วย

- 1.Hand & nail lotion 130 ml
- 2.Nail polish remover 50 ml
- 3.Nail enamel [Top coat, Base coat] 14.5 ml
- 4.Toe dividers

ออกแบบการจัดวางได้ 4 แบบดังนี้



แบบแนวผอบที่ 2

พิจารณารูปแบบการจัดวางผลิตภัณฑ์โดยใช้เงื่อนไขดังตารางต่อไปนี้

แนวทางในการพิจารณา	แบบที่ 1	แบบที่ 2	แบบที่ 3	แบบที่ 4
1. ประหยัดพื้นที่บน Shelf	2	1	3	4
2. จัดวางมั่นคง, ไม่ล้มง่าย	1	2	4	4
3. รูปแบบมีความน่าสนใจ	1	1	4	4
รวมคะแนน	4	4	11	12

หมายเหตุ 1- พอใช้ 2- ปานกลาง 3- ดี 4- ดีมาก

จากการวิเคราะห์รูปแบบการจัดวางผลิตภัณฑ์ สรุปได้ว่าแบบแนวตั้งแบบที่ 4 มีความเหมาะสมกว่าแบบอื่นๆ เนื่องจากมีการจัดวางที่ลงตัว ขนาดกะทัดรัดและประหยัดพื้นที่ในการวาง

ต่อจากนั้นจึงทำการออกแบบรูปแบบของกล่อง Gift set โดยมีเงื่อนไขในการพิจารณาดังนี้

1. ความโดดเด่น ดึงดูดใจผู้บริโภค
2. โครงสร้างมีความแข็งแรง
3. ประหยัดกระดาษ
4. มองเห็นผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน



เมื่อได้พัฒนาออกแบบกล่อง Gift set แล้ว จึงได้มาวิเคราะห์เลือกแบบโดยพิจารณาตามเงื่อนไข แสดงได้ดังนี้

แนวทางในการพิจารณา	แบบ A	แบบ B	แบบ C	แบบ D
1. ความโดดเด่น ดึงดูดใจผู้บริโภค	3	4	3	2
2. โครงสร้างมีความแข็งแรง	4	2	2	4
3. ประหยัดกระดาษ	4	2	4	1
4. มองเห็นผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน	3	4	2	2
รวมคะแนน	14	12	11	9

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่สามารถนำข้อมูลข้างต้น ไปก๊อปปี้หรือทำซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาต และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้  
 หมายเหตุ 1- พอใช้ 2- ปานกลาง 3- ดี 4- ดีมาก

จากการวิเคราะห์รูปแบบของกล่อง Gift set จะเห็นว่ากล่องทั้ง 4 แบบมีความน่าสนใจแตกต่างกันไป แต่เมื่อพิจารณาตามเงื่อนไขที่กำหนดแล้ว จะเห็นได้ว่าแบบ A มีความเหมาะสมมากกว่า เนื่องจากโครงสร้างมีลักษณะที่แข็งแรงกว่าแบบอื่นๆ ดังนั้นจึงนำมาพัฒนาใช้ในงานออกแบบต่อไป

### การพัฒนาและการออกแบบกราฟฟิก

จากการสรุปแนวทางในการออกแบบได้ 4 แนวทางคือ

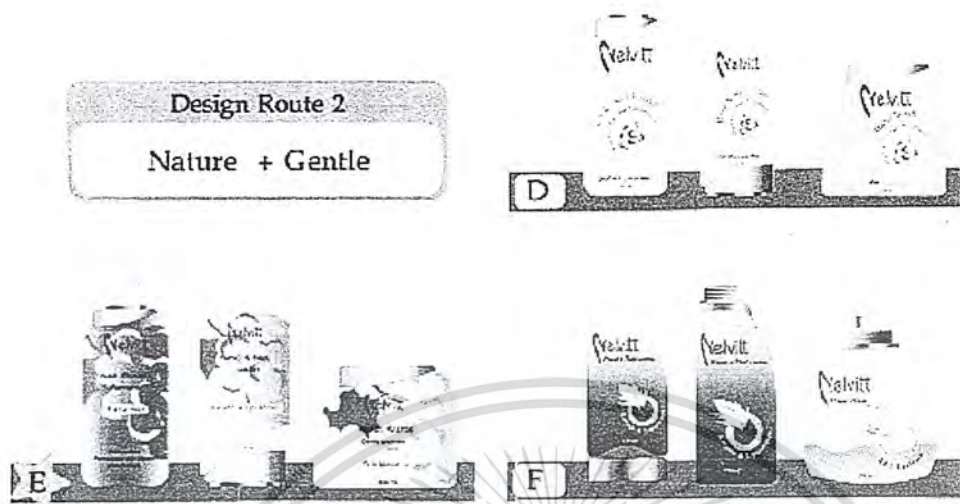
- Design route 1 : Modern + High quality
- Design route 2 : Nature + Gentle
- Design route 3 : Simple
- Design route 4 : Hand & nail care product

นำมาพิจารณารวมกับโครงสร้างทั้ง 3 แบบ ในขั้นตอนแบบร่าง ได้ดังนี้



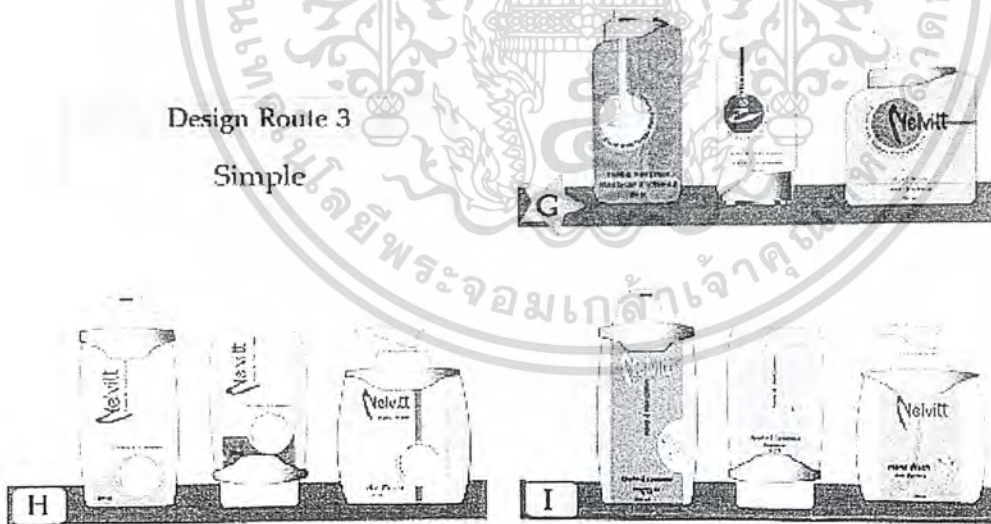
แนวทางแบบที่ 1: Modern + High quality นำเสนอรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่มีความทันสมัยและมีคุณภาพ โดยการเล่นสี Contrast และรูปทรงเรขาคณิต ดังแบบ A,B,C

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แนวทางแบบที่ 2 : Nature + Gentle ออกแบบโดยใช้รูปผลองุ่นและใบไม้มาสื่อถึงความเป็นธรรมชาติให้ความรู้สึกถึงความอ่อนโยนของผลิตภัณฑ์ รูปที่ใช้เป็นแบบลายเส้นเพื่อความน่าสนใจ

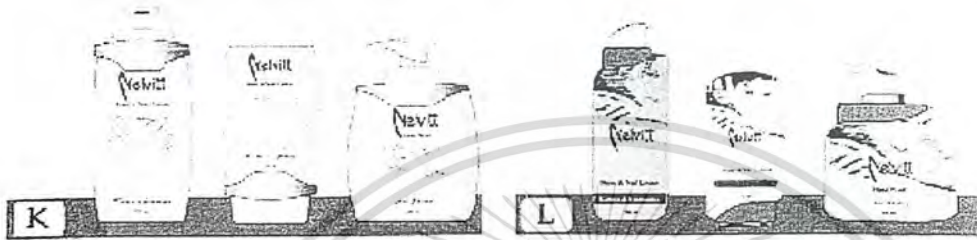
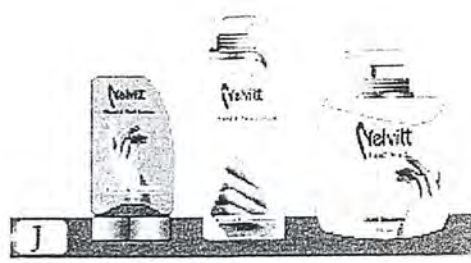
### Design Route 3 Simple



แนวทางแบบที่ 3 : Simple สื่อถึงความเรียบง่ายโดยจัดตัวอักษรและรูปภาพให้มีน้อยที่สุดเว้นระยะช่องว่างให้มาก สีเส้นที่ใช้เป็นลักษณะสีโทนอ่อน ใช้รูปแบบวงกลม(สัญลักษณ์ของผลองุ่น) มาใช้ในงานเพื่อให้เกิดจุดเด่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Design Route 4  
Hand & Nail care Product



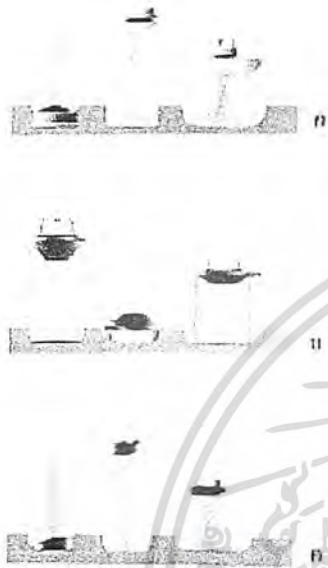
แนวทางแบบที่ 4 : Hand & nail care product สื่อถึงผลิตภัณฑ์โดยนำภาพมือในแบบต่างๆ มาใช้ ทั้งแบบที่เป็นรูปจริงและรูปที่เป็นลายเส้น เพื่อบ่งบอกว่าเป็นผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บได้ชัดเจน

จากนั้นนำแบบร่างทั้ง 4 แนวทาง (แบบ A-L) มาพิจารณาเลือกรูปแบบเพื่อนำไปพัฒนาแบบในขั้นตอนต่อไปโดยใช้เงื่อนไขความต้องการ แสดงได้ดังนี้

ข้อพิจารณา รูปแบบ	ความโดดเด่น ดึง ดูดใจผู้บริโภค	แตกต่างจาก คู่แข่ง	สื่อถึงคุณค่า จากธรรมชาติ	จัดองค์ประกอบได้ อย่างเหมาะสม	รวมคะแนน
รูปแบบ A	1	3	1	2	7
รูปแบบ B	1	3	1	3	8
รูปแบบ C	2	4	2	1	9
รูปแบบ D	1	2	4	3	10
รูปแบบ E	3	4	4	2	13
รูปแบบ F	2	3	3	2	10
รูปแบบ G	3	3	1	4	11
รูปแบบ H	1	2	1	2	6
รูปแบบ I	2	3	2	1	8
รูปแบบ J	1	1	1	1	4
รูปแบบ K	เป็นเอกสารที่ 3	งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุ	1	2	8
รูปแบบ L	เป็นเอกสารที่ 3	งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุ	1	2	8

ทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อทำการเลือกแบบโดยใช้เงื่อนไขในการพิจารณา เลือกรูปแบบที่สามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม จึงได้แบบ E ใน Design route 2 (Nature + Gentle) และแบบ G ใน Design route 3 (Simple) ซึ่งมีคะแนนเป็นอันดับ 1 และ 2 รองลงมา นำไปพัฒนาต่อในขั้นตอนต่อไปเพื่อให้รูปแบบที่ได้สามารถตอบสนองเงื่อนไขที่ตั้งไว้ได้อย่างสมบูรณ์ยิ่งขึ้น



จากโครงสร้างขวดในขั้นตอนแรกที่ได้เลือกมา 3 แบบ

เมื่อนำมาพิจารณารวมกับกราฟฟิกในแบบต่างๆ แล้ว ได้ทำการวิเคราะห์อีกครั้งเพื่อเลือกแบบที่มีความเหมาะสมที่สุด โดยใช้เงื่อนไขในการพิจารณาดังนี้

1. ความโดดเด่น ดึงดูดใจผู้บริโภค
2. มีบุคลิกเฉพาะตัว (Uniqueness)
3. มีพื้นที่จัดวางกราฟฟิกเพียงพอ
4. สื่อถึงความเป็นผลิตภัณฑ์ได้ดี

แสดงได้ดังนี้

แนวทางในการพิจารณา	แบบ ก.	แบบ ข.	แบบ ค.
1. ความโดดเด่น ดึงดูดใจผู้บริโภค	4	2	4
2. มีบุคลิกเฉพาะตัว	4	2	3
3. มีพื้นที่จัดวางกราฟฟิกเพียงพอ	3	1	3
4. สื่อถึงความเป็นผลิตภัณฑ์ได้ดี	3	2	3
รวมคะแนน	14	7	13

หมายเหตุ 1- พอใช้ 2- ปานกลาง 3- ดี 4- ดีมาก

เมื่อพิจารณาโครงสร้างขวดแล้ว จะเห็นว่าทั้งแบบ ก. และแบบ ข. มีคะแนนใกล้เคียงกัน ทั้งรูปแบบก็มีความน่าสนใจทั้งคู่ จึงเลือกนำจุดดีของทั้งสองแบบมาพัฒนาปรับปรุงจนได้รูปแบบที่มีความลงตัวที่สุด ดังนี้

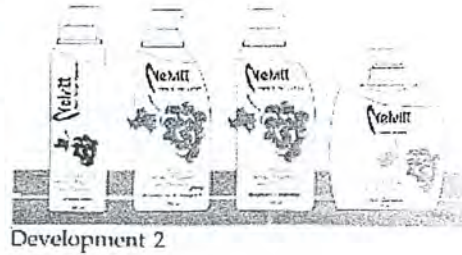


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังขอให้นักศึกษาและผู้เกี่ยวข้องต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากแบบร่างขั้นต้นที่ได้เลือกมาสองแบบ ได้นำมาพัฒนาปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องดังนี้



Development 1



Development 2



Development 3

Development 1-3 นำแบบร่างแบบ E ที่เป็นรูปอ่อนละลายเส้นมาปรับสีและจัดวางในหลายลักษณะ รวมทั้งการปรับขนาดเพื่อสามารถจัดวางได้ลงตัวขึ้น โดยเพิ่มข้อความบอกคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์เพื่อความชัดเจนยิ่งขึ้นด้วย



Development 4



Development 6



Development 5

Development 4-6 นำแบบร่างแบบ G ที่เป็นรูปวงกลมมาพัฒนาปรับปรุงใส่ความเป็นอันลงไปเพื่อสื่อให้เห็นถึงคุณประโยชน์ของตัวผลิตภัณฑ์มากขึ้น ใช้แถบสีเขียวในแบบที่ 5,6 เล่นลายเส้นรูปใบไม้เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ และสื่อถึงธรรมชาติรวมทั้งความอ่อนโยนของผลิตภัณฑ์ได้ดี

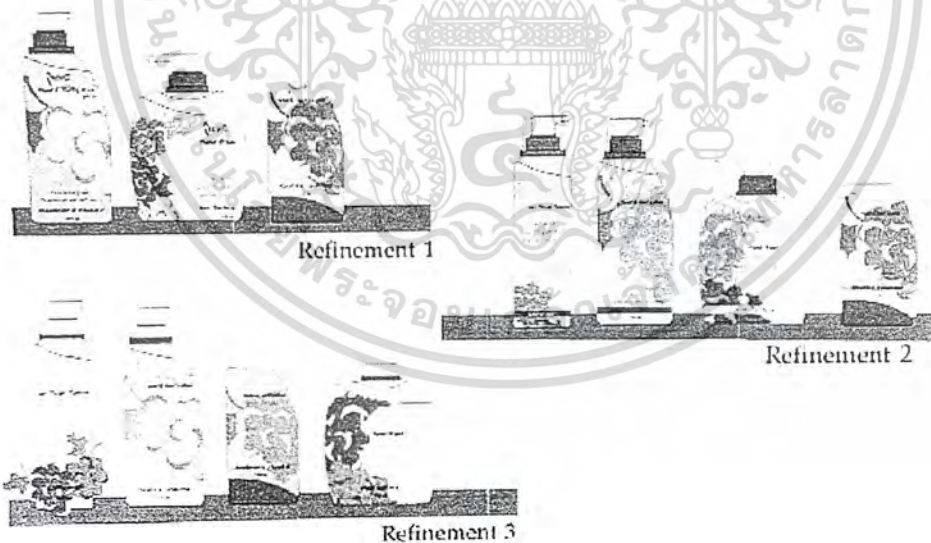
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นำแบบที่ผ่านขั้นตอนการพัฒนาแล้วทั้ง 6 แบบมาวิเคราะห์เพื่อสรุปเลือกแนวทางมาปรับปรุงในขั้นตอนสุดท้าย แสดงได้ดังนี้

แนวทางในการพิจารณา	แบบ 1	แบบ 2	แบบ 3	แบบ 4	แบบ 5	แบบ 6
1.ความโดดเด่น สะดุดตา	2	1	3	3	2	3
2.สื่อถึงคุณประโยชน์ได้ชัดเจน	3	3	4	2	3	3
3.ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย	3	2	4	3	2	3
4.มีคุณภาพ น่าเชื่อถือ	2	2	3	4	3	3
รวมคะแนน	10	8	14	12	10	12

หมายเหตุ 1- พอใช้ 2- ปานกลาง 3- ดี 4- ดีมาก

จากการวิเคราะห์เลือกแบบDevelopment โดยพิจารณาจากเงื่อนไขข้างต้น จะสรุปได้ว่าแบบที่3 ซึ่งเป็นรูปแบบอ่อน สามารถสื่อถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ได้ดี และมีความแตกต่างจากคู่แข่งชัดเจน สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างเหมาะสม จึงทำการพัฒนาปรับปรุงในส่วนของตำแหน่งของข้อความและรูปภาพ เพื่อให้รูปแบบในขั้นตอนสุดท้ายมีความสมบูรณ์ที่สุดได้ดังนี้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อนำรูปแบบที่ผ่านขั้นตอนการวิเคราะห์หลายขั้นตอนจนสามารถตอบโจทย์และเงื่อนไขความต้องการที่ตั้งไว้ได้อย่างเหมาะสมแล้ว จึงขยายรูปแบบหลักนี้ไปสู่ผลิตภัณฑ์ต่างๆ โดยสร้างเอกลักษณ์ร่วม จนได้ผลงานโดยรวมมีรูปแบบดังนี้



ภาพรวมของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ในโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.3 การวิเคราะห์การออกแบบและการประเมินค่า

เมื่อการดำเนินการออกแบบ และการพัฒนาแบบได้เสร็จสิ้นลง การประเมินผลการออกแบบนับเป็นขั้นตอนสุดท้ายที่สำคัญ เพื่อคอยตรวจสอบผลงานการออกแบบว่าได้บรรลุจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ได้หรือไม่ โดยการประเมินผลสามารถแบ่งออกได้ 2 ลักษณะคือ

1. การประเมินผลทางด้านการออกแบบกราฟฟิก
2. การประเมินผลทางด้านการออกแบบโครงสร้าง

#### 1. การประเมินผลทางด้านการออกแบบกราฟฟิก

- การออกแบบโลโก้ (Logo) ที่ออกแบบตัว "N" ให้เป็นลายเส้นรูปมือถือถึงความเป็นผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมือและเล็บได้ดี
- การออกแบบด้านกราฟฟิก ใช้รูปอ่อนนุ่มถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน แตกต่างจากคู่แข่งที่ใช้เฉพาะข้อความในการสื่อถึงคุณประโยชน์ แต่การนำรูปมาใช้ต้องผ่านการขั้นตอนการพัฒนาหลายขั้น ไม่เช่นนั้นอาจทำให้คุณค่าของผลิตภัณฑ์ลดลงได้ ซึ่งรูปแบบกราฟฟิกในผลงานขั้นสุดท้ายก็สามารถตอบโจทย์ที่ตั้งไว้ได้ดีพอควร ที่กำหนดให้เป็นผลิตภัณฑ์สำหรับผู้บริโภคในระดับ B
- การจัดวางกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ สามารถรักษาความเป็นเอกลักษณ์ร่วมกันได้ดี เนื่องจากใช้รูปแบบของอ่อนเดียวกัน โดยจัดวางในแบบต่างๆ กันและใช้การเปลี่ยนโทนสีเพื่อให้สามารถแยกประเภทของผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น
- ภาพผลิตภัณฑ์โดยรวมมีความแตกต่างจากคู่แข่งชัดเจน เนื่องจากใช้รูปภาพลายเส้นสื่อถึงคุณประโยชน์ได้ดีกว่าของคู่แข่งอื่นๆ มีความโดดเด่นจดจำได้ง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.การประเมินผลทางด้านการออกแบบโครงสร้าง

- โครงสร้างขวดโลชั่นขนาด 250 ml ออกแบบโดยใช้ฝาปั๊มเพิ่มความสะดวกในการใช้งานดีกว่าผลิตภัณฑ์คู่แข่งในขนาดเดียวกันที่ใช้ฝาแบบ Flip top เวลาใช้ต้องยกขวดซึ่งมีขนาดค่อนข้างใหญ่ขึ้นเทซึ่งไม่สะดวกเท่าที่ควร

- สำหรับน้ำยาล้างสีเคลือบเล็บขนาด 200 ml ออกแบบการใช้งานโดยใช้ฝาปั๊มเพิ่มความสะดวกในการใช้งานและสามารถควบคุมปริมาณน้ำยาที่ใช้ได้ โดยผลิตภัณฑ์คู่แข่งส่วนใหญ่จะเป็นฝาเกลียวซึ่งมีรูสำหรับเทน้ำยามีขนาดใหญ่ควบคุมการใช้งานไม่ได้ และในการออกแบบขวดน้ำยาล้างสีเคลือบเล็บขนาด 50 ml ขนาดสำหรับพกพาได้ใช้ฝา Flip top เพิ่มความสะดวกและมีรูขนาดเล็กสำหรับน้ำยาเพื่อควบคุมปริมาณการใช้ได้ดีกว่าของผลิตภัณฑ์คู่แข่ง

- กล่อง Gift set ออกแบบให้โครงสร้างมีความแข็งแรงและมีรูปแบบที่น่าสนใจ การจัดวางผลิตภัณฑ์ภายในมีความลงตัว สามารถประหยัดพื้นที่ในการวางได้

- รูปแบบโครงสร้างของผลิตภัณฑ์โดยรวมได้พัฒนาแบบมาจากโครงสร้างของมือ ช่วงสั้นมือและเส้นรอบรูปมือที่มีลักษณะเป็นเส้นโค้ง ดังนั้นจึงได้นำส่วนของความโค้งมาใช้ในงานออกแบบทำให้งานมีลักษณะเป็นเอกลักษณ์ร่วมกัน และบ่งบอกถึงความเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับดูแลมือและเล็บได้อย่างมีบุคลิกเฉพาะตัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



#### บทที่ 4 การเสนอผลงานการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเฉพาะเท่านั้น ไม่สามารถนำออกจากรั้ว  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. การเสนอผลงานการออกแบบ



ภาพแสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์โดยรวมในโครงการ

4.1 ภาพถ่ายย่อแผ่นเสนองาน

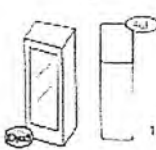
Scope of Design

<p><b>ผลิตภัณฑ์คู่มือ</b> Hand &amp; nail lotion</p> <p>250 ml    130 ml    65 ml</p>		<p><b>ผลิตภัณฑ์คู่มือ</b> Hand wash</p> <p>250 ml    120 ml</p>		<p><b>ผลิตภัณฑ์คู่มือ</b> Nail polish remover</p> <p>200 ml    50 ml</p>	
<p><b>Nail enamel</b></p> <p>14.3 ml</p>		<p><b>Felt nail polish remover pads</b></p> <p>15 pads</p>		<p><b>No more fungus</b></p> <p>22 ml</p>	
<p><b>Calcium gel nail builder</b></p> <p>17 ml</p>		<p><b>Vitamin E Nail &amp; Cuticle oil</b></p> <p>17 ml</p>		<p><b>Cuticle massage cream</b></p> <p>75 ml</p>	

ภาพแสดงขอบเขตของงานในโครงการ


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**Quick dry nail spray**




120 ml

**Gel cuticle remover**



14.5 ml


**Nail enamel solvent**




22 ml

**Accessory**


อุปกรณ์  
คอตเล็บยาว




แปรง &  
หินขัดเล็บ




กล่องเก็บอุปกรณ์  
คกแต่งเล็บ




Gift set



อุปกรณ์เสริมความ  
แข็งแรงของเล็บ



อุปกรณ์กันน้ำ  
เวลาทาเล็บ



**Promotion**

- Logo Nelvitt
- Brochure for Promotion

สรุปปริมาณงาน :

โครงสร้างออกแบบ 8 โครงสร้าง

โครงสร้างมาตรฐาน 10 โครงสร้าง

กราฟิกผลิต 22 กราฟิก

จำนวนชิ้นงาน 45 ชิ้นงาน

ภาพแสดงขอบเขตของงานในโครงการ

Company Data

บริษัทเซ็มทรัลเทรดดิ้ง จำกัด ดำเนินธุรกิจนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศมานานกว่า 40 ปี



สัญลักษณ์ของบริษัทในกลุ่ม  
เซ็มทรัลเทรดดิ้งกรุ๊ป หินทรายทอง จำกัด

ยอดขาย 1,500 ล้านบาท

- กลุ่มนาฬิกา 30-35%
- เครื่องสำอาง 20%
- เครื่องใช้ไฟฟ้า, กล่องและเครื่องดนตรี เเจ๊มีย์ 30%

Import:	Payot	- Benetton
	- Escada / Aigner	- Clarins
	- Elizabeth Aden	- Freeman
	- Rochas / Gucci	- Restoria
	- Orlane	- Agree

House's brand	- เครื่องสำอาง " Nicole "
	- มีโครงการผลิตแบรนด์เครื่องสำอาง เพิ่มอีกในอนาคต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Marketing & Competitor

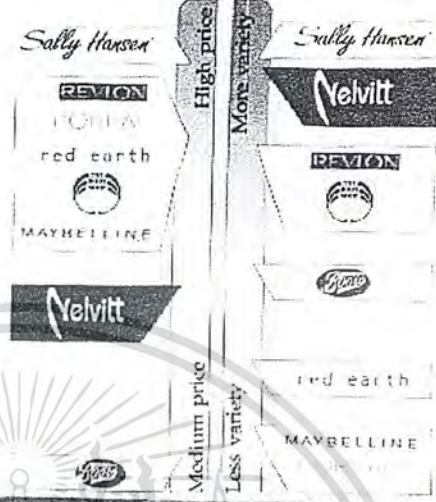
ตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง มูลค่า 10,000 ล้านบาท



ตลาดผลิตภัณฑ์ทอแคมมูและเล็บ มูลค่า 400 ล้านบาท



Product

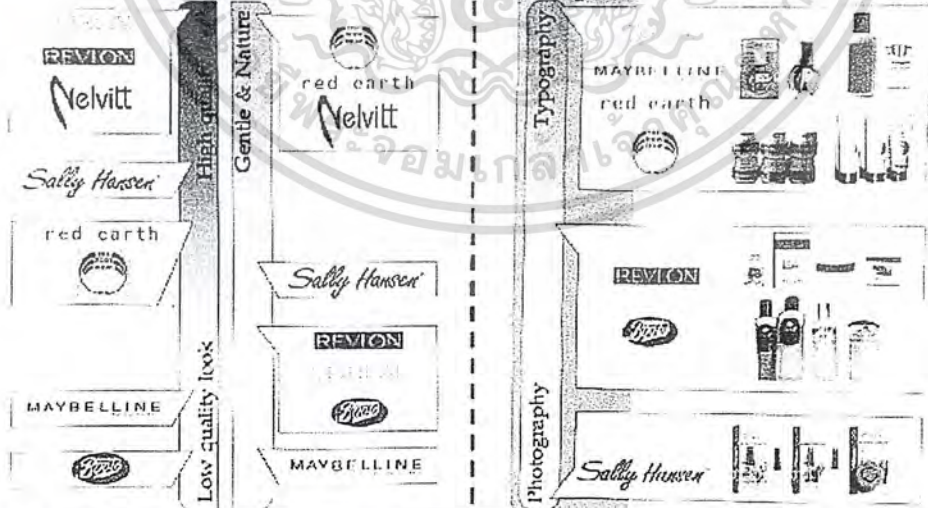


ภาพแสดงข้อมูลการตลาดและการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์คู่แข่ง

Competitors

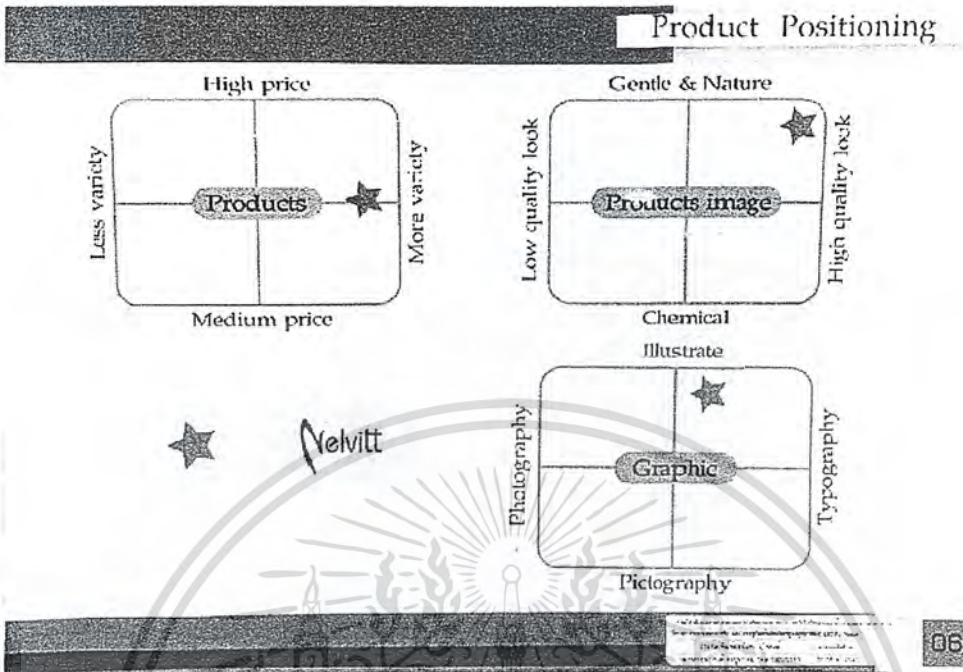
Product

Graphic



ภาพแสดงการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์คู่แข่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพแสดงการวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์

### Target group

**Target group**

เพศ : หญิง  
 รวมเป้าหมายเด็ก : อายุ 26-49 ปี  
 รวมเป้าหมายหญิง : อายุ 20-25 ปี

**บุคลิกพิเศษ**

- ไม่ถือคติถือล่อแห้ว คัดตามชาวนว
- ใช้ชีวิตทันสมัย ใฝ่ไขว่คว้าหา
- มีความมั่นใจตัวเอง รักสวยรักงาม
- ใส่ใจความไว้วางใจในผลิตภัณฑ์

**กิจกรรมบันเทิง**

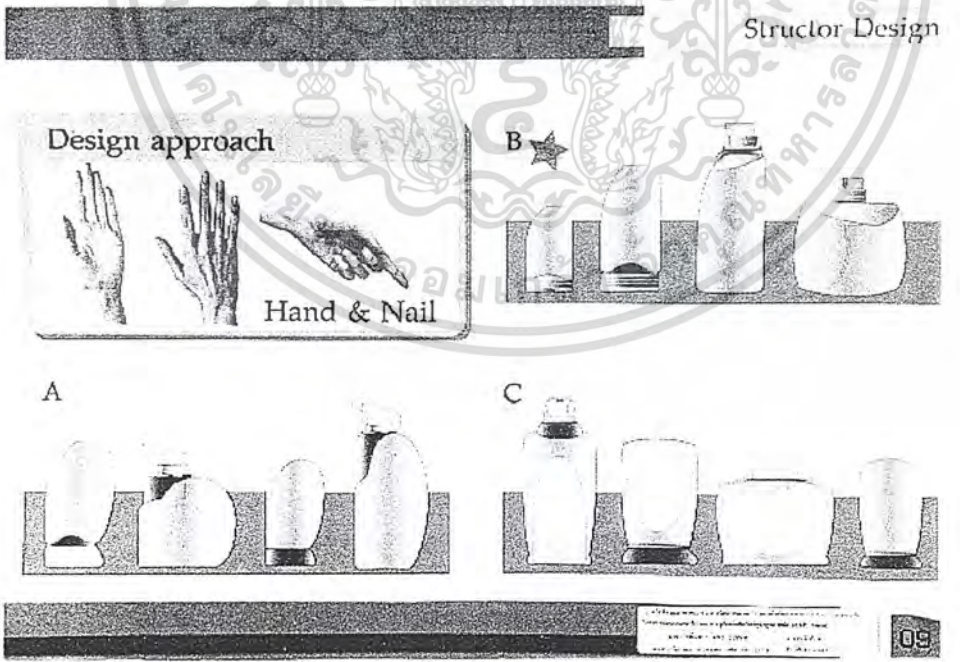
- ชอบเข้าสังคม การสังสรรค์
- ใช้เวลาว่างในการดูแลตนเอง สุขภาพ ความงาม
- อดทนทำกายคตมาจงาน Health club ฯลฯ

ภาพแสดงข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะและพฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



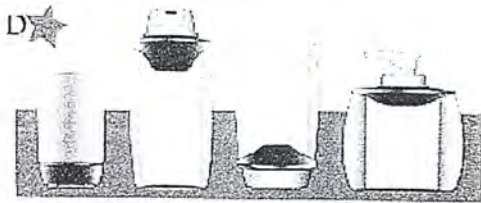
ภาพแสดงแนวความคิดเพื่อการออกแบบ



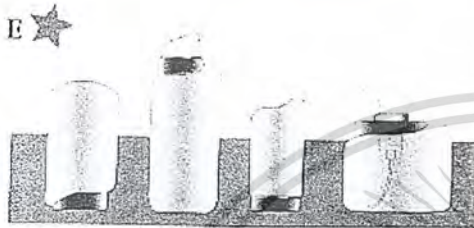
ภาพแสดงแนวความคิดของการออกแบบโครงสร้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Design Selection



แนวทางในการพิจารณา	A	B	C	D	E
1.ความโดดเด่น ดึงดูดใจผู้บริโภค	2	4	1	4	3
2.มีบุคลิก	1	3	2	4	3
3.มีพื้นที่จัดวางกราฟฟิกเพียงพอ	3	4	1	3	4
4.สื่อถึงความทันสมัยได้	4	3	3	2	3
รวมคะแนน	10	14	7	13	13



1 = พอใช้, 2 = ปานกลาง, 3 = ดี, 4 = ดีมาก

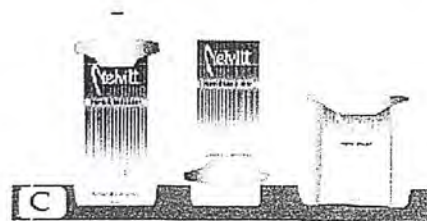
★ รูปแบบที่เลือก

ภาพแสดงแนวความคิดของการออกแบบโครงสร้างและการวิเคราะห์แบบ

Preliminary Sketches

Design Route 1

Modern + High Quality

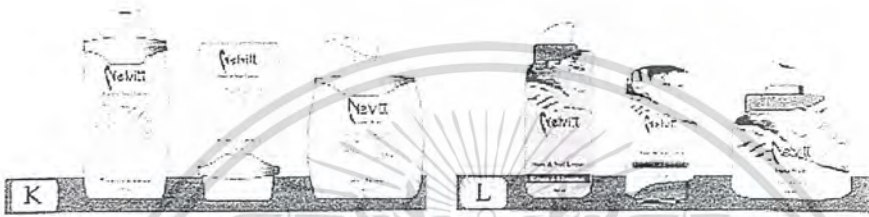


เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้เพื่อประโยชน์อื่นใดโดยไม่ได้รับอนุญาตจะถือว่าผิดกฎหมาย  
 ภาพแสดงรูปแบบความคิดเบื้องต้น Modern + High quality  
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงชื่อของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



Preliminary Sketches

Design Route 4  
Hand & Nail care Product



14

ภาพแสดงรูปแบบความคิดเบื้องต้น Hand & nail care product

Design Selection

การเลือกรูปแบบของกราฟิก

แนวทางการทรงกราฟิก	Design Route 1		Design Route 2		Design Route 3		Design Route 4					
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1. กรอบสี่เหลี่ยม มีจุดในรูปวงกลม	1	3	2	1	3	2	3	1	2	1	3	1
2. มุมโค้งมน	3	3	4	2	4	3	3	2	3	1	2	3
3. มีเส้นขอบทึบ	1	1	2	4	3	3	1	4	2	1	1	1
4. จัดองค์ประกอบให้อย่างเหมาะสม	2	3	1	3	2	2	4	2	1	1	2	2
รวมคะแนน	7	8	9	10	13	10	11	6	8	4	8	9

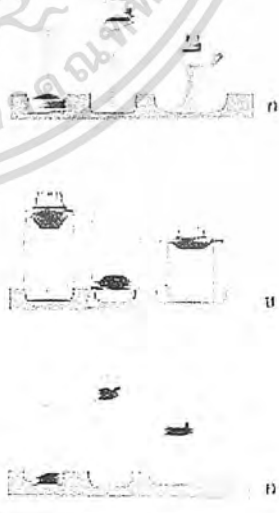
การเลือกรูปแบบของขวด

แนวทางการทรงขวด	ก	ข	ค
1. กรอบสี่เหลี่ยม มีจุดในรูปวงกลม	4	2	4
2. มีจุดใน	4	2	3
3. มีเส้นขอบทึบ	3	1	3
4. จัดองค์ประกอบให้อย่างเหมาะสม	5	2	3
รวมคะแนน	14	7	13

1 - จุดใน, 2 - มุมโค้งมน, 3 - เส้น, 4 = จัดองค์ประกอบ

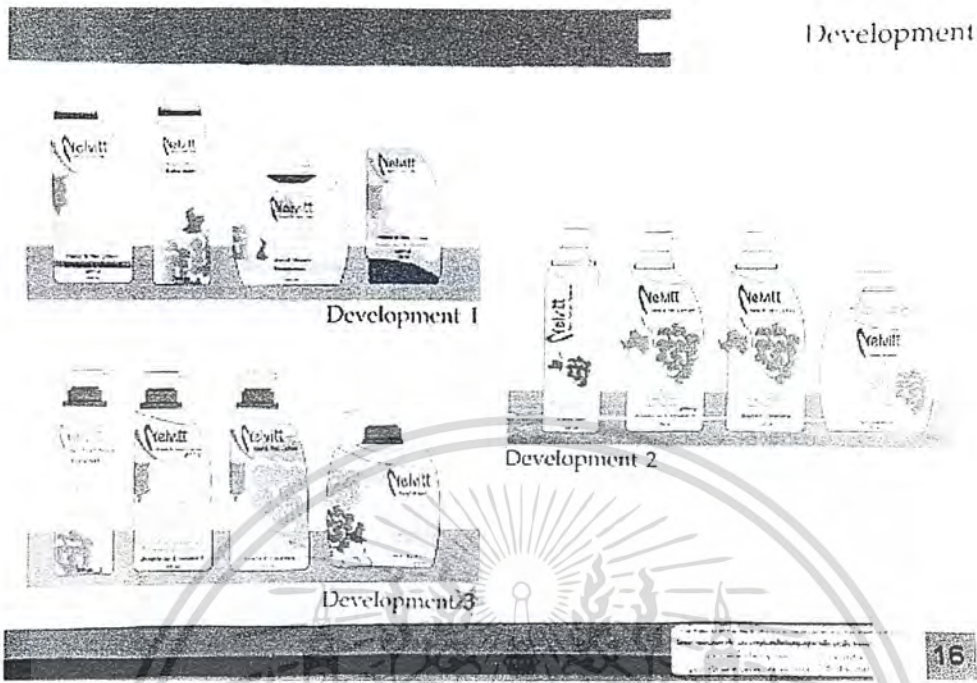


รูปแบบที่เลือก

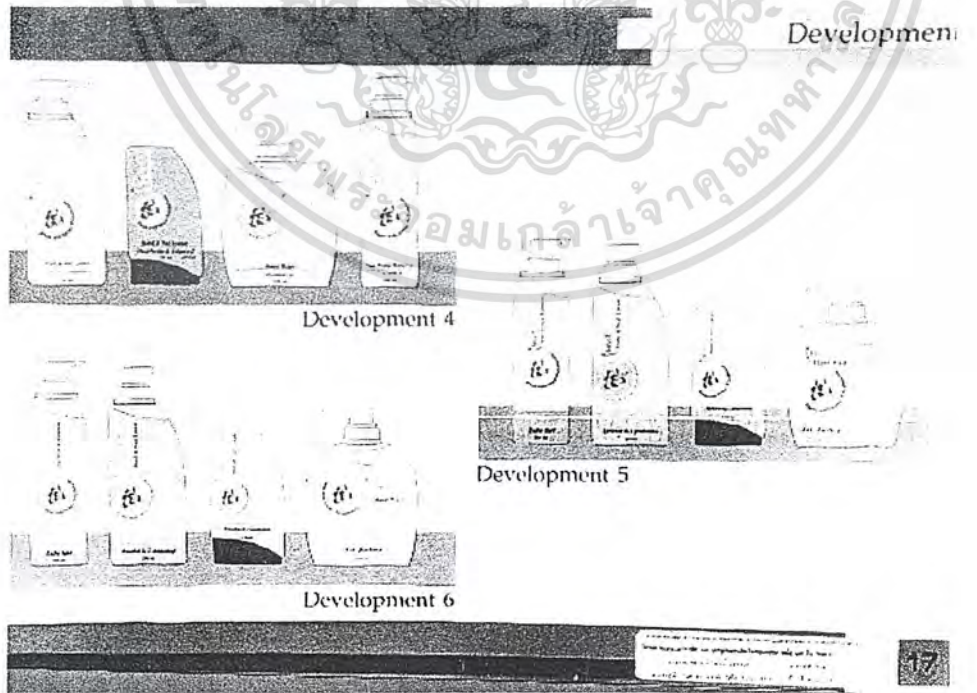


15

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่เลือกแบบเบื้องต้นและการพัฒนาโครงสร้างขวด  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพแสดงรูปแบบที่ผ่านขั้นตอนการพัฒนาที่ 1-3



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้ภาพแสดงรูปแบบที่ผ่านขั้นตอนการพัฒนาที่ 4-6 อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรรมใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Gift Set Design

การเลือกรูปแบบของกราฟฟิก

แนวทางการจัดวาง

- 1. ความโดดเด่น สะอาด
- 2. สื่อข้อความประโยชน์ใช้สอย
- 3. การจัดกลุ่มที่เกี่ยวข้อง
- 4. มีคุณภาพ น่าเชื่อถือ

รวมคะแนน

	Development 1	Development 2	Development 3	Development 4	Development 5	Development 6
1. ความโดดเด่น สะอาด	2	1	3	3	2	3
2. สื่อข้อความประโยชน์ใช้สอย	3	3	4	2	3	3
3. การจัดกลุ่มที่เกี่ยวข้อง	3	2	4	3	2	3
4. มีคุณภาพ น่าเชื่อถือ	2	2	3	4	3	3
รวมคะแนน	10	8	14	12	11	12

1 = หนึ่ง, 2 = ปานกลาง, 3 = ดี, 4 = ดีมาก

★ รูปแบบที่เลือก

กล่อง Gift Set

ลักษณะการจัดวางผลิตภัณฑ์



ภาพแสดงการวิเคราะห์ที่เลือกแบบที่ผ่านการพัฒนาขึ้นแรก และรูปแบบการจัดวางผลิตภัณฑ์

Gift Set Design

การจัดวางผลิตภัณฑ์ในกล่อง Gift Set

รูปแบบของกล่อง Gift Set

แนวทางการจัดวาง	1	2	3	4
1. ประสิทธิภาพที่ขึ้น Shelf	2	1	3	4
2. จัดวางมีช่องว่างเกี่ยวข้อง	1	2	3	4
3. รูปแบบมีความสวยงาม	1	1	4	4
รวมคะแนน	4	4	11	12

1 = หนึ่ง, 2 = ปานกลาง, 3 = ดี, 4 = ดีมาก

★ รูปแบบที่เลือก

★ B

แนวทางการจัดวาง	A	B	C	D
1. ความโดดเด่น การจัดวางในกล่อง	3	4	3	2
2. โครงสร้าง การจัดวางเกี่ยวข้อง	4	3	2	3
3. รูปแบบที่สวยงาม	4	2	4	4
รวมคะแนน	11	13	9	9

1 = หนึ่ง, 2 = ปานกลาง, 3 = ดี, 4 = ดีมาก

★ รูปแบบที่เลือก

เอกสาร [redacted] ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ 19 ยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น ขอสงวนสิทธิ์ในสิ่งที่ปรากฏและขอสงวนสิทธิ์ของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



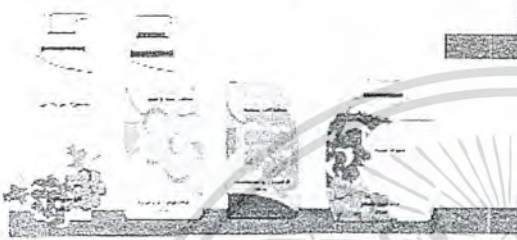
Design Refinement



Refinement 1



Refinement 2



Refinement 3



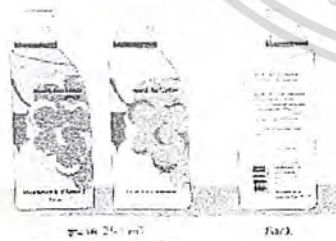
20

ภาพแสดงรูปแบบความคิดที่ผ่านการปรับปรุงแบบที่พัฒนาแล้วทั้ง 3 แบบ



Final Design Solution

Hand & Nail Lotion



Hand Wash



21

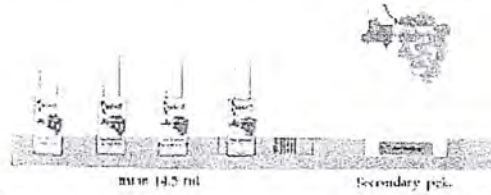
เอกสารนี้เป็นทรัพย์สินทางปัญญาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ไม่ควรเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต

ภาพแสดงรูปแบบแนวความคิดสุดท้ายของผลิตภัณฑ์โลชั่นและสบู่เหลวล้างมือ

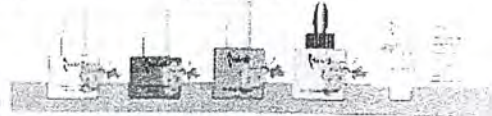
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น ขอสงวนสิทธิ์ในสิ่งที่ปรากฏ โดยไม่รับผิดชอบต่อข้อผิดพลาดใดๆ ที่เกิดขึ้นจากการนำใบเสนอราคาไปใช้

Final Design Solution

Nail enamel



- Top coat
- Base coat
- Nail hardener
- Maximum growth



ผลิตภัณฑ์: พัดกระดาษ

- Vitamin E Nail & Cuticle oil
- Calcium gel - nail builder
- No more fungus
- Nail Enamel Solvent
- Cuticle Remover

Scale 1:1

ภาพแสดงรูปแบบแนวความคิดสุดท้ายของผลิตภัณฑ์น้ำยาทาบำรุงเล็บ

Final Design Solution

Nail Polish Remover



Felt nail polish remover pads



เอกสารนี้เป็นทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัทฯ ไม่ควรเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต

ไม่ว่ากรณีใดๆ ภาพแสดงรูปแบบแนวความคิดสุดท้ายของผลิตภัณฑ์ล้างสีเคลือบเล็บ

Final Design Solution

Cuticle massage cream



ขนาด 33 มม.

Scale 1:1

Quick dry nail spray



Back

Scale 1:1



ภาพแสดงรูปแบบแนวความคิดสุดท้ายของผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงและสเปรย์ฉีดเล็บ

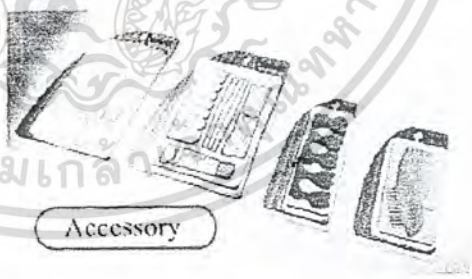
24

Final Design Solution

อุปกรณ์ค้อเล็บยาว

อุปกรณ์กันนิ้ว  
เวลาทาเล็บ

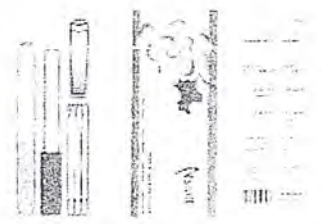
แปรง &  
หินขัดเล็บ



Accessory

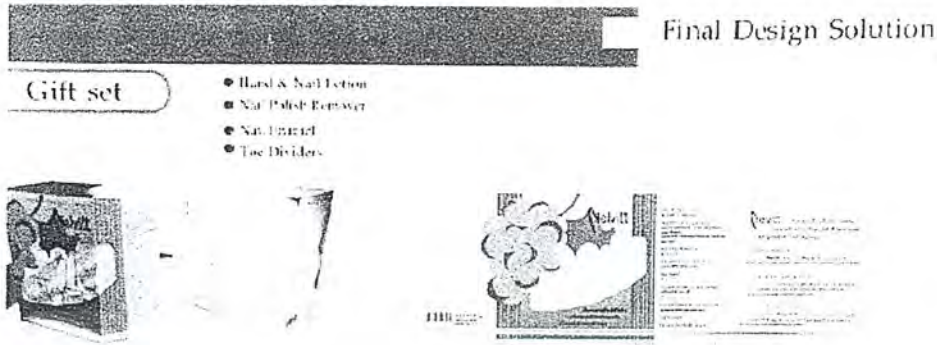
อุปกรณ์เสริมความ  
แข็งแรงของเล็บ

กล่องเก็บอุปกรณ์  
ตกแต่งเล็บ

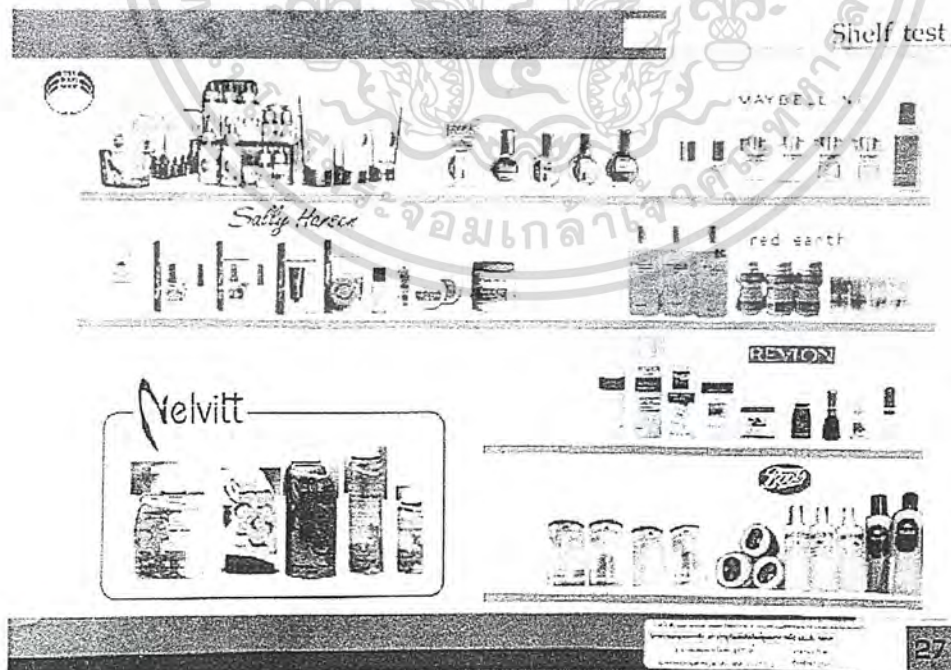


25

เอกสารนี้เป็นเอกสารภาพแสดงรูปแบบแนวความคิดสุดท้ายของผลิตภัณฑ์ Accessory หน้าไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



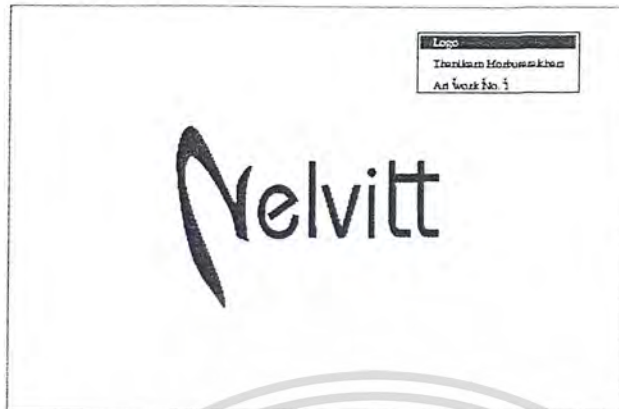
ภาพแสดงรูปแบบแนวความคิดสุดท้ายของกล่อง Gift set และ Brochure



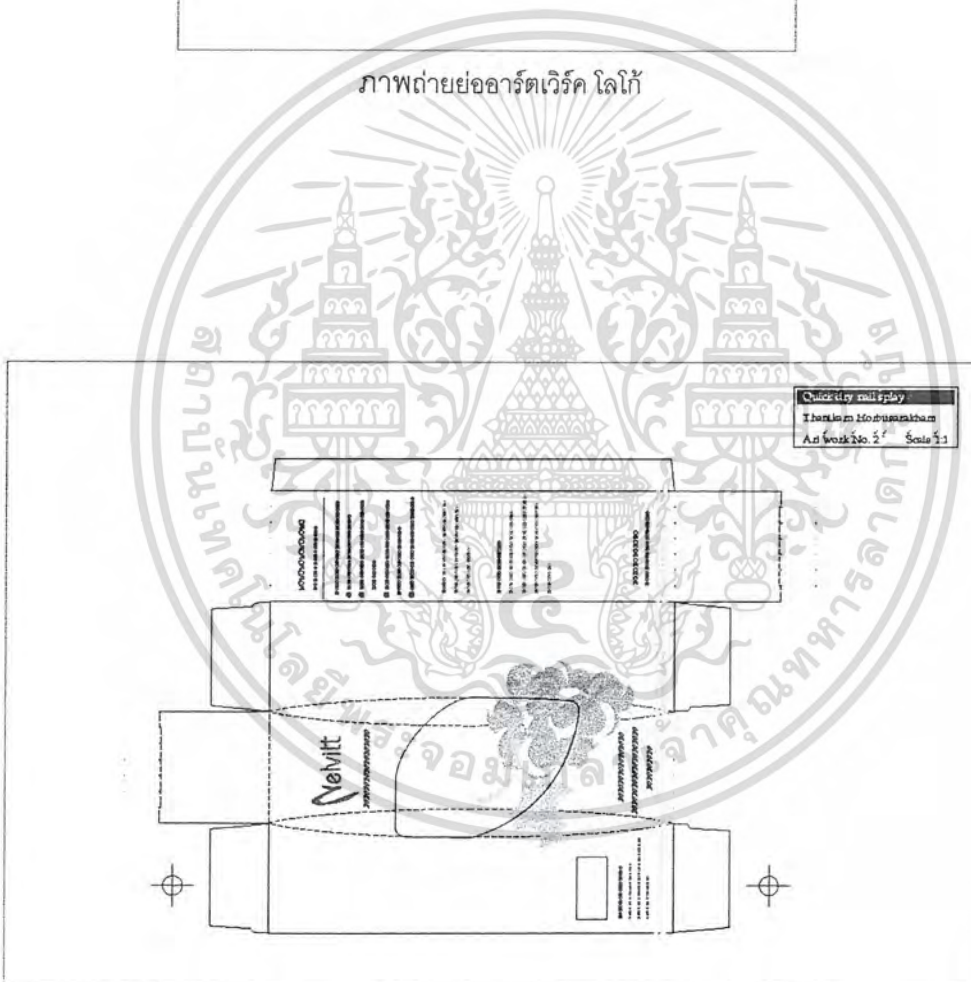
เอกสารนี้เป็นภาพแสดงการเปรียบเทียบบรรจุภัณฑ์ในโครงการกับผลิตภัณฑ์คู่แข่งในท้องตลาดไปประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิที่จะเปิดเผยรายละเอียดของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## 4.2 ภาพถ่ายย่ออาร์ตเวิร์ค

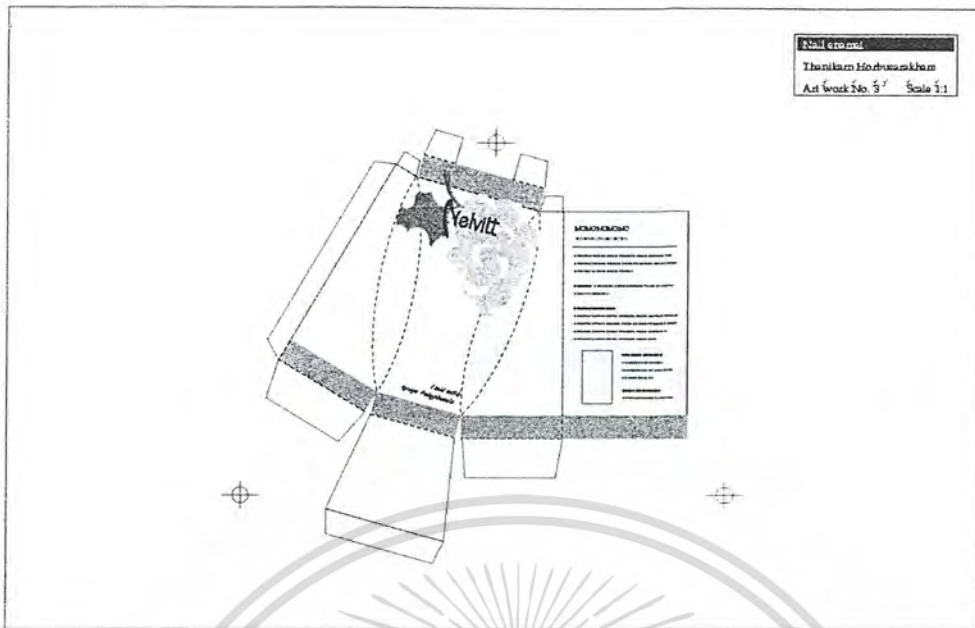


ภาพถ่ายย่ออาร์ตเวิร์ค โลโก้

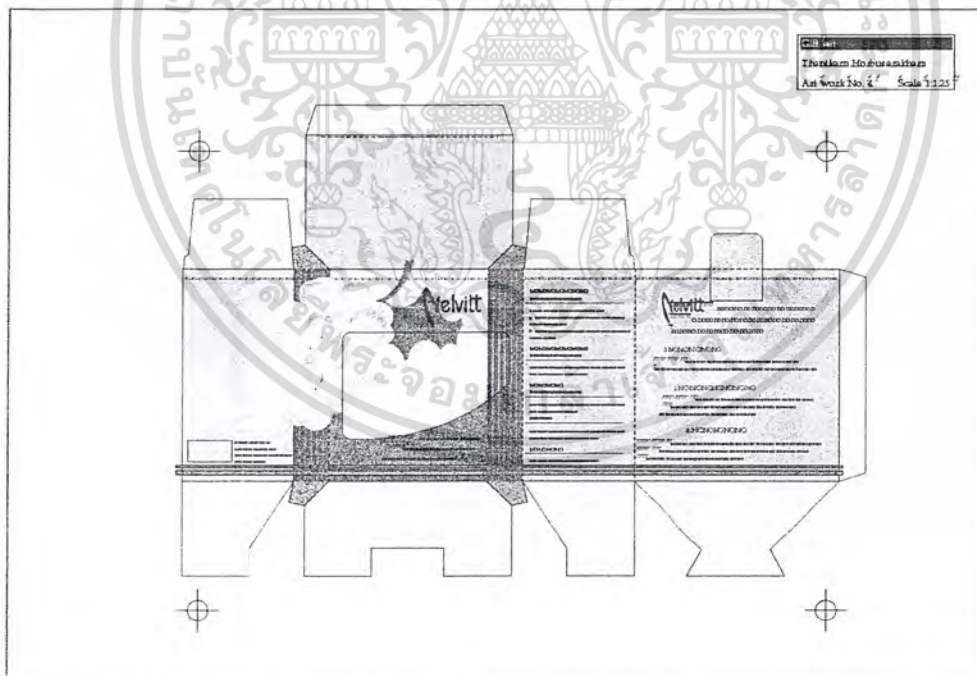


ภาพถ่ายย่ออาร์ตเวิร์ค กล่องสเปรย์ฉีดเล็บ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

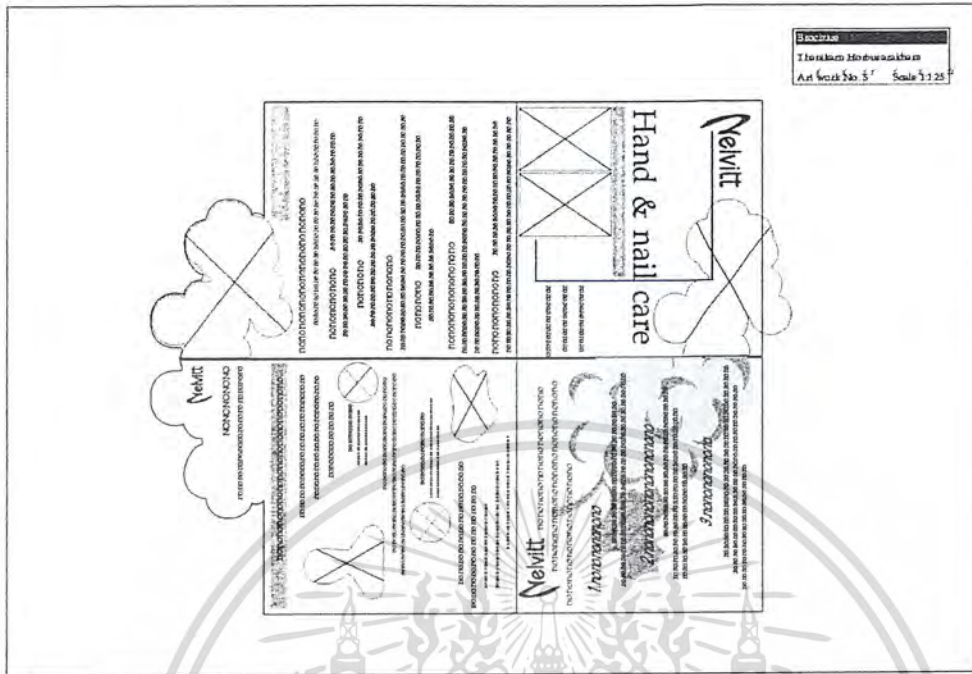


ภาพถ่ายย่ออาร์ตเวิร์ค กล่องน้ำยาล้างเล็บ



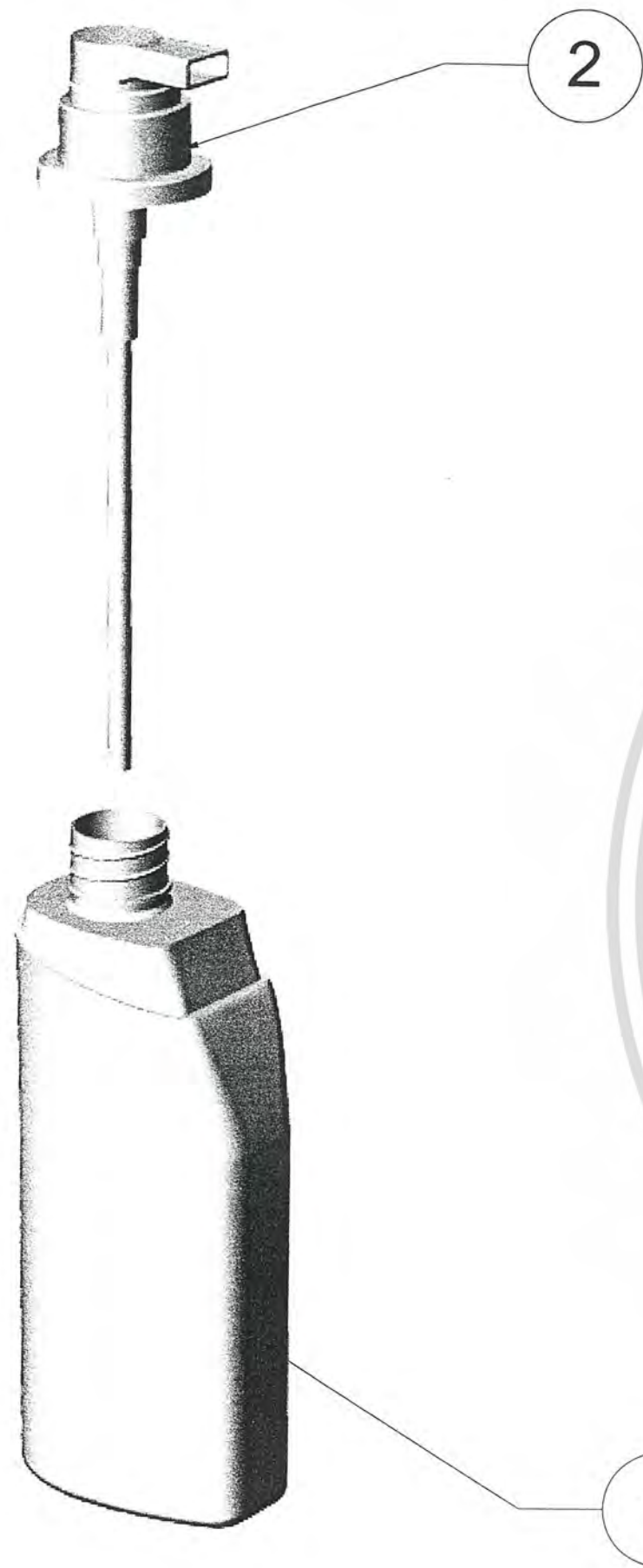
ภาพถ่ายย่ออาร์ตเวิร์ค กล่อง Gift set

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพถ่ายอาร์ตเวิร์ค Brochure

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



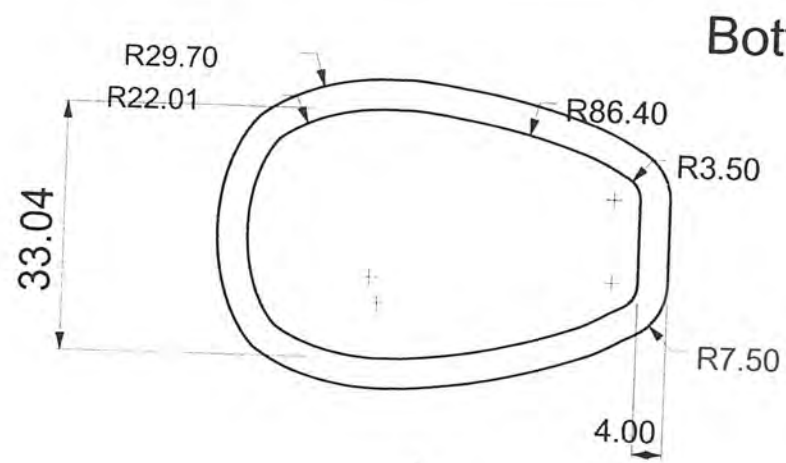
# Specification

No.	Name	Quantity	Material	Process	Colour	Finishing	Remark
1.	Body	1	P.E.	Blow Mold	Purple	Gross	-
2.	Cap	1	P.E.	Injection	Cream	Gross	-

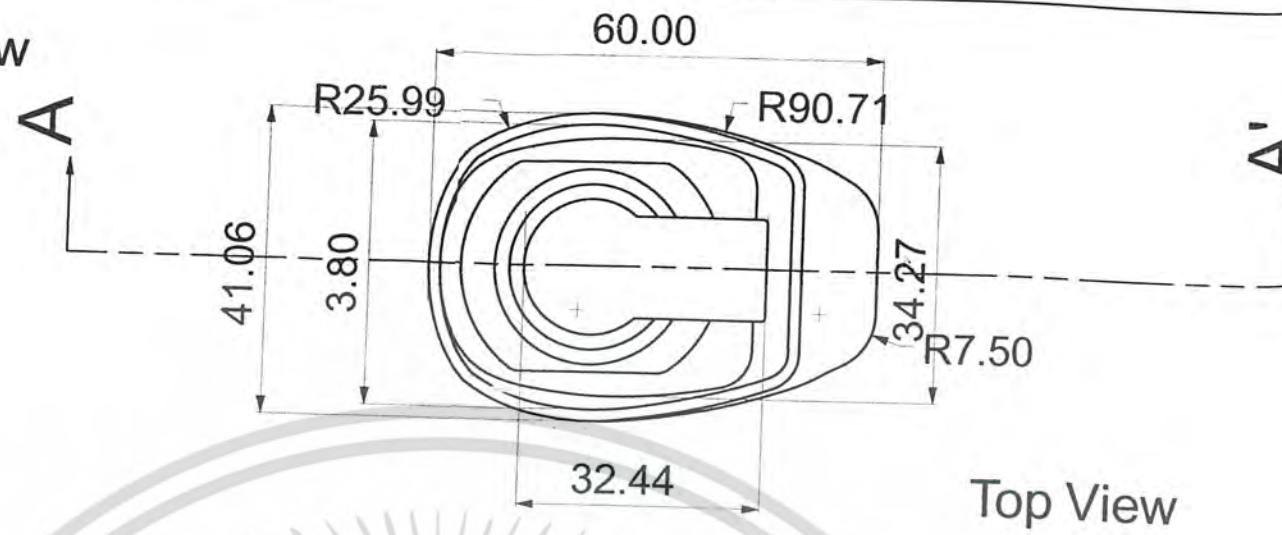
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกกรณี

Scale 1:1  
Unit mm.

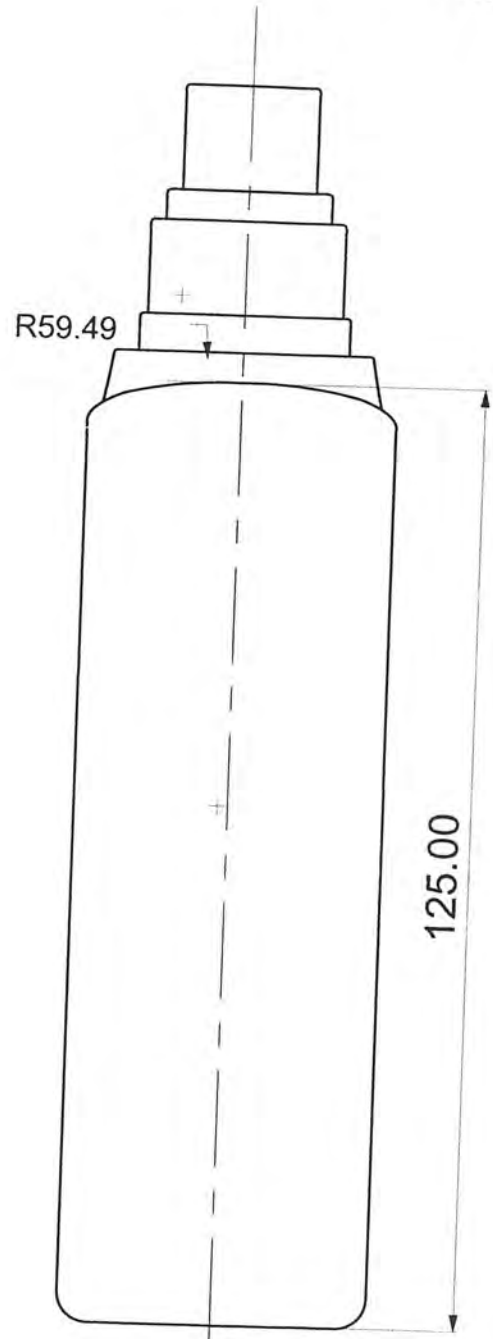
Page No.	Product Number	Product Name
1	1	Hand & Nail Lotion
		Part Name
		Assembly



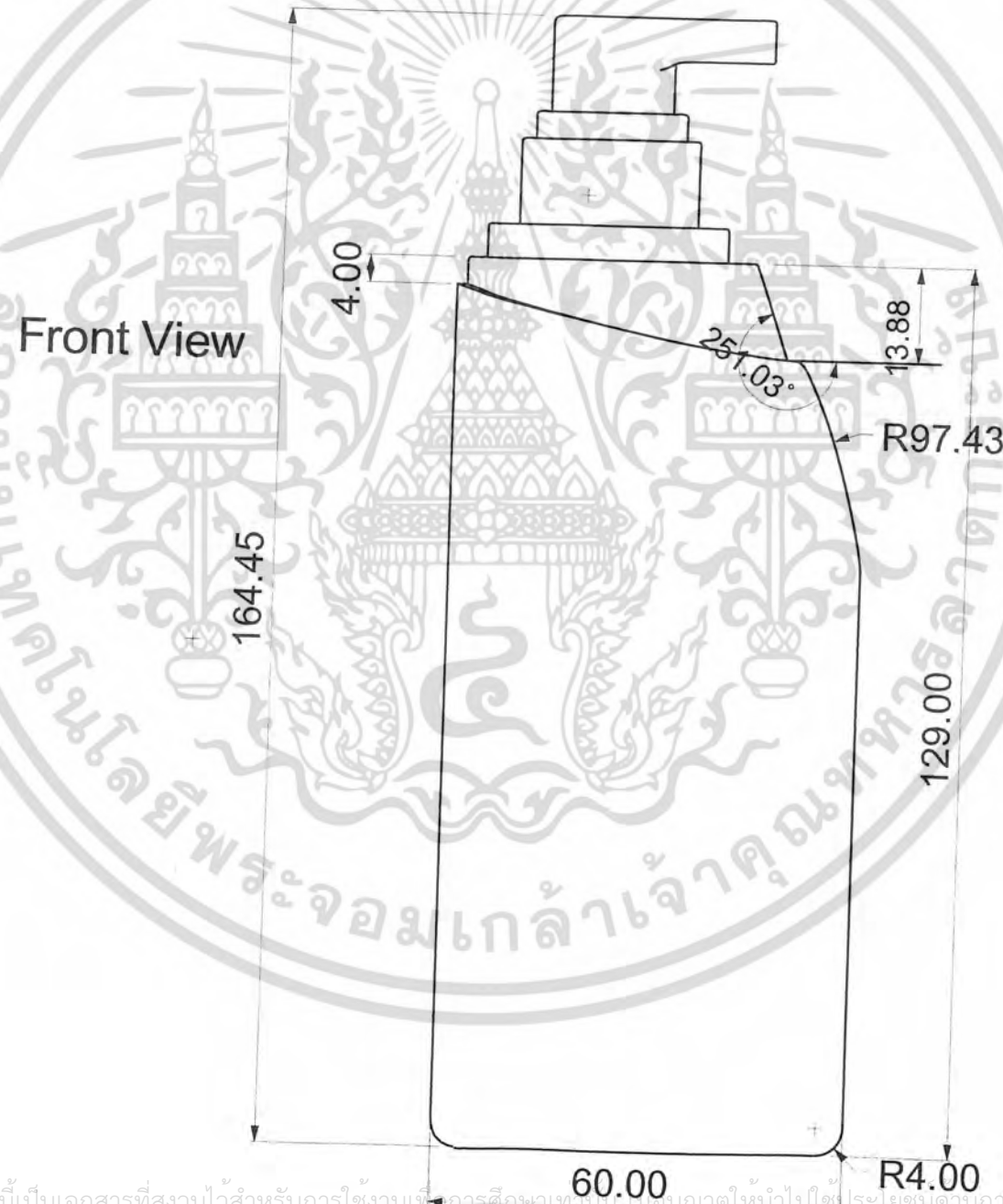
Bottom View



Top View

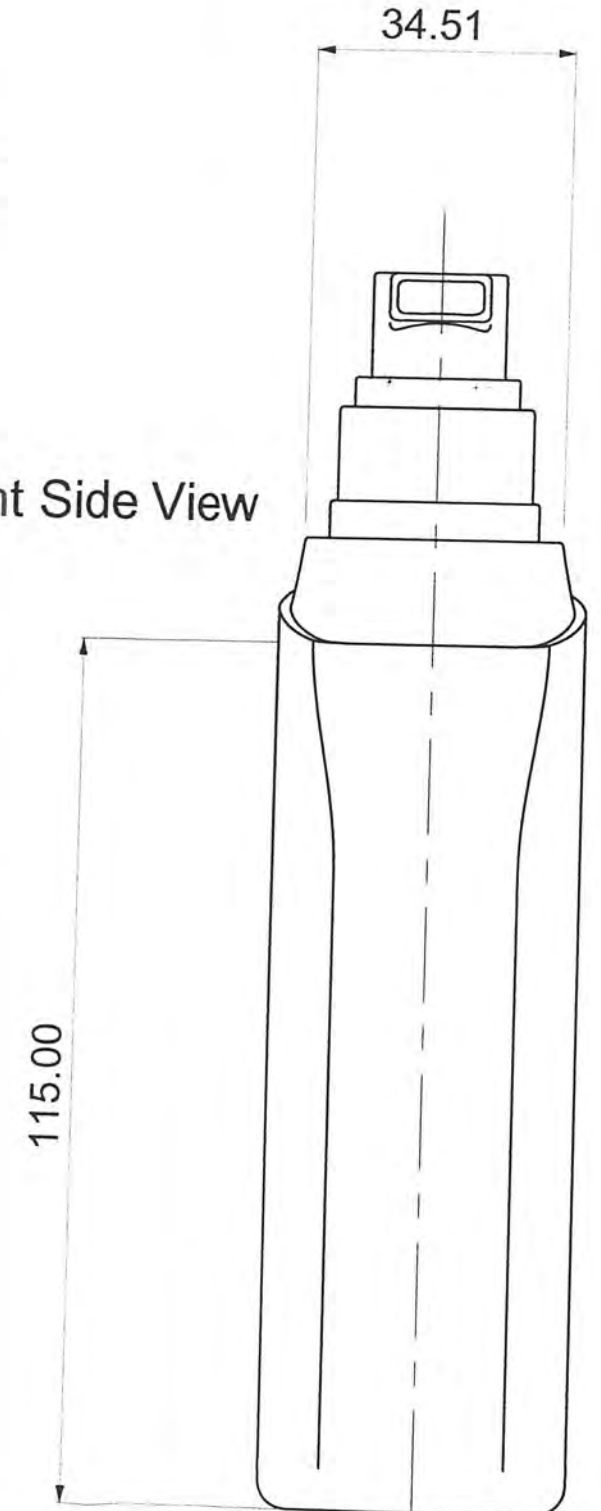


Left Side View



Front View

Right Side View

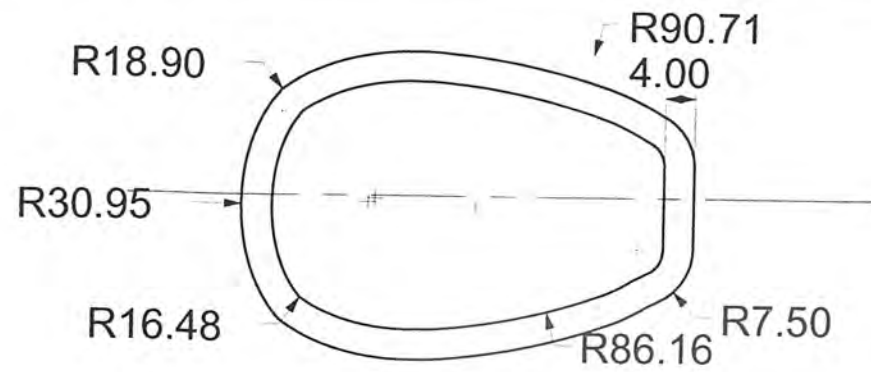


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปประโชยณด้านกา  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกรนำไปใช้

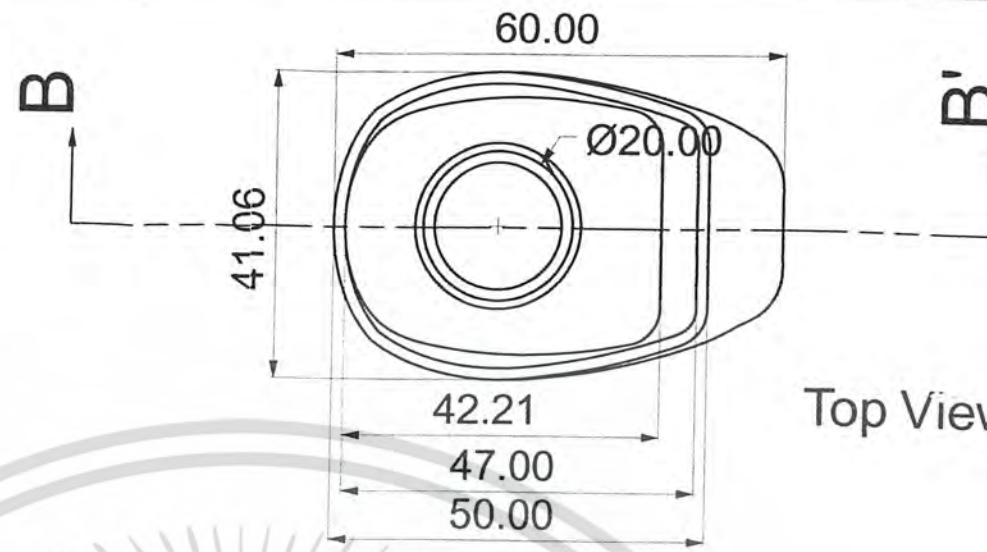
Scale 1:1  
Unit mm.

Page No.	Product Number	Product Name
2	1	Hand & Nail Lotion
		Part Name
		Body & Cap

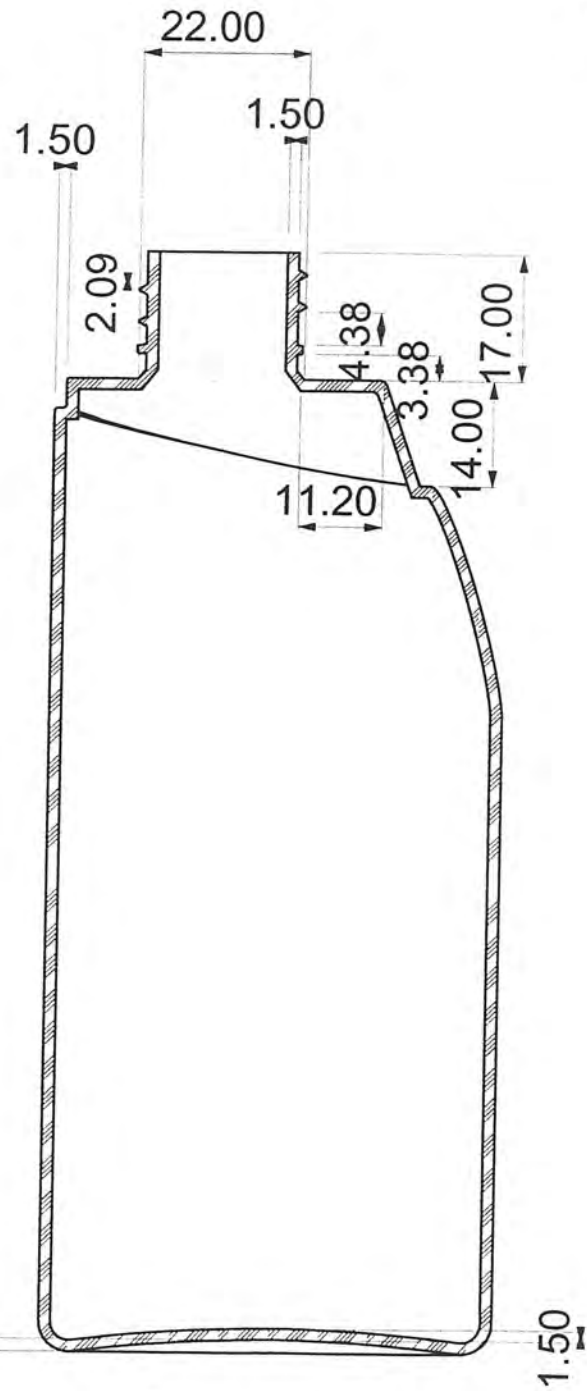
# Part 1



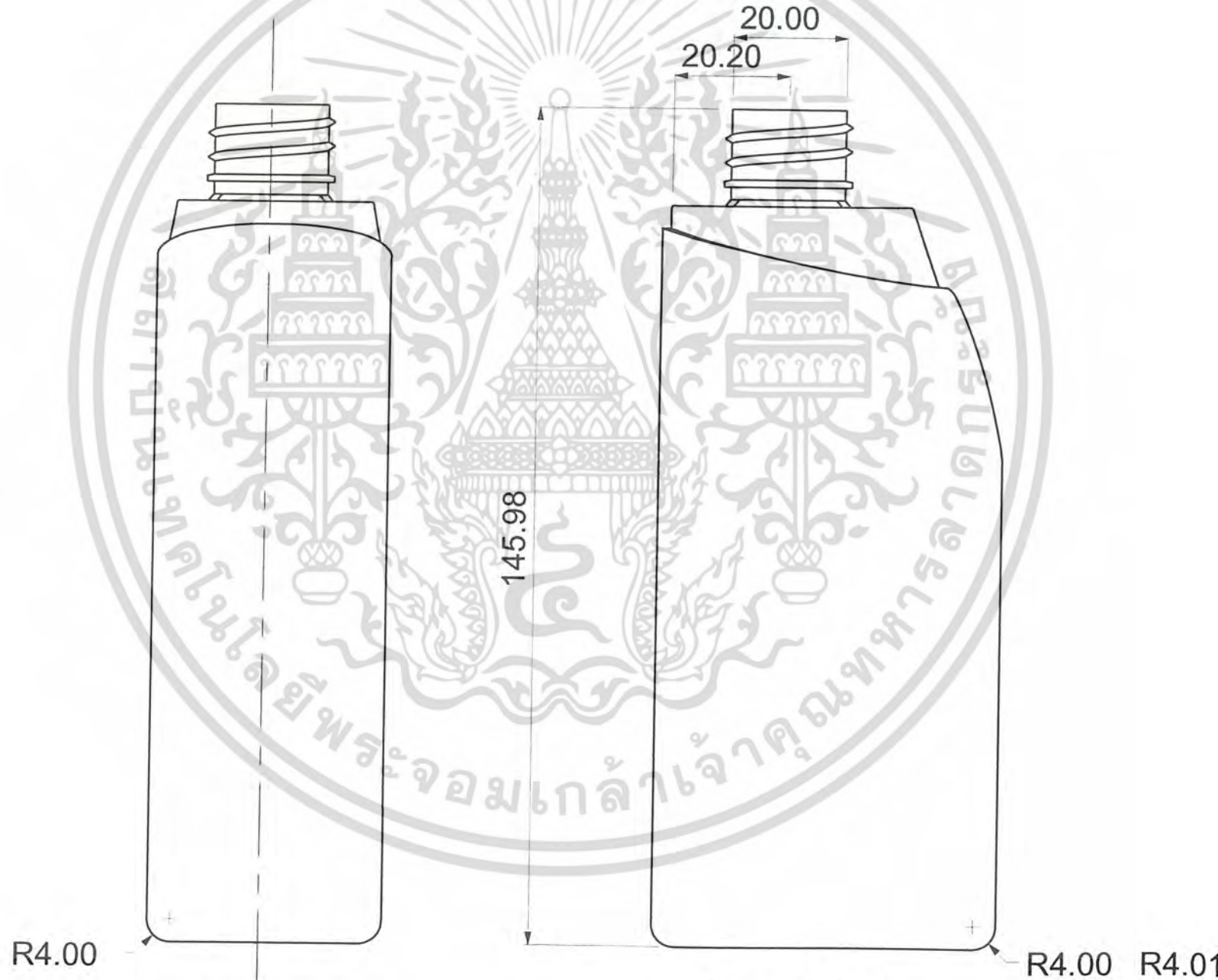
Bottom View



Top View



Section B-B'



Left Side View

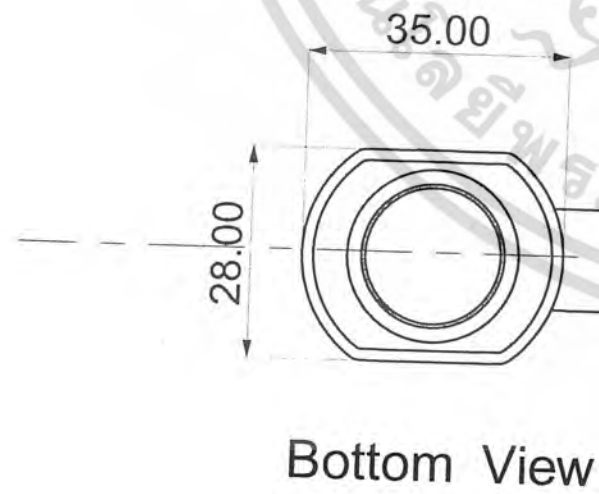
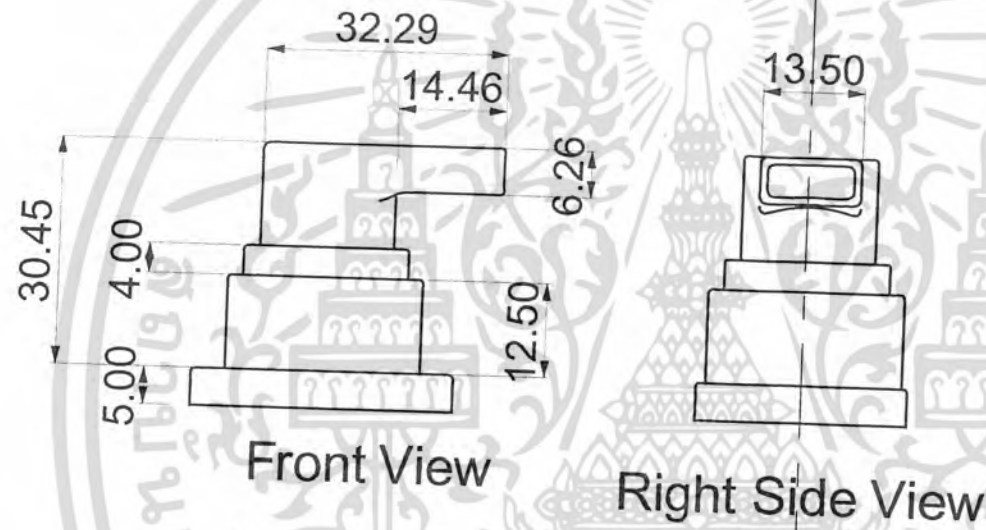
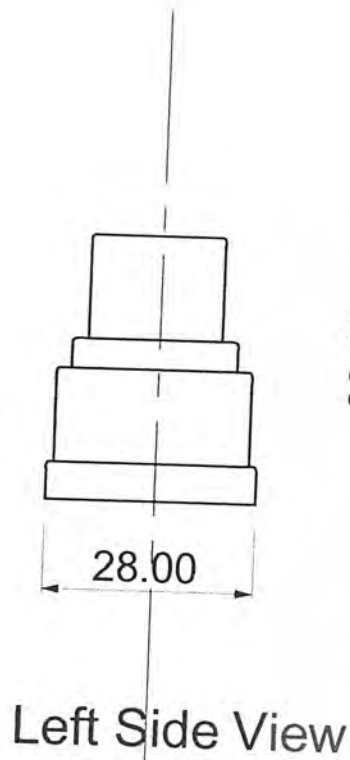
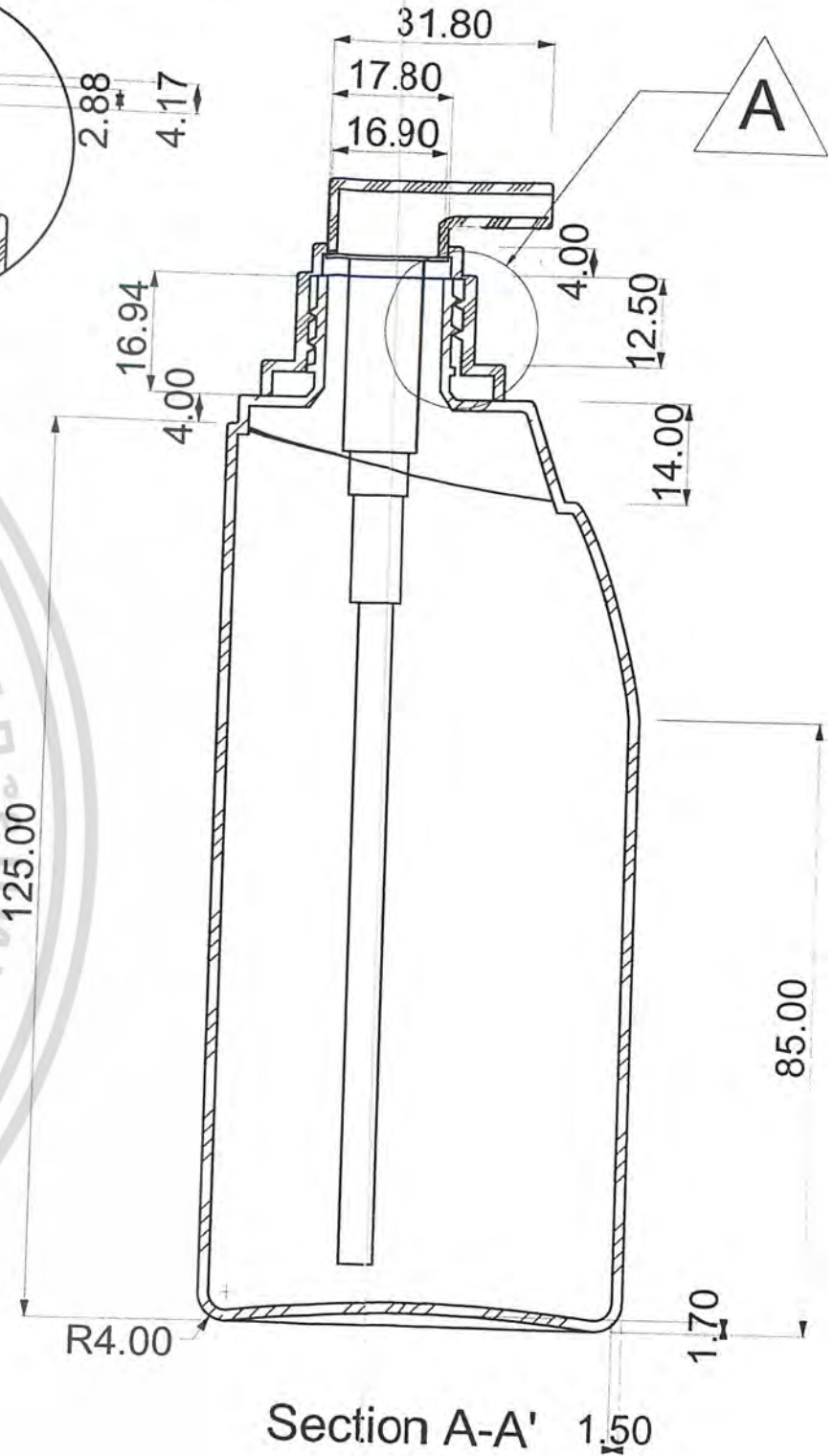
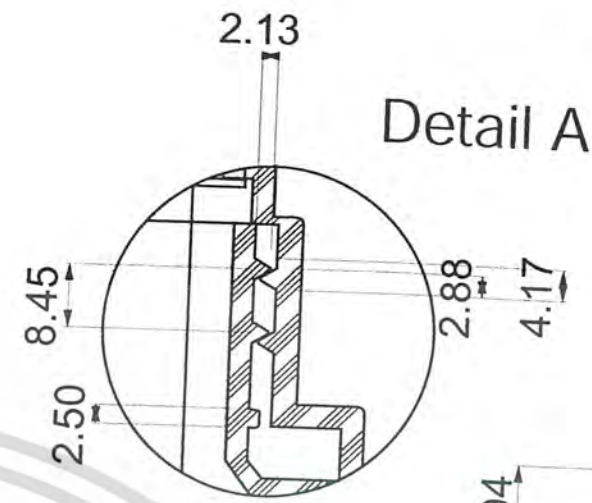
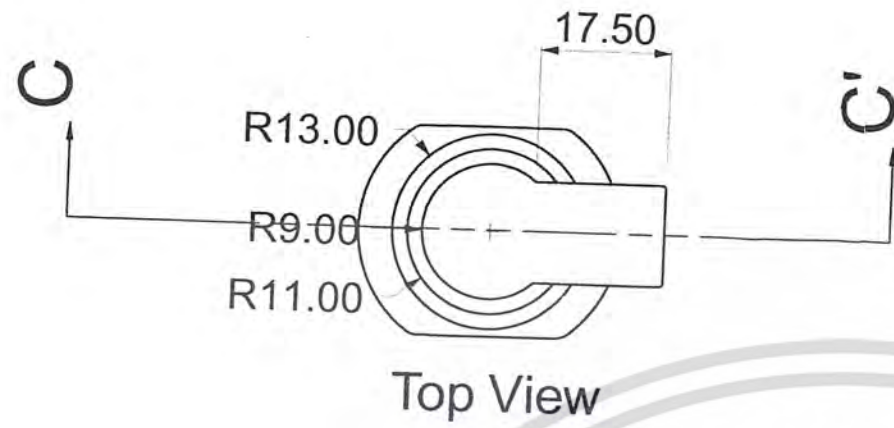
Front View

Right Side View

เอกสารนี้เป็นเอกสารของบริษัทฯ ใช้สำหรับการเรียนการสอนเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสาร  
 Scale 1:1  
 Unit mm.

Page No.	Product Number	Product Name
<b>3</b>	1	Hand & Nail Lotion
		Part Name
		Body

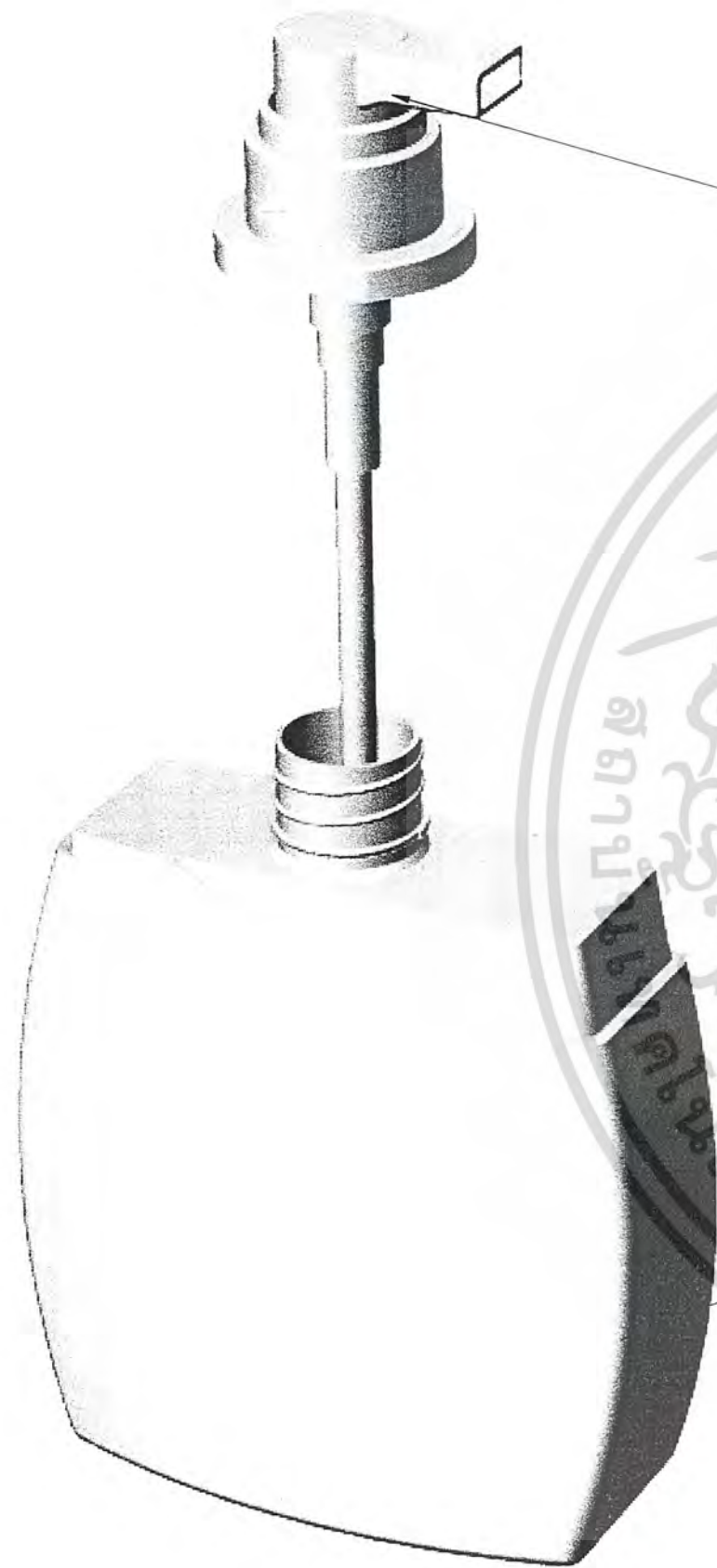
# Part 2



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการศึกษา  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสาร

Scale 1:1  
Unit mm.

Page No.	Product Number	Product Name
4	1	Hand & Nail Lotion
		Part Name
		Cap & Overall Section



## Specification

No.	Name	Quantity	Material	Process	Colour	Finishing	Remark
1.	Body	1	P.E.	Blow Mold	Pink	Transparent	-
2.	Cap	1	P.E.	Injection	Cream	Gross	-

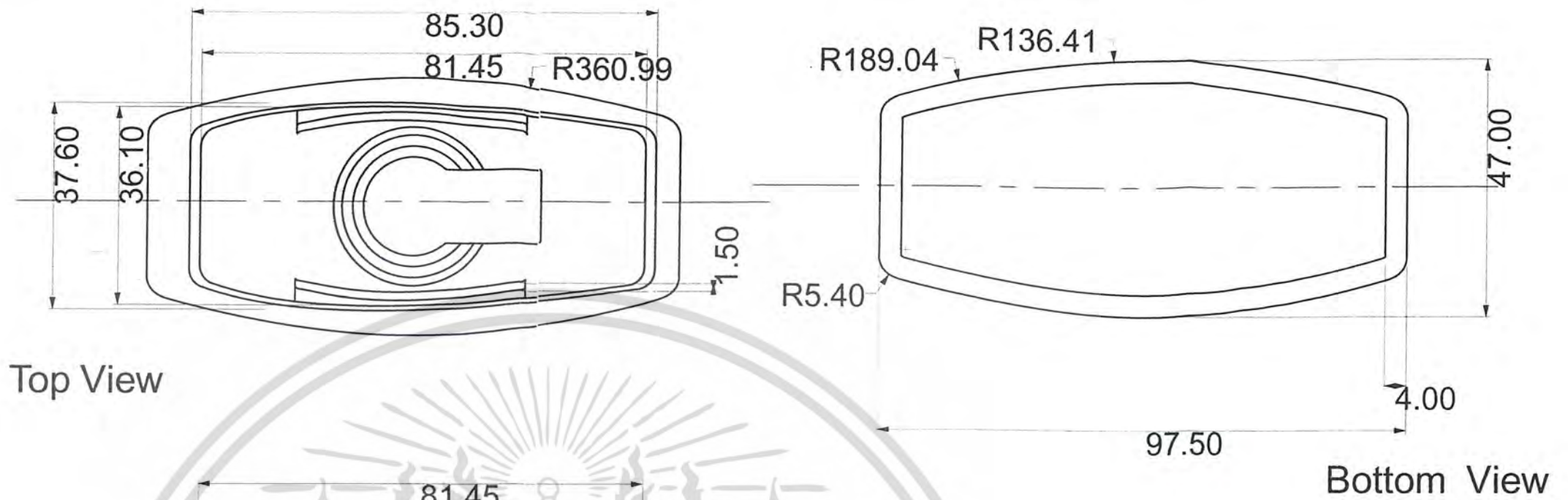
\* Part 2 Is shown detail in Product No.1.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสาร

Scale 1:1

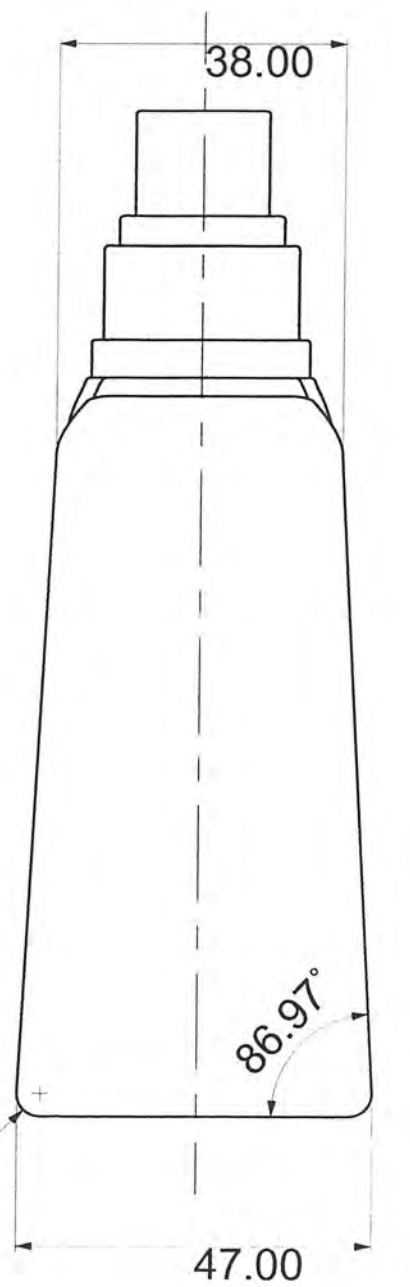
Unit mm.

Page No. <b>5</b>	Product Number	Product Name
	<b>2</b>	<b>Hand Wash</b>
	Part Name	
<b>Assembly</b>		

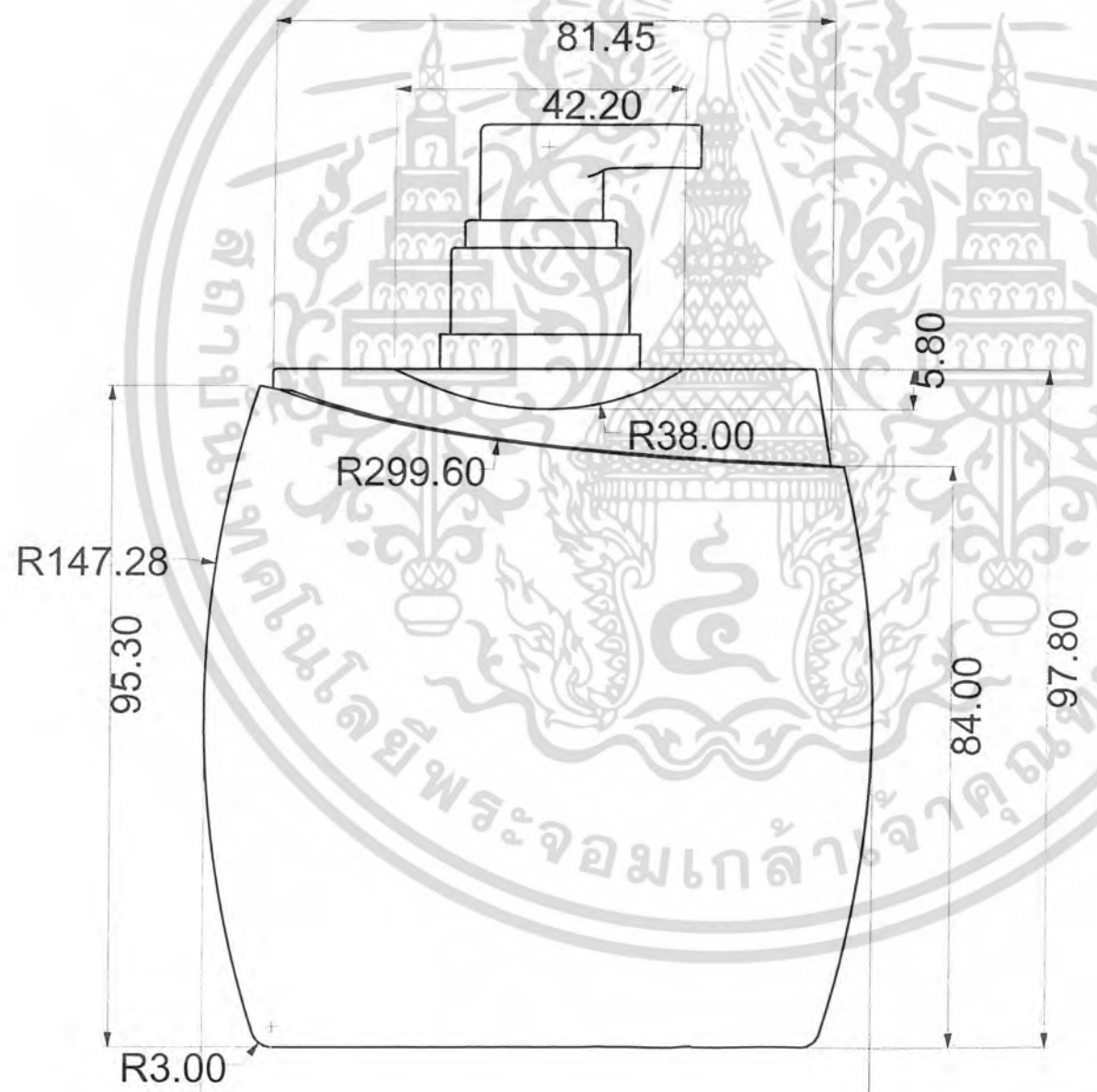


Top View

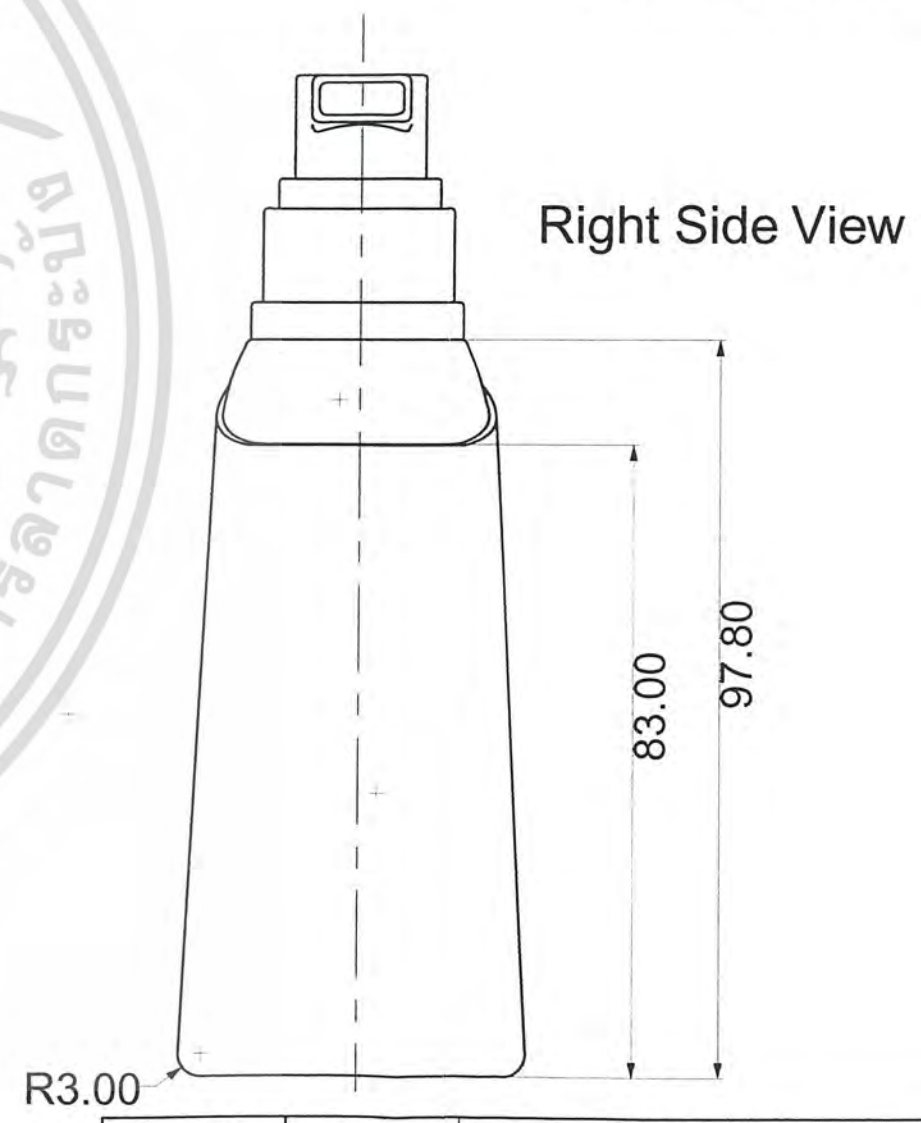
Bottom View



Left Side View



Front View



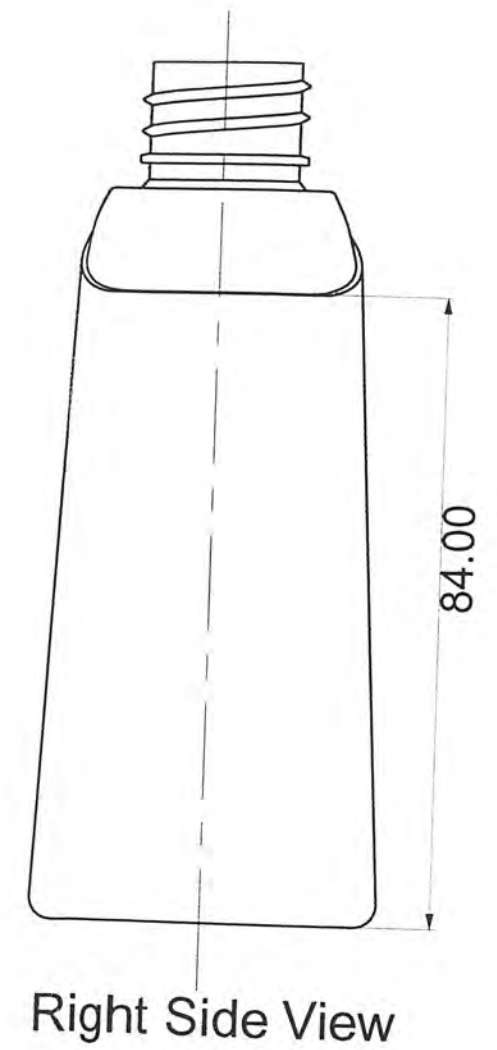
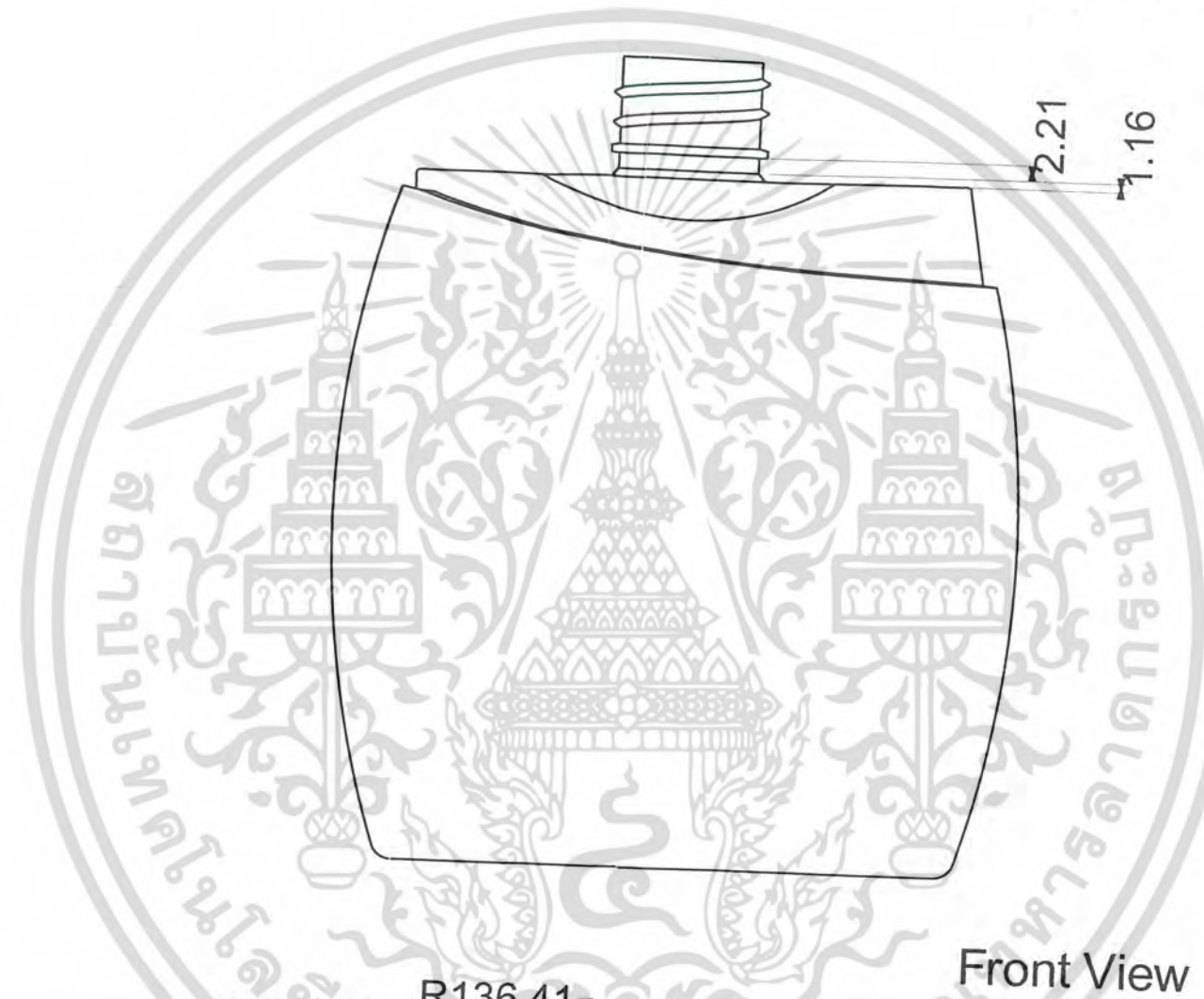
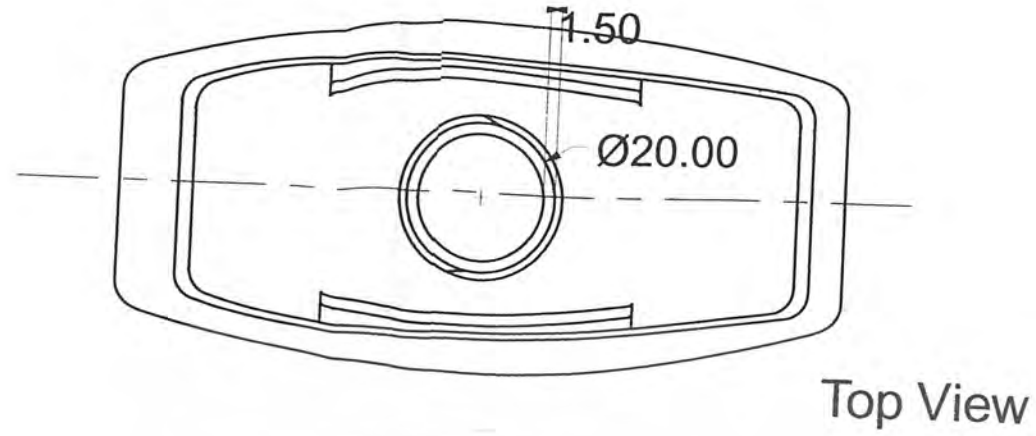
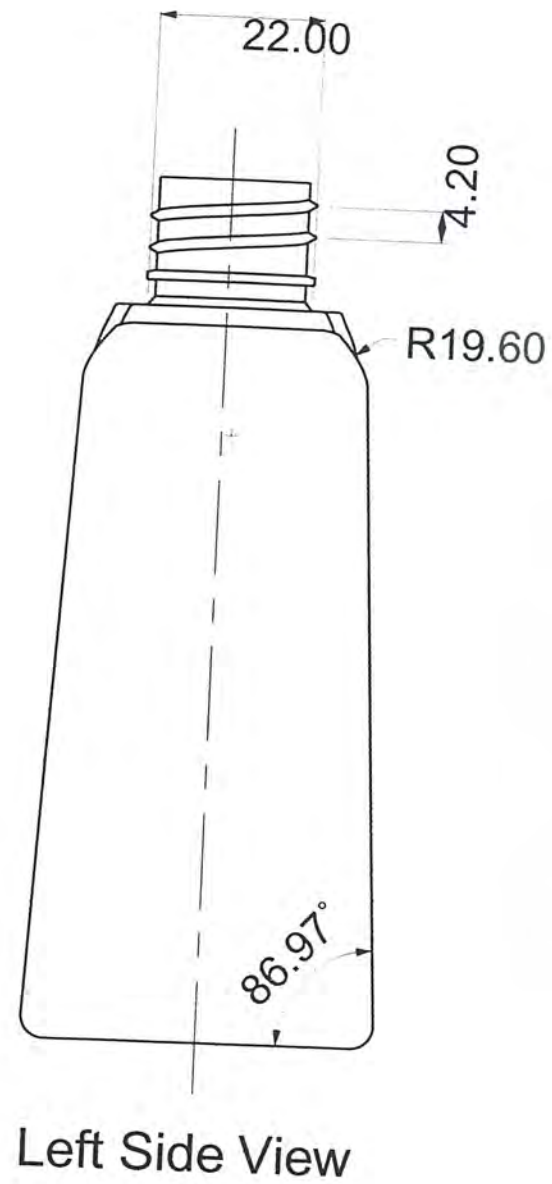
Right Side View

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการศึกษา  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้เผยแพร่เนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Scale 1:1  
Unit mm.

Page No.	Product Number	Product Name
6	2	Hand Wash
		Part Name
		Body & Cap

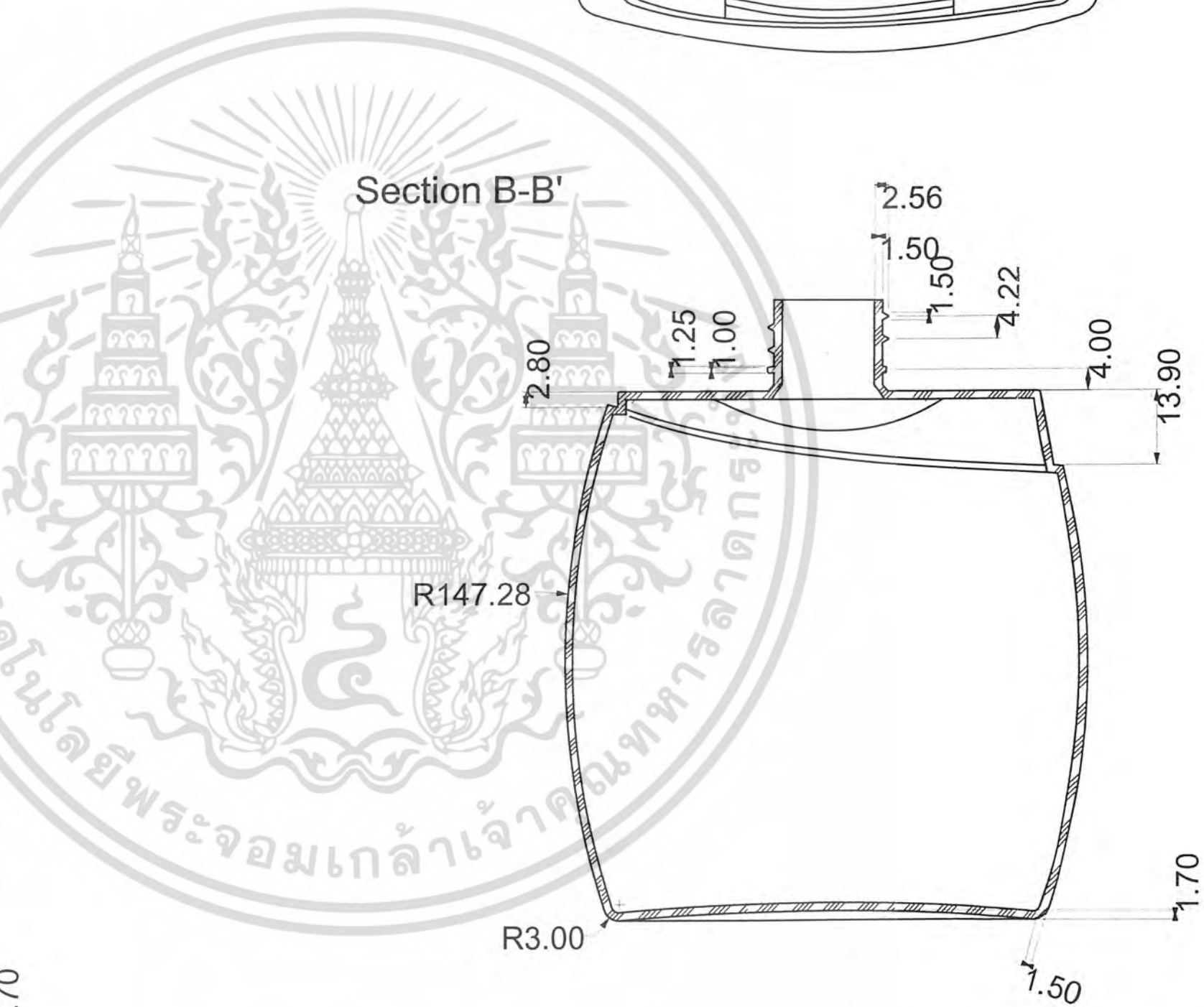
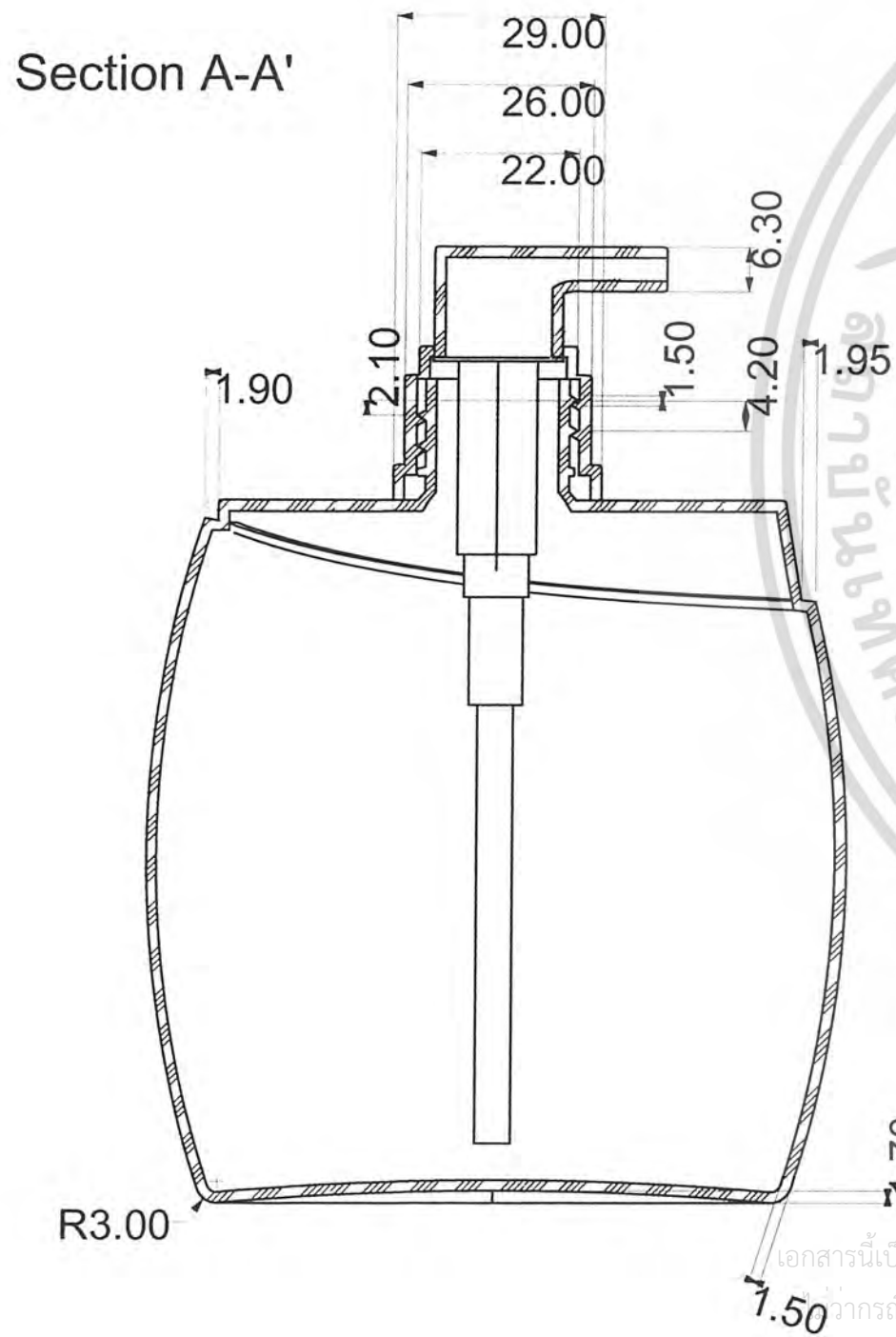
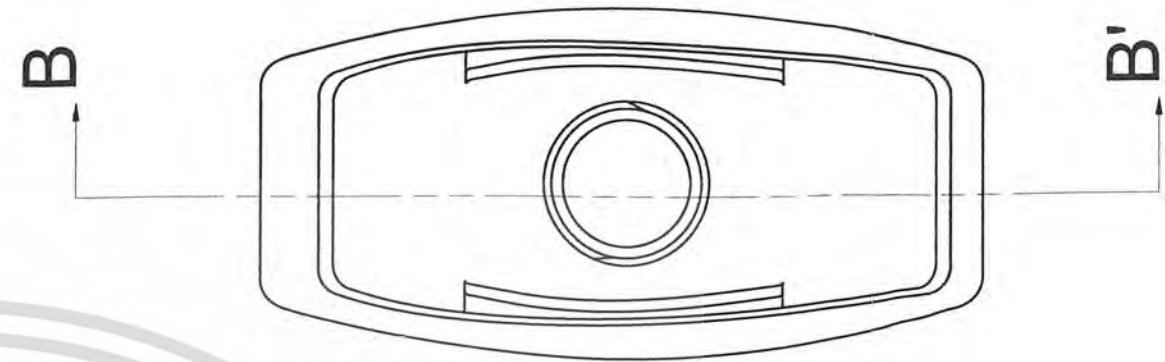
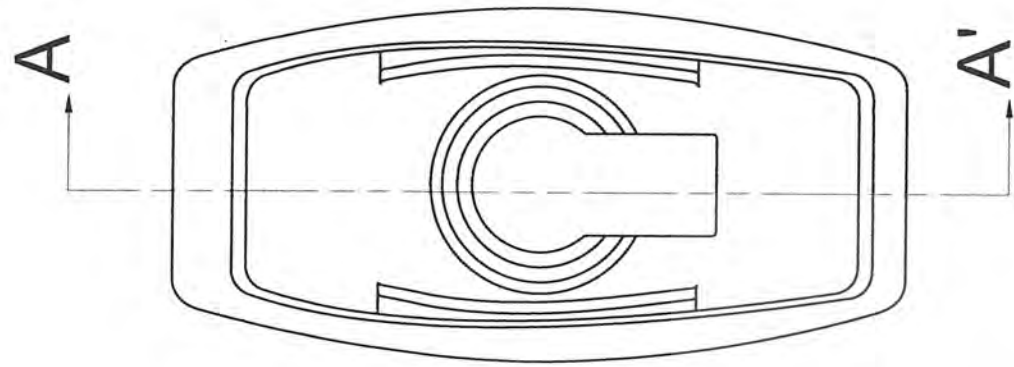
# Part 1



Scale 1:1  
Unit mm.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Page No.	Product Number	Product Name
7	2	Hand Washion
		Part Name
		Body



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 วิศวกรรมใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสาร

Scale 1:1  
 Unit mm.

Page No.	Product Number	Product Name
8	2	Hand Wash
		Part Name
		Section



## Specification

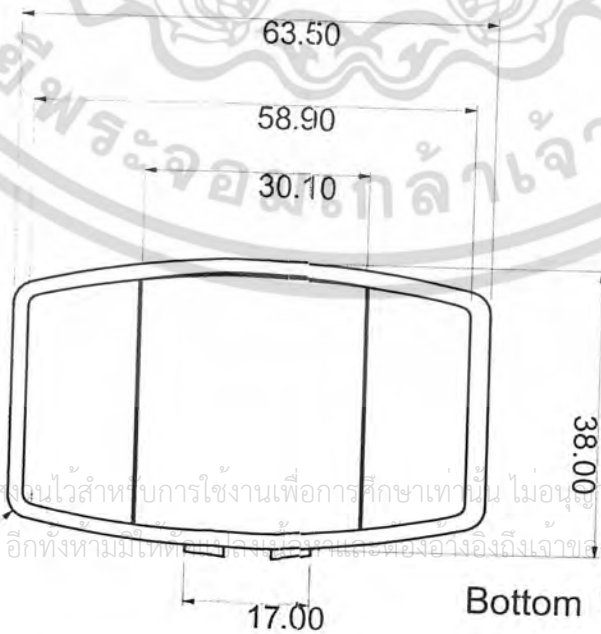
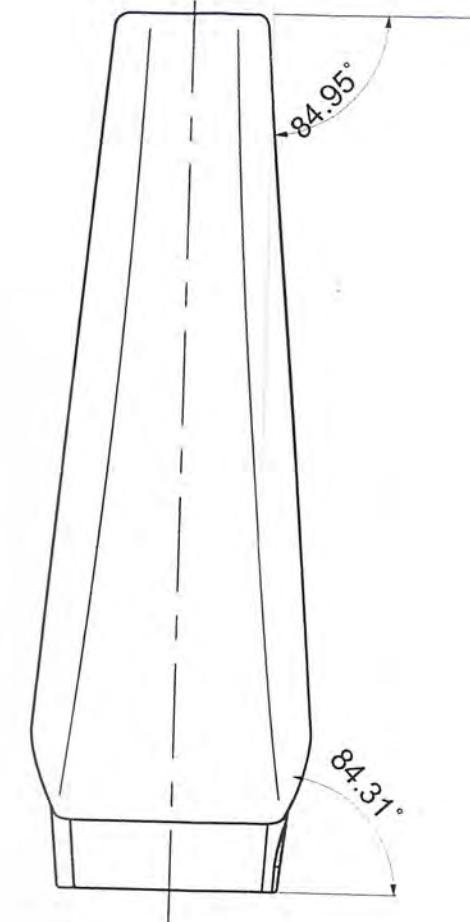
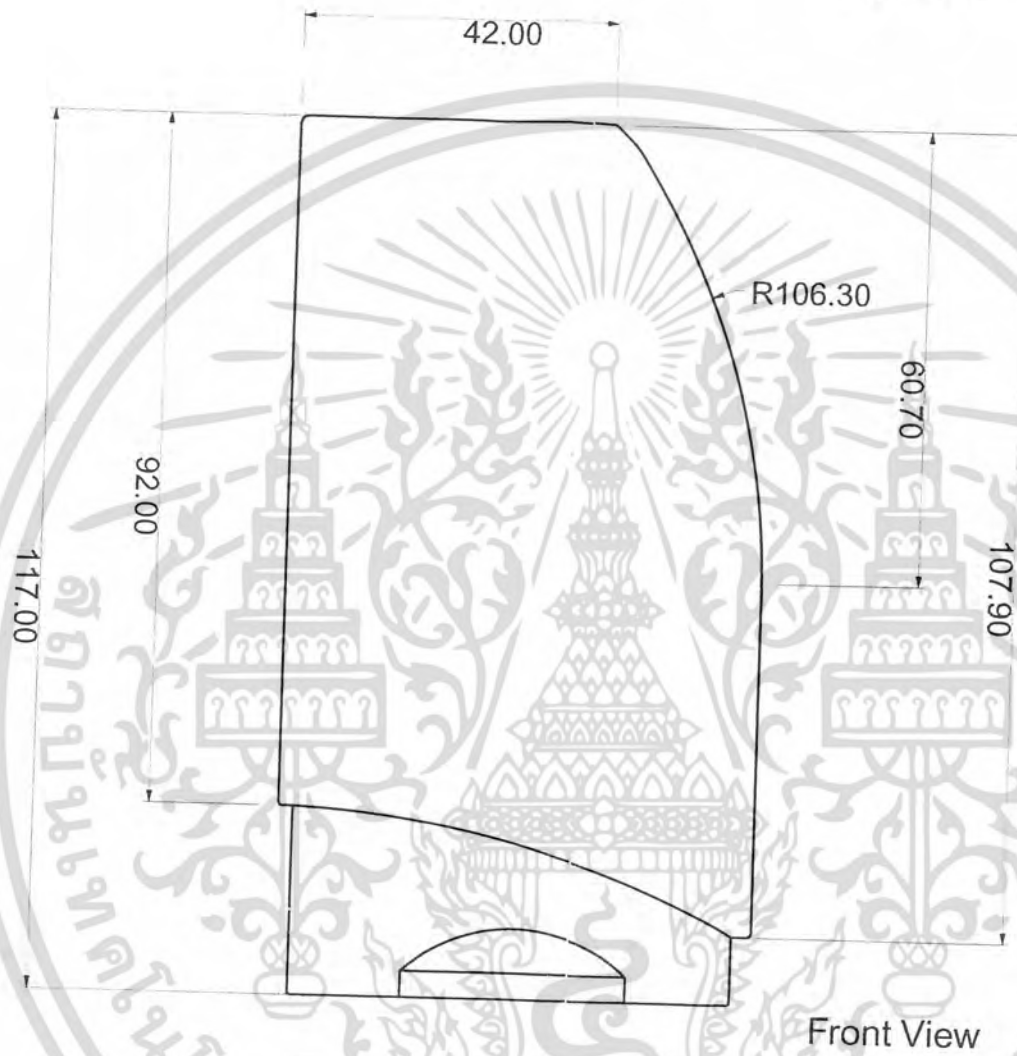
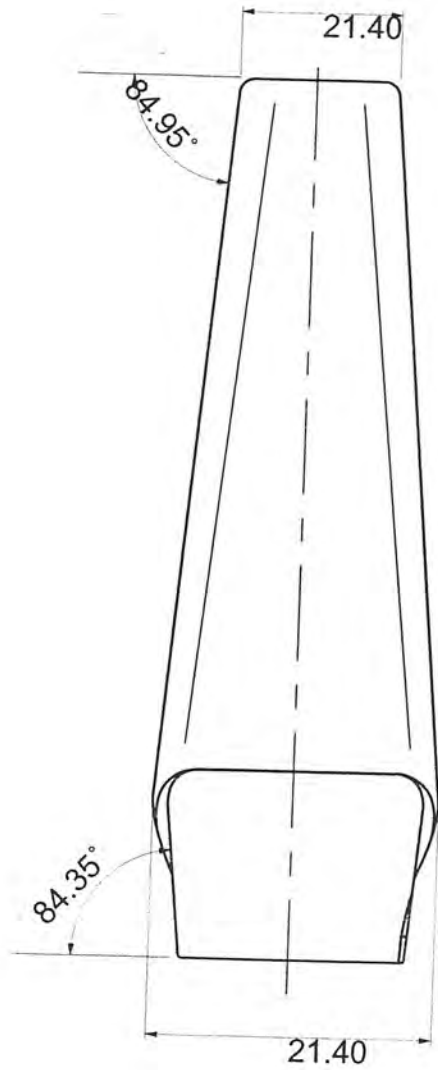
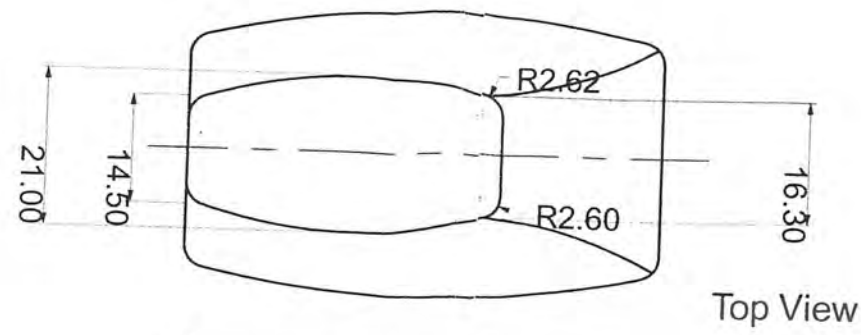
No.	Name	Quantity	Material	Process	Colour	Finishing	Remark
1.	Body	1	P.E.	Blow Mold	Purple	Gross	-
2.	Cap	1	P.E.	Injection	Dark Gray	Gross	-

Scale 1:1

Unit mm.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<b>9</b>	Page No.	Product Number	Product Name
		3	Hand & Nail Lotion
			Part Name
			Assembly

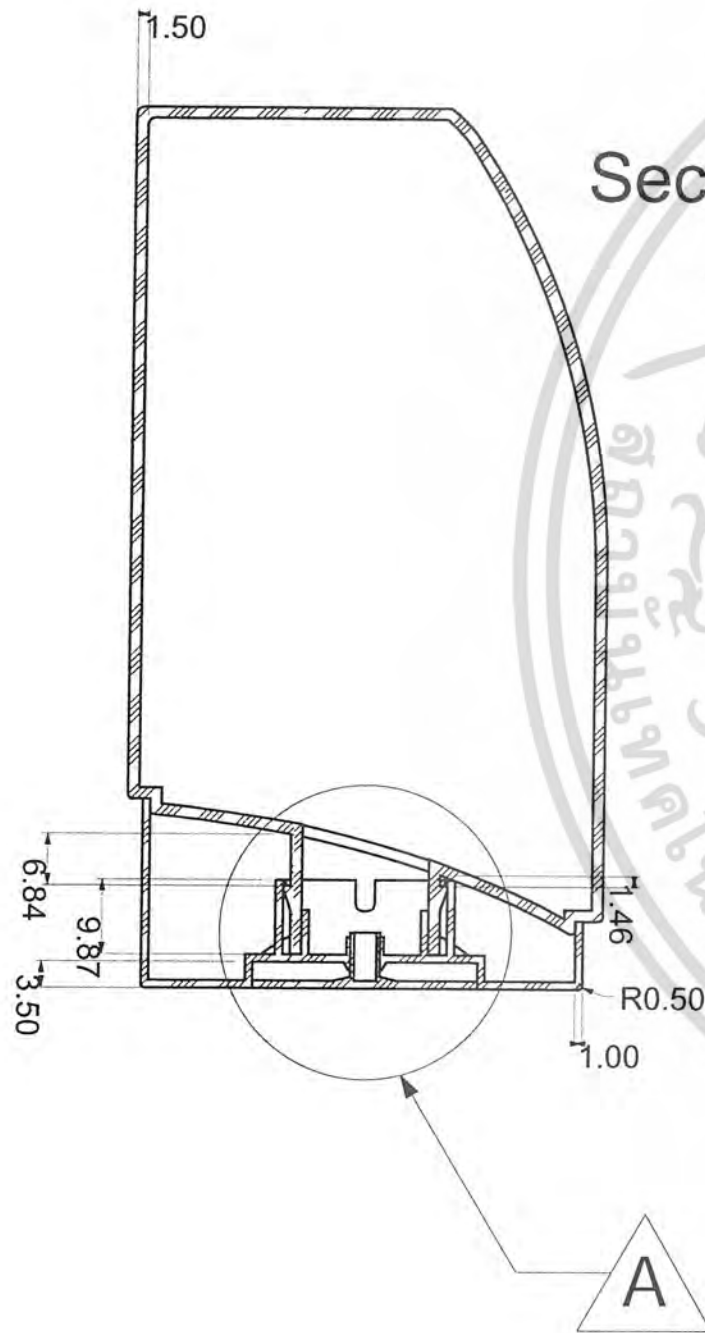
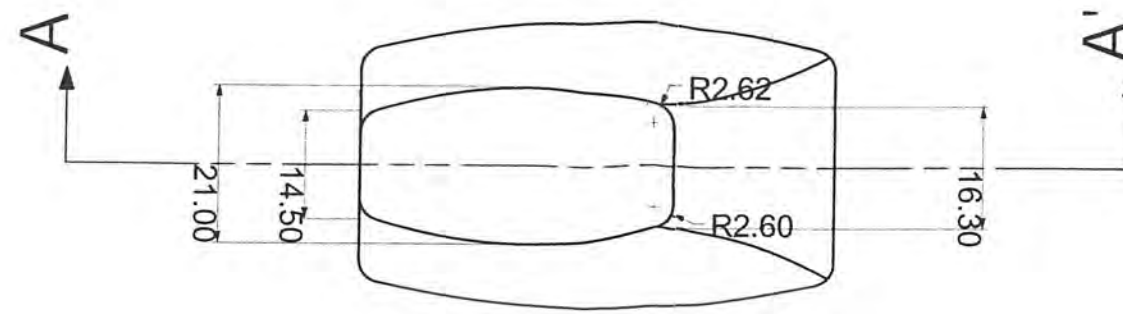


Scale 1:1

Unit mm.

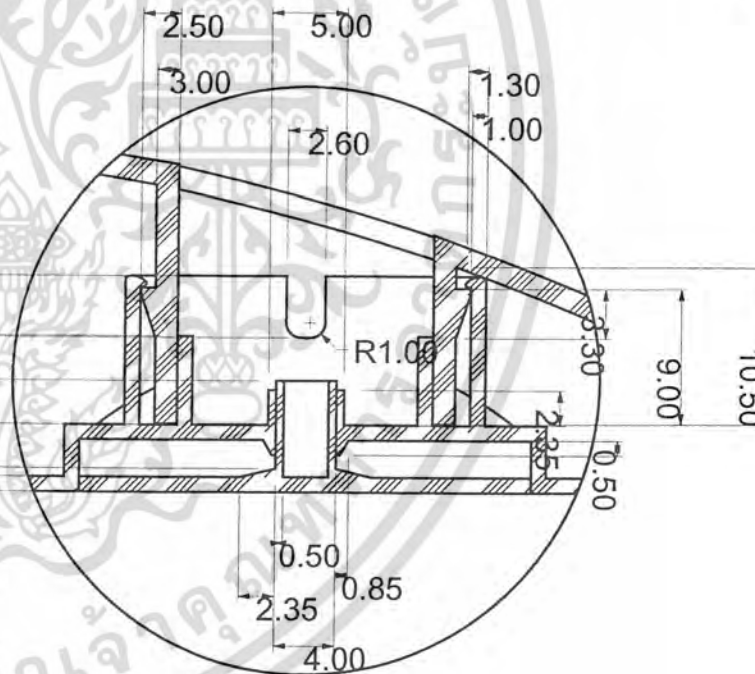
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านอื่นๆ  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุฟ้องร้องและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Page No.	Product Number	Product Name
10	3	Hand & Nail Lotion
		Part Name
		Body & Cap



Section A-A'

Detail A

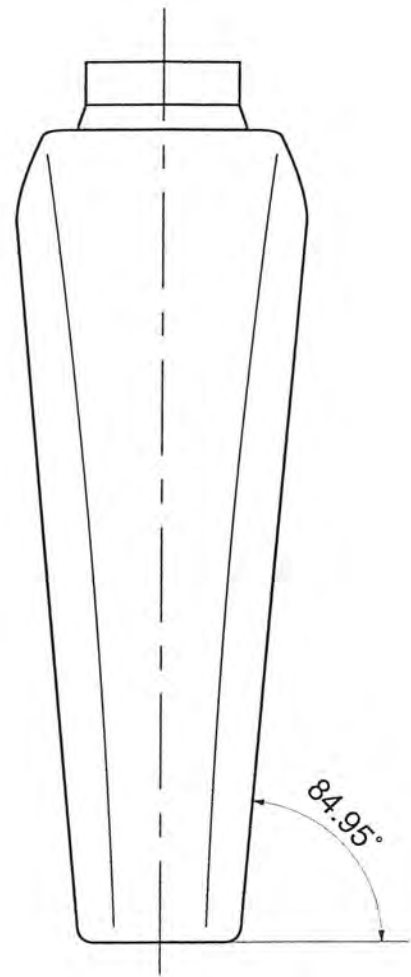


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารให้นำไปใช้

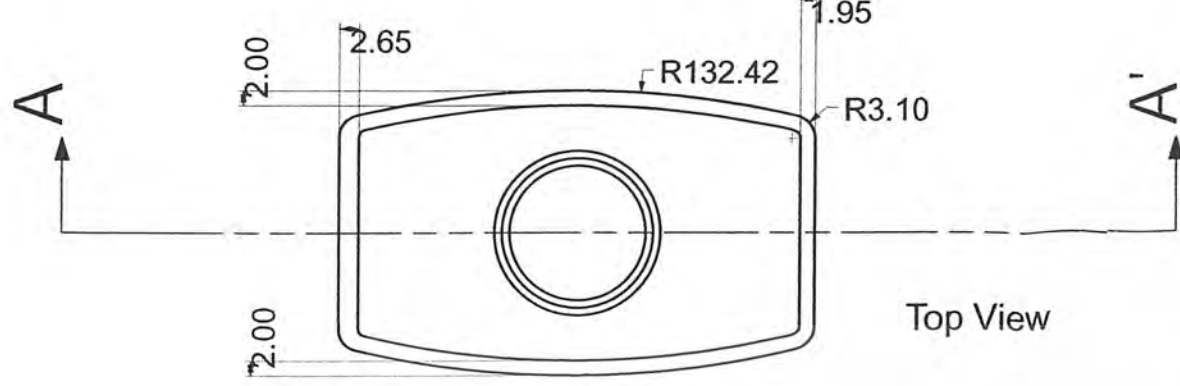
Scale 1:1

Unit mm.

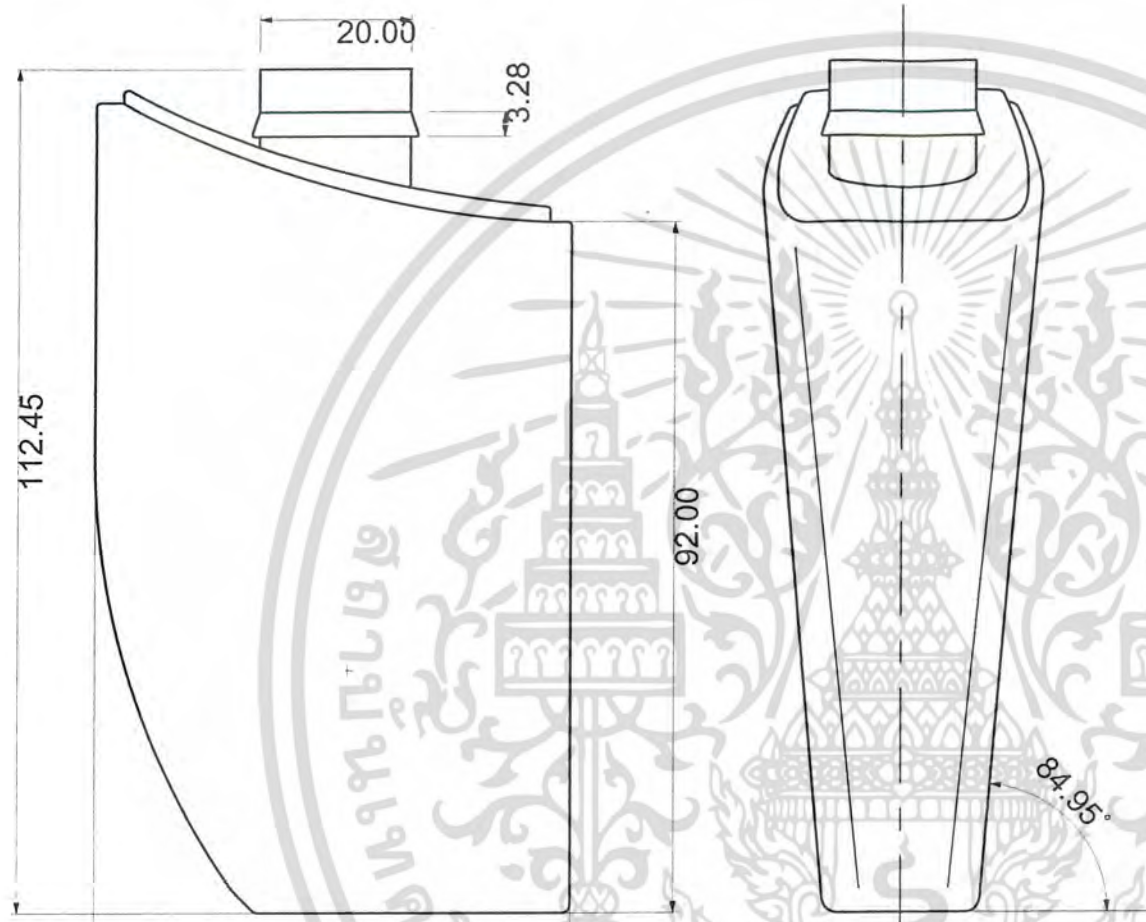
Page No.	Product Number	Product Name
11	3	Hand & Nail Lotion
	Part Name	
	Overall Section	



Left Side View

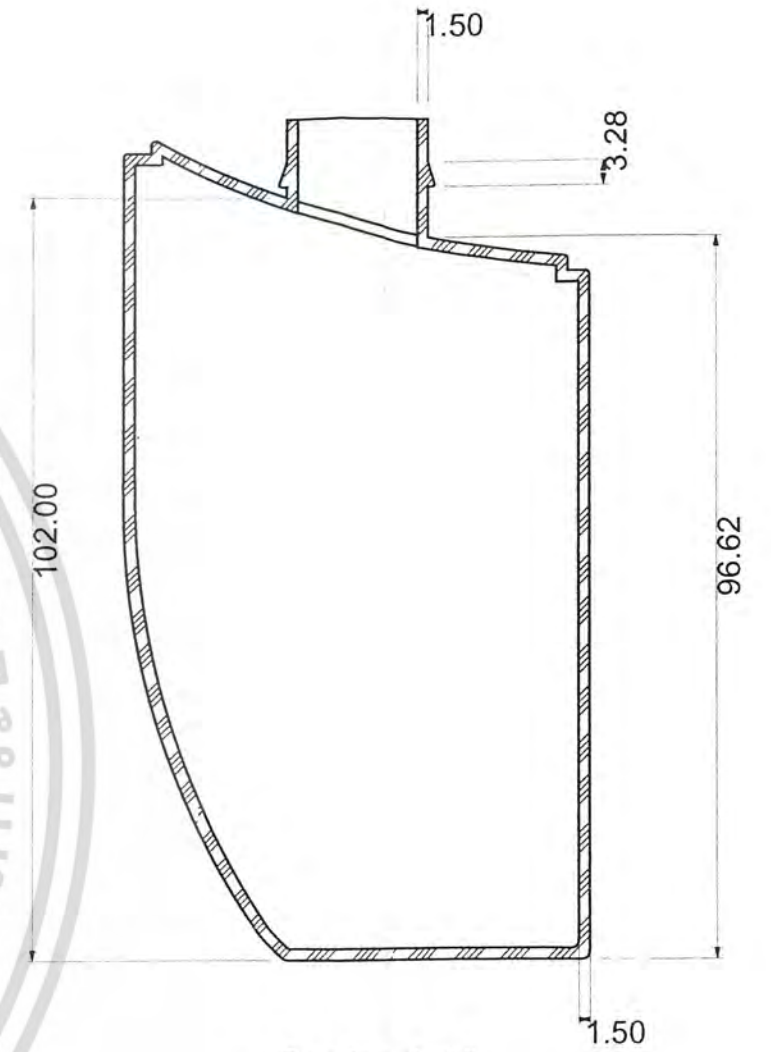


Top View

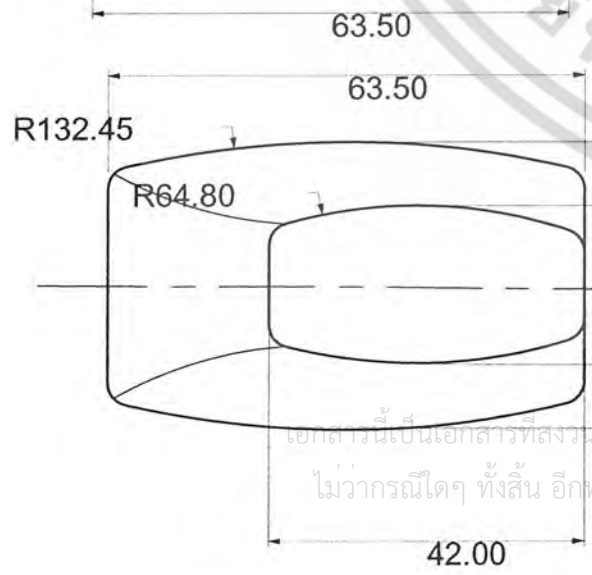


Front View

Right Side View



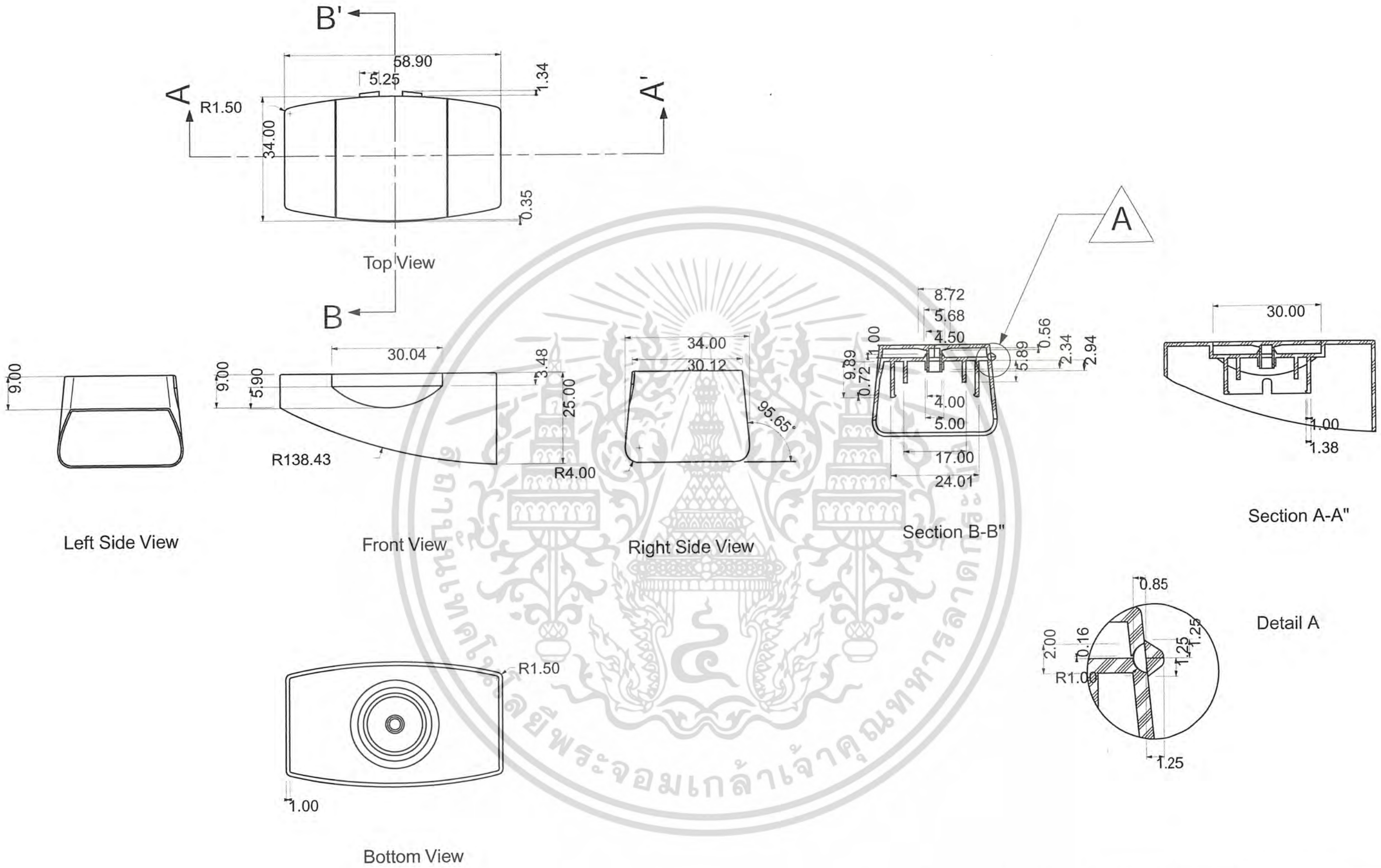
Section A-A"



Bottom View

Scale 1:1  
Unit mm.

Page No.	Product Number	Product Name
12	3	Hand & Nail Lotion
		Part Name
		Body



Scale 1:1

Unit mm.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Page No.	Product Number	Product Name
13	3	Hand & Nail Lotion
		Part Name
		Cap



## บทที่ 5 บทสรุป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 5.1 สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะของนักศึกษา

เมื่อขั้นตอนการทำงานได้เสร็จสิ้นลง จึงควรมีการประเมินผลการทำงานนับเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อให้ทราบถึงข้อดีข้อเสียและปัญหาที่เกิดขึ้น อีกทั้งเพื่อเป็นตัวอย่างกรณีศึกษาสำหรับรุ่นหลังต่อไป

### สรุปผลการออกแบบ

1. การออกแบบทางด้านโครงสร้างขวดสามารถตอบสนองเงื่อนไขที่ตั้งไว้ได้ รูปแบบมีบุคลิกแล้วมีความสวยงามดึงดูดใจผู้บริโภคและรักษาความเป็นเอกลักษณ์ร่วมกันได้ดี
2. ภาพรวมของงานพัฒนาดีขึ้น
3. การออกแบบทางด้านกราฟฟิกของผลิตภัณฑ์โดยรวม ยังมีลักษณะแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มที่แยกกัน คือกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีกราฟฟิกรูปธงเป็นหลัก และกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีเส้นแนวตั้งรวมกับรูปธง (กล่องบรรจุภัณฑ์และ Accessory ต่างๆ) เป็นหลัก ทำให้ความเป็นเอกลักษณ์ร่วมหายไปบ้าง

### ข้อเสนอแนะของนักศึกษา

จากการทำงานทั้งหมดที่ผ่านมาพบว่า สิ่งสำคัญที่สุดในการทำวิทยานิพนธ์นี้คือ การจัดระบบการทำงานและขั้นตอนในการนำเสนองาน ซึ่งยังมีข้อบกพร่องอยู่มาก นักศึกษาผู้ทำวิทยานิพนธ์ควรให้ความสำคัญตรงจุดนี้ เพราะถึงแม้เราจะมีข้อมูลอยู่มากมายแต่อาจไม่เป็นประโยชน์เลยถ้าขาดการวิเคราะห์และวิธีการนำเสนออย่างเข้าใจ

ดังนั้นการใช้เวลาเตรียมตัวและจัดระบบความคิดการนำเสนอเพื่อให้ผู้รู้สามารถเข้าใจถึงที่มาที่ไปของงานให้ได้นับเป็นสิ่งสำคัญ และการทำงานก็จะเป็นไปได้โดยสะดวก

ในการหาหัวข้อการทำวิทยานิพนธ์ออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยส่วนตัวของผู้จัดทำมีความเห็นว่า หัวข้อในการทำงานนั้นเริ่มหาได้ยากขึ้นทุกปี ทำให้บางคนที่มีความสามารถทางด้านงานออกแบบพลาดหวังจากการเสนอหัวข้อวิทยานิพนธ์ จึงอยากขอความกรุณาให้อาจารย์ในกลุ่มวิชาได้พิจารณาตรงจุดนี้ด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**5.2 สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการ**  
จากการแก้ไขงานขั้นสุดท้ายอาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์ได้ให้ข้อเสนอแนะโดยรวม ดังนี้

1. ภาพงานโดยรวมทั้งแผ่นนำเสนองานและโมเดลดู Soft เกินไป ทำให้การนำเสนองานขาดความโดดเด่นเท่าที่ควร ควรให้แผ่นนำเสนองานมีสีสันเพื่อผลักดันให้งานมีความน่าสนใจขึ้น
2. การใช้โลโก้ที่เป็นสีเงิน ช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้ แต่ต้องระวังไม่ให้สีเงินดูกลมกลืนไปกับผลิตภัณฑ์จนเกินไป จนขาดความเด่นชัด
3. การออกแบบกราฟฟิกสำหรับบางผลิตภัณฑ์ที่มีการใช้เส้นตรง (กล่อง, Accessory) เข้ามาช่วย ทำให้ความเป็นเอกลักษณ์ร่วมของทั้งกลุ่มผลิตภัณฑ์ลดลง
4. งานออกแบบโดยรวมมีการพัฒนาที่ดีขึ้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บรรณานุกรมและเอกสารอ้างอิง

- ผศ.อรสา จิรภิญโญ ,เอกสารประกอบการเรียนวิชาออกแบบบรรจุภัณฑ์ ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- ตรึงใจ สุขศิริเสรีกุล ,เครื่องสำอาง ตลาดความงาม 20,000 ล้านบาท ,มองเศรษฐกิจ ฝ่ายวิจัยเศรษฐกิจจุฬาลักษณ์ บ.ศูนย์วิจัยกสิกรไทย
- พฤติกรรมการใช้เครื่องสำอาง ,โพลล์เศรษฐกิจ ฉบับที่ 182
- พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535
- [www.tfrc.co.th](http://www.tfrc.co.th)
- [www.Revlon.com](http://www.Revlon.com)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ภาคผนวก

- ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม ฉบับที่ 2172 (พ.ศ.2539) เรื่อง การกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม “ยาล้างเล็บ”
- ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม ฉบับที่ 2117 (พ.ศ.2539) เรื่อง การกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม “ยาทาเล็บ”



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม

ฉบับที่ 2172 ( พ.ศ. 2539 )

ออกตามความในพระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

พ.ศ. 2511

เรื่อง กำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

ยาล้างเล็บ

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 15 แห่งพระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. 2511

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรมออกประกาศกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ยาล้างเล็บ มาตรฐาน  
เลขที่ มอก.1362-2539 ไว้ ดังมีรายการละเอียดต่อท้ายประกาศนี้

ประกาศ ณ วันที่ 24 กรกฎาคม พ.ศ. 2539

ไชยวัฒน์ ลินสุวรรณ

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

## ยาล้างเล็บ

### 1. ขอบข่าย

- 1.1 มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนี้กำหนด ชนิด ส่วนประกอบ คุณลักษณะที่ต้องการ การบรรจุ เครื่องหมาย และฉลาก การชักตัวอย่างและเกณฑ์ตัดสิน และการทดสอบยาล้างเล็บ

### 2. บทนิยาม

ความหมายของคำที่ใช้ในมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนี้ มีดังต่อไปนี้

- 2.1 ยาล้างเล็บ หมายถึง สิ่งปรุ้งที่ใช้ล้างยาทาเล็บออกจากเล็บ

### 3. ชนิด

- 3.1 ยาล้างเล็บแบ่งตามลักษณะออกเป็น 2 ชนิด คือ

- 3.1.1 ชนิดเหลว  
3.1.2 ชนิดครีม

### 4. ส่วนประกอบ

- 4.1 ยาล้างเล็บชนิดเหลว

- 4.1.1 ส่วนประกอบหลัก

สารต่อไปนี้ชนิดหนึ่งหรือหลายชนิดรวมกัน เช่น แอซีโตน (acetone) เอมีลแอซีเทต (amyl acetate) เอทิลแอซีเทต (ethyl acetate) น้ำมันสะหุง และแกมมา-วาเลโรแล็กโตน (gamma-valerolactone,  $\text{CH}_2\text{-CH}_2\text{-CH(CH}_3\text{)-C(=O)-O}$ )

- 4.1.2 ส่วนประกอบที่อาจมี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับควรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ใด ๆ ได้  
ไขมัน แพคทีแอลกอฮอล์ (fatty alcohol) บิวทิลสเตียเรต (butylstearate) และไดบิวทิลทาเลต (dibutyl phthalate) ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 4.2 ยาล้างเล็บชนิดครีม

### 4.2.1 ส่วนประกอบหลัก

4.2.1.1 ตัวทำละลายแลกเกอร์ ที่มีจุดเดือดค่อนข้างสูง เช่น โทลูอีน ไซลีน

4.2.1.2 สารช่วยให้ผิวหนังนุ่ม (emollient) เช่น ไขพาราฟิน (paraffin wax) ไขสัง ลาโนลิน (lanolin)

4.2.1.3 สารอิมัลซิฟาย (emulsifying agent) เช่น สารลดแรงตึงผิวชนิดนอน-ไอออนิก (non-ionic surfactant) เบนทอนไต์ (bentonite)

4.2.1.4 น้ำ

### 4.2.2 ส่วนประกอบที่อาจมี

สารหอม (fragrance)

## 5. คุณลักษณะที่ต้องการ

### 5.1 คุณลักษณะในการใช้งาน

5.1.1 ต้องสามารถขจัดยาทาเล็บออกได้

5.1.2 ต้องไม่ทำให้เสียด้าน

5.1.3 ต้องไม่เป็นอันตรายต่อผิวหนังและเล็บ

โดยเมื่อทดสอบตามข้อ 9.1 คุณลักษณะตามข้อ 5.1.1 และข้อ 5.1.2 ต้องได้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละรายการไม่น้อยกว่า 75 คะแนน สำหรับคุณลักษณะตามข้อ 5.1.3 ต้องไม่เกิดการคัน แสบ อักเสบ บวม แดงรอบเล็บ

### 5.2 ความคงสภาพ

เมื่อทดสอบตาม มอก.152 แล้ว ชนิดครีมต้องไม่ปรากฏการแยกชั้น ไม่เปลี่ยนสี และชนิดเหลวต้องไม่แยกชั้น ไม่ขุ่น และไม่เปลี่ยนสี

## 6. การบรรจุ

6.1 ภาชนะบรรจุ ต้องไม่ทำปฏิกิริยากับยาล้างเล็บและปิดได้สนิทป้องกันการระเหยได้

6.2 ปริมาณสุทธิของยาล้างเล็บในแต่ละภาชนะบรรจุ ต้องเป็นไปตามที่ระบุไว้ที่ฉลาก โดยจะมีเกณฑ์ความคลาดเคลื่อนได้ไม่เกินร้อยละ 5

เอกสารนี้เป็นเอกสารเชิงงานไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า การทดสอบให้ปฏิบัติตาม มอก.152 ไม่วากรณใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 7. เครื่องหมายและฉลาก

- 7.1 ที่ภาชนะบรรจุยาล้างเล็บทุกหน่วย อย่างน้อยต้องมีเลข อักษร หรือเครื่องหมายแจ้งรายละเอียดต่อไปนี้ให้เห็นได้ง่าย ชัดเจน
- (1) ชื่อผลิตภัณฑ์
  - (2) ปริมาณสุทธิ เป็นลูกบาศก์เซนติเมตร
  - (3) เดือน ปีที่ทำ และรหัสรุ่นที่ทำ
  - (4) คำเตือน "ห้ามสูดดม"
  - (5) วิธีใช้และข้อควรระวัง
  - (6) ชื่อผู้ทำหรือโรงงานที่ทำ พร้อมสถานที่ตั้ง หรือเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียน
  - (7) ประเทศที่ทำ

ในกรณีที่ใช้ภาษาต่างประเทศ ต้องมีความหมายตรงกับภาษาไทยที่กำหนดไว้ข้างต้น

- 7.2 ผู้ทำผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่เป็นไปตามมาตรฐานนี้ จะแสดง เครื่องหมายมาตรฐานกับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนั้นได้ ต่อเมื่อได้รับใบอนุญาตจากคณะกรรมการมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมแล้ว

## 8. การชักตัวอย่างและเกณฑ์ตัดสิน

- 8.1 รุ่น ในที่นี้ หมายถึง ยาล้างเล็บชนิดเดียวกัน ที่ทำตามคำรับเดียวกัน โดยกรรมวิธีเดียวกัน ที่ทำหรือซื้อขายหรือส่งมอบในระยะเวลาเดียวกัน
- 8.2 การชักตัวอย่างและการยอมรับ ให้เป็นไปตามแผนการชักตัวอย่างที่กำหนดต่อไปนี้ หรืออาจใช้แผนการชักตัวอย่างอื่นที่เทียบเท่ากันทางวิชาการกับแผนที่กำหนดไว้
- 8.2.1 การชักตัวอย่างและการยอมรับสำหรับการทดสอบการบรรจุ และเครื่องหมายและฉลาก ให้เป็นไปตาม มอก.152
  - 8.2.2 การชักตัวอย่างและการยอมรับสำหรับการทดสอบคุณลักษณะในการใช้งานและความคงสภาพ
    - 8.2.2.1 ให้ชักตัวอย่างโดยวิธีสุ่มจากรุ่นเดียวกัน จำนวน 5 หน่วยภาชนะบรรจุ ทำเป็นตัวอย่างรวม
    - 8.2.2.2 ตัวอย่างต้องเป็นไปตามข้อ 5.1 และข้อ 5.2 จึงจะถือว่ายาล้างเล็บรุ่นนั้นเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด
- 8.3 เกณฑ์ตัดสิน

ตัวอย่างยาล้างเล็บต้องเป็นไปตามข้อ 8.2.1 และข้อ 8.2.2.2 ทุกข้อ จึงจะถือว่ายาล้างเล็บรุ่นนั้นเป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 9. การทดสอบ

### 9.1 คุณลักษณะในการใช้งาน

ให้ทดสอบคุณลักษณะในการใช้งานแต่ละรายการโดยวิธีให้คะแนน ดังนี้

- 9.1.1 คณะผู้ตรวจสอบ ประกอบด้วยผู้ที่มีความชำนาญในการตรวจสอบยาทาเล็บและยาล้างเล็บอย่างน้อย 3 คน แต่ละคนแยกกันตรวจและให้คะแนนแต่ละรายการโดยอิสระ
- 9.1.2 ให้ผู้ตรวจสอบแต่ละคนทายาทาเล็บที่เป็นไปตาม มอก.1330 ลงบนเล็บปกติที่ไม่ได้ตัดหนังหุ้มเล็บอย่างน้อย 3 เล็บ โดยทาเพียง 1 ชั้น ทิ้งไว้เป็นเวลา 3 ชั่วโมง ใช้สำลีป้ายตัวอย่างยาล้างเล็บชนิดครีมหรือขู่บตัวอย่างยาล้างเล็บชนิดเหลวให้ขู่บแล้วแต่กรณี เช็ดยาทาเล็บออกตามวิธีที่ผู้ทำระบุไว้ที่ฉลาก ขณะเช็ดยาทาเล็บสังเกตว่าเกิดอาการคัน แสบหรือไม่ ตรวจพิจารณาความสามารถในการขจัดยาทาเล็บและตรวจดูเล็บ แล้วให้คะแนนตามที่กำหนดในตารางที่ 1 แล้วสังเกตว่าเกิดอาการอักเสบ บวม แดงรอบเล็บหรือไม่ภายในเวลา 24 ชั่วโมง

#### ตารางที่ 1 หลักเกณฑ์การให้คะแนน

(ข้อ 9.1.2)

ระดับการให้คะแนน	คะแนน
ดีมาก	91 ถึง 100
ดี	75 ถึง 90
พอใช้	55 ถึง 74
ไม่ดี	31 ถึง 54
ใช้ไม่ได้	ไม่น้อยกว่า 30

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม

ฉบับที่ 2117 ( พ.ศ. 2539 )

ออกตามความในพระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

พ.ศ. 2511

เรื่อง กำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

ยาทาเล็บ

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 15 แห่งพระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ.2511

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม ออกประกาศกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ยาทาเล็บ มาตรฐาน  
เลขที่ มอก.1330-2539 ไว้ ดังมีรายการละเอียดต่อท้ายประกาศนี้

ประกาศ ณ วันที่ 15 มีนาคม พ.ศ.2539

ไชยวัฒน์ สีนสุวงศ์

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

## ยาทาเล็บ

### 1. ขอบข่าย

- 1.1 มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนี้กำหนด ส่วนประกอบ คุณสมบัติที่ต้องการ การบรรจุ เครื่องหมายและฉลาก การชักตัวอย่างและเกณฑ์ตัดสิน และการทดสอบยาทาเล็บ
- 1.2 มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนี้ครอบคลุมเฉพาะยาทาเล็บที่มีสีและเป็นเงาเท่านั้น

### 2. บทนิยาม

ความหมายของคำที่ใช้ในมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนี้ มีดังต่อไปนี้

- 2.1 ยาทาเล็บ หมายถึง สิ่งบรุงที่ใช้ทาหรือเคลือบเล็บเพื่อความสวยงาม

### 3. ส่วนประกอบ

#### 3.1 ส่วนประกอบหลัก

- 3.1.1 สารทำให้เกิดฟิล์ม (film-former) เช่น ไนโตรเซลลูโลส (nitrocellulose)
- 3.1.2 พลาสติไซเซอร์ (plasticizer) เช่น ไดบิวทิล ทาเลต (dibutyl phthalate)
- 3.1.3 ตัวทำละลาย(solvent) เช่น แอซีโตน (acetone) เอทิลแอซีเทต (ethyl acetate) เอมีลแอซีเทต (amyl acetate)
- 3.1.4 สี (colour)

#### 3.2 ส่วนประกอบที่อาจมี

- 3.2.1 สารช่วยให้เกิดความวาวคล้ายมุก (pearlescent pigment) เช่น กัวนีน (guanine) บิสมัทออกซิคลอไรด์ (bismuthoxychloride)

- 3.2.2 สารช่วยการแขวนลอย (suspending agent)

- 3.3 ในกรณีที่ส่วนประกอบมีฟอร์มาลดีไฮด์ หรือมีฟอร์มาลดีไฮด์เกิดขึ้น ปริมาณฟอร์มาลดีไฮด์อิสระทั้งหมดต้องไม่เกินร้อยละ 5
- การทดสอบให้ปฏิบัติตามข้อ 8.1

#### 4. คุณลักษณะที่ต้องการ

##### 4.1 คุณลักษณะโดยทั่วไป

- 4.1.1 ให้เป็นไปตาม มอก.152 เว้นแต่ความคงสภาพ และการระคายเคืองต่อผิวหนัง
- 4.1.2 มีความคงสภาพของสีและความเป็นเนื้อเดียวกัน
- สีต้องไม่เปลี่ยนแปลง และต้องยังคงเป็นเนื้อเดียวกัน แต่ถ้าแยกชั้นหรือตกตะกอนเมื่อเขย่าแล้ว ต้องเป็นเนื้อเดียวกันได้ง่าย
- การทดสอบให้ปฏิบัติตาม มอก.152

##### 4.2 คุณลักษณะในการใช้งาน

- 4.2.1 ใช้ง่าย สะดวก และเมื่อทาแล้วต้องเกิดฟิล์มที่สมบัตดังนี้
- 4.2.1.1 มีความหนาสม่ำเสมอ เคลือบคลุมเล็บได้ตลอด
- 4.2.1.2 มีสีสม่ำเสมอ
- 4.2.1.3 เป็นเงางาม
- 4.2.1.4 ไม่ร่วน
- 4.2.1.5 ไม่เหนียวเหนอะ
- เมื่อทดสอบโดยวิธีให้คะแนนตามข้อ 8.2 แล้ว ต้องได้คะแนนจากกรรมการแต่ละคนในแต่ละรายการไม่น้อยกว่า 75 คะแนน
- 4.2.2 ระยะเวลาแห้งตัว
- ต้องแห้งสัมผัสได้ภายในเวลา 2 นาที
- การทดสอบให้ปฏิบัติตามข้อ 8.3
- 4.2.3 ความติดแน่น
- เมื่อทดสอบตามข้อ 8.4 แล้ว ต้องไม่ปรากฏยาหาเล็บที่เคลือบ ติดบนแถบขาว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 5. การบรรจุ

- 5.1 ภาชนะบรรจุ ต้องไม่ทำปฏิกิริยากับยาหาเล็บ และในแต่ละภาชนะบรรจุต้องมีแรงหาเล็บด้วย
- 5.2 ปริมาตรสุทธิของยาหาเล็บในแต่ละภาชนะบรรจุต้องไม่น้อยกว่าที่ระบุไว้ที่ฉลาก  
การทดสอบให้ปฏิบัติตาม มอก. 152

## 6. เครื่องหมายและฉลาก

- 6.1 ที่ภาชนะบรรจุยาหาเล็บทุกหน่วย อย่างน้อยต้องมีเลข อักษร หรือเครื่องหมายแจ้งรายละเอียดต่อไปนี้ให้เห็นได้ง่าย ชัดเจน
  - (1) ชื่อผลิตภัณฑ์
  - (2) ปริมาตรสุทธิ เป็นลูกบาศก์เซนติเมตร
  - (3) ปริมาณสารที่กำหนดปริมาณการใช้ที่มีรายชื่ออยู่ใน มอก. 152 ภาคผนวก ข. (ถ้ามี)
  - (4) วัน เดือน ปีที่ทำ และรหัสรุ่นที่ทำ
  - (5) วิธีใช้และข้อควรระวัง
  - (6) ชื่อผู้ทำหรือโรงงานทำ พร้อมสถานที่ตั้ง หรือเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียน
  - (7) ประเทศที่ทำ

ในกรณีที่ใช้ภาษาต่างประเทศ ต้องมีความหมายตรงกับภาษาไทยที่กำหนดไว้ข้างต้น

- 6.2 ผู้ทำผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่เป็นไปตามมาตรฐาน จะแสดงเครื่องหมายมาตรฐานกับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนั้นได้ ต่อเมื่อได้รับใบอนุญาตจากคณะกรรมการมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมแล้ว

## 7. การชักตัวอย่างและเกณฑ์ตัดสิน

- 7.1 รุ่น ในที่นี้ หมายถึง ยาหาเล็บสีเดียวกันที่มีส่วนประกอบเหมือนกัน ขนาดบรรจุเดียวกัน ทำภายใต้ภาวะเดียวกัน ในช่วงระยะเวลาเดียวกัน หรือที่ซื้อขายหรือส่งมอบในระยะเวลาเดียวกัน
- 7.2 การชักตัวอย่างและการยอมรับ ให้เป็นไปตามแผนการชักตัวอย่างที่กำหนดต่อไปนี้ หรืออาจใช้แผนการชักตัวอย่างอื่นที่เทียบเท่ากันทางวิชาการกับแผนที่กำหนดไว้
  - 7.2.1 การชักตัวอย่างและการยอมรับสำหรับการทดสอบคุณลักษณะโดยทั่วไป การบรรจุ และเครื่องหมายและฉลาก

ให้ปฏิบัติตาม มอก. 152

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 7.2.2 การชักตัวอย่างและการยอมรับสำหรับการทดสอบคุณลักษณะในการใช้งาน

7.2.2.1 ให้ชักตัวอย่างโดยวิธีสุ่มจากรุ่นเดียวกัน จำนวน 3 หน่วยภาชนะบรรจุ ทำเป็นตัวอย่างรวม

7.2.2.2 ตัวอย่างต้องเป็นไปตามข้อ 4.2 จึงจะถือว่ายาทาเล็บรุ่นนั้นเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

## 7.3 เกณฑ์ตัดสิน

ตัวอย่างยาทาเล็บต้องเป็นไปตามข้อ 7.2.1 และข้อ 7.2.2.2 ทุกข้อ จึงจะถือว่ายาทาเล็บรุ่นนั้นเป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนี้

## 8. การทดสอบ

### 8.1 พอร์มาลดีไฮด์อิสระ

#### 8.1.1 เครื่องมือ

สเปกโทรโฟโตมิเตอร์

#### 8.1.2 สารเคมี สารละลายและวิธีเตรียม

8.1.2.1 สารละลายมาตรฐานไอโอดีน 0.05 โมลต่อลูกบาศก์เดซิเมตร

8.1.2.2 สารละลายโซเดียมไฮดรอกไซด์ 1 โมลต่อลูกบาศก์เดซิเมตร

8.1.2.3 สารละลายกรดไฮโดรคลอริก 1 โมลต่อลูกบาศก์เดซิเมตร

8.1.2.4 สารละลายมาตรฐานโซเดียมไทโอซัลเฟต 0.1 โมลต่อลูกบาศก์เดซิเมตร

8.1.2.5 สารละลายเบ็งร็อยละ 0.5 โดยน้ำหนัก

8.1.2.6 สารละลายมาตรฐานพอร์มาลดีไฮด์ 2 มิลลิกรัมต่อลูกบาศก์เซนติเมตร

ใช้ปิเปตต์ดูดสารละลายพอร์มาลดีไฮด์ร้อยละ 37 ถึง 40 โดยน้ำหนัก มา 5 ลูกบาศก์เซนติเมตร ใส่ลงในขวดแก้วปริมาตรขนาด 1 000 ลูกบาศก์เซนติเมตร แล้วเติมน้ำกลั่นจนถึงขีดปริมาตร สารละลายนี้ต้องเตรียมใหม่ทุกวัน

สอบเทียบมาตรฐาน โดยใช้ปิเปตต์ดูดสารละลายพอร์มาลดีไฮด์ข้างต้น มา 10 ลูกบาศก์เซนติเมตร ใส่ลงในขวดไอโอดีนขนาด 250 ลูกบาศก์เซนติเมตร เติมสารละลายมาตรฐานไอโอดีน 25 ลูกบาศก์เซนติเมตร และสารละลายโซเดียมไฮดรอกไซด์ 10 ลูกบาศก์เซนติเมตร ตั้งทิ้งไว้ 5 นาที แล้วเติมสารละลายกรดไฮโดรคลอริก (ข้อ 8.1.2.3) 11 ลูกบาศก์เซนติเมตร ทาเทรตหาปริมาณสารละลายมาตรฐานไอโอดีนที่มากเกินไปด้วยสาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ละลายมาตรฐานโซเดียมไทโอซัลเฟต เมื่อใกล้ถึงจุดยุติให้เติมสารละลายแบ่ง 3 ลูกบาศก์ เซนติเมตร แล้วไทเทรตต่อไปจนถึงจุดยุติซึ่งสีน้ำเงินหายไป

สารละลายมาตรฐานไอโอดีน 0.05 โมลต่อลูกบาศก์เดซิเมตร 1 ลูกบาศก์เซนติเมตร จะ สมมูลกับฟอร์มาลดีไฮด์ 1.5 มิลลิกรัม

8.1.2.7 สารละลายมาตรฐานฟอร์มาลดีไฮด์ 10 ไมโครกรัมต่อลูกบาศก์เซนติเมตร

ใช้ปิเปตต์ดูดสารละลายมาตรฐานฟอร์มาลดีไฮด์ (ข้อ 8.1.2.6) มา 5 ลูกบาศก์เซนติเมตร ใส่ลงในขวดแก้วปริมาตรขนาด 100 ลูกบาศก์เซนติเมตร เติมน้ำกลั่นจนถึงขีดปริมาตร แล้ว ใช้ปิเปตต์ดูดสารละลายนี้มา 10 ลูกบาศก์เซนติเมตร ใส่ลงในขวดแก้วปริมาตรขนาด 100 ลูกบาศก์เซนติเมตร เติมน้ำกลั่นจนถึงขีดปริมาตร สารละลายนี้ต้องเตรียมใหม่ทุกวัน

8.1.2.8 บิวทิลแอลกอฮอล์

8.1.2.9 สารละลายกรดไฮโดรคลอริก 0.02 โมลต่อลูกบาศก์เดซิเมตร

8.1.2.10 สารละลายทำให้เกิดสี (colour reagent)

ละลายแอมโมเนียมแอซีเตต 15.0 กรัม ในน้ำกลั่น 20 ลูกบาศก์เซนติเมตร เติมกรด เกลเซียลแอซีติก 0.3 ลูกบาศก์เซนติเมตร และเพนเทน-2,4-ไดโอนหรือที่เรียกว่าแอซีทิล แอซีโตนที่กลั่นใหม่มา 0.2 ลูกบาศก์เซนติเมตร แล้วเติมน้ำกลั่นจนปริมาตรเป็น 100 ลูกบาศก์ เซนติเมตร สารละลายนี้ต้องเตรียมใหม่ก่อนการทดสอบเสมอ

8.1.2.11 นอร์แมลบิวทานอล

8.1.2.12 โซเดียมซัลเฟตที่ปราศจากน้ำ

8.1.2.13 สารละลายอ้างอิง (reference reagent)

ละลายแอมโมเนียมแอซีเตต 15.0 กรัม ในน้ำกลั่น 20 ลูกบาศก์เซนติเมตร เติมกรด เกลเซียลแอซีติก 0.3 ลูกบาศก์เซนติเมตร แล้วเติมน้ำกลั่นจนปริมาตรเป็น 100 ลูกบาศก์ เซนติเมตร

8.1.3 การเตรียมสารละลายตัวอย่าง

8.1.3.1 ชั่งตัวอย่างประมาณ 100 มิลลิกรัม ให้ทราบน้ำหนักที่แน่นอนถึง 0.1 มิลลิกรัม เทใส่หลอด สำหรับหมุนเหียงชนิดฝาเกลียว ความจุ 50 ลูกบาศก์เซนติเมตร เติมนิวทิลแอลกอฮอล์ 15 ลูกบาศก์เซนติเมตร เขย่าแรงๆ จนตัวอย่างยาหาเล็ละลายหมด เติมสารละลายกรดไฮโดร คลอริก (ข้อ 8.1.2.9) 15 ลูกบาศก์เซนติเมตร เขย่านาน 10 นาที

8.1.3.2 นำไปหมุนเหียงด้วยอัตราเร็ว 5 000 รอบต่อนาที นาน 5 นาที แล้วดูดสารละลายชั้นนิวทิล แอลกอฮอล์ทิ้งไป

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 8.1.3.3 กรองสารละลายชั้นกรด ผ่านกระดาษกรองวัดแมนเบอร์ 1 หรือเทียบเท่า ใส่ลงในขวดแก้ว ปริมาตรขนาด 25 ลูกบาศก์เซนติเมตร ล้างกระดาษกรองด้วยสารละลายกรดไฮโดรคลอริก (ข้อ 8.1.2.9) เล็กน้อย แล้วเติมสารละลายกรดไฮโดรคลอริก (ข้อ 8.1.2.3) จนถึงขีด ปริมาตร สารละลายนี้ใช้เป็นสารละลายตัวอย่างที่จะนำไปวิเคราะห์หาปริมาณฟอร์มาลดีไฮด์
- 8.1.4 การเตรียมสารละลายแปลงก์  
ใช้ปิเปตต์ดูดสารละลายทำให้เกิดสี 5 ลูกบาศก์เซนติเมตร ใส่ลงในขวดแก้วปริมาตรขนาด 20 ลูกบาศก์เซนติเมตร เติมน้ำกลั่นจนถึงขีดปริมาตร
- 8.1.5 วิธีสร้างกราฟมาตรฐาน
- 8.1.5.1 ใช้ปิเปตต์ดูดสารละลายมาตรฐานฟอร์มาลดีไฮด์ (ข้อ 8.1.2.7) มา 1 2 3 และ 5 ลูกบาศก์เซนติเมตร ใส่ลงในขวดแก้วปริมาตรขนาด 20 ลูกบาศก์เซนติเมตร เติมน้ำกลั่นจนถึงขีดปริมาตร ทำให้เกิดสี 5.0 ลูกบาศก์เซนติเมตร แล้วเติมน้ำกลั่นจนถึงขีดปริมาตร
- 8.1.5.2 อุ่นในอ่างน้ำที่อุณหภูมิ 60 องศาเซลเซียส นาน 10 นาที ทำให้เย็นในอ่างน้ำแข็ง 2 นาที ถ่ายลงในกรวยแยกที่มีนอร์แมลบิวทานอลอยู่ 10 ลูกบาศก์เซนติเมตร เขย่าแรง ๆ เป็นเวลา 30 วินาที แล้วตั้งทิ้งไว้ให้แยกชั้น
- 8.1.5.3 กรองสารละลายชั้นนอร์แมลบิวทานอลผ่านกระดาษกรองวัดแมนเบอร์ 1PS หรือเทียบเท่า ที่ เคลือบด้วยซิลิโคน ซึ่งมีโซเดียมซัลเฟตที่ปราศจากน้ำอยู่บนกระดาษกรอง
- 8.1.5.4 นำไปวัดค่าแอมพลิจูดด้วยสเปกโตรโฟโตมิเตอร์ที่ความยาวคลื่น 410 นาโนเมตร โดย เทียบกับนอร์แมลบิวทานอล และวัดค่าภายในเวลา 25 นาทีนับจากเริ่มอุ่นสารละลายที่อุณหภูมิ 60 องศาเซลเซียส
- 8.1.5.5 นำสารละลายแปลงก์ (ข้อ 8.1.4) มาทำเช่นเดียวกับข้อ 8.1.5.2 ถึงข้อ 8.1.5.4 บันทึกผลเป็นค่า A<sub>1</sub>
- 8.1.5.6 เขียนกราฟ ระหว่างความเข้มข้นของฟอร์มาลดีไฮด์ กับค่าแอมพลิจูดของสารละลาย มาตรฐานฟอร์มาลดีไฮด์ โดยหาค่าแอมพลิจูดของสารละลายแปลงก์ (A<sub>1</sub>) ออกก่อน
- 8.1.6 วิธีวิเคราะห์
- 8.1.6.1 ใช้ปิเปตต์ดูดสารละลายตัวอย่าง (ข้อ 8.1.3.3) มา 2 ลูกบาศก์เซนติเมตร ใส่ลงในขวด แก้วปริมาตรขนาด 20 ลูกบาศก์เซนติเมตร เติมน้ำกลั่นจนถึงขีดปริมาตร แล้วเติมน้ำกลั่นจนถึงขีดปริมาตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 8.1.6.2 ทำเช่นเดียวกับข้อ 8.1.5.2 ถึงข้อ 8.1.5.3 สารละลายชั้นเนอร์แมลชีวทานอลที่ได้เป็นสารละลายอ้างอิงใช้สำหรับเทียบกับสารละลายตัวอย่าง
- 8.1.6.3 ใช้ปิเปตต์ดูดสารละลายตัวอย่าง (ข้อ 8.1.3.3) มา 2 ลูกบาศก์เซนติเมตร ใส่ในขวดปริมาตรขนาด 20 ลูกบาศก์เซนติเมตร เติมสารละลายทำให้เกิดสี 5.0 ลูกบาศก์เซนติเมตร แล้วเติมน้ำกลั่นจนถึงขีดปริมาตร
- 8.1.6.4 ทำเช่นเดียวกับข้อ 8.1.5.2 และข้อ 8.1.5.3
- 8.1.6.5 นำสารละลายชั้นเนอร์แมลชีวทานอลของตัวอย่างในข้อ 8.1.6.4 ไปวัดค่าแอมพลิจูดด้วยสเปกโตรโฟโตมิเตอร์ที่ความยาวคลื่น 410 นาโนเมตร โดยเทียบกับสารละลายอ้างอิง (ข้อ 8.1.6.2) บันทึกผลเป็นค่า  $A_2$
- 8.1.6.6 หักค่าแอมพลิจูดของสารละลายแบลنگ์ ( $A_1$  จากข้อ 8.1.5.5) ออกจากค่าแอมพลิจูดของสารละลายตัวอย่าง ( $A_2$  จากข้อ 8.1.6.5) และเทียบความเข้มข้นของฟอร์มัลดีไฮด์จากกราฟมาตรฐาน
- 8.1.7 วิธีคำนวณ

$$\begin{aligned} \text{ฟอร์มัลดีไฮด์อิสระ ร้อยละโดยน้ำหนัก} &= \frac{c \times 10 \times 25 \times 100}{m \times 10^6} \\ &= \frac{c \times 25}{m \times 10^3} \end{aligned}$$

เมื่อ  $c$  คือ ความเข้มข้นของฟอร์มัลดีไฮด์ในตัวอย่างที่อ่านได้จากกราฟมาตรฐาน เป็นไมโครกรัมต่อลูกบาศก์เซนติเมตร

$m$  คือ น้ำหนักตัวอย่างยาหาเล็บที่ใช้ เป็นกรัม

## 8.2 คุณลักษณะในการใช้งาน (เฉพาะข้อ 4.2.1)

ให้ทดสอบคุณลักษณะแต่ละรายการโดยวิธีให้คะแนน ดังนี้

- 8.2.1 คณะผู้ตรวจสอบ ต้องประกอบด้วยกรรมการผู้ชำนาญการทางด้านอย่างน้อย 3 คน แต่ละคนแยกกันตรวจและให้คะแนนโดยอิสระ
- 8.2.2 ให้กรรมการแต่ละคน หายาหาเล็บตัวอย่างลงบนเล็บของตนเองอย่างน้อย 3 เล็บ ซึ่งผ่านการทำความสะอาดมาก่อนตามขั้นตอนของการหาเล็บแล้ว โดยทาเพียง 1 ชั้น ขณะทาให้สังเกตสมบัติในการทา เช่น ความหนาและความสม่ำเสมอของฟิล์ม ความสามารถในการเคลือบคลุมเล็บ ความสม่ำเสมอของสี หลังจากนั้นให้ตรวจสอบสมบัติอื่นตามข้อ 4.2.1 ในช่วงเวลา 2 ถึง 3 ชั่วโมง หลังจากทา

8.2.3 หากผลไม่เป็นเอกฉันท์ส่งไปแจ้งกรรมการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1 หลักเกณฑ์การให้คะแนน  
(ข้อ 8.2.3)

ระดับการให้คะแนน	คะแนน
ดีมาก	91 ถึง 100
ดี	75 ถึง 90
พอใช้	55 ถึง 74
ไม่ดี	31 ถึง 54
ใช้ไม่ได้	น้อยกว่า 31

3 ระยะเวลาแห้งตัว

ทายาทาเล็บตัวอย่างลงบนเล็บเช่นเดียวกับข้อ 8.2.2 ปล่อยให้แห้ง 2 นาที แล้วใช้นิ้วแตะลงบนเล็บที่ทาไว้ ต้องไม่ปรากฏยาทาเล็บติดนิ้ว หรือร่องรอยของนวมเล็บที่ทาไว้

4 ความติดแน่น

เคลือบยาทาเล็บตัวอย่างลงบนแผ่นกระจกที่สะอาด ให้มีความหนาของฟิล์ม 0.15 มิลลิเมตร ปล่อยให้แห้งที่อุณหภูมิห้องเป็นเวลา 24 ชั่วโมง ใช้คมมีด (razor blade) กรีดฟิล์มเป็นตารางสี่เหลี่ยมจัตุรัส ด้านละ 6 มิลลิเมตร เพิ่มแผ่นฟิล์ม แล้วใช้แถบกาวยเซลโลเฟนตาม มอก. 228 ขนาดความกว้างประมาณ 12 มิลลิเมตร ยาวพอประมาณ ปิดทับลงบนฟิล์ม แล้วลอกแถบกาวยเซลโลเฟนออกทันที โดยห้ามงูให้ใกล้ เคียงกับมุม 180 องศา มากที่สุด ตรวจสอบใจแถบกาวยเซลโลเฟน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ประวัติการศึกษา

ชื่อ น.ส.ธนิกานต์ หอบุชราคม

ประวัติการศึกษา

ชั้นประถมศึกษา- โรงเรียนอนุบาลขอนแก่น

ชั้นมัธยมศึกษา - โรงเรียนบดินทร์เดชา (สิงห์ สิงหเสนีย์) ๒

อุดมศึกษา - ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้