

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

โครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับเวชภัณฑ์จากสารโพลิสกัต

(PACKAGE AND GRAPHIC DESIGN FOR PHARMACEUTICAL PRODUCT WITH PLAI EXTRACT INGREDIENTS)



โดย

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต

ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2547-2548

เลขที่
๒๕๔๗
๒๕๔๗-๒๕๔๘

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน.....**59349**
วัน,เดือน,ปี..... - 1 มี.ค. 2549

b.....	11564891
i.....	

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต



บทคัดย่อ

ปัจจุบันความนิยมในผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีอัตราการเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จากการศึกษาที่ได้รับ การสนับสนุนอย่างจริงจังจากทางภาครัฐและภาคเอกชนเองก็ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีที่จะร่วมกันพัฒนาและส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีศักยภาพที่สามารถเข้าไปทำตลาดในส่วนต่าง ๆ ได้อย่างเต็มที่ ด้วยเหตุนี้จึงเกิดโครงการโพลทานอยด์ขึ้นมา ซึ่งเป็นโครงการที่นำพืชสมุนไพรโพลสายพันธุ์ที่มีอยู่ในประเทศไทยมาพัฒนาและยกระดับให้เป็นสมุนไพรนำร่องชนิดแรกของไทยในการนำไปเป็นส่วนประกอบสำคัญของผลิตภัณฑ์ประเภทยา และกลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพ

บริษัทดอกบัวคู่ เป็นหนึ่งในบริษัทที่เข้าร่วมโครงการโพลทานอยด์ ได้เล็งเห็นช่องว่างทางการตลาดของผลิตภัณฑ์กลุ่มยาสมุนไพร จึงมีแนวความคิดที่จะออกผลิตภัณฑ์กลุ่มใหม่ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ยารักษาอาการเจ็บป่วยของร่างกายที่เกิดจากสภาวะแวดล้อมในปัจจุบันที่เต็มไปด้วยสภาพที่เคร่งเครียด โดยใช้โพลเป็นส่วนผสมหลักของผลิตภัณฑ์ ซึ่งคุณสมบัติในการออกฤทธิ์ทางยาของโพลนั้นสามารถบรรเทาอาการเจ็บป่วยทางร่างกายด้านต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. ลดการปวดบวม บรรเทาอาการปวดเมื่อย
2. กำจัดแบคทีเรีย ระวังกลิ่นเหม็น
3. ลดการอักเสบ รักษาบาดแผลสด
4. ลดการฟกช้ำห้อเลือด
5. มีคุณสมบัติในการไล่แมลง
6. ช่วยขยายหลอดลม
7. ช่วยในการระบาย

ผลิตภัณฑ์ในโครงการมีลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์ในสายการผลิตใหม่ (New Product Line)

ภายใต้การผลิตของบริษัท ดอกบัวคู่ จำกัด โดยผลิตภัณฑ์ในสายการผลิตใหม่นี้ประกอบด้วย

1. พลาสเตอร์บรรเทาปวด (มี 3 ลวดลาย)
2. น้ำมันนวดตัวบรรเทาอาการปวด
3. ครีมนวดผ่อนคลายมือ (มี 3 กลิ่น ได้แก่ กลิ่นส้ม กลิ่นลาเวนเดอร์ และกลิ่นกุหลาบ)
4. ยาหม่อง
5. แผ่นทำความสะอาดและระวังกลิ่นได้วงแขน
6. น้ำยาล้างปาก (มี 3 รสชาติ ได้แก่ ใบฝรั่ง เกลิอทะเล และส้ม)
7. ยาสีฟัน
8. แป้งระวังกลิ่นและบรรเทาอาการคันเท้า
9. ยาทาแผลสด
10. พลาสเตอร์ยาปิดแผล
11. โลชั่นกันยุง

12. แผ่นทากันยุง
13. ยาตม
14. น้ำมันสูตรตม
15. น้ำมันหอมระเหย
16. ยานี้ดบรรเทาอาการปวดกล้ามเนื้อ

ลักษณะการทำงานในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นการศึกษาถึงแนวทางการออกแบบที่เหมาะสมของรูปทรงและลักษณะกราฟิกของบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับความต้องการด้านต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ในโครงการ จึงได้มีศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ
2. ข้อมูลทางการตลาด
3. ข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย
4. เจาะลึกความต้องการต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์



กิตติกรรมประกาศ

ตลอดระยะเวลาในการทำวิทยานิพนธ์และการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ข้าพเจ้าได้พบกับปัญหาและอุปสรรคมากมาย แต่ทุกอย่างก็สามารถผ่านไปได้ด้วยดี เพราะข้าพเจ้าได้รับความห่วงใยและความช่วยเหลือจากบุคคลรอบตัวข้าพเจ้าเสมอมา

สำคัญที่สุดคือบุคคลในครอบครัวของข้าพเจ้าที่คอยห่วงใยข้าพเจ้า กราบขอบคุณพ่อแม่ที่ให้ความรักความอบอุ่นลูกมาโดยตลอด ขอขอบคุณพี่สาวที่คอยช่วยเหลือในการแจกแบบสอบถามและขอบคุณพี่สตอที่คอยเป็นกำลังใจให้ตลอดการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอบคุณ ดร. นภาพรวรรณ สวัสดิ์ชัย อาจารย์ที่ปรึกษา ที่คอยให้ความรู้ คำแนะนำที่ดีกับข้าพเจ้า และอดทนกับข้าพเจ้าเสมอมา ขอขอบคุณอาจารย์สมชัย จันทร์จุฑิพนธ์ ,อาจารย์สุรพล พลีคราม ที่คอยให้ความเมตตาโดยตลอด ขอขอบคุณคุณสนาย สักนันทกุล ผู้จัดการฝ่ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ บริษัทดอกบัวคู่จำกัด ที่เอื้อเฟื้อข้อมูลในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ขอขอบคุณคุณลุงหล่อ ไพระดก , คุณลุงโรงงานไม้ , คุณลุงโรงงานพลาสติก , พี่ ๆ โรงงานเหล็กที่คอยให้ความช่วยเหลือตลอดระยะเวลา 5 ปีในการเรียน ขอขอบคุณเพื่อน ๆ น้องรหัสและพี่รหัส ที่คอยห่วงใยให้คำปรึกษาตลอดมา



หัวข้อวิทยานิพนธ์ โครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับเวชภัณฑ์จากสารโพลสกัด
(PACKAGE AND GRAPHIC DESIGN FOR PHARMACEUTICAL PRODUCT WITH PLAI
EXTRACT INGREDIENTS)

ชื่อนักศึกษา นางสาวเยวพา วิสเพ็ญ
รหัส 43020131
ภาควิชา ศิลปอุตสาหกรรม
ปีการศึกษา 2547

คำนำ

ปัจจุบันคนไทยได้หันมาสนใจผลิตภัณฑ์สมุนไพรมากขึ้น ทำให้ตลาดของผลิตภัณฑ์ประเภทนี้มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งได้รับการสนับสนุนอย่างจริงจังจากรัฐ ส่วนภาคเอกชนเองก็เริ่มมีความสนใจในตลาดผลิตภัณฑ์ประเภทนี้เช่นกัน ซึ่งภาครัฐเองก็มีนโยบายที่จะผลักดันและยกระดับอุตสาหกรรมของสมุนไพรไทย โดยเลือกให้โพลเป็นสมุนไพรนำร่อง เนื่องจากโพลพันธุ์ที่พบได้เฉพาะที่เมืองไทยนี้มีลักษณะพิเศษกว่าโพลสายพันธุ์อื่น ๆ ในโลก และมีคุณสมบัติทางเคมีหลายอย่างที่สามารถจะนำมาทำเป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้หลายชนิด และมีแนวความคิดในการที่จะดันให้โพลเป็นสมุนไพรประจำชาติ ดังที่ทีธีร ออยล์ที่เป็นสมุนไพรประจำชาติของออสเตรเลีย และเป็นที่ยอมรับในตลาดทั่วโลกเวลานี้ ซึ่งขณะนี้ก็ได้มีการค้นคว้าวิจัยและพัฒนาโพลอย่างต่อเนื่อง โดยมีบริษัทผู้ผลิตภาคเอกชนเข้าร่วมด้วย

บริษัทดอกบัวคู่ เป็นบริษัทผู้ผลิตสินค้าประเภทสมุนไพรที่ทำตลาดในส่วนี้มาเป็นระยะเวลายาวนาน ได้เล็งเห็นช่องทางการตลาดและความสำคัญของโครงการนี้ จึงมีนโยบายที่จะมุ่งพัฒนาสินค้าเวชภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ใหม่อย่างจริงจัง ซึ่งส่วนผสมของผลิตภัณฑ์จะเน้นที่สารสกัดจากโพลเป็นหลักโดยมีการขยายฐานไปสู่ผู้บริโภคกลุ่มใหม่ที่มีช่วงอายุต่ำกว่าเดิมโดยเจาะกลุ่มนักศึกษาและวัยทำงานตอนต้นอายุ 18-35 ปี โดยกลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาดที่สำคัญส่วนหนึ่ง คือ การพัฒนาภาพลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ ให้มีเอกลักษณ์ ดึงดูดใจผู้บริโภคและสามารถตอบสนองความต้องการทางด้านต่าง ๆ ได้อย่างครบถ้วน

สารบัญ

หน้า

อนุมติผล
บทคัดย่อ
คำนำ
กิตติกรรมประกาศ

บทที่ 1 บทนำ	1
บทนำ	2
วัตถุประสงค์ของโครงการ	3
ความเป็นไปได้ของโครงการ	4
ขอบเขตของโครงการ	5
แนวทางการศึกษาวิจัย	7
ปัญหาและแนวทางแก้ปัญหา	8
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	19
บทที่ 2 การค้นคว้าและสรุปข้อมูล	20
2.1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับบริษัทผู้ผลิต	21
2.1.1 ประวัติและความเป็นมาของบริษัท	21
2.1.2 ปรัชญาและนโยบายของบริษัท	21
2.1.3 ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของบริษัท	22
2.1.4 ลักษณะทางการตลาดของบริษัท	22
2.1.5 สถานการณ์ทางการตลาดของบริษัท	23
2.1.6 รายละเอียดของโครงการที่เข้าร่วม	24
2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่	25
2.2.1 ข้อมูลรายละเอียดของไหล	25
2.2.2 สรรพคุณทางยาในด้านต่าง ๆ ของไหล	27
2.2.3 โอกาสการใช้งานของผลิตภัณฑ์กลุ่มต่าง ๆ	28
2.3 ข้อมูลทางการตลาด	29
2.3.1 แนวโน้มโดยรวมของตลาดยาสมุนไพรในปัจจุบัน	29
2.3.2 ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งในตลาด	30
2.3.3 วิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลของคู่แข่งแต่ละราย	43

2.3.4	วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายของคู่แข่งหลักและรอง	46
2.3.5	สรุปลักษณะกลุ่มเป้าหมายของคู่แข่งและวิเคราะห์ความเหมาะสมด้านต่าง ๆ เพื่อสรุปลักษณะกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ในโครงการ	47
2.3.6	สรุปลักษณะกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ใหม่	48
2.3.7	สรุปการวางตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ใหม่	48
2.4	ข้อมูลผลิตภัณฑ์ในโครงการ	49
2.4.1	ข้อมูลประเภทของผลิตภัณฑ์ในโครงการ	49
2.4.2	ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์	49
2.4.3	ข้อได้เปรียบต่อผลิตภัณฑ์คู่แข่ง	50
2.4.4	คำอธิบายลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์	50
2.4.5	ช่องทางการจำหน่ายและโอกาสในการใช้งานผลิตภัณฑ์	51
2.4.6	สรุปลักษณะโดยรวมของผลิตภัณฑ์ในโครงการ	52
2.4.7	สรุปภาพรวมด้านลักษณะของบรรจุภัณฑ์ในโครงการ	52
2.5	ข้อมูลกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ในโครงการ	53
2.5.1	ลักษณะทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย	53
	ด้าน demographic	53
	ด้าน psychographic	53
2.5.2	ลักษณะความสนใจด้านต่าง ๆ ของกลุ่มเป้าหมาย	54
	ด้านรสนิยมการบริโภคสินค้า	54
	ด้านกิจกรรมประจำวัน	55
2.5.3	เงื่อนไขความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบ	56
	โอกาสและอัตราการใช้งาน	56
	ลักษณะการใช้งาน	56
	ความสัมพันธ์ของกลุ่มเป้าหมายต่อผลิตภัณฑ์ในโครงการ	57
2.6	ข้อมูลด้านวัสดุและกรรมวิธีการผลิต	58
2.6.1	ข้อมูลด้านวัสดุและกรรมวิธีการผลิต รวมทั้งระบบพิมพ์และการปิดฉลาก	58
2.6.2	วิเคราะห์ความเหมาะสมในการเลือกใช้วัสดุรวมทั้งวิธีการผลิตระบบพิมพ์ และสรุปผล	61

บทที่ 3 การออกแบบ	68
3.1 การตั้งชื่อผลิตภัณฑ์	69
3.1.1 ชื่อผลิตภัณฑ์ที่นำมาพิจารณา	69
3.1.2 วิเคราะห์ชื่อผลิตภัณฑ์และสรุปผลการเลือกชื่อผลิตภัณฑ์	69
3.2 การออกแบบตราสัญลักษณ์	70
3.2.1 ตราสัญลักษณ์ที่ได้รับการออกแบบในเบื้องต้น	70
3.2.2 การพัฒนาแบบตราสัญลักษณ์	70
3.2.3 วิเคราะห์และสรุปผลเลือกตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์	71
3.3 การออกแบบบรรจุภัณฑ์	72
3.3.1 เงื่อนไขความต้องการด้านต่าง ๆ ของบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการออกแบบ	72
3.3.2 ภาพรวมแนวความคิดของผลิตภัณฑ์	76
3.3.3 กระบวนการออกแบบในขั้นแบบร่างครั้งที่ 1	76
แนวทางการออกแบบด้านโครงสร้าง	76
แนวทางการออกแบบด้านกราฟิก	81
สรุปผลการออกแบบ	97
ภาพถ่ายหุ่นจำลอง	98
3.3.4 กระบวนการออกแบบในขั้นแบบร่างครั้งที่ 2	99
แนวทางการออกแบบด้านโครงสร้าง	99
แนวทางการออกแบบด้านกราฟิก	113
สรุปผลการออกแบบ	118
ภาพถ่ายหุ่นจำลอง	119
3.3.5 กระบวนการออกแบบและพัฒนาแบบในขั้นสุดท้าย	120
แนวทางการพัฒนาแบบด้านโครงสร้างและสรุปผล	120
แนวทางการพัฒนาแบบด้านกราฟิกและสรุปผล	122
3.3.6 สรุปผลการออกแบบ	136
ภาพแสดงกราฟิกแบ่งแยกตามชนิดของผลิตภัณฑ์	137
ภาพถ่ายหุ่นจำลองผลงานในขั้นสุดท้าย	143
 บทที่ 4 การเสนองานออกแบบ	 144
4.1 ภาพถ่ายหุ่นจำลอง	145
4.2 งานเขียนแบบแสดงรายละเอียด	150

บทที่ 5 บทสรุป	155
สรุปผลการออกแบบและการนำเสนองาน	156
ภาคผนวก	157
ข้อควรรู้เกี่ยวกับการแสดงฉลากและเอกสารกำกับยา	157
หลักเกณฑ์ที่ดีในการผลิตยา	160
แหล่งข้อมูลอ้างอิง	162
ประวัติการศึกษา	163





บทนำ

กระแสการบริโภคผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องของธุรกิจสปาและสมุนไพร กอปรกับภาครัฐและเอกชนก็มีการร่วมมือกันกับสำนักนวัตกรรมแห่งชาติในการดำเนินโครงการยกระดับสมุนไพรไทยโดยมุ่งไปที่การพัฒนา “โพล” ซึ่งเป็นสมุนไพรที่สายพันธุ์ที่อยู่ในประเทศไทยมีความพิเศษกว่าสายพันธุ์อื่นใดในโลก โดยส่งเสริมให้มีศักยภาพในการผลิตภายใต้โครงการนวัตกรรมสมุนไพรแห่งชาติหรือ “โพลทานอยด์ ” เพื่อต้องการให้สมุนไพรไทยเป็นที่ยอมรับทั้งในตลาดภายในและนอกประเทศ โดยได้รับความร่วมมือกับโครงการพัฒนาบัณฑิตศึกษาและการวิจัยทางเคมี หรือ (PERCH) ซึ่งมีกลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสมุนไพรเข้าร่วมโครงการพัฒนาด้านตราสินค้าและการผลิตดังนี้

1. บริษัท ดอกบัวคู่ จำกัด
2. บริษัท เอสซีดีคลินิก จำกัด
3. บริษัท โควิท เคทท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
4. บริษัท เอสที อาร์ทีสทรี จำกัด
5. บริษัท อติเทพ จำกัด
6. บริษัท เดอะ มิดเดิ้ล เวย์ วัน เวิลด์ จำกัด
7. บริษัท เฮอรัลด์ อินโนเวชั่น จำกัด

โดยทางบริษัท ดอกบัวคู่ จำกัด ได้เล็งเห็นช่องว่างทางการตลาดนี้จึงได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร ซึ่งมีโพลเป็นส่วนผสมหลัก โดยคุณสมบัติของโพลนั้นมีสารออกฤทธิ์เช่น ระวังกลิ่นเหม็น ลดการปวดบวม คลายความปวดเมื่อย ลดเชื้อราและแบคทีเรีย ฯลฯ จึงมีนโยบายที่จะออก ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร ภายใต้แบรนด์ใหม่ โดยมุ่งเน้นไปที่กลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยทำงานและนักศึกษาอายุ 18-35 ปี ซึ่งอยู่ในวัยที่ยังมีความกระฉับกระเฉงและยังสนุกกับการทำงานอาศัยอยู่ในตัวเมืองใหญ่และรักการออกกำลังกาย ซึ่งในแต่ละวันต้องพบกับกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดความเมื่อยล้า และการความไม่สบายต่างๆทางร่างกายทั้งนี้ยังเป็นกลุ่มที่ยังไม่มีการทำตลาดอย่างจริงจัง และเนื่องจากผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรยังสามารถครองส่วนแบ่งตลาดยาได้เพียงส่วนน้อยเท่านั้น สาเหตุเนื่องมาจากปัจจัยทางด้านต่างๆทั้งทางด้านทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรว่าเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุ เนื่องจากภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ที่เป็นอยู่ไม่สวยงาม ดูล้าสมัย ขาดหน้าที่การใช่งานที่เหมาะสมและขาดเอกลักษณ์ในตัวเอง จึงมีความต้องการที่จะพัฒนาให้มีความโดดเด่นสร้างเอกลักษณ์ให้ผลิตภัณฑ์ ใช้งานสะดวกและสามารถตอบสนองความต้องการด้านต่าง ๆ ของกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างครบถ้วน จึงเป็นโอกาสที่ดีที่จะเข้ามาทำตลาดในส่วนตลาดที่ยังเปิดอยู่

การนำเสนอโครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ดูแลตัวเองนี้ ก็เพื่อตอบสนองนโยบายทางการตลาดของบริษัท และเป็นการร่วมพัฒนาและช่วยผลักดันผลิตภัณฑ์จากโพลีให้มีความน่าสนใจ สามารถดึงดูดใจผู้บริโภคและเพิ่มมูลค่าในตราสินค้าและผลิตภัณฑ์ ให้มีมาตรฐานทัดเทียมคู่แข่งในท้องตลาด โดยศึกษาจากความต้องการทางด้านต่าง ๆ แล้วนำมาวิเคราะห์ปรับปรุงให้มีความเหมาะสม สามารถตอบสนองความต้องการทางด้านต่าง ๆ ได้อย่างครบถ้วน

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เป็นโครงการเสนอแนะที่สร้างขึ้นเพื่อรองรับผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากสารโพลีสกัด ที่กำลังมีการค้นคว้าวิจัยอย่างจริงจังในเวลานี้ โดยศึกษาสรรพคุณทางยาต่าง ๆ ของสารโพลีสกัดเพื่อนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรในโครงการ
2. โครงการนี้มีจุดประสงค์เพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ยาสมุนไพรจากสารโพลีสกัด โดยการดำเนินงานของโครงการนี้จะเน้นไปที่ลักษณะรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมจะมารองรับผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากสารโพลีสกัดในอนาคต โดยการดำเนินงานในโครงการนี้จะไม่อ้างอิงถึงคุณสมบัติทางเคมีวิทยาและชีววิทยาของสารโพลีสกัดอย่างละเอียด จะมีข้อมูลในเรื่องนี้อ้างอิงเพียงบางส่วนเท่านั้น
3. ออกแบบให้มีลักษณะกราฟิกและบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างเอกลักษณ์สำหรับผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรซึ่งมีส่วนผสมของสารจากโพลีสกัด ให้มีความโดดเด่นดึงดูดใจกลุ่มผู้บริโภค
4. สร้างความมั่นใจในการใช้ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรให้กับผู้บริโภค
5. เพื่อเป็นการขยายฐานการจำหน่ายให้กว้างขึ้น โดยขยายไปสู่กลุ่มเป้าหมายใหม่ด้วยกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย และโดดเด่น
6. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีลักษณะเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด สามารถอำนวยความสะดวกด้านการใช้งานแก่ผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยศึกษาจากพฤติกรรมการใช้งานและความต้องการของผู้บริโภค
7. เพื่อศึกษาลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่สามารถรองรับผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรที่มีโพลีสกัดเป็นส่วนประกอบ โดยตัวบรรจุภัณฑ์สามารถเพิ่มมูลค่า ยกกระตือ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อตราสินค้าได้
8. ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ชนิดเดียวกันจะมีเอกลักษณ์ร่วมที่สามารถเป็นที่จดจำ และมีลักษณะที่ดึงดูดใจผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย มีความแตกต่างจากคู่แข่ง สามารถแบ่งแยกผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดได้อย่างชัดเจนและจดจำง่าย

ความเป็นไปได้ของโครงการ

ด้านนโยบาย

บริษัท ดอกบัวคู่ จำกัด ได้เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของโครงการไหลทานอยด์ โดยมีจุดมุ่งหมายในการนำไหล ซึ่งเป็นสมุนไพรที่พบได้เฉพาะในประเทศไทยเท่านั้น มาแปรรูปโดยใช้เป็นส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่บริษัทมีศักยภาพในการผลิต พร้อมกันนี้ทางบริษัทเองก็มีนโยบายที่จะ ขยายฐานการตลาดไปสู่กลุ่มลูกค้าวัยทำงานและกลุ่มนักศึกษา อายุ 18-25 ปี จึงมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความพอใจแก่ผู้บริโภคที่มีภาพพจน์ที่ดีเป็นที่ยอมรับ มีบรรจุภัณฑ์ที่แปลกใหม่ ซึ่งทางบริษัทได้ให้การสนับสนุนข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์และข้อมูลทางการตลาด กอปรกับให้คำปรึกษาเป็นอย่างดี

ด้านเศรษฐกิจ

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความเหมาะสม ทั้งด้านภาพลักษณ์ของสินค้าและการผลิตจะเป็นการยกระดับมาตรฐานสินค้าจากสมุนไพรไหลที่รัฐกำลังผลักดันให้เข้าสู่ตลาดโลก เพื่อให้เป็นพืชสมุนไพรประจำชาติได้ทำให้เกิดการหมุนเวียนเงินตราภายในประเทศ

ด้านสังคมและสภาพแวดล้อม

ผลิตภัณฑ์และยกระดับตัวผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานเพื่อประโยชน์สูงสุดแก่ผู้บริโภค โดยบริษัทดอกบัวคู่ มีนโยบายที่ดีในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ตัวผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างสูงสุด

ด้านการออกแบบ

วิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ กลุ่มเป้าหมาย ลักษณะทางการตลาดมาใช้ในการออกแบบเพื่อตอบสนองความต้องการในทุก ๆ ด้าน

สรุปความเป็นไปได้ของโครงการ

มีความเป็นไปได้ในทุก ๆ ด้าน

ขอบเขตของโครงการ

1. เป็นโครงการเสนอแนะที่สร้างขึ้นเพื่อรองรับผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากสารโพลิสกัต ที่กำลังมีการค้นคว้าวิจัยอย่างจริงจังในเวลานี้ โดยศึกษาสรรพคุณทางยาในด้านต่าง ๆ ของสารโพลิสกัตเพื่อนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรในโครงการ
2. โครงการนี้มีจุดประสงค์เพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ยาสมุนไพรจากสารโพลิสกัต โดยการดำเนินงานของโครงการนี้จะเน้นไปที่ลักษณะรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมจะมารองรับผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากสารโพลิสกัตในอนาคต โดยการดำเนินงานในโครงการนี้จะอ้างอิงถึงคุณสมบัติทางเคมีวิทยาและชีววิทยาของสารโพลิสกัตอย่างละเอียด จะมีข้อมูลในเรื่องนี้อ้างอิงเพียงบางส่วนเท่านั้น





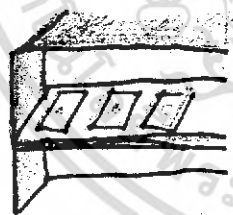
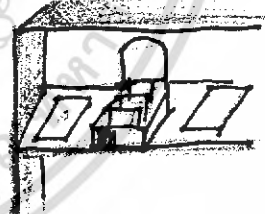
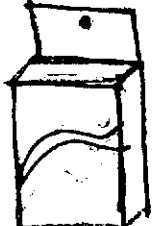
แนวทางการศึกษาวิจัย

1. ศึกษาประวัติความเป็นมาของบริษัท โครงการที่เข้าร่วมและเป้าหมายทางการตลาดของบริษัท
2. ศึกษาลักษณะของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด ลักษณะทางกายภาพและวิธีบรรจุที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์
3. ศึกษาแนวทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ คู่แข่ง สถานการณ์ทางการตลาด ราคา ช่องทางการตลาด สถานที่จำหน่าย
4. ศึกษาพฤติกรรม จิตวิทยา ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
5. ศึกษาหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้
6. ศึกษาช่องว่างทางการตลาดที่สามารถสร้างโอกาสในการสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ใหม่
7. ศึกษาลักษณะโครงสร้าง รูปแบบการพิมพ์ที่เหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์
8. ศึกษาข้อบังคับและระเบียบการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์





ปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหา





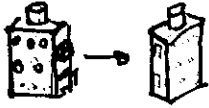
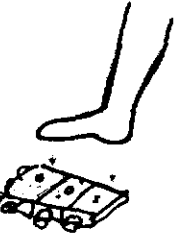
พลาสติกอร์รเทาปวด

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านการบรรจุ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเป็นแผ่นได้ - บรรจุง่ายในการผลิต <p><u>ด้านความสะดวกสบาย</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ในรูปแบบของซองคู่แข่ง ขณะที่ฉีกซองมักเกิดปัญหาการติดขัดเนื่องจากแผ่นพลาสติกอร์มีขนาดพอดีกับพื้นที่ว่างภายในซองเกินไปเป็นการสร้างความหงุดหงิดให้กับลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบให้เป็นซองที่มีความสะดวกในการบรรจุ <p>ออกแบบให้มีพื้นที่ว่างภายในซองเพิ่มขึ้นเพื่อเพิ่มความสะดวกในการฉีกซอง โดยปรับให้รอยฉีกอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม</p>  <p>แนวรอยฉีกไม่ติดกับพลาสติกอร์</p>
<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - ผลิตภัณฑ์พลาสติกอร์รเทาปวดมักวางขายบนชั้นขายเรียงรายกันไปทำให้ไม่สะดวกตาผู้บริโภค และถ้าหากพื้นผิวที่วางสกปรกอาจทำให้สินค้าเสียหายลงไปด้วย 	<p>ออกแบบให้มีส่วนของ secondary package ที่เป็นกล่อง display ได้ในตัว ช่วยให้สะดวกจัดเก็บในการขนส่งและทำให้ผู้บริโภคมองเห็นได้ง่ายขึ้น และเป็นการสร้างภาพพจน์ให้ดูดีกว่าสินค้าคู่แข่ง</p> 
<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย</u></p> <p>พลาสติกอร์รเทาปวดที่ขายอยู่ทั่วไป มักมีสีส้มหม่นหมองไม่น่าใช้ไม่ส่งเสริมให้เกิดความมั่นใจเมื่อใช้ติดบนร่างกายส่วนที่อยู่นอกร่มผ้า และกราฟิกบนซองที่หล้าสมัย ส่งผลให้เกิดการต่อต้านไม่อยากซื้อสินค้า</p>	<p>ออกแบบเพิ่มในส่วนของลวดลายบนพลาสติกอร์รเทาปวดให้มี 3 ลวดลาย ที่แตกต่างกัน และสร้างโอกาสในการเพิ่มจำนวนการขายต่อครั้งโดยการบรรจุในกล่อง โดยหนึ่งกล่องบรรจุไว้ทั้ง 3 ลวดลาย และออกแบบให้สามารถแขวนแสดงสินค้าได้ด้วย</p> 

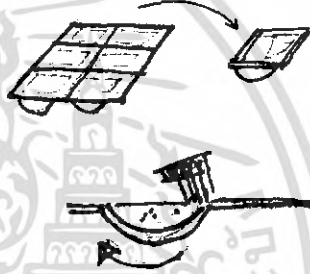

น้ำยาล้างปาก

เงื่อนไขความต้องการ ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านการบรรจุ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุง่ายในการผลิต - สามารถบรรจุของเหลวได้ <p><u>ด้านความสะดวกสบาย</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - ความไม่สะดวกในการใช้แก้วเมื่อต้องการล้างปาก - ผู้บริโภคบางคนมักนำฝามาแทนแทนแก้วเมื่อทำให้เกิดการสะสมของเชื้อโรคและอาจปนเปื้อนลงไป ในน้ำยาได้ - ยังมีบางกลุ่มที่ใช้น้ำยาล้างปากในบางโอกาสเท่านั้น ขนาดบรรจุภัณฑ์ที่เป็นอยู่ยังมีขนาดใหญ่เกินไป สำหรับผู้บริโภคกลุ่มนี้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบให้มีความเหมาะสมกับปริมาณบรรจุ <p>1. ออกแบบส่วนด้านบนของฝามีลักษณะเป็นแก้วสามารถนำมาใช้บ้วนปากและล้างทำความสะอาดได้เมื่อใช้เสร็จ</p> <p>ภาพตัดขวางส่วนฝา</p>  <p>ส่วนที่หมุนเกลียวกับปากขวด</p> <p>2. ออกแบบให้มีขนาดขวดเล็กลงหรือเพิ่มทางเลือกใหม่ เช่น บรรจุภัณฑ์แบบใช้ครั้งเดียว</p>  <p>เป็นถ้วย เทอร์โมฟอร์ม ปริมาณบรรจุเท่ากับการใช้ในแต่ละครั้ง</p>
<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - สามารถป้องกันความเสียหายจากปัจจัยต่างๆได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - เลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมกับความต้องการของสินค้า - สามารถป้องกันการรั่วซึมได้ดี
<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์โดยทั่วไปมีรูปทรงที่ให้ความรู้สึกที่น้ำยาล้างปากเป็นสารอันตราย ดูไม่ปลอดภัย 	<p>ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีรูปทรงที่เป็นมิตรมากขึ้น</p>



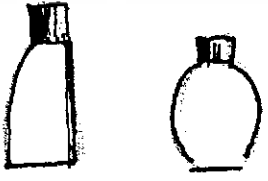
น้ำมันนวดคลายปวด

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านการบรรจุ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - มีลักษณะที่สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเป็นของเหลวได้ มีขนาดพอเหมาะกะกับสินค้า - สามารถบรรจุได้ง่ายในกระบวนการผลิต - มีการบรรจุที่เหมาะสมกับรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบให้เป็นขวดที่มีรูปทรงที่เอื้ออำนวยต่อความสะดวกในการบรรจุ
<p><u>ด้านความสะดวกสบาย</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - ต้องเป็นฝาที่ใช้ทำงานง่าย และไม่ต้องจับขวดขณะบีบเนื่องจากมือเป็นอน้ำมัน 	<p>เลือกใช้ฝาขวดแบบจุกบีบเพื่อความสะดวกในการบีบน้ำมันออกมาในแต่ละครั้ง</p> 
<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - มีการป้องกันบริเวณจุกบีบเพื่อป้องกันการเลอะเทอะจากการกดด้วยความบังเอิญ 	<p>ออกแบบให้มีฝาครอบบริเวณจุกบีบเพื่อป้องกันการเสียหายเมื่อไม่ใช้งาน</p> 
<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย</u></p> <p>สร้างความแปลกใหม่และคุณประโยชน์ในตัวบรรจุภัณฑ์ให้กับลูกค้า</p>	<p>ออกแบบให้สามารถนำบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วมาเป็นอุปกรณ์นวดร่างกายได้</p> <p><u>แนวทางที่ 1</u> พื้นผิวขวดมีปุ่มนูนขึ้นมา สามารถนำมานวดตามร่างกายได้</p>   <p><u>แนวทางที่ 2</u> บรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วสามารถนำมาต่อกันหลายๆ อัน ใช้เป็นแผ่นเหยียบนวดเท้าได้</p>  


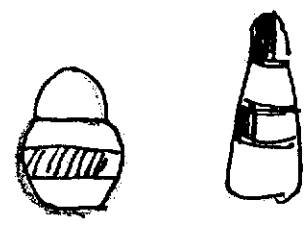
ยาสีฟัน

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p>ด้านการบรรจุ</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีลักษณะที่สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเป็นของเหลวหนืดได้ มีขนาดพอเหมาะกับสินค้า - สามารถบรรจุได้ง่ายในกระบวนการผลิต - มีการบรรจุที่เหมาะสมกับรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ <p>ด้านความสะดวกสบาย</p> <ul style="list-style-type: none"> - บริเวณบางส่วนนิยมแปรงฟันในช่วงเวลาหลังอาหารกลางวันหรือการพกพาขณะเดินทาง จึงทำให้เกิดพฤติกรรมในการพกพาขึ้น จึงมียาสีฟันหลอดเล็กเพื่อการพกพา แต่ก็ยังเกิดปัญหาการเลอะเทอะในส่วนของฝาหลอดเมื่อ เก็บไว้ในกระเป๋า ยาสีฟันหลอดเล็กหากเก็บไว้นานๆ มักเกิดการแข็งเนื่องจากอากาศเข้าไปทำปฏิกิริยาจากการเปิดใช้งานครั้งแรก <p>ด้านการคุ้มครองรักษา</p> <ul style="list-style-type: none"> - ต้องสามารถป้องกันความเสียหายจากปัจจัยอื่น - มีความสะดวกในการขนส่ง - วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ต้องสามารถรักษาลักษณะทางกายภาพของยาสีฟันได้เป็นอย่างดี <p>ด้านการส่งเสริมการขาย</p> <p>สร้างความแปลกใหม่และคุณประโยชน์ในตัวบรรจุภัณฑ์ให้กับลูกค้า มีกราฟิกบนตัวบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่น ดึงดูดใจผู้บริโภค ให้ข้อมูลสินค้าครบถ้วน</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ส่วนที่เป็นหลอดยาสีฟันแบบเดิมเลือกใช้หลอดพลาสติกที่สามารถบรรจุได้ง่าย เอื้ออำนวยความสะดวกต่อการที่ลปิดปลายหลอด <p>ออกแบบให้เป็นยาสีฟันที่สามารถพกพาสะดวกจะเป็นลักษณะบลิสเตอร์แพ็ค แบ่งไปใช้ทีละอัน</p>  <ul style="list-style-type: none"> - ส่วนของยาสีฟันแบบพกพาจะต้องทำจากพลาสติกที่รับแรงกระแทกได้ดี มี secondary package ช่วยปกป้องอีกชั้นหนึ่ง  <ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบให้มีกราฟิกบนตัวบรรจุภัณฑ์โดดเด่น ดึงดูดใจผู้บริโภค ให้ข้อมูลสินค้าครบถ้วน มีความโดดเด่นเมื่อวางบนชั้น แสดงสินค้า



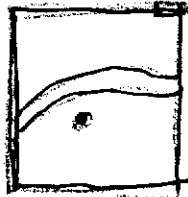
ยาทาแผลสด

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านการบรรจุ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - มีลักษณะที่สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเป็นของเหลวได้ มีขนาดพอเหมาะกับสินค้า - สามารถบรรจุได้ง่ายในกระบวนการผลิต - มีการบรรจุที่เหมาะสมกับรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ <p><u>ด้านความสะดวกสบาย</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบให้บีบยาออกจากขวดได้ง่าย - ขวดต้องไม่หกและเทอะออกมานอกหลอด 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบให้เป็นขวดที่มีรูปทรงที่เอื้ออำนวยต่อความสะดวกในการบรรจุ <p>ออกแบบให้ส่วนที่ยาไหลออกมา มีลักษณะเป็นหลอดเพื่อควบคุมการไหลของน้ำยา</p> 
<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ต้องปิดสนิท - รักษาคุณสมบัติทางกายภาพได้เป็นอย่างดี 	<p>ออกแบบให้มีลักษณะเป็นแอ่งลงไปเพื่อป้องกันการไหลออกนอกขวด</p> 
<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - มีรูปทรงบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง - ไม่มีภาพลักษณ์เหมือนยาสมุนไพรทาแผลสดทั่วไป 	<p>ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีรูปทรงแปลกใหม่ มีความน่าเชื่อถือ มีสีที่ทำให้ผู้บริโภคไว้ใจ</p> 

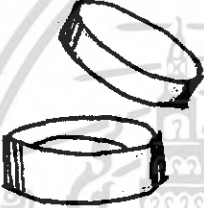


ยาเม็ดรับประทาน

เงื่อนไขความต้องการ ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านการบรรจุ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - มีลักษณะที่สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเป็นเม็ดได้ มีขนาดพอเหมาะกับสินค้า - สามารถบรรจุได้ง่ายในกระบวนการผลิต - มีการบรรจุที่เหมาะสมกับรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ <p><u>ด้านความสะดวกสบาย</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถเปิดนำยาออกมารับประทานได้ง่าย มีความสะดวกในการจัดเก็บ 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบให้เป็นขวดที่มีรูปทรงที่เอื้ออำนวยต่อความสะดวกในการบรรจุ <p>ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์สามารถเก็บรักษายาได้เป็นอย่างดี มีขนาดเล็ก พกพาสะดวก มีวิธีการเปิดใช้ง่าย</p> 
<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - สามารถป้องกันการรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของเด็กที่อาจนำไปรับประทานเอง 	<p>ออกแบบให้มีระบบฝาล็อคที่แปลกจากฝาขวดยาทั่วไป</p>
<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย</u></p> <p>ต้องการความโดดเด่นและแตกต่าง จากบรรจุภัณฑ์ยาแก้ปวดกล้ามเนื้อของคู่แข่งซึ่งมีกราฟิกที่สีส้มที่เจ็ดจ้าวหน้ากลัว และกราฟิกที่โบราณ</p>	<p>ออกแบบรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ทันสมัยและมีเอกลักษณ์ และแตกต่างกับคู่แข่ง โดยต้องมีรูปทรงที่นำไปใช้และดูเป็นมิตร</p> 


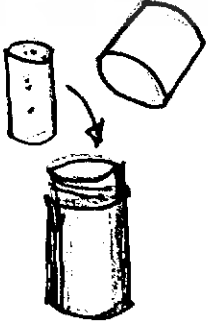
แผ่นยาระดับกลิ่นได้วงแขน

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านการบรรจุ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - มีลักษณะที่สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเป็นแผ่นได้ มีขนาดพอเหมาะกับสินค้า - สามารถบรรจุได้ง่ายในกระบวนการผลิต - มีการบรรจุที่เหมาะสมกับรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ <p><u>ด้านความสะดวกสบาย</u></p> <p>เนื่องจากผลิตภัณฑ์นั้นเป็นการตอบสนองการใช้งานนอกบ้าน ฉะนั้นบรรจุภัณฑ์จึงต้องการความสะดวกในการใช้งาน พกพาง่าย และเป็นแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง</p>	<p>ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์โดยมีทั้ง primary package และ secondary package</p> <p>ออกแบบให้แต่ละแผ่นน้ำยา บรรจุในซองที่เป็น primary package ของตัวมันเอง และบรรจุรวมอยู่ในถุง secondary package อีกที</p> 
<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถรักษาคุณสมบัติทางกายภาพของสินค้าได้ และสามารถคุ้มครองสินค้าที่ยังไม่ได้ใช้ด้วย 	<p>ออกแบบให้ซอง secondary package มีลักษณะการเปิดปิดแบบจิบเพื่อให้เปิดปิดง่ายและมิดชิด</p> 
<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย</u></p> <p>มีกราฟิกบน secondary package ที่สวยงาม สามารถพกพาได้ ด้วยความมั่นใจ โดยแสดงรายละเอียดของข้อมูลสินค้าเพียงเล็กน้อยเท่านั้น</p>	<p>ออกแบบให้กราฟิกบน secondary package มีความโดดเด่นสวยงาม แสดงส่วนที่เป็นตราสินค้าอย่างชัดเจน เพื่อให้สามารถส่งเสริมการขายด้วยตัวมันเอง เมื่อถูกนำออกมาใช้งาน และสามารถนำถุงนี้มาใช้ใส่ของเล็กๆ น้อยๆ ได้เมื่อใช้สินค้าหมด</p> 



ยาหม่อง

เงื่อนไขความต้องการ ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านการบรรจุ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - มีลักษณะที่สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเป็นของหนืดเหมือนขี้ผึ้งได้ - สามารถบรรจุได้ง่ายในกระบวนการผลิต <p><u>ด้านความสะดวกสบาย</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - สินค้าประเภทยาหม่องของคู่แข่ง มักเกิดปัญหาฝาตกหล่นหรือหายขณะใช้งาน และมีลักษณะการเปิดฝาที่ไม่สะดวก เช่น แบบที่เป็นตลับ  <ul style="list-style-type: none"> - แบบที่เป็นฝาหมุนเกลียว ทำให้เปิดใช้งานไม่ทันใจ 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบให้เป็นขวดที่มีรูปทรงที่เอื้ออำนวยต่อความสะดวกในการบรรจุ <p>ออกแบบให้เป็นตลับที่มีฝาติดกับกับส่วนตลับที่บรรจุยาหม่อง มีวิธีการเปิดที่สะดวกขึ้น เพียงออกแรงใช้นิ้วดันฝานขึ้น</p>  
<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถรักษาคุณสมบัติทางกายภาพของสินค้าได้ 	<p>ออกแบบให้มีลักษณะฝาปิดที่มิดชิดและมี secondary package ที่แข็งแรง</p>
<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย</u></p> <p>ต้องสามารถสื่อถึงเอกลักษณ์ของสินค้าและตัวบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่นกว่าคู่แข่ง อย่างชัดเจน</p>	<p>ออกแบบให้มี secondary package ที่โดดเด่นสวยงาม โดยใช้กราฟิกที่มีความสวยงามแปลกตากว่าของคู่แข่ง</p>

ยาคุม

เงื่อนไขความต้องการ ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านการบรรจุ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - มีลักษณะที่สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเหมาะสมกับสินค้า - สามารถบรรจุได้ง่ายในกระบวนการผลิต - มีการบรรจุที่เหมาะสมกับรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบให้เป็นขวดที่มีรูปทรงที่เอื้ออำนวยต่อความสะดวกในการบรรจุ
<p><u>ด้านความสะดวกสบาย</u></p> <p>- ความต้องการใช้ยาคุมในบางโอกาส มีความไม่สะดวกเกิดขึ้นเนื่องจาก มีมือว่างอยู่เพียงข้างเดียว เช่น ในขณะที่ยืนโหนราว รถไฟฟ้า, รถเมล์ เดินถือของ หรือบางครั้งระหว่างเดินทางที่อาจเกิดอาการวิงเวียนขึ้นมากะทันหัน ทำให้เกิดความลำบากในการเปิดใช้</p>	<p>ออกแบบให้มีลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะฝาเปิดใช้งานได้สะดวกโดยใช้เพียงมือเดียว ในกรณีที่มีมืออีกข้างหนึ่งไม่ว่าง</p> 
<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถรักษาคุณสมบัติทางกายภาพของสินค้าได้ 	<p>ออกแบบให้มีลักษณะฝาปิดที่มิดชิดและมี secondary package ที่แข็งแรง</p>
<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย</u></p> <p>บรรจุภัณฑ์เมื่อใช้แล้ว สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้อีก อาจมีประโยชน์ที่เอื้อต่อผลิตภัณฑ์อื่นในโครงการ</p>	<p>ออกแบบให้สามารถเปิดเอาแท่งสำลีที่อยู่ภายในออกมาได้อย่างง่ายดายเมื่อกลืนหมด เพื่อเติมน้ำมันสูตรอื่น ๆ แทน และสามารถใช้ตมต่อไปได้</p> 

พลาสติกอร์ยาปิดแผล

เงื่อนไขความต้องการ ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านการบรรจุ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - มีลักษณะที่สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเป็นแผ่นได้มีขนาดพอเหมาะกับสินค้า - สามารถบรรจุได้ง่ายในกระบวนการผลิต - มีการบรรจุที่เหมาะสมกับรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ <p><u>ด้านความสะดวกสบาย</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - การใช้พลาสติกอร์ยาปิดแผลในแต่ละครั้งมักใช้ในปริมาณน้อย ในขณะที่ปริมาณบรรจุแต่ละครั้งที่ขายในตลาดปัจจุบันจะมีปริมาณมากและมีขนาด secondary package ที่ค่อนข้างใหญ่พกพาไม่สะดวก 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบให้เป็นขวดที่มีรูปทรงที่เอื้ออำนวยต่อความสะดวกในการบรรจุ <p>ออกแบบให้มีขนาดกล่องเล็กลงสามารถใส่ได้พอดีกับขนาดพลาสติกอร์ยาปิดแผลที่รวมกันเป็นพับอยู่ในปริมาณการขายที่น้อยลง</p>  <p>ออกแบบให้บรรจุอยู่ในซองกระดาษที่สามารถเก็บส่วนที่ยังไม่ใช้ไว้ได้ และสามารถพกพาสะดวก</p> 
<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถรักษาคุณสมบัติทางกายภาพของสินค้าได้ และสามารถคุ้มครองสินค้าที่ยังไม่ได้ใช้ด้วย <p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย</u></p> <p>กราฟิกบนตัวบรรจุภัณฑ์ต้องสามารถดึงดูดความสนใจจากลูกค้า และเป็นกราฟิกที่ให้ความรู้สึกสะอาดและปลอดภัย เนื่องจากเป็นสินค้าเกี่ยวกับบาดแผล</p>	<p>ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์สามารถรักษาสินค้าทั้งก่อนและหลังการเปิดใช้งานได้อย่างปลอดภัย</p> <p>ออกแบบให้มีสีส้มและกราฟิกที่ดูปลอดภัย ให้ความมั่นใจกับลูกค้า</p>

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. บรรรจภัณฑ์สามารถทำหน้าที่ ปกป้อง คุ่มครอง อำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภคและสามารถสื่อถึงคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. บรรรจภัณฑ์สามารถส่งเสริมภาพพจน์ที่ดีให้กับสินค้า สร้างความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคและนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้าในเวลาต่อมา
3. บรรรจภัณฑ์สามารถช่วยส่งเสริมการขาย เพิ่มยอดขาย และช่วยยกระดับมูลค่าของผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี
4. บรรรจภัณฑ์สามารถตอบสนองนโยบายทางการตลาดได้อย่างครบถ้วน
5. เป็นการสนับสนุนนโยบายของรัฐที่ต้องการจะผลักดันโพลให้เป็นสมุนไพรที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง
6. ช่วยยกระดับและเพิ่มความน่าเชื่อถือในผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรของไทยสามารถนำหลักวิชาการการออกแบบบรรจุภัณฑ์มาใช้ให้สอดคล้องกับความต้องการต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม

ข้อมูลอ้างอิงจาก

บริษัท ดอกบัวคู่ จำกัด

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ

ผลงานวิจัยเรื่อง โพล จากคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

นิตยสาร brandage

www.bussinessthai.com

www.kapook.com

www.manager.co.th

www.marketresearch.com

www.anodard.com



บทที่ 2 การค้นคว้าและสรุปข้อมูล

2.1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับบริษัทผู้ผลิต

2.1.1 ประวัติและความเป็นมาของบริษัท

จากจุดกำเนิดเล็ก ๆ เมื่อปี พ.ศ. 2520 บริษัทเริ่มขึ้นจากห้างขายยาสมุนไพรเล็ก ๆ ผลิตและจำหน่ายยา รักษาโรคต่าง ๆ ด้วยสมุนไพร จนได้รับวางใจจากลูกค้าที่นับวันจะยิ่งพอกพูนขึ้นเรื่อยๆ เมื่อประสบความสำเร็จ จากห้างขายยาในระดับหนึ่ง ทำให้ท่านประธานของบริษัท ดร. บุญกิจ ลิเลิศพันธ์ นอกจากจะเป็นมือหนึ่งของ ประเทศในเรื่องความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับสมุนไพรแล้ว ท่านยังมีความชำนาญในเรื่องการตลาดเป็นอย่างดี ได้เล็ง เห็นช่องทางในการทำธุรกิจเกิดขึ้น นั่นก็คือ ยาสมุนไพรดอกบัวคู่ นั่นเอง ซึ่งในขณะนั้นยังไม่มีใครผลิตยา สืบจากสมุนไพรขึ้น จะมีก็แต่ยาที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ แต่ก็ยังไม่ใช้สมุนไพรล้วนแถมราคาแพงมาก บริษัท ดอกบัวคู่ จำกัด เป็นเจ้าแรกและเจ้าเดียวที่ใช้สมุนไพรแท้ ๆ จากประเทศไทยมาผลิตยา สืบพันธุ์

ช่องทางการจำหน่ายในยุคแรก ๆ ของบริษัทเริ่มจากหน่วยรถเล็ก ๆ เพียงไม่กี่คันวิ่งออกไปรษณีย์สินค้า ตามสถานที่ต่างๆ ทั้งระบบขายตรงถึงมือผู้ใช้ โดยอาศัยผู้จำหน่ายและระบบฝากขายกับร้านค้าทั่วไป การ ตลาดก็ค่อยๆ ทำทีละจุด เกือบจะพูดได้ว่า ในช่วงแรกทางบริษัทฯ แทบจะไม่ได้ใช้งบโฆษณาเลย หลังจากวาง สินค้าได้ค่อนข้างครอบคลุมทั่วประเทศแล้วทาง บริษัทฯจึงเริ่มใช้สื่อโฆษณาทางวิทยุก่อน จากนั้นสินค้าเริ่ม ขายได้มากขึ้นจึงลงโฆษณา ทาง โทรทัศน์ จนเป็นที่รู้จักและขายดีทั่วประเทศ ถือได้ว่าเป็นผู้นำด้านผลิตภัณฑ์ สมุนไพรเจ้าแรกและเจ้าเดียวของเมืองไทย

ปัจจุบันนี้บริษัท ดอกบัวคู่ จำกัด มีพนักงานกว่า 500 คน พร้อมห้องแล็บที่ทันสมัย โรงงานบนพื้นที่ กว่า 7 ไร่ ใช้เครื่องจักรเทคโนโลยีสูงสุดจากเยอรมัน ควบคุมด้วยระบบ คอมพิวเตอร์ดิจิทัล เพื่อรองรับตลาดที่ ขยายตัวขึ้น และรองรับตลาดส่งออกในเวลาอันใกล้นี้

" ดอกบัวคู่ ความบริสุทธิ์จากธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์ที่ผู้ใช้บอกต่อ"

2.1.2 ปรัชญาและนโยบายของบริษัท

มีความมุ่งมั่นและตั้งใจที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับและแพร่หลายไปสู่กลุ่มผู้ บริโภคทุกระดับ โดยมีการวางแผนแนวทางการตลาดให้มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของ กลุ่มผู้บริโภคและสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อตอบสนองความต้องการด้านต่าง ๆ ของผู้บริโภคให้มี ประสิทธิภาพมากที่สุด รวมทั้งได้เข้าร่วมโครงการต่าง ๆ ที่มีการพัฒนาสมุนไพรไทยโดยในปัจจุบันได้เข้าร่วม โครงการนวัตกรรมสมุนไพรไทยแห่งชาติ (ไพลทานอยด์) ในการพัฒนาและนำไพลมาใช้เป็นส่วนประกอบของ ผลิตภัณฑ์ และได้นำมาปรับใช้กับผลิตภัณฑ์ในบริษัทได้อย่างมีคุณค่าหลักปรัชญาของบริษัท คือ **คุณภาพคู่คุณธรรม**

2.1.3 ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ของบริษัทในปัจจุบัน

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลตัวเองสูตรสมุนไพรภายใต้แบรนด์ **ดอกบัวคู่** เจาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นแม่บ้านและวัยทำงานอายุ 25 ปีขึ้นไป ประกอบด้วยยาสีฟัน, น้ำยาบ้วนปาก, สบู่เหลว, สบู่ก้อน, ยาสระผมและครีมนวดผม ซึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้จะเน้นที่ความเป็นสมุนไพรอย่างชัดเจน
2. กลุ่มยาสีฟันสมุนไพรภายใต้แบรนด์ **HERBAL** ที่มีการปรับปรุงให้มีรสชาติที่อ่อนลงและเพิ่มรสชาติที่เย็นสดชื่นขึ้น โดยมี 2 รสชาติให้เลือกใช้คือ HERBAL COOL และ HERBAL เจาะกลุ่มเป้าหมายที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ลงมาและผู้เริ่มต้นใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
3. กลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลตัวเองภายใต้แบรนด์ใหม่ **MWNS** โดยนำส่วนประกอบจากโพลีในโครงการโพลีทานอยด์ที่เข้าร่วมมาใช้เป็นส่วนประกอบในผลิตภัณฑ์ เจาะกลุ่มเป้าหมายกลุ่มลูกค้าชายหญิงวัยทำงานที่นิยมการเล่นกีฬาอายุ 25-35 ปี ซึ่งขณะนี้ได้ออกผลิตภัณฑ์สบู่ก่อนมาทดลองทำตลาดก่อน จากนั้นจะตามด้วยสบู่เหลวและยังมีแผนที่จะแตกไลน์ไปยังสินค้ากลุ่มอื่นเช่น แชมพู ครีมนวดและผลิตภัณฑ์บำรุงผิว
4. กลุ่มเวชภัณฑ์สมุนไพรเน้นส่วนประกอบของโพลี เพื่อบรรเทาอาการเจ็บป่วยจากการทำงานและกิจกรรมระหว่างวัน ภายใต้แบรนด์ใหม่เจาะกลุ่มเป้าหมายใหม่ โดยส่วนนี้จะเป็นส่วนที่จะทำวิทยานิพนธ์ เนื่องจากยังไม่มีผู้ผลิตรายใดทำการตลาดผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้อย่างจริงจัง กอปรกับสภาพแวดล้อมและการดำเนินชีวิตของผู้คนในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปเต็มไปด้วยความเร่งรีบและความตึงเครียด ซึ่งสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดความไม่สบายทางร่างกายในรูปแบบต่างๆ

2.1.4 ลักษณะทางการตลาดของบริษัท

ช่องทางการจำหน่ายในปัจจุบัน

1. ห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วไป เช่น ห้างสรรพสินค้าในเครือเซ็นทรัล, เดอะมอลล์, ซีคอนส์, ดิเอ็มโพเรียม ฯลฯ
2. ดิสคานท์ สโตร์ เช่น Macro, Lotus, Big C, Carrefour
3. ร้านขายยาในห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วไป เช่น Boots, Watson ฯลฯ
ซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น Top Supermarket
4. คอนวีเนียนสโตร์ เช่น เซเว่น อีเลฟเว่น

โครงการในอนาคต

การผลิตยารักษาโรคที่สกัดจากสมุนไพรอัดเม็ด หรือแคปซูล

กลยุทธ์การทำตลาดสินค้าใหม่ของบริษัท

ใช้วิธีแจกสินค้าตัวอย่างเพื่อให้ลูกค้าได้ทดลองใช้ อีกทั้งยังมีการโฆษณาผ่านไปยังสื่อต่างๆ โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์

การสร้างโอกาสและช่องทางการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์

โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างความแตกต่างของสินค้าเพื่อเป็นผู้นำในตลาดเดิมและสร้างตลาดใหม่ในส่วนอื่น ๆ

แนวโน้มความเป็นไปได้ในการลงทุนทำตลาดของเวชภัณฑ์สมุนไพร (ส่วนวิทยานิพนธ์)

มีความเป็นไปได้สูง เนื่องจากขณะนี้ทางบริษัทกำลังเริ่มเข้าไปในส่วนของผลิตภัณฑ์ยาเม็ดสมุนไพรซึ่งยังอยู่ในช่วงการค้นคว้า ขณะเดียวกันสมุนไพรไหลกำลังได้รับการผลักดันจากทางภาครัฐให้เป็นสมุนไพรไทยชนิดแรกในการพัฒนาพืชสมุนไพรไทยจากพืชสมุนไพรทั้งหมด 24 ชนิดและยังมีกระแสความนิยมผลิตภัณฑ์สมุนไพรของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2.1.5 สถานการณ์ทางการตลาดของบริษัทในปัจจุบัน

อยู่ในช่วงการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ในด้านต่าง ๆ ให้มีความทันสมัยและปรับเปลี่ยนให้เข้ากับพฤติกรรมผู้บริโภคมากยิ่งขึ้นโดยมีการเริ่มปรับปรุงและพัฒนาในช่วงต่าง ๆ ดังนี้

ช่วงที่ 1

มีการพัฒนาปรับปรุงด้านรสชาติของยาสีฟันให้มีรสชาติอ่อนลง และเพิ่มความแปลกใหม่ในส่วนของความเย็นของเนื้อยาสีฟัน มีการปรับปรุงสีจากเดิมที่มีน้ำตาลเข้มข้นไม่น่าใช้ ให้มีสีอ่อนลง กราฟิบบนบรรจุภัณฑ์มีลักษณะที่เป็นวัยรุ่นขึ้น พร้อมกับปรับเปลี่ยนชื่อแบรนด์เป็น HERBAL และ HERBAL COOL แต่ยังคงความเป็นแบรนด์ลูกของดอกบัวคู่อย่างชัดเจนกลุ่มเป้าหมายยังคงเป็นกลุ่มเดิมคือ 25 ปีขึ้นไป เพียงแต่ขยายฐานลูกค้าไปสู่กลุ่มวัยรุ่นให้มากขึ้น โดยมีจุดขายที่เป็นยาสีฟันสมุนไพรที่มีความเย็นสดชื่น

ช่วงที่ 2

เข้าร่วมกับโครงการไหลทานอยด์และได้ออกผลิตภัณฑ์ดูแลตัวเองภายใต้แบรนด์ใหม่คือ MWNS โดยทำการเปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายใหม่จากเดิมที่เป็นกลุ่มแม่บ้าน มาเป็นกลุ่มชายหญิงวัยทำงานที่นิยมการออกกำลังกายอายุ 20 - 35 ปี เนื่องจากคุณสมบัติของไหลที่สามารถกำจัดเหงื่อและคลายความปวดเมื่อย ทั้งนี้มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ทั้งหมด แต่ผลของการทำตลาดสามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นชายได้มากกว่าเนื่องจากลักษณะสีและกราฟิกของบรรจุภัณฑ์ที่มีสีดำและความเข้าใจที่ว่าเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่มผู้เล่นกีฬาอย่างหนักหน่วง ทำให้เสียส่วนแบ่งตลาดของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้หญิงไปอย่างน่าเสียดาย จุดขายของแบรนด์ MWNS คือประสิทธิภาพในการระงับกลิ่นเหงื่อและคลายความปวดเมื่อย

ช่วงที่ 3 (ส่วนในการทำวิทยานิพนธ์)

ได้สังเกตเห็นว่าไหลยังมีศักยภาพในการเป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้อีกเมื่อทำการ ศึกษาข้อมูลทางการออกฤทธิ์ต่อร่างกายด้านต่าง ๆ ของสารสกัดจากไหลซึ่งทำให้ทราบว่าสาร สกัดจากไหลยังมีประสิทธิภาพทางยาได้อีกมากมาย จึงเข้าไปทำตลาดด้านเวชภัณฑ์สมุนไพรจากสารสกัดไหลภายใต้แบรนด์ใหม่ โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายใหม่ ทั้งนี้จะมีการออกแบบและปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายกลุ่มใหม่นี้ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและความต้องการทางด้าน การตลาดอย่างครบถ้วนและมีจุดขายใหม่ที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์คู่แข่งและผลิตภัณฑ์ข้างเคียง

2.1.6 รายละเอียดโครงการที่เข้าร่วม

โครงการนวัตกรรมสมุนไพรแห่งชาติ - โพลทานอยด์

(หนึ่งในโครงการนวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์ด้านอาหารและสมุนไพร)

เป้าหมาย

- ยกกระดับอุตสาหกรรมสมุนไพรให้มีศักยภาพในด้านการผลิตและการส่งออกในกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง น้ำมันหอมระเหย และยา
- พัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจสมุนไพรเพื่อวางกลยุทธ์ในการดำเนินงาน
- ผลักดันให้เกิดความสามารถในการร่วมมือสร้างสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิผลในการสร้างมูลค่าเพิ่ม อันรวมถึงการสร้างตราสินค้าไทยสู่ตลาดโลก

ลักษณะความเป็นนวัตกรรมของโครงการ

- กระบวนการพัฒนาโครงการสมุนไพร “โพล” ในลักษณะเครือข่ายวิสาหกิจ
- การพัฒนา “โพล” ที่เป็นนวัตกรรมของไทย

ผลที่ได้รับ

- ประเทศ : เพิ่มมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์สมุนไพร เกิดการพัฒนากระบวนเครือข่ายวิสาหกิจ (cluster) ที่ยั่งยืน
- กลุ่มผู้ประกอบการ : สามารถใช้ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้ได้มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับของตลาดโลกในด้านคุณภาพ ความปลอดภัยและประสิทธิผล เกิดมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ เกิดธุรกิจ ฐานความรู้
- คาดการณ์ผลกระทบด้านเศรษฐศาสตร์ : อยู่ในระหว่างการดำเนินการศึกษา

การสนับสนุน

- สนับสนุนด้านวิชาการและเทคโนโลยี การสืบค้นข้อมูล และการพัฒนาตลาด

ผู้ดำเนินโครงการ

- ด้านวิชาการและเทคโนโลยี :
- โครงการพัฒนาบัณฑิตศึกษาและการวิจัยทางเคมี (PERCH)
- ด้านการพัฒนาตราสินค้าและการจัดการผลิต : กลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสมุนไพร จำนวน 8 บริษัท ได้แก่
- บริษัท โควิท เคทท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
- บริษัท เฮลตี้ติกคลินิก จำกัด
- บริษัท ดอกบัวคู่ จำกัด
- บริษัท เอส ที อาร์ทีสทรี จำกัด
- บริษัท อดินพ จำกัด
- บริษัท เดอะ มิเดิ้ล เวย์ วัน เวิลด์ จำกัด
- บริษัท เซอร์บัล อินโนเวชั่น จำกัด

2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่

2.2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับไพล (*Zingiber cassumunar* Roxb.)

สมุนไพรแก้เคล็ดขัดยอก ปวดเมื่อย ฟกช้ำ

ไพลมีชื่อท้องถิ่นต่าง ๆ กันไป เช่น ภาคเหนือเรียก "บุลเย" ภาคกลางเรียก "ไพล" หรือ "ว่านไฟ" แม่ฮ่องสอนเรียก "มีนสะล่าง" ไพลเป็นไม้ล้มลุก มีเหง้าขนาดใหญ่อยู่ใต้ดิน เนื้อในเหง้าสีเหลือง มีกลิ่นเฉพาะตัว บางคนว่าหอม บางคนว่าเหม็น ใบเรียวยาว ปลายใบแหลม ดอกเป็นช่อ ลักษณะเป็นแท่งกลมยาวปลายแหลมออกจากเหง้าใต้ดิน กระจายพันธุ์โดยการใช่เหง้า ชอบดินเหนียวปนทราย แสงแดดพอควร มีความชุ่มชื้นสม่ำเสมอ **สรรพคุณยาไทย** ใช้ได้ทั้งเป็นยาภายในและยาภายนอก มีฤทธิ์แก้บิด ขับลม แก้อบเห็ด ทำยาทาภายนอก หรือผสมในลูกประคบ แก้ปวดเมื่อย ทาแผล ใสในหม้อต้มน้ำสมุนไพร ใช้อาบ อบ ประคบได้ เหง้าไพลใช้เป็นยารักษาอาการเคล็ดขัดยอก ปวดเมื่อย ฟกช้ำ

วิธีใช้

1. เหง้าไพลสด ตำคั้นน้ำทาบริเวณที่ปวดเมื่อย ขัดยอก
2. เหง้าไพลสด ตำละเอียดผสมเกลือเล็กน้อย คลุกเคล้าให้ทั่ว แล้วนำมาห่อผ้าทำเป็นลูกประคบ อังไอน้ำให้ความร้อน ประคบบริเวณที่ปวดเมื่อย เข้า-เย็น จนกว่าจะหาย
3. ทำเป็นน้ำมันไพล โดยเอาไพลสด 2 กก. ทอดในน้ำมันพืชร้อนๆ ประมาณ 10 นาที กรอง รอจน น้ำมันอุ่นๆ จึงใส่ การบูรลงไป 4 ช้อนชา เทใส่ภาชนะที่มีฝาปิดสนิท รอจนเย็นจึงเขย่าการบูรให้ละลายได้ เป็นน้ำมันไพล ใช้ทาจุดปวดเมื่อย ปวด 2 ครั้ง เข้า-เย็น (สูตรของผู้ใหญ่วิบูลย์ เข็มเฉลิม)

ข้อมูลทางวิทยาศาสตร์

เหง้าไพลที่ใช้เป็นยาควรมีอายุไม่ต่ำกว่า 3 ปี จะมีน้ำมันหอมระเหยประมาณ 0.8 % ซึ่งมีองค์ประกอบ หลักเป็นสารกลุ่ม terpenoid และ phenylbutanoid เช่น a-pinene , sabinene, a-terpinene, terpinen-4-o1 เป็นต้น และมีสารสีเหลือง ชื่อ curcumin

ไพลเป็นยาลดการอักเสบ แก้เคล็ด ขัดยอก แก้ปวด โดยทำการศึกษาทางด้านเภสัชวิทยาของ น้ำมันไพล พบว่า มีผลลดการอักเสบได้ และทำการศึกษาทางคลินิกพบว่า ครีมไพลสามารถรักษาอาการ ปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ ปวดข้อ และอาการเคล็ดขัดยอกได้ และนอกจากนี้ ยังพบว่าน้ำมันคั้นจากเหง้าไพลมีฤทธิ์ ทำให้ปลายประสาทชา จึงทำให้ลดอาการปวดเมื่อยได้ จากการทดลองในสัตว์ทดลอง พบว่ามีฤทธิ์ลดการอักเสบ แก้อบเห็ด คลายกล้ามเนื้อ ด้านการเดินของ หัวใจที่ผิดปกติ ฆ่าเชื้อจุลินทรีย์ ไลแอมเลส เป็นยาชาเฉพาะที่ ด้านการฝังตัวของตัวอ่อนในมดลูก และด้านเชื้อ แบคทีเรีย ไพลนอกจากจะใช้เป็นยาจุดแก้ปวดเมื่อยเคล็ดขัดยอกแล้ว ยังมีประโยชน์อื่นๆ อีก เช่น

1. เป็นยาแก้น้ำร้อน โดยใช้น้ำมันไพล ซึ่งจะต่างกับน้ำมันหอมระเหยอื่น ๆ ตรงที่เมื่อถูกกับผิวหนัง แล้วจะไม่รู้สึกร้อน เมื่อทา ผิวหนังจะป้องกันยูงได้ หรือใช้ผงเหง้าไพลแช่ในแอลกอฮอล์ 95 % 12-48 ชั่วโมง

2. กรอง แล้วนำไปทำให้ เข้มข้นประมาณ 30 % ทาตามแขนขา ป้องกันยุงกัดได้นานถึง 1 ชั่วโมงครึ่ง หรือใช้ขี้ผึ้งไหล ความเข้มข้น 30 % จะป้องกันยุงกัดได้นานถึง 3 ชั่วโมง (ทดลองกับยุงลายและยุงรำคาญ)
3. เป็นยาทาแผลพุพอง หนองฝี หรือโรคผิวหนังบางชนิดได้ เนื่องจากมีฤทธิ์ต้านจุลชีพได้ หลายชนิด เช่น ด้านเชื้อแบคทีเรียที่ทำให้เกิดหนองฝี ด้านเชื้อราบางชนิด ที่ทำให้เกิดโรคผิวหนังได้

ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปจากน้ำมันไหล "ไพลจีซาล" (Plygesal)

ไพลจีซาล เป็นครีมที่มีส่วนประกอบเป็นน้ำมันไหล ใช้บรรเทาอาการปวดเมื่อย ปวดบวมจากกล้ามเนื้อ อักเสบ เคล็ดขัดยอก ฟกช้ำ ไพลจีซาล 100 กรัม ประกอบด้วยน้ำมันไหล 14 กรัม

การทดสอบทางเภสัชวิทยาของไพลจีซาล

ไพลจีซาล สามารถรักษาอาการอักเสบในสัตว์ทดลองได้ผลใกล้เคียงกับ 5 % phenylbutazone cream และน้ำมันไหล ให้ผลยับยั้ง การสร้างสาร prostaglandins ในหลอดทดลอง

การทดสอบความเป็นพิษ เมื่อใช้ภายนอกพบว่า ไพลจีซาลไม่มีพิษในระดับเฉียบพลันและกึ่งเรื้อรัง ไม่ระคายเคืองและ ไม่ก่อให้เกิดอาการแพ้ต่อผิวหนัง

การทดสอบทางคลินิก

ไพลจีซาลมีประสิทธิภาพสูงในการรักษาอาการบวม โดยทดสอบในนักกีฬาที่บาดเจ็บข้อเท้าแพลง พบว่านักกีฬาในกลุ่มที่ ทาไพลจีซาล อาการบวมของข้อเท้า จะลดลงมากกว่ากลุ่มที่ทายาหลอกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเฉพาะในช่วง 2-3 วันแรกของการรักษา นอกจากนี้ไพลจีซาลยังช่วยลดอาการปวด โดยผู้ป่วยที่ทาไพลจีซาลจะรับประทานยาเม็ดแก้ปวด (paracetamol) น้อยกว่า ผู้ป่วยที่ทายาหลอก ไพลจีซาล มีประสิทธิภาพในการลดรอยเลือดที่เกิดจากการฟกช้ำได้ด้วย

2.2.2 สรรพคุณทางยาด้านต่างๆ ของไพล

ความสามารถในการแปรรูปไพลเป็นเวชภัณฑ์รูปแบบต่างๆ เพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ในโครงการสำหรับ
วิทยานิพนธ์ฉบับนี้

1. ด้านลดการปวดบวม บรรเทาอาการปวดเมื่อย

- พลาสเตอร์ปิดบรรเทาปวด
- น้ำมันนวดบรรเทาปวด
- ครีมนวดผ่อนคลายมือ
- ยานม่อง
- ยารับประทานแก้ปวดเมื่อย (ยังอยู่ในช่วงการวิจัย)

2. ด้านการกำจัดแบคทีเรีย ระวังกลิ่นเหม็น

- แผ่นทำความสะอาดและระวังกลิ่นได้วงแขน
- แป้งระวังกลิ่นเท้าและอาการคัน
- ยาสีฟัน
- น้ำยาบ้วนปาก

3. ด้านลดการอักเสบ สมานแผล รักษาแผลสด

- ยาทาแผลสด
- ครีมรักษาแผลน้ำร้อนลวก
- พลาสเตอร์ยาปิดแผล

4. ด้านการไล่แมลง

- โลชั่นกันยุง
- แผ่นทากันยุง

5. ด้านการขยายหลอดเลือด

- ยาต้ม
- น้ำมันสูดดม
- น้ำมันหอมระเหย (แบบใช้กับเตา)

6. ด้านการช่วยระบาย

- ยาเม็ดรับประทาน
- ยาขง

7. ด้านการบรรเทาอาการกระดูกเสื่อม

- ยาเม็ดรับประทาน , ยาทา

8. ด้านการลดอากาศฟุ้งหื้อเลือด

- ครีมลดรอยฟกช้ำหื้อเลือด

2.2.3 โอกาสการใช้งานของผลิตภัณฑ์กลุ่มต่าง ๆ

คุณสมบัติทางยา	ใช้ภายนอก	ใช้ภายใน
บรรเทาปวดเมื่อย , ลดปวด บวม	<ul style="list-style-type: none"> - พลาสเตอร์บรรเทาปวด - น้ำมันนวดคลายปวด - ครีมนวดผ่อนคลายมือ - ขานม่อง 	<ul style="list-style-type: none"> - ยารับประทานแก้ปวดเมื่อย
ระงับกลิ่นเหงื่อ , กำจัด แบคทีเรีย	<ul style="list-style-type: none"> - แผ่นทำความสะอาดใต้ วงแขน - แป้งดับกลิ่นเท้า - ยาสีฟัน - น้ำยาล้างปาก 	
ลดการอักเสบ , สมานแผล	<ul style="list-style-type: none"> - ยาทาแผลสด - ครีมรักษา น้ำร้อนลวก - พลาสเตอร์ปิดแผล 	
ไล่แมลง	<ul style="list-style-type: none"> - โลชั่นกันยุง - แผ่นทากันยุง 	
ลดการฟกช้ำ , หือเลือด	<ul style="list-style-type: none"> - ครีมรักษาการหือเลือด 	
ขยายหลอดเลือด		<ul style="list-style-type: none"> - ยาต้ม - น้ำมันสูตรดม - น้ำมันหอมระเหย
บรรเทากระดูกเสื่อม	<ul style="list-style-type: none"> - ยาทา 	<ul style="list-style-type: none"> - ยาทาน
ช่วยระบาย		<ul style="list-style-type: none"> - ยาเม็ด รับประทาน - ยาขง

2.3 ข้อมูลทางการตลาด

2.3.1 แนวโน้มโดยรวมของตลาดยาในปัจจุบัน

สถานการณ์ยาสมุนไพรในตลาดโลก

ส่วนตลาดปัจจุบัน - มีส่วนที่เป็นยาสมุนไพร 8.1% จากผลิตภัณฑ์สมุนไพรทั้งหมด

ส่วนตลาดอนาคต - คาดการณ์ว่าส่วนที่เป็นยาสมุนไพรจะเพิ่มขึ้นเป็น 25.92% จากผลิตภัณฑ์สมุนไพรทั้งหมด

สถานการณ์ยาสมุนไพรของไทย

มีแนวโน้มคึกคักและสดใสมากขึ้น เนื่องจากไทยมีสภาพแวดล้อม ภูมิประเทศ และทรัพยากรธรรมชาติ หลากหลายประกอบกับไทยมีนักวิชาการและองค์ความรู้ต่างๆ ให้ความรู้และพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้มีความหลากหลายมากขึ้น ศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดว่าผลิตภัณฑ์สมุนไพรในประเทศ (ยาสมุนไพร, อาหารเสริม, เครื่องสำอาง) มีมูลค่าถึง 40,000 ล้านบาท ซึ่งถือว่าขยายตัวถึง 30% จากเดิม

ช่องทางจำหน่ายของตลาดยาสมุนไพร

- ร้านขายยา (Drugstore) หรือ OTC (Over The Counter)
- ซูเปอร์มาร์เก็ต
- ดิสเคานท์สโตร์
- คอนวีเนียนสโตร์
- ห้างสรรพสินค้า

อันดับส่วนแบ่งตลาดของตัวยากลุ่มต่างๆ

1. กลุ่มทางเดินอาหาร ร้อยละ 20.5
2. กลุ่มทางเดินหายใจ ร้อยละ 16
3. กลุ่มกล้ามเนื้อและกระดูก ร้อยละ 8
4. กลุ่มด้านเชื้อ ร้อยละ 7
5. กลุ่มระบบประสาทส่วนกลาง ร้อยละ 3

**** จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในโครงการจะอยู่ครอบคลุมในส่วนของตัวยาข้อ 1-4 ซึ่งเป็นกลุ่มยาที่ครองส่วนตลาดที่มีมูลค่ามาก และน่าจะเป็นไปได้สูงที่สุดที่ผลิตภัณฑ์ในส่วนนี้จะทำวิทยานิพนธ์นี้ จะมีอนาคตทางการตลาดที่สดใส

2.3.2 ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของกลุ่มในตลาด

อภัยภูเบศร

มีฐานะเป็นโรงพยาบาลศูนย์ในชื่อโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร มีจุดเด่นคือ มี การผสมผสาน การใช้สมุนไพรและการแพทย์แผนไทยเข้าสู่ระบบบริการสุขภาพของโรงพยาบาลต่อมาในระยะหลัง ได้นำ ภูมิปัญญาที่เก็บรวบรวมไว้และสมุนไพรจากชุมชนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรได้แก่ ยา ,อาหารเสริม, เครื่องสำอางค์และเครื่องดื่ม

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มวัยทำงานอายุ 30 ปีขึ้นไป

กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เป็นคู่แข่งกับผลิตภัณฑ์ของโครงการ ได้แก่

กลุ่มลดการปวดบวม บรรเทาอาการปวดเมื่อย

ชื่อผลิตภัณฑ์	ครีมไหล
ราคา	25 บาท
ขนาดบรรจุ	25 กรัม
จุดขาย	เป็นครีมทาบรรเทาอาการที่ผลิตจากไหล โดยอยู่ในรูปของเนื้อครีม สามารถใช้ กับอาการปวดเมื่อยจากการเล่นกีฬาได้ด้วย
ช่องทางการจำหน่าย	ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ดิสเคาน์ทาสโตร์ ร้านของอภัยภูเบศร
ลักษณะกราฟิก	ใช้ภาพคนที่กำลังวิ่งอยู่แสดงถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน มีรูปโรงพยาบาล แสดงอยู่ตอกย้ำความน่าเชื่อถือและตราสินค้า และบอกรายละเอียดของสินค้า โดยมีตัวอักษรคำว่า ไพล ที่แสดงเป็นตัวใหญ่โดดเด่นขึ้นมา



ชื่อผลิตภัณฑ์	น้ำมันนวดตัว (มี 3 แบบ คือ โพล มะกูดและขมิ้น)
ราคา	ขวดละ 80 บาท
ขนาดบรรจุ	100 มิลลิกรัม
จุดขาย	ความเป็นน้ำมันนวดตัวซึ่งมีถึง 3 กลิ่นให้เลือก
ช่องทางการจำหน่าย	ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ดิสเคาน์ทสโตร์ ร้านของอภัยภูเบศร
ลักษณะกราฟิก	มีเพียงชื่อผลิตภัณฑ์ แบ่งแยกชนิดด้วยสีและภาพที่แตกต่างกัน ไม่แสดงโรงพยาบาลทำให้ขาดโอกาสในการเรียกร้องความเชื่อใจจากผู้บริโภค

กลุ่มกำจัดแบคทีเรียและระงับกลิ่นเหม็น



ชื่อผลิตภัณฑ์	สเปรย์ระงับกลิ่นปากใบฝรั่ง
ราคา	ขวดละ 50 บาท
ขนาดบรรจุ	10 มิลลิกรัม
จุดขาย	คุณสมบัติของสารในใบฝรั่งที่สามารถกำจัดกลิ่น และความเป็นสเปรย์ระงับกลิ่นปากที่ทำจากพืชพรรณธรรมชาติ
ช่องทางการจำหน่าย	ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ดิสเคาน์ทสโตร์ ร้านของอภัยภูเบศร
ลักษณะกราฟิก	มีเพียงชื่อผลิตภัณฑ์ แบ่งแยกชนิดด้วยสีและภาพที่แตกต่างกัน ไม่แสดงโรงพยาบาลทำให้ขาดโอกาสในการเรียกร้องความเชื่อใจจากผู้บริโภค

กลุ่มลดการอักเสบ สมานแผลพุพอง แผลสด



ชื่อผลิตภัณฑ์	ยานม่องเสลดพังพอน
ราคา	25 บาท
ขนาดบรรจุ	10 กรัม
จุดขาย	แสดงให้เห็นเนื้อของยานม่องซึ่งเป็นสีเฉพาะของพืชเสลดพังพอนให้ความรู้สึกถึงความเป็นพืชสมุนไพรอย่างแท้จริง
ลักษณะกราฟิก	มีรูปโลโก้ของสินค้าที่เป็นโรงพยาบาลแสดงอยู่ พื้นหลังของฉลากเป็นสีเขียวสดและมีรูปของต้นเสลดพังพอนที่เป็นภาพวาดแสดงอยู่ และคาดทับด้านบนด้วยตัวอักษรคำว่าเสลดพังพอนตัวขนาดใหญ่สีส้มสดทำให้เกิดการยึดแน่นบนพื้นที่ของฉลากมากเกินไป

กลุ่มโลแมลง



ชื่อผลิตภัณฑ์	ตระไคร้หอมโลชันขวด
ราคา	60 บาท
ขนาดบรรจุ	120 มิลลิกรัม
จุดขาย	ส่วนผสมที่เป็นธรรมชาติจากตระไคร้ซึ่งมีกลิ่นหอม
ช่องทางจำหน่าย	ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ดิสเคาน์ทสโตร์ ร้านของอภัยภูเบศร
ลักษณะกราฟิก	มีรูปโลโก้โรงพยาบาลตอกย้ำความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ บนฉลากแสดงภาพตระไคร้บอกถึงส่วนประกอบผลิตภัณฑ์ แสดงชื่อสินค้าด้วยตัวหนังสือที่ดูเป็นธรรมชาติพริ้วไหวเหมือนต้นตระไคร้เมื่อต้องลม

กลุ่มขายยาลดตม



ชื่อผลิตภัณฑ์	ยานม่องน้ำกลินมะกรูด
ราคา	25 บาท
ขนาดบรรจุ	10 กรัม
จุดขาย	กลิ่นหอมของมะกรูด
ช่องทางจำหน่าย	ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ดิสเคาน์ทสโตร์ ร้านของอภัยภูเบศร
ลักษณะกราฟิก	มีเพียงชื่อสินค้าที่บอกเพียงลักษณะของผลิตภัณฑ์ คำว่ามะกรูดมีขนาดใหญ่บนพื้นหลังรูปมะกรูดสีเขียวบนพื้นฉลากสีส้ม ซึ่งสีส้มจะทำให้การรับรู้ในความมะกรูดลดลงเป็นอย่างมาก ไม่มีรูปโลโก้โรงพยาบาลแสดงเหมือนฉลากของเสลดพังพอน ทำให้สินค้าขาดความน่าเชื่อถือ

กลุ่มช่วยระบาย



ชื่อผลิตภัณฑ์	แคปซูลขมิ้นชัน
ราคา	80 บาท
ขนาดบรรจุ	70 แคปซูล
จุดขาย	เป็นยาระบายที่ผลิตจากธรรมชาติไม่ก่อให้เกิดผลข้างเคียง
ช่องทางจำหน่าย	ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ดิสเคาน์ทสโตร์ ร้านของอภัยภูเบศร
ลักษณะกราฟิก	แสดงภาพโลโก้ของโรงพยาบาลเพื่อแสดงความน่าเชื่อถือเนื่องจากเป็นยาประเภทรับประทาน แสดงส่วนผสมในตัวเม็ดยาด้วยภาพขมิ้นชัน

ชาวละออเกาส์

เป็นบริษัทผู้ผลิตยาสมุนไพรที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี มีปรัชญาของบริษัทคือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยสู่มาตรฐานโลก ผลิตภัณฑ์จะเน้นรักษาอาการเจ็บป่วยจากโรค

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มวัยกลางคนที่สนใจดูแลสุขภาพ

กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เป็นคู่แข่งกับผลิตภัณฑ์ของโครงการ ได้แก่

กลุ่มลดปวดบวม บรรเทาอาการปวดเมื่อย



ชื่อผลิตภัณฑ์	เกาวัลย์เปรียงชนิดเม็ด
จุดขาย	เป็นรับประทานยากลายปวดกล้ามเนื้อที่ใช้แทนสเตียรอยด์ได้
ช่องทางจำหน่าย	ดิสเคาน์ทสโตร์ ร้านขายยาทั่วไป
ลักษณะกราฟิก	แสดงภาพของพืชที่เป็นส่วนประกอบผลิตภัณฑ์ มีชื่อบริษัทคาดอยู่ส่วนบนฉลาก แต่โลโก้ผลิตภัณฑ์ยังวางอยู่ในตำแหน่งที่ไม่เหมาะสมเนื่องจากวางส่วนล่างของฉลาก ทำให้ไม่ดึงดูดสายตา

กลุ่มช่วยระบาย



ชื่อผลิตภัณฑ์	ยาเม็ดขมิ้นชัน
จุดขาย	เป็นยาระบายที่ทำจากสมุนไพรไม่เกิดผลข้างเคียงหลังรับประทาน
ช่องทางจำหน่าย	ดิสเคาน์ทสโตร์ ร้านขายยาทั่วไป
ลักษณะกราฟิก	แสดงภาพของพืชที่เป็นส่วนประกอบผลิตภัณฑ์ มีชื่อบริษัทคาดอยู่ส่วนบนฉลาก แต่โลโก้ผลิตภัณฑ์ยังวางอยู่ในตำแหน่งที่ไม่เหมาะสมเนื่องจากวางส่วนล่างของฉลาก ทำให้ไม่ดึงดูดสายตา

ยาอินไทย

เป็นบริษัทผู้ผลิตยาจากสมุนไพรสด เน้นความดั้งเดิมสูตรโบราณ

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มวัยกลางคนที่สนใจดูแลสุขภาพ

กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เป็นคู่แข่งกับผลิตภัณฑ์ของโครงการ ได้แก่

กลุ่มลดปวดบวม บรรเทาอาการปวดเมื่อย



ชื่อผลิตภัณฑ์	กรีนครีม
ราคา	180 บาท
ขนาดบรรจุ	200 กรัม
จุดขาย	เป็นครีมสมุนไพรจากธรรมชาติทาแก้ปวดเมื่อยสูตรโบราณ
ช่องทางจำหน่าย	ดีสเคาน์ทสโตร์
ลักษณะกราฟิก	แสดงชื่อของสินค้าด้วยตัวอักษรขนาดใหญ่สีขาวบนพื้นสีเขียวเหมือนชื่อสินค้า

กลุ่มขยายหลอดลม



ชื่อผลิตภัณฑ์	ยาหม่องโบโฮบาล์ม
ราคา	10 บาท
ขนาดบรรจุ	20 กรัม
จุดขาย	เป็นยาหม่องน้ำสูตรโบราณ
ช่องทางจำหน่าย	ดีสเคาน์ทสโตร์
ลักษณะกราฟิก	แสดงชื่อของสินค้าด้วยตัวอักษรสีขาวขนาดใหญ่บนพื้นหลังสลับสี การันตีคุณภาพด้วยกราฟิกที่เป็นรูปป้ายร้านขายยาแบบโบราณ

กลุ่มช่วยระบาย



ชื่อผลิตภัณฑ์	ยาย่า
ราคา	55 บาท
ขนาดบรรจุ	100 แคปซูล
จุดขาย	เป็นยาระบายสูตรดั้งเดิมสมัยโบราณ
ช่องทางจำหน่าย	ดิสเคาน์ทอสโตร์
ลักษณะกราฟิก	แสดงชื่อของสินค้าด้วยตัวอักษรสีขาวขนาดใหญ่บนพื้นหลังสลับลี การันตีคุณด้วยกราฟิกที่เป็นรูปป้ายร้านขายยาแบบโบราณ

เทวกรรมไฮสท

เป็นบริษัทที่มีชื่อเสียงด้านน้ำมันนวดคลายปวดเน้นทางด้านกีฬา

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มผู้เล่นกีฬาอย่างหนักหน่วง

กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เป็นคู่แข่งกับผลิตภัณฑ์ของโครงการ ได้แก่

กลุ่มลดปวดรวม บรรเทาอาการปวดเมื่อย



ชื่อผลิตภัณฑ์	น้ำมันมวย
ราคา	23 บาท
ขนาดบรรจุ	300 ซีซี
จุดขาย	เป็นน้ำมันนวดผ่อนคลายอาการปวดรวมมีสีเหลืองใสบริสุทธิ์
ช่องทางจำหน่าย	ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ดิสเคาน์ทอสโตร์ ร้านขายยาทั่วไป
ลักษณะกราฟิก	ตัวอักษรขาว ในคำว่ามวยจะมีตัวใหญ่เป็นพิเศษและมีรูปร่างเหมือนนวมเพื่อให้สอดคล้องกับชื่อสินค้าและช่วยให้จดจำได้ง่ายขึ้น มีรูปนักกีฬาประเภทต่าง ๆ แสดงให้เห็นกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน สื่อลากใช้สีเหลืองเพื่อให้กลมกลืนกับสีน้ำมันมวยในขวด

กลุ่มเพื่อนรักธรรมชาติ

เป็นกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรแบบทำมือ

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มบุคคลที่มีความอ่อนุรักษ์นิยมสูง

กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เป็นคู่แข่งกับผลิตภัณฑ์ของโครงการ ได้แก่

กลุ่มลดปวดบวม บรรเทาอาการปวดเมื่อย



ชื่อผลิตภัณฑ์	ยาหม่องถูนวด
จุดขาย	ความเป็นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอนุรักษ์นิยม เน้นความประหยัด ราคาถูก
ช่องทางจำหน่าย	ดิสเคาน์ทสโตร์
ลักษณะกราฟิก	มีเพียงตัวหนังสือแสดงรายละเอียดผลิตภัณฑ์เท่านั้น

HAW PAR TIGER BALM

เป็นกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกบรรเทาปวดที่มีส่วนผสมของตัวยาโบราณ

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มบุคคลที่มีไข้แรงงานหรือบุคคลที่ปวดเมื่อยบ่อยๆ

กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เป็นคู่แข่งกับผลิตภัณฑ์ของโครงการ ได้แก่

กลุ่มลดปวดบวม บรรเทาอาการปวดเมื่อย



ชื่อผลิตภัณฑ์	พลาสติกบรรเทาปวด
ราคา	47 บาท
ขนาดบรรจุ	2 แผ่น
จุดขาย	ความร้อนแรงของตัวยา
ช่องทางจำหน่าย	ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ดิสเคาน์ทสโตร์ ร้านขายยาทั่วไป
ลักษณะกราฟิก	มีรูปโลโก้ของสินค้าคือรูปเสือแสดงเป็นกราฟิกขนาดใหญ่อยู่ส่วนบนของของ ตอกยี่ห้อตราสินค้าอีกครั้งด้วยรูปเสือดวงเล็กบรรจุอยู่ภายในวงกลมเล็ก ๆ พื้นสีเขียว เรียงเป็นกรอบรอบ ๆ ของ และยังมีแสดงรูปการใช้ผลิตภัณฑ์อีกด้วย

ANGLO SWISS TRADING

เป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกบรรจุบรรเทาปวดที่มีส่วนผสมของตัวยาบิราณมีพริกเป็นส่วนประกอบ

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มบุคคลที่มีใช้แรงงานหรือบุคคลที่ปวดเมื่อยบ่อยๆ

กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เป็นคู่แข่งกับผลิตภัณฑ์ของโครงการ ได้แก่

กลุ่มลดปวดบวม บรรเทาอาการปวดเมื่อย



ชื่อผลิตภัณฑ์	พลาสติกบรรจุบรรเทาปวดผสมตัวยาบิราณมีพริก
ราคา	34 บาท
ขนาดบรรจุ	1 แผ่น
จุดขาย	ใช้สารสกัดจากพริกเป็นตัวยาบิราณมีพริก
ช่องทางจำหน่าย	ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ดิสเคาน์ทรี ร้านขายยาทั่วไป
ลักษณะกราฟิก	แสดงภาพเว้าเว้าของพริกโดยทำให้มีลักษณะอ่อนช้อย ใช้รูปแบบตัวหนังสือที่อ่อนช้อย ทำให้โดยภาพรวมเป็นกราฟิกที่อ่อนนุ่ม

นีโอพลาสติก

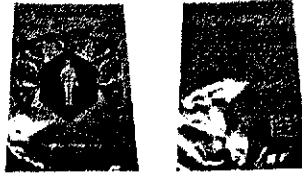
เป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกบรรจุบรรเทาปวดที่มีส่วนผสมของพริก

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มผู้สูงอายุและบุคคลที่ปวดเมื่อยบ่อยๆ

กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เป็นคู่แข่งกับผลิตภัณฑ์ของโครงการ ได้แก่

กลุ่มลดปวดบวม บรรเทาอาการปวดเมื่อย



ชื่อผลิตภัณฑ์	พลาสติกบรรเทาปวดผสมตัวยานีโอแคบซิคูม
ราคา	32 บาท
ขนาดบรรจุ	1 แผ่น
จุดขาย	ใช้สารสกัดจากพริกเป็นตัวยาบรรเทาปวด
ช่องทางจำหน่าย	ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ดิสเคาน์ทสโตร์ ร้านขายยาทั่วไป
ลักษณะกราฟิก	ใช้ภาพคนที่มีเส้นสายของกล้ามเนื้อแสดงถึงกลุ่มเป้าหมายและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังแสดงรูปพริกซึ่งเป็นตัวยาสำคัญของสินค้านี้



ชื่อผลิตภัณฑ์	MAXIPLAST
ราคา	11 บาท
ขนาดบรรจุ	10 แผ่น
จุดขาย	ใช้สารสกัดจากพริกเป็นตัวยาบรรเทาปวด
ช่องทางจำหน่าย	ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ดิสเคาน์ทสโตร์ ร้านขายยาทั่วไป
ลักษณะกราฟิก	แสดงรูปพริกสีแดงสดซึ่งเป็นตัวยาสำคัญของสินค้านี้

ฟาร์มาร์แคร์

เป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกเปิดแผลที่เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง

กลุ่มเป้าหมาย

ทุกระดับอายุ

กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เป็นคู่แข่งกับผลิตภัณฑ์ของโครงการ ได้แก่

ลดการอักเสบ สมานแผลสด



ชื่อผลิตภัณฑ์	เทนโซพลาสติก
ราคา	28 บาท
ขนาดบรรจุ	20 แผ่น
จุดขาย	เป็นพลาสติกที่มีหลายขนาดเพื่อความเหมาะสมในการปิดแผลลักษณะต่าง ๆ
ช่องทางจำหน่าย	ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ดิสเคาน์ทาสโตร์ ร้านขายยาทั่วไป
ลักษณะกราฟิก	แสดงภาพของผลิตภัณฑ์ภายในกล่องอย่างชัดเจนใช้สีฟ้าและขาวเป็นพื้นหลัง สื่อถึงความสะอาดปลอดภัย

ธัญยพร

เป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรทำมือ

กลุ่มเป้าหมาย

แม่บ้านวัยกลางคน

กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เป็นคู่แข่งกับผลิตภัณฑ์ของโครงการ ได้แก่

กลุ่มลดปวดบวม บรรเทาอาการปวดเมื่อย



ชื่อผลิตภัณฑ์	ยาชงเกาวัลวัลเปรียง
ราคา	25 บาท
ขนาดบรรจุ	10 ซอง
จุดขาย	เป็นยาชงรับประทานแก้ปวดบวมไม่มีผลข้างเคียง
ช่องทางจำหน่าย	ซูเปอร์มาร์เก็ต ดิสเคาน์ทสโตร์
ลักษณะกราฟิก	ใช้ภาพถ่ายจริงของพืชที่เป็นส่วนผสมมาแสดงเลย ทำให้ดูน่ากลัวและไม่น่ากิน พื้นหลังไล่สีจากน้ำเงินหม่นไปขาว

กลุ่มช่วยระบาย



ชื่อผลิตภัณฑ์	แคปซูล ขมิ้นชัน
ราคา	75 บาท
ขนาดบรรจุ	100 แคปซูล
จุดขาย	เป็นยาระบายที่ไม่มีผลข้างเคียงเพราะทำจากสมุนไพร
ช่องทางจำหน่าย	ซูเปอร์มาร์เก็ต ดิสเคาน์ทสโตร์
ลักษณะกราฟิก	ใช้ภาพจริงมาแสดงบนฉลาก ตัวอักษรดำบนพื้นขาวทำให้ดูหมองเศร้าเจ็บป่วย

กลุ่มใส่แมลง



ชื่อผลิตภัณฑ์	สเปรย์กันยุงตะไคร้หอม
ราคา	70 บาท
ขนาดบรรจุ	120 มิลลิกรัม
จุดขาย	เป็นยากันยุงไร้สีกลิ่นตะไคร้หอม
ช่องทางจำหน่าย	ซูเปอร์มาร์เก็ต ดิสคานท์สโตร์
ลักษณะกราฟิก	แสดงคุณสมบัติของสินค้าโดยสื่อเป็นรูปตัวยุงขนาดใหญ่ สีของพื้นหลังของยุงส่วนที่เป็นวงกลมกลมกลืนกันเกินไปทำให้ลากไม่โดดเด่น

ตาราง B

เจ้าของผลิตภัณฑ์	จุดขาย	สถานการณ์ทางการตลาด	กลุ่มเป้าหมาย
อภัยภูเบศร	ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในโรงพยาบาล และการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ามาใช้เน้นการรักษาอาการป่วยเล็กน้อยๆ	ยังมีสถานการณ์ที่ราบรื่นสดใส เนื่องจากชื่อเสียงของโรงพยาบาล ที่มีอยู่ มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ	ช/ญ 25-45 ปี
ธันยพร	ความเป็นธรรมชาติของตัวสมุนไพร	มีอยู่อย่างต่อเนื่อง แต่ไม่ค่อยมีผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ	ช/ญ 25-45 ปี
ยาอินไทย	ความโบราณของสูตร	มีอยู่อย่างต่อเนื่อง แต่เริ่มลดลงเรื่อยๆ เนื่องจากภาพพจน์ที่โบราณของผลิตภัณฑ์	ช/ญ 30-40 ปี
ชาวละอองน้ำ	ความเป็นยาสมุนไพรที่ผลิตในห้องทดลองที่ทันสมัยเน้นการรักษาอาการป่วยจากโรค	ยังมีสถานการณ์ที่ราบรื่นสดใส เนื่องจากชื่อเสียงของตราสินค้า และการรับรองจากสถาบันต่าง ๆ มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ	ช/ญ 25-50 ปี
เพื่อนรักธรรมชาติ	ความเป็นธรรมชาติและความสะดวกสบาย	มีอยู่อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากราคาต่ำ	ช/ญ 25-35 ปี
เทวกรรมโอสถ	ความเป็นผลิตภัณฑ์เฉพาะนักกีฬา	มีอยู่อย่างต่อเนื่อง แต่ไม่ค่อยมีผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ	ช/ญ 20-35 ปี
นีโอพลาสติก	ความมีชื่อเสียงดั้งเดิมที่เป็นผู้นำในด้านพลาสติกแบบต่างๆ	มีอยู่อย่างต่อเนื่อง แต่ไม่ค่อยมีผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ	ช/ญ 20-35 ปี
ANGLO SWISS	ความดั้งเดิมของบริษัทต่างชาติที่เข้ามาทำธุรกิจในไทย	มีอยู่อย่างต่อเนื่อง แต่ไม่ค่อยมีผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ	ช/ญ 30-40 ปี
HAW PAR TIGER	การออกฤทธิ์ที่รุนแรงของตัวผลิตภัณฑ์	มีอยู่อย่างต่อเนื่อง แต่ไม่ค่อยมีผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ	ช/ญ 30-40 ปี
ฟาร์มานคร	ชื่อเสียงของที่สังฆมมานานของชื่อตราแทนไซพลาสติก	มีอยู่อย่างต่อเนื่อง แต่ไม่ค่อยมีผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ	ช/ญ เด็ก -35 ปี

จากตาราง A และ B สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. กลุ่มบริษัทที่มีขนาดตลาดไฮอย่างต่อเนื่องมีกลุ่มของผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงและคาดว่าจะเป็นผู้แข่งขันที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ในโครงการคือ
 - 1.1 กลุ่มผลิตภัณฑ์ของโรงพยาบาลอภัยภูเบศร เนื่องจากมีสินค้าที่ครอบคลุมสรรพคุณต่างๆ ซึ่งได้แก่ การบรรเทาปวด, ไล่แมลง, ช่วยระบาย, ลดการอักเสบ, ขยายหลอดลม, และกำจัดแบคทีเรีย และเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความน่าเชื่อถือเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในด้านยาสมุนไพรและมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จึงจัดให้เป็น **คู่แข่งหลัก** ในแง่ของการมีสินค้าครอบคลุมสรรพคุณของไหลมากที่สุด
 - 1.2 กลุ่มผลิตภัณฑ์ของบริษัทชาวละออ เป็นบริษัทที่เป็นที่รู้จักในด้านยาสมุนไพรที่มีการค้นคว้าและพัฒนาในห้องทดลองวิทยาศาสตร์อย่างจริงจัง เพื่อต้องการยกระดับให้เป็นยาสมุนไพรที่มีมาตรฐานระดับโลก นอกจากนี้ยังมีกลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารเสริมต่างๆ ที่ตอบสนองต่อลักษณะและความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค จึงจัดให้เป็น **คู่แข่งหลัก** ในแง่ของการมีผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัยและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป
 - 1.3 กลุ่มผลิตภัณฑ์ของบริษัทนีโอพลาสท์ เป็นบริษัทที่มีชื่อเสียงในด้านพลาสติกเทอร์บอพลาสติกมีทั้งแบบที่มีขนาดเล็กและแบบที่มีขนาดใหญ่ติดตามร่างกาย ใช้พริกเป็นส่วนผสมสำคัญในการบรรเทาปวดที่มีชื่อเสียงและเป็นผู้นำตลาดในด้านนี้มาอย่างยาวนานจึงจัดให้เป็น **คู่แข่งหลัก** ในด้านผลิตภัณฑ์พลาสติกเทอร์บอพลาสติก
 - 1.4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ของบริษัทฟาร์มาแคร์ มีชื่อเสียงด้านผลิตภัณฑ์พลาสติกเทอร์ยาปิดแผลและเป็นผู้นำตลาดมาตลอดโดยมีตรา เทนโซพลาสติกที่ประสบความสำเร็จและเป็นที่จดจำของผู้บริโภคอย่างกว้างขวาง นอกจากนี้ยังมีการสร้างความแตกต่างให้ผลิตภัณฑ์โดยการเพิ่มส่วนผสมต่างๆ บนตัวพลาสติกเทอร์ยาเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่า สร้างทางเลือกใหม่และตอบสนองความต้องการทางจิตวิทยาของผู้บริโภคจึงจัดให้เป็น **คู่แข่งหลัก** ในด้านผลิตภัณฑ์พลาสติกเทอร์ยาปิดแผล

หมายเหตุ - ถึงแม้ว่าฉันทพรและยาอินไทย จะมีสินค้าครอบคลุมสรรพคุณต่างๆ มากกว่าชาวละออเภสัชก็ตาม แต่เมื่อเปรียบเทียบจากปัจจัยทางด้านโอกาสและสถานการณ์ทางการตลาดแล้วชาวละออน่าจะเป็นคู่แข่งรองมากกว่าเมื่อมองในด้านจุดขายซึ่งผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรที่มีการค้นคว้าและพัฒนาอย่างต่อเนื่องและชัดเจนมากกว่ายาอินไทยและฉันทพร

2.3.4 วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายของคู่แข่งหลักและคู่แข่งรองเพื่อนำไปสู่ข้อสรุปในการวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ใหม่ในส่วนของการทำวิทยานิพนธ์

ตาราง C

ผลิตภัณฑ์	ลักษณะทาง DEMOGRAPHIC	ลักษณะทาง PSYCHOGRAPHIC	ทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์
อภัยภูเบศร	ช/ญ อายุ 25-45 ปี ระดับรายได้ C+ ถึง B อาศัยในเขตตัวเมืองและชานเมือง สุขภาพแข็งแรง	เอาใจใส่สุขภาพ นิยมสินค้าที่ผลิตจากธรรมชาติและเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น ขณะเดียวกันก็ต้องการความมั่นใจและความน่าเชื่อถือในตัวสินค้า มีความเป็นอนุรักษ์นิยมค่อนข้างสูง มีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย วันว่างนิยมทำกิจกรรมเบาๆ เช่น อ่านหนังสือ นั่งสมาธิ	ผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์จะมีความรู้สึกที่กำลังซื้อสินค้าเพื่อรักษาอาการเจ็บป่วยเนื่องจากความบกพร่องทางร่างกายอย่างชัดเจนทำให้เกิดความรู้สึกหดหู่ เนื่องจากภาพพจน์ของตราสินค้าที่อ้างอิงถึงโรงพยาบาล และยังมีความรู้สึกถึงความโบราณในตัวสินค้า แต่จะให้ความรู้สึกดีในแง่ความน่าเชื่อถือ
ชาวละออเกี๊ยะ	ช/ญ อายุ 35-50 ปี ระดับรายได้ C+ ถึง B อาศัยในเขตตัวเมืองและชานเมือง สุขภาพไม่ค่อยแข็งแรง มักเจ็บออก ๆ แอด ๆ	เอาใจใส่สุขภาพนิยมสินค้าที่ผลิตจากธรรมชาติและมีการพัฒนาปรับปรุงทางวิทยาศาสตร์อย่างชัดเจน มีความเป็นอนุรักษ์นิยมอยู่บ้างแต่ไม่มากนัก วันว่างนิยมการนอนพักผ่อน อาจมีการออกกำลังกายแบบเบา ๆ ในบางครั้ง	ให้ความรู้สึกว่าเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับบุคคลที่สุขภาพอ่อนแอ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์นี้ส่วนใหญ่ มักเน้นการรักษาอาการเจ็บป่วยเนื่องจากความบกพร่องทางร่างกายอย่างจริงจังและการรับประทานเป็นอาหารเสริมเพื่อสุขภาพ แต่มีภาพพจน์ที่ดีในด้านการผลิตและวิจัยที่ทันสมัย
นีโอพลาสติก	ช/ญ อายุ 20-35 ปี ระดับรายได้ C+ ถึง B สุขภาพค่อนข้างดี	จริงจังกับชีวิต มักเกิดความเครียดอยู่บ่อย ๆ	เป็นผลิตภัณฑ์ที่ดูโบราณเหมือนเป็นผลิตภัณฑ์ของผู้สูงวัย ภาพที่แสดงบนบรรจุภัณฑ์ดูจริงจัง น่ากลัว
ฟาร์มำแคร์	ช/ญ เด็ก - 35 ปี ระดับรายได้ C+ ถึง B สุขภาพแข็งแรง	เป็นคนทันสมัย	ชอบความแปลกใหม่ น่าสมัย ชีวิตสนุกสนาน

2.3.5 สรุปลักษณะกลุ่มเป้าหมายของคุณแข่ง

จากตาราง c ทำให้ทราบว่ากลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ของคุณแข่งหลักและรองจะมีอายุอยู่ในช่วงวัยทำงาน ไปจนถึงวัยกลางคนคือช่วงอายุ 25-45 ปี อาศัยอยู่ทั้งในตัวเมืองและชานเมืองมีวิถีชีวิตที่ค่อนข้างเรียบง่าย เหตุผลในการซื้อยาสมุนไพรก็เนื่องจากการรักษาอาการปวดที่สาเหตุบกพร่องจากทางร่างกายขณะเดียวกันก็มักคิดถึงตนเองว่าเป็นบุคคลที่มีสุขภาพอ่อนแอและหัดหู่เมื่อซื้อผลิตภัณฑ์มาใช้

วิเคราะห์รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ใหม่ในส่วนที่จะทำวิทยานิพนธ์เพื่อหากลุ่มเป้าหมายและตำแหน่งทางการตลาดที่เหมาะสม

- เมื่อได้ทำการวิเคราะห์สรรพคุณของโพลีเพื่อแตกเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ในโครงการแล้วพบว่าภาพรวมของผลิตภัณฑ์ในโครงการซึ่งได้แก่
 - พลาสเตอร์ปิดบรรเทาปวด
 - น้ำมันนวดบรรเทาปวด
 - ครีมนวดผ่อนคลายมือ
 - ยาหม่อง
 - ยารับประทานแก้ปวดเมื่อย (ยังอยู่ในช่วงการวิจัย)
 - แผ่นทำความสะอาดและระงับกลิ่นใต้แขน
 - แป้งระงับกลิ่นเท้า
 - ยาดม
 - น้ำมันสูตรดม
 - น้ำมันหอมระเหย (แบบใช้กับเตา)
 - ยาทาแผลสด , ครีมรักษาอาการฟกช้ำ
 - พลาสเตอร์ยาปิดแผล ฯลฯ
- มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มผู้หญิงมากกว่าเนื่อง แนวโน้มความนิยมผลิตภัณฑ์สมุนไพรของผู้หญิงจะมีมากกว่าผู้ชาย
- เนื่องจากผลิตภัณฑ์ในโครงการส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มตัวยาที่รักษาอาการเจ็บป่วยเล็ก ๆ น้อย ๆ ที่ไม่ได้เกิดจากความบกพร่องของร่างกายแต่เกิดจากปัจจัยต่าง ๆ ในสภาพการดำรงชีวิตในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไป จึงจัดให้เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรที่รักษาอาการเจ็บป่วยเนื่องจากกิจกรรมประจำวันและสภาพการดำรงชีวิตที่วุ่นวายซึ่งถือเป็นจุดขายที่ต่างจากคู่แข่งรายอื่น ๆ
- เนื่องจากเป็นกลุ่มยาสมุนไพรที่รักษาอาการเจ็บป่วยจากกิจกรรมประจำวันที่สืบสวนววาย ดังนั้นลักษณะนิสัยของกลุ่มเป้าหมายจึงมีบุคลิกที่กระฉับกระเฉง อาศัยในตัวเมืองใหญ่และเนื่องจากยังมีความกระฉับกระเฉงอยู่ช่วงอายุของกลุ่มเป้าหมายจะอยู่ในช่วง 18-35 ปี ซึ่งเป็นช่วงอายุของกลุ่มนักศึกษาและกลุ่มวัยทำงานที่ยังสนุกกับการทำงาน และมักทำกิจกรรมยามว่าง เช่นการเล่นกีฬา ท่องเที่ยว ฯลฯ
- จากข้อ 3 ผลิตภัณฑ์ใหม่นี้จะขยายไปถึงฐานลูกค้าเดิมของแบรนด์ MWNS ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มวัยทำงานที่เล่นกีฬา ทั้งนี้เป็นอันววยความสะดวกด้านการค้นคว้าวิจัย ข้อมูลด้านต่าง ๆ ของลูกค้ากลุ่มนี้ เนื่องจากมีข้อมูลเดิมของกลุ่มลูกค้าแบรนด์ MWNS

6. เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายของคู่แข่งหลักและรองมีช่วงอายุ 25-45 ปีซึ่งเป็นช่วงอายุที่กว้างมาก และค่อนข้างสูงวัยทำให้การกำหนดช่วงอายุกลุ่มเป้าหมายผลิตภัณฑ์ใหม่ต่ำลงมากคือช่วงอายุ 18 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มนักศึกษาและยังไม่มีการทำงานในตลาดในกลุ่มนี้อย่างจริงจัง

2.3.6 สรุปลักษณะกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ใหม่

เพศหญิง 70 % เพศชาย 30 %

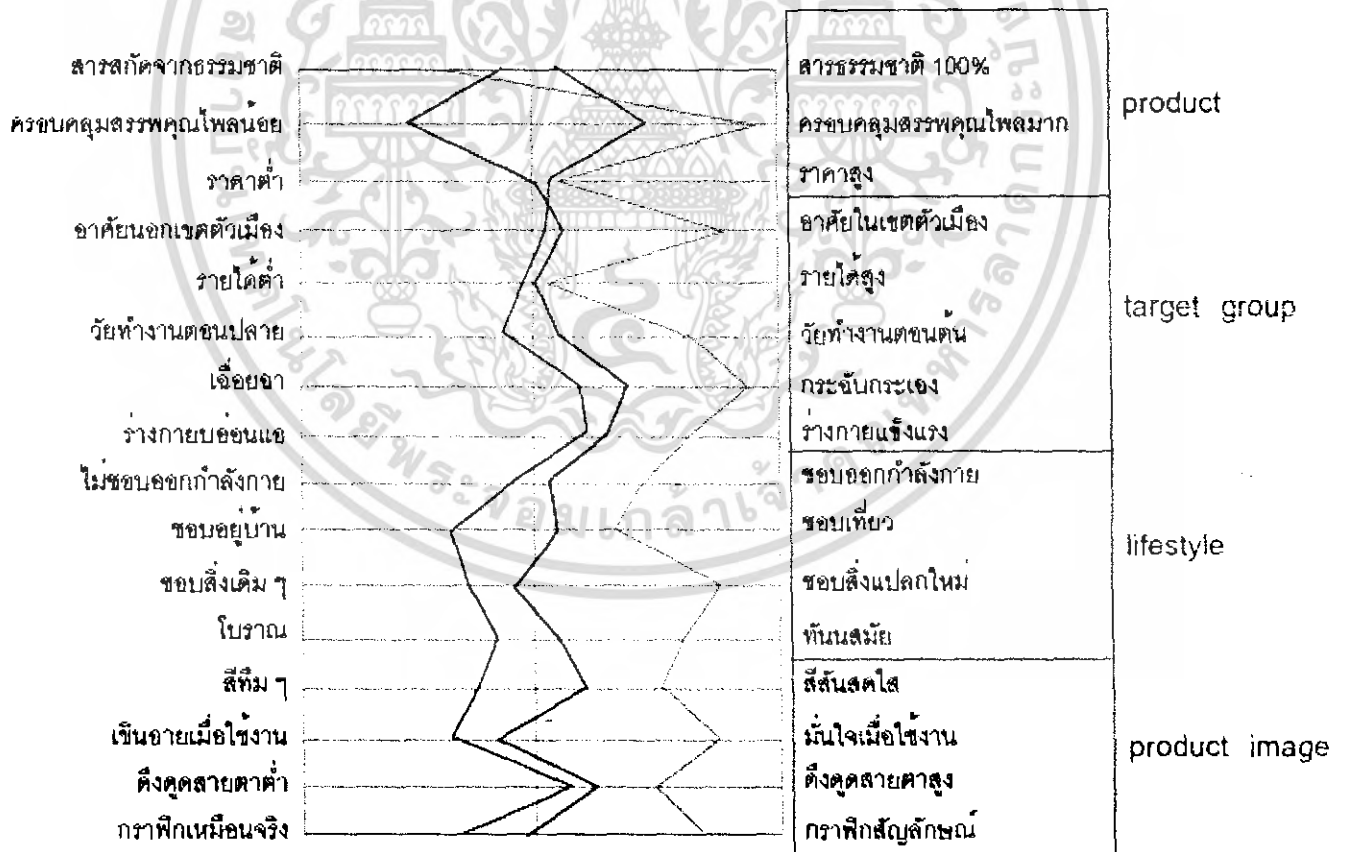
อายุ 18-35 ปี

ลักษณะหน้าที่การงาน - กลุ่มวัยทำงานที่อายุยังไม่มากนักโดยลักษณะงานที่ทำจะเป็นงานที่อยู่ในตัวเมืองใหญ่ รวมไปถึงจนถึงกลุ่มนักศึกษาระดับอุดมศึกษาด้วย

ระดับรายได้ C + ถึง B+

ภูมิฐานะ - อาศัยและทำงานอยู่ในตัวเมืองใหญ่ ชีวิตในแต่ละวันต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อมที่เร่งรีบและวุ่นวาย

2.3.7 สรุปการวางตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ในโครงการ product positioning



- ผลิตภัณฑ์ในโครงการ
- อกับคู่แข่ง
- ขวาละออลาส์

2.4 ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

2.4.1 ประเภทของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

ผลิตภัณฑ์ในโครงการมีลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์ในสายการผลิตใหม่ (New Product Line) ภายใต้การผลิตของบริษัท ดอกบัวคู่ จำกัด โดยผลิตภัณฑ์ในสายการผลิตใหม่นี้ประกอบด้วย

1. พลาสเตอร์ยิบร่าลิต (มี 3 สดสาย)
2. น้ำมันนวดตัวยิบร่าลิต
3. ครีมนวดผ่อนคลาย (มี 3 กลิ่น ได้แก่ กลิ่นส้ม กลิ่นลาเวนเดอร์ และกลิ่นกุหลาบ)
4. ยาหม่อง
5. แผ่นทำความสะอาดและระงับกลิ่นไ้่วงแขน
6. น้ำยาบ้วนปาก (มี 3 รสชาติ ได้แก่ ใบฝรั่ง เกลือทะเล และส้ม)
7. ยาสีฟัน
8. แป้งระงับกลิ่นและยิบร่าลิต
9. ยาทาแผลสด
10. พลาสเตอร์ยาปิดแผล
11. โลชั่นกันยุง
12. แผ่นทากันยุง
13. ยาดม
14. น้ำมันสูตรผสม
15. น้ำมันหอมระเหย
16. ยาเม็ดยิบร่าลิต

2.4.2 ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์

เป็นผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรซึ่งมีส่วนผสมของโพลีเมอร์เป็นหลักสามารถบรรเทาอาการเจ็บป่วยทางร่างกายทางด้านต่าง ๆ ได้แก่

1. ลดการปวดบวม บรรเทาอาการปวดเมื่อย
2. กำจัดแบคทีเรีย ระงับกลิ่นเหม็น
3. ลดการอักเสบ รักษาบาดแผลสด
4. ลดการฟกช้ำห้อเลือด
5. มีคุณสมบัติในการไล่แมลง
6. ช่วยขยายหลอดลม
7. ช่วยในการระบาย

2.4.3 ข้อได้เปรียบต่อผลิตภัณฑ์คู่แข่ง

เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรยี่ห้อแรก ที่สามารถครอบคลุมสรรพคุณทางยาในด้านต่าง ๆ ของไหลได้ทั้งหมด (6 สรรพคุณ ทั้งนี้ไม่นับรวมสรรพคุณในการรักษาอาการกระดูกเสื่อมและการรักษาบาดแผล น้ำร้อนลวก เนื่องจากไม่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย) ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งมีสรรพคุณของไหลเพียงหนึ่งหรือสองสรรพคุณเท่านั้น และยังเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรที่เน้นการรักษาอาการเจ็บป่วยเล็กน้อยๆ เนื่องมาจากสภาพแวดล้อมการดำรงชีวิตประจำวัน

2.4.4 คำอธิบายลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์	รูปแบบ/ชนิด	ลักษณะการใช้งาน	ลักษณะบรรจุภัณฑ์
ยาเม็ดช่วยระบาย	เม็ด	เท	ขวด
ยาเม็ดบรรเทาอาการปวดกล้ามเนื้อ	เม็ด	เท	ขวด
พลาสเตอร์บรรเทาปวด	แผ่น	ฉีก	ซอง
แผ่นทาแก้นยูง	แผ่น	ฉีก	ซอง
แผ่นทำความสะอาดและระงับกลิ่นใต้ วงแขน	แผ่น	ฉีก	ซอง
พลาสเตอร์ยาปิดแผล	แผ่น	ฉีก	ซอง
น้ำมันนวดตัวบรรเทาอาการปวด	ของเหลว	บีบ	ขวด
โลชั่นแก้นยูง	ของเหลว	บีบ	ขวด
น้ำมันหอมระเหย	ของเหลว	บีบ	ขวด
ยาทาแผลสด	ของเหลว	บีบ	ขวด
ครีมนวดผ่อนคลายมือ	ของเหลวเหนียว	บีบ	หลอด
ยาสีฟัน (แบบธรรมชาติ)	ของเหลวเหนียว	บีบ	หลอด
ครีมทารักษาอาการฟกช้ำ	ของเหลวเหนียว	บีบ	หลอด
ยาสีฟัน (แบบพอกพา)	ของเหลวเหนียว	ใช้ปลายขนแปรงดัก	บลิสเตอร์
แป้งระงับกลิ่นและบรรเทาอาการคัน เท้า	ผง	เขย่า/เท	ขวด
น้ำมันสูตรดม	ของเหลว	เท	ขวด
ยาต้ม -	แห้งลำลี	เปิดฝาดม	ขวด
ยาหม่อง	ขี้ผึ้ง	เปิดฝาใช้นิวทา	ขวด/ตลับ
ยาขงช่วยระบาย	ผง	เปิดซอง	ซอง

**หมายเหตุ - เนื่องจากกลุ่มยารักษาอาการกระดูกเสื่อมและรักษาน้ำร้อนลวกไม่เหมาะสม

กับกลุ่มเป้าหมายจึงไม่นำยากลุ่มนี้มาทำในส่วนของวิทยานิพนธ์

2.4.5 ช่องทางการจำหน่ายและโอกาสการใช้งานผลิตภัณฑ์

ตาราง D แสดงช่องทางการจำหน่ายและโอกาสในการใช้ของผลิตภัณฑ์ในโครงการแต่ละชนิด

ผลิตภัณฑ์	ขนาดบรรจุ	โอกาสในการใช้		ช่องทางการจำหน่าย				
		ในบ้าน	นอกบ้าน +ในบ้าน	ห้างสรรพสินค้า	ซูเปอร์มาร์เก็ต	ดีสเคานท์ สโตร์	ร้านขายยา	ร้านสะดวกซื้อ
พลาสติกออร์บรเทาปวด	1 แผ่น / 1ซอง	●	●	●	●	●	●	
น้ำมันนวดตัวบรรเทาอาการปวด	150 มล.	●		●	●	●	●	
ครีมนวดผ่อนคลายมือ	70 มล.	●	●	●	●	●	●	
ยาหม่อง	7.5 กรัม	●	●	●	●	●	●	●
แผ่นทำความสะอาดและระงับกลิ่นใต้้วงแขน	10 ซอง/ 1ซองรวม	●	●	●	●	●	●	●
น้ำยาบ้วนปาก	170 มล.	●	●	●	●	●	●	●
ยาสีฟัน	75 มล.	●	●	●	●	●	●	●
แป้งระงับกลิ่นและบรรเทาอาการคันเท้า	50 กรัม	●		●	●	●	●	
ยาทาแผลสด	15 ซึ่ซี	●		●	●	●	●	
พลาสติกออร์ยาปิดแผล	10 แผ่น	●	●	●	●	●	●	●
โลชั่นกันยุง	40 มล.	●	●	●	●	●	●	●
แผ่นทากันยุง	2 แผ่น / ซอง	●	●	●	●	●	●	●
ยาดม	2 มล.	●	●	●	●	●	●	●
น้ำมันสูตรดม	8 ซึ่ซี	●	●	●	●	●	●	●
น้ำมันหอมระเหย	10 ซึ่ซี	●		●	●	●	●	
ยาเม็ดช่วยระบาย	100 เม็ด/ขวด	●		●	●	●	●	
ยาขงช่วยระบาย	10 ซอง/กล่อง	●		●	●	●	●	
ยาเม็ดบรรเทาอาการปวดกล้ามเนื้อ	100 เม็ด/ขวด	●		●	●	●	●	
ครีมทารักษาอาการฟกช้ำ	7 กรัม	●		●	●	●	●	

จากตาราง D จะพบว่าผลิตภัณฑ์ในโครงการทุกชนิดมีช่องทางจำหน่ายเดียวกันหมดคือ ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ดีสเคานท์ สโตร์ ร้านขายยาในห้าง แต่จะมีช่องทางจำหน่ายสำหรับผลิตภัณฑ์บางประเภทที่เพิ่มเข้ามาคือ ทางร้านสะดวกซื้อ

โดยสามารถสรุปรายการผลิตภัณฑ์ที่ต้องเพิ่มช่องทางการจำหน่ายซึ่งก็คือ ร้านสะดวกซื้อเข้ามา
ได้แก่

1. ยานม่อง
2. แผ่นระงับกลิ่นได้วงแขน
3. น้ำยาล้างปาก
4. ยาสีฟัน
5. พลาสเตอร์ยาปิดแผล
6. โลชั่นกันยูง
7. แผ่นทากันยูง
8. ยาดม
9. น้ำมันสูดดม

เมื่อทำการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดที่มีช่องทางการจำหน่ายใหม่คือร้านสะดวกซื้อที่เพิ่มเข้ามาแสดงให้เห็นว่าล้วนเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ระหว่างวันทั้งสิ้นและยังเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีการพกพาติดตัวไปตาม
ที่ต่าง ๆ ได้ด้วย โดยในส่วนของการทำงานวิทยานิพนธ์จะต้องคำนึงถึงความต้องการทางด้านต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ใน
โครงการได้อย่างครบถ้วน

2.4.6 สรุปลักษณะโดยรวมของผลิตภัณฑ์ในโครงการ แบ่งได้เป็น 2 กลุ่มดังตาราง

ใช้ในบ้าน	ใช้ในบ้านและนอกบ้าน
น้ำมันวดตัวบรรเทาอาการปวด	ครีมนวดผ่อนคลายมือ
แป้งระงับกลิ่นและบรรเทาอาการคันเท้า	ยานม่อง , พลาสเตอร์บรรเทาปวด
ยาทาแผลสด	แผ่นทำความสะอาดและระงับกลิ่นได้วงแขน
น้ำมันหอมระเหย	น้ำยาล้างปาก
ยาเม็ดช่วยระบาย	ยาสีฟัน
ยาขงช่วยระบาย	พลาสเตอร์ยาปิดแผล
ยาเม็ดบรรเทาอาการปวดกล้ามเนื้อ	โลชั่นกันยูง แผ่นทากันยูง
ครีมทาทรักษาอาการฟกช้ำ	ยาดม
	น้ำมันสูดดม

2.4.7 สรุปภาพรวมด้านลักษณะของบรรจุภัณฑ์ในโครงการ

สามารถแบ่งลักษณะบรรจุภัณฑ์ได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะการใช้งานภายในบ้าน
2. กลุ่มบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะการใช้งานทั้งภายในและนอกบ้านและสามารถพกพาติดตัวไปใช้
งานได้ (โดยกลุ่มนี้จะมีส่วนของช่องทางการจำหน่ายที่เพิ่มเข้ามาคือ ร้านสะดวกซื้อ)

2.5 ข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย

2.5.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย

1. ด้าน DEMOGRAPHIC

เพศหญิง 70 % เพศชาย 30 %

อายุ 18-35 ปี

ลักษณะหน้าที่การงาน

กลุ่มวัยทำงานที่อายุยังไม่มากนักโดยลักษณะงานที่ทำจะเป็นงานที่อยู่ในตัวเมืองใหญ่ รวมไปถึงกลุ่มนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาด้วย

ระดับรายได้ C+ ถึง B+

ภูมิลำเนา

อาศัยและทำงานอยู่ในตัวเมืองใหญ่ ชีวิตในแต่ละวันต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อมที่เร่งรีบและวุ่นวาย

2. PSYCHOGRAPHIC

บุคลิกลักษณะ

เป็นคน ACTIVE ตลอดเวลา มีความสนุกกับการทำงานและกระตือรือร้นในการดำเนินชีวิต

มีนิสัยสนุกสนานขี้เล่น

ลักษณะนิสัย

- เปิดใจกว้าง สนใจเรียนรู้และยอมรับสิ่งใหม่ ๆ
- รักการทำงาน , ชอบพบปะผู้คน, สนใจภาพพจน์ตัวเองในสายตาผู้อื่น
- เอาใจใส่สุขภาพ , มีความสนใจสินค้าที่มีส่วนผสมของธรรมชาติ

กิจกรรมยามว่าง - ชอบเล่นกีฬา ท่องเที่ยวไปตามที่ต่าง ๆ ไม่ชอบอยู่หนึ่ง

ทัศนคติที่มีต่อสังคม

- มองการใช้ชีวิตในสังคมเป็นเรื่องสนุกสนาน
- ชอบเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ด้วยความกระตือรือร้น
- มองงานเป็นเรื่องการฝึกฝนและพัฒนาตนเอง
- เปิดใจกว้างพร้อมที่จะก้าวทันโลกที่พัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง
- สังคมเปรียบเสมือนสถานที่พบปะสังสรรค์เปิดกว้างให้คนอื่นมารู้จักเรา
- สังคมเปรียบเสมือนสถานที่แสดงศักยภาพด้านต่าง ๆ ของตนเอง

2. ด้านกิจกรรมประจำวัน

วันจันทร์ - ศุกร์

1. ช่วงเช้า → เดินทางไปทำงาน (โดยรถส่วนตัว , รถประจำทาง, รถไฟฟ้า, รถไฟใต้ดิน) →
เข้าทำงาน



2. ช่วงพักกลางวัน → พักรับประทานอาหาร (ในบริษัทหรือออกไปรับประทานอาหารข้างนอก)



3. ช่วงบ่าย → ทำงาน

4. ช่วงเย็น → เลิกงาน → เดินทางกลับบ้าน ,(บางครั้งอาจ แวะออกกำลังกาย ,ซื้อของ)



5. ช่วงค่ำ → พักผ่อน

6. วันหยุดสุดสัปดาห์และวันหยุดพิเศษ → ออกกำลังกาย , ท่องเที่ยวต่างจังหวัด
เดินห้างสรรพสินค้า

2.5.3 เงื่อนไขความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบ

สรุปลักษณะโดยรวมของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

แบ่งได้เป็น 2 กลุ่มดังตาราง

ใช้ในบ้าน	ต้องการความสะดวกในการพกพา
ไม่ต้องการความสะดวกในการพกพา	และมีความทันสมัย
น้ำมันนวดตัวบรรเทาอาการปวด	ครีมนวดผ่อนคลายมือ
แป้งระงับกลิ่นและบรรเทาอาการคันเท้า	ยาหม่อง , พลาสเตอร์บรรเทาปวด
ยาทาแผลสด	แผ่นทำความระงับกลิ่นได้วชาญ
น้ำมันหอมระเหย	น้ำยาบ้วนปาก
ยาเม็ดช่วยระบาย	ยาสีฟัน
ยาขงช่วยระบาย	พลาสเตอร์ยาปิดแผล
ยาเม็ดบรรเทาอาการปวดกล้ามเนื้อ	โลชั่นกันยุง แผ่นทากันยุง
ครีมทารักษาอาการฟกช้ำ	ยาตม น้ำมันสูตรดม

สรุปภาพรวมด้านลักษณะของบรรจุภัณฑ์ในโครงการ

สามารถแบ่งลักษณะบรรจุภัณฑ์ได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะการใช้งานภายในบ้านไม่ต้องมีความสะดวกในการพกพา
3. กลุ่มบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ที่สามารถพกพาติดตัวไปใช้งานได้ ให้ความสะดวกและดูดีขณะใช้งาน

2.6 ข้อมูลด้านวัสดุและกรรมวิธีการผลิต

2.6.1 ข้อมูลด้านวัสดุและกรรมวิธีการผลิตรวมทั้งระบบการพิมพ์และการปิดจลาจ

พลาสติกที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์ขวดพลาสติก

1. โพลิสไตรีน (Polystyrene -PS)

คุณสมบัติทนความเป็นกรดต่างได้ปานกลาง ไม่ทนความร้อนและความเย็น เหมาะสำหรับใช้ในอุณหภูมิปกติ โดยทั่วไปนิยมบรรจุยาเม็ดวิตามิน เครื่องเทศ และทำให้มีขนาดใหญ่สำหรับบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง

2. โพลีเอทิลีน (Polyethylene -PE)

มีการใช้ใน 2 ลักษณะ คือ โพลีเอทิลีนชนิดความหนาแน่นต่ำและชนิดความหนาแน่นสูง โดยพลาสติกชนิดนี้จะยอมให้น้ำซึมผ่านได้น้อย แต่จะยอมให้ก๊าซซึมผ่านได้ ทนความเป็นกรดต่างได้ปานกลาง ทนความร้อนได้ไม่ตึง แต่ทนความเย็นได้ดีมาก มักใช้บรรจุนม ผงซักฟอก น้ำดื่ม และเครื่องสำอาง

3. โพลีโพรพิลีน (Polypropylene - PP)

คุณสมบัติโดยทั่วไปจะยอมให้น้ำซึมผ่านได้น้อย แต่ยอมให้ก๊าซผ่านได้ดี ทนความเป็นกรดต่างได้ปานกลาง ทนความร้อนได้ดี แต่ไม่ทนความเย็น โดยทั่วไปใช้บรรจุยา เครื่องสำอาง แชมพู

4. โพลีไวนิลคลอไรด์ (Polyvinylchloride -PVC)

คุณสมบัติโดยทั่วไปจะใส สามารถป้องกันก๊าซและไขมันซึมผ่านได้ดี ทนความเป็นกรดได้ดี ไม่ทนความร้อนและความเย็น เหมาะสำหรับใช้ในอุณหภูมิปกติ มักใช้บรรจุเครื่องสำอางค์ น้ำมันพืช น้ำส้มสายชู และผลิตภัณฑ์ทางเคมี

5. โพลีเอทิลีนเทเรฟทาเลต (Polyethylene Terephthalate -PET)

คุณสมบัติโดยทั่วไปจะแข็งและใส ป้องกันการซึมผ่านของไอน้ำได้ปานกลาง แต่ป้องกันการซึมผ่านของก๊าซได้ดีมาก ทนความเป็นกรดได้และทนต่อความเย็นได้ดี มักนิยมใช้บรรจุเครื่องดื่มประเภทน้ำอัดลม เบียร์ นอกจากนี้ยังบรรจุของเหลวที่มีแอลกอฮอล์ได้ เช่น แชมพูน้ำ โคโลญจ์ โลชั่น ฯลฯ

กรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก

1. การอัดแบบฉีด (Injection Molding)

วิธีนี้มีหลักการสำคัญคือ ให้ความร้อนแก่พลาสติกจนหลอมเหลวภายในกระบอกสูบ แล้วใช้แรงอัดเข้าไปในแบบ ซึ่งมีการหล่อเย็นให้พลาสติกแข็งตัว แล้วจึงเปิดนำชิ้นงานออก

2. การอัดแบบเป่า (Blow Molding)

มีหลักการคือ เมื่อน้ำมันพลาสติกให้เหลวแล้วจะถูกอัดเป็นรูปหลอดที่มีผนังหนา แล้วเป่าลมเข้าไปในช่วงที่หลอดอยู่ในแม่พิมพ์ด้วยอัตราเร็วและเวลาที่กำหนดโดยแม่พิมพ์จะหมุนไปโดยรอบ สามารถทำแม่พิมพ์เป็นรูปต่าง ๆ ได้ตามต้องการ

3. การอัดแบบฉีดเป่า (Injection Blow Molding)

โดยการผลิตในวิธีนี้แบ่งเป็น 2 ชั้น คือชั้นแรกทำพลาสติกเป็นหลอดโดยใช้เครื่องอัดแบบฉีด ชั้นที่ 2 คือการเป่าหลอดนี้ให้เป็นรูปร่าง เหมือนหลอดก่อน จากนั้นหลอมหลอดด้วยความร้อนและเป่าให้เป็นรูปร่างตามแบบ วิธีนี้ทำให้คอขวดมีความเที่ยงตรงมาก ผันงวดสม่ำเสมอ

4. การอัดแบบเป่าด้วยการยืด (Stretched Blow Molding)

วิธีการนี้คือการทำแบบให้มีรูปร่างเหมือนหลอดก่อน จากนั้นหลอมหลอดด้วยความร้อนและเป่าให้เป็นรูปร่างตามแบบ จะได้บรรจุภัณฑ์ที่มีน้ำหนักเบา แข็งแรง

ฝาปิดพลาสติก (Plastic closer)

มีรูปแบบต่าง ๆ กันดังนี้

1. ฝาแบบ Flip -Top สามารถเปิดใช้งานง่ายและสะดวก เปิดใช้งานได้ด้วยมือข้างเดียว
2. ฝาที่เปิดด้วยแรงเสียดทาน เช่น ฝาเกลียวแบบต่างๆ
3. ฝาปิดที่มีจอยเคลื่อนที่ได้
4. ฝาปิดที่มีจอยเคลื่อนที่ไม่ได้
5. ฝาปิดแบบ Flip - spout
6. ฝาปิดแบบ Push - Pull
7. ฝาปิดแบบที่มีแอมพลิเคเตอร์ คือมีส่วนที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการใช้งาน เช่น เป็นแปรง
8. ฝาปิดที่มีเครื่องประกอบ โดยฝาปิดชนิดนี้ออกแบบเพื่อบังคับการไหลของของเหลว ซึ่งส่วนประกอบเหล่านี้จะสอดอยู่ในปากขวดหรือติดแน่นที่ปากขวด
9. ฝาปิดเพื่อการควบคุม ได้แก่ ฝาที่ทิ้งร่องรอยไว้เมื่อถูกเปิด
10. ฝาที่เด็กเปิดไม่ได้

ประเภทของกระดาษแข็ง

สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. กระดาษกล่อง (boxboard) แบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ
 - กระดาษกล่องเคลือบ (coted boxboard)
 - กระดาษกล่องไม่เคลือบ (uncoted boxboard)
2. กระดาษการ์ด (cardboard) แบ่งออกเป็น 4 ชนิด คือ
 - กระดาษการ์ดมานิลาเคลือบ (coted manila cardboard)
 - กระดาษการ์ดมานิลาไม่เคลือบ (uncoted manila cardboard)
 - กระดาษการ์ดไอวอรี (art cardboard)

การพิมพ์และการปิดฉลาก

ระบบการพิมพ์อาจมีอยู่หลายประเภท แต่ระบบการพิมพ์กว่า 80 % ที่ใช้กับบรรจุภัณฑ์จะประกอบด้วย 4 ประเภทดังนี้

1. แบบถ่ายผ่านหรือระบบการพิมพ์พื้นฐน ได้แก่ แบบเฟล็กโซกราฟี แบบเลตเตอร์เพรส ซึ่งเป็นการพิมพ์แบบโดยตรง
2. แบบแบนราบ ที่นิยมใช้ ได้แก่ ระบบลิโธกราฟี แบบออฟเซตลิโธกราฟี
3. แบบโรโตกราฟี
4. แบบโรล์สแมช

เครื่องปิดฉลากแบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. เครื่องปิดฉลากแบบทากาวแล้วกลิ้งติด ใช้กับบรรจุภัณฑ์ที่เป็นทรงกลม โดยให้กระเบื้องกลิ้งไปตามรางแล้วทากาวลงบนตัวกระเบื้อง เมื่อกลิ้งต่อไป ทากาวบนกระเบื้องจะติดเอาฉลากขึ้นมาด้วย เมื่อกลิ้งไปก่อนจะครบรอบของฉลากที่ติดมานั้นจะมีการทากาวบนปลายฉลากอีกด้านหนึ่ง เพื่อให้บริเวณปลายอีกข้างหนึ่งของฉลากสามารถติดได้แน่นสนิท
2. เครื่องปิดฉลากแบบทากาวบนฉลากแล้วส่งผ่านเครื่องปิดฉลากบนส่วนหน้าหรือบนส่วนหลังของบรรจุภัณฑ์ จำพวกขวดแก้วหรือพลาสติก มีหลักการทำงานคือ ฉลากจะถูกทากาวด้วยลูกกลิ้งก่อน แล้วจึงนำมาติดบนตำแหน่งที่ต้องการ
3. เครื่องปิดฉลากสติ๊กเกอร์ตัวฉลากจะมีราคาค่อนข้างแพง แต่มีความสะดวกในการใช้งาน ในกรณีใช้เครื่องจักรฉลากจะพิมพ์มาเป็นม้วนเว้นช่วงระยะเท่า ๆ กัน เมื่อแผ่นกระดาษหมุนกลับทิศ 180 องศา จะปล่อยให้กระดาษเผยออกแล้วนำไปติดบนบรรจุภัณฑ์ด้วยลูกกลิ้งทากาว

วัสดุและกรรมวิธีการผลิตฝาพลาสติก

โดยทั่วไปจะใช้วิธีการฉีดเป็นส่วนใหญ่ มีส่วนน้อยจะสามารถขึ้นรูปด้วยความร้อน โดยนิยมใช้ PP และ PE มากที่สุด

1. ฝา PP : มีการต้านทานต่อการแตกร้าวสูง เหมาะที่จะใช้ทำฝาประเภทพับได้ มีความต้านทานต่อการรับแรงกระแทก มีความทนทานต่อ กรด ไขมัน น้ำมันและสารระเหยเป็นอย่างดี
2. ฝา LDPE : มีการยืดหยุ่นดี ไม่มีรส ไม่มีกลิ่น ป้องกันความชื้นได้ดี แต่ป้องกันก๊าซได้ไม่ดี มีราคาถูกทนการแตกร้าวได้ดี
3. ฝา HDPE : มีความแข็งแรงและเหนียว ไม่มีรส ไม่มีกลิ่น ทนความแตกร้าวได้ดี

2.6.2 วิเคราะห์ความเหมาะสมในการเลือกใช้วัสดุรวมทั้งวิธีการผลิตและระบบพิมพ์และสรุปผล

เงื่อนไขความต้องการด้านวัสดุและกรรมวิธีการผลิตของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

สามารถแบ่งประเภทของผลิตภัณฑ์ตามลักษณะทางกายภาพได้ทั้งหมด 8 ประเภท ดังนี้

ประเภทที่ 1 มีลักษณะเป็นผงบรรจุในเม็ดแคปซูล/ผงยาอัดเม็ด

ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ ได้แก่ ยาเม็ดบรรเทาปวด, ยาเม็ดช่วยระบาย

ประเภทที่ 2 มีลักษณะเป็นแผ่นผ้าผสมตัวน้ำยา

ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ ได้แก่ แผ่นระงับกลิ่นกายใต้้วงแขน, แผ่นทาแก้นุง, ยาดม

ประเภทที่ 3 มีลักษณะเป็นน้ำมันเหลว

ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ ได้แก่ น้ำมันนวดตัว, น้ำมันหอมระเหยใช้กับเตา, น้ำมันสูดดม

ประเภทที่ 4 มีลักษณะเป็นของเหลวเหนียว

ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ ได้แก่ เจลทาผิว, ครีมรักษาอาการฟกช้ำ, ยาสีฟัน

ประเภทที่ 5 มีลักษณะเป็นผง

ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ ได้แก่ แป้งระงับกลิ่นอับ

ประเภทที่ 6 มีลักษณะเป็นของเหลว

ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ ได้แก่ น้ำยาบ้วนปาก, ยาทาแผลสด

ประเภทที่ 7 มีลักษณะเป็นแผ่นพลาสติกกว่าที่ผสมตัวยา

ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ ได้แก่ พลาสติกเอร์ยา, พลาสติกเอร์บรรเทาปวด

ประเภทที่ 8 มีลักษณะเป็นโลชั่น

ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ ได้แก่ โลชั่นทาแก้นุง

ประเภทที่ 9 มีลักษณะเป็นขี้ผึ้งที่มีความมัน

ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ ได้แก่ ยาหม่อง

โดยพลาสติกที่นำมาพิจารณาเพื่อเลือกใช้ทำบรรจุภัณฑ์ในโครงการได้แก่

1. LDPE
2. HDPE
3. PP
4. PET
5. PVC
6. PE

พิจารณาคูณสมบัติของพลาสติกแต่ละชนิดร่วมกับเงื่อนไขความต้องการด้านต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์

หมายเหตุ

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

ประเภทที่ 1 มีลักษณะเป็นถุงบรรจุในเม็ดแคปซูล/ผงยาอัดเม็ด
ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ ได้แก่ ยาเม็ดบรรเทาปวด , ยาเม็ดช่วยระบาย

คุณสมบัติพลาสติก/ เงื่อนไขความต้องการ	ค่าความสำคัญ	LDPE	HDPE	PP
ป้องกันการซึมผ่านของไอน้ำ	4	3	4	4
ทนต่อแรงบีบ	3	4	3	4
ด้านการซึมผ่านของก๊าซ	2	4	4	2
ต้นทุนต่ำ	3	1	2	2
	รวม	43	47	44

สรุป - เลือกใช้ HDPE ผลิตโดยวิธี injection blow molding

ประเภทที่ 2 มีลักษณะเป็นแผ่นผ้าผสมตัวน้ำยา

ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ ได้แก่ แผ่นระงับกลิ่นกายใต้วงแขน , แผ่นทากันยุง, ยาดม

2.1 แผ่นทากันยุง , แผ่นระงับกลิ่นใต้วงแขน

คุณสมบัติพลาสติก/ เงื่อนไขความต้องการ	ค่าความสำคัญ	LDPE	HDPE	PP
ด้านการซึมผ่านของก๊าซ	4	3	4	4
ทนต่อแอลกอฮอล์	4	4	3	4
สะดวกต่อการปิดถุงด้วยความร้อน	2	4	4	2
ต้นทุนต่ำ	2	4	2	2
	รวม	44	36	40

สรุป - เลือกใช้ LDPE เป็นของผลิตแบบ form-fill seal ปิดด้วยความร้อนทั้งสี่ด้านและเคลือบผิวภายในด้วยเมทาโลล์

2.2 ยาดม

คุณสมบัติพลาสติก/ เงื่อนไขความต้องการ	ค่าความสำคัญ	HDPE	PP	PVC
ทนต่อแอลกอฮอล์	4	3	4	4
ด้านการซึมผ่านของก๊าซ	4	4	3	4
ทนแรงกระแทก	2	4	4	2
ด้านแรงกด	2	4	2	2
	รวม	41	44	53

สรุป - เลือกใช้ PVC ผลิตโดยวิธี injection blow molding

ประเภทที่ 3 มีลักษณะเป็นน้ำมันเหลว

ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ ได้แก่ น้ำมันนวดตัว, น้ำมันหอมระเหยใช้กับเตา, น้ำมันสูตรดม

คุณสมบัติพลาสติก/ เงื่อนไขความต้องการ	ค่าความสำคัญ	HDPE	PP	PVC
ทนต่อแอลกอฮอล์	4	4	3	4
ด้านการซึมผ่านของน้ำมัน	4	2	2	3
ป้องกันไอน้ำซึมผ่าน	4	1	1	3
ด้านแรงกด	4	4	4	4
ทนแรงกระแทก	3	4	4	4
ความยืดหยุ่นสูง	3	3	2	3
	รวม	65	58	77

สรุป - เลือกใช้ PVC ผลิตโดยวิธี injection blow molding

ประเภทที่ 4 มีลักษณะเป็นของเหลวหนืด

ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ ได้แก่ เจลทาผิว, ครีมรักษาอาการฟกช้ำ, ยาสิ่ฟัน

คุณสมบัติพลาสติก/ เงื่อนไขความต้องการ	ค่าความสำคัญ	LDPE	PP
ทนแรงบีบ คืนรูปได้ดี	4	4	4
สวยงาม	4	3	3
ต้นทุนต่ำ	2	4	3
	รวม	36	34

สรุป - เลือกใช้ หลอด LDPE ผลิตโดยวิธี Extrusion

ประเภทที่ 5 มีลักษณะเป็นผง

ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ ได้แก่ แป้งระงับกลิ่นอับ

คุณสมบัติพลาสติก/ เงื่อนไขความต้องการ	ค่าความสำคัญ	HDPE	PP
ทนการซึมผ่านของไอน้ำ	4	3	2
แรงกด	3	3	2
ความยืดหยุ่น	3	3	2
	รวม	30	20

สรุป - เลือกใช้ HDPE ผลิตโดยวิธี injection blow molding

ประเภทที่ 6 มีลักษณะเป็นของเหลว

ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ ได้แก่ น้ำยาล้างปาก ,ยาทาแผลสด

6.1 น้ำยาล้างปาก

คุณสมบัติพลาสติก/ เงื่อนไขความต้องการ	ค่าความสำคัญ	HDPE	PET	PP
ใส	3	2	4	3
ทนต่อแอลกอฮอล์	4	4	3	3
ทนต่อตัวทำละลาย	4	3	3	3
ความแข็งแรง	3	3	4	2
	รวม	43	48	45

สรุป - เลือกใช้ PET ผลิตโดยวิธี injection blow molding

6.2 ยาทาแผลสด

คุณสมบัติพลาสติก/ เงื่อนไขความต้องการ	ค่าความสำคัญ	HDPE	PP
ทนการซึมผ่านของน้ำมัน	3	3	3
ทนต่อแอลกอฮอล์	3	4	3
ทนต่อการซึมผ่านของก๊าซ	4	4	4
ทนต่อตัวทำละลาย	4	4	4
ความยืดหยุ่น	2	3	2
	รวม	59	54

สรุป - เลือกใช้ HDPE ผลิตโดยวิธี injection blow molding

ประเภทที่ 7 มีลักษณะเป็นแผ่นพลาสติกที่ผสมตัวอายุ
ผลิตกันชนในกลุ่มนี้ ได้แก่ พลาสติกเทอร์ยา พลาสติกบรรเทาปวด

คุณสมบัติพลาสติก/ เงื่อนไขความต้องการ	ค่าความสำคัญ	LDPE	HDPE	PP
การป้องกันการซึมผ่านของไอน้ำ	4	3	4	4
ป้องกันการซึมผ่านของก๊าซ	3	1	2	2
ทนต่อความร้อน	3	3	4	3
ทนต่อต่าง	2	4	4	3
	รวม	32	42	37

สรุป - เลือกใช้ HDPE ผลิตโดยวิธี form-fill-seal ทั้งสี่ด้าน

ประเภทที่ 8 มีลักษณะเป็นโลชั่น
ผลิตกันชนในกลุ่มนี้ ได้แก่ โลชั่นทากันยุง

คุณสมบัติพลาสติก/ เงื่อนไขความต้องการ	ค่าความสำคัญ	HDPE	PP	PE
ป้องกันการซึมผ่านของก๊าซ	2	1	1	1
ทนต่อตัวทำละลาย	3	3	3	2
ทนต่อการซึมผ่านของน้ำมัน	4	3	4	2
ทนต่อต่าง	4	3	4	3
	รวม	36	43	28

สรุป - เลือกใช้ PP ผลิตโดยวิธี injection blow molding

ประเภทที่ 9 มีลักษณะเป็นซีฟิ่งที่มีความมัน
ผลิตกันชนในกลุ่มนี้ ได้แก่ ยานม่อง

คุณสมบัติพลาสติก/ เงื่อนไขความต้องการ	ค่าความสำคัญ	HDPE	PP	PE
ทนต่อการซึมผ่านของน้ำมัน	4	3	3	3
ทนต่อความร้อน	4	3	3	3
ทนต่อการซึมผ่านของไอน้ำ	3	4	4	3
ความยืดหยุ่น	2	3	2	2
	รวม	47	40	37

สรุป - เลือกใช้ HDPE ผลิตโดยวิธี injection blow molding

วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุสำหรับทำฝาขวด

คุณสมบัติพลาสติก/ เงื่อนไขความต้องการ	ค่าความสำคัญ	HDPE	PP
ด้านการซึมผ่านของไอน้ำ	4	4	4
ด้านการซึมผ่านของก๊าซ	4	3	3
ทนต่อความแตกร้าว	3	3	4
ไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์	3	4	3
ความยืดหยุ่น	4	4	4
ต้นทุนต่ำ	3	4	3
	รวม	73	76

สรุป - เลือกใช้ PP ผลิตโดยวิธี injection blow molding

วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุสำหรับทำกล่อง SECONDARY PACKAGE และกล่อง DISPLAY

เงื่อนไขความต้องการ	ค่าความสำคัญ	กระดาษเคลือบ	กระดาษอาร์กการ์ด
สร้างภาพพจน์ที่ดีให้สินค้า	4	3	4
พิมพ์ลายได้สวยงาม	4	4	2
ต้นทุนต่ำ	2	3	4
การ DIE CUT	3	4	4
พับขึ้นรูปง่าย	3	4	4
ความสามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์	4	3	4
	รวม	70	76

สรุป - เลือกใช้กระดาษอาร์กการ์ด

วิเคราะห์การเลือกใช้ระบบพิมพ์ลงบรรจุภัณฑ์ประเภทขวดและหลอด

เงื่อนไขความต้องการ	ค่าความสำคัญ	ปิดฉลากสติ๊กเกอร์	Shrink Label	ออฟเซต	กราเวียร์
คุณภาพการพิมพ์	3	4	4	4	4
ความสวยงาม	4	4	4	4	4
ความทนทาน	3	3	4	4	3
ต้นทุนการผลิตต่ำ	3	2	1	4	1
	รวม	43	43	52	40

สรุป - พิมพ์บนขวดด้วยวิธีปิดฉลากสติ๊กเกอร์

พิมพ์บนหลอดด้วยระบบออฟเซต

วิเคราะห์การเลือกใช้ระบบพิมพ์ลงบรรจุภัณฑ์ประเภทกล่องและกระดาษ

เงื่อนไขความต้องการ	ค่าความสำคัญ	กระดาษ	ออฟเซต	ซิลค์สกรีน	เฟล็กโซกราฟฟี
คุณภาพการพิมพ์	4	3	4	2	2
ความสวยงาม	4	4	4	2	3
ความทนทาน	3	4	4	3	2
ต้นทุนการผลิตต่ำ	2	2	1	3	3
	รวม	44	52	31	32

สรุป - พิมพ์กล่องด้วยระบบออฟเซต





บทที่ 3 ขั้นตอนการออกแบบ

3.1 การตั้งชื่อผลิตภัณฑ์

3.1.1 ชื่อผลิตภัณฑ์ที่เลือกมาพิจารณา

DAYTREAT	หมายถึง	การเยียวยารักษาในแต่ละวัน
BUDDY	หมายถึง	เพื่อนคู่ตัว ของใช้คู่ใจ
FERNILES	หมายถึง	ความสบายผ่อนคลายเหมือนสายน้ำที่ไหลเอื่อย
GOODDAY	หมายถึง	วันที่แสนดี การกล่าวสวัสดิ์ทักทายกัน การรอยพระให้โชคดี
FINEDAY	หมายถึง	วันอันแสนสบาย
SEVENDAYS	หมายถึง	หนึ่งวันในเจ็ดสัปดาห์ที่ต้องดำเนินชีวิตประจำวัน
DAYACTIVE	หมายถึง	วันที่เต็มไปด้วยความกระฉับกระเฉง
REMENDY	หมายถึง	การบรรเทาเยียวยารักษา

3.1.2 วิเคราะห์ชื่อผลิตภัณฑ์และสรุปผลการเลือกชื่อผลิตภัณฑ์

จากการแจกแบบสอบถามผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้ข้อมูลดังนี้

ชื่อที่มีผู้เลือกมากที่สุด คือ GOODDAY

ชื่อที่มีผู้เลือกรองลงมา คือ BUDDY (แต่มีข้อเสียคือ ชื่อนี้อาจทำให้นึกถึงผลิตภัณฑ์ตราสินค้าอื่นๆ ได้ เช่น รองเท้านักเรียนยี่ห้อ BUDDY, กาแฟ BIRDY, ครีมเทียม BUDDY DEAN)

โดยสองชื่อขั้นต้นนั้นกลุ่มเป้าหมายเลือกโดยให้ความเห็นว่าที่ชอบเพราะชื่อจำง่ายและให้ความรู้สึกที่ดี ส่วนชื่ออื่น ๆ มีข้อเสียต่าง ๆ (จากการสัมภาษณ์ของกลุ่มเป้าหมาย) เช่น

- DAYTREAT - ให้ความรู้สึกเหมือนเป็นการบำรุงผิวมากกว่าเป็นยา
- FERNILES - ให้ความรู้สึกถึงผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับกลิ่นหอมหรือสปามากเกินไป
- SEVENDAYS - ทำให้นึกถึงเครื่องดื่ม
- FINEDAY - ทำให้นึกไปถึงชื่อของวงศิลปินนักร้อง
- REMENDY - ให้ความรู้สึกเป็นยามากเกินไป

สรุป

เลือกใช้ชื่อ GOODDAY มาเป็นชื่อของผลิตภัณฑ์ในโครงการ เนื่องจากสามารถจดจำง่ายและไม่สับสนกับชื่อผลิตภัณฑ์ชนิดอื่น

3.2 การออกแบบตราสัญลักษณ์

3.2.1 ตราสัญลักษณ์ที่ได้รับการออกแบบในเบื้องต้น

โดยมีแนวความคิดในการออกแบบโดยรวมคือความ สดใส กระฉับกระเฉง จดจำง่ายและขณะเดียวกันก็มีความน่าเชื่อถือด้วย




นำตราสัญลักษณ์ที่เลือกมาพิจารณาทั้งหมดไปให้กลุ่มเป้าหมายเลือก ได้ผลดังนี้

สรุปแบบที่ได้รับการเลือกมากที่สุดอันดับที่ 1 คือ



3.2.2 การพัฒนาแบบ

ในขั้นแบบร่างครั้งที่ 1 นำแบบ  ที่ได้รับการเลือกมากที่สุดไปพัฒนาโดยปรับให้คู่อ่อนซ้ายเป็นผู้หญิงมากขึ้นโดยการปรับส่วนด้านข้างให้มีความโค้งเหมือนเป็นรอยยิ้ม ให้ความรู้สึกสดใสมากขึ้น



ในชั้นแบบร่างครั้งที่ 2 นำแบบที่ได้รับความนิยมมากที่สุดไปใช้เป็นตราสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์

GOODDAY

ในชั้นการพัฒนาแบบครั้งสุดท้าย นำตราสัญลักษณ์ที่ใช้ในแบบร่างครั้งที่ 2 มาพัฒนาให้มีความนุ่มนวลมากขึ้นและใช้เป็นตราสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ในโครงการ



GOODDAY

3.2.3 สรุปผลการเลือกตราสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

เลือกแบบที่ได้รับความนิยมมากที่สุดที่ได้รับการพัฒนาแบบแล้วในชั้นการพัฒนาแบบครั้งสุดท้ายมาเป็นตราสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ในโครงการโดยมีตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์เป็นแบบตัวหนังสือ โดยมีลักษณะเหมือนการอ่านออกเสียงคำในภาษาอังกฤษ มีเครื่องหมายคั่นอยู่ระหว่างคำว่า GOOD กับ DAY เป็นการเน้นหนักคำทำให้จดจำง่ายขึ้นเนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เพิ่งเข้าสู่ตลาด

3.3 การออกแบบบรรจุภัณฑ์

3.3.1 เจือนไขความต้องการด้านต่าง ๆ ของบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการออกแบบ

ยาหมอง

เจือนไขความต้องการ
เปิดฝาง่าย ไม่สร้างภาระในการเก็บชิ้นส่วนฝา
ตัวผลิตภัณฑ์ไม่เปื้อนมือขณะเปิดใช้งาน

	แบบที่			
	1	2	3	4
เจือนไขความต้องการในการใช้งาน	1	2	3	4
ความสะดวกในการนำผลิตภัณฑ์ออกมาใช้งาน	3	3	3	3
ความสามารถในการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ภายใน	1	3	3	3
การเก็บรักษาส่วนฝาไม่ให้อุณหภูมิ	3	3	3	3
ความแปลกใหม่	3	3	3	3
น.น. เบา ขนาดกระทัดรัด	2	3	3	3
ความสะดวกในการเปิดใช้งาน	3	3	1	2
	15	18	16	17

1. แบบเป็นแท่งเหมือน lipstick



3. แบบดึงเลื่อนเข้าออกแบบตลับลิ้นชัก



2. แบบเป็นตลับขนาดเล็ก
เปิดปิดด้วยบานพับเหมือนแปรงฟัน



4. แบบตลับดึงเลื่อนจากจุดหมุนเข้าออก



ยาทาแผลสด

เจือนไขความต้องการ
มีลักษณะที่สามารถใช้งานได้สะดวกทั้งกับสำลี
และผ้าพันแผล สามารถนำยาออกมาใช้งาน
ได้สะดวกรวดเร็ว

	แบบที่		
	1	2	3
เจือนไขความต้องการในการพิจารณา	1	2	3
ความสะดวกในการใช้กับสำลีแบบต่าง ๆ	2	3	1
ความสามารถในการควบคุมปริมาณน้ำยา	3	1	2
ความสามารถในการป้องกันการหกเลอะเทอะ	3	2	3
ความสะดวกในการนำสินค้าออกมาใช้งาน	3	3	2
	11	9	8

1.



แบบปากขวดแบนใช้งานโดยการ
บีบขวดแล้วปาดนำยาบนบริเวณที่ต้องการ

2.



ปากขวดมีรูเล็ก ๆ กระจายตัวอยู่ทั่วไป

3.



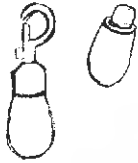
ปากขวดมีลักษณะเป็นผ้าแข็งหุ้มเพื่อ
ควบคุมปริมาณน้ำมันที่บีบออกมา

ยาต้ม

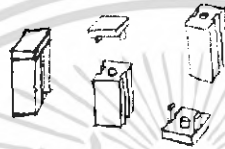
เจือจางความเข้มข้น
สามารถเก็บรักษาส่วนผ้าไม่ให้อุณหภูมิ
และไม่สร้างภาระในการถือขึ้นส่วนผ้าขณะใช้งาน

	แบบที่				
เจือจางความเข้มข้นในการพิจารณา	1	2	3	4	5
ความสะดวกในการถือใช้งาน	3	3	3	1	3
การเก็บรักษาส่วนผ้าไม่ให้อุณหภูมิ	2	2	3	3	3
ความแปลกใหม่	3	3	3	3	1
นน. เมฆขนาดกระทัดรัด	1	3	2	3	2
ความสะดวกในการเปิดใช้งาน	2	2	3	3	3
	11	13	14	13	12

1. แบบที่ส่วนผ้ามีลักษณะเป็นตะขอเกี่ยว



3. แบบถอดส่วนผ้าไปประกอบกับส่วนล่างของขวดได้



4. แบบหลอดขนาดเล็กเปิดปิดด้วยฝา flip top



2. แบบหลอดขนาดเล็ก



5. แบบแท่งเปิดปิดด้วยฝาเกลียว โดยฝาสามารถนำไปต่อส่วนฐานได้



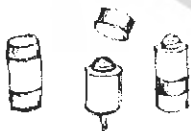
หวงตะขอ

น้ำมันสูตรผสม

เจือจางความเข้มข้น
ใช้งานสะดวกทั้งการใช้กับผ้าเช็ดหน้า
และขณะนำไปใส่บนเสื้อผ้าที่สวมได้
ยังสามารถป้องกันผ้าอูญหายได้

	แบบที่					
เจือจางความเข้มข้นในการพิจารณา	1	2	3	4	5	6
ความสามารถในการควบคุมปริมาณน้ำมันที่ไหลออกมา	3	3	1	3	1	3
ความสามารถในการนำสินค้าออกมาใช้งานโดยไม่หกเลอะเทอะ	3	3	3	3	1	3
ความแปลกใหม่	2	3	3	1	1	1
การเก็บรักษาส่วนผ้าไม่ให้อุณหภูมิ	3	3	3	3	3	3
ความสะดวกในการถือใช้งาน	3	3	3	3	3	3
นน. เมฆขนาดกระทัดรัด	2	3	2	2	2	2
	16	18	15	15	11	15

1. แบบที่มีปากขวดสองข้าง เป็นแบบหยดและลูกกลิ้ง



3. แบบคล้ายที่ปากขวดเป็นลูกกลิ้งทรงกระบอก



5. ปากขวดเป็นแบบมีรูกระจายอยู่ทั่วไป



2. เป็นแบบขวดที่มีลักษณะเหมือนหลอด ขนาดเล็ก ปากขวดมีลักษณะเป็นลูกกลิ้ง



4. แบบขวดทรงกระบอกปากขวดเป็นท่อหยด



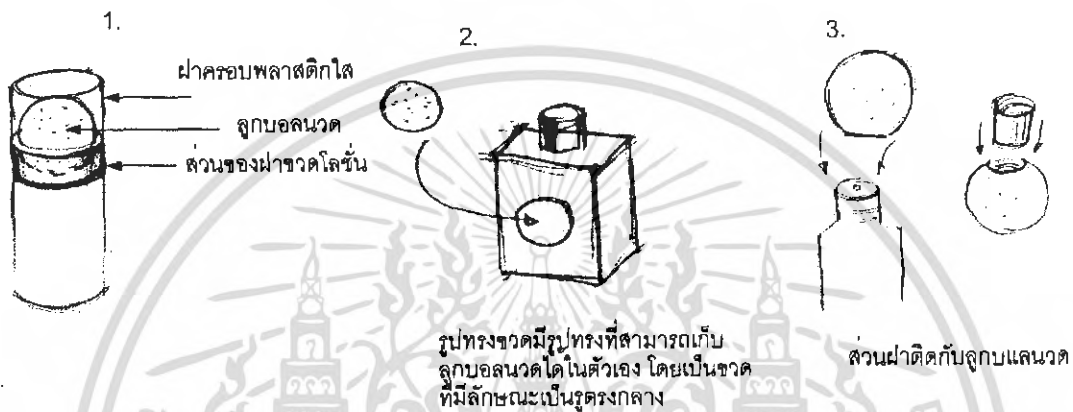
6. ปากขวดเป็นแบบผ้าห่ม



โลชั่นนวดมือ

เงื่อนไขความต้องการ
บรรจุก้นที่สามารถเก็บรักษาลูกบอลนวดได้เป็นอย่างดี

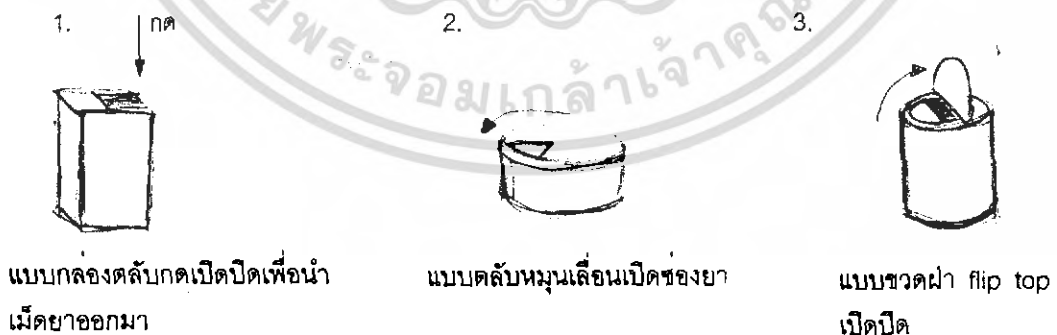
	แบบที่		
เงื่อนไขความต้องการในการพิจารณา	1	2	3
ความสามารถในการเก็บรักษาลูกบอลนวดมือ	3	2	1
ความสะดวกในการเปิดใช้งาน	2	3	2
	5	4	4



ยาเม็ด(บรรจุ 30 เม็ด)

เงื่อนไขความต้องการ
สามารถป้องกันอากาศและความชื้นเข้าไปภายในขวดขณะนำเม็ดยาออกมาได้อย่างดี

	แบบที่		
เงื่อนไขความต้องการในการพิจารณา	1	2	3
ความสะดวกในการนำเม็ดยาออกมา	3	2	2
ความสามารถในการป้องกันความชื้น	3	3	3
	6	5	5



น้ำมันนวดตัว

ถึงขั้นความต้องการ

ลักษณะความต้องการด้านการใช้งาน มีลักษณะขาด

ที่สามารถนำน้ำมันออกมาใช้ได้โดยง่ายตายและรวดเร็ว

ไม่สร้างความเลอะเทอะและรำคาญใจ ขณะใช้งาน

	แบบที่		
เงื่อนไขความต้องการในการพิจารณา	1	2	3
การควบคุมปริมาณการไหลของน้ำมัน	2	3	1
ความสามารถในการป้องกันการหกเลอะเทอะ	3	3	3
ความสะดวกในการใช้งาน(ขณะนำน้ำมันออกมา)	3	3	3
ความสะดวกในการใช้งาน (ขณะที่กำลังนวด)	3	1	3
	11	10	10

1.



ปากขวดที่สามารถหมุนปรับ
จำนวนที่สามารถนำน้ำมันออกมาได้

2.



ปากขวดเป็นจุกยางซิลิโคน
น้ำมันจะไหลเมื่อบีบขวด

3.



ปากขวดเป็นลูกกลิ้งกลิ้งนำน้ำมัน
ออกมา

3.3.2 ภาพรวมแนวความคิดทางการออกแบบ

PRODUCT CONCEPT

ทางเลือกใหม่ของชาตสมุนไพรเพื่อคนวัยทำงานในสังคมทันสมัย

DESIGN CONCEPT

เพื่อสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้มีความทันสมัยโดดเด่น และเป็นที่ยอมรับของกลุ่มเป้าหมาย

3.3.3 กระบวนการออกแบบในขั้นแบบร่างครั้งที่ 1

แนวความคิดในการออกแบบด้านโครงสร้างและการพัฒนาแบบด้านโครงสร้าง

DESIGN ROUTE ด้านโครงสร้าง

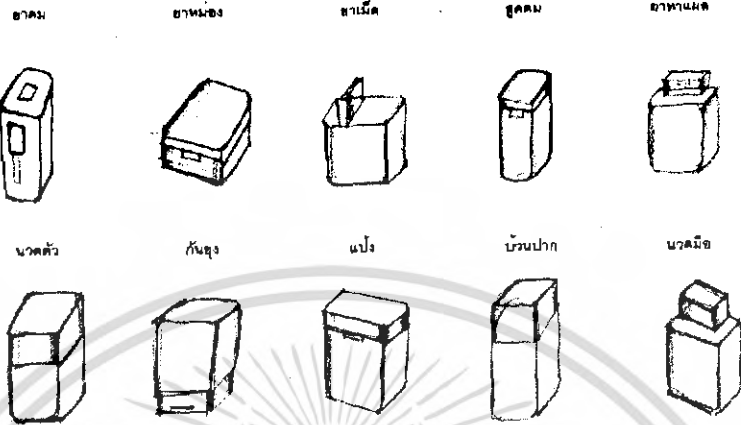
มี 3 แนวทาง คือ

1. skyscraper A สื่อถึงความทันสมัยด้วยรูปทรงที่ง่ายสบายตา
 - square A1
 - cylinder A2
 - triangle A3
2. friendly B สื่อถึงความเบิกบานสดใส ความเป็นเพื่อนที่ดี
 - dolphin B1
 - plai flower B2
 - water drop B3
3. anemone C สื่อถึงความอารมณ์ดีสนุกสนาน เหมือนดอกไม้ทะเลเมื่อพริ้วไหวตามน้ำ
 - grouping C1
 - chubby C2
 - dancing C3

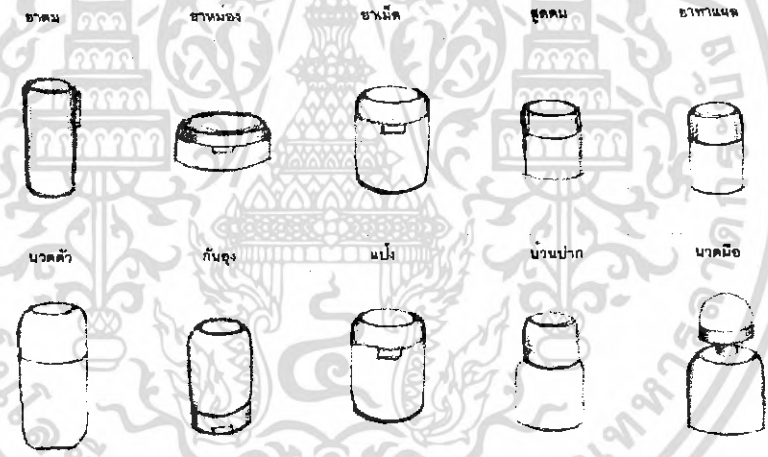
แนวทางที่ 1

skyscraper

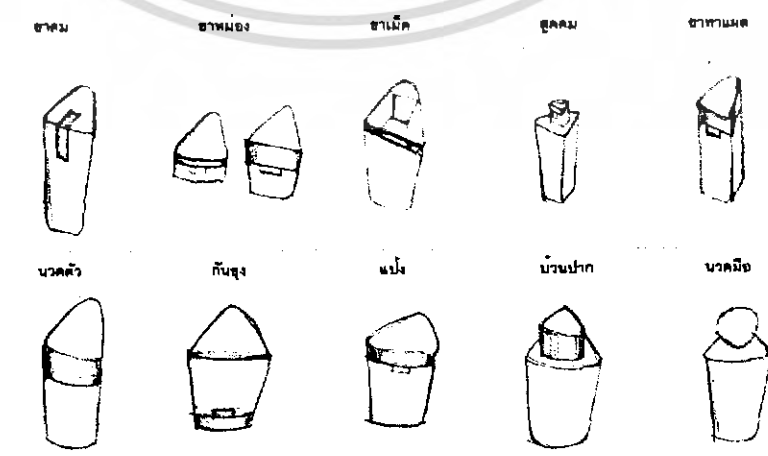
A1



A2



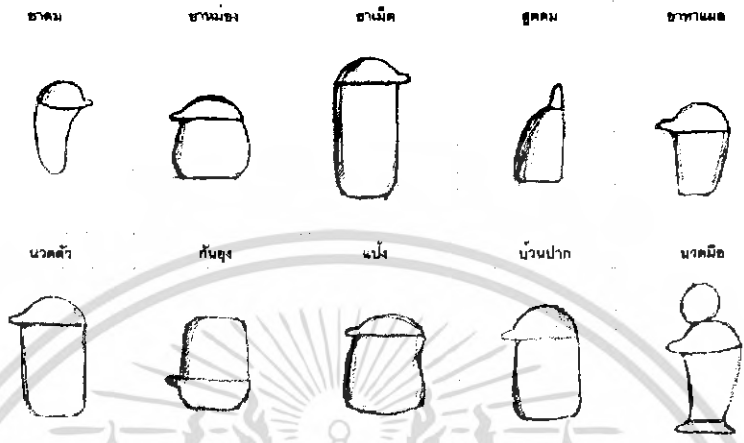
A3



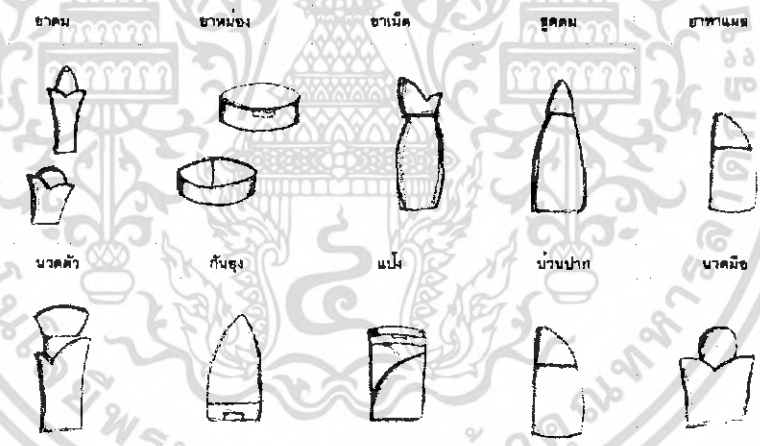
แนวทางที่ 2

friendly

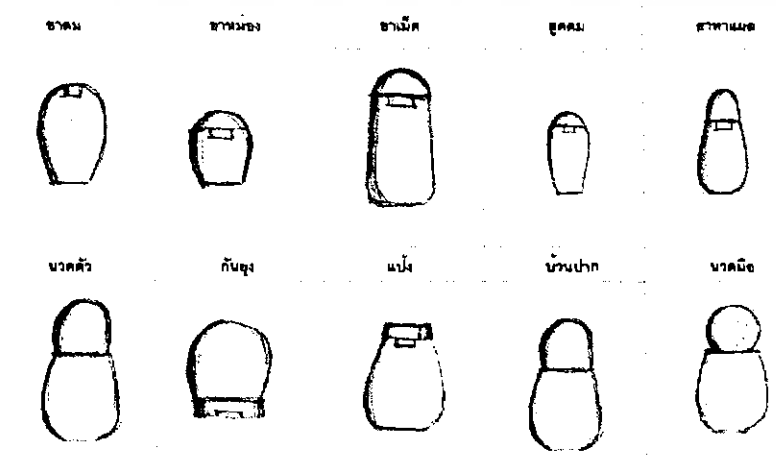
B1



B2



B3



แนวทางที่ 3

anemone

C1











ชาม	ชามรอง	ชามไม้	ช้อน	ชามทาน
				
นวดตัว	กันสูง	แปรง	บัวปาก	นวดมือ
				

C2

ชาม	ชามรอง	ชามไม้	ช้อน	ชามทาน
				
นวดตัว	กันสูง	แปรง	บัวปาก	นวดมือ
				

seafflower

C3

ชาม	ชามรอง	ชามไม้	ช้อน	ชามทาน
				
นวดตัว	กันสูง	แปรง	บัวปาก	นวดมือ
				

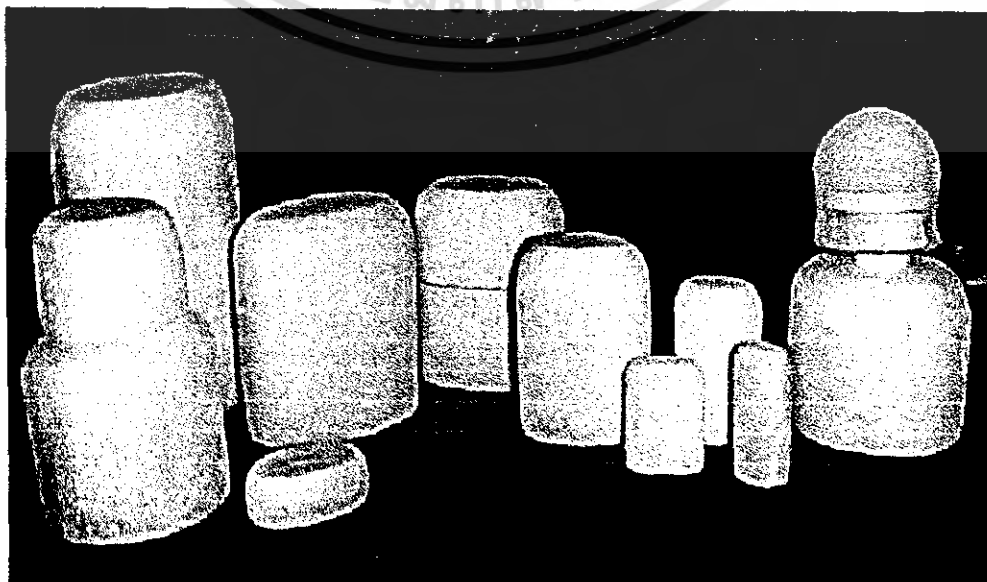
ตารางวิเคราะห์รูปทรงโครงสร้าง

ข้อจำกัดและเงื่อนไข	SKYSCRAPER			FRIENDLY			ANEMONE		
	A1	A2	A3	B1	B2	B3	C1	C2	C3
ความสะดวกในการใช้ฝาเลื่อน	4	4	2	2	1	3	1	1	3
ความสะดวกในการใช้ฝา flip top	4	4	1	4	3	4	2	3	4
ความสะดวกในการพกพา	4	4	3	3	3	4	3	3	4
ภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์	2	4	2	2	1	3	1	2	2
ความสะดวกในการปิดฉลาก	4	4	3	1	2	4	1	2	3
ความมีเอกลักษณ์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์	1	3	4	4	4	3	4	3	3
ความสะดวกในการจับถือ	3	4	2	4	3	3	4	4	4
ความสะดวกในการผลิต	4	4	3	2	2	4	2	3	4
	24	31	20	22	19	28	18	21	27

สรุป

เลือกแบบ A2 มาเป็นรูปทรงของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

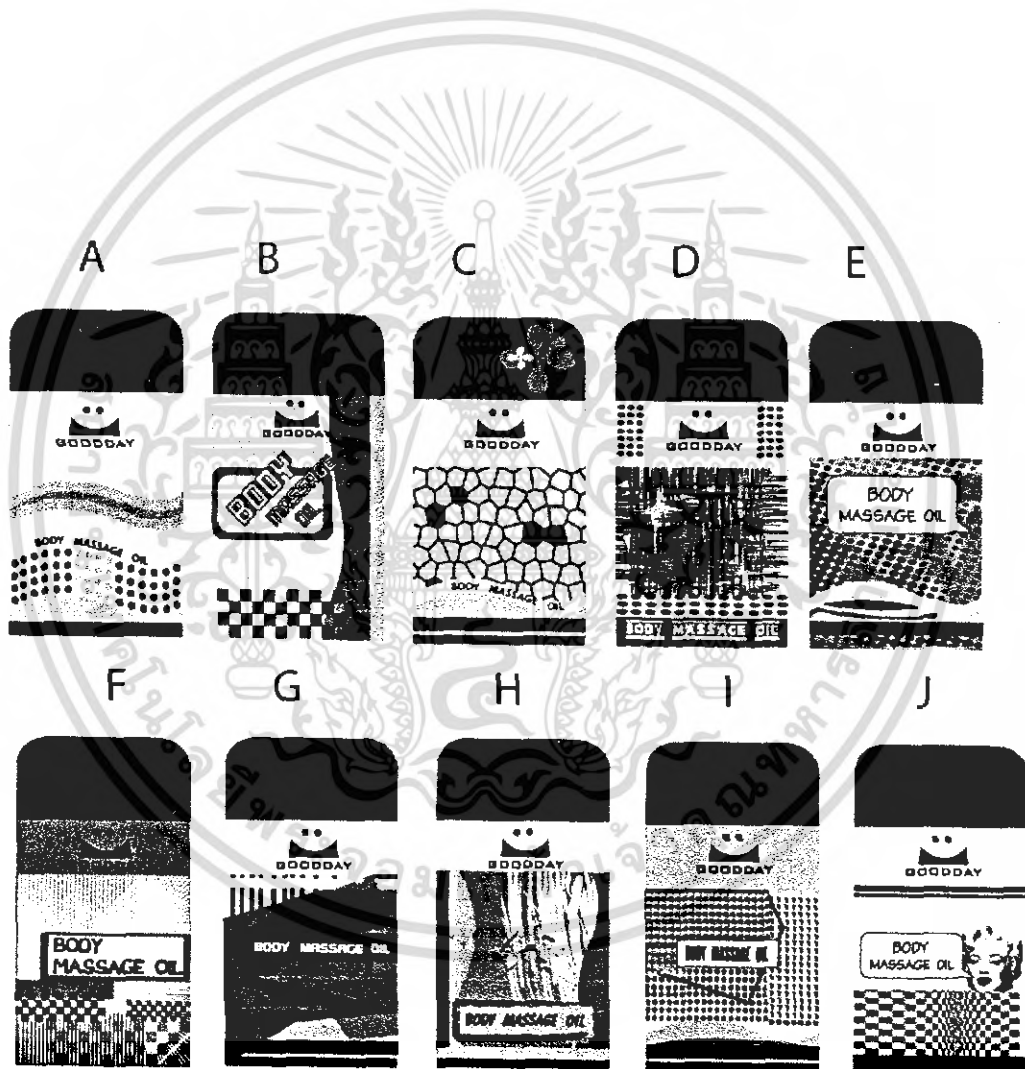
ภาพ MODEL STUDY แบบ A2



แนวทางการออกแบบกราฟิก

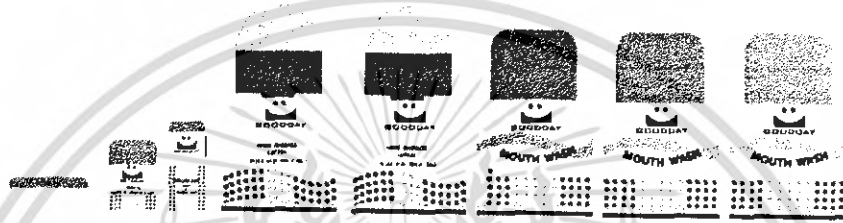
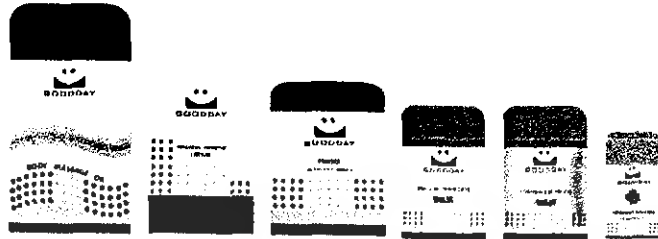
แบ่งออกเป็น 4 แนวทาง คือ

1. POP ART เพื่อสื่อถึงความทันสมัย ตามกระแสแฟชั่น ชีวิตมีรสชาติ ชอบความแปลกใหม่
2. SPORT เพื่อสื่อถึงความกระฉับกระเฉง สนุกสนาน แข็งแรง
3. COLOR DYNAMICS เพื่อสื่อถึงการเคลื่อนไหว สนุกสนาน ชีวิตมีสีสัน
4. PLAID FLOWER เพื่อสื่อถึงความสดชื่นเบิกบานของดอกไม้ในยามเช้า



แนวทางที่ 1 POP ART

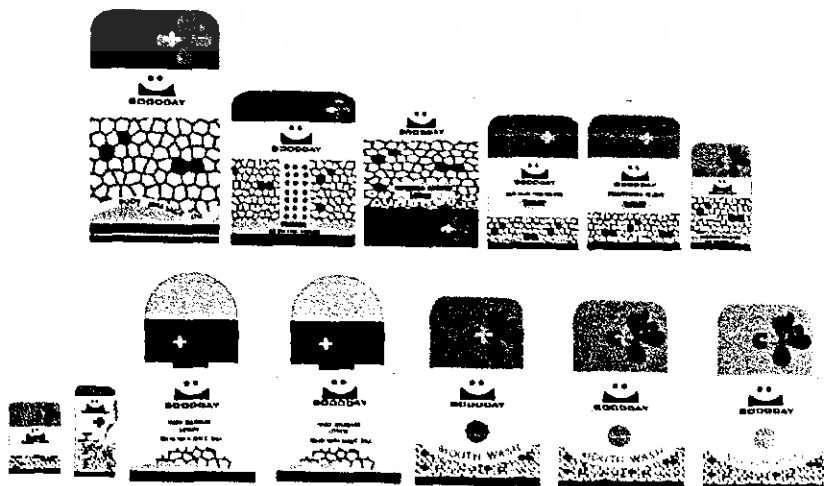
แสดงกราฟิกของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดในแนวทาง POP ART



แบบ A



แบบ B



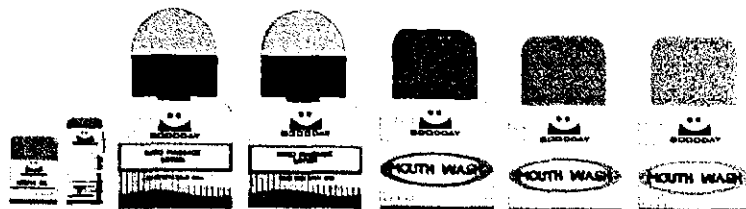
แบบ C



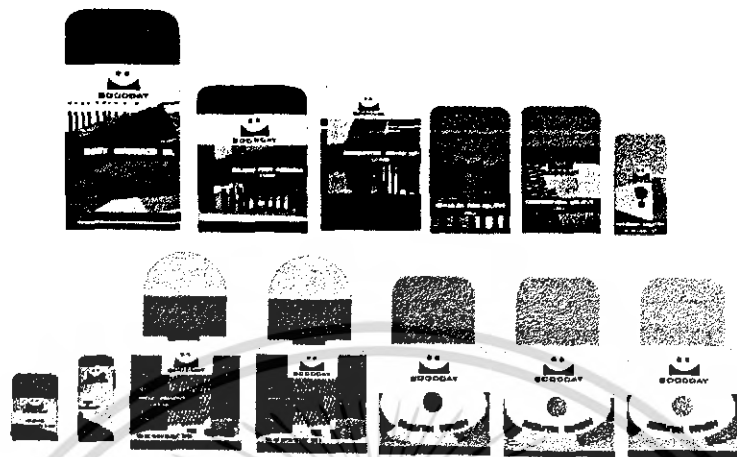
แบบ D



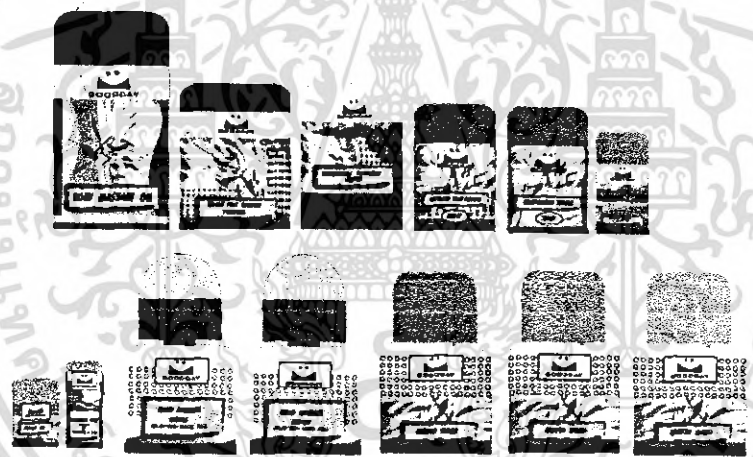
แบบ E



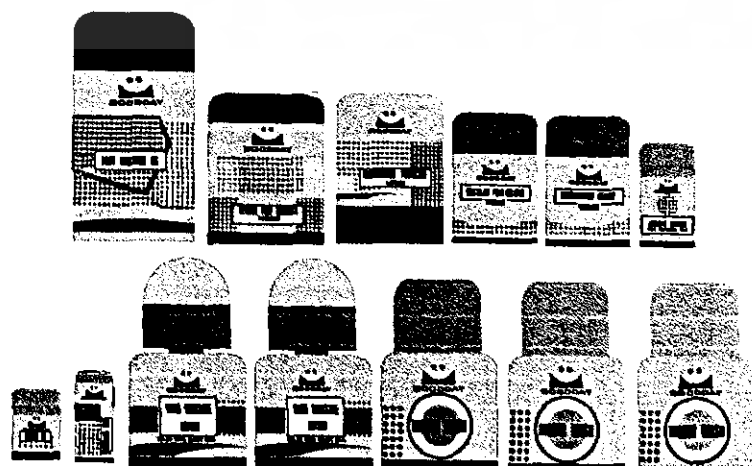
แบบ F



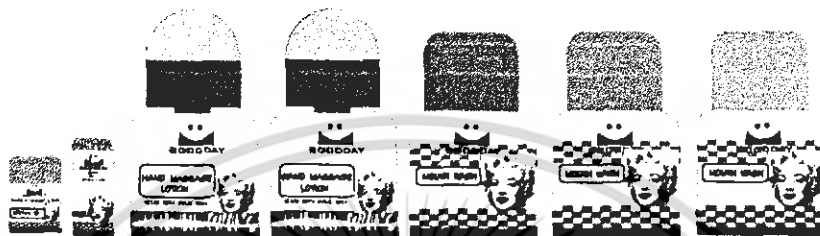
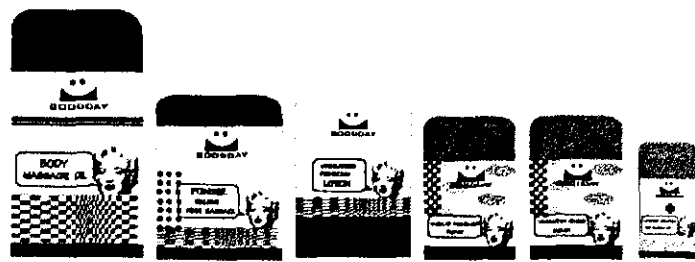
แบบ G



แบบ H

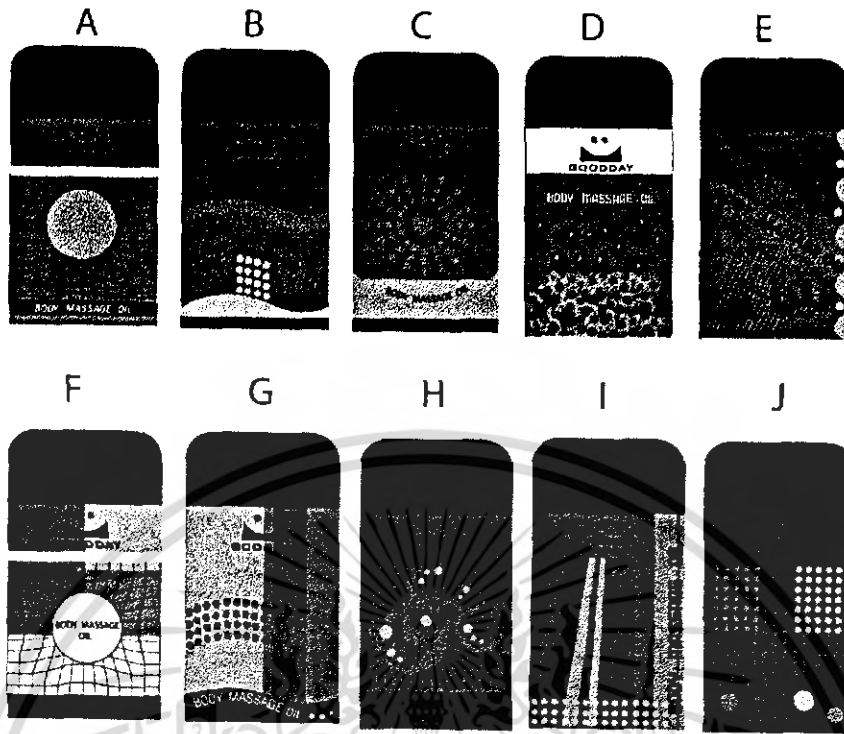


แบบ I



แบบ J



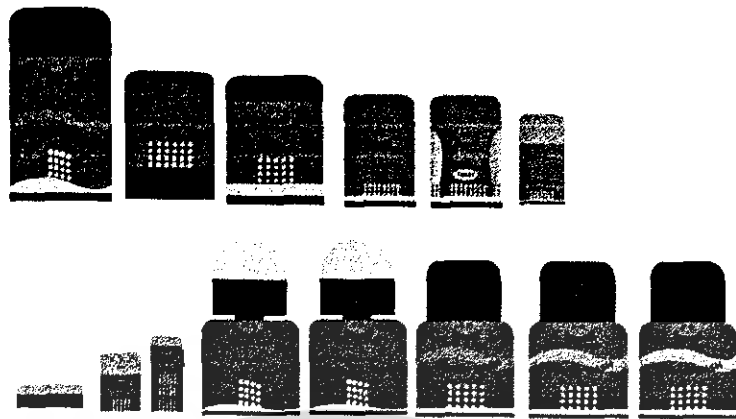


แนวทางที่ 2 SPORT

แสดงกราฟิกของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดในแนวทาง SPORT



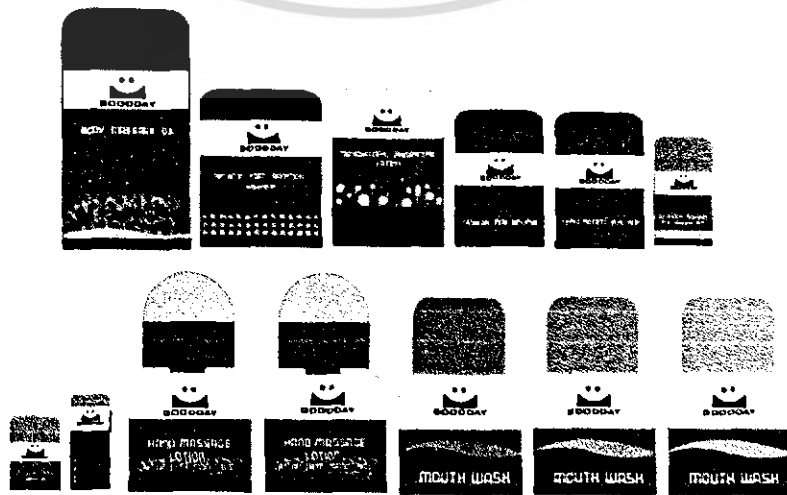
แบบ A



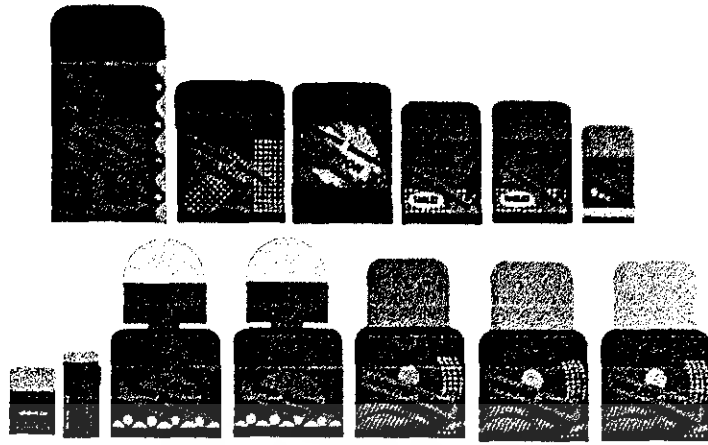
แบบ B



แบบ C



แบบ D



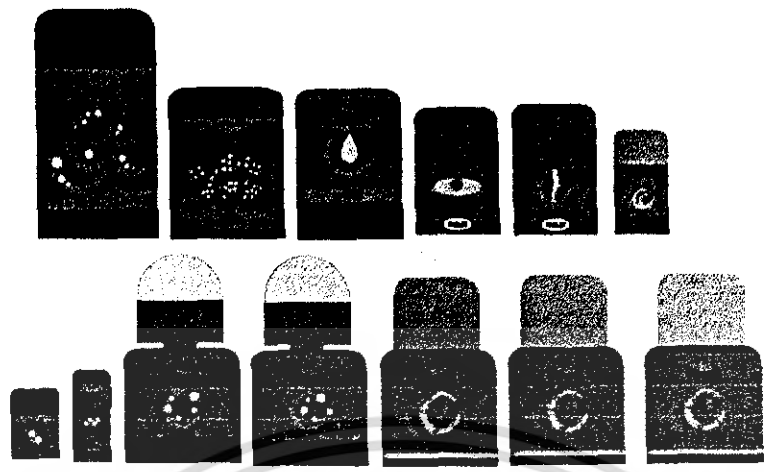
แบบ E



แบบ F

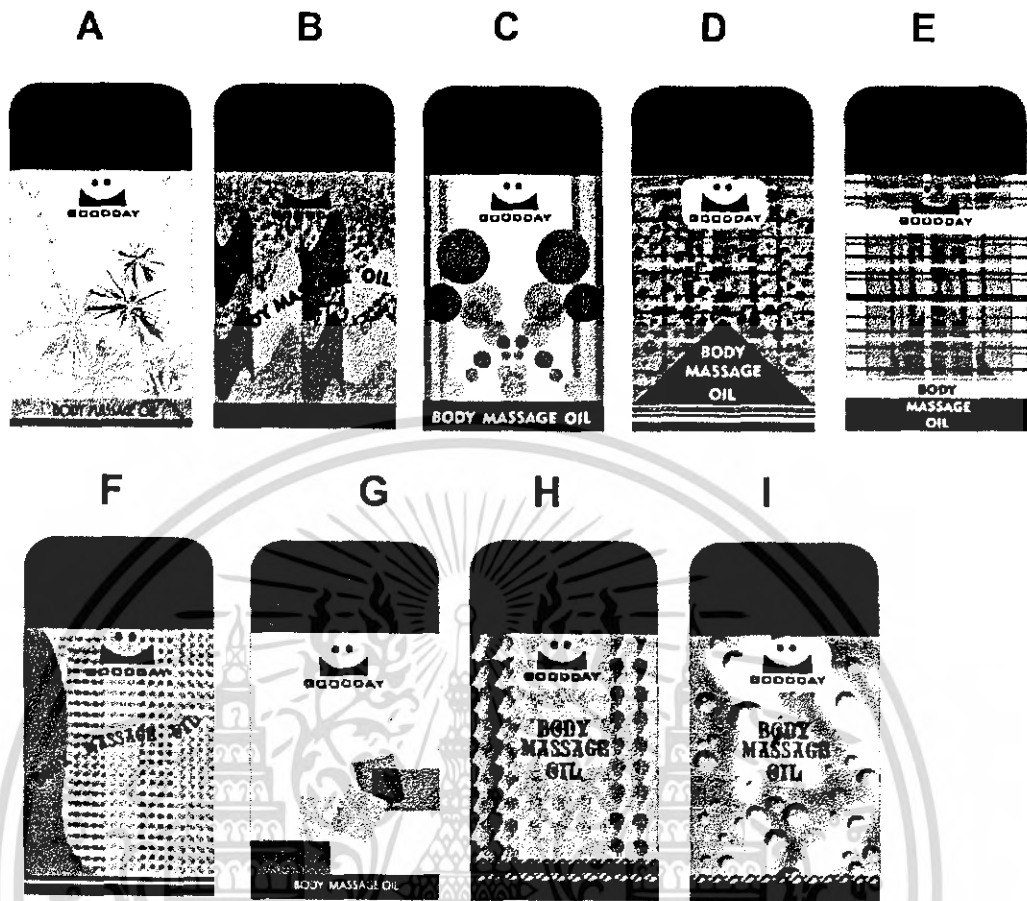


แบบ G



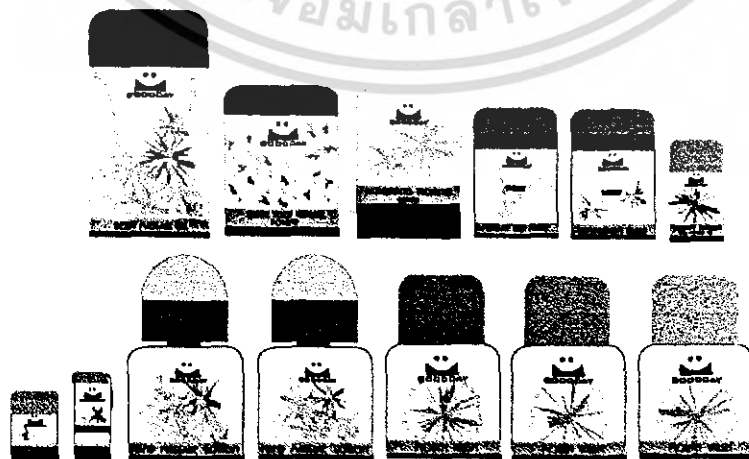
แบบ H



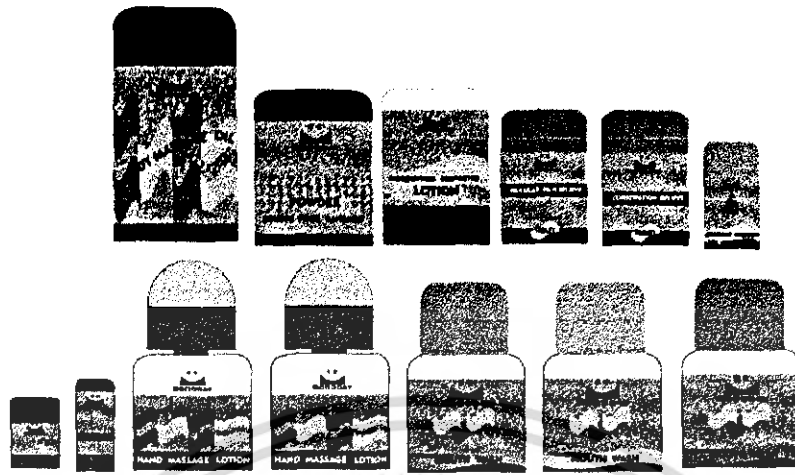


แนวทางที่ 3 COLOR DYNAMICS

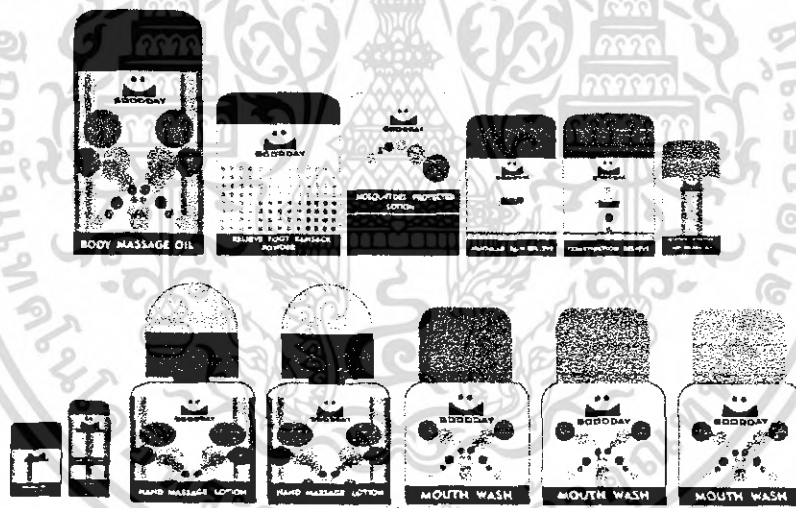
แสดงภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดในแนวทาง COLOR DYNAMICS



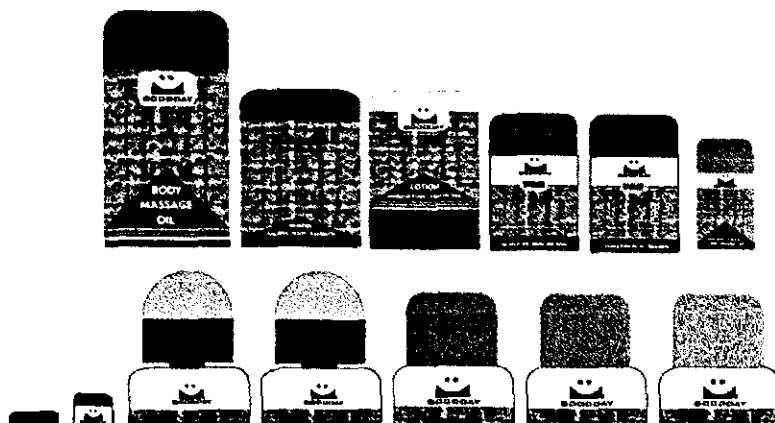
แบบ A

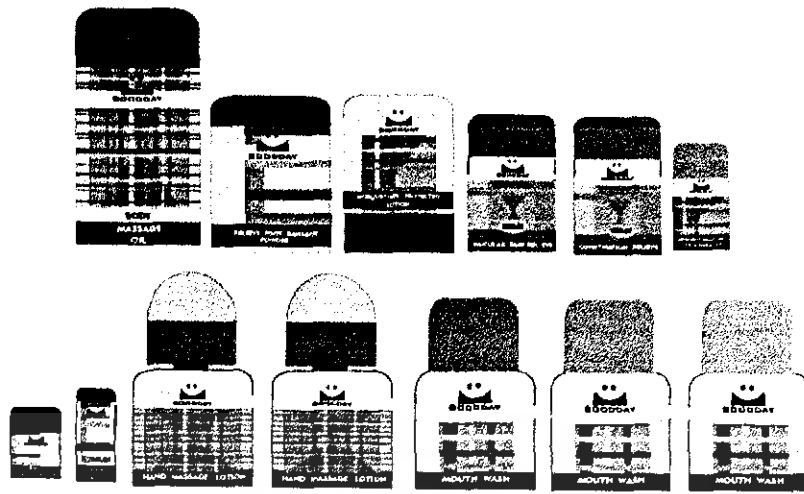


แบบ B

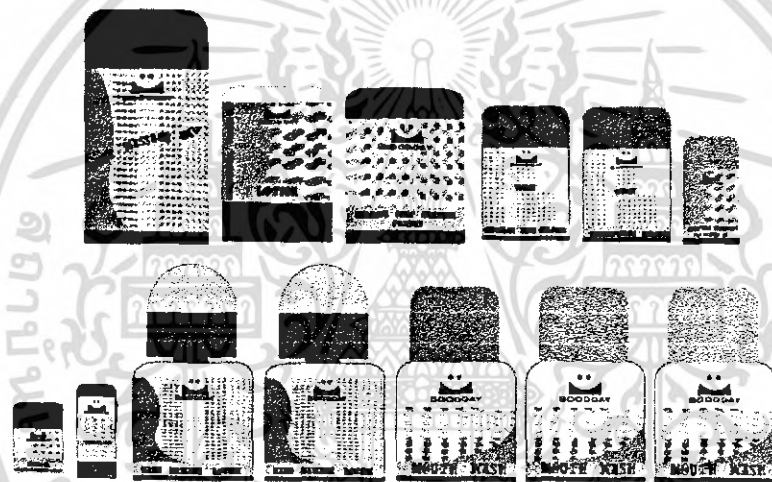


แบบ C

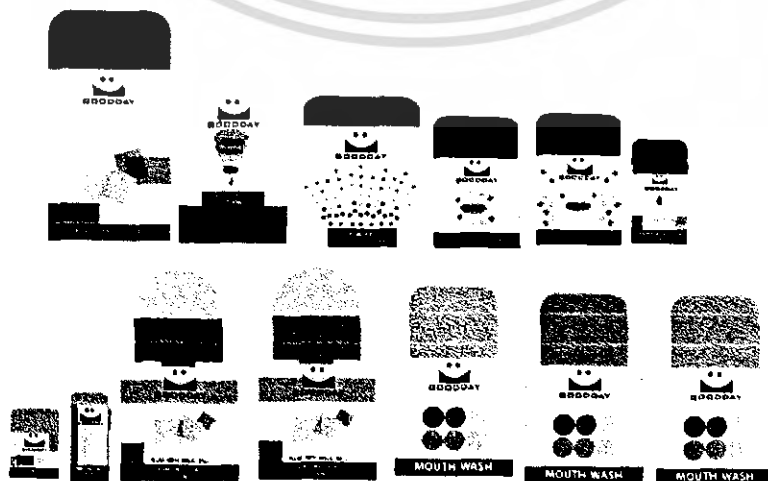




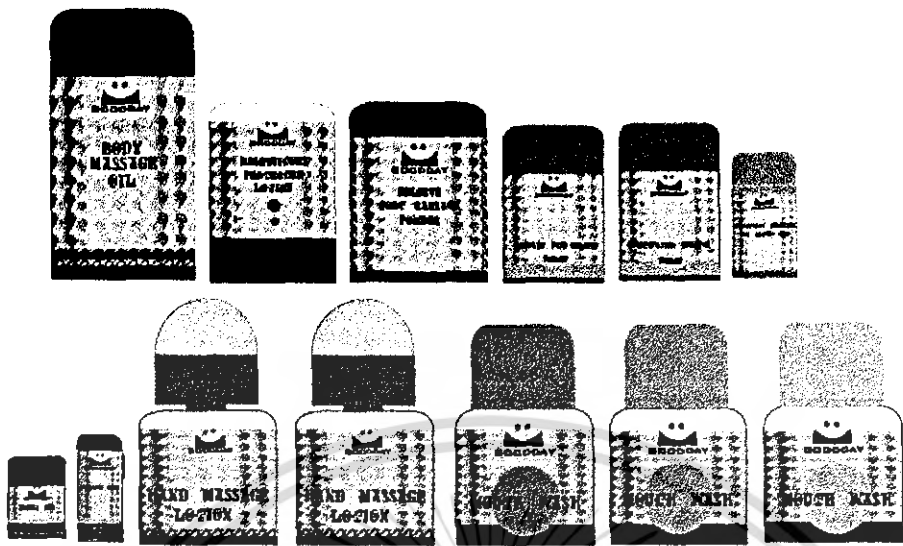
แบบ E



แบบ F

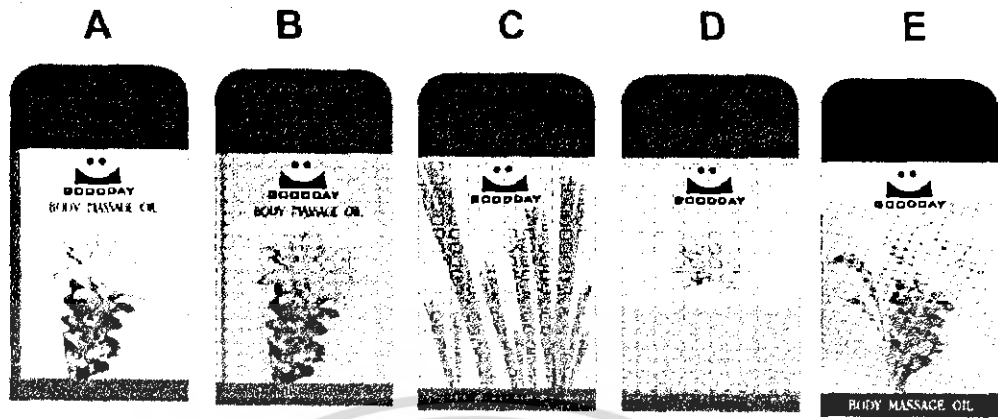


แบบ G



แบบ H





แนวทางที่ 4 PLAI FLOWER

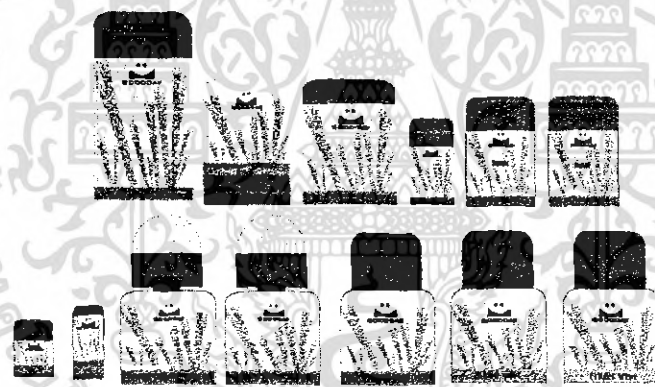
แสดงกราฟิกของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดในแนวทาง PLAI FLOWER



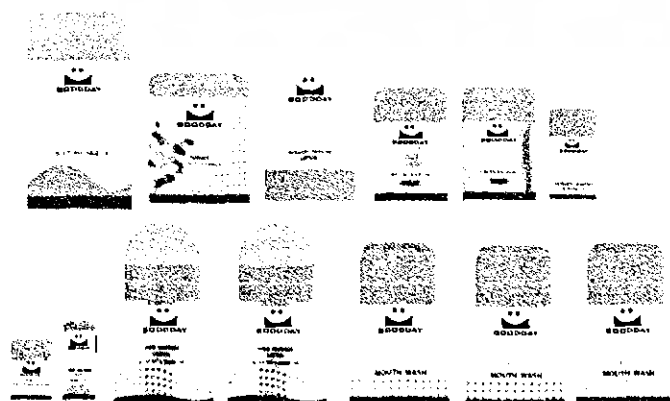
แบบ A



แบบ B



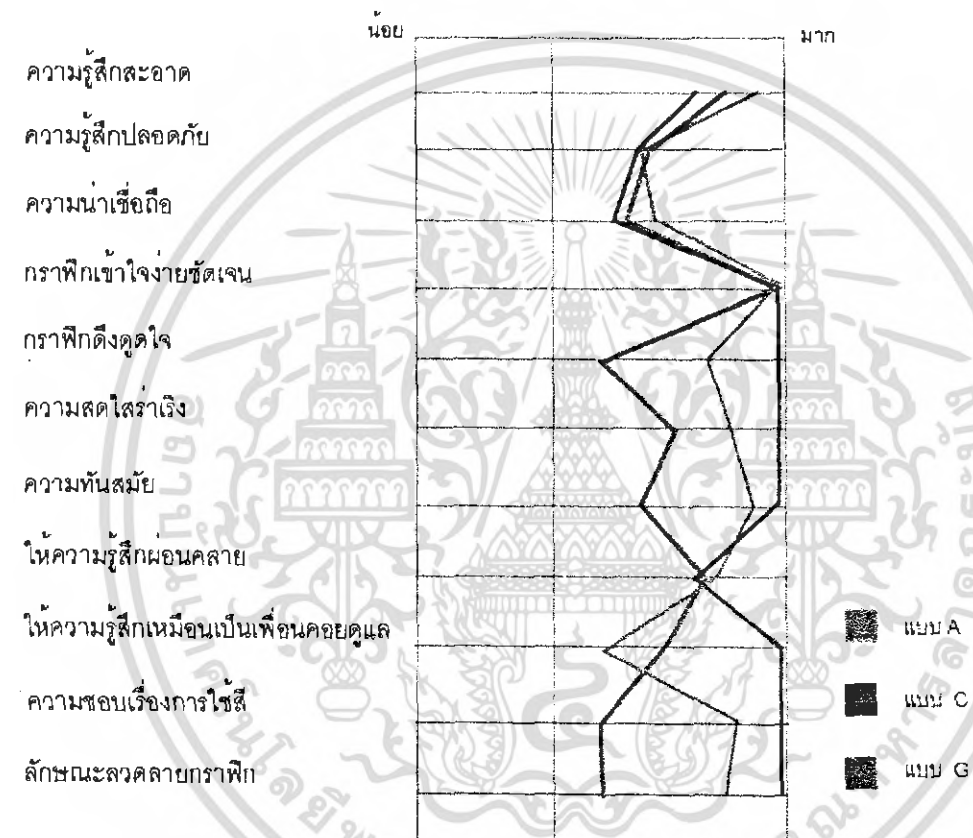
แบบ C



แบบ D

นำแบบทั้งหมดไปให้กลุ่มเป้าหมายเลือกแสดง 3 อันดับแรกที่มีผู้เลือก ได้แก่
 อันดับที่ 1 คือ แบบ C ในแนวทาง POP ART
 อันดับที่ 2 คือ แบบ G ในแนวทาง COLOR DYNAMICS
 อันดับที่ 3 คือ แบบ A ในแนวทาง POP ART

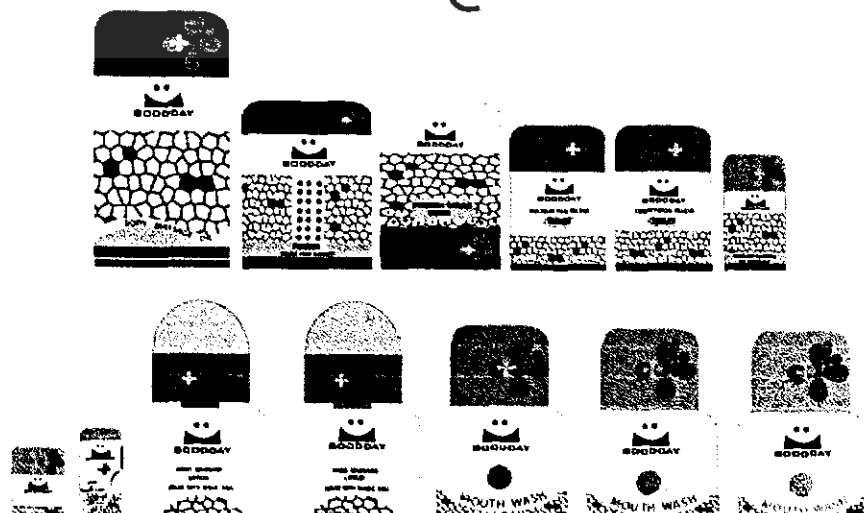
โดยกราฟแสดงความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายต่อกราฟิกของทั้ง 3 แบบ เป็นดังนี้



สรุป

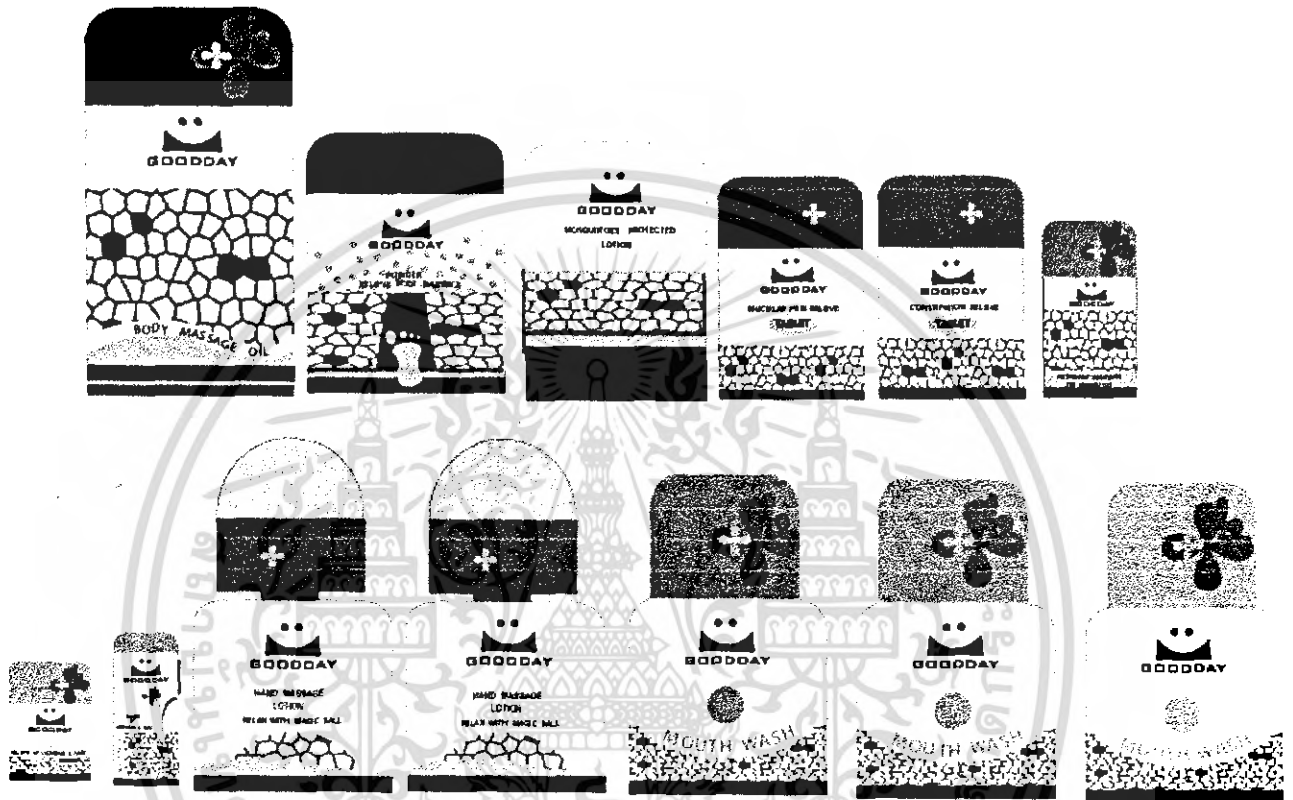
เลือกแบบที่ได้คะแนนเป็นอันดับที่ 1 มาพัฒนาแบบ

C



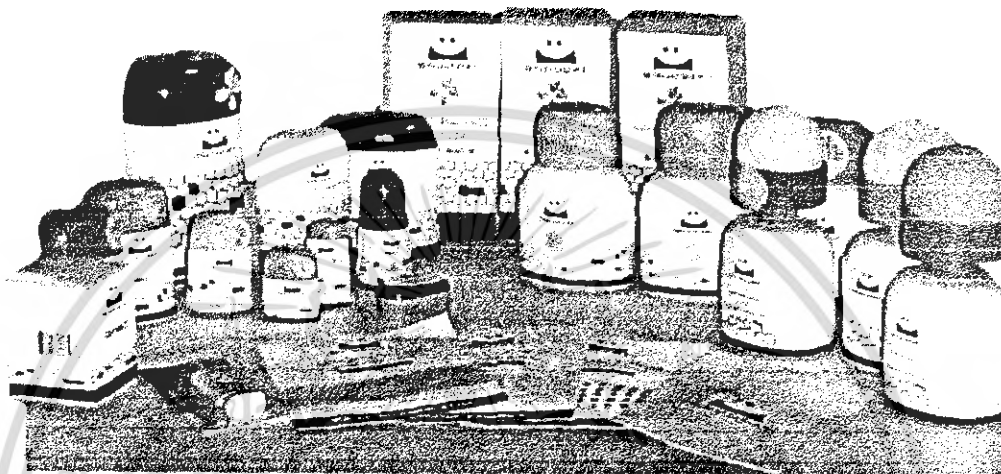
สรุปผลการออกแบบ

เลือกแบบ C ในแนวทาง POP ART มาทำแบบร่างครั้งที่ 1



กราฟิกของแบบนี้ได้แนวความคิดมาจากอนุ ของเมื่อดิน เนื่องจากไหลเป็นพืชแห้งที่เจริญเติบโตในดินเหนียวปนทรายมีการเจริญเติบโตโดยใช้รากเหง้าไซและยึดตามอนุดิน จึงได้นำจุดนี้มาเป็นแนวทางในการออกแบบลวดลายกราฟิก

ภาพถ่ายหุ่นจำลองไขสันตอนแบบร่างครั้งที่ 1



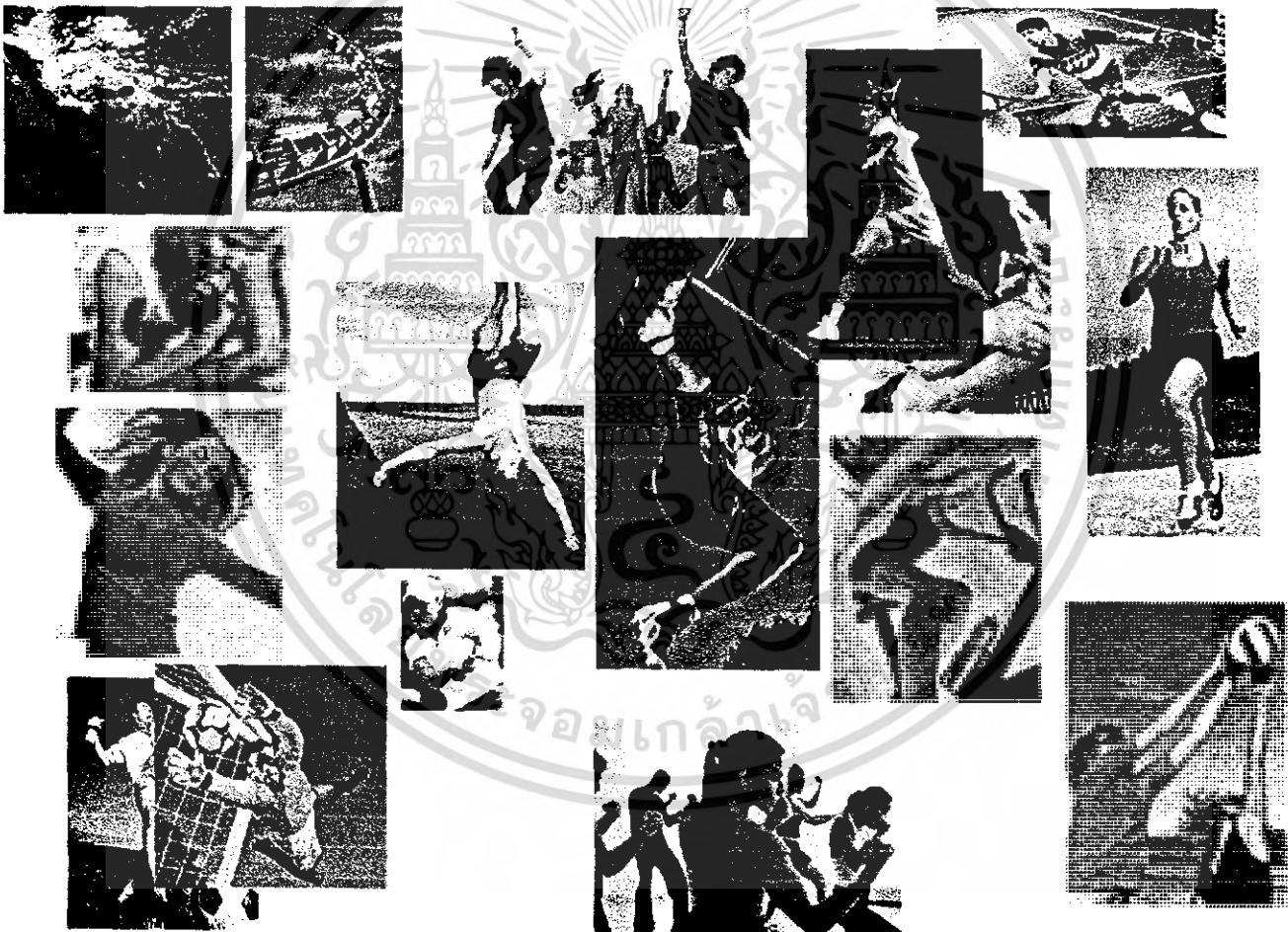
3.3.4 กระบวนการออกแบบในการทำแบบร่างครั้งที่ 2

แนวทางการออกแบบด้านโครงสร้าง

มี 3 แนวทาง คือ

1. ลักษณะท่าทางของกลุ่มเป้าหมาย
2. รูปทรงโครงสร้างทางสถาปัตยกรรมที่อยู่ในเมือง
3. ลักษณะรูปทรงของอุปกรณ์ที่กลุ่มเป้าหมายใช้ในชีวิตประจำวัน

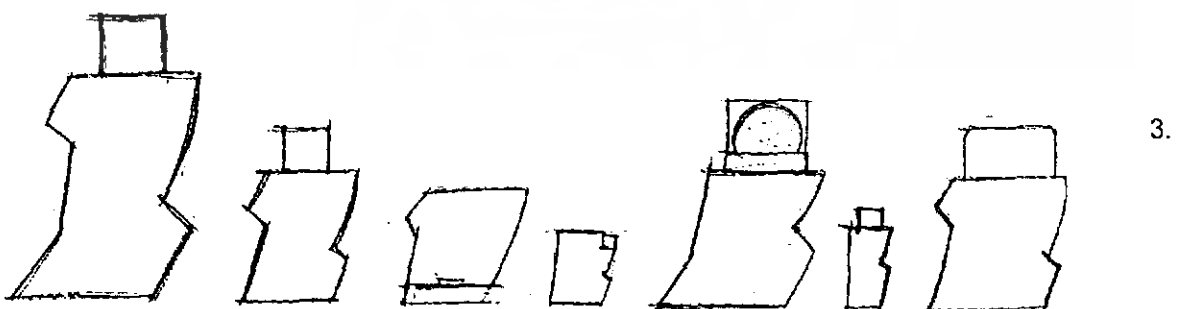
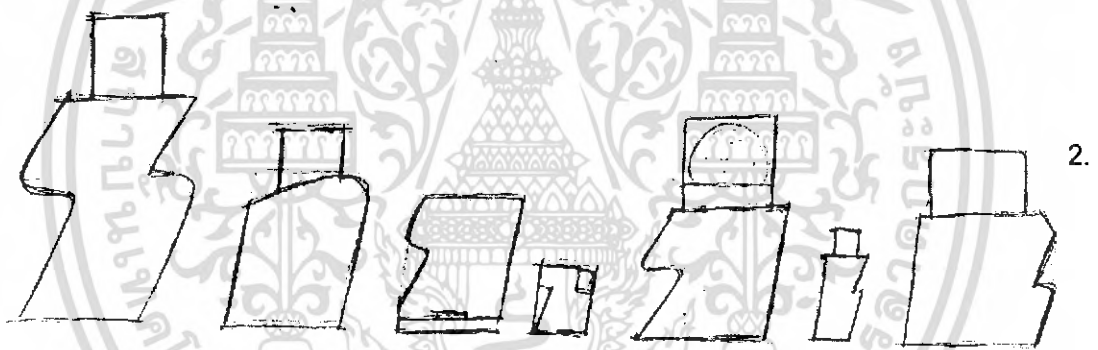
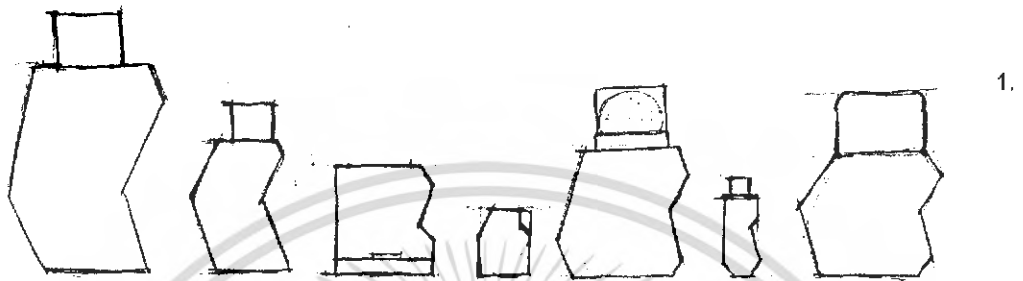
DESIGN ROUTE 1. ลักษณะท่าทางของกลุ่มเป้าหมาย



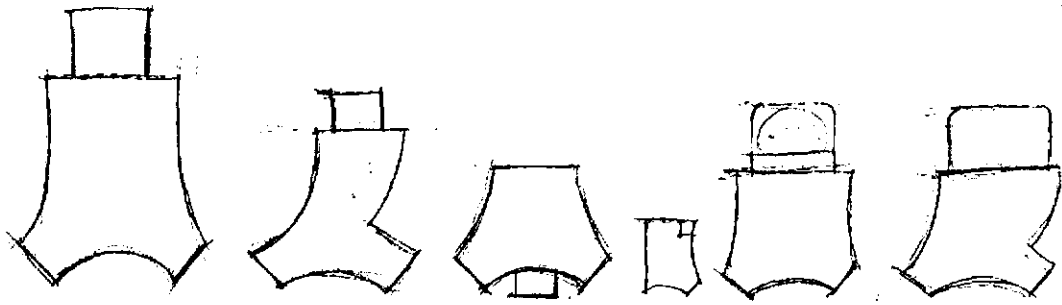
ภาพลายเส้นแสดงการเคลื่อนไหวในท่าทางต่าง ๆ



แนว SKETCH DESIGN ROUTE ที่ 1



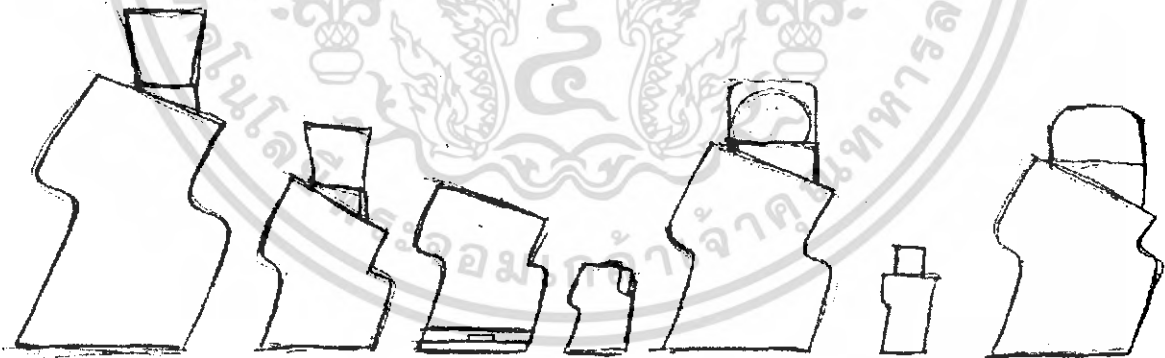
4.



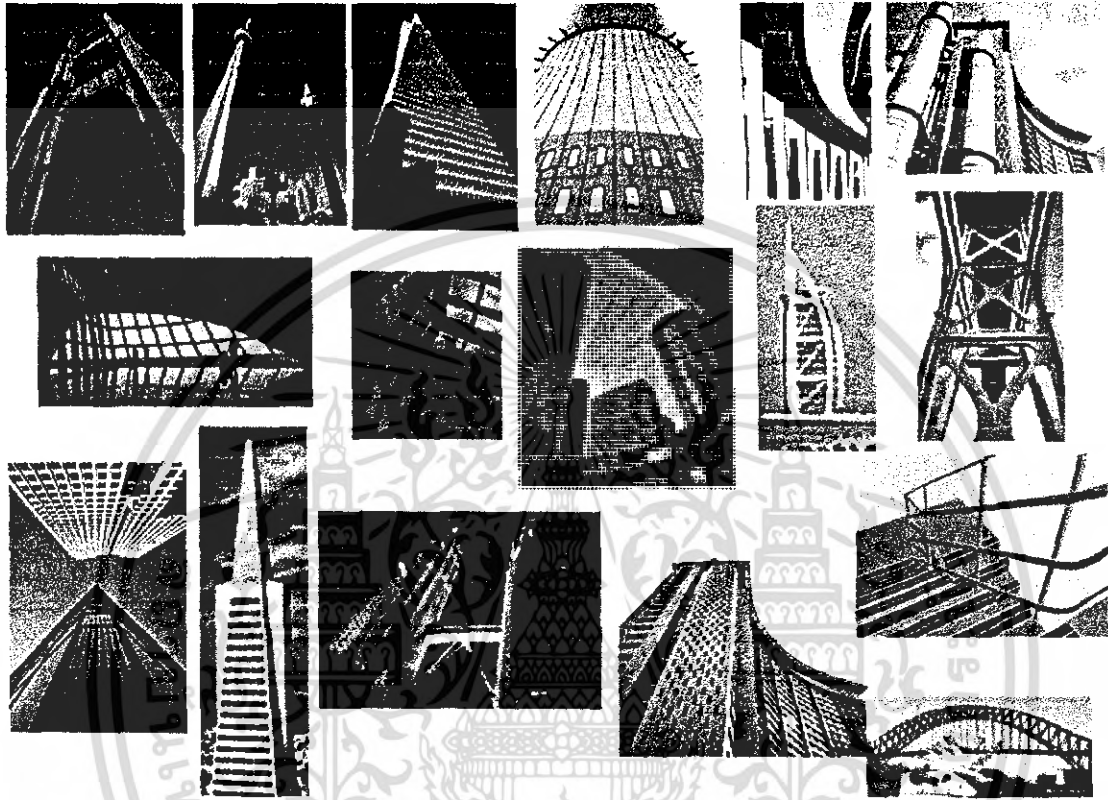
5.



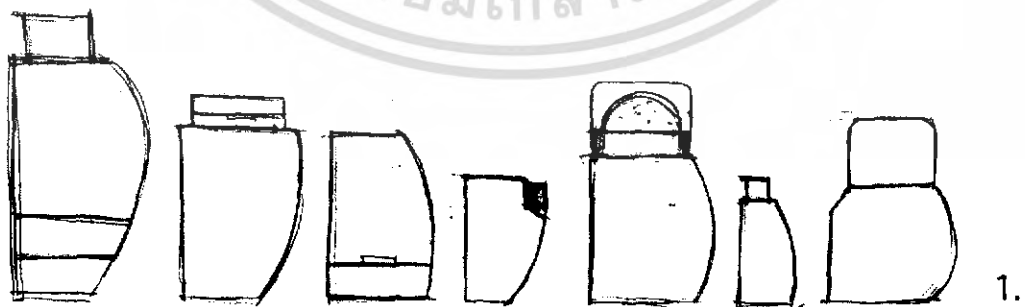
6.

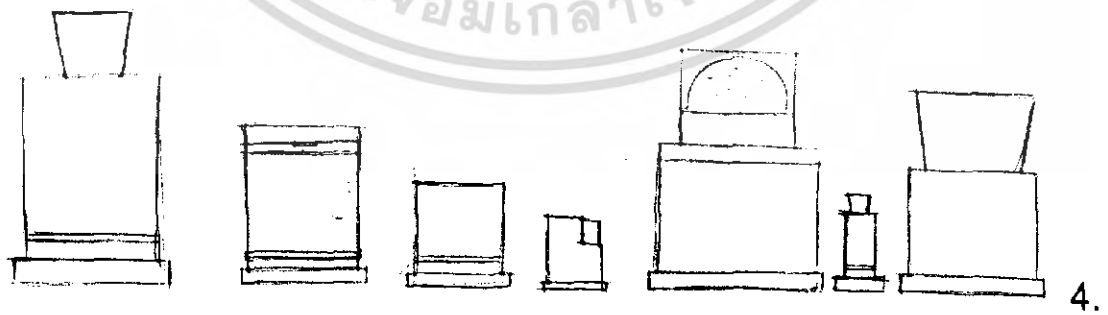
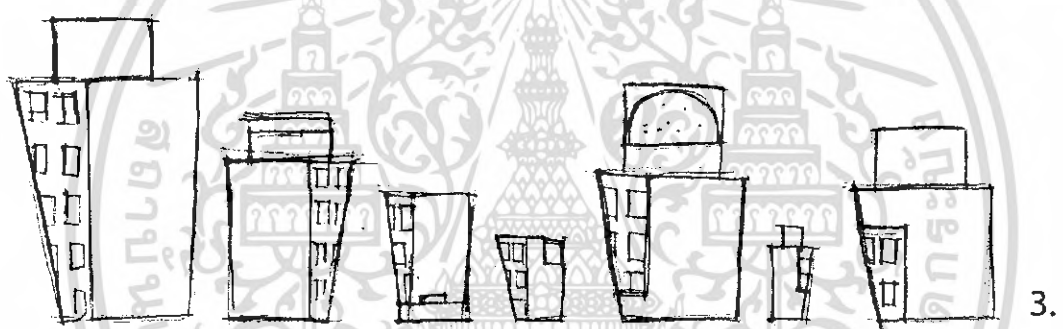
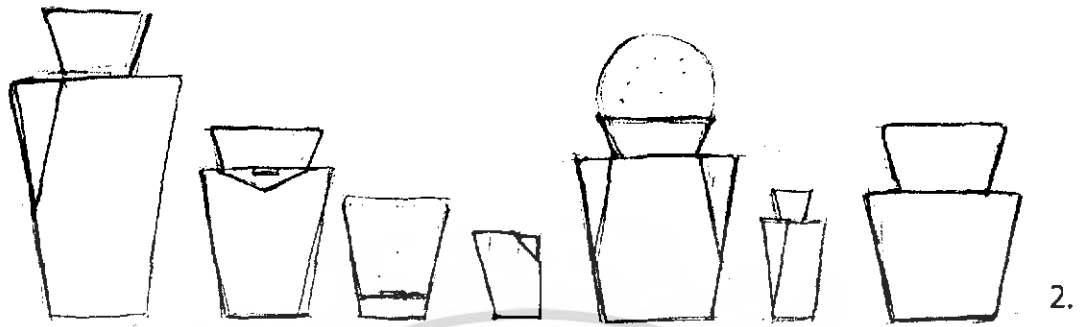


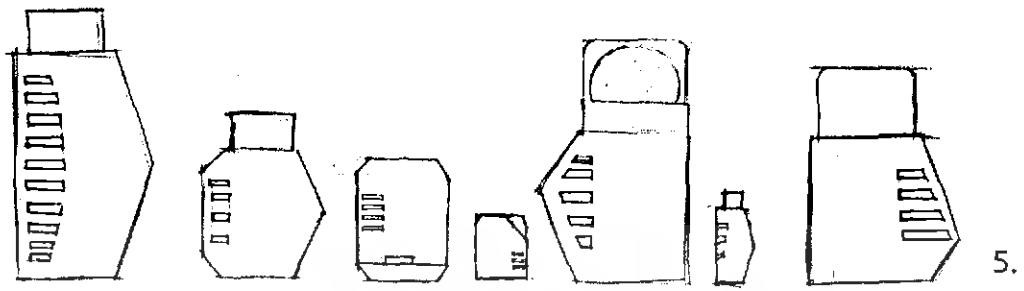
DESIGN ROUTE ที่ 2 ลักษณะโครงสร้างทางสถาปัตยกรรมที่อยู่ในเมืองใหญ่



ภาพ SKETCH DESIGN ROUTE ที่ 2







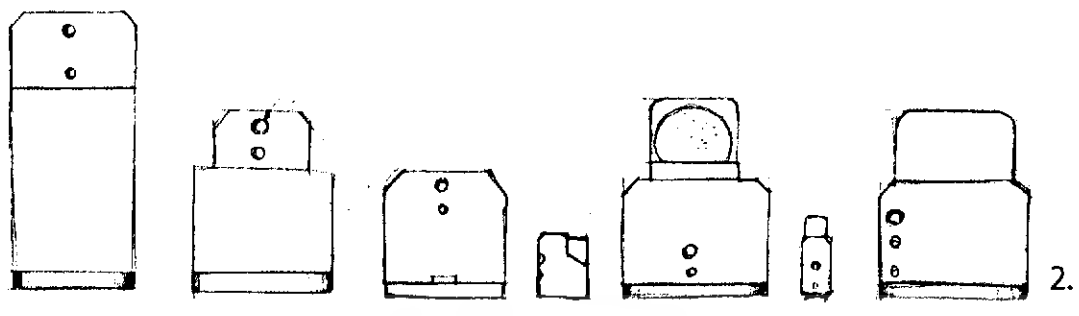
DESIGN ROUTE ที่ 3 รูปทรงของอุปกรณ์ที่กลุ่มเป้าหมายใช้ในชีวิตประจำวัน



ภาพ SKETCH DESIGN ROUTE ที่ 3



1.





ตารางวิเคราะห์แต่ละแนวทางเพื่อเลือกแบบที่เหมาะสมไปทำโมเดล STUDY

SPORT ACTION

แบบที่	1	2	3	4	5	6
ความแปลกใหม่	3	3	3	3	3	3
ความทันสมัย	3	2	3	3	3	2
ความดึงดูดสายตา	3	3	3	3	3	3
ความสวยงาม	2	1	2	1	3	1
ความมีพลัง	2	2	2	2	2	2
ความกระฉับกระเฉง	3	3	3	2	2	3
ความแข็งแรง(สุขภาพดี)	2	2	2	2	2	1
ความน่าเชื่อถือ	1	1	1	1	2	1
	19	18	19	17	20	16

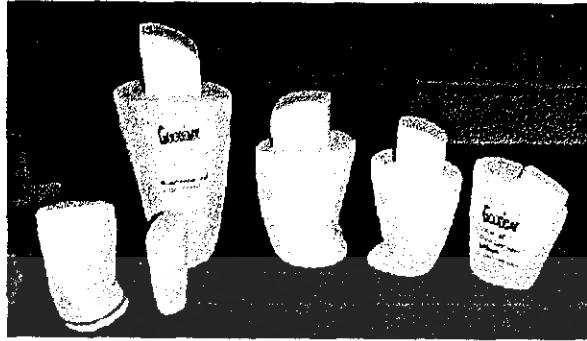
ARCHITECTURE

แบบที่	1	2	3	4	5	6
ความแปลกใหม่	1	3	3	3	1	3
ความทันสมัย	2	3	2	3	2	3
ความดึงดูดสายตา	2	3	2	1	3	2
ความสวยงาม	2	2	2	2	2	3
ความมีพลัง	2	2	2	3	2	3
ความกระฉับกระเฉง	2	1	1	1	2	2
ความแข็งแรง(สุขภาพดี)	2	3	1	3	2	3
ความน่าเชื่อถือ	2	2	1	3	2	3
	15	19	15	17	16	22

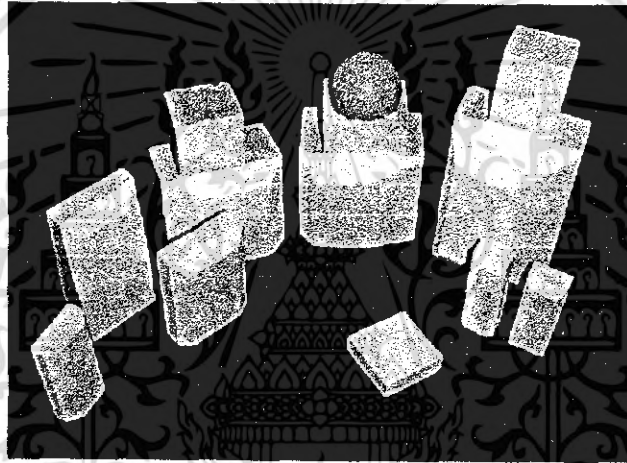
GADGET

แบบที่	1	2	3	4	5	6	7
ความแปลกใหม่	3	1	1	3	2	3	3
ความทันสมัย	2	2	1	2	2	1	3
ความดึงดูดสายตา	2	1	2	2	1	2	2
ความสวยงาม	3	1	1	3	2	2	3
ความมีพลัง	2	2	3	2	3	1	3
ความกระชับกระเฉง	3	2	1	3	2	2	2
ความแข็งแรง(สุขภาพดี)	3	2	1	3	2	2	2
ความน่าเชื่อถือ	2	3	1	2	2	1	3
	18	13	11	19	15	14	20

จากนั้นเลือกแบบที่มีคะแนนสูงสุดไปทำโมเดล STUDY



ROUTE 1
SPORT ACTION



ROUTE 2
ARCHITECTURE



ROUTE 3
GADGET

ตารางวิเคราะห์ลักษณะของบรรจุภัณฑ์เพื่อเลือกแบบที่เหมาะสมไปทำโมเดลจริง

	route 1	route 2	route 3
ความทันสมัย	3	3	2
ความน่าเชื่อถือ	2	3	2
ความสวยงาม	2	3	2
ความรู้สึกแข็งแรง(สุขภาพดี)	1	2	2
	8	11	8

สรุปผล

เลือกแบบที่ 6 ใน route ที่ 2 โครงสร้างทางสถาปัตยกรรม มาพัฒนาเป็นโครงสร้างขวดในขั้นตอนแบบร่างครั้งที่ 2

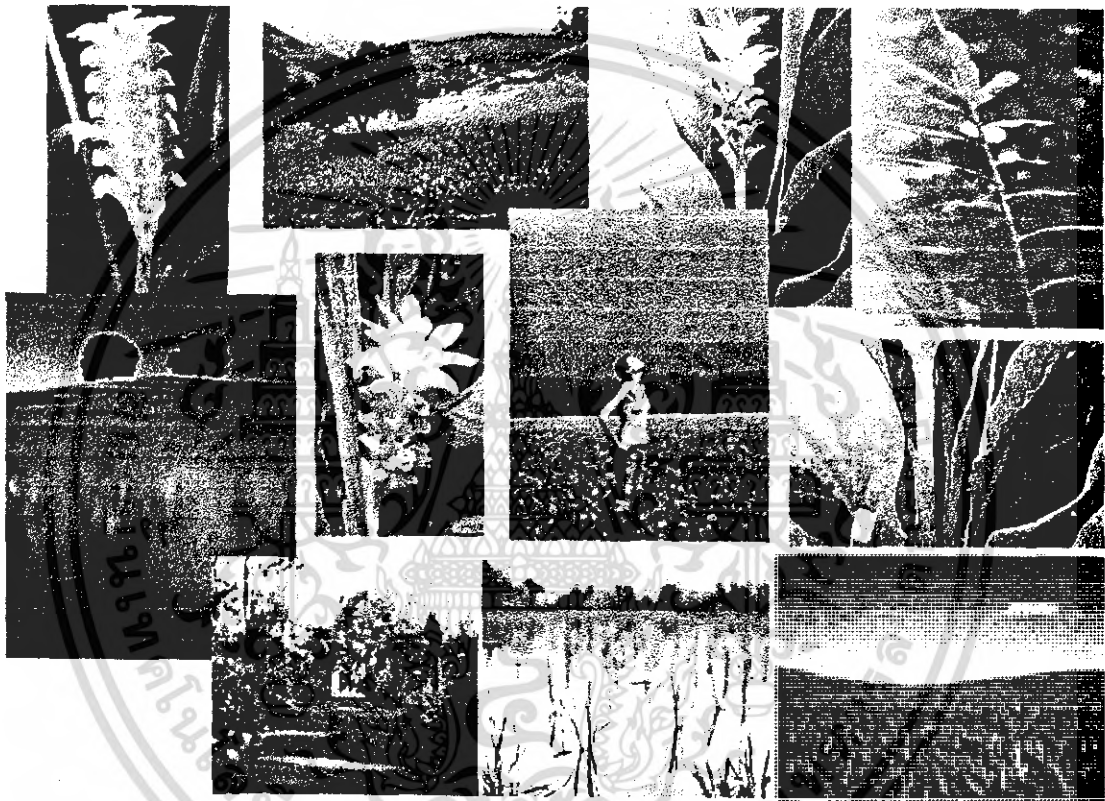


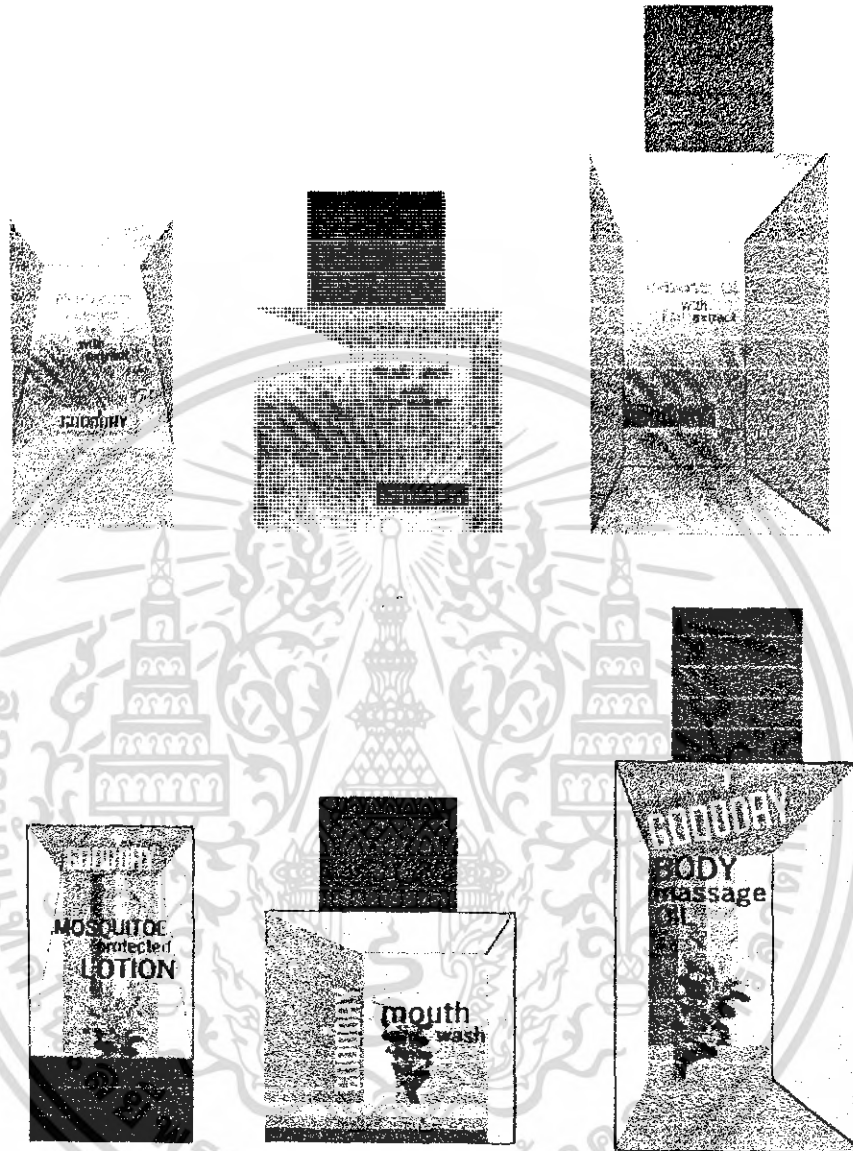
แนวทางการออกแบบด้านกราฟิก

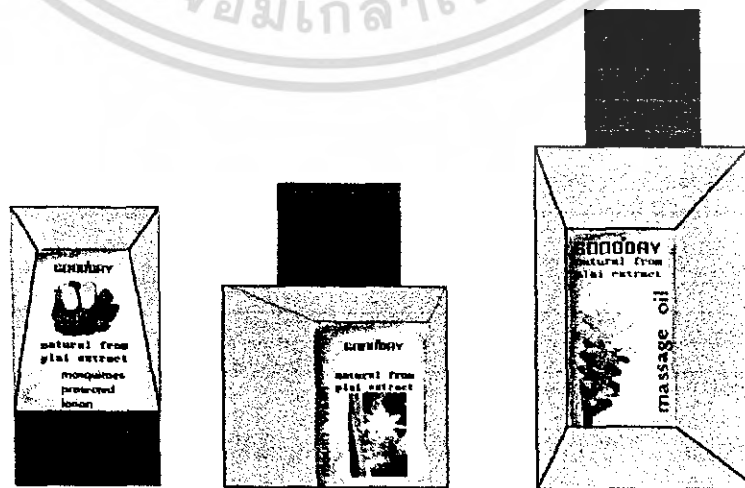
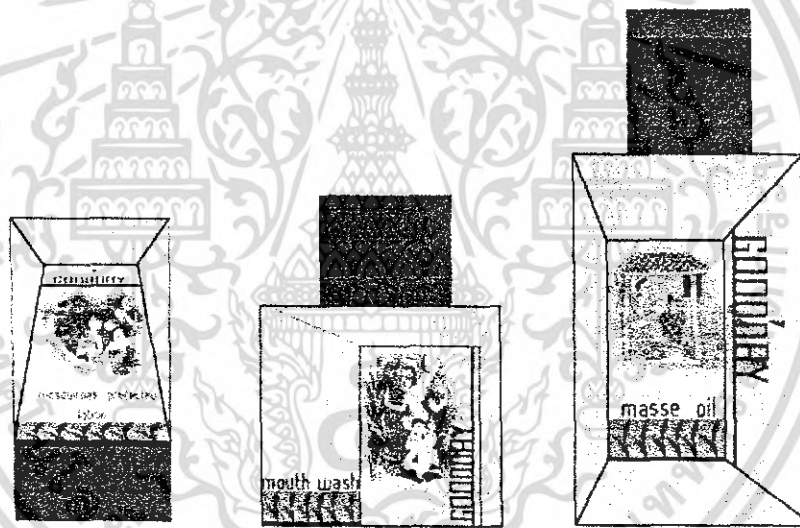
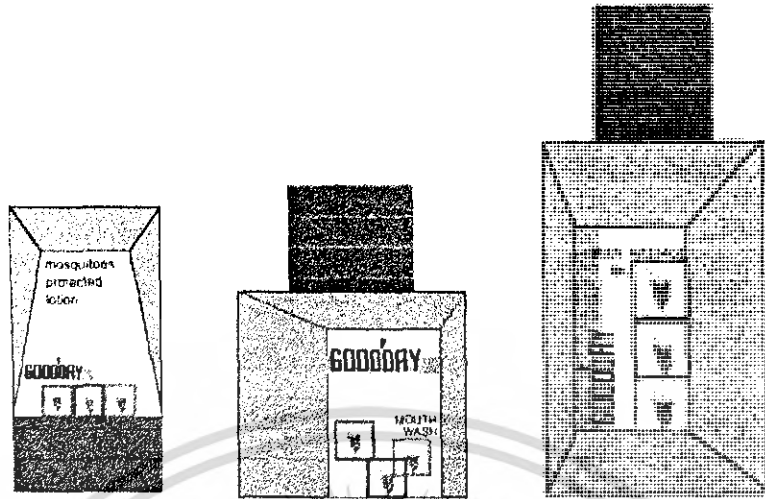
มี 3 แนวทาง คือ

1. ความเป็นธรรมชาติ
2. ภูมิปัญญาตะวันออกและศิลปะอันทรงค่า
3. ลักษณะทางกายภาพของไหล

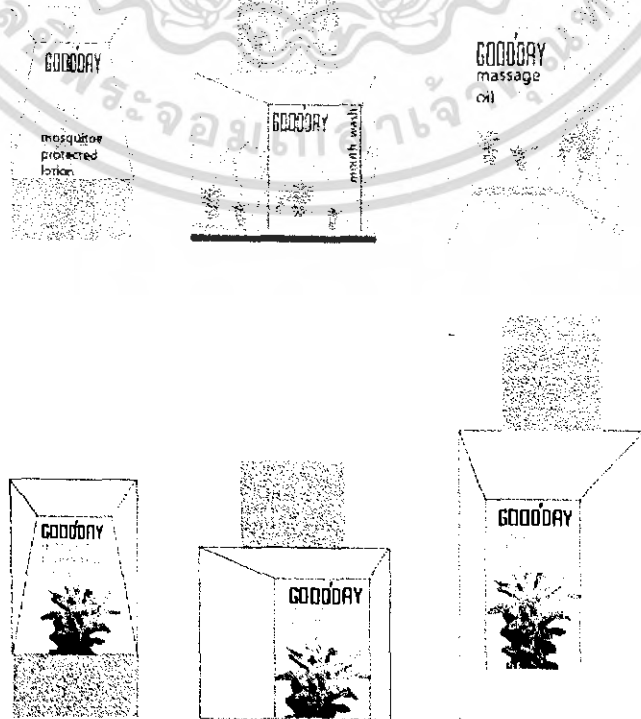
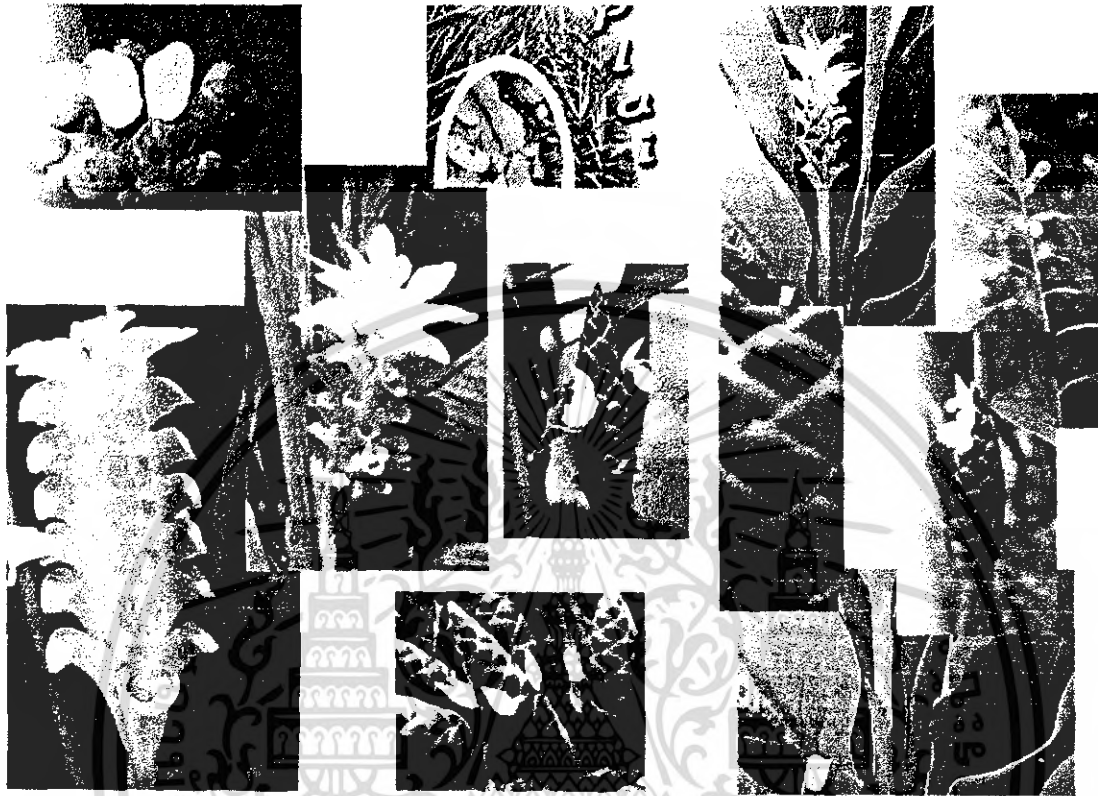
แนวทางที่ 1 ความเป็นธรรมชาติ



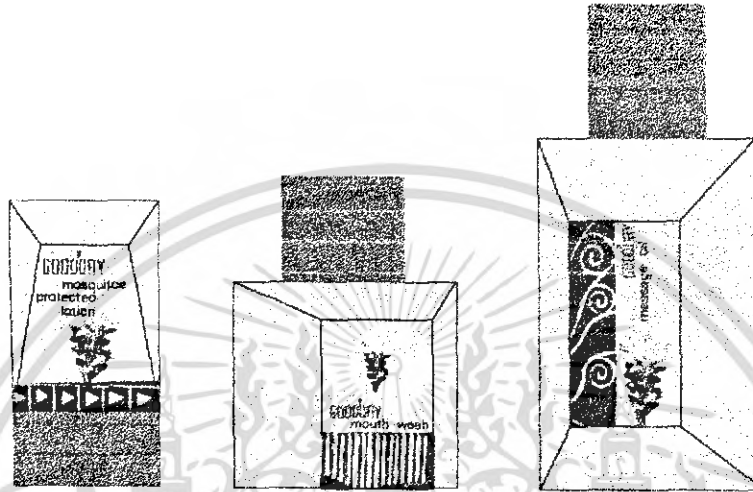




แนวทางที่ 3 ลักษณะทางกายภาพของโพล



เลือกแบบในแนวทางที่ 2 มาพัฒนาเนื่องจากเป็นแบบที่สื่อถึงความเป็นภูมิปัญญาได้ชัดเจนโดยมีการปรับสีให้สดใสนั่น



สรุปผลการออกแบบ



ภาพถ่ายหุ่นจำลองชั้นแบบร่างครั้งที่ 2

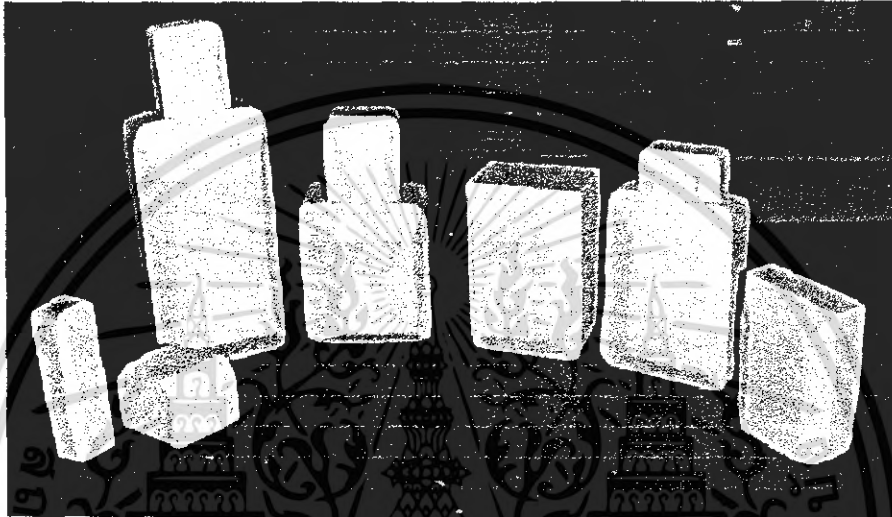


3.3.5 กระบวนการออกแบบและพัฒนาแบบในขั้นสุดท้าย

แนวทางการพัฒนาแบบด้านโครงสร้างและสรุปผล

ได้รับแบบที่ได้เลือกในการตรวจแบบร่างครั้งที่ 2 ให้มีขนาดสัดส่วนที่เปรียบสวยงามขึ้น เพิ่มความโค้งที่มุม ขวดให้มีความอ่อนโยนมากขึ้น

แบบ A

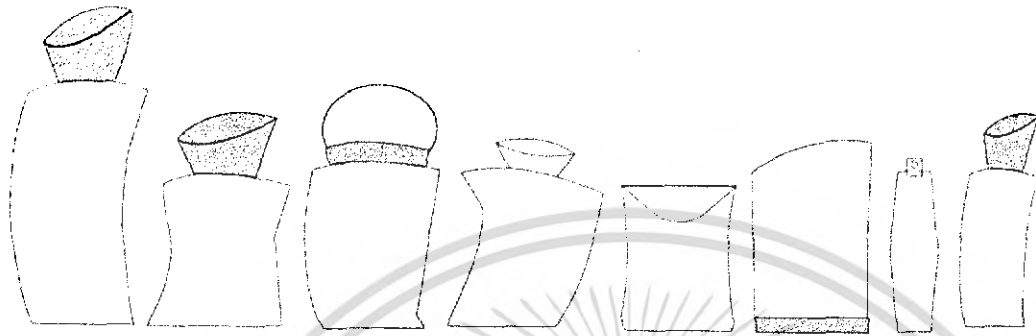


และได้ลงนำเส้นสายจากการเคลื่อนไหวในท้องท่าต่าง ๆ ของคนมาประยุกต์ เป็นแนวทางของรูปทรงขวด (ตามคำแนะนำของอาจารย์จากการตรวจแบบร่างครั้งที่สอง)

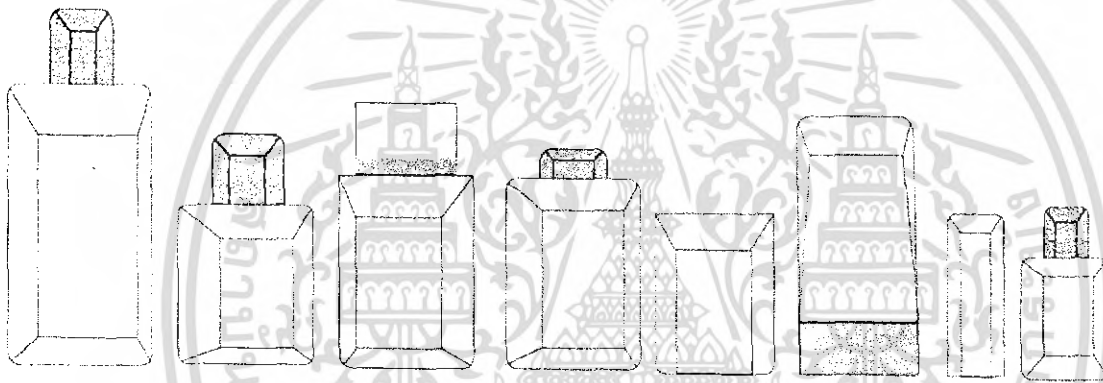
แบบ B



จากนั้นได้ทดลองนำกราฟิกไปใช้กับ แบบ A และ B เพื่อดูความเหมาะสมและนำไปให้กลุ่มเป้าหมายเลือก



แบบ A
SPORT ACTION



แบบ A
ARCHITECTURE



แนวทางการพัฒนาแบบด้านกราฟิกและสรุปผล

ในขั้นตอนการพัฒนาแบบด้านกราฟิกได้มีการเพิ่มแนวทางการออกแบบ

พัฒนาแบบขึ้นมาอีก 3 แนวทาง คือ

Route 1. ลักษณะทางชีววิทยาในระดับเซลล์

Route 2. กระบวนการทางวิทยาศาสตร์ในการสกัดยา

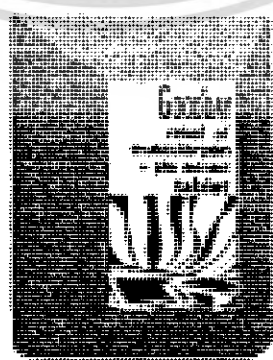
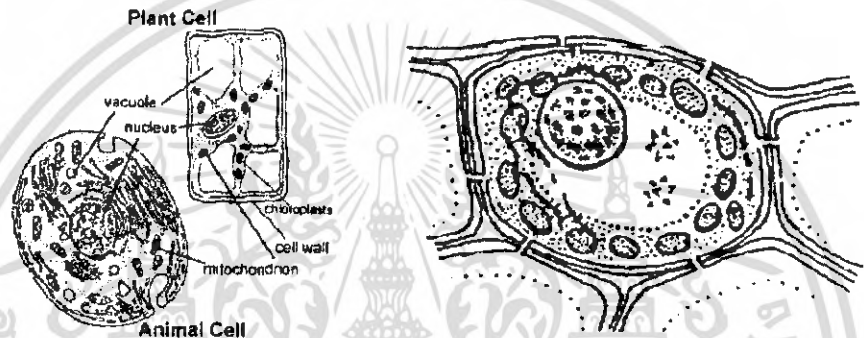
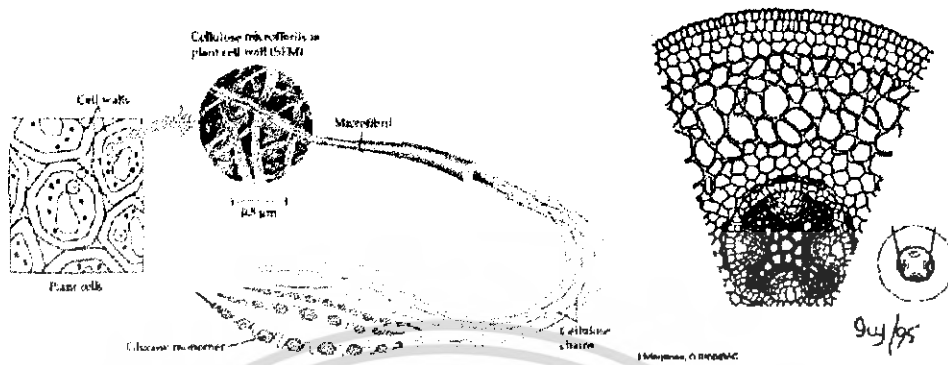
Route 3. การใช้งานผลิตภัณฑ์

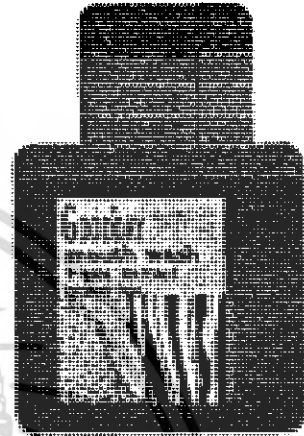
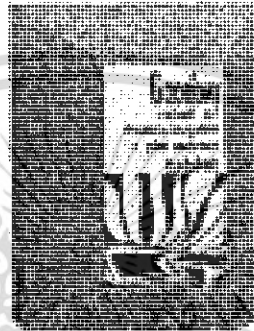
ทั้งนี้ได้ทำการพัฒนาแบบที่เลือกจากการตรวจแบบร่างครั้งที่ 2 ควบคู่ไปด้วย

สรุปแบบที่เลือกจากขั้นตอนการตรวจแบบร่างครั้งที่ 2

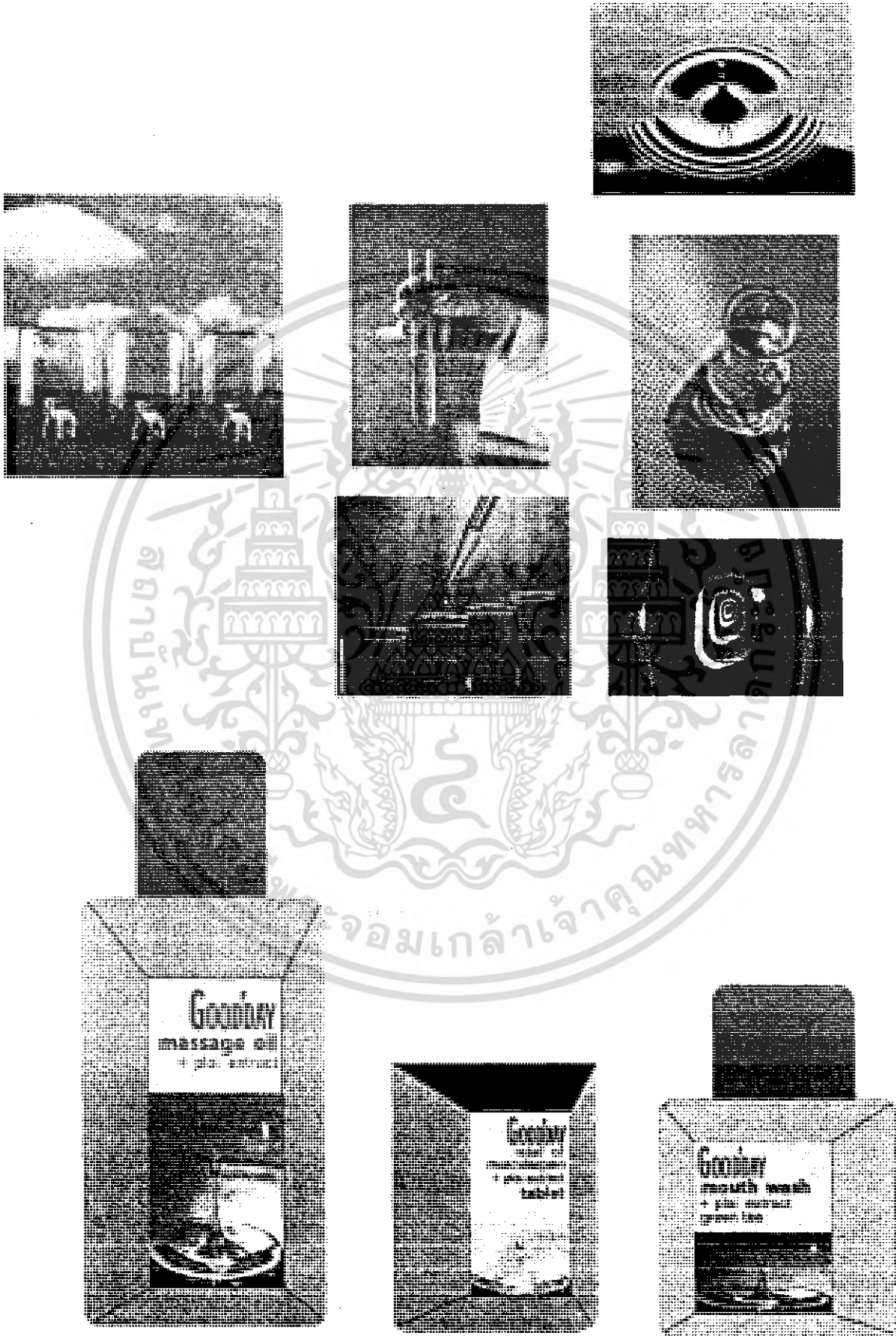


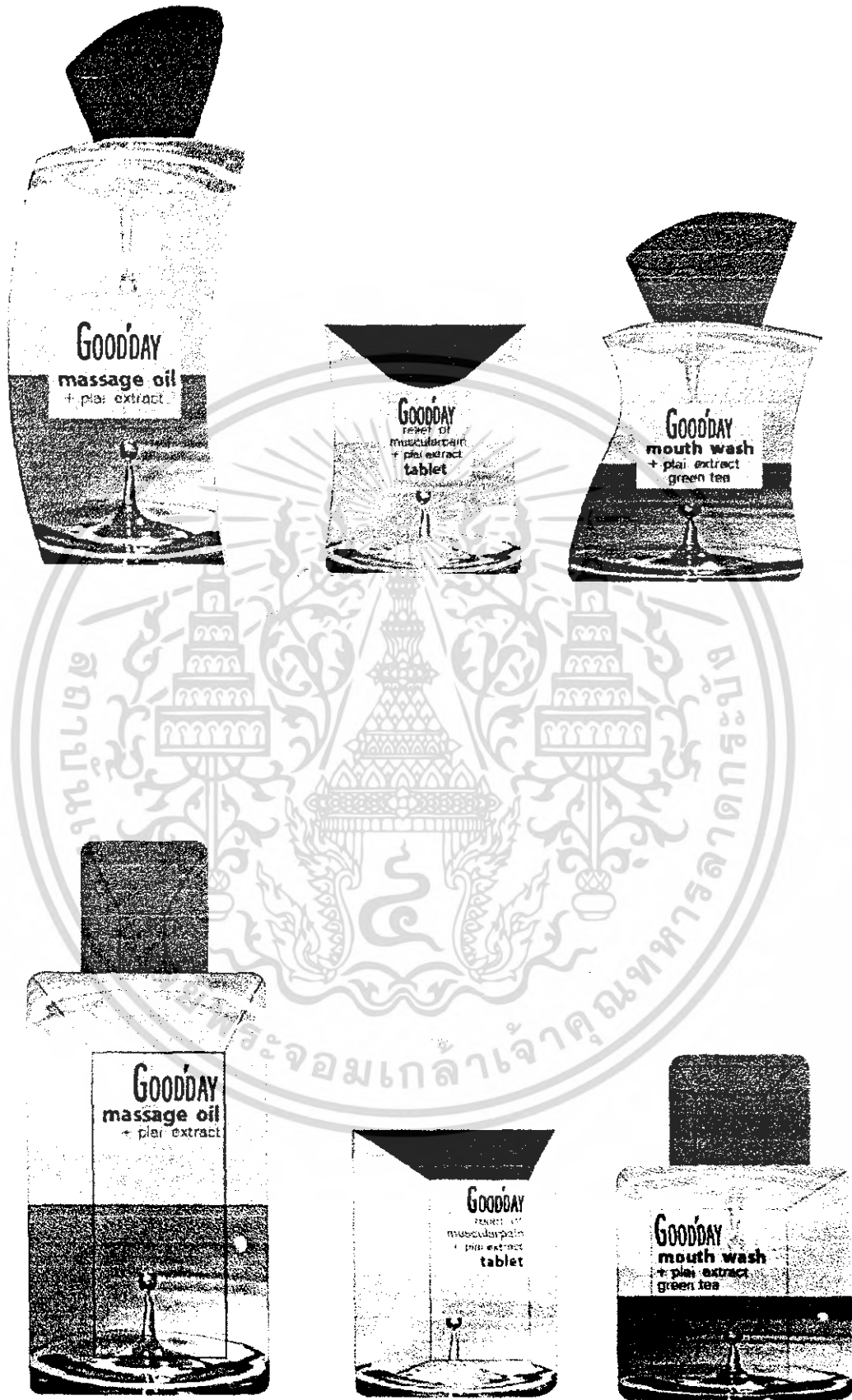
Route 1. ลักษณะทางชีววิทยาในระดับเซลล์



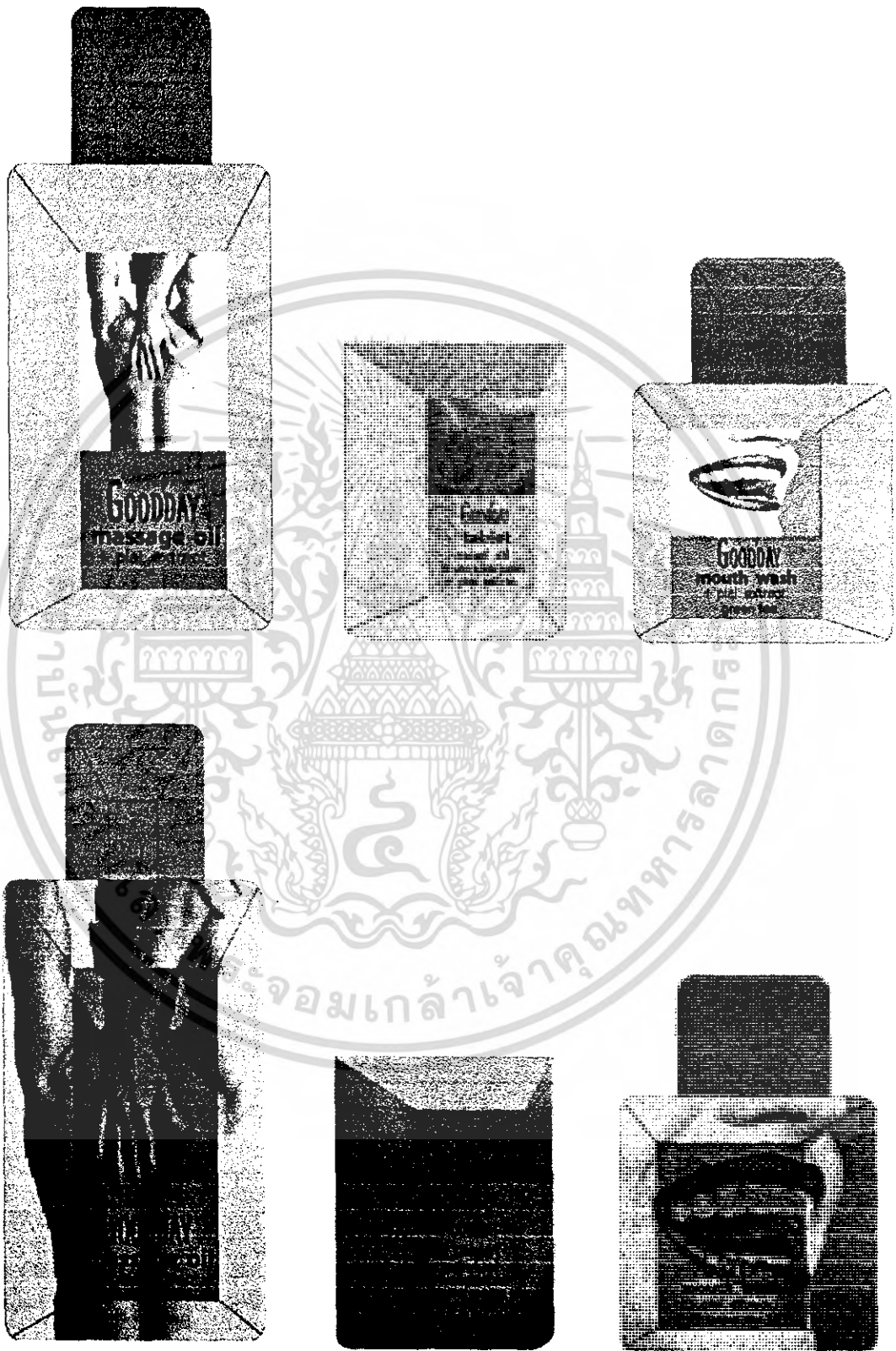


Route 2 . กระบวนการทางวิทยาศาสตร์ในการสกัดยา





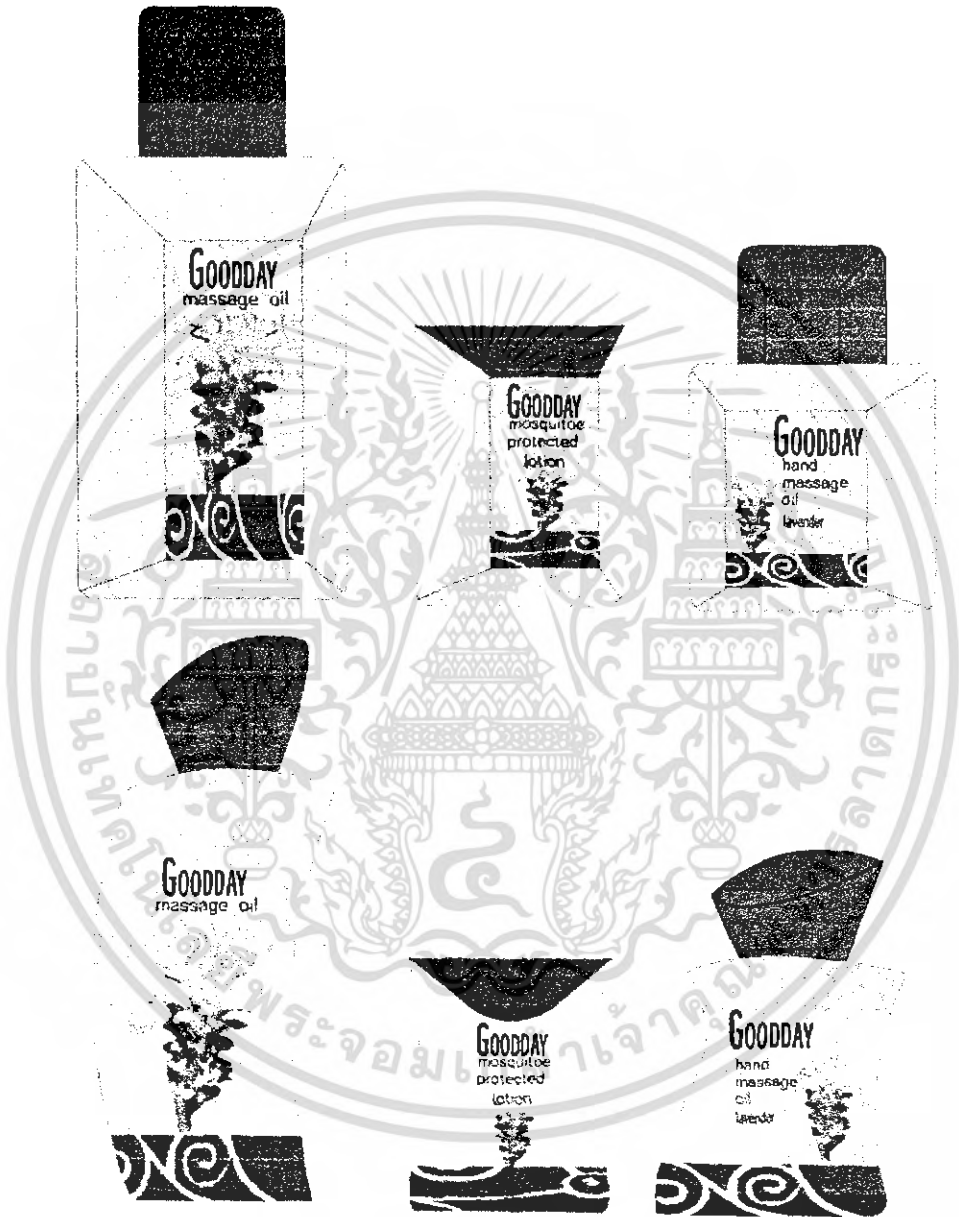
Route 3. การใช้งานผลิตภัณฑ์





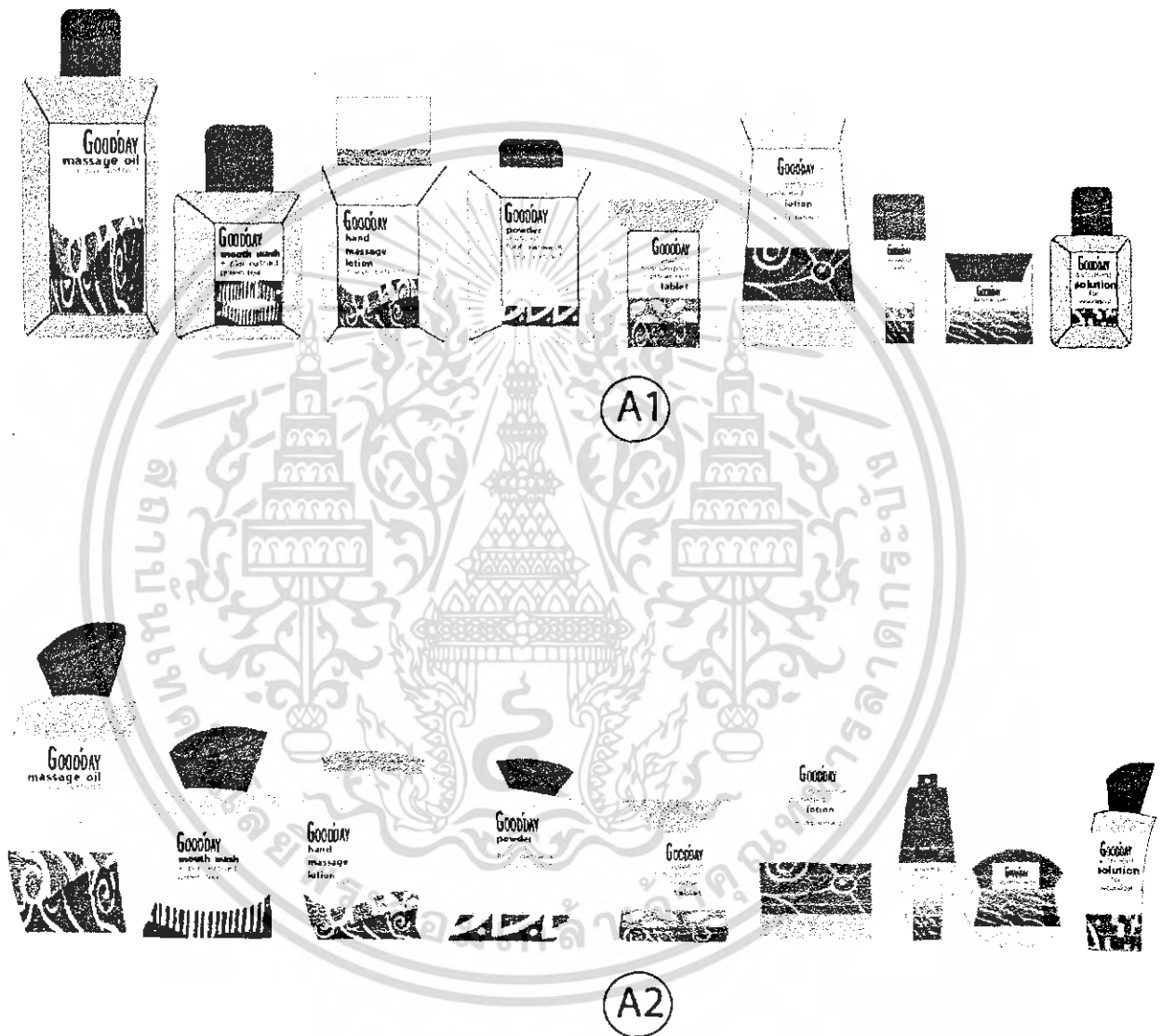
และแบบที่ได้เลือกในขั้นตอนการตรวจแบบร่างครั้งที่ 2 คือ ROUTE ที่ 2 ภูมิปัญญาอันทรงค่า

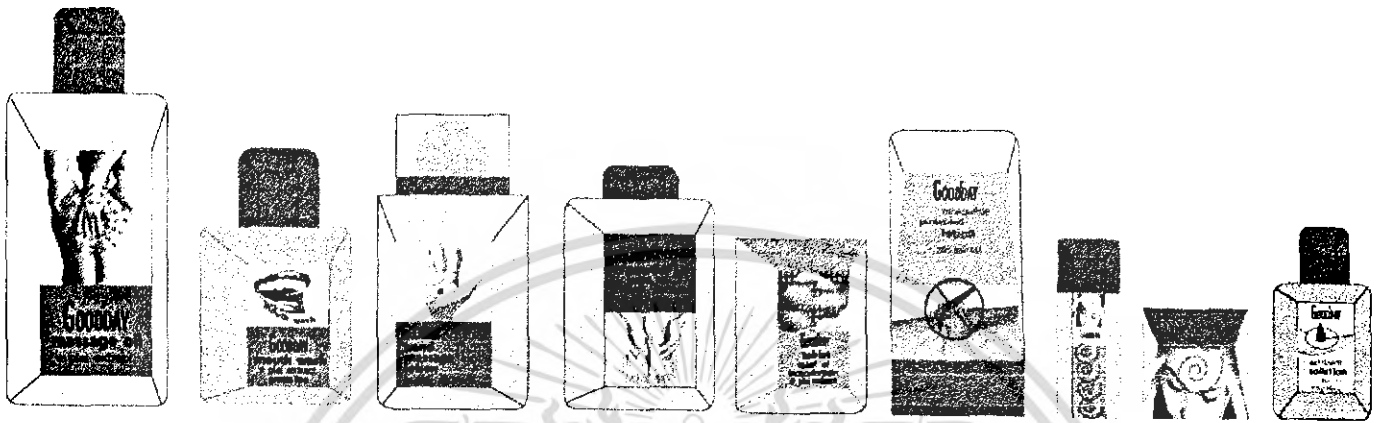






จากนั้นเลือกมา 3 แบบเพื่อพัฒนากราฟิกแสดงการแยกชนิดผลิตภัณฑ์โดยเลือกแบบที่มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์คู่แข่งอย่างชัดเจน





B1



B2



(c1)



(c2)

ขั้นตอนการวิเคราะห์และเลือกแบบ

โดยการนำทั้ง 6 แบบไปให้กลุ่มเป้าหมายเลือก สามารถแสดงผลการเลือกของกลุ่มเป้าหมายได้ดังกราฟเส้นต่อไปนี้

กราฟเส้นแสดงความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายหลังจากดูกราฟทั้ง 6 แบบ ตาม key word ต่าง ๆ ลักษณะกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ในโครงการคือ กลุ่มผู้หญิง 70% ผู้ชาย 30%



สามารถสรุปได้ดังนี้

- แบบ A1 มีความโดดเด่นด้านความทันสมัย ความรู้สึกด้านการดูแลรักษาร่างกายและความชอบโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ดี แต่ยังไม่ให้ความรู้สึกถึงความเป็นเครื่องสำอางค์มากเกินไป ความรู้สึกถึงความเป็นหญิงในระดับปานกลางเมื่อเทียบกับแบบอื่น ๆ
- แบบ A2 มีความโดดเด่นด้านความทันสมัย ความรู้สึกด้านการดูแลรักษาร่างกายและความชอบโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ดีแต่ยังให้ความรู้สึกถึงผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางค์และความเป็นผู้หญิงมากเกินไป
- แบบ B1 B2 ให้ความรู้สึกถึงการดูแลรักษาร่างกายได้ดี เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายทั้งหญิงและชาย แต่ยังคงขาดความทันสมัย ดูจริงจังเกินไป ไม่น่าใช้ ให้ความรู้สึกเหมือนเป็นประเภทเครื่องสำอางค์ (comment จากกลุ่มเป้าหมาย)
- แบบ C1 โดยรวมดีแต่ให้ความรู้สึกเหมือนเป็นน้ำหอมมากเกินไป(จากลวดลายและภาพดอกไม้) เนื่องจากมีภาพดอกไม้จึงเหมาะจะเป็นผลิตภัณฑ์ของสุภาพสตรีโดยเฉพาะ (comment จากกลุ่มเป้าหมาย)
- แบบ C2 จากรูปทรงขวดที่โค้งภาพและลวดลาย และพื้นขาวบนขวดมากเกินไปให้ความรู้สึกเป็นผู้หญิงและเป็นเครื่องสำอางค์มากเกินไป

3.3.6 สรุปผลการออกแบบ

เลือกแบบ A1 มาเป็นบรรจุภัณฑ์ในโครงการเนื่องจากมีความเหมาะสมในทุก ๆ ด้าน



A1



กราฟิกแสดงการแบ่งชนิดของผลิตภัณฑ์

1. กลุ่มยาบรรเทาอาการปวดกล้ามเนื้อ

Goodday
massage oil
+ plai extract
By twinlotus



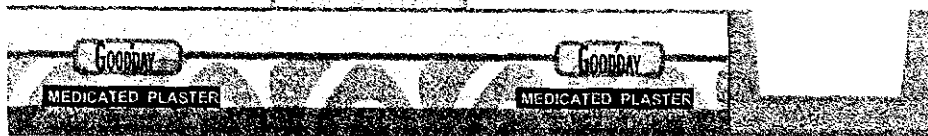
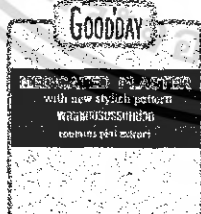
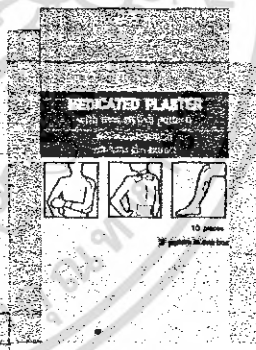
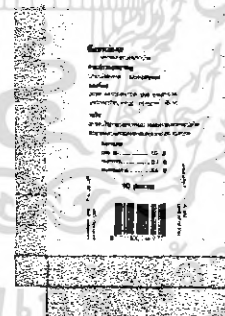
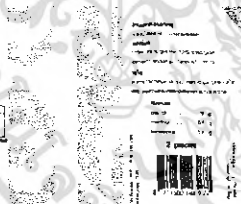
Goodday
hand
massage
lotion
orange scent
+ plai extract
By twinlotus



Goodday
hand
massage
lotion
rose scent
+ plai extract
By twinlotus



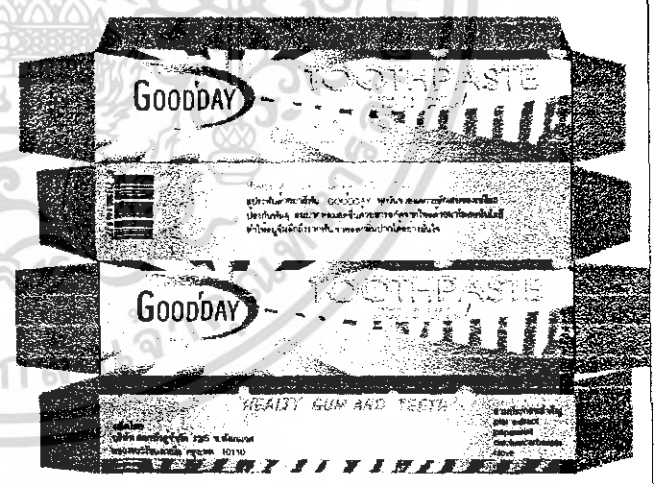
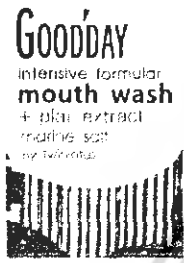
Goodday
hand
massage
lotion
lavender scent
+ plai extract
By twinlotus



2. กลุ่มผลิตภัณฑ์กันยุง



1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ในช่องปาก



4. กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ระงับกลิ่นอับจากเหงื่อ



ARMY'S CLEAN PAD

อยุ่ขงกรมสงนง
 กรมยอกสงนง กรมสงนงสงนง
 สงนงสงนง
 กรมสงนงสงนงสงนง 1205 สงนงสงนง
 กรมสงนงสงนงสงนง สงนงสงนง 12010
 สงนง
 สงนงสงนงสงนงสงนงสงนงสงนงสงนง
 สงนงสงนงสงนงสงนงสงนงสงนงสงนง



MFG 04/05/04
 EXP 04/05/10
 NET WT 18g

GOODDAY
powder
 relife of
 foot ransack
 + plai extract
 By twinlotus

GOODDAY
 ARMPITS CLEAN PAD
 without cleaning
 every where you want.

กรมสงนงสงนงสงนง
 กรมสงนงสงนงสงนงสงนงสงนงสงนงสงนง
 กรมสงนงสงนงสงนงสงนงสงนงสงนงสงนง
 กรมสงนงสงนงสงนงสงนงสงนงสงนงสงนงสงนง
 กรมสงนงสงนงสงนงสงนงสงนงสงนงสงนงสงนง

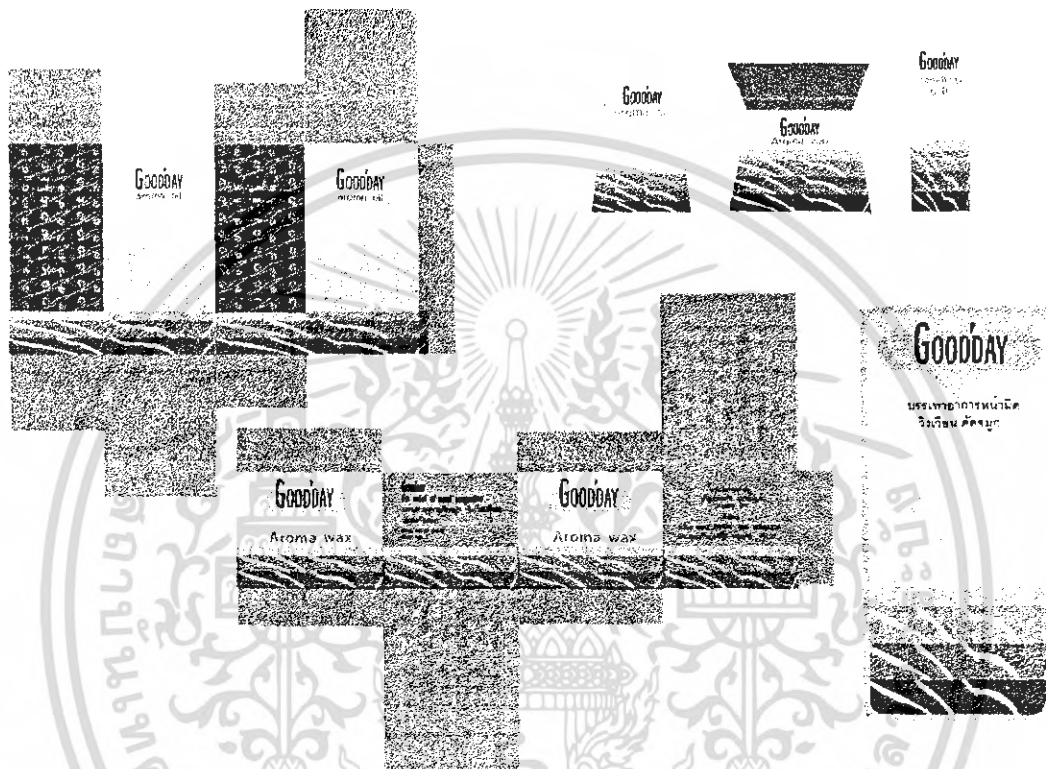


MFG 04/05/04
 EXP 04/05/10
 NET WT 18g 10 pieces

5. กลุ่มออกฤทธิ์ฆ่าเชื้อ



6. กลุ่มเกี่ยวกับระบบทางเดินหายใจ



7. กลุ่มยาเม็ดรับประทาน

GOODDAY
Muscular Pain Relief
ยาเม็ดรับประทานแก้ปวดเมื่อย
No steroids
contains plai extract

GOODDAY
relief of
muscular pain
- plai extract
tablet
By twinotus

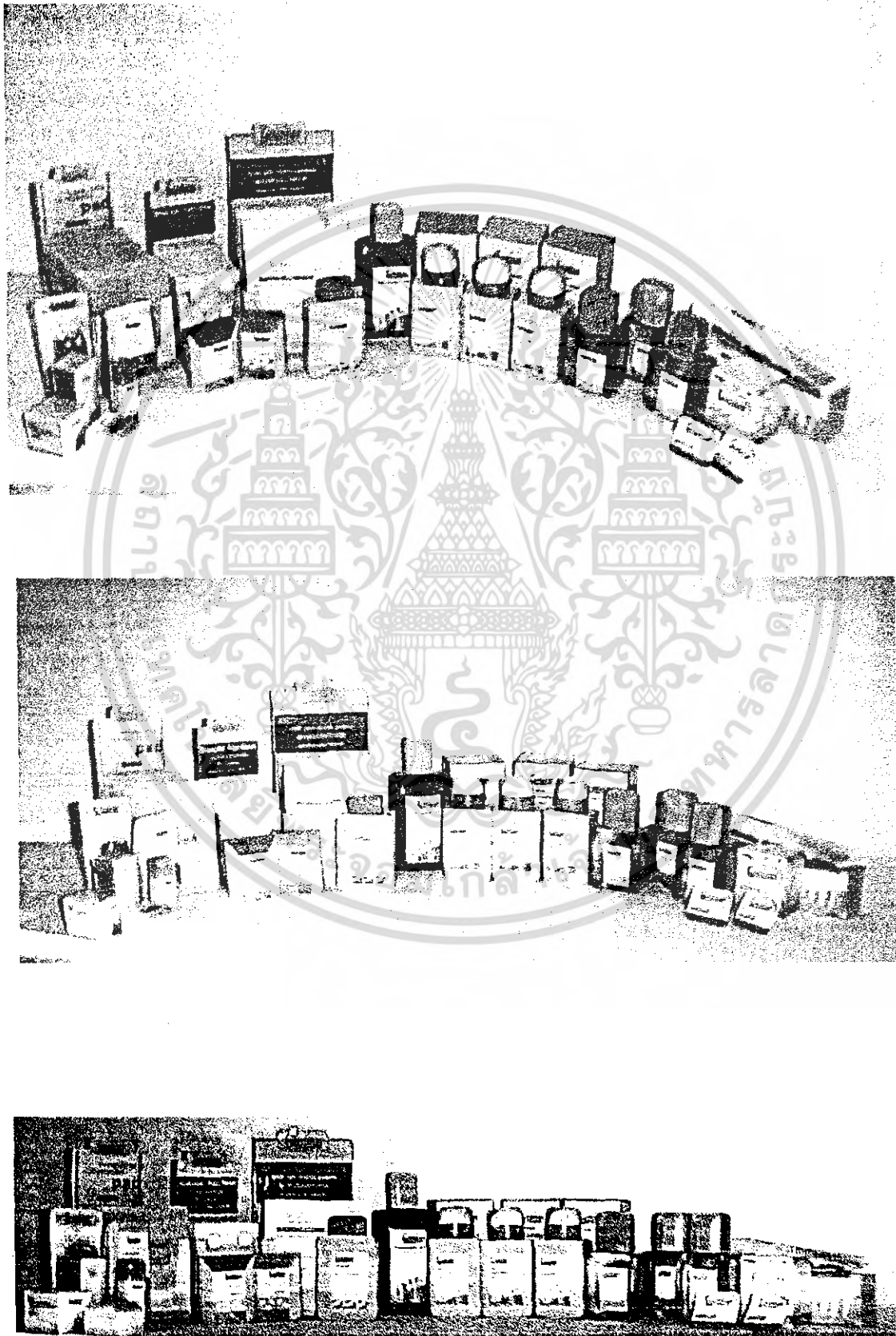
GOODDAY
relief of
constipation
- plai extract
tablet
By twinotus

ยาเม็ดรับประทานแก้ปวดเมื่อย

ยาเม็ดรับประทานแก้ท้องผูก

เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาด

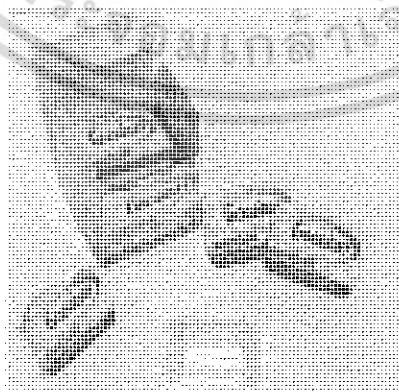
ภาพถ่ายหุ่นจำลองผลงานในขั้นสุดท้าย

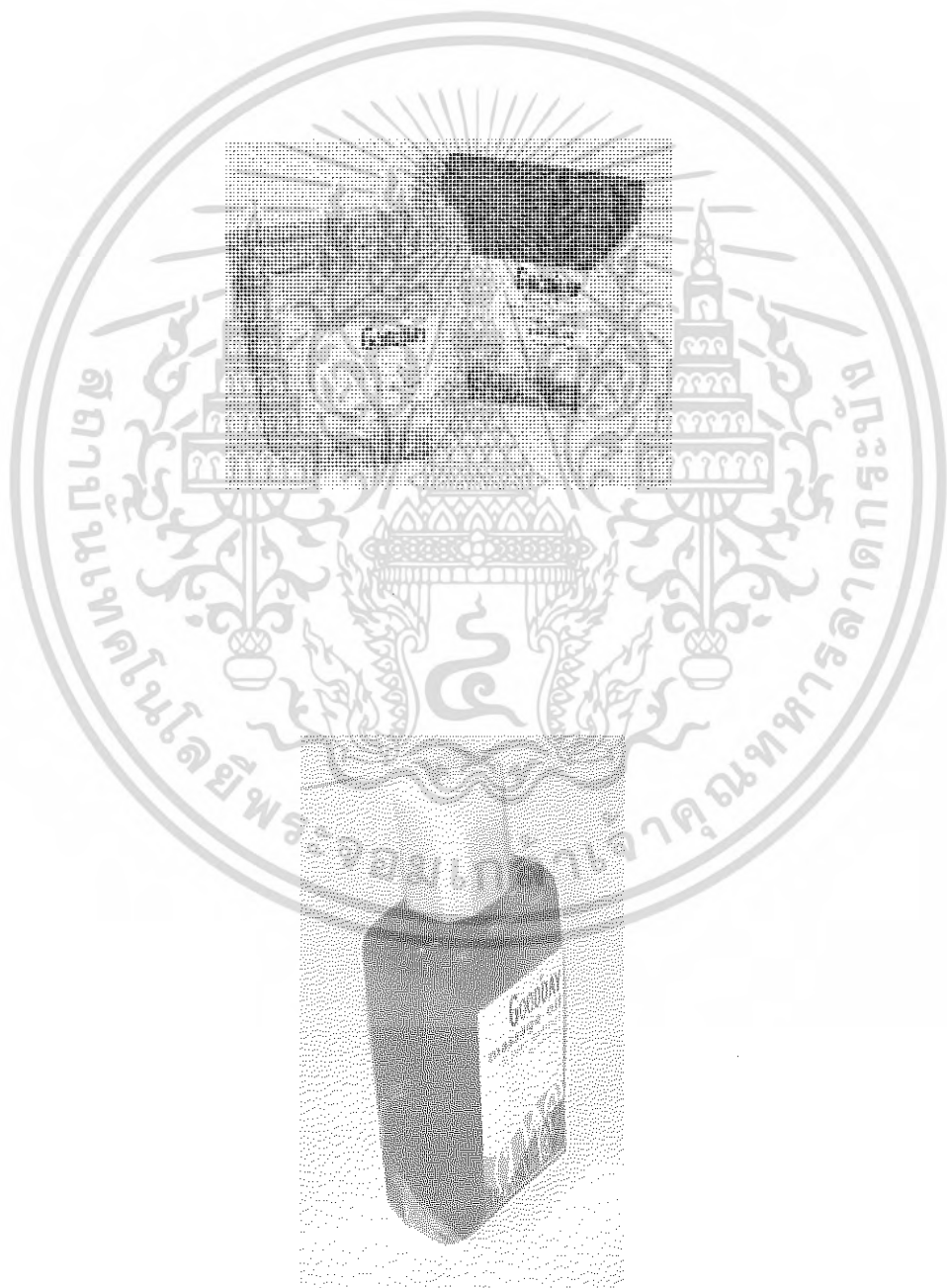
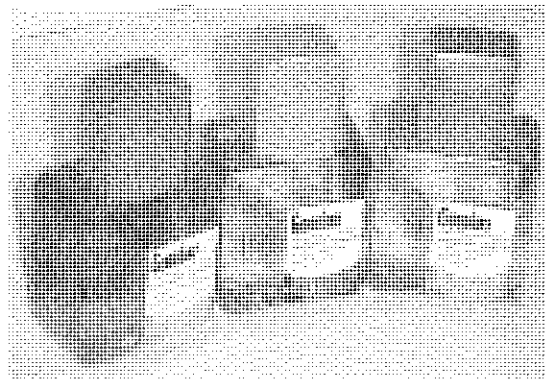


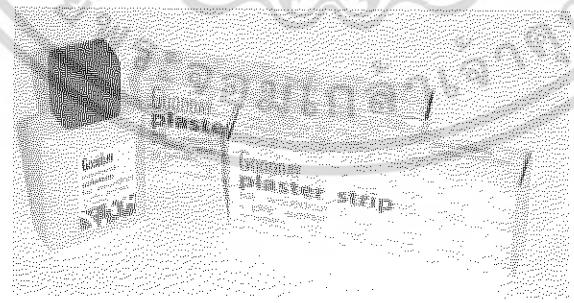


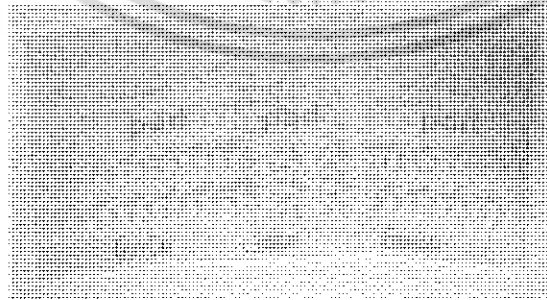
บทที่ 4 การเสนองานออกแบบ

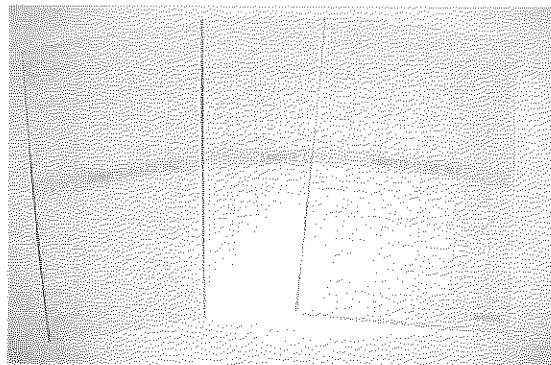
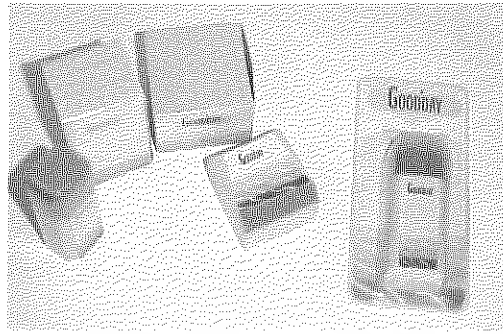
4.1 ภาพถ่ายหุ่นจำลอง











4.2 งานเขียนแบบแสดงรายละเอียด

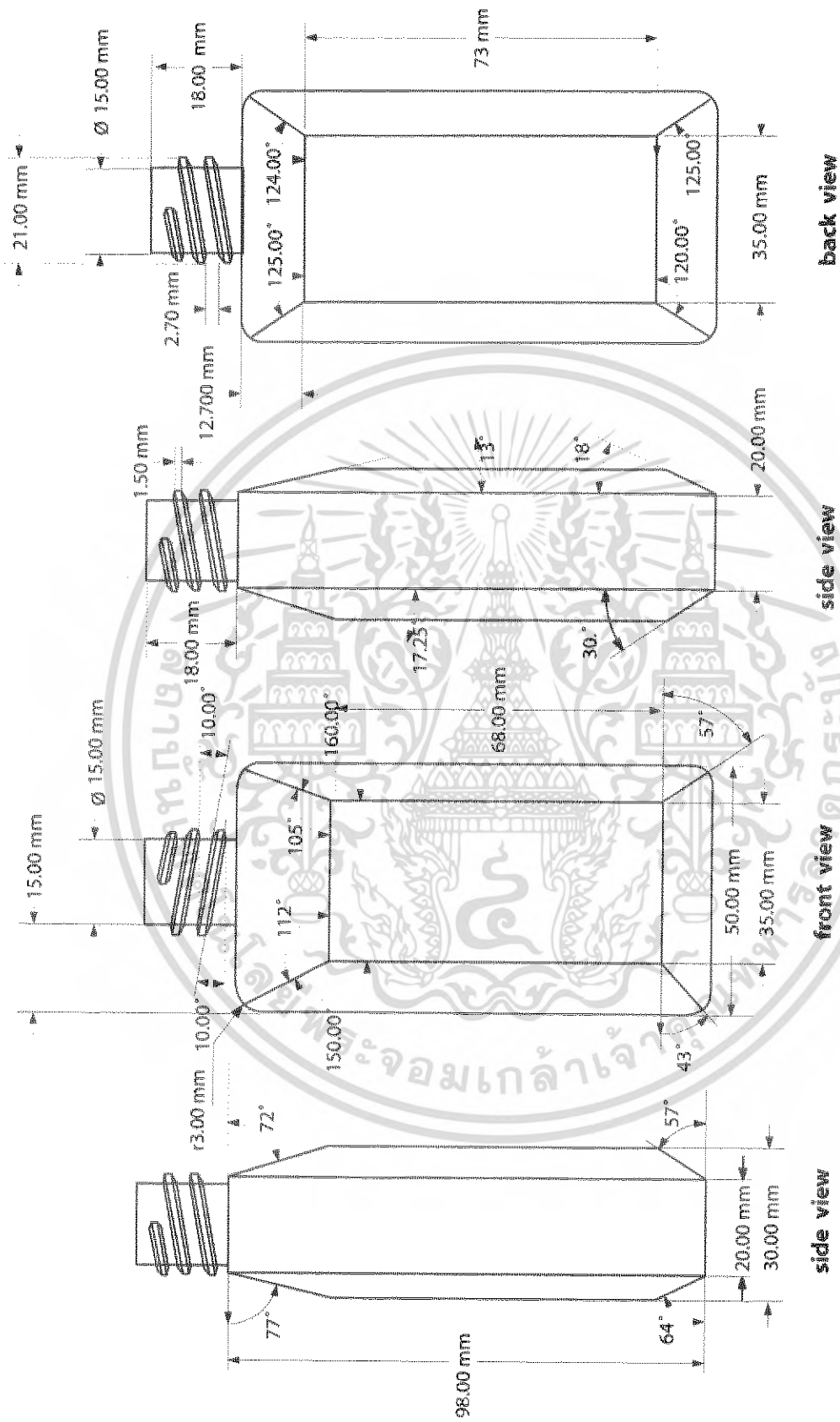
NO.	PART NAME	COLOR	MATERIAL	PROCESS	REMARK
1.	CAP	YELLOW	PP	INJECTION	STANDARD
2.	CLOSER	LIGHT GREY	SILICONE RUBBER	INJECTION	
3.	BODY	-	HDPE	INJECTION BLOW MOLDING	

PRODUCT	
TYPE	FORMULAR
BODY MASSAGE OIL	ORIGINAL



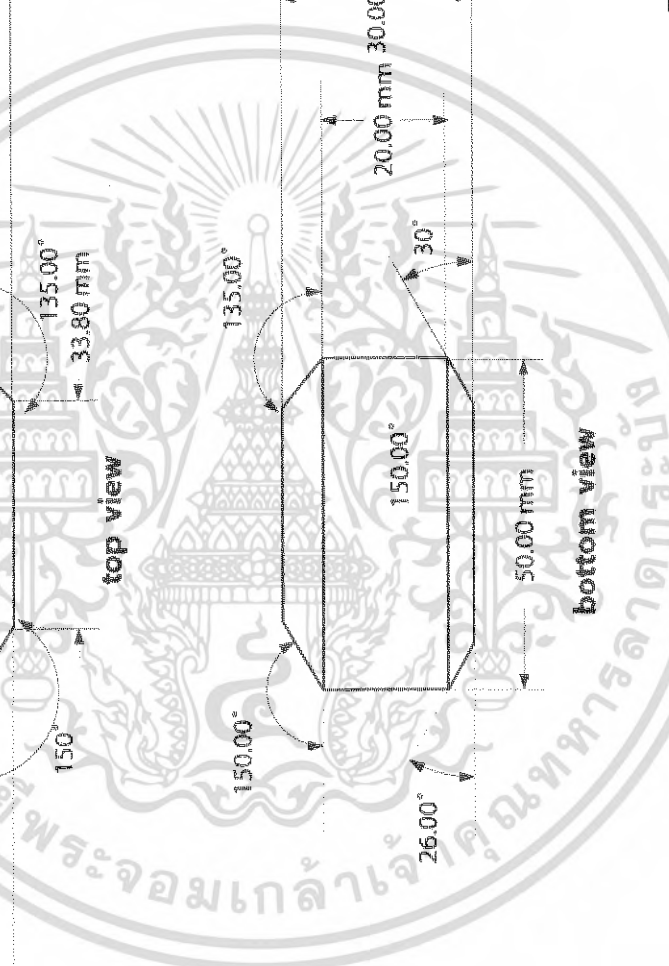
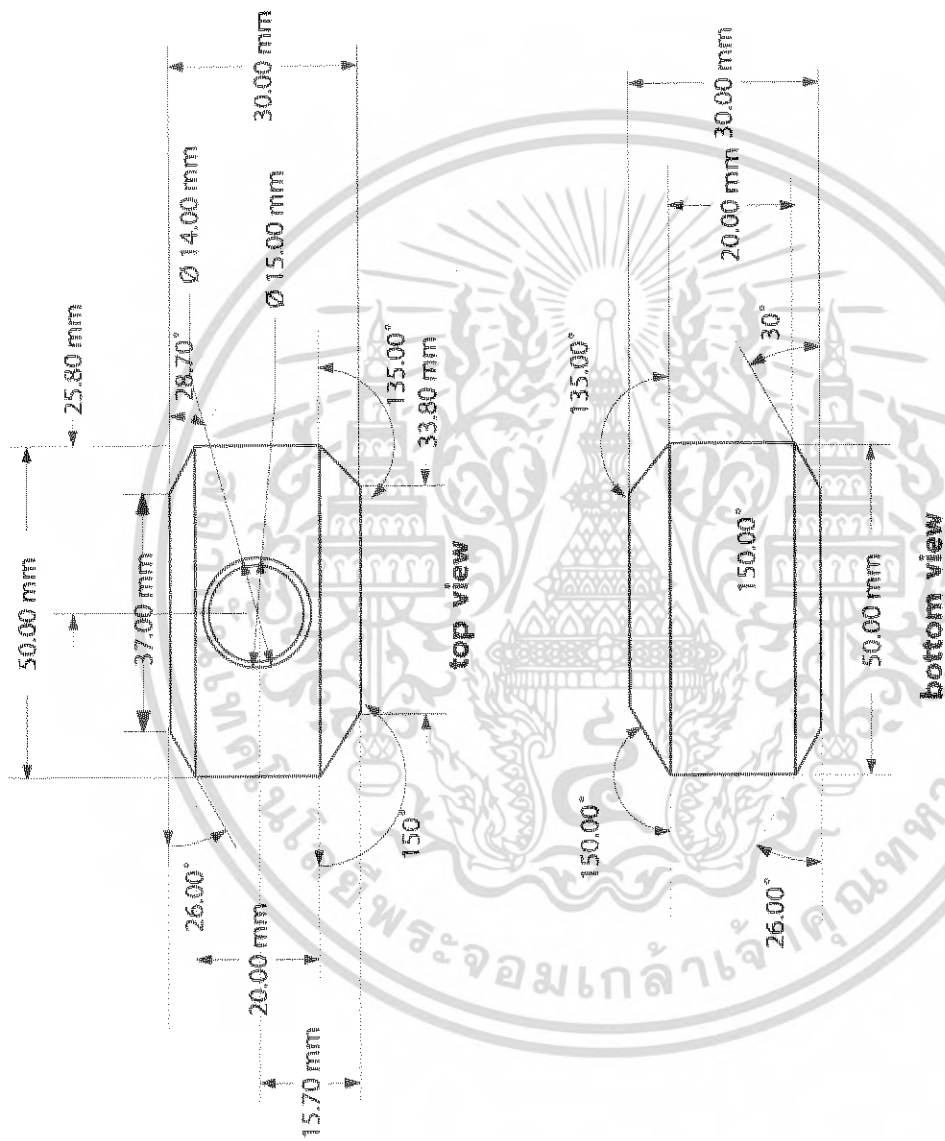
ASSEMBLY

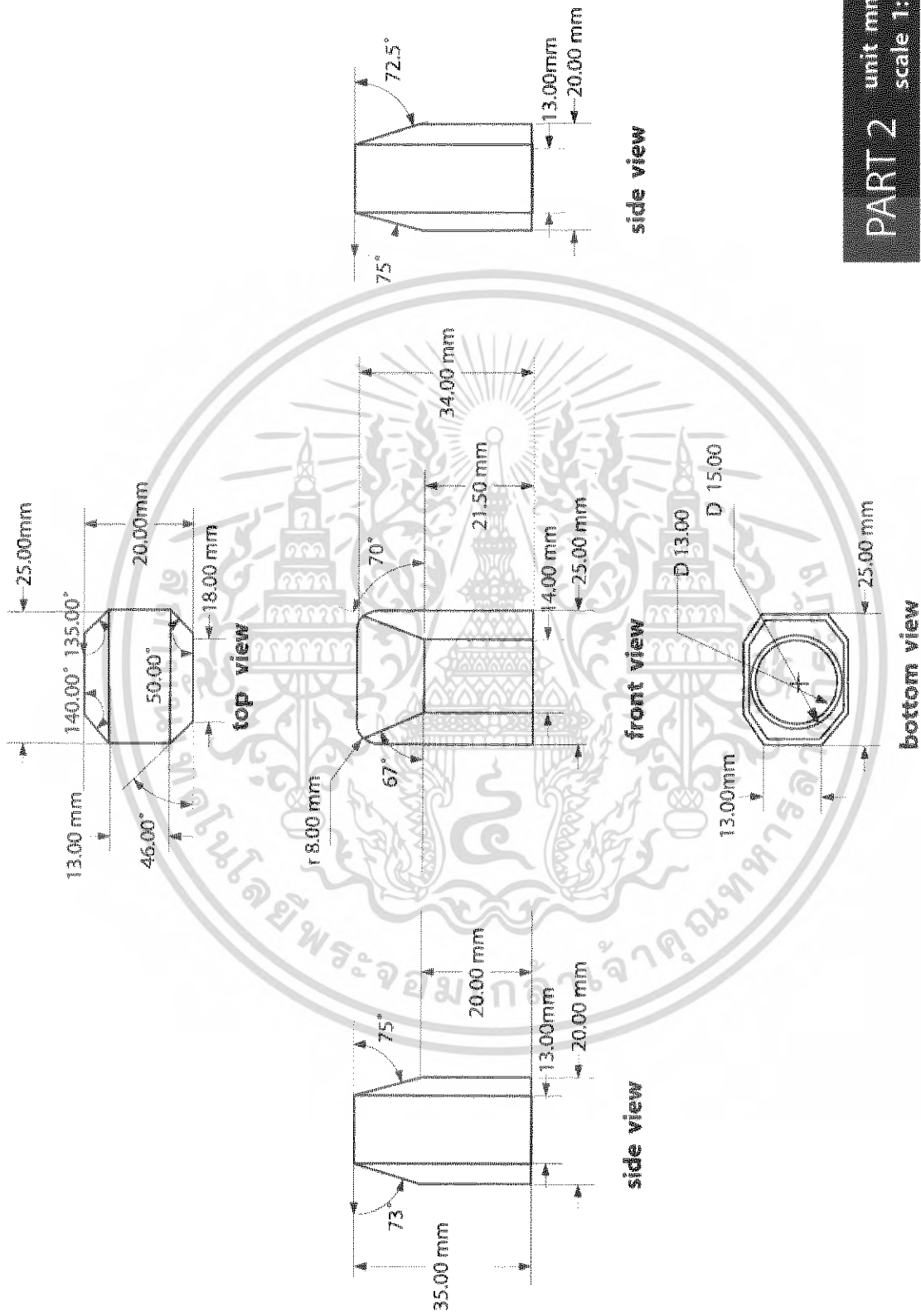
ขนาดจริง
scale 1:1



PART 1 unit mm
scale 1:1

PART 1 unit mm
scale 1:1





PART 2 unit mm
scale 1:1

PART 3 unit mm
scale 1:1





บทที่ 5 บทสรุป

สรุปผลการออกแบบและการนำเสนองาน

จากขั้นตอนการออกแบบตั้งแต่ขั้นการนำเสนอข้อมูลไปจนถึงขั้นสรุปผลการออกแบบผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ ได้ผ่านกระบวนการออกแบบในแต่ละครั้งซึ่งมีผลเป็นดังนี้

1. การนำเสนอแบบร่างครั้งที่ 1

จากคำแนะนำของอาจารย์พบว่ายังมีสิ่งที่ต้องแก้ไขอีกมาก ทั้งด้านการวิเคราะห์ถึงปัญหาที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์ แนวความคิดในการออกแบบโครงสร้างที่ไม่ชัดเจน รูปแบบกราฟิกที่ยังไม่ตรงกับลักษณะกลุ่มเป้าหมาย กล่าวโดยสรุป คือผลงานในขั้นนี้ยังไม่สามารถตอบโจทย์การออกแบบได้ในทุก ๆ ด้าน

2. การนำเสนอแบบร่างครั้งที่ 2

ในขั้นนี้ได้มีการวิเคราะห์หลังเลิกในรายละเอียดในส่วนของเงื่อนไขความต้องการด้านต่าง ๆ ของบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิดอย่างแท้จริง และสรุปผลการเลือกรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่ชัดเจน ในส่วนของการออกแบบ ด้านโครงสร้างมีการพัฒนาแนวความคิดในการออกแบบให้มีความสอดคล้องกับลักษณะของกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น และในแต่ละแนวทางการออกแบบมีความแตกต่างกันด้านรูปทรงอย่างชัดเจน ทำให้มีความหลากหลายของรูปทรง ในส่วนของกราฟิกมีแนวความคิดที่ชัดเจนและสื่อถึงตัวผลิตภัณฑ์มากกว่าเดิม แต่ยังมีสิ่งที่ต้องแก้ไขอีกหลายประการ เช่น การพัฒนารูปทรงอื่น ๆ ที่มีความน่าสนใจ กว่าแบบที่เลือกมา การจัดกลุ่มของผลิตภัณฑ์ด้วยลักษณะกราฟิกและสีบรรจุภัณฑ์ ที่ยังคงต้องแก้ไขต่อไป

3. การนำเสนองานขั้นสุดท้าย

ได้พัฒนารูปแบบโครงสร้างอื่น ๆ เพิ่มขึ้นจากคำแนะนำของอาจารย์ในครั้งที่แล้ว ทั้งนี้ได้มีการพัฒนารูปทรงและกราฟิกที่เลือกในขั้นแบบร่างครั้งที่สองควบคู่กันไป ในส่วนการออกแบบกราฟิกได้เพิ่มแนวทางการออกแบบอีกสองแบบ จากนั้นจึงพัฒนาแบบทั้งหมดแล้วนำไปให้กลุ่มเป้าหมายเลือก และสรุปผล

ได้รับคำแนะนำจากอาจารย์ผู้สอนในแง่ของการการใช้สีแบ่งแยกชนิดของบรรจุภัณฑ์ยังไม่ชัดเจนเท่าที่ควรและแบบกราฟิกที่เลือกใ้ยังตอบโจทย์การออกแบบได้ไม่ดีเท่าที่ควร

แหล่งข้อมูลอ้างอิง

บริษัท ดอกบัวคู่ จำกัด

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ

ผลงานวิจัยเรื่อง โพล จากคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

นิตยสาร brandage

www.bussinessthai.com

www.kapook.com

www.manager.co.th

www.marketresearch.com

www.anodard.com



ประวัติการศึกษา

ระดับประถมศึกษา	โรงเรียนอุบลวิทยาคม จังหวัดอุบลราชธานี
ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	โรงเรียนนาวิพันธุ์ จังหวัดอุบลราชธานี
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย	การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดอุบลราชธานี
ระดับอุดมศึกษา	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



ภาคผนวก

การแสดงฉลากและเอกสารกำกับยา

ยา เป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่สำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ แม้ว่าในปัจจุบันวิทยาการจะเจริญก้าวหน้าไปมาก และมีจำนวนแพทย์เพิ่มมากขึ้นก็ตาม เมื่อถึงยามเจ็บไข้ได้ป่วยประชาชนส่วนใหญ่ก็ยังคงช่วยเหลือตนเอง โดยการซื้อยากจากร้านขายยามารับประทาน อย่างไรก็ตาม ในการใช้ยาทุกครั้ง สิ่งที่สำคัญคือต้องทำให้ถูกต้อง และสิ่งที่จะทำให้เราใช้ ยาได้อย่างถูกต้อง ก็คือการอ่านฉลากและเอกสารกำกับยา เพราะจะทำให้รู้ว่า เป็นยาอะไร ใช้อย่างไร มีสรรพคุณรักษาอะไร และมีคำเตือนอย่างไรบ้าง รวมถึงข้อมูลอื่นที่มีอยู่บนฉลากและเอกสารกำกับยาเพื่อความปลอดภัยในการใช้ยา ดังจะได้กล่าวต่อไป

การแสดงฉลากยาและเอกสารกำกับยา

ตามความในมาตรา 25 แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 กำหนดให้ผู้ได้รับอนุญาตผลิตยาแผนปัจจุบัน ต้องจัดให้มีฉลากตามที่ขึ้นทะเบียนตำรับยาไว้ ปิดไว้ที่ภาชนะและหีบห่อบรรจุยา หรือฉลากและเอกสารกำกับยา โดยแสดงรายละเอียดดังนี้

1. ชื่อยา เช่น นูตา ดาก้า บวดหาย เป็นต้น
2. เลขทะเบียนตำรับยา มักจะมีคำว่า Reg.No หรือเลขทะเบียนที่ หรือทะเบียนยา ถ้าเป็นยาที่มีตัวยาออกฤทธิ์เพียงตัวเดียวจะมีการแสดงดังนี้
 - 1A....กรณีที่เป็นยามผลิตในประเทศ
 - 1B....กรณีที่เป็นยานำหรือสิ่งเข้าจากต่างประเทศแล้วนำมาทำการแบ่งบรรจุในประเทศ
 - 1C....กรณีที่เป็นยานำหรือสิ่งมาจากต่างประเทศ เช่น 1A 12/35, 1B 3/39, 1C 30/39 เป็นต้น
 ส่วนเลขที่แสดงต่อท้ายอักษรภาษาอังกฤษ คือ เลขลำดับที่ที่ได้รับอนุญาตให้ขึ้นทะเบียนตำรับยา และหีบห่อของปี พ.ศ. ที่ได้รับการขึ้นทะเบียน สำหรับตำรับยาที่มีตัวยาสำคัญตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป เลขทะเบียนตำรับยาจะขึ้นต้นด้วย 2A....., 2B....., 2C..... แล้วตามด้วยลำดับที่และเลขท้ายของปี พ.ศ. ที่ได้รับการขึ้นทะเบียน
 - ยาที่ใช้สำหรับสัตว์อักษรย่อภาษาอังกฤษจะเป็น D.... คือยาที่ผลิตในประเทศ
 - E.... คือยาที่นำหรือสิ่งเข้ามาจากต่างประเทศแล้วมาแบ่งบรรจุ
 - และ F.... คือยาที่นำสิ่งเข้ามาจากต่างประเทศ
 - ยาที่เป็นยาแผนโบราณ อักษรภาษาอังกฤษ ก็จะเป็น G..... คือยาที่ผลิตในประเทศ
 - H..... คือยาที่แบ่งบรรจุ และ
 - K.... คือยาที่นำสิ่งเข้ามาจากต่างประเทศ แล้วตามด้วยเลขลำดับที่ที่ได้รับอนุญาตและปี พ.ศ. ที่ได้รับการขึ้นทะเบียน
3. ปริมาณหรือขนาดบรรจุของยา เช่น ยาเม็ด จะต้องแจ้งขนาดบรรจุไว้ในฉลากด้วยว่า ยานั้นบรรจุกี่เม็ด

4. เลขที่ หรืออักษรแสดงครั้งที่ผลิตหรือวิเคราะห์ ซึ่งมักใช้คำย่อเป็นภาษาอังกฤษ เช่น Lot No., Cont.No., Batch No. หรือ L , C , L/C , B/C แล้วตามด้วยเลขแสดงครั้งที่ผลิต
5. ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิต ยาที่ผลิตในประเทศต้องมีชื่อผู้ผลิตจังหวัดที่ตั้งสถานที่ผลิตยาด้วย ในกรณีเป็นยาที่ผลิตในต่างประเทศ หรือสั่งเข้ามาต้องมีชื่อเมือง และประเทศที่ตั้งสถานที่ผลิตยา พร้อมทั้งชื่อของผู้นำเข้าหรือสั่งเข้ามา และจังหวัดที่ตั้งสถานที่นำเข้า/ส่งยานั้น ๆ
6. วันเดือนปีที่ผลิตยา มักมีคำย่อภาษาอังกฤษ Mfd. หรือ Mfg date. แล้วตามด้วยวันเดือนปีที่ผลิต หากยานั้นผลิตมานานเกิน 5 ปี ก็ไม่ควรนำมารับประทาน ส่วนยาบางชนิด เช่น ยาปฏิชีวนะ จะมีการระบุวันที่หมดอายุ โดยมีคำย่อ ว่า Exp.Date ซึ่งย่อมาจาก Expiration Date แล้วตามด้วยวันเดือนปีที่ยานั้นหมดอายุ
7. คำว่า "ยาอันตราย" "ยาควบคุมพิเศษ" "ยาใช้เฉพาะที่" หรือ "ยาใช้ภายนอก" แล้วแต่กรณีว่า ยานั้นเป็นยาอันตราย ยาควบคุมพิเศษ ยาใช้เฉพาะที่ หรือยาใช้ภายนอก ซึ่งจะเขียนด้วยอักษรสีแดงอ่านได้ชัดเจน
8. วิธีใช้และคำเตือน การจัดทำมีคำเตือนไว้บนฉลากและเอกสารกำกับยานั้น ใช้สำหรับยาที่รัฐมนตรีประกาศ หรือในกรณีที่ถูกหมายบังคับ

การแสดงชื่อสามัญทางยาในเอกสารกำกับยา เพื่อให้ประชาชนผู้บริโภคได้รับรู้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับชื่อตัวยาที่เป็นโรค อันจะนำไปสู่การบริโภคยาที่สมเหตุสมผลและปลอดภัย จึงได้ขอความร่วมมือผู้รับอนุญาตผลิตยาแผนปัจจุบัน ตามมาตรา 25 แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 ซึ่งต้องมีฉลากแสดงตามที่ขึ้นทะเบียนตำรับยาไว้ ให้มีการแสดงชื่อสามัญทางยา (Generic name) ในฉลากและเอกสารกำกับยาด้วยการแสดงชื่อสามัญทางยาในฉลาก และเอกสารกำกับยานั้นมีแนวทาง ดังนี้

- ให้มีชื่อสามัญทางยาเป็นภาษาเดียวกับชื่อทางการค้าในฉลากและเอกสารกำกับยา
- ให้แสดงชื่อสามัญทางยาทุกครั้งที่มีการแสดงชื่อทางการค้าในลักษณะใด ๆ ยกเว้นกรณีที่แสดงชื่อการค้าเพื่อระบุสรรพคุณ คำเตือน ขนาด หรือแสดงชื่อการค้าร่วมกับข้อความอื่น ๆ ที่เป็นการบรรยาย
- ให้แสดงชื่อสามัญทางยาไว้ด้านล่างถัดจากชื่อทางการค้า โดยให้ใกล้กับชื่อทางการค้า และไม่ให้มีข้อความหรือ เครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ใด ๆ คั่นกลาง
- การแสดงชื่อสามัญทางยา ไม่ว่าจะกรณีใดจะต้องอ่านได้ชัดเจน ใช้สีที่เด่นชัด โดยไม่กลืนไปกับสีพื้น

ประโยชน์ของการอ่านเอกสารกำกับยา

ฉลากและเอกสารกำกับยา เป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญมากสำหรับยาแต่ละตำรับ โดยทั่วไปข้อมูลบนฉลากจะประกอบด้วย ชื่อยา ส่วนประกอบ สรรพคุณ เลขทะเบียน วิธีใช้ คำเตือน ชื่อผู้ผลิต วันเดือนปีที่ผลิต เป็นต้น ประโยชน์ที่เราจะได้จากการ อ่านฉลากและเอกสารกำกับยา คือ

- ใช้ยาได้ถูกต้อง เพราะในฉลากและเอกสารกำกับยาจะบอกถึงวิธีใช้นั้น ๆ ไว้อย่างชัดเจน ใช้ถูกวิธี เช่น ใช้กิน ใช้ทา เป็นต้น

- ใช้ยาถูกต้องกับโรคที่เป็น เพราะในฉลากและเอกสารกำกับยาจะระบุถึงสรรพคุณของยาแต่ละตำรับไว้อยู่แล้ว ถ้าใช้ตามที่ระบุไว้ในฉลากและเอกสารกำกับยาจะไม่เกิดอันตราย และยังได้ผลในการรักษาโรคที่เป็นให้หายด้วย
- รู้ถึงคำเตือนและข้อควรระวังในการใช้ยานั้น ๆ เช่น ยาแอสไพรินไม่ควรรับประทานขณะท้องว่าง ห้ามให้กับผู้ป่วยที่เป็นโรคไข้เลือดออก หรือใช้อย่างระมัดระวังกับผู้ป่วยที่เป็นโรคตับ โรคไต เป็นต้น
- รู้ชื่อผู้ผลิต และที่ตั้งของผู้ผลิต เมื่อเกิดปัญหาในการใช้ยา เราก็สามารถร้องเรียนให้เจ้าของรับผิดชอบได้
- รู้ถึงวันเดือนปีที่ผลิตยาว่า ผลิตมานานแล้วหรือยัง ถ้าผลิตมานานเกิน 5 ปี ไม่ควรนำยานั้นมารับประทาน หรือในยาปฏิชีวนะก็จะทำให้เราทราบว่ายานั้นหมดอายุหรือยัง เพราะจะมีการแสดงวันหมดอายุไว้ด้วย

นอกจากนี้ตำรับยาบางชนิดอาจมีข้อความพิเศษ เช่น เขย่าขวดก่อนใช้, ยาใช้เฉพาะที่, ยาใช้ภายนอก, ยาอันตราย และยาควบคุมพิเศษ เป็นต้น ก็จะทำให้เราใช้ยาได้ถูกต้อง ถ้าเป็นยาที่มีข้อความว่า "ยาอันตราย" ควรใช้ด้วยความระมัดระวัง ปฏิบัติตามข้อแนะนำบนฉลาก และเอกสารกำกับยาอย่างเคร่งครัด หรืออยู่ในความดูแลของแพทย์หรือเภสัชกร

คงจะทราบกันแล้วว่า ฉลากและเอกสารกำกับยานั้น มีความสำคัญอย่างไร และให้ประโยชน์กับเรามากน้อยแค่ไหน อย่างน้อยถ้าเราอ่านฉลากและเอกสารกำกับยา ก็จะทำให้เราทราบถึงชื่อยา ชื่อตัวยาที่เป็นสารออกฤทธิ์ สรรพคุณ วิธีใช้ ข้อควรระวัง และคำเตือน นอกจากนี้ยังทำให้ทราบว่ายานั้นได้รับอนุญาตแล้วหรือยัง โดยดูจากเลขทะเบียนตำรับ ยา ซึ่งผ่านการตรวจสอบจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาแล้วว่าปลอดภัยในการใช้ แต่ถ้าไม่มีเลขทะเบียนตำรับยา หรือฉลาก ของยาเลอะเลือนก็ไม่ควรซื้อยานั้นมารับประทาน อ่านสักนิดก่อนที่จะซื้อ ดูให้ดีก่อนที่จะใช้ เพื่อความปลอดภัย ของตัวท่านเอง

หลักเกณฑ์ที่ดีในการผลิตยา

หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตยา (Good Manufacturing Practice - GMP) เป็นแนวทางปฏิบัติในการผลิตยา ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของระบบการประกันคุณภาพยา เพื่อให้มีความเชื่อมั่นว่า ยาที่ผลิตมีคุณภาพ ประสิทธิภาพ และความปลอดภัย ตรงตามคุณภาพมาตรฐานที่กำหนดและสม่ำเสมอในทุกๆ ส่วนที่มีการผลิต องค์การอนามัยโลก (World Health Organization - WHO) ได้มีการกำหนดแนวทางปฏิบัติตาม GMP และได้เผยแพร่ รวมทั้งสนับสนุนให้ประเทศสมาชิกถือปฏิบัติ จนในปัจจุบันประเทศต่าง ๆ ได้ยอมรับและนำมาใช้อย่างแพร่หลาย รวมทั้งประเทศไทยด้วย

GMP กับผู้ประกอบการผลิตยา

GMP มีประโยชน์กับผู้ประกอบการผลิตยาดังนี้คือ

- เป็นแนวทางปฏิบัติเพื่อเป็นการประกันว่า ยาที่ผลิตมีคุณภาพ ประสิทธิภาพ และความปลอดภัย ตรงตามคุณภาพมาตรฐานที่กำหนดไว้ และมีความสม่ำเสมอในทุกส่วนที่ผลิตขึ้น
- ลดข้อผิดพลาด หรือความเบี่ยงเบนที่จะผลิตยาที่ไม่ตรงมาตรฐาน
- ป้องกันมิให้มีข้อบกพร่องเกิดขึ้นในระบบการผลิต หรือการควบคุมคุณภาพ รวมทั้งเป็นการจัดมิให้เกิดปัญหาซ้ำซ้อนขึ้นอีก
- เป็นการส่งเสริมการส่งออกยาไปจำหน่ายต่างประเทศ เนื่องจากในปัจจุบันประเทศต่างๆจะมีข้อกำหนดให้ยาที่จะนำเข้าประเทศต้องเป็นยา ที่ผลิตจากโรงงานที่ปฏิบัติตาม GMP

ในระยะยาวเป็นการลดต้นทุนการผลิต และเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตยา

GMP กับประชาชน

ประชาชนได้รับประโยชน์ จากโรงงานผลิตยาที่ได้รับ GMP คือ มีความมั่นใจว่าจะได้รับยารักษาโรค ที่มีคุณภาพ ประสิทธิภาพ และความปลอดภัย ตรงตามมาตรฐานข้อกำหนด ทัดเทียมกับยาที่ผลิตจากต่างประเทศ รวมทั้งไม่เกิดการปนเปื้อนจากสิ่งอื่นไม่พึงประสงค์ทั้งทางสารเคมี และเชื้อจุลินทรีย์

เงื่อนไขและหลักเกณฑ์ในการตรวจ GMP ในประเทศไทย

การตรวจประเมินสถานที่ผลิตยาให้เป็นไปตาม หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตยา (Good Manufacturing Practice - GMP.) จะมีกลุ่มเจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญด้าน GMP. ร่วมกันตรวจประเมิน โดยใช้หลักเกณฑ์การประเมิน ตามที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากำหนดไว้ และหัวข้อสำคัญที่มีในเกณฑ์การประเมินมีดังนี้

1. บุคลากร
2. สถานที่ผลิต และหมวดยาที่ผลิต
3. สุขลักษณะ
4. อุปกรณ์และเครื่องมือต่างๆในการผลิต
5. วัสดุดิบและวัสดุการบรรจุ
6. การดำเนินการผลิต

7. การควบคุมคุณภาพ
8. เอกสารการผลิตและการควบคุมคุณภาพ
9. การตรวจสอบตนเอง (Internal Audit)
10. การเรียกเก็บยาคืน
11. การดำเนินการเกี่ยวกับข้อร้องเรียน

ในการตรวจประเมินตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตยา (Good Manufacturing Practice - GMP) นั้น จะมีแบบฟอร์มเฉพาะตามที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากำหนดไว้ และการตรวจประเมินเป็นระบบการให้คะแนน ซึ่งจะเป็นไปตามคู่มือประเมินผลมาตรฐานการผลิตของสถานที่ผลิตยาที่กำหนดไว้ โดยมีข้อกำหนดว่าสถานที่ผลิตยาจะผ่านการประเมินตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตยา (GoodManufacturing Practice - GMP) ต้องได้คะแนนเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 2.00 และต้องไม่มีข้อใดข้อหนึ่งในหมวดใด ๆ ได้คะแนนเป็นศูนย์

