

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกของบริษัทคอนิเมก จำกัด
ผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตนเอง เพื่อผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
Conimex Co, Ltd 's Packaging and Graphic design of Personal care products
for Small and Medium Enterprise (SMEs)



โดย
นางสาวพิรญาณ์ ลิขิตธรรมาณิช

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต
ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2557

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง อนุมัติ
ให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต

.....
ผศ.พิเชษฐ โสวิทยสกุล

คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

ผศ.ดร.ณูดา ชวาลกุล

อ.สมชัย จันทร์จพิพัฒน์

ผศ.พิมพ์ปราโมทย์ อุไรรงค์

ผศ.ธนารักษ์ จันทระประสิทธิ์

ประธานคณะกรรมการ

กรรมการ

กรรมการ

กรรมการและเลขาวิทยานิพนธ์



.....
ผศ.ธนารักษ์ จันทระประสิทธิ์

อาจารย์ที่ปรึกษา

หัวข้อวิทยานิพนธ์	โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกของบริษัทคอนิเมก จำกัด ผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตนเองเพื่อผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม Conimex Co, Ltd 's Packaging and Graphic design of Personal care products for Small and Medium Enterprise (SMEs)
นักศึกษา	นางสาวพิชญานี ลิขิตธรรมวานิช
รหัสประจำตัว	53020211
ปริญญา	สถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชา	ศิลปอุตสาหกรรม
ปีการศึกษา	2557

บทคัดย่อ

ปัจจุบันธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs: Small and Medium Enterprises) เป็นธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโตภาครัฐบาลจึงได้มีนโยบายการส่งเสริมเพื่อช่วยเหลือและให้การสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อยผู้เป็นเจ้าของธุรกิจซึ่งสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของบริษัท คอนิเมก จำกัด ที่ต้องการพัฒนาศักยภาพด้านการผลิตบรรจุภัณฑ์ในโรงงาน ให้ตอบรับกับกลุ่มลูกค้าหลากหลายประเภท โดยผู้ประกอบการรายย่อยถือเป็นลูกค้ากลุ่มสำคัญที่บริษัทเล็งเห็นถึงประโยชน์ในการส่งเสริมให้เกิดรูปแบบบรรจุภัณฑ์กับการลงทุนผลิตเหมาะสมกับความต้องการของผู้ประกอบการรายย่อยและเหมาะสมกับสินค้าที่มีความหลากหลาย

จึงเกิดเป็นแนวคิดในการออกแบบที่ทำให้บรรจุภัณฑ์สามารถปรับเปลี่ยนรูปร่างและขนาดสัดส่วนเพื่อให้เกิดความหลากหลายของรูปร่างบรรจุภัณฑ์โดยอยู่บนพื้นฐานของการใช้แม่พิมพ์ในการผลิตร่วมกันหรือสร้างรูปแบบให้ได้มากที่สุดทำให้เกิดรูปแบบบรรจุภัณฑ์มากมายเมื่อนำมาผสมผสานให้เกิดความลงตัวเกิดความโดดเด่นและแตกต่างสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการรายย่อยได้หลากหลายแนวความคิดที่ต้องการให้เกิดรูปร่างบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับผู้บริโภค รวมไปถึงการนำเสนอแนวทางในการออกแบบฉลากด้วยการจัดระบบกราฟิกบนฉลากให้สอดคล้องเหมาะสมกับรูปร่างบรรจุภัณฑ์ที่กล่าวมาทำให้เกิดรูปแบบที่ผู้ประกอบการรายย่อยสามารถเลือกรูปแบบฉลากที่เหมาะสมกับสินค้าของตนเองได้อย่างง่ายและคุ้มค่าในการลงทุน

จากการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในโครงการได้ผลสรุปว่า การนำแนวคิดการผสมผสานเพื่อให้เกิดการลงตัวของแนวเข้ากับการออกแบบบรรจุภัณฑ์เกิดการสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ในรูปแบบใหม่อย่างไม่มีที่สิ้นสุดสามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลาย ทั้งชนิดสินค้า รูปแบบภาพลักษณ์ และขนาดบรรจุที่แตกต่างกันถือเป็นแนวคิดที่ก่อให้เกิดประโยชน์และเหมาะแก่การนำไปพัฒนาต่อให้สามารถนำไปปรับใช้ได้สถานการณ์จริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

การทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ประสบความสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีนั้น จะเกิดขึ้นไม่ได้หากไม่ได้รับความอนุเคราะห์ ความช่วยเหลือ กำลังใจและคำปรึกษาต่างๆจากบุคคลอันเป็นที่รักของข้าพเจ้าเหล่านี้

ขอขอบคุณ คุณพ่อคุณแม่ พี่สาวและน้องสาวของข้าพเจ้าที่คอยให้การสนับสนุนในด้านการเรียนตลอดระยะเวลา 5 ปี อย่างเต็มที่คอยดูแลให้กำลังใจและสนับสนุนกำลังทรัพย์แก่ข้าพเจ้าเสมอมา

ขอขอบคุณ ผศ.ธนารักษ์ จันทระประสิทธิ์ อาจารย์ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้ตั้งแต่ปี 1 จนถึงปี 5 และเป็นทีที่ปรึกษาให้คำแนะนำวิทยานิพนธ์คอยช่วยเหลือเมื่อพบปัญหาและเป็นแรงผลักดันทำให้ข้าพเจ้าสามารถผ่านอุปสรรคที่แสนโหดร้ายนี้ไปได้รวมทั้งอาจารย์ญาติ อาจารย์พิมพ์ปราโมทย์และอาจารย์สมชัย กรรมการตรวจวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้วิทยานิพนธ์สามารถผ่านลุล่วงไปได้ด้วยดีเพราะข้าพเจ้าได้รับคำแนะนำที่ดีรวมทั้งกำลังใจอันอบอุ่นจากอาจารย์ทั้งสิ้นท่าน

ขอขอบคุณ ดร.พรรัชชล ลิ้มธงชัย ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายการตลาดของบริษัทคอนิเมก จำกัดที่จัดสนับสนุนให้ข้าพเจ้าเยี่ยมชมโรงงานและให้ข้อมูลต่างๆที่เป็นประโยชน์ ในการทำวิทยานิพนธ์เป็นอย่างดี

ขอขอบคุณ เพื่อนกลุ่มFBT ศรีญู(บอล) พิทยจิต(เจ) นิษฐกาน(ปลา) อัมรินทร์(คลีน) สรีดา(อีฟ) สรีดา(จ๊ะอ๋ม) ที่คอยให้ความช่วยเหลือต่างๆ ทำให้เกิดงานที่มีคุณภาพ และกำลังใจดีๆเมื่อข้าพเจ้าพบกับปัญหา

ขอขอบคุณ พี่ๆน้องๆรหัส 13 35 44 72 ได้รับความช่วยเหลือต่างๆและถามไถ่สารทุกข์สุกดิบ โดยเฉพาะน้องพชร(ก้อง) ที่เรียกหาทุกครั้งก็พร้อมมาช่วยอย่างรวดเร็ว และน้องปาริฉัตร(ปาล์ม) ที่ไม่เซ่รหัสแต่ก็น่ารักมากๆมาช่วยวันสุดท้ายก่อนส่งขอบคุณจากใจจ้า

ขอขอบคุณ ครอบครัวแพคเกจทุกคนที่คอยอยู่ร่วมทุกข์ร่วมสุข ปรับทุกข์ ร้องไห้ ผ่านอุปสรรคต่างๆ มาด้วยกันเป็นช่วงเวลาที่ดีและน่าจดจำช่วงหนึ่งของชีวิตของข้าพเจ้า

ขอขอบคุณ เพื่อนๆศอ.รุ่นที่ 38 ทุกคนที่ทำให้เวลาตลอด 5 ปีที่ผ่านมาเป็นเวลาแห่งความสุข สนุก สัมผัสได้ถึงมิตรภาพและความผูกพัน ได้รับและเจอแต่สิ่งดีๆตลอดที่ข้าพเจ้าเรียนศิลปอุตสาหกรรม ลาดกระบัง

ขอขอบคุณ วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ที่สอนอะไรหลายๆอย่างให้ข้าพเจ้านอกจากความรู้ที่ได้มหาศาลยังได้ทั้งประสบการณ์การบริหารจัดการชีวิตที่มีค่ายิ่งกว่าความรู้ที่จะช่วยนำพาให้ข้าพเจ้าสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ในอนาคตข้างหน้าอย่างมีประสิทธิภาพ

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกต่างๆให้กับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้สำเร็จมาได้ด้วยดี ขออภัยทุกท่านหากขาดตกบกพร่องและไม่ได้เอ่ยนาม ณ ที่นี้ขอขอบพระคุณค่ะ

นางสาวพิรญาณ์ ลิขิตธรรมวาณิช

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

หัวข้อ	หน้า
อนุมัติ	II
บทคัดย่อ	III
กิตติกรรมประกาศ	IV
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	2
1.3 เจาะใจความต้องการ และแนวทางการแก้ไขทางการออกแบบ	2
1.4 ความเป็นไปได้ของโครงการ	5
1.5 สรุปความเป็นไปได้ของโครงการ	5
1.6 แนวทางการศึกษา	5
1.7 ขอบเขตของโครงการ	6
1.8 ผลที่คาดว่าจะได้รับ	7
บทที่ 2 การค้นคว้า และสรุปผลข้อมูล	
2.1 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบริษัทผู้ผลิต	8
2.2 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	12
2.3 ผลิตภัณฑ์ในโครงการ	15
2.4 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์	18
2.5 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค	22
บทที่ 3 ขั้นตอนการออกแบบ	
3.1 ขั้นตอนการออกแบบ	30
3.2 สรุปแนวทางการออกแบบ	33
3.3 การพัฒนาการออกแบบ	34
3.4 การกำหนดภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์	39
บทที่ 4 สรุปการออกแบบและข้อเสนอแนะ	
4.1 สรุปผลการออกแบบบรรจุภัณฑ์	59
4.2 ข้อเสนอแนะของคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์	62
4.3 ข้อเสนอแนะของผู้ทำวิทยานิพนธ์	62
บรรณานุกรมและเอกสารอ้างอิง	63
ประวัติการศึกษา	64
ภาคผนวก	65
ภาคผนวก ก. แผ่นภาพนำเสนอผลงาน (Presentation)	
ภาคผนวก ข. คู่มือการใช้งานบรรจุภัณฑ์ (Manual Book)	
ภาคผนวก ค. แบบสั่งงานเพื่อการผลิต (Working Drawing)	
ภาคผนวก ง. แบบสั่งงานเพื่อการพิมพ์ (Artwork)	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูปภาพ

หัวเรื่อง	หน้า
ภาพที่ 2.1 แสดงตราสัญลักษณ์ของบริษัท คอนิเมก จำกัด.....	8
ภาพที่ 2.2 แสดงข้อมูลของบรรจุภัณฑ์สินค้าประเภทต่างๆที่ผลิตโดยบริษัทคอนิเมก จำกัด.....	8
ภาพที่ 2.3 แสดงชนิดของบรรจุภัณฑ์พลาสติกของบริษัทคอนิเมก จำกัด.....	9
ภาพที่ 2.4 แสดงขั้นตอนการผลิตบรรจุภัณฑ์ของบริษัทคอนิเมก จำกัด.....	9
ภาพที่ 2.5 แสดงกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกของบริษัทคอนิเมก จำกัด	10
ภาพที่ 2.6 แสดงการข้อดีและข้อเสียของการผลิตที่เหมาะสมกับชนิดของบรรจุภัณฑ์ชนิดต่างๆ.....	10
ภาพที่ 2.7 แสดงกระบวนการตกแต่งบรรจุภัณฑ์พลาสติกของบริษัทคอนิเมก จำกัด	11
ภาพที่ 2.8 แสดงการสรุปข้อดีและข้อด้อยของกระบวนการตกแต่งบรรจุภัณฑ์ของบริษัทคอนิเมก จำกัด	12
ภาพที่ 2.9 แสดงร้อยละของประชาชนจำแนกตามการใช้ประเภทของสินค้าของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	13
ภาพที่ 2.10 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์แชมพู ที่ผลิตโดยผู้ประกอบการรายย่อย.....	14
ภาพที่ 2.11 แสดงขั้นตอนการรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมากำหนดขนาดของบรรจุภัณฑ์ในโครงการ.....	16
ภาพที่ 2.12 แสดงข้อมูลการสรุปขนาดบรรจุภัณฑ์จำแนกตามชนิดของผลิตภัณฑ์.....	17
ภาพที่ 2.13 แสดงตัวอย่างบรรจุภัณฑ์แก้ว.....	18
ภาพที่ 2.14 แสดงบรรจุภัณฑ์พลาสติกผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตนเองที่ผลิตโดยบริษัทคอนิเมก จำกัด.....	19
ภาพที่ 2.15 แสดงคุณสมบัติของพลาสติกชนิดที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตนเอง.....	20
ภาพที่ 2.16 แสดงข้อมูลแนวโน้มการออกแบบในอนาคต	29
ภาพที่ 3.1 แสดงคำจำกัดความแนวคิดในการออกแบบ.....	30
ภาพที่ 3.2 แสดงแบบร่างสองฟังก์ชันในหนึ่งเดียว.....	31
ภาพที่ 3.3 แสดงขั้นตอนแนวทางการออกแบบการผสมผสานให้ลงตัว.....	31
ภาพที่ 3.4 แสดงส่วนประกอบโครงสร้างขวดบรรจุภัณฑ์และการใช้แม่พิมพ์ในการผลิตร่วมกัน.....	32
ภาพที่ 3.5 แสดงการออกแบบขวดหลายเพิ่มเติมลงบนขวดบรรจุภัณฑ์.....	32
ภาพที่ 3.6 แสดงภาพแบบร่างการเพิ่มวัสดุอื่นๆมาจับคู่กับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์.....	33
ภาพที่ 3.7 แสดงแบบร่างบรรจุภัณฑ์ขวด	34
ภาพที่ 3.8 แสดงชุดบรรจุภัณฑ์สามมิติที่แสดงส่วนประกอบของโครงสร้างทั้ง 3 ชั้นส่วน และรูปแบบที่มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้าง.....	35
ภาพที่ 3.9 แสดงแบบร่างโครงสร้างของ 2 ชุดบรรจุภัณฑ์.....	35
ภาพที่ 3.10 แสดงการทดลองจำแนกขนาดของบรรจุภัณฑ์.....	36
ภาพที่ 3.11 แสดงการทดลองจำแนกภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์.....	36
ภาพที่ 3.12 แสดงแบบร่างชุดบรรจุภัณฑ์ครั้งสุดท้าย.....	37
ภาพที่ 3.13 แสดงสรุปชุดโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ในโครงการ.....	37
ภาพที่ 3.14 แสดงการเพิ่มวัสดุอื่นๆกับโครงสร้างที่ออกแบบ.....	38
ภาพที่ 3.15 แสดงการจำแนกขนาดของชุดบรรจุภัณฑ์.....	38
ภาพที่ 3.16 แสดงขั้นตอนการสร้างสรรคบรรจุภัณฑ์ในโครงการ.....	39
ภาพที่ 3.17 แสดงคำที่แสดงถึงภาพลักษณ์นำมาจำแนกตามเกณฑ์การแบ่งผู้บริโภคตามยุคสมัย.....	39
ภาพที่ 3.18 แสดงแบบร่างองค์ประกอบศิลป์ของคำสำคัญ “อิสระจากการเวลา”	44
ภาพที่ 3.19 แสดงแบบร่างองค์ประกอบศิลป์ของคำสำคัญ “ความท้าทายในดินแดนอื่น”	44
ภาพที่ 3.20 แสดงแบบร่างองค์ประกอบศิลป์ของคำสำคัญ “ยุคแห่งการเข้าใจความหมาย”	45
ภาพที่ 3.21 แสดงแบบร่างองค์ประกอบศิลป์ของคำสำคัญ “ธรรมชาติเหนือจริง”	45
ภาพที่ 3.22 แสดงแบบร่างองค์ประกอบศิลป์ของคำสำคัญ “รู้หรือภา”	46

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ไม่ให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตจากมหาวิทยาลัย

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

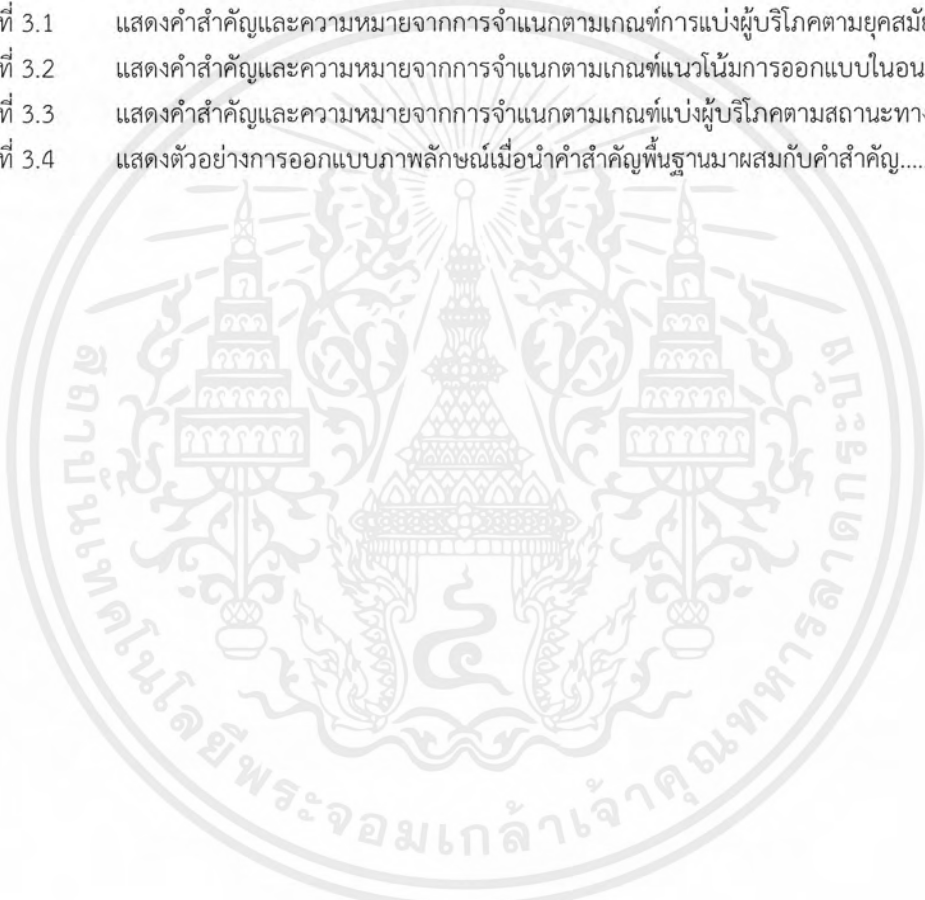
สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

หัวเรื่อง	หน้า
ภาพที่ 3.23	แสดงแบบร่างองค์ประกอบศิลป์ของคำสำคัญ“กึ่งหรรษา”.....46
ภาพที่ 3.24	แสดงแบบร่างองค์ประกอบศิลป์ของคำสำคัญ ”เรียบง่าย”.....47
ภาพที่ 3.25	แสดงตารางคำสำคัญพื้นฐานมารวมกับคำสำคัญกลุ่มที่ 1 และ 2.....47
ภาพที่ 3.26	แสดงตัวอย่างการนำคำสำคัญพื้นฐานมารวมกับคำสำคัญกลุ่มที่ 1 มาใช้.....48
ภาพที่ 3.27	แสดงขั้นตอนการนำโครงสร้างและภาพลักษณ์ที่ได้ไปใช้.....51
ภาพที่ 3.28	แสดงขั้นตอนการเลือกบรรจุภัณฑ์ในหนังสือรวบรวมบรรจุภัณฑ์.....51
ภาพที่ 3.29	แสดงข้อมูลในการช่วยเลือกบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของสินค้า.....52
ภาพที่ 3.30	แสดงภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ในโครงการ.....52
ภาพที่ 3.31	แสดงสารบัญภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ในโครงการ.....53
ภาพที่ 3.32	แสดงตัวอย่างบรรจุภัณฑ์จากหนังสือรวบรวมบรรจุภัณฑ์53
ภาพที่ 3.33	แสดงการเลือกรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสินค้าผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตนเองของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน.....54
ภาพที่ 3.34	แสดงภาพลักษณ์ที่เลือกและองค์ประกอบทางศิลปะที่จะนำมาใช้กำหนดแรงบันดาลใจการออกแบบฉลากให้กับผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตนเอง ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน.....55
ภาพที่ 3.35	แสดงแบบร่างโลโก้สินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอนโดยใช้แรงบันดาลใจจากความคลาสสิกผสมผสานความโมเดิร์น.....55
ภาพที่ 3.36	แสดงการเลือกรูปทรงบรรจุภัณฑ์จากคู่มือการใช้งาน.....56
ภาพที่ 3.37	แสดงภาพรวมของชุดรูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน.....56
ภาพที่ 3.38	แสดงแบบร่างลักษณะกราฟิกสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน โดยใช้แรงบันดาลใจจากความคลาสสิกผสมผสานความโมเดิร์น.....57
ภาพที่ 3.39	แสดงภาพถ่ายผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตนเองของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ และภูมิปัญญาท้องถิ่น จากตำบลบ้านหนองบอน จังหวัดตราด.....58
ภาพที่ 4.1	แสดงภาพรวมโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ขวดในโครงการจากโปรแกรมสามมิติ.....60
ภาพที่ 4.2	แสดงภาพถ่ายหุ่นจำลองโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ขวดในโครงการทั้งหมด.....61

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

หัวเรื่อง	หน้า
ตารางที่ 1.1	แสดงปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหาในประเด็นของบริษัทผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์.....3
ตารางที่ 1.2	แสดงปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหาการออกแบบในประเด็นของผู้ประกอบการรายย่อย.....3
ตารางที่ 2.1	แสดงการจัดหาบรรจุภัณฑ์สินค้าของผู้ประกอบการรายย่อยผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตนเอง.....15
ตารางที่ 2.2	แสดงข้อมูลขนาดบรรจุภัณฑ์ที่มีการผลิตของบริษัทคอนิเมก จำกัด.....16
ตารางที่ 2.3	แสดงการจัดหมวดหมู่ค่าที่แสดงถึงภาพลักษณ์และบุคลิกภาพของซิเคโนบู โคบายาชิ.....22
ตารางที่ 2.4	แสดงการสรุปข้อมูลการแบ่งผู้บริโภคตามยุคสมัยที่มีความเปลี่ยนแปลง.....27
ตารางที่ 2.5	แสดงการสรุปข้อมูลผู้บริโภคจากสถานะทางสังคมในการตัดสินใจซื้อสินค้า.....28
ตารางที่ 3.1	แสดงคำสำคัญและความหมายจากการจำแนกตามเกณฑ์การแบ่งผู้บริโภคตามยุคสมัย.....40
ตารางที่ 3.2	แสดงคำสำคัญและความหมายจากการจำแนกตามเกณฑ์แนวโน้มการออกแบบในอนาคต.....42
ตารางที่ 3.3	แสดงคำสำคัญและความหมายจากการจำแนกตามเกณฑ์แบ่งผู้บริโภคตามสถานะทางสังคม.....43
ตารางที่ 3.4	แสดงตัวอย่างการออกแบบภาพลักษณ์เมื่อนำคำสำคัญพื้นฐานมาผสมกับคำสำคัญ.....49



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา

บริษัทคอนิเมก จำกัด โรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกแบบครบวงจร ผลิตบรรจุภัณฑ์สินค้าประเภทอุปโภค บริโภค เคมีภัณฑ์ เป็นต้น โดยส่วนใหญ่บรรจุภัณฑ์สินค้าที่ผลิตจะอยู่ในรูปแบบของ ขวด หลอดบิบและกระปุก บริษัทมีวิสัยทัศน์คือ “One stop shop” การให้บริการแบบจุดเดียวครบทุกด้าน เน้น การบริการที่มีประสิทธิภาพและความรวดเร็ว โดยโรงงานตั้งอยู่ในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นจุดเด่น ของบริษัท คอนิเมก ทำให้มีความสะดวกรวดเร็วต่อการประสานงานกับลูกค้า กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่คือ กลุ่ม ผู้ประกอบการรายย่อยสัดส่วนร้อยละ 70 และกลุ่มผู้ประกอบการรายใหญ่คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30

จากฐานข้อมูลลูกค้าของบริษัทคอนิเมก จำกัด เห็นได้ว่าผู้ประกอบการรายย่อยมีจำนวนมากกว่า ผู้ประกอบการรายใหญ่และมีแนวโน้มจำนวนที่สูงขึ้นในอนาคต เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีขนาดเล็กจึงง่ายต่อ การบริหารจัดการและเป็นจุดเริ่มต้นสำหรับผู้ประกอบการมือใหม่ในการลงทุนทำธุรกิจทำให้มีข้อจำกัดใน เรื่องของเงินทุน ส่งผลให้ลักษณะบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่ของสินค้าของผู้ประกอบการรายย่อยที่เลือกใช้มีความ คล้ายคลึงกับรูปแบบสินค้าทั่วไปในตลาด ไม่มีความแตกต่างไม่ส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้าเกิดเป็น ข้อจำกัดในการเลือกรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผู้ประกอบการรายย่อย

ในปัจจุบัน ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs: Small and Medium Enterprises) เป็น ธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโต ภาครัฐบาลจึงได้มีนโยบายการส่งเสริม เพื่อช่วยเหลือและให้การสนับสนุนผู้ประกอบการ เช่น สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็น สถาบันที่ให้บริการด้านการปรึกษาแนะนำการปรับปรุงกิจการ การตลาด การลงทุนและร่วมลงทุน การ เชื่อมโยงธุรกิจ ตลอดจนการร่วมมือระหว่างภาคเอกชนเพื่อช่วยเหลือสนับสนุนซึ่งกันและกัน พร้อมทั้ง สนับสนุนและประสานการดำเนินงานของสถาบันการศึกษาและสถาบันเฉพาะทางต่างๆ ที่เข้าร่วมเครือข่าย เพื่อการพัฒนาผู้ประกอบการรายย่อย โดยมีเป้าหมายระยะสั้น คือ การช่วยกอบกู้และเสริมศักยภาพธุรกิจ SMEs ซึ่งเป็นฐานหรือรากหญ้าของระบบเศรษฐกิจไทยและมีเป้าหมายยาว คือ การสร้างผู้ประกอบการราย ย่อยรายใหม่ที่เข้มแข็งและเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน เพื่อให้เศรษฐกิจฟื้นตัวอย่างยั่งยืน

จากสถานการณ์ดังกล่าวจึงเป็นโอกาสที่ดีที่บริษัทคอนิเมก จำกัด จะสามารถพัฒนาศักยภาพด้าน การผลิตบรรจุภัณฑ์ในโรงงานให้ตอบรับกับกลุ่มผู้ประกอบการรายย่อย เป็นเหตุสนับสนุนให้เกิดเป็นที่มา ของโครงการ ซึ่งโครงการนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์ในทางที่ดีแก่บริษัทคอนิเมกและส่งเสริมให้เกิดรูปแบบ บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสินค้าของผู้ประกอบการรายย่อยให้เกิดแนวทางในการเลือกบรรจุภัณฑ์ที่ หลากหลายมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นิยามศัพท์ :

ผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตนเอง (Personal care Products) หมายถึง เครื่องอุปโภคบริโภค ส่วนบุคคลที่ใช้ดูแลและบำรุงรักษาร่างกาย เช่น ผลิตภัณฑ์ดูแลศีรษะ ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหนัง ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวกาย เป็นต้น ผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตนเองมีความคล้ายคลึงกันมากกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแต่แตกต่างกันตรงที่ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางมีไว้ใช้ตกแต่งเพิ่มเติมให้เกิดความงามแต่ผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตนเองจะมุ่งเน้นไปในด้านการบำรุงและรักษามากกว่า

ผู้ประกอบการรายย่อย หมายถึง ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้เป็นเจ้าของธุรกิจการผลิต การจำหน่าย และให้บริการ สินค้า

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs: Small and Medium Enterprises) หมายถึง วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ดำเนินกิจกรรมทางด้านการผลิต การจำหน่าย และบริการ ธุรกิจที่เป็นอิสระมีเอกชนเป็นเจ้าของดำเนินการโดยเจ้าของเองไม่เป็นเครื่องมือของธุรกิจใดไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของบุคคลหรือธุรกิจอื่นมีต้นทุนต่ำและมีพนักงานจำนวนไม่มาก

1.2 วัตถุประสงค์ โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกของบริษัทคอนิเมก จำกัด ผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตนเองสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนั้น ได้แก่

การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อตอบสนองด้านการผลิตบรรจุภัณฑ์ให้กับฐานลูกค้าผู้ประกอบการรายย่อยเพื่อเพิ่มศักยภาพและยกระดับสินค้าด้านบรรจุภัณฑ์แก่ผู้ประกอบการรายย่อยให้เหมาะสมอย่างมีประสิทธิภาพโดยใช้รูปแบบการจัดการกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพภายในบริษัทคอนิเมก จำกัด

1.3 เจาะใจความต้องการ และแนวทางการแก้ไขทางการออกแบบ จากข้อมูลของโครงการข้างต้น พิจารณาถึงปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหาโดยจะแบ่งแยกหน้าที่หลักของผู้เกี่ยวข้องได้ดังนี้

1) บริษัทผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ คือบริษัทคอนิเมก จำกัด โรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกแบบครบวงจรต้น ผลิตบรรจุภัณฑ์สินค้าประเภทอุปโภค บริโภค เคมีภัณฑ์ เป็นต้น โดยส่วนใหญ่บรรจุภัณฑ์สินค้าที่ผลิตจะอยู่ในรูปแบบของ ขวด หลอดบีบและกระปุกบริการให้คำแนะนำปัญหาและการปรับเปลี่ยนรูปแบบบรรจุภัณฑ์ตามความต้องการของลูกค้าสามารถสร้างรูปแบบบรรจุภัณฑ์จำลองเสมือนจริงการปรับเปลี่ยนแม่พิมพ์การผลิตให้ได้รูปแบบที่ลูกค้าต้องการบริการตกแต่ง พิมพ์ฉลาก นอกจากนี้ยังครอบคลุมถึงบริการจัดส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าอีกด้วยด้วยความต้องการที่จะตอบสนองต่อลูกค้าทุกกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพ จึงมีความต้องการที่พัฒนาและเติมเต็มในส่วนที่บริษัทยังขาดไป โดยจะแจกแจงเจาะใจความต้องการและปัญหาดังนี้

ตารางที่ 1.1 แสดงปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหาในประเด็นของบริษัทผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์

เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ไขปัญหา
<p>1) เนื่องจากบริษัทคอนิเมกเป็นบริษัทที่รับผลิตบรรจุภัณฑ์ตามลูกค้าสั่งเป็นเวลานาน ถือได้ว่ามีศักยภาพในการผลิตที่สูงและน่าเชื่อถือในทางตรงกันข้ามกลับขาดการพัฒนาในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เป็นของตนเอง</p> <p>2) สินค้าส่วนใหญ่ที่ผลิตให้กับกลุ่มผู้ประกอบการรายย่อยคือสินค้าประเภทอุปโภคหรือผลิตภัณฑ์ดูแลตนเองมีรูปแบบที่คล้ายคลึงกัน</p> <p>3) มีความต้องการพัฒนาในรูปแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้แม่พิมพ์เดิม</p>	<p>1) ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีรูปแบบหลากหลายโดยเน้นความประหยัดและคุ้มค่าให้เกิดตั้งแต่ในกระบวนการผลิต</p>

2) ผู้ประกอบการรายย่อย แนวทางการออกแบบเบื้องต้นนี้เพื่อตอบสนองหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ขั้นพื้นฐาน ได้แก่ ด้านการคุ้มครองสินค้า ด้านการบรรจุ ด้านความสะดวกสบาย ด้านการส่งเสริมการขาย ซึ่งจะมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1.2 แสดงปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหาการออกแบบในประเด็นของผู้ประกอบการรายย่อย

เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ไขปัญหา
<p>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</p> <p>เงื่อนไข</p> <p>1) ออกแบบแล้วสามารถวางในที่ จัดจำหน่ายได้</p> <p>2) สอดคล้องกับนโยบายทางการตลาดของบริษัท</p> <p>ปัญหา</p> <p>1) โครงสร้างบรรจุภัณฑ์และกราฟิกนั้นยังไม่ตอบสนองกับแนวคิดและความต้องการของผู้บริโภคมากนัก</p> <p>2) ผลิตภัณฑ์ยังไม่มีโดดเด่นเมื่อวางรวมกับ</p>	<p>1) ออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ โดยสร้างภาพลักษณ์ ที่แตกต่างมีความแปลกใหม่จากผลิตภัณฑ์ที่เห็นได้ทั่วไปในตลาด</p> <p>2) ค้นหาเอกลักษณ์ของสินค้าเพื่อนำมาสร้างบรรจุภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดความเป็นอันหนึ่งเดียวกันหรือเอกภาพของผลิตภัณฑ์</p> <p>3) บรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่แสดงตัวตนของ</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้าน 3 รค่า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>ผลิตภัณฑ์คู่แข่งอื่นๆในตลาด</p> <p>3) บรรจุภัณฑ์ไม่สามารถเน้นถึงประโยชน์ของสินค้า</p> <p>4) เมื่อผลิตภัณฑ์บางยี่ห้อทั้งหมดอยู่รวมกัน ไม่สามารถบ่งบอกถึงความเป็นสินค้าที่ผลิตจากผู้ผลิตเดียวกันได้</p>	<p>ผลิตภัณฑ์ และแสดงถึงประโยชน์การใช้ได้</p>
<p>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</p> <p>เงื่อนไข</p> <p>1) ผลิตภัณฑ์สามารถป้องกันอันตรายได้ในระหว่างการใช้งาน</p> <p>ปัญหา</p> <p>1) บรรจุภัณฑ์บางชนิดยังไม่สามารถแสดงให้เห็น ถึงวิธีการใช้งานได้</p> <p>2) บรรจุภัณฑ์อาจก่อให้เกิดอันตรายกับผู้ใช้งาน เนื่องจากยังเลือกใช้วัสดุที่ไม่เหมาะสม</p>	<p>1) ออกแบบที่แสดงให้เห็นถึงวิธีการใช้งานผ่านบรรจุภัณฑ์</p> <p>2) เลือกวัสดุที่คำนึงถึงการใช้งานและพฤติกรรมของผู้บริโภค</p>
<p>ด้านการบรรจุ (Containment)</p> <p>เงื่อนไข</p> <p>1) สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ได้ในปริมาณที่เหมาะสม</p> <p>ปัญหา</p> <p>1) เนื่องจากเป็นสินค้าที่ผลิตโดย SMEs วิธีการบรรจุสินค้าลงบรรจุภัณฑ์ อาจจะใช้วิธีการบรรจุด้วยตนเอง ไม่ใช่เครื่องจักร</p> <p>2) ผลิตภัณฑ์บางชนิดอาจมีปริมาณมากเกินไป ทำให้ไม่ตรงกับความต้องการในการใช้ของผู้บริโภค</p>	<p>1) มีการออกแบบให้ง่ายต่อการบรรจุได้เอง เช่น เลือกใช้วัสดุ หรือรูปแบบที่สามารถมองเห็นขนาดบรรจุได้ง่าย</p> <p>2) กำหนดปริมาณบรรจุให้มีระยะเวลา การใช้งานที่พอดี</p> <p>3) ให้มีความยืดหยุ่นสำหรับการเติม และความ ยาวนานในการจัดเก็บ</p>
<p>ด้านการคุ้มครองสินค้า (Protection)</p> <p>เงื่อนไข</p> <p>ต้องมีการป้องกันความชื้น ให้เหมาะสมกับคุณสมบัติและประเภทของผลิตภัณฑ์</p> <p>ปัญหา</p> <p>บรรจุภัณฑ์ไม่มีการป้องกันการเปิด - ปิด</p>	<p>1) มีการซีลพลาสติกปิดบริเวณปากบรรจุภัณฑ์</p> <p>2) ออกแบบให้สามารถทนต่อการใช้งานของผู้บริโภค และระยะเวลาที่ใช้งาน</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4 ความเป็นไปได้ ของโครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกของบริษัทคอนิเมก จำกัดผลิตภัณฑ์ เพื่อการดูแลตนเองเพื่อผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนั้นมีความเป็นไปได้หลายด้านดังนี้

1.4.1 ด้านนโยบาย บริษัทคอนิเมก จำกัด มีนโยบายที่เอื้อต่อการออกแบบได้แก่ นโยบายการขยายศักยภาพการผลิตที่รองรับกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการรายย่อยและนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาสินค้าของผู้ประกอบการรายย่อย

1.4.2 ด้านเศรษฐกิจ เศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบันมีการขยายตัว ทำให้จำนวนธุรกิจขนาดเล็ก มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ประกอบกับภาครัฐบาลมีนโยบายการส่งเสริมสินค้าของผู้ประกอบการรายย่อยเนื่องจากเป็นธุรกิจที่สร้างมูลค่าแก่ระบบเศรษฐกิจอย่างมหาศาล 1

1.4.3 ด้านสังคม โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์นี้จะสามารถช่วยพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผู้ประกอบการรายย่อยให้มีบรรจุภัณฑ์ที่มีภาพลักษณ์ที่มีคุณภาพและน่าสนใจ ตรงความต้องการของผู้บริโภค ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าที่ผลิตภายในประเทศให้มีความน่าเชื่อถือ

1.4.4 ด้านการออกแบบ โครงการนี้เปิดโอกาสให้ได้ศึกษาและฝึกฝนทักษะการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ กระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์การศึกษาแนวโน้มตลาดความต้องการของผู้บริโภคพฤติกรรมและทัศนคติเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1.5 สรุปความเป็นไปได้ของโครงการ

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกของบริษัทคอนิเมก จำกัด สำหรับผลิตภัณฑ์ดูแลตนเองเพื่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม นี้เป็นการดำเนินงานตามพื้นฐานความต้องการของบริษัทจึงได้รับความร่วมมือสนับสนุนข้อมูลเป็นอย่างดี และการดำเนินการออกแบบในโครงการเป็นการออกแบบโดยคำนึงถึงความเป็นไปได้ในการผลิตจริงในระบบอุตสาหกรรมและความเป็นไปได้ในด้านการตลาด โดยอิงจากสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันทำให้โครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการดำเนินงาน

1.6 แนวทางการค้นหาข้อมูล ในโครงการจำเป็นต้องศึกษาและรวบรวมข้อมูลต่างๆเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบตามรายละเอียดดังนี้

1) ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบริษัทคอนิเมก จำกัด ประกอบด้วยวิสัยทัศน์และนโยบายกาดำเนินการรวมไปถึงศักยภาพการผลิตและผลิตภัณฑ์ของบริษัทคอนิเมก จำกัด

2) ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ข้อมูลทั่วไป ปัญหาและข้อจำกัดของธุรกิจโดยรวม รวมไปถึงปัญหาที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ของผู้ประกอบการรายย่อย

¹ ที่มา : รายงานสถานการณ์ SMES 5 เดือนแรกปี 2557 [online] เข้าถึงได้จาก

http://www.industry.go.th/center_mng_gad/index.php/2013-11-25-19-26-26/2013-11-26-04-08-56/item/633-smes-5-2557

- 3) ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ ข้อมูลขนาดและชนิดบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตนเอง
- 4) ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ ประเภทของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดูแลตนเอง ข้อมูลด้านวัสดุและกรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์ ข้อบังคับทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ
- 5) ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค รายละเอียดการแบ่งผู้บริโภคในรูปแบบต่างๆ
- 6) วิเคราะห์สรุปข้อมูลและดำเนินการออกแบบ โดยเริ่มจากการสร้างแนวคิด และแนวทางการออกแบบและดำเนินการออกแบบและพัฒนาผลงานออกแบบ
- 7) วิเคราะห์ผลการออกแบบการนำไปใช้งาน สรุปผลการออกแบบ วิเคราะห์และสรุปข้อมูลเพื่อการปรับปรุงแก้ไข นำเสนอผลงานออกแบบในรูปแบบที่กำหนดไว้

1.7 ขอบเขตของโครงการ จะประกอบด้วยเนื้อหา 2 ด้านได้แก่ ด้านคุณภาพของการออกแบบและด้านปริมาณของการออกแบบในโครงการ ซึ่งจะมีรายละเอียดดังนี้

1.7.1 ขอบเขตของโครงการด้านคุณภาพ นั้นประกอบด้วย ด้านการออกแบบโครงสร้างและด้านการออกแบบกราฟิกโดยจะมีรายละเอียดดังนี้

- 1) ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ การออกแบบโดยคำนึงถึงข้อจำกัดที่เกิดจากความต้องการบรรจุภัณฑ์ของผู้ประกอบการรายย่อย และออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดูแลตนเอง โดยคำนึงถึงหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยแบ่งเป็น 4 ปัจจัย ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ที่ให้รายละเอียดเกี่ยวกับสินค้า โดยเน้นการออกแบบอย่างมากในด้านการส่งเสริมการขายเพราะโครงการออกแบบนี้มุ่งเน้นการพัฒนา รูปแบบและภาพลักษณ์สินค้าที่ผลิตโดยผู้ประกอบการรายย่อยและด้าน อื่นๆ สดหล่นกันไป ได้แก่ การบรรจุ ความสะดวกสบายในการใช้งาน ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยคุ้มครองการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์
- 2) ด้านการออกแบบกราฟิก ออกแบบกราฟิกที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของสินค้า (Brand Identity) เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถจดจำได้ง่ายออกแบบกราฟิกข้อมูลเพื่อแสดงข้อมูลสำคัญและรายละเอียดสินค้า เช่น ชื่อสินค้า กลิ่น ข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ไม่สับสนขณะเลือกซื้อรวมถึงสิ่งที่จะได้รับจากการซื้อสินค้า

1.7.2 ขอบเขตของโครงการด้านปริมาณ มีการออกแบบที่มีผลลัพธ์ออกมาเป็น 2 ส่วน โดยจะเน้นส่วนสำคัญไปที่การออกแบบส่วนแรกได้แก่หนังสือคู่มือการใช้งานบรรจุภัณฑ์และส่วนที่สองคือการยกตัวอย่างการนำไปใช้และจัดทำแบบจำลองจริง คู่มือการใช้งานบรรจุภัณฑ์ (Manual book) ออกแบบหนังสือแสดงข้อมูล รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดูแลตนเองที่สร้างขึ้นใหม่ ทั้งด้านโครงสร้างและกราฟิก เพื่อให้ผู้ใช้งานหรือนักออกแบบ สามารถใช้ประโยชน์ในการหาแนวทางสร้างรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.8 ผลที่คาดว่าจะได้รับ จากโครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกของบริษัท คอนิเมก จำกัด
ผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตนเองสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม นั้นประกอบด้วย

1) บรรจุภัณฑ์สามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐานของผู้บริโภค และผู้ประกอบการรายย่อย
ของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ ช่วยให้เกิดการกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนา
บรรจุภัณฑ์ของผู้ประกอบการรายย่อยมากขึ้น

2) บริษัทคอนิเมก จำกัด เกิดกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นในเรื่องการประหยัด
ต้นทุนการผลิตและมีแบบบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลายสำหรับการเสนอขายทำให้เกิดแนวทางใหม่ๆในการผลิต
บรรจุภัณฑ์ของบริษัทเพิ่มช่องทางการผลิตที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ครอบคลุมมากขึ้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

การค้นคว้าและสรุปผลข้อมูล

2.1 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบริษัทผู้ผลิต

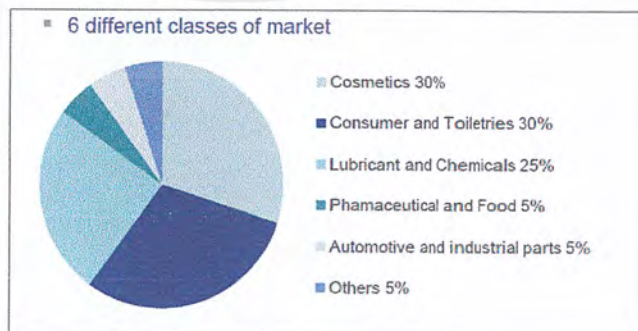
ความเป็นมาของบริษัทคอนิเมก จำกัดคือโรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกแบบครบวงจรโดยที่จะรับผลิตบรรจุภัณฑ์สินค้าประเภทอุปโภค บริโภค เคมีภัณฑ์ เป็นต้น ส่วนใหญ่บรรจุภัณฑ์สินค้าที่ผลิตจะอยู่ในรูปแบบของ ขวด หลอดบีบและกระปุก โรงงานตั้งอยู่ที่เลขที่ 40 หมู่ 12 ซอยชมิต ถนนสุขุมวิท 77 ศรีษะจระซอย บางเสาธง สมุทรปราการ 10540 จัดอยู่ในเขตกรุงเทพ-ปริมณฑล ซึ่งเป็นจุดเด่นของบริษัทที่ทำให้มีความสะดวกรวดเร็วต่อการประสานงานกับลูกค้า



ภาพที่ 2.1 แสดงตราสัญลักษณ์ของบริษัทคอนิเมก จำกัด

โดยบริษัทนั้นมีวิสัยทัศน์และเป้าหมายการดำเนินงานของบริษัทคือ การให้บริการแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One stop shop) โดยมีจุดประสงค์การบริการที่มีประสิทธิภาพและมีความรวดเร็วขึ้น บริการให้คำแนะนำปัญหาและการปรับเปลี่ยนรูปแบบบรรจุภัณฑ์ตามความต้องการของลูกค้าสามารถสร้างรูปแบบบรรจุภัณฑ์จำลองเสมือนจริง การปรับเปลี่ยนแม่พิมพ์การผลิตให้ได้รูปแบบที่ลูกค้าต้องการ บริการตกแต่งพิมพ์ฉลาก นอกจากนี้ยังครอบคลุมถึงบริการจัดส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าอีกด้วย

ผลิตภัณฑ์ของบริษัท มีการผลิตบรรจุภัณฑ์ของสินค้าที่หลากหลายแบ่งออกเป็นกลุ่มสินค้าประเภทเครื่องสำอางร้อยละ 30 กลุ่มสินค้าอุปโภคร้อยละ 30 กลุ่มสินค้าประเภทเคมีภัณฑ์ร้อยละ 25 กลุ่มสินค้าอาหารและยาร้อยละ 5 กลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเครื่องยนต์ร้อยละ 5 และอื่นๆ ร้อยละ 5



ภาพที่ 2.2 แสดงข้อมูลของบรรจุภัณฑ์สินค้าประเภทต่างๆที่ผลิตโดยบริษัทคอนิเมก จำกัด

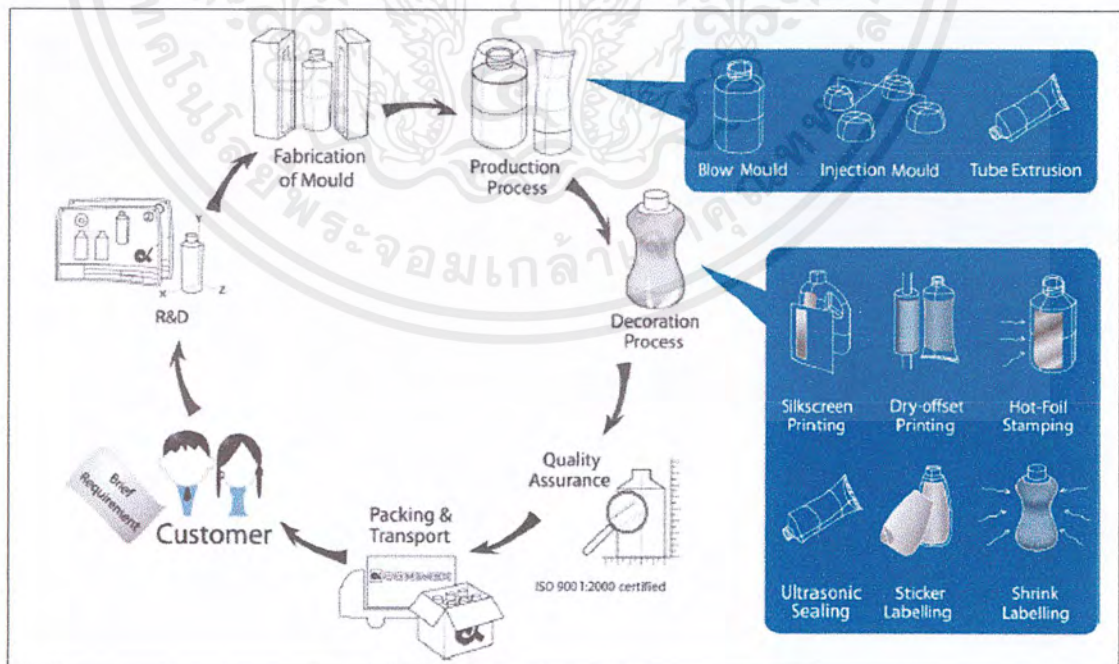
รูปแบบบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่บริษัทคอนิเมก จำกัดผลิต ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ประเภทขวด บรรจุภัณฑ์ประเภทหลอดบีบ และบรรจุภัณฑ์ประเภทกระปุก



ภาพที่ 2.3 แสดงชนิดของบรรจุภัณฑ์พลาสติกของบริษัทคอนิเมก จำกัด

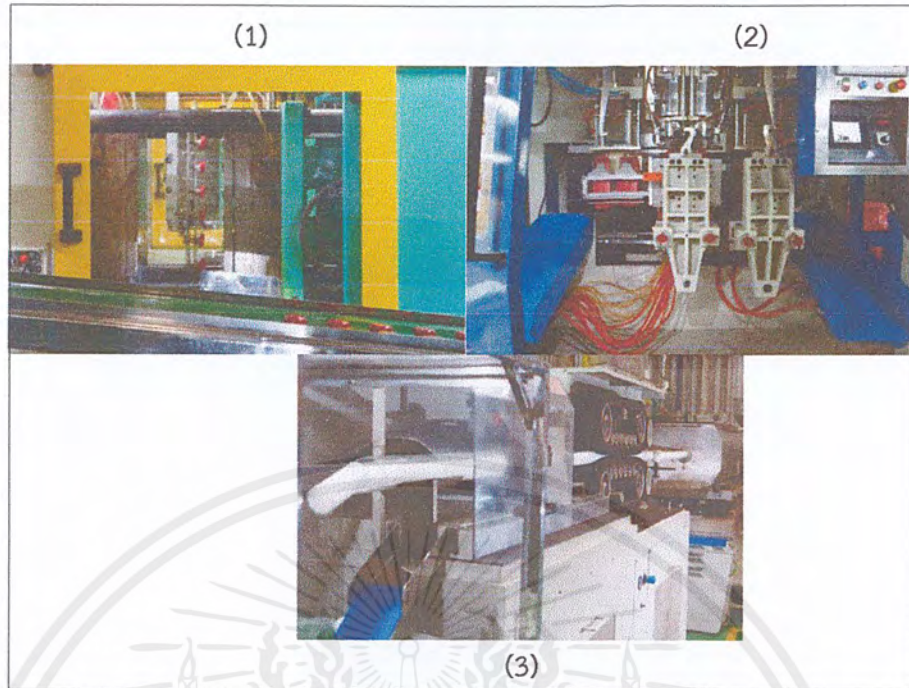
การศึกษาข้อมูลของบริษัททำให้ทราบถึงการจัดการบรรจุภัณฑ์ของบริษัทนั้นเป็นอย่างไร สามารถตอบสนองความต้องการบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มผู้ประกอบการย่อยได้อย่างไร เช่น บริษัทนั้นผลิตบรรจุภัณฑ์โดยใช้วัสดุดิบส่วนใหญ่คือ พลาสติกประเภทต่างๆ โดยรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตได้แก่ ขวด หลอดบีบ และกระปุก ผ่านวิธีการผลิตได้แก่ การขึ้นรูปแบบการอัดชนิดฉีด เป่า และรีด

โครงสร้างและระบบการดำเนินงานลักษณะโครงสร้างการดำเนินงานของโรงงานในปัจจุบัน ได้แก่ การรับออเดอร์จากลูกค้าบริการให้คำแนะนำปัญหาและการปรับเปลี่ยนรูปแบบบรรจุภัณฑ์ตามความต้องการของลูกค้าและเข้าสู่กระบวนการผลิตและตกแต่งมีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าก่อนส่งสินค้าสำเร็จถึงมือลูกค้า



ภาพที่ 2.4 แสดงขั้นตอนการผลิตบรรจุภัณฑ์ของบริษัทคอนิเมก จำกัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.5 แสดงกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกของบริษัทคอนิเมก จำกัด

จากภาพที่ 2.5 กระบวนการผลิต ซึ่งประกอบด้วย การขึ้นรูปพลาสติกแบบต่างๆที่โรงงานผลิตได้ ซึ่งประกอบด้วย การอัดแบบชนิดฉีด(1) ที่รองรับการผลิตบรรจุภัณฑ์กระปุก ฝา หรือชิ้นส่วนพลาสติกได้หลากหลายขนาดและรูปแบบ การอัดแบบชนิดเป่า(2) รองรับการผลิตขวดพลาสติกได้หลากหลายชนิดขนาด และรูปแบบ และการรีด(3) รองรับการผลิตหลอดบีบทุกขนาดด้วยเช่นกัน

Bottles Blow moulding			Jars Injection moulding	Tubes Tube extrusion
Injection Blow	Stretch Blow	Extrusion Blow		
<p>มีข้อดีหลายประการ มีความเร็วในการผลิตได้เป็นปริมาณมาก เนื่องจาก cycle time สั้น ไม่ติด-ทับรอคอย มีความหนาบางสม่ำเสมอ และไม่เสียเนื้อจากการผลิต</p> <p>มีจุดบดเล็กน้อยที่จุดตัด ค่าใช้จ่ายสูงเนื่องจากต้องทำแม่พิมพ์ฉีดพอร์ซัน การแก้ไขหรือเปลี่ยนแบบทำได้ยากเพราะต้องแก้ที่พอร์ซันด้วย</p>	<p>มีข้อดีหลายประการ มีน้ำหนักเบา ประหยัดค่าใช้จ่ายในการทำแม่พิมพ์พอร์ซัน เพราะสามารถใช้พอร์ซันแบบเดียวกับขวดหลายๆรูปร่างได้มีความใสเหมือนกระจก</p> <p>มีจุดบดเล็กน้อยที่จุดตัดรอบการทำงานจะช้ากว่าการอัดเป่า Injection Blow ควบคุมความหนาไม่ติด-ทับของชิ้นไม่สม่ำเสมอ</p>	<p>นิยมใช้กันมากเนื่องจากแม่พิมพ์จะปราศจากใบเฟือง ให้ผลผลิตสูง ทำงานได้เร็ว สามารถควบคุมความหนาและเป่าพลาสติกได้หลากหลายประเภท</p> <p>เกิดรอยต่อที่คอและก้นของขวด การควบคุมขนาดได้ไม่ดีนัก คุณภาพผิวก็ไม่สูงนัก (เมื่อเทียบกับการเป่าประเภทอื่น)</p>	<p>สามารถผลิตขึ้นมาที่รูปร่างซับซ้อนได้และมีหลายลักษณะ</p>	<p>ผลิตขึ้นแบบรูปพรรณต่างๆทั้งวงและตันยาวต่อเนื่องไม่รูปร่าง</p>
ข้อดี และ ข้อเสีย				

ภาพที่ 2.6 แสดงการข้อดีและข้อเสียของการผลิตที่เหมาะสมกับชนิดของบรรจุภัณฑ์ชนิดต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากภาพที่ 2.6 แสดงข้อมูลวิธีการผลิตที่ได้ทำการรวบรวมจากการไปสำรวจและสอบถามข้อมูลจากทางโรงงานผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์และสรุปออกมาในรูปแบบตารางจำแนกเปรียบเทียบข้อดีและข้อด้อยของการผลิตที่เหมาะสมกับชนิดของบรรจุภัณฑ์นั้นๆ



ภาพที่ 2.7 แสดงกระบวนการตกแต่งบรรจุภัณฑ์พลาสติกของบริษัทคอนิเมก จำกัด

จากภาพที่ 2.7 แสดงให้เห็นถึงลักษณะการทำงานของเครื่องผลิตบรรจุภัณฑ์ของโรงงานในแบบต่างๆ กระบวนการตกแต่งซึ่งประกอบด้วยระบบการพิมพ์แบบต่างๆ ได้แก่ การพิมพ์แบบซิลสกรีน(1) การพิมพ์แบบไดร้ออฟเซต(2) การพิมพ์ฉลากสติ๊กเกอร์(3) การพิมพ์ฉลากแบบซิงค์(4) การปั๊มฟอยล์(4) และการซีลให้ความร้อน(6)

Printing		Decoration		
Silkscreen <ul style="list-style-type: none"> • แม่พิมพ์ราคาไม่สูง เหมาะกับงานพิมพ์จำนวนมาก • เหมาะกับภาพลายเส้น สามารถพิมพ์บนวัสดุได้หลายชนิด • สามารถพิมพ์งานสอดสีได้ • พิมพ์หนักพิมพ์ต่างกันได้ดีกว่าระบบอื่นๆ เช่น Spot UV, Metallic 	Dry-offset <ul style="list-style-type: none"> • สามารถผลิตงานพิมพ์ที่มีคุณภาพสูงจนถึง 8 สี • แม่พิมพ์เป็นแผ่นแบนราบ จัดเก็บง่าย • สามารถพิมพ์บนวัสดุกับพื้นผิวเรียบได้ 	Sticker Labelling <p>มีหลากหลายชนิด แต่ละชนิดมีคุณสมบัติแตกต่างกัน</p> <ul style="list-style-type: none"> • สติกเกอร์กระดาษ • สติกเกอร์ PVC • สติกเกอร์ PP • สติกเกอร์ PET • สติกเกอร์กันปลอม • สติกเกอร์สุญญากาศ <p>มีราคาไม่สูงเพราะขั้นตอนไม่ซับซ้อน</p>	Foil Stamping <p>การปั๊มพอยต์ลงบนผิวชิ้นงาน ประกอบด้วย สีเงิน สีทอง สีน้ำเงิน สีแดง สีเขียว เป็นต้น</p> <p>มีความงามตาม ธรรมชาติระบบนี้ส่วนใหญ่จะพิมพ์อยู่บนวัสดุที่ต้องการความเงาแวววาวของเส้นและสีเข้มสีอ้อมีสามารถเพิ่มความน่าสนใจได้สีสันค่าที่ภาพลักษณ์พรีเมียมแต่ราคาก็จะสูงขึ้นเนื่องจากมีความซับซ้อน</p>	Ultrasonic Sealing <p>การเชื่อมพลาสติกด้วยความร้อนสูง และสามารถใช้ได้ทันทีหลังจากการเชื่อมเป็นเส้นตรง</p>
Shrink Labelling <p>เหมาะกับการใช้กับรูปร่างโค้งงอ ช่วยให้สินค้ามีความเด่น ฉากสามารถพิมพ์ตลอดด้านในและสอดสีด้านนอกสามารถพิมพ์รูปภาพข้อความและใช้สีสันตามความต้องการ ทำให้ผู้บริโภคสนใจได้ว่าสินค้านี้ยังไม่ผ่านการเปิดใช้จากใครมาก่อน ช่วยในเรื่องความปลอดภัยในการใช้งาน</p>	Pad Printing <p>เป็นการพิมพ์พื้นผิวที่ขรุขระ มีรูปทรงที่ในภาพจากแม่พิมพ์ แล้วกดกับบนชิ้นงานซึ่งมีพื้นผิว รูปทรงต่าง ๆ ระบบนี้สามารถพิมพ์ได้บนพื้นผิวที่มีความโค้งงอได้ดี</p>	Heat Transfer <p>ระบบนี้สามารถพิมพ์ที่มีความละเอียดของภาพ การไล่เฉดสี หรือการพิมพ์ภาพเหมือนได้สวยงามกว่าระบบอื่น</p>		
ข้อดี และ ข้อด้อย				

ภาพที่ 2.8 แสดงการสรุปข้อดีและข้อด้อยของกระบวนการตกแต่งบรรจุภัณฑ์ของบริษัทคอนิเมก จำกัด

ภาพที่ 2.8 แสดงข้อมูลการตกแต่งบรรจุภัณฑ์ที่ได้ทำการรวบรวมจากการไปสำรวจและสอบถามข้อมูลจากทางโรงงานผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์และมีการแบ่งเป็นออกเป็นชนิดของการพิมพ์ฉลากและวิธีการตกแต่งต่างๆ โดยสรุปออกมาในรูปแบบตารางจำแนกเปรียบเทียบข้อดีและข้อด้อยเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบให้เหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์อย่างมีประสิทธิภาพ

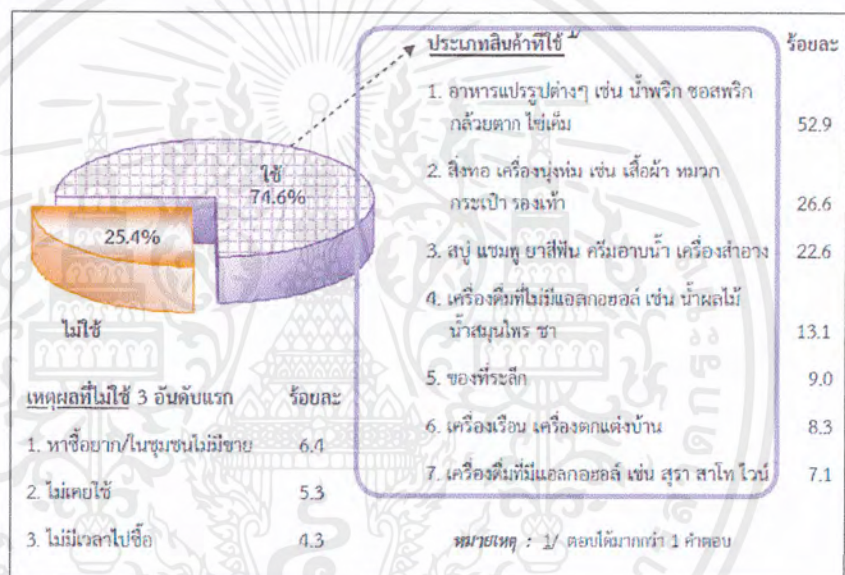
2.2 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมครอบคลุมกลุ่มประเภทกิจการ 3 กลุ่ม ใหญ่ๆ คือ การผลิต การค้าและการบริการ นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของระบบเศรษฐกิจ โดยมีจำนวนประมาณร้อยละ 99 ของธุรกิจทั้งหมด จึงมีบทบาทสำคัญในการเป็นฐานรากการพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นกลไกหลักในการฟื้นฟูและเสริมสร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจรวมทั้งเป็นกลไกในการแก้ไขปัญหาความยากจน โดยข้อมูลที่ยืนยันถึงบทบาททาง เศรษฐกิจไทยที่สำคัญดังกล่าวได้แก่การก่อให้เกิดการจ้างงานคิดเป็นสัดส่วนถึงกว่าร้อยละ 77 ของ การจ้างงานรวมของประเทศ บทบาทในการสร้างมูลค่าเพิ่มเฉลี่ย ประมาณร้อยละ 39 ของมูลค่า ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ และมีมูลค่าการส่งออกโดยตรง สัดส่วนร้อยละ 29 ของ มูลค่าการส่งออกรวม²

² ที่มา : แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม [online] เข้าถึงได้จาก <http://library.dip.go.th/multim4/ebook/.pdf>

จะเห็นได้ว่าธุรกิจ SMEs มีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทยในหลายๆด้านซึ่ง กล่าวโดยสรุป ได้ดังนี้ธุรกิจ SMEs ช่วยการสร้างงาน สร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างเงินตราต่างประเทศ ช่วยประหยัดเงินตราต่างประเทศ โดยการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศ เป็นจุดเริ่มต้นในการลงทุน และสร้างเสริมประสบการณ์ ช่วยเชื่อมโยงกับกิจกรรมขนาดใหญ่ และภาคการผลิตอื่น ๆ เช่น ภาคเกษตรกรรม เป็นแหล่งพัฒนาทักษะฝีมือ³

ธุรกิจ SMEs เป็นธุรกิจที่มีจำนวนมากและมีการผลิตสินค้าหลากหลายประเภท สินค้าที่ผลิตนั้นดูได้จากข้อมูลแสดงร้อยละของประชาชนที่จำแนกตามการใช้ประเภทของสินค้าของธุรกิจ SMEs ในรอบปีที่ผ่านมา ได้แก่ อาหารแปรรูปต่างๆสัดส่วนร้อยละ 52.9 สิ่งทอสัดส่วนร้อยละ 26.6 เครื่องสำอางและสินค้าอุปโภค เช่น สบู่ แชมพูและครีมบำรุง เป็นต้น โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 22.6 และอื่นๆ



ภาพที่ 2.9 แสดงร้อยละของประชาชนจำแนกตามการใช้ประเภทของสินค้าของธุรกิจ SMEs
ข้อมูลจาก : สำนักสถิติพยากรณ์ สำนักงานสถิติแห่งชาติ

จากภาพที่ 2.9 จะเห็นได้ว่าสินค้าที่ผลิตโดยผู้ประกอบการรายย่อยประเภทอาหารมีสัดส่วนมากที่สุดรองลงมาคือสิ่งทอและสินค้าอุปโภคจากนั้นนำมาเทียบกับประเภทบรรจุภัณฑ์ของสินค้าที่ผลิตโดยบริษัทคอนิเมก จำกัดแล้ว บรรจุภัณฑ์ประเภทอาหารมีสัดส่วนน้อยมากเนื่องจากบริษัทคอนิเมกมีความถนัดในการผลิตบรรจุภัณฑ์สินค้าประเภทเครื่องสำอางและสินค้าอุปโภคมากที่สุด จึงได้นำข้อมูลข้างต้นมา

³ ที่มา : ศูนย์ธุรกิจอุตสาหกรรม BOC กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม [online] เข้าถึงได้จาก

http://voc.dip.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=4&Itemid=5

เปรียบเทียบเป็นที่มาของการเลือกประเภทสินค้าในโครงการเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ สินค้าอุปโภคหรือผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตนเองและได้ทำการสืบค้นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับลักษณะบรรจุภัณฑ์ประเภท ผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตนเอง เช่น แชมพู ครีมนวดน้ำ ที่ผลิตโดยผู้ประกอบการรายย่อยส่วนใหญ่ของสินค้านั้นจะมีความคล้ายคลึงกับรูปแบบสินค้าทั่วไปในตลาดทำให้ไม่มีความแตกต่าง ขาดจุดเด่นและไม่ส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้า เพราะส่วนใหญ่ผู้ประกอบการมักจะเลือกรูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าที่คุ้นเคยจดจำได้และสามารถหาได้ง่ายตามท้องตลาด เกิดเป็นข้อจำกัดในการเลือกรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผู้ประกอบการรายย่อย



ภาพที่ 2.10 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์แชมพู ที่ผลิตโดยผู้ประกอบการรายย่อย จำนวน 5 ราย ข้อมูลจาก : <http://www.thaitambon.com/Tambon/topcprod.asp>

จากภาพที่ 2.10 จะเห็นได้ว่าการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้ประกอบการรายย่อย มีความคล้ายคลึงกันมากทั้งที่สินค้าทั้ง 5 ชนิดล้วนได้รับการคัดเลือกให้เป็นสินค้าที่คุณภาพระดับ 4 ดาว มีส่วนประกอบที่มีจุดขายแตกต่างกันทั้ง 5 ชนิดเพราะผลิตจากสถานที่ผลิตที่แตกต่างกันแต่บรรจุภัณฑ์ไม่ได้ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ยกระดับราคาสินค้าทั้งที่เป็นสินค้าที่ผลิตจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพทำให้เกิดการดึงดูดให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าเท่าที่ควร ซึ่งสาเหตุข้างต้นอาจเกิดจากปัจจุบันการจัดหาบรรจุภัณฑ์ของ

ผู้ประกอบการรายย่อยให้กับสินค้าของตนนั้นมีทางเลือกที่ถูกจำกัดการจัดหาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตนเองสามารถสรุปและจำแนกออกเป็น 2 ลักษณะ ได้ดังนี้

ตารางที่ 2.1 แสดงการจัดหาบรรจุภัณฑ์สินค้าของผู้ประกอบการรายย่อยผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตนเอง

	วิธีการสรรหาบรรจุภัณฑ์ของผู้ประกอบการรายย่อย	สถานที่สรรหาบรรจุภัณฑ์	ข้อเสียเปรียบ	ข้อได้เปรียบ
A	ข้อสำเร็จ	แหล่งซื้อบรรจุภัณฑ์สำเร็จรูป	มีรูปแบบให้เลือกจำกัด รูปแบบมีโอกาสซ้ำกับคู่แข่งได้ง่ายเนื่องจากหาจากแหล่งเดียวกัน	ไม่ยุ่งยากใช้เวลาในการจัดหาไม่มาก
B	มีรูปแบบบรรจุภัณฑ์และจึงมาจ้างผลิต	โรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก	ราคาสูง มีการดำเนินการนาน เนื่องจากต้องจ้างออกแบบก่อนแล้วจึงนำมาจ้างผลิต	ได้รูปแบบบรรจุภัณฑ์ตามที่ต้องการ และเหมาะสมกับสินค้า

จากตารางที่ 2.1 และข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปความต้องการบรรจุภัณฑ์ของผู้ประกอบการรายย่อย คือ ต้องการบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะดังนี้คือ บรรจุภัณฑ์สามารถเก็บรักษาคุณภาพของสินค้าได้คงทนมีความเหมาะสมกับกายภาพสินค้า สะดวกและเหมาะสมในการใช้งานมีความคงทนทนแรงกดดันมีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย รูปแบบมีความสวยงาม ทันสมัย และมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับสามารถสร้างภาพลักษณ์ให้กับสินค้าได้ มีน้ำหนักเบาจ่ายต่อการขนส่งที่สำคัญที่สุดราคาถูกอยู่ในความสามารถที่จะลงทุนผลิตได้

2.3 ผลิตภัณฑ์ในโครงการ

จากข้อมูลข้างต้นทำให้ทราบถึงความต้องการของผู้ประกอบการรายย่อยที่ผลิตสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ดูแลตนเองซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ครอบคลุมตั้งแต่ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าผลิตภัณฑ์ดูแลผิวกายผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม เป็นสินค้าประเภทที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคมาโดยตลอดธุรกิจจึงมีการแข่งขันสูงและมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีจุดขายหลากหลายขึ้นทั้งภาพลักษณ์และขนาดของสินค้าโดยในโครงการออกแบบนี้จะกำหนดขนาดของผลิตภัณฑ์โดยมีที่มาจากผู้ที่มีบทบาทที่เกี่ยวข้องนั้นได้แก่ ผู้บริโภค

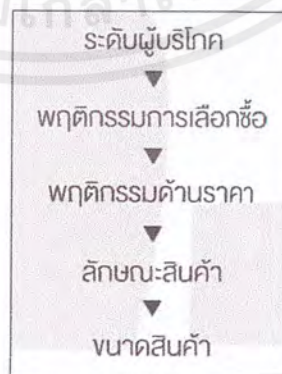
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้ประกอบการรายย่อยและบริษัทผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์โดยสัดส่วนของผู้ที่บทบาทในการกำหนดขนาดสินค้าในโครงการผู้ผลิตสินค้าหรือผู้ประกอบการรายย่อยนั้นมีส่วนในการกำหนดขนาดของสินค้าได้เช่นกันโดยสามารถใส่ความต้องการของตนเองลงไปได้ แต่ส่วนใหญ่แล้วเพื่อให้สินค้าขายได้ ผู้บริโภคถือเป็นผู้มีอิทธิพลมากที่สุดในการกำหนดปัจจัยต่างๆ ทั้งลักษณะสินค้า รูปแบบ ภาพลักษณ์ รวมไปถึงขนาดบรรจุเนื่องจากเป็นผู้ตัดสินใจซื้อสินค้า ในขณะที่บริษัทผู้ผลิตนั้นมีความสามารถผลิตบรรจุภัณฑ์ได้อย่างหลากหลาย ตั้งแต่ขนาดเล็กจนถึงขนาดใหญ่พิเศษ

ตารางที่ 2.2 แสดงข้อมูลขนาดบรรจุภัณฑ์ที่มีการผลิตของบริษัทคอนิเมก จำกัด

ขวด (Bottles)	กระปุก (Jars)	หลอดบีบ (Tubes)
Bottles A (1-100 ml)	Jars A (01-100 ml)	9 tube diameters 16mm 18mm 22mm 25mm 30mm 35mm 38mm 40mm 49mm length from 45 to 170 mm
Bottles B (101-200 ml)	Jars B (101-200 ml)	
Bottles C (201-300 ml)	Jars C (201-300 ml)	
Bottles E (401-500 ml)	Jars D (301-400 ml)	
Bottles F (501-1000 ml)	Jars E (401-500 ml)	
Bottles G (1000-5000 ml)	Jars F (504-1000 ml)	

จากตารางที่ 2.2 แสดงเกณฑ์ในการกำหนดขนาดมาตรฐาน ได้แก่ กลุ่มขนาดเล็ก (S) กลุ่มขนาดกลาง (M) กลุ่มขนาดใหญ่ (L) กลุ่มขนาดใหญ่พิเศษ (XL) แสดงให้เห็นว่าบริษัทผู้ผลิตมีศักยภาพการผลิตที่ครอบคลุมทุกขนาด แต่การจะผลิตทุกๆขนาดเพื่อตอบสนองทุกๆความต้องการนั้นย่อมเกินขีดความสามารถทางโครงการจึงได้รวบรวมข้อมูลที่จะกำหนดขนาดสินค้าในโครงการ



ภาพที่ 2.11 แสดงขั้นตอนการรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมากำหนดขนาดของบรรจุภัณฑ์ในโครงการ

จากภาพที่ 2.11 ระดับผู้บริโภคคือการแบ่งตามผู้บริโภคจากสถานะทางสังคม (Social class) ลักษณะชนชั้นทางสังคมจะบ่งบอกถึงคนที่อยู่ในแต่ละชั้นทางสังคมมักมีแนวโน้มพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน บ่งชี้ได้จากอาชีพ รายได้ การศึกษา และแนวโน้มค่านิยม ชั้นสังคมคนในชั้นสังคมเดียวกันนั้นจะถ่ายทอดพฤติกรรมให้กัน เกิดการเลือกซื้อสินค้าที่สอดคล้องกับชั้นสังคมของตนทำให้สามารถทราบถึงสถานที่การจัดจำหน่ายของสินค้าเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลขนาดของสินค้าแต่ละชนิดที่เป็นที่นิยมของผู้บริโภคได้และได้ทำการจำแนกขนาดและประเภทของบรรจุภัณฑ์ได้ดังนี้

Bottles	Tubes	Jars
Body Wash สบู่เหลวอาบน้ำ 60 ml 80 ml 90 ml 100 ml 180 ml 200 ml 230 ml 250 ml 300 ml 320 ml 400 ml 450 ml 480 ml 500 ml 550 ml 950 ml	Body Scrub สครับขัดผิวตัว 150 ml 170 ml 200 ml 240 ml	Body Scrub สครับขัดผิวตัว 50 ml 200 ml 250 ml 300 ml 350 ml
Body Lotion ครีมทาตัว 50 ml 100 ml 125 ml 135 ml 150 ml 155 ml 200 ml 230 ml 250 ml 300 ml 320 ml 350 ml 360 ml 400 ml 650 ml 690 ml	Body Lotion ครีมทาตัว 70 ml 100 ml 170 ml 180 ml 200 ml 240 ml 250 ml 300 ml 320 ml 350 ml	Body Lotion ครีมทาตัว 60 ml 150 ml 200 ml
Hair Shampoo แชมพูสระผม 60 ml 70 ml 140 ml 150 ml 220 ml 230 ml 250 ml 320 ml 330 ml 340 ml 460 ml 480 ml	Face Cleansing สบูล้างผิวหน้า 45 ml 50 ml 60 ml 90 ml 100 ml 120 ml 180 ml	Face cream ครีมบำรุงหน้า 50 ml 100 ml
Hair Conditioner ครีมนวดผม 65 ml 70 ml 140 ml 150 ml 170 ml 180 ml 230 ml 250 ml 330 ml 335 ml 340 ml 450 ml 460 ml 480 ml	Facial Scrub สครับขัดผิวหน้า 50 ml 75 ml 100 ml 150 ml	Facial Scrub สครับขัดผิวหน้า 50 ml 100 ml 150 ml
Hair Oil น้ำมันบำรุงเส้นผม 100 ml 295 ml	Hand Cream ครีมบำรุงมือ 75 ml 85 ml 125 ml	Hair Conditioner ครีมนวดผม 180 ml 200 ml 250 ml
Massage Oil น้ำมันนวดตัว 30 ml 60 ml 100 ml 220 ml 230 ml		
ปริมาณบรรจุ ได้แก่ ขนาด 60 100 150 180 230 250 450 480 Unit : ml	ปริมาณบรรจุ ได้แก่ ขนาด 100 180 250 Unit : ml	ปริมาณบรรจุ ได้แก่ ขนาด 100 200 350 Unit : ml

ภาพที่ 2.12 แสดงข้อมูลการสรุปขนาดบรรจุภัณฑ์จำแนกตามชนิดของผลิตภัณฑ์

จากภาพที่ 2.12 จะเห็นได้ว่าสินค้าแต่ละชนิดมีขนาดที่หลากหลายมากการที่บริษัทคอนิเมก จำกัด จะผลิตบรรจุภัณฑ์ให้ตอบสนองทั้งหมดนั้นจึงเป็นไปได้ยาก ทางโครงการจึงได้สรุปขนาดที่เป็นที่นิยมมากที่สุดและเป็นขนาดที่จะนำไปใช้ในขั้นตอนการออกแบบต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์

จากข้อมูลด้านความต้องการของผลิตภัณฑ์ จึงได้ทำการคัดเลือกวัสดุและกรรมวิธีการผลิตที่สามารถตอบสนองความต้องการของผลิตภัณฑ์รวมทั้งมีความเป็นไปได้ในการผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์ในโครงการ ได้แก่

2.4.1 บรรจุภัณฑ์แก้ว (Glass Product) ปัจจุบันได้มีการใช้ความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีใหม่ๆรวมทั้งเครื่องจักรอัตโนมัติช่วยในการผลิตเพื่อให้ได้แก้วที่มีคุณภาพสูงสำหรับประเทศไทย อุตสาหกรรมผลิตแก้วได้เริ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2498 โดยองค์การแก้ว ซึ่งทำการผลิตภาชนะบรรจุแก้วเพื่อทดสอบการนำเข้าสู่สำหรับใช้ในอุตสาหกรรมผลิตเครื่องดื่ม เภสัชภัณฑ์ เครื่องสำอาง และอาหารอื่นๆ



ภาพที่ 2.13 แสดงตัวอย่างบรรจุภัณฑ์แก้ว

คุณสมบัติของขวดแก้วขวดแก้วมีคุณสมบัติที่เด่นชัดคือ มีความเป็นกลางและไม่ทำปฏิกิริยาใดๆกับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายในเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความปลอดภัยสูงมีความใสสามารถมองเห็นของที่บรรจุอยู่ภายในได้ช่วยในการตัดสินใจของผู้บริโภคเมื่อเปิดแล้วสามารถปิดกลับเพื่อใช้ใหม่ได้นอกจากนั้นขวดแก้วยังสามารถใช้หมุนเวียนได้ มีความคงรูปเมื่อวางเรียงซ้อนจึงให้ความสะดวกในการขนส่งมีความคงทนถาวรไม่เสื่อมสภาพตลอดอายุของผลิตภัณฑ์ทนความร้อนได้สูงมากและป้องกันการซึมผ่านของก๊าซและไอน้ำได้อย่างไรก็ตามขวดแก้วก็มีข้อเสีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีน้ำหนักมากและแตกง่าย ดังนั้นการปรับปรุงคุณภาพของขวดแก้วจึงมีความจำเป็นโดยใช้เทคโนโลยีเพื่อให้ได้แก้วที่มีความแข็งแรงเพิ่มขึ้นผิวบางลงและน้ำหนักเบากว่าเดิมทั้งยังเป็นการประหยัดทรัพยากรธรรมชาติอีกด้วย

2.4.2 บรรจุภัณฑ์พลาสติก (Plastic Product) พลาสติกเป็นวัสดุที่สำคัญต่อการบรรจุภัณฑ์ และมีปริมาณการใช้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วทั้งนี้เนื่องมาจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในด้านนี้จนสามารถผลิตเม็ดพลาสติกได้หลายชนิดที่มีคุณสมบัติแตกต่างกันไปและสามารถเลือกใช้ตามความเหมาะสม



ภาพที่ 2.14 แสดงบรรจุภัณฑ์พลาสติกผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตนเองที่ผลิตโดยบริษัทคอนิเมก จำกัด

คุณสมบัติของพลาสติกทั่วไปสามารถจำแนกได้หลายประเภทเพื่อประโยชน์ในการวิเคราะห์ให้ได้วัสดุที่เหมาะสมตรงตามจุดประสงค์ในการนำไปใช้งาน แบ่งได้ดังนี้

- จำแนกตามคุณสมบัติทางกล เคมี ฟิสิกส์ และไฟฟ้า
- จำแนกตามคุณสมบัติที่เกี่ยวกับการป้องกัน (barrier property) เช่น อัตราการซึมผ่านของ ไอน้ำ อัตราการซึมผ่านของก๊าซ การต้านทานไขมัน
- จำแนกตามคุณสมบัติด้านความแข็งแรง (strength property) เช่น การต้านแรงดึงขาด การต้าน แรงกระแทก ความทนทานต่อความร้อนหรือความเย็น
- นอกจากนี้ยังมีคุณสมบัติด้านการใช้งาน (functional property) เช่น ด้านความใส ความสามารถในการปิดผนึกด้วยความร้อน หรือความสามารถในการใช้กับเครื่องจักร
- โดยนำมาแสดงเป็นตารางเพื่อเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียในการคัดเลือกบรรจุภัณฑ์ให้ได้ผล ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

คุณสมบัติ	PE		PET	PETG	PVDC	PVC	PS	PP	
	LOPE	HDPE						Regular	Oriented
ความหนาแน่น(กรัม/ลบ.ซม.)	0.91-0.925	0.94-0.965	1.35-1.40	1.27	1.7	1.35	1.0-1.1	0.89-0.91	0.90
ความใส	ขุ่นแต่โปร่งแสง	ขุ่นแต่โปร่งแสง	ใส	ใส	ใส เป็นทึบขาว	ใส	ใส	ใส	ขุ่นแต่โปร่งแสง
การป้องกันไอน้ำ	ดี	ดีมาก	ปานกลาง	ปานกลาง	ดีมาก	ปานกลาง	ไม่ดี	ดีมาก	ดีมาก
การป้องกันออกซิเจน	ไม่ดี	ไม่ดี	ดี	ดี	ดีมาก	ดี	ไม่ดี	ไม่ดี	ไม่ดี
การป้องกันคาร์บอนไดออกไซด์	ไม่ดี	ไม่ดี	ดี	ดี	ดี	ดี	ไม่ดี	ปานกลาง	ปานกลาง
ความต้านทานต่อกรด	ปานกลางถึงดีมาก	ปานกลางถึงดีมาก	ปานกลางถึงดี	ปานกลาง	ปานกลาง	ดีถึงดีมาก	ปานกลางถึงดี	ปานกลางถึงดีมาก	ปานกลางถึงดีมาก
ความต้านทานต่อแอลกอฮอล์	ปานกลางถึงดีมาก	ดี	ดี	ดี	ดี	ดี	ปานกลาง	ดี	ดี
ความต้านทานต่อต่าง	ดีถึงดีมาก	ดีถึงดีมาก	ไม่ดีถึงปานกลาง	ไม่ดีถึงปานกลาง	ไม่ดีถึงดีมาก	ดีถึงดีมาก	ดี	ดีมาก	ดีมาก
ความต้านทานต่อแรงกด	พอใช้ถึงดีมาก	พอใช้ถึงดีมาก	ไม่ดีถึงพอใช้	พอใช้	ดี	ดีถึงดีมาก	ปานกลาง	พอใช้ถึงดีมาก	พอใช้ถึงดีมาก
ความต้านทานต่อตัวทำละลาย	ไม่ดีถึงปานกลาง	ไม่ดีถึงดี	ดี	ไม่ดีถึงดี	ไม่ดีถึงดี	ไม่ดีถึงดี	ไม่ดี	ไม่ดีถึงดี	ไม่ดีถึงดี
ความต้านทานต่อความร้อน	ปานกลาง	ปานกลางถึงดี	ไม่ดีถึงปานกลาง	ไม่ดีถึงปานกลาง	ปานกลาง	ไม่ดีถึงปานกลาง	ปานกลาง	ดี	ดี
ความต้านทานต่อความเย็น	ดีมาก	ดีมาก	ดี	ดี	ดี	ปานกลาง	ไม่ดี	ไม่ดีถึงปานกลาง	ดีมาก
ความทนทานต่อแรงกระแทก	ดีมาก	ดีถึงดีมาก	ดีถึงดีมาก	ไม่ดีถึงปานกลาง	ดี	ปานกลางถึงดี	ไม่ดีถึงดี	ไม่ดีถึงดี	ดีมาก

ภาพที่ 2.15 แสดงคุณสมบัติของพลาสติกชนิดที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตนเอง

จากภาพที่ 2.15 แสดงให้เห็นถึงข้อดีและข้อด้อยของแต่ละชนิดของพลาสติกการเลือกใช้งานพลาสติกนอกจากต้องคำนึงถึงราคาที่เหมาะสม ยังจะต้องเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุด้วยนอกจากนี้ต้องคำนึงถึงปัจจัยอื่นๆอีก เช่น การทนทานต่อน้ำหนักกดทับ อุณหภูมิที่ใช้บรรจุ การทรงตัว การปิดฉลาก การปิดฝา ความหนาของขวดและการทนทานต่อการกดกระแทก เป็นต้น

3) วัสดุสำหรับฉลาก วัสดุสำหรับฉลากปัจจุบันมีหลากหลายชนิดบางชนิดมีราคาสูงในโครงการจึงเลือกศึกษาวัสดุประเภทกระดาษเนื่องจากมีราคาต้นทุนถูก ในมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม มอก.283-2534 ได้ให้นิยามของกระดาษชนิดต่างๆ ดังนี้

- กระดาษแข็งเพื่อการพิมพ์ มาตรฐานนี้จะเรียกว่า “กระดาษแข็ง” คือ กระดาษกล่อง (Box board) และกระดาษการ์ด (Cardboard) ที่ทำขึ้นให้เหมาะสำหรับการพิมพ์ด้านเดียวหรือ 2 ด้าน
- กระดาษกล่อง คือ กระดาษแข็ง ผิวด้านหนึ่งของกระดาษเหมาะแก่การพิมพ์
- กระดาษกล่องเคลือบ (Coated boxboard) คือ กระดาษกล่องผิวหน้าไม่เคลือบผงสี

- กระดาษการ์ด คือ กระดาษแข็งชั้นเดียวหรือหลายชั้นผิวหน้าพิมพ์ได้ทั้ง 2 ด้าน
- กระดาษมานิลา (Manila cardboard) คือกระดาษหาร์ทหลายชั้นซึ่งผิวหน้าทั้ง 2 ด้าน มีสมบัติเหมือนกันและเหมาะสำหรับการพิมพ์ ส่วนชั้นในมีสมบัติต่างออกไป
- กระดาษการ์ดมานิลาเคลือบ (Coated Manila cardboard) หมายถึง กระดาษมานิลา ที่ผิวหน้าทั้ง 2 ด้าน เคลือบด้วยผงสี และตัวยึดเพื่อให้ผิวเรียบ
- กระดาษการ์ดมานิลาไม่เคลือบ (Uncoated Manila cardboard) หมายถึง กระดาษมานิลาที่ผิวทั้ง 2 ด้าน ไม่ได้เคลือบผงสีและตัวยึด
- กระดาษการ์ดไอวอรี (Ivory cardboard) หมายถึง กระดาษการ์ดชั้นเดียว หรือหลายชั้นที่ทุกชั้นมีคุณสมบัติเหมือนกัน
- กระดาษการ์ดอาร์ต (Art cardboard) หมายถึง กระดาษการ์ดไอวอรี ที่ผิวหน้าเคลือบด้วยผงสี และตัวยึดเพื่อให้ผิวเรียบ

2.4.3 ข้อบังคับทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ ผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตนเอง ถูกจัดอยู่ในกลุ่มของเครื่องสำอางทั่วไป ตามกฎหมาย ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เป็นเครื่องสำอางที่ไม่มีส่วนผสมของสารควบคุมพิเศษและมีได้ เป็นเครื่องสำอางควบคุม ตามประกาศ ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เมื่อ 17 มีนาคม 2554 ได้ชี้แจงการแสดงฉลากเครื่องสำอางให้ เป็นไปตามรูปแบบเดียวกัน โดยจะเริ่มมีผลบังคับ ใช้ตั้งแต่วันที่ 14 กันยายน 2554 ฉลากเครื่องสำอางต้องแสดงข้อความอันจำเป็นดังนี้

- ชื่อเครื่องสำอางและชื่อทางการค้าของเครื่องสำอางต้องมีขนาดใหญ่กว่าข้อความอื่น
- ประเภทหรือชนิดของเครื่องสำอาง
- ชื่อของสารทุกชนิดที่ใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอางจะต้องเป็นชื่อตามตำราที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากำหนดและจะต้องเรียงลำดับตามปริมาณของสารจากมากไปหาน้อย
- วิธีใช้เครื่องสำอาง
- ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิต กรณีเป็นที่ผลิตในประเทศ ชื่อและที่ตั้งของผู้นำเข้าและผู้ผลิตและประเทศที่ผลิตกรณีเป็นเครื่องสำอางนำเข้า
- ปริมาณสุทธิและเลขที่แสดงครั้งที่ผลิต
- เดือน ปี ที่ผลิต หรือ ปี เดือน ที่ผลิต เดือน ปี ที่หมดอายุ หรือ ปี เดือน ที่หมดอายุ หรือข้อความอื่นที่มีความหมายในทำนอง เดียวกัน
- คำเตือน เกี่ยวกับอันตรายที่อาจเกิดขึ้นต่ออนามัยของบุคคล (ถ้ามี)
- เลขที่ใบรับแจ้ง⁴

⁴ ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. 2556. ข้อควรรู้เรื่องฉลากเครื่องสำอาง. [Online]. เข้าถึงได้จาก :

http://www.thaicream.com/images/wbques_1304137787/fda%20label%20-2554.pdf

2.5 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค

นอกจากลักษณะและประเภทของบรรจุภัณฑ์ที่สำคัญที่บรรจุภัณฑ์จะมีประสิทธิภาพที่เหมาะสมกับสินค้านั้น รูปแบบและภาพลักษณ์ถือเป็นสิ่งสำคัญ โดยรูปแบบและภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ในโครงการจะมีที่มาจากผู้ที่มีบทบาทที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้บริโภค ผู้ประกอบการ รายย่อยและบริษัทผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์

การกำหนดภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์นั้น ผู้ประกอบการรายย่อย สามารถกำหนดความต้องการของตนได้เช่นกัน และผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์นั้นก็สามารถแนะนำรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดีที่สุดและเหมาะสมที่สุดให้กับลูกค้าได้ด้วยเช่นกัน ซึ่งล้วนมีผลต่อการออกแบบได้ทั้งสิ้น แต่ถึงอย่างไรผู้บริโภคจัดเป็นส่วนสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้ามากที่สุดการผลิตบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ตรงใจผู้บริโภคจำเป็นที่จะต้องศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้แก่ แนวโน้ม ทิศนคติที่มีต่อสินค้าของผู้บริโภคในปัจจุบันให้ครอบคลุม เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้กำหนดแนวทางการออกแบบเพื่อให้สามารถสะท้อนภาพลักษณ์ ดึงดูดใจและแสดงความเป็นตัวตนของผู้บริโภคกับสินค้าได้

ภาพลักษณ์ของผู้บริโภคในปัจจุบันนั้นมีหลากหลาย จะเห็นได้จากทฤษฎีการวิเคราะห์เรื่องบุคลิกภาพของชิเคโนบุ โคบายาชิ (Shikenobu Kobayashi) ได้มีการวิเคราะห์การจัดหมวดหมู่จากความหมายของคำสู่การใช้สีสีนต่างๆ ซึ่งภาพลักษณ์ที่คล้ายกันจะถูกจัดกลุ่มเข้าด้วยกัน⁵ ดังนี้

ตารางที่ 2.3 แสดงการจัดหมวดหมู่คำที่แสดงถึงภาพลักษณ์และบุคลิกภาพของชิเคโนบุ โคบายาชิ

Pretty	Cute น่ารัก น่าเอ็นดู	Childlike เหมือนเด็ก น่าเอ็นดู
	Pretty สวยน่ารัก กระจุ้มกระจิม	Sweet อ่อนหวาน
Casual	Amusing รื่นรมย์ เพลิดเพลิน	Bright สว่าง สดใส
	Casual สบายๆ ไม่มีกฎเกณฑ์	Cheerful ชื่นบาน น่ายินดี
	Colorful มีสีสัน	Dazzling เตะตา ละลานตา
	Delicious ชื่นใจ จับใจ	Enjoyable สนุกสนาน
	Festival เอลิมอลอง รื่นเริง	Flamboyant พู่ฟ่า
	Friendly ดูเป็นมิตร	Happy ปิติยินดี
	Merry สนุกสนาน ร่าเริง	Showy ชี้อ๊ว ชอบแสดงออก
	Tropical ดูเป็นเมืองร้อน	Vivid เจิดจ้า แจ่มแจ้จ้ง โชติช่วง
Dynamic	Active คล่องแคล่ว ว่องไว	Bold เด่นชัด อาจหาญ

⁵ Colors and the Human Brain [online] เข้าถึงได้จาก <http://apsychologyofcolor.blogspot.com/2012/11/friday-freebie-colors-and-human-brain.html>

ตารางที่ 2.4(ต่อ) แสดงการจัดหมวดหมู่คำที่แสดงถึงภาพลักษณ์และบุคลิกภาพของซิโคนู โคบายาชิ

	Dynamic เคลื่อนไหว , Dynamic and Active เคลื่อนไหวกระฉับกระเฉง	
	Fiery ดุเดือดเผ็ดมัน	Forceful เต็มไปด้วย
	Hot ร้อน เผ็ด	Intense จัดๆ แรงกล้า
	Lively มีชีวิตชีวา	Provocative ทำทายนวนิยมเก่าๆ
	Striking สะดุดตา	Vigorous แข็งขัน กระปรี้กระเปร่า
	Aqueous ดูเกี่ยวกับน้ำ	Intrepid กล้าหาญ ทรหด
Gorgeous	Abundant มากมาย ล้นเหลือ	Alluring ย้ายวน
	Aromatic ดูมีกลิ่นหอม	Brilliant ดูหลักแหลม
	Decorative ประดับประดา	Extravagant ฟุ่มเฟือย เกินจำเป็น
	Fascinating ดูมีเสน่ห์ งดงาม	Glossy เป็นมันเงา
	Gorgeous Luxurious หรรษา ฟุ่มเฟือย	Mature รอบคอบ เป็นผู้ใหญ่
	Mellow สุกฉ่ำ อุดมสมบูรณ์	Rich รวย
	Substantial จับต้องได้ มีหลักฐาน	
Ethnic	Ethnic ดูเป็นชนเผ่า	Robust มีวินัย เอาการเอางาน
	Untamed ไม่อ่อนน้อม	Wild ดูป่าเถื่อน
Romantic	Agreeable to touch น่าสัมผัส	Amiable น่ารักใคร่
	Charming มีเสน่ห์ ดูน่าหลงใหล	Dreamy งดงามเหมือนในฝัน
	Innocent ซื่อ ไร้เดียงสา	Romantic ขวนฝืน
	Soft นุ่ม	Supple อ่อนแอ ปวกเปียก
Naturul	Citrus ดูเป็นผลไม้เปรี้ยว	Domestic ดูเป็นพื้นถิ่น
	Dry แห้งแล้ง	Free อิสระ ตามใจอยาก
	Fersh ดูสดชื่น	Generous ใจกว้างขวาง
	Gentle สุภาพนุ่มนวล	Gentle and Elegant สุภาพ โอ้อา
	Healthy ถูกหลักอนามัย ดูสุขภาพดี	Intimate ใกล้ชิด เป็นของส่วนตัว
	Lighthearted ขวนหัว สบายๆ	Mild อ่อนๆ
	Natural ดูเป็นธรรมชาติ	Nostalgic ระลึกถึงความหลัง
	Open เปิดเผย ตรงไปตรงมา	Peaceful ดูสงบ
	Plain เรียบๆ	Pleasant ฟังพอใจ
	Restful พักอย่างสงบ	Sunny เบิกบาน ผ่องใส
	Simple and Appealing เรียบ ดึงดูด	Tranquil สงบนิ่ง เยือกเย็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.5(ต่อ) แสดงการจัดหมวดหมู่คำที่แสดงถึงภาพลักษณ์และบุคลิกภาพของชิโคโนบู โคบายาชิ

	Smooth ราบรื่น	Sweet-sour เปรี้ยวๆ หวานๆ
	Wholesome เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย สะอาด บริสุทธิ์	
	Pastoral กว้างขวาง ขวนนิกถึงท้องทุ่ง	
Elegant	Calm สงบนิ่ง	Cultured มีวัฒนธรรม
	Delicate ประณีต บรรจง	Elegant สะอาดสะอาง สวยแบบผู้ดี
	Feminine ดูเป็นหญิง อ่อนหวาน	Refined สละสลวย ประณีต
	Sedate สงบ ใจเย็น	Sleek โกะ เปรี้ยว เชี่ยว
	Subtle มีเสน่ห์เหลี่ยม	Tender นุ่มนวล เบาๆ
	Graceful สง่างาม นุ่มนวล	Interesting น่าสนใจ
	Mysterious ลึกลับ น่าค้นหา	Noble ดูสูงส่งมีเกียรติ
	Polished เป็นมันเงา	Pure and Elegant บริสุทธิ์ โอ้อ้อ
Chic	Chic เก๋ เท่ ทันสมัย แบบผู้ดี	Japanese ดูเป็นผู้ป่วน
	Modest สงบเสถียร เจียมเนื้อเจียมตัว	Noble and Elegant สูงส่ง่า ทรงเกียรติ
Classic	Classic ได้รับความนิยมมาโดยตลอด	Complex ซับซ้อน
	Conservative หัวโบราณ อนุรักษ์นิยม	Elaborate ประณีต บรรจง
	Heavy and Deep หนักและเข้ม	Old-fashion ล้าสมัย เชย
	Provincial ดูเป็นชนบท ต่างจังหวัด	Rustic ดูหยาบๆ ไม่สละสลวย
	Sturdy แข็งแรง ทนทาน	Tasteful มีรสนิยม
	Tranditional ประเพณีนิยม	
Dandy	Aristocratic ดูเป็นชั้นสูง	Bitter มีรสขม
	Dapper กระตือรือร้น กระซิบกระเมฆ	Diligent ขยันขันแข็ง
	Eminent เด่น มีชื่อเสียง	Placid สงบ เรียบนิ่ง
	Practical ดูเหมาะสมที่จะใช้งาน	Souc ไฟเราะ กังวาน
	Strog and Robust แข็งแรง ทนทาน	Serious เอาจริง เอาจัง
	Quiet and Sophisticated เงียบและโก้เป็นชาวกรุง	
	Subtle and Mysterious มีเสน่ห์เหลี่ยม ลึกลับ น่าค้นหา	
Formal	Authoritative เชี่ยวชาญ น่าเชื่อถือ	Dignified มีเกียรติยศ ดูภูมิฐาน
	Earnest เอาจริงเอาจัง	Formal ดูเป็นทางการ
	Megestic สง่าผ่าเผย ตระหง่าน	Precious คุ้มค่า
	Proper ดูทำตัวเหมาะสม	Solemn ถ่มึงทึง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.6(ต่อ) แสดงการจัดหมวดหมู่คำที่แสดงถึงภาพลักษณ์และบุคลิกภาพของชิตโนบุ โคบายาชิ

	Sublime เลิศเลอ น่าฟัง	
Clear	Clean ดูสะอาด	Clean and Fresh ดูสะอาด สดชื่น
	Clear ชัดเจน โปร่งใส ไม่มีข้อสงสัย	Crystalline ดูใส เหมือนแก้ว
	Fresh and Young ดูสดชื่นเป็นหนุ่ม สาว	Light สุกใส สว่าง เปร่งปลั่ง
	Neat เนียบ เรียบร้อย ไร้อัต	Pure บริสุทธิ์
	Pure and Simple บริสุทธิ์และเรียบง่าย	Refreshing สดชื่น สบาย
	Simple เรียบง่าย	Dewy ชุ่มฉ่ำ
Cool-Casual	Agile กระฉับกระเฉง	Smart ฉลาดโก้เก๋ ผึ่งผาย
	Speedy รวดเร็ว	Sporty คล่องแบบนักกีฬา
	Steady มั่นคง หนักแน่น	Western ดูเป็นชาวตะวันตก
	Young ดูเป็นหนุ่มเป็นสาว	Youthful ดูเด็ก ดูอ่อนเยาว์
Modern	Composed ดูใจเย็น	Cultivated ได้รับการอบรม
	Distinguished มีชื่อเสียงเป็นที่จดจำ	Exact ถูกต้อง แน่นนอน
	Intellectual ดูมีสติปัญญา	Masculine ผู้ชาย สุขุมหนักแน่น
	Metallic ดูเป็นโลหะมันวาว	Modern ทันสมัย หัวใหม่
	Precise พิถีพิถัน ละเอียด	Progressive หัวก้าวหน้า หัวใหม่
	Rational ดูสมเหตุสมผล	Sharp เฉียบแหลม
	Urban ผู้ดี เก๋ อย่างชาวกรุง	

จากตารางที่ 2.3 จะเห็นได้ว่าคำและความหมายที่แสดงถึงภาพลักษณ์นั้นมีจำนวนมากและหลากหลาย การจะนำมาใช้ในการกำหนดภาพลักษณ์บรรจุภัณฑ์ในโครงการจึงจำเป็นต้องมีเกณฑ์ในการจำแนกข้อมูลข้างต้นให้สามารถนำมาใช้ได้ โดยจะใช้เกณฑ์จากข้อมูลการแบ่งผู้บริโภค ซึ่งปัจจุบันมีการแบ่งเกณฑ์ไว้หลากหลาย เช่น การแบ่งตามยุคสมัยที่มีความเปลี่ยนแปลง (Generation) ที่ศนคติและพฤติกรรม (Living Style) ลักษณะนิสัย (characteristics) หรือสถานะทางสังคม (Social class) เป็นต้น ซึ่งโครงการออกแบบนี้ จะเลือกใช้เกณฑ์การแบ่งผู้บริโภคตามยุคสมัยที่มีความเปลี่ยนแปลงและสถานะทางสังคมมาใช้ในการวิเคราะห์ เนื่องจากเป็นการแบ่งตามหลักสากลและมีความครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย โดยรายละเอียดของการแบ่งผู้บริโภค ได้แก่

2.5.1 การแบ่งตามยุคสมัยที่มีความเปลี่ยนแปลง (Generation) จะสามารถแบ่งคนออกเป็น 3 กลุ่ม คือ Baby Boomer Generation X และ Generation Y ซึ่งแต่ละกลุ่มมีคุณลักษณะเด่นที่แตกต่างกัน ดังนี้

1) Baby Boomer คือกลุ่มคนที่เกิดระหว่างปีพ.ศ. 2489 - 2507 จะเป็นคนที่มีชีวิตเพื่อการทำงานเคารพกฎเกณฑ์กติกา อดทน ให้ความสำคัญกับผลงานแม้ว่าจะต้องใช้เวลาานกว่าจะประสบความสำเร็จอีกทั้งยังมีแนวคิดที่จะทำงานหนักเพื่อสร้างเนื้อสร้างตัวมีความทุ่มเทกับการทำงานและองค์กรมากคนกลุ่มนี้จะไม่เปลี่ยนงานบ่อยเนื่องจากมีความจงรักภักดีกับองค์กรอย่างมาก ผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้ชื่อว่าเป็น Boomer เพราะถือกำเนิดขึ้นพร้อมๆ กันในปริมาณมากภายหลังสงครามสงบแล้ว ปัจจุบันนักการตลาดในหลายๆ ประเทศพุ่งเป้าเน้นทำการตลาดกับกลุ่ม Gen-B เนื่องจากเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีขนาดใหญ่, มีกำลังซื้อ มีศักยภาพในการบริโภคสินค้า อีกทั้งเป็นผู้บริโภคที่มีทัศนคติที่ดีต่อการซื้อจับจ่ายใช้สอยสินค้าเพื่อตัวเอง และบุคคลใกล้ชิด ผู้บริโภคกลุ่มนี้หากกำลังทำงานอยู่ก็กำลังสะสมเงินเพื่อใช้ชีวิตในปัจจุบันได้อย่างมีความสุข สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ตามใจปรารถนา หากเลิกทำงานแล้ว ก็เป็นผู้บริโภคที่พร้อมจะซื้อสินค้าตามความต้องการของตน อย่างไรก็ตาม คนรุ่นนี้จึงเป็นคนที่มีคุณค่าของเงิน บ้างงาน มุมานะเพื่อสร้างฐานะให้กับครอบครัว แต่งานตั้งแต่อายุน้อยมีลูกเร็ว มักนิยมรับราชการ เพราะเชื่อว่าเป็นอาชีพที่มีเกียรติและศักดิ์ศรี แบรินด์ที่คนกลุ่มนี้คุ้นเคย ก็จะเป็นแบรินด์ดั้งเดิมอย่างธนาคารออมสิน, ธนาคารกรุงไทย, ตู้เย็นอีอี, จักรชิงเกอร์, รถโฟล์กเต่า, นมตราหมี, เบียร์สิงห์ หรือผงซักฟอกแพ็บ เป็นต้น

2) Generation X คือกลุ่มคนที่เกิดระหว่างปีพ.ศ. 2508- 2522 มีลักษณะพฤติกรรมชอบอะไรง่าย ๆ ไม่ต้องเป็นทางการให้ความสำคัญกับเรื่องความสมดุลระหว่างงานกับครอบครัว (work-Life Balance) มีแนวคิดและการทำงานในลักษณะรู้ทุกอย่างทำทุกอย่างได้เพียงลำพังไม่พึ่งพาใครมีความคิดเปิดกว้างพร้อมรับฟังข้อติติงเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาตนเอง Yuppies เป็นกลุ่มคนหนุ่มสาวสมัยนั้นที่มีรายได้สูง มีกำลังซื้อสินค้าแบรนด์เนมต้ง ๆ เป็นห่วงเป็นใยในเรื่องของภาพลักษณ์ กล้าที่จะใช้จ่ายฟุ่มเฟือยหลายคนนิยมใช้บัตรเครดิต ใช้นาฬิกาโรเล็กซ์ แวนแรมแบน รถบีเอ็มดับเบิลยู เครื่องใช้ไฟฟ้าโซนี่ หรือกระถังดื่ม Johnnie Walker Black Labelอย่างรักก็ดี Gen-X เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่อาจจะจะเป็นลูกหรือหลานของ Gen-B เป็นผู้ที่เกิดมาพร้อมๆ กับความสับสนในชีวิต หลากๆ คนที่เป็น Gen-X เคยผ่านชีวิตวัยขบถมา เคยมีอิสระในการดำรงชีวิต แต่เมื่อวันเวลาผ่านไปก็เริ่มทำงานอย่างจริงจัง แต่มีอิสระ เนื่องจากสภาพโดยรวมของเศรษฐกิจดีกว่าสมัยที่ Gen-B อยู่ในวัยทำงาน จึงทำให้ Gen-X สามารถเลือกงานได้มากกว่าสามารถตั้งเงื่อนไขให้แก่ที่ทำงานได้ว่าตนเองต้องการทำงานแบบไหน เมื่อไร และอย่างไร สภาพความเป็นอยู่ของ Gen-X เมื่อเปรียบกับ Gen-B ในขณะที่มีอายุเท่ากันจึงต่างกันมาก Gen-B ทำงานในลักษณะดีรน ไร่แรงงาน รายได้น้อย และมักจะทำงานคนเดียว ในขณะที่ Gen-X ทำงานในลักษณะใช้ความคิด สมาชิกหลักในครอบครัวทำงานทั้งสองคน รายได้ดีทั้งคู่ ใช้ชีวิตแบบคนทันสมัย และหลายๆ คนเป็นหัวหน้างานของ Gen-B ที่อายุมากกว่า ประสบการณ์มากกว่า แต่การศึกษาต่ำกว่า

3) Generation Y คือกลุ่มคนที่เกิดระหว่างปีพ.ศ. 2523- 2543 เป็นกลุ่มคนที่โตมาพร้อมกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีเป็น วัยที่เพิ่งเริ่มเข้าสู่วัยทำงานมีลักษณะนิสัยชอบแสดงออกมีความเป็นตัวของตัวเองสูงไม่ชอบอยู่ในกรอบและไม่ชอบเงื่อนไขคนกลุ่มนี้ต้องการความชัดเจนในการทำงานว่าสิ่งที่ทำมีผลต่อตนเองและหน่วยงานอย่างไรอีกทั้งยังมีความสามารถในการทำงานที่เกี่ยวกับการติดต่อสื่อสาร

และยังสามารถทำงานหลายอย่างได้ในเวลาเดียวกันโดยทั่วไปแล้ว Gen-Y เป็นผู้บริโภครที่ใจร้อน ต้องการเห็นผลสำเร็จทุกอย่างรวดเร็ว เนื่องจากเชื่อในศักยภาพของตนเอง และเชื่อว่าจะมีความพร้อมด้านฐานะทางการเงินที่มักจะได้รับการสนับสนุนจาก Gen-X ซึ่งมีรายได้ดีคน Gen-Y เชื่อว่าการประสบความสำเร็จในชีวิตจะเกิดขึ้นต้องทำงานหนัก ทำให้มีการแต่งงานช้าลง ไม่ถึง 30 ไม่แต่ง ถ้ามีแฟนแล้วแฟนมีอุปสรรคกับงาน ก็เลิกกับแฟน เลือกลงาน คนกลุ่มนี้มักเปลี่ยนงานบ่อย มีการบริหารเงินจากเครื่องมือต่าง ๆ คนกลุ่มนี้จึงมีเครดิตการ์ดมากกว่า 1 ใบ มีการใช้บริการประเภท Personal Credit มากขึ้น จากข้อมูลข้างต้นสามารถนำมาสรุปได้ในรูปแบบตารางเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบได้ดังนี้

ตารางที่ 2.7 แสดงสรุปข้อมูลการแบ่งผู้บริโภครตามยุคสมัยที่มีความเปลี่ยนแปลง (Generation)

Generation	Baby Boomer	X	Y
ชื่อเรียกอื่น	Gen-B	Yuppie-Zippe / Xers / Generation Bof	Millennial, WHY, Dot Com, Net Generation หรือ KIPPERS
ช่วงปี พ.ศ.	2489-2507	2507-2518	2523-2540
อายุ	45-63 ปี	37-48 ปี	18-35 ปี
จำนวน	9.9 ล้านคน	12.7 ล้านคน	14.9 ล้านคน
บุคลิก	อนุรักษ์นิยมกึ่งสมัยใหม่ ใช้ชีวิตที่เรียบง่ายไม่ซับซ้อน รักครอบครัว ต้องการดูแลตัวเองให้ดูดี มีหัวใจที่เป็นหนุ่มเป็นสาวเสมอ แต่งกายทะมัดทะแมง สุภาพ เรียบร้อย มีความเชื่อมั่นในตัวเองสามารถตัดสินใจดำเนินการและวางแผน ได้อย่างเด็ดขาดและจริงจัง	มีความเชื่อมั่นในตนเองสูง แสวงหาอำนาจด้วยตัวเอง ชอบเสี่ยง และทำอะไรใหม่ๆ มีความยืดหยุ่น ปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงได้ดี ชอบความเป็นอิสระ ไม่ชอบรูปแบบทางการ ง่ายๆ สบายๆ สร้างสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวและการทำงาน มีความกระหายในความสำเร็จ และมีความรับผิดชอบสูง	มองโลกในแง่ดี รักความก้าวหน้า มุ่งผลสำเร็จเป็นหลัก แต่มักไม่วางแผนระยะยาว ไม่ชอบทำตามกฎระเบียบ ไม่มีความอดทน แต่มีความคาดหวังสูง มีโลกส่วนตัวสูง แต่ไม่ได้แสดงออกถึงความต้องการเป็นอิสระ ยอมรับความเปลี่ยนแปลงและปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่แตกต่างและความหลากหลายในแง่มุมต่างๆ เช่น ความเป็นสากลได้ดี เทคโนโลยีเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตแบบตลอดเวลา
กิจกรรม	นิยมเข้าสังคมที่เพิ่มความรู้สึกภูมิใจและคุณค่าทางจิตใจให้ตนเอง เข้ากลุ่มออกกำลังกาย ร่วมเป็นผู้ช่วยเหลือสมาคมต่างๆ อ่านหนังสือธรรมะ และเข้าวัด	เล่นอินเทอร์เน็ตเพื่อการทำงาน ทำกิจกรรมกับครอบครัว สังสรรค์กับเพื่อน การอ่านหนังสือธรรมะ และเข้าวัด	อินเทอร์เน็ต สื่อสังคม ทุกรูปแบบ สังสรรค์กับเพื่อน
ความสนใจ	สุขภาพ ความสัจธรรมของชีวิต	สุขภาพ ความสมดุลของชีวิต	เทคโนโลยีและความรวดเร็ว
มุมมองชีวิต	มีความสุขกับเรื่องเก่าๆ	มองแบบคนรุ่นใหม่มุมมองทันสมัย	ชอบอิสรภาพทำทุกอย่างไม่ติดอยู่ในกรอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.2 การแบ่งตามผู้บริโภครจากสถานะทางสังคม (Social class) ลักษณะชนชั้นทางสังคมจะบ่งบอกถึง คนที่อยู่ในแต่ละชั้นทางสังคมมักมีแนวโน้มพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกันจะถูกเข้าใจตามฐานะที่มีมากกว่าหรือน้อยกว่าบ่งชี้ได้จาก อาชีพ รายได้ การศึกษา และแนวโน้มค่านิยมชั้นสังคมแบ่งแยกลำดับชั้นสูงต่ำความตระหนักถึงชั้นสังคม ชั้นสังคมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลคนในชั้นสังคมเดียวกันจะถ่ายทอดพฤติกรรมให้กันทำให้เกิดการเลือกซื้อสินค้าที่สอดคล้องกับชั้นสังคมตนซื้อสินค้าของสังคมที่สูงกว่าปฏิเสธชั้นต่ำกว่า เป็นต้น นำไปใช้ในการออกแบบได้ดังนี้

ตารางที่ 2.8 แสดงสรุปข้อมูลผู้บริโภคจากสถานะทางสังคมในการตัดสินใจซื้อสินค้า

การตัดสินใจซื้อ ระดับ	ผลิตภัณฑ์	พฤติกรรม การเลือกซื้อ	การตอบสนอง ด้านราคา	พฤติกรรม ด้านราคา
ชั้นสูง (Upper Class)	ยี่ห้อที่ใช้มานาน เน้น บริการพิเศษ	เลือกซื้ออย่างมีจุดหมาย มีหลักเกณฑ์ในการหา ข้อมูลก่อนซื้อ คำนึงถึง	อ่านหนังสือพิมพ์และ นิตยสาร	ซื้อสินค้าโดยดู คุณภาพ คำนึงถึง ความแตกต่างด้าน ภาพลักษณ์ มากกว่าราคา
	ซื้อเพื่อแสดงความมั่งคั่ง และแสดงสถานะของผู้ใช้ มีอิทธิพลต่อกลุ่มที่ด้อย กว่า		ทันข่าวและเหตุการณ์ สำคัญ โฆษณาต้องใช้ หลักเหตุผล การจงใจ ด้านอารมณ์ต้องแสดง	
ชั้นกลาง (Middle Class)	ต้องการแสดงภาพลักษณ์ ของความสำเร็จ ซื้อสินค้า คุณภาพสูงและแสดง รสนิยมสูง เป็นตลาดที่มี คุณภาพ การศึกษาสูง ยอมรับสินค้าใหม่ได้ดี	การแสดงออกถึงรสนิยม ที่ดี และการบริการที่ดี	ทัศนคติที่ดีต่อ ผลิตภัณฑ์ ตอบสนอง ต่อโฆษณาน้อยเน้น และความคิด สร้างสรรค์	ราคามีผล
	เลือกซื้อสินค้าที่มีชื่อเสียง มานาน	ซื้อตามความรู้สึก ไม่ค่อย มีเวลาเลือก ซื้อสินค้า จำเป็น คำนึงถึงมูลค่า สินค้า ซื้อร้านที่ขายของ ถูก	อ่านหนังสือพิมพ์และ นิตยสาร ดูโทรทัศน์ ตอนเช้า โฆษณามีผล สำหรับสินค้าใช้ใ บ้าน การใช้คู่มือซึก จูงคนกลุ่มนี้ได้	
ชั้นล่าง (Lower Class)	ใช้เวลาส่วนใหญ่ทำงาน คำนึงอรรถประโยชน์ ความสะดวกของสินค้า	ซื้อจากร้านค้าที่รู้จักดี มี ความภักดีต่อร้านค้า ไม่ วางแผนก่อนการซื้อ หา ข้อมูลจากในร้าน	ฟังวิทยุ AM ดูละคร เกมส์โชว์ รายการ ตลก สนใจกิจกรรม การส่งเสริมการตลาด เช่น การลด แลก แจก แถม และชิงโชค	ราคามีผล ซื้อสินค้านำราคาต่ำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นอกจากนี้ภาพลักษณ์ ที่เกิดจากการรวบรวมข้อมูลการแบ่งผู้บริโภคในแบบต่างๆ เพื่อนำมาใช้ในการกำหนดภาพลักษณ์ในโครงการแล้ว เพื่อความครอบคลุมที่มากขึ้น การศึกษาถึงแนวโน้มของการออกแบบในอนาคต นั้นถือเป็นประโยชน์ที่ทางโครงการจะนำมากำหนดภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น โดยที่มาของข้อมูลเกิดจากการรวบรวมข้อมูลของ ศูนย์ส่งเสริมการออกแบบ (TCDC : The Thailand Creative & Design Center) โดยมีเนื้อหาจากการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิจากหนังสือและนิตยสารเกี่ยวกับเทรนด์กว่า 20 เล่ม อาทิ Carlin, Mix Trends, Nelly Rodi, Pantone View เพื่อคัดเลือกแนวโน้มหลักซึ่งถูกกล่าวถึงมากที่สุด และได้ทำการสรุปเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการนำไปใช้



ภาพที่ 2.16 แสดงข้อมูลแนวโน้มการออกแบบในอนาคต
(ที่มา : <http://www.tcdc.or.th/index.php?lang=th>)

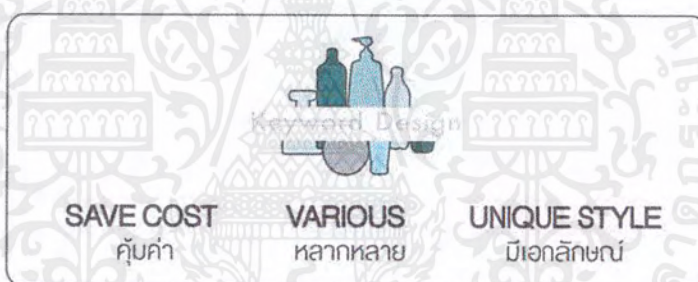
บทที่ 3

ขั้นตอนการออกแบบ

3.1 ขั้นตอนการออกแบบในโครงการ

จะแบ่งขั้นตอนการออกแบบเป็น 2 ขั้นตอน ได้แก่ แนวทางการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ และการกำหนดภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ โดยทั้ง 2 ขั้นตอนนั้นจะคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของโครงการเป็นหลัก ทำให้เกิดแนวความคิดการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ดังนี้

แนวความคิดการออกแบบนั้นจะต้องเป็นบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับการลงทุนผลิต เหมาะสมกับความต้องการของผู้ประกอบการรายย่อยสามารถตอบสนองต่อสินค้าที่มีความหลากหลายเพื่อผู้บริโภคจะสามารถซื้อสินค้าให้ตรงกับความต้องการด้วยการลงทุนที่ประหยัด คุ่มค่า โดยให้เกิดความหลากหลายและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะเกิดเป็นคำจำกัดความเพื่อนำมากำหนดแนวทางการออกแบบ



ภาพที่ 3.1 แสดงคำจำกัดความแนวคิดในการออกแบบ

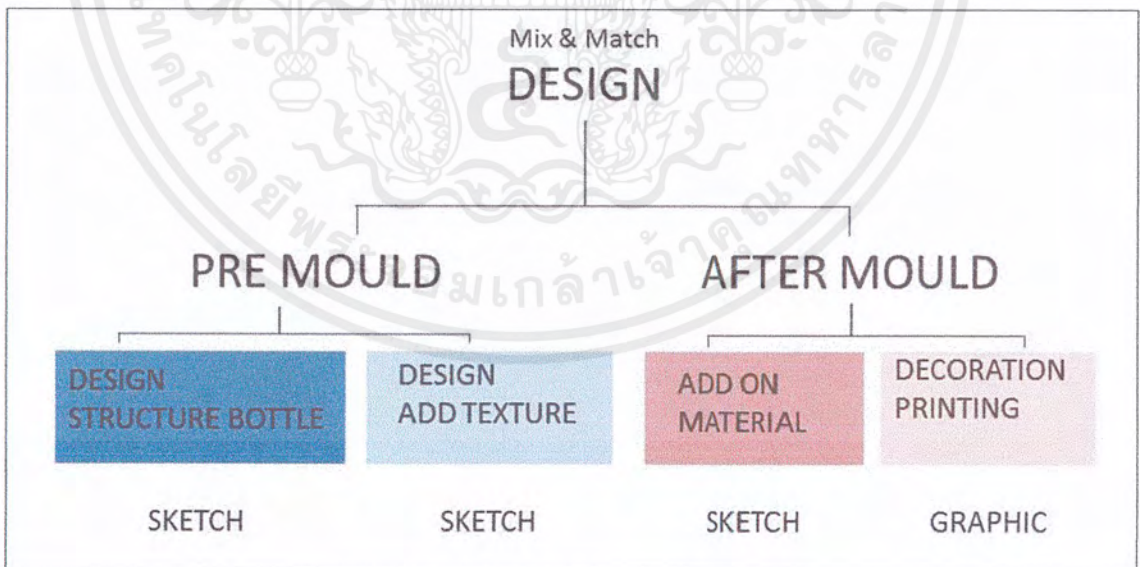
จากภาพที่ 3.1 ความคุ้มค่า คือการออกแบบที่คำนึงถึงการประหยัด ได้แก่ ประหยัดเงินทุน วัสดุดี เวลา และกระบวนการผลิตความหลากหลายคือการออกแบบให้เกิดรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองต่อสินค้าได้ความหลากหลายชนิดและยังเกิดรูปแบบที่มีความเป็นเอกลักษณ์ให้สินค้าเกิดความน่าสนใจและเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคซึ่งคำจำกัดความทั้งสามนี้ทำให้เกิดเป็นแนวทางการออกแบบดังนี้

3.1.1 แนวทางการออกแบบที่ 1 สองฟังก์ชันในหนึ่งเดียว แนวความคิดที่ต้องการรวมฟังก์ชันสองอย่างให้สามารถใช้งานอยู่ในบรรจุภัณฑ์ชิ้นเดียวอย่างเช่น การรวมกันของแชมพูและครีมนวดให้อยู่ในขวดเดียวกัน เป็นต้น นอกจากจะสะดวกในการใช้งานแล้วยังทำให้เกิดการประหยัดได้ในหลายๆด้าน



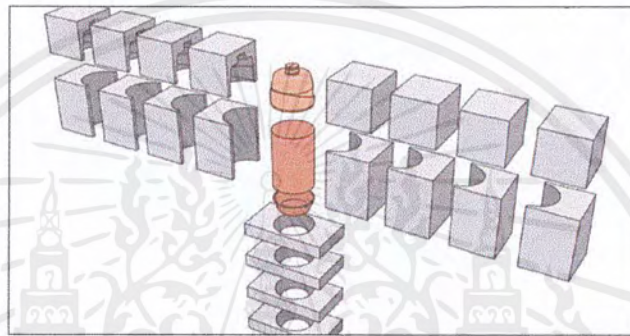
ภาพที่ 3.2 แสดงแบบร่างสองฟังก์ชันในหนึ่งเดียว

3.1.2 แนวทางการออกแบบที่ 2 ผสมผสานให้ลงตัว แนวคิดการผสมผสานเพื่อให้เกิดการลงตัว โดยการออกแบบในขั้นตอนตั้งแต่การเริ่มต้นผลิตที่มีการเลือกรูปแบบแต่ละชิ้นส่วนของขวดได้แก่ ส่วนหัว ส่วนตัว ส่วนก้นขวดมาสลับ ทำให้เกิดความหลากหลายของรูปแบบและขนาดของขวดได้โดยใช้แม่พิมพ์ ในการผลิตร่วมกันนอกจากจะประหยัดแม่พิมพ์แล้ว ยังเกิดความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะได้อีกด้วยซึ่งมีขั้นตอนการออกแบบดังนี้



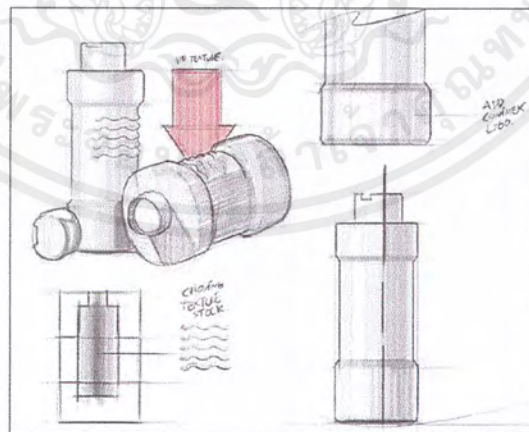
ภาพที่ 3.3 แสดงขั้นตอนแนวทางการออกแบบการผสมผสานให้ลงตัว

จากภาพที่ 3.3 ขั้นตอนแนวทางการออกแบบการผสมผสานให้ลงตัวจะเน้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ประเภทขวดเป็นหลัก โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนแรกคือ การออกแบบก่อนการผลิตขวดจะประกอบด้วย การออกแบบโครงสร้างขวดบรรจุภัณฑ์และการออกแบบส่วนเพิ่มเติมหรือรายละเอียดลวดลาย โลโก้ ลงบนขวดส่วนหลังคือการออกแบบหลังการผลิตขวดเมื่อได้บรรจุภัณฑ์ขวดที่สำเร็จสามารถเพิ่มวัสดุอื่น ๆ มาตกแต่งให้บรรจุภัณฑ์มีความแตกต่างสามารถแยกประเภทบรรจุภัณฑ์เกิดเอกลักษณ์เฉพาะโดยการเพิ่มหูหิ้ว การเพิ่มตัวครอบ ให้กับส่วนต่างๆ ของขวดและการเลือกใช้กระบวนการตกแต่งบรรจุภัณฑ์จะทำให้บรรจุภัณฑ์มีความน่าสนใจและแตกต่างกันมากยิ่งขึ้น



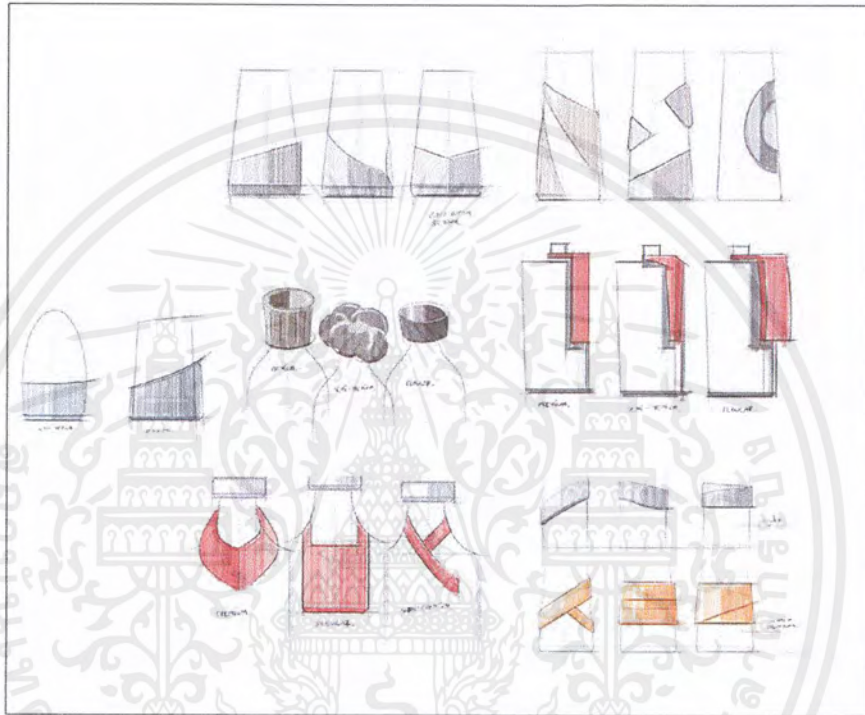
ภาพที่ 3.4 แสดงส่วนประกอบโครงสร้างขวดบรรจุภัณฑ์และการใช้แม่พิมพ์ในการผลิตร่วมกัน

จากภาพที่ 3.4 ภาพแสดงส่วนประกอบโครงสร้างขวดบรรจุภัณฑ์และโมลสำหรับผลิตโดยการออกแบบจะออกแบบชุดขวดบรรจุภัณฑ์เพื่อการสับเปลี่ยนให้เกิดความหลากหลายของรูปทรง ซึ่งสามารถออกแบบลวดลายเพิ่มเติมให้กับบรรจุภัณฑ์ขวดได้ โดยให้ทางฝ่ายเทคนิคของทางโรงงานเพิ่มวัสดุที่ทำให้เกิดลวดลายเข้าไปในตัวโมลเป็นวิธีเพิ่มความน่าสนใจให้กับบรรจุภัณฑ์ขวดได้อีกทางหนึ่ง



ภาพที่ 3.5 แสดงการออกแบบลวดลายเพิ่มเติมลงบนขวดบรรจุภัณฑ์

จากภาพที่ 3.5 แนวคิดในการที่จะสร้างความแตกต่าง และสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้กับสินค้า ด้วยบรรจุภัณฑ์ การออกแบบหลังการผลิตขวดนั้นเป็นส่วนเพิ่มเติมที่จะช่วยให้เกิดความน่าสนใจเพิ่มขึ้นได้มากโดยเมื่อได้บรรจุภัณฑ์ขวดที่สำเร็จ จะสามารถเลือกที่จะเพิ่มวัสดุอื่น ๆ มาตกแต่งให้บรรจุภัณฑ์ขวดได้ เช่น การเพิ่มหูหิ้ว สำหรับขวดที่ต้องการแขวนหรือห้อย การเพิ่มตัวครอบให้กับส่วนต่างๆของขวด ได้แก่ ตัวครอบลำตัวขวดสำหรับฟังก์ชันกันการลื่นหรือแบ่งแยกชนิดสินค้าอย่างชัดเจน



ภาพที่ 3.6 แสดงภาพแบบร่างการเพิ่มวัสดุอื่น ๆ มาจับคู่กับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

3.2 สรุปแนวทางการออกแบบ

จากข้อมูลแนวทางการออกแบบข้างต้น ที่ประกอบด้วยแนวทางการออกแบบที่ 1 สองฟังก์ชันในหนึ่งเดียว และ แนวทางการออกแบบที่ 2 การผสมผสานให้ลงตัวทั้งสองแนวทางนั้นตอบสนองต่อวัตถุประสงค์เช่นเดียวกันแต่มักน้อยต่างกัน แนวทางการออกแบบที่ 1 ข้อดีคือเกิดบรรจุภัณฑ์ที่น่าสนใจและประหยัดสะดวกในการใช้งานเพราะมีฟังก์ชันที่ตอบสนองต่อชนิดสินค้าได้สองชนิดในขวดเดียวข้อด้อยคือ มีข้อจำกัดในการเลือกชนิดสินค้าที่บรรจุได้และการเลือกฝาที่จะนำมาประกอบกับแนวทางการออกแบบที่ 2 สามารถตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ได้มากกว่าในเรื่องการออกแบบโดยใช้แม่พิมพ์ร่วมกันเกิดการประหยัดการลงทุนได้มากกว่าและทำให้เกิดบรรจุภัณฑ์หลากหลายกว่าทั้งชนิดของสินค้า ขนาดและรูปทรง โดยรูปทรงที่ได้สามารถนำไปต่อยอดสร้างความแตกต่างด้วยการเลือกใช้วัสดุ พื้นผิวและสีได้อีกด้วย ข้อด้อย

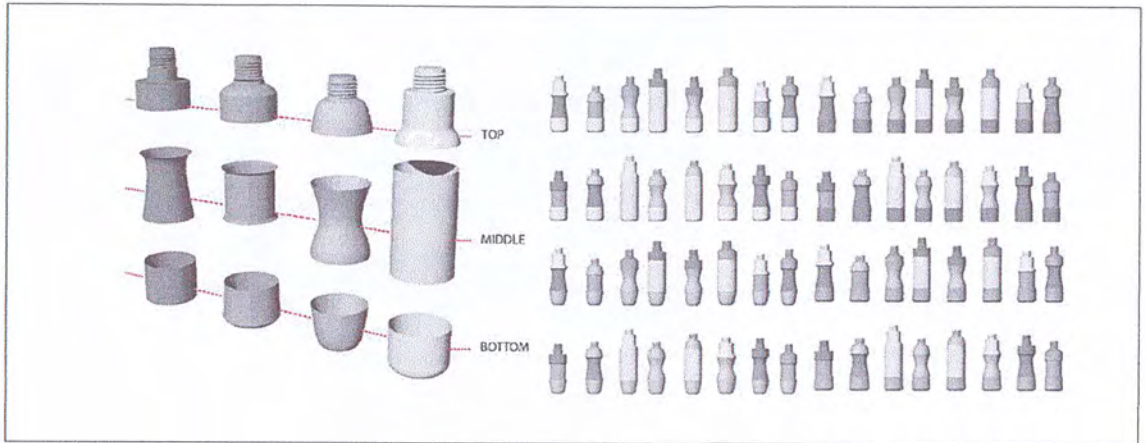
คือ รูปแบบที่เกิดจากแนวทางนี้จะไม่สามารถสร้างรูปทรงที่ไม่สมมาตรได้มีชิ้นส่วนแม่พิมพ์ในการผลิตมาก
ทางโครงการจึงทำการเลือกแนวทางการออกแบบที่ 2 มาพัฒนาต่อ

3.3 การพัฒนาการออกแบบ

3.3.1 พัฒนาแนวทางการออกแบบการผสมผสานให้ลงตัวครั้งที่ 1 เริ่มจากทดลองการร่าง
แบบให้ได้มากที่สุดตามคำสำคัญทั้งสามได้แก่ คลาสสิก โมเดิร์น และไฮเทค



ภาพที่ 3.7 แสดงแบบร่างบรรจุภัณฑ์ขวด

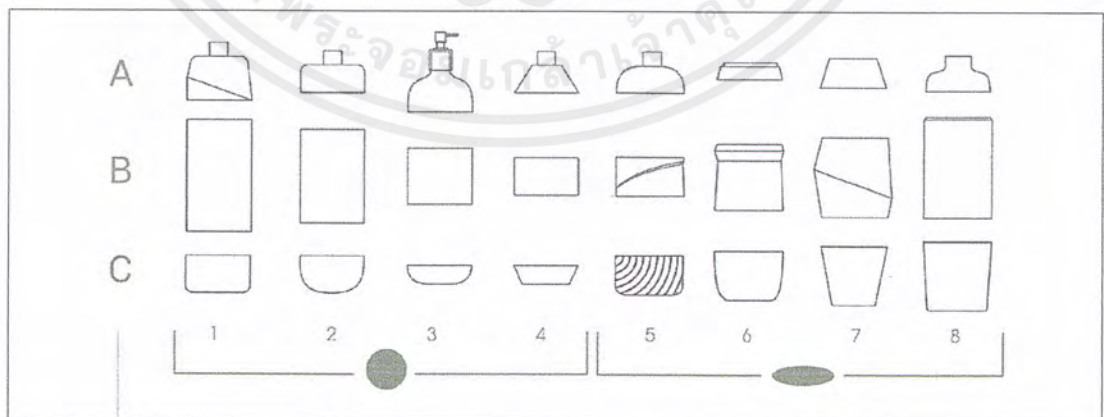


ภาพที่ 3.8 แสดงชุดบรรจุภัณฑ์สามมิติที่แสดงส่วนประกอบของโครงสร้างทั้ง 3 ชั้นส่วนและรูปแบบที่มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้าง

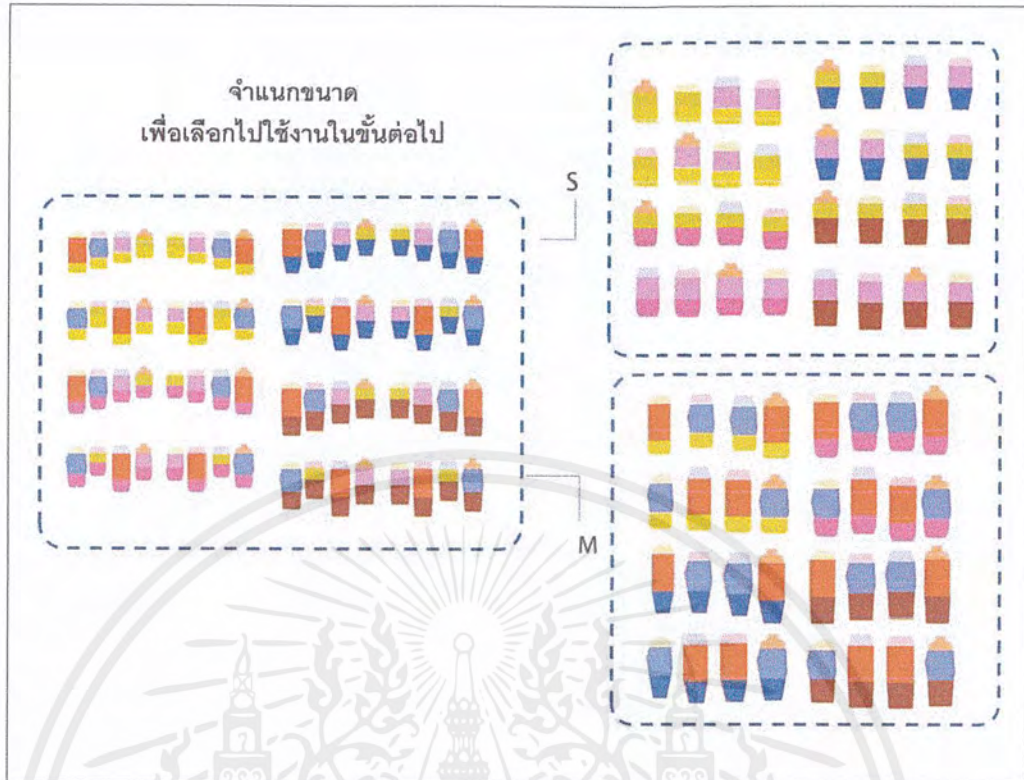
จากภาพที่ 3.8 ได้ทำการทดลองโดยใช้โปรแกรมสามมิติ ให้เห็นภาพที่ชัดเจนและทดลองปรับเปลี่ยนชั้นส่วนจะเห็นได้ว่าจากชุดบรรจุภัณฑ์ชุดจำนวน 4 ชุดนี้ทำให้เกิดรูปทรงที่หลากหลายถึง 64 แบบ

ข้อเสนอแนะครั้งที่ 1 การออกแบบชุดบรรจุภัณฑ์ชุดนี้มีขนาดที่แตกต่างกันไม่มาก จึงควรเพิ่มความสูงให้แต่พาร์ทที่มีความสูงต่างกัน เวลาปรับเปลี่ยนจะทำให้เกิดบรรจุภัณฑ์ชุดที่ขนาดต่างกันมากขึ้น และควรออกแบบร่องหรือสัดส่วนที่รองรับการเพิ่มวัสดุอื่นๆได้

3.3.2 พัฒนาแนวทางการออกแบบการผสมผสานให้ลงตัวครั้งที่ 2 จากข้อเสนอแนะครั้งที่ 1 ได้ทำการพัฒนารูปทรงให้มีความน่าสนใจมากขึ้น โดยจะออกแบบเป็น 2 ชุด ประกอบด้วยรูปทรงขวดกลมและรูปทรงขวดรีโดยการออกแบบคำนึงถึงความเป็นหนึ่งเดียวกันในการนำไปใช้งานของทั้ง 2 ชุดนอกจากนี้ยังทำการเพิ่มขนาดในแต่ละชั้นส่วนให้แตกต่างกัน

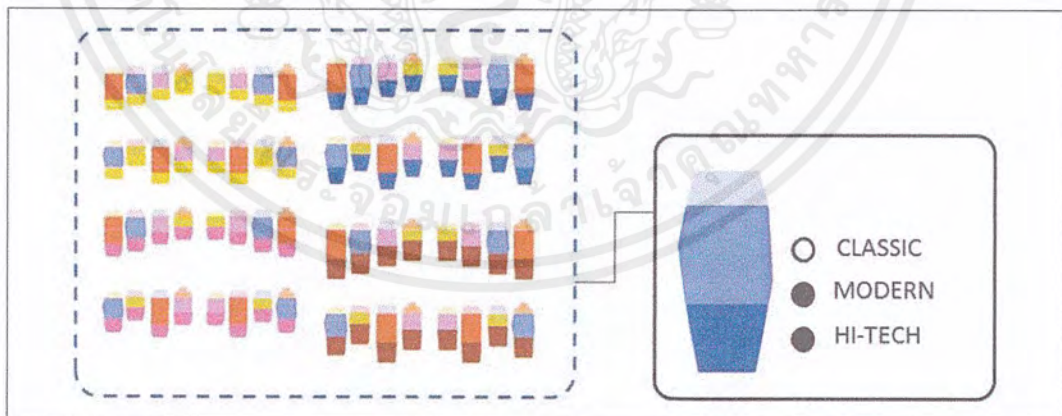


ภาพที่ 3.9 แสดงแบบร่างโครงสร้างของ 2 ชุดบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 3.10 แสดงการทดลองจำแนกขนาดของบรรจุภัณฑ์

จากภาพที่ 3.10 จะเห็นว่ารูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ถูกสับเปลี่ยนเกิดรูปทรงที่หลากหลายสามารถนำมาจำแนกขนาดที่แตกต่างกันได้ 2 ขนาดได้แก่ ขวดขนาดเล็ก และขนาดกลาง

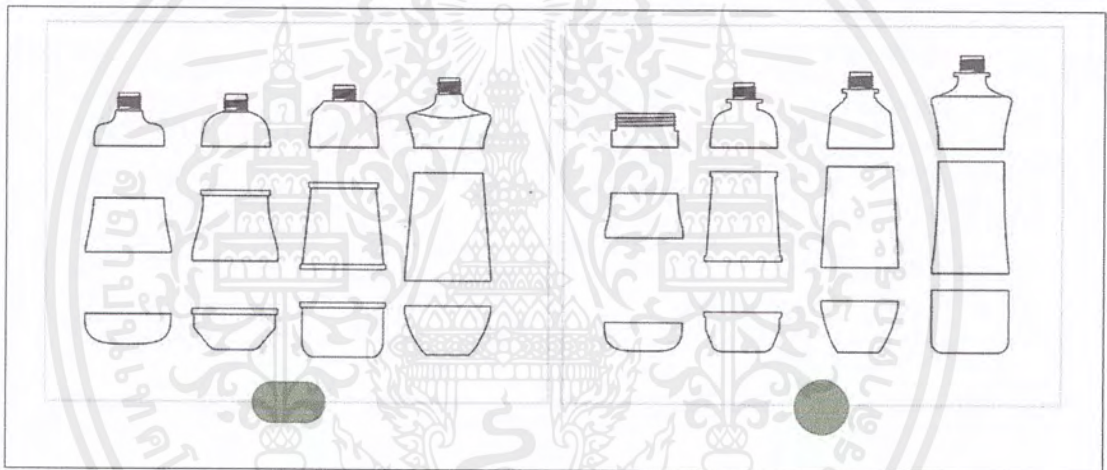


ภาพที่ 3.11 แสดงการทดลองจำแนกภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์

จากภาพที่ 3.11 จะเห็นว่ารูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ถูกสับเปลี่ยนให้เกิดรูปทรงที่หลากหลายการจะนำไปใช้จะต้องนำมาจำแนกและวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของรูปทรงตามคำสำคัญอีกครั้งเพื่อความสะดวกต่อการเลือกนำโครงสร้างไปใช้สร้างสรรค์ในขั้นตอนต่อไป

ข้อเสนอแนะครั้งที่ 2 การออกแบบชุดบรรจุภัณฑ์ขวดครั้งที่ 2 เนื่องจากมีการทดลอง ออกแบบรูปทรงที่มีความแตกต่างกันได้แก่ ชุดรูปทรงวงกลมและชุดรูปทรงวงรี เมื่อสับเปลี่ยนแล้วทำให้เกิด รูปทรงที่มีความแปลกเฉพาะตัวเกินไปขณะเดียวกันก็เกิดรูปทรงที่ธรรมดาเกินไป

3.3.3 พัฒนาแนวทางการออกแบบการผสมผสานให้ลงตัวครั้งสุดท้าย จากข้อเสนอแนะครั้งที่ 2 จึงได้ทำการออกแบบสัดส่วนของบรรจุภัณฑ์ขวดให้ทั้งชุดสามารถต่อกันได้แนบเนียนยิ่งขึ้น และเพิ่มส่วน โค้งในบางชิ้นส่วนที่ทำให้เวลาสับเปลี่ยนแล้วไม่เกิดรูปทรงที่ธรรมดาจนเกินไป ขณะเดียวกันก็ออกแบบบาง ชิ้นส่วนที่ช่วยเพิ่มฟังก์ชันให้เกิดการสับเปลี่ยนได้มากยิ่งขึ้น เช่น ส่วนหัวของชุดทรงกลมออกแบบให้เป็น เกี้ยวให้สามารถเพิ่มวัสดุอื่น ๆ คือ ตัวครอบส่วนหัวที่มีความไม่สมมาตรได้มีการออกแบบร่องและส่วนโค้งเว้า ในแต่ละชิ้นส่วนรองรับวัสดุอื่น ๆ ทำให้สามารถปรับเปลี่ยนและเลือกใช้งานได้อย่างนับไม่ถ้วน



ภาพที่ 3.12 แสดงแบบร่างชุดบรรจุภัณฑ์ครั้งสุดท้าย



ภาพที่ 3.13 แสดงสรุปชุดโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ในโครงการ



ภาพที่ 3.14 แสดงการเพิ่มวัสดุอื่น ๆ กับโครงสร้างที่ออกแบบ



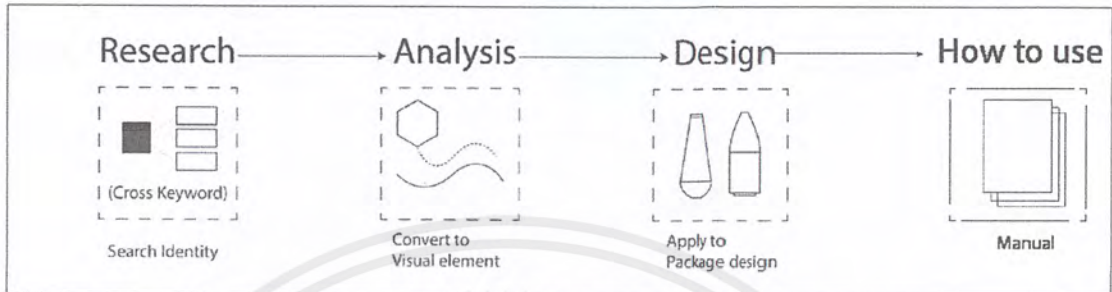
ภาพที่ 3.15 แสดงการจำแนกขนาดของชุดบรรจุภัณฑ์

จากภาพที่ 3.15 จะเห็นว่าชุดบรรจุภัณฑ์สามารถจำแนกขนาดได้เป็น 3 ขนาดได้แก่ ขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ โดยในแต่ละขนาดนั้นประกอบด้วยขวดที่มีรูปหลากหลาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5 การกำหนดภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์

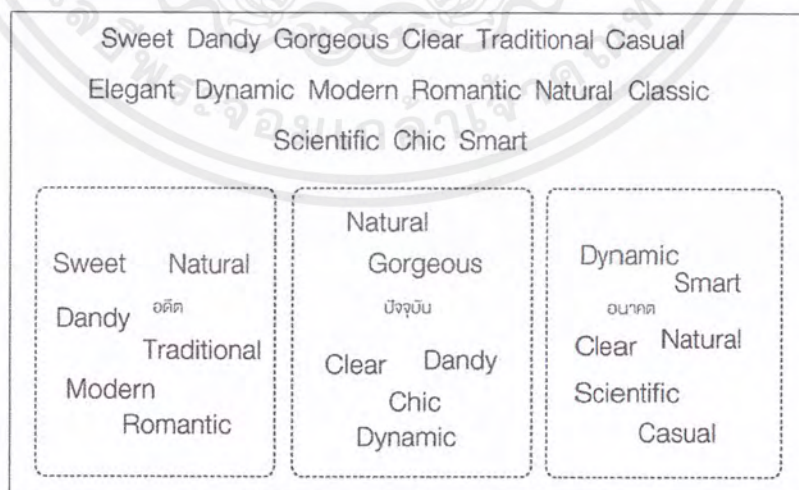
โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ข้างต้นนั้นเกิดจากการกำหนดภาพลักษณ์โดยมีที่มาจาก การรวบรวมข้อมูลจากบทที่ 2 แล้วนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์และจัดกลุ่มและสรุปผลตั้งขั้นตอนต่อไปนี้



ภาพที่ 3.16 ภาพแสดงขั้นตอนการสร้างสรรคบรรจุภัณฑ์ในโครงการ

3.5.1 ขั้นตอนที่ 1 ค้นคว้า และรวบรวมเพื่อหาคำสำคัญที่มีที่มาจากการศึกษาและคำสำคัญในบทที่ 2 ที่เหมาะสมจะนำมาออกแบบบรรจุภัณฑ์รวมถึงการคัดเลือกรูปภาพที่จะนำมาใช้แปลงเป็นองค์ประกอบทางศิลปะในขั้นตอนที่ 2 โดยคำนึงถึงกระบวนการศึกษาและวัตถุประสงค์ของโครงการเป็นหลักในการออกแบบรูปทรงบรรจุภัณฑ์เพื่อให้สะท้อนถึงบุคลิกภาพของผู้บริโภค

จากการรวบรวมข้อมูลในบทที่ 2 คำและความหมายที่แสดงถึงภาพลักษณ์ นั้นมีจำนวนมากทางโครงการจึงมีการคัดเลือกคำที่แสดงภาพลักษณ์ที่ชัดเจนโดยจะนำมาวิเคราะห์จำแนกประกอบกับเกณฑ์การแบ่งผู้บริโภคตามยุคสมัยที่มีการเปลี่ยนแปลงเพื่อนำคำสำคัญที่ได้ไปใช้ในการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ในโครงการ



ภาพที่ 3.17 แสดงคำที่แสดงถึงภาพลักษณ์นำมาจำแนกตามเกณฑ์การแบ่งผู้บริโภคตามยุคสมัย

จากภาพที่ 3.17 จำแนกคำตามเกณฑ์การแบ่งผู้บริโภครวมตามยุคสมัยที่มีการเปลี่ยนแปลงจำนวน 3 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือ Gen Babyboomer แสดงถึงความเป็นอดีต กลุ่มที่ 2 คือ Gen Y แสดงถึงความเป็นปัจจุบัน กลุ่มที่ 3 แสดงถึงความเป็นอนาคต การนำเอาคำและความหมายที่แสดงภาพลักษณ์มาจำแนกตามกลุ่มข้างต้นทำให้เกิดการให้ความหมายของแต่ละกลุ่มใหม่ดังนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงคำสำคัญและความหมายจากการจำแนกตามเกณฑ์การแบ่งผู้บริโภครวมตามยุคสมัย

คำสำคัญ	ภาพแสดง	คำอธิบาย
คลาสสิก (Classic)		ความเก่าแก่ เรียบง่าย แต่ยั่งยืน คงทนทนถาวร ดั้งเดิมตามระเบียบแบบแผน พบได้ใน เสา โบราณ สิ่งของในยุคโบราณ รถโบราณ ซึ่งจะมี ลักษณะที่มียาวละเอียด มีความวิจิตรบรรจง
โมเดิร์น (Modern)		ความมีระบบ มีระเบียบตามขั้นตอน ทันสมัย เรียบง่ายและมีเสน่ห์ พบได้ในสิ่งของที่เกิดจาก เรขาคณิต รูปทรงสมมาตร สิ่งของที่มีการใช้สี เดียว
ไฮเทค (Hi-Tech)		คือ คำนี้ถึง ความมีเหตุผล ทางประโยชน์ใช้ สอยเป็นหลัก มีความใหม่ น่าตื่นตาตื่นใจ พบได้ ในสิ่งของที่มีรูปทรงแปลก อนุกรม อิเล็กทรอนิกส์



จากตารางที่ 3.1 บรรจุภัณฑ์ทุกรูปแบบภายในโครงการจะมีการถ่ายทอดคำสำคัญสามคั้งกล่าว
นี้อยู่ กำหนดให้เป็นคำพื้นฐานจากนั้นนำไปรวมกับคำสำคัญที่ตั้งขึ้นมาโดยกลุ่มที่ 1 คือข้อมูลที่ได้จาก
แนวโน้มการออกแบบในอนาคตและ กลุ่มที่ 2 คือข้อมูลที่ได้จากการแบ่งผู้บริโภคตามสถานะทางสังคมโดย
แต่ละกลุ่มจะมีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มที่ 1 แนวโน้มการออกแบบในอนาคต (Trends design 2015) ซึ่งที่มาของ
ข้อมูลเกิดจากการรวบรวมข้อมูลของศูนย์ส่งเสริมการออกแบบ (TCDC : The Thailand Creative &
Design Center) ได้ทำการวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคโดยมีการแบ่งข้อมูลออกเป็น 4
กลุ่มดังนี้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.2 แสดงคำสำคัญและความหมายจากการจำแนกตามเกณฑ์แนวโน้มการออกแบบในอนาคต

คำสำคัญ	ภาพแสดง	คำอธิบาย
อิสระจาก การเวลา (Time Marverick)	 <p>MOOD & TONE สบายใจในขณะใช้งาน</p> <p>Clear Symetry Quiet</p>	<p>คือความงามที่เป็นนิรันดร์ เกิดจาก ความสมดุล ความ ชัดเจน โปร่งใส ไม่มีข้อ สงสัย ความสะอาด บริสุทธิ์ ความเงียบสงบและเรียบง่าย</p>
ความทำ หายใน ดินแดนอื่น (Next- Ploers)	 <p>Colorful Traditional Delicated</p>	<p>การนำของเก่าหรือ เอกลักษณ์ดั้งเดิมมาตีความ ใหม่ เกิดการ ผสมผสานให้ เกิดความแปลกใหม่ สะท้อน ถึงความปราณีต สีสัน ดูดี ดูมีรสนิยม</p>
ยุคแห่งการ เข้าใจ ความหมาย (Age of Context)	 <p>Dynamic Speedy Modern</p>	<p>คือการทำที่ธรรมชาติและ เทคโนโลยีเกิดการ ผสมผสานเข้าด้วยกัน จึง เกิดเป็นยุคที่ข้อมูลคือความ งดงาม ความมีระเบียบแบบ แผน ความมีมิติความเป็น ดิจิตอลแบบสุดโต่ง</p>
ธรรมชาติ เหนือจริง (Super - Natureal)	 <p>Natural Free Aqueous</p>	<p>คือ วิวัฒนาการและการ ปรับตัวของธรรมชาติ สถานะความเยือกเย็นให้ ความรู้สึกเปลี่ยนแปลงและ เคลื่อนไหวอย่างเป็นอิสระ เหมือนการไหลของน้ำ การ ละลายและการซ้อนทับ</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

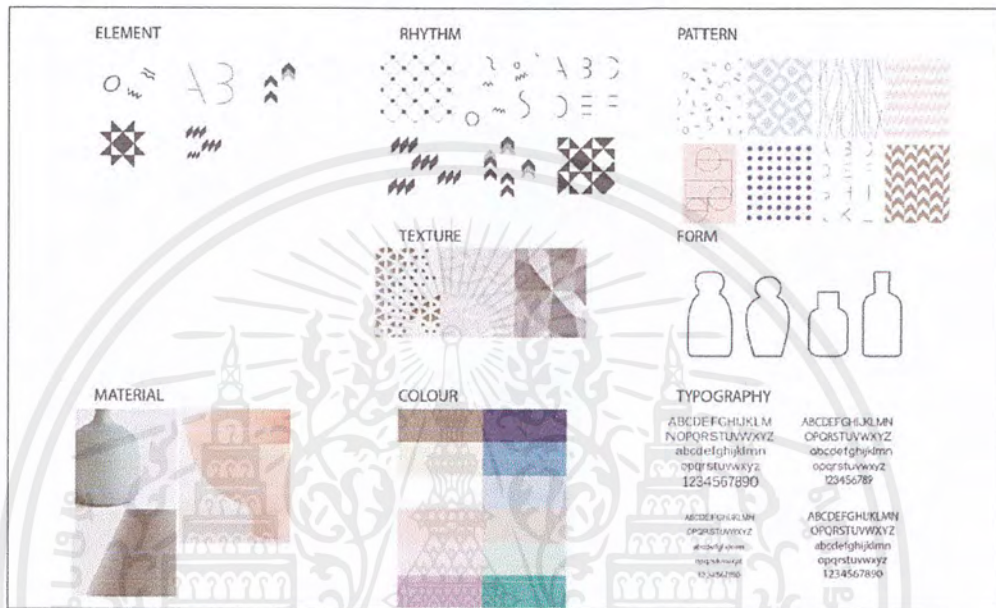
กลุ่มที่ 2 การแบ่งผู้บริโภคตามสถานะทางสังคม (Social class) ผู้บริโภคที่มีสถานะทางสังคมที่ต่างกันมักมีความต้องการภาพลักษณ์ของสินค้าไม่เหมือนกันโดยมีการแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มดังนี้

ตารางที่ 3.3 แสดงคำสำคัญและความหมายจากการจำแนกตามเกณฑ์แบ่งผู้บริโภคตามสถานะทางสังคม

คำสำคัญ	ภาพแสดง	คำอธิบาย
หรูหรา (Premium)	 <p>Prestige Excrusive Elegant</p>	ความมั่งคั่ง สง่างามผ่าเผย ความสมบูรณ์แบบความหรูหรา แผงไปด้วยความแพรวพราว พบได้ในสิ่งของที่เน้นวัสดุที่มีคุณภาพ มีการตกแต่งอย่างละเอียดและตั้งใจ มักมีลักษณะมันเงา สีทอง ทองแดง หรือความเป็นเมทัลลิก ความเป็นระเบียบเรียบร้อย
กึ่งหรูหรา (Semi-Premium)	 <p>Quiet and Sophisticated Artisan</p>	คือ ความดูดีมีสไตล์ ดูมีความรู้ ความเป็นศิลปะ พบได้ใน สิ่งของที่มีความงามแบบเรียบง่ายแต่แผงไปด้วยเสน่ห์ และเรื่องราว มีลวดลาย
ธรรมดา (Regular)	 <p>Mass Simple and Appealing</p>	คือ ความง่าย ธรรมดา สบายๆ ความเป็นธรรมชาติ ทั่วไป ปกติไม่หวือหวา พบได้ในสิ่งของที่ไม่ได้เน้นความแปลกใหม่ เน้นฟังก์ชันการใช้งาน และความสะอาดสบาย

3.5.2 ขั้นตอนที่ 2 การนำคำสำคัญที่เป็นนามธรรมมาแปลงเป็นเป็นองค์ประกอบทางศิลปะ คือ สิ่งที่สามารถเห็นได้ด้วยตา เช่น การมองผลส้มสิ่งที่เห็นคือ มองเห็นรูปร่างวงกลมขนาดใหญ่สีส้มและจุดเล็กๆสีดำหลายจุดและนามธรรมคือ สิ่งที่เกิดขึ้นจากความรู้สึกเช่น คำว่า Sweet เมื่อนึกถึงความหวานจะนึกถึงความอ่อนไหว อ่อนโยน ทำให้ได้ออกมาเป็นเส้นโค้งที่บิดพริ้วไปมา เป็นต้น จากขั้นตอนที่ 1 เพื่อนำมาเอกสสารนี้เป็นเอกสสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แปลงเป็นองค์ประกอบทางศิลปะ ได้แก่ ทิศนธาตุ (Element) รูปร่าง (Shape) รูปทรง (Form) ลวดลาย (Pattern) จังหวะ (Rhythm) พื้นผิว (Texture) สี (Color) และแบบอักษร (Typography) วิธีการแปลงภาพ (Visual) และคำสำคัญให้เป็นองค์ประกอบทางศิลปะแปลงคำสำคัญจากนามธรรมและสิ่งที่เป็นความรู้สึกและอารมณ์ของคำสำคัญแต่ละคำที่เลือกมาใช้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ในโครงการโดยคิดถึงภาพและจินตนาการไปตามสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในคำนั้นๆและแปลงออกมาเป็นองค์ประกอบศิลป์ได้ดังนี้

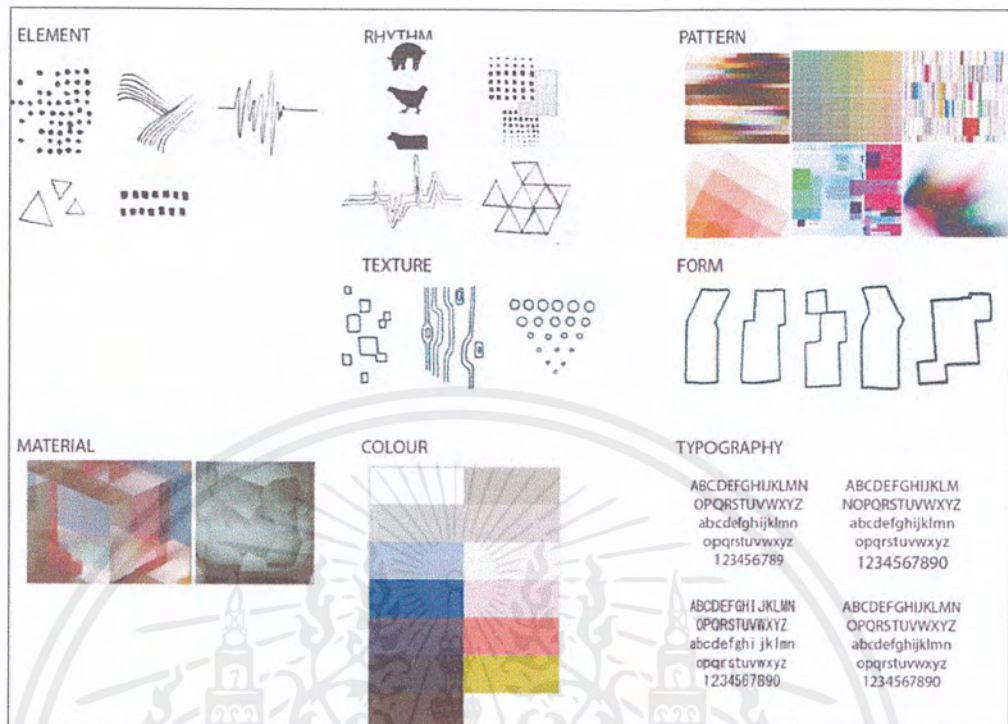


ภาพที่ 3.18 แสดงแบบร่างองค์ประกอบศิลป์ของคำสำคัญ”อิสระจากการเวลา”



ภาพที่ 3.19 แสดงแบบร่างองค์ประกอบศิลป์ของคำสำคัญ”ความทำหยาบในดินแดนอื่น”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.20 แสดงแบบร่างองค์ประกอบศิลป์ของคำสำคัญ”ยุคแห่งการเข้าใจความหมาย”



ภาพที่ 3.21 แสดงแบบร่างองค์ประกอบศิลป์ของคำสำคัญ”ธรรมชาติเหนือจริง”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

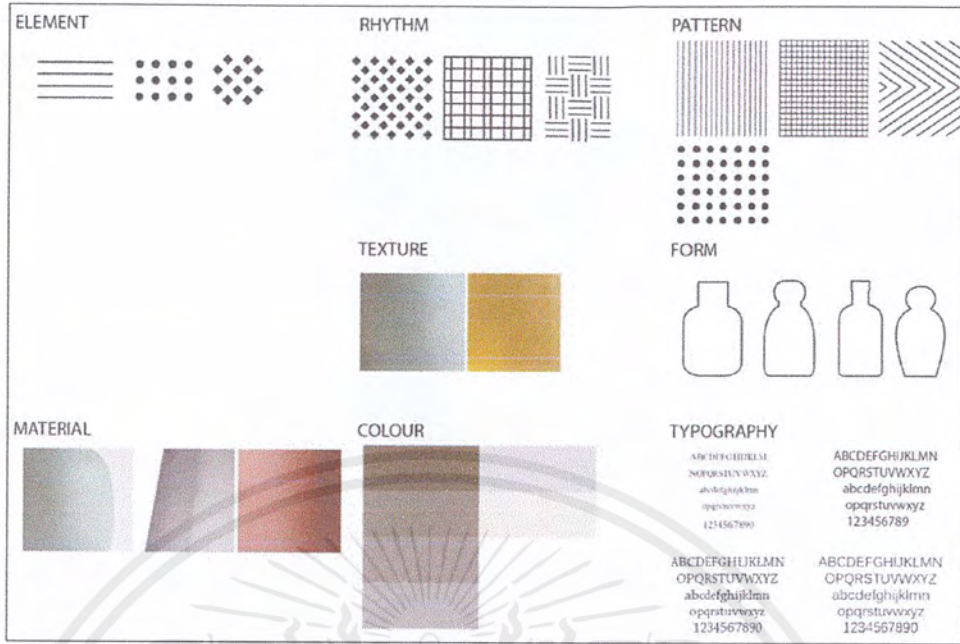


ภาพที่ 3.22 แสดงแบบร่างองค์ประกอบศิลป์ของคำสำคัญ "ทิวหา"



ภาพที่ 3.23 แสดงแบบร่างองค์ประกอบศิลป์ของคำสำคัญ "กิ่งหุหุรา"

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.24 แสดงแบบร่างองค์ประกอบศิลป์ของคำสำคัญ "เรียบง่าย"

3.5.3 ขั้นตอนที่ 3 การนำองค์ประกอบทางศิลปะที่ได้จากขั้นตอนที่ 2 มาออกแบบ เป็นบรรจุภัณฑ์รูปแบบต่างๆโดยเลือกองค์ประกอบศิลป์ที่เหมาะสมจากแต่ละคู่คำสำคัญ

		BASE KEYWORD	X	KEYWORD	
		Classic Modern Hi-Tech		01 Trends design 02 Social class	
KEYWORD	01	Time Marverick	Classic	Modern	Hi-Tech
		Next-Plorers			
		Age of Context			
		Super - Natureal			
	02	PREMIUM			
		SEMI - PREMIUM			
		REGULAR			

ภาพที่ 3.25 แสดงตารางคำสำคัญพื้นฐานมารวมกับคำสำคัญกลุ่มที่ 1 และ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากภาพที่ 3.25 การออกแบบจะอาศัยคำสำคัญเป็นเครื่องมือในการกำหนดแนวทางการออกแบบให้มีความหลากหลายโดยที่จะนำคำสำคัญพื้นฐานมารวมกับคำสำคัญตั้งแต่ 2 คำขึ้นไป โดยแถวแนวนอน (Row) จะแสดงคำสำคัญพื้นฐานและคำสำคัญกลุ่มที่ 1 และ 2 ในแถวแนวตั้ง (Column) แต่ละแนวทางจะทำการเลือกระบายสีดำในช่องสี่เหลี่ยมเพื่อแสดงการเลือกคำสำคัญมารวมกัน



ภาพที่ 3.26 แสดงตัวอย่างการนำคำสำคัญพื้นฐานมารวมกับคำสำคัญกลุ่มที่ 1 มาใช้

จากภาพที่ 3.26 ตัวอย่างการนำคำสำคัญพื้นฐานมารวมกับคำสำคัญกลุ่มที่ 1 มาใช้ โดยเลือกระบายสีดำในช่องคำสำคัญ Hi-tech x Age of Context เกิดเป็นภาพลักษณ์ที่ดูเท่และทันสมัยเนื่องจากการเลือกระบายสีในช่องคำนั้นจะทำให้เกิดแนวทางการออกแบบได้มากดังนั้นทางโครงการจะเลือกนำเสนอแต่ละแนวทางเพื่อเป็นแบบอย่างการนำไปใช้

ตารางที่ 3.4 แสดงตัวอย่างการออกแบบภาพลักษณ์เมื่อนำคำสำคัญพื้นฐานมาผสมกับคำสำคัญกลุ่มที่ 1 และ 2

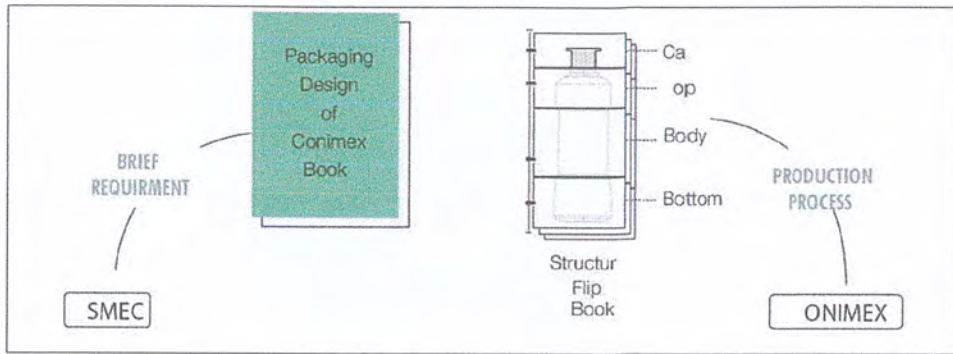
ตัวอย่าง คำสำคัญพื้นฐาน x คำสำคัญกลุ่มที่ 1, 2	ภาพแสดง
Classic x Next-Plorers	 <p>Colorful Traditional Delicated</p> <p>Next-Plorers ใช้น้ำสะอาดบริสุทธิ์ คือ การผสมผสานของกลิ่น วัสดุ และสีจากวัฒนธรรม และสอยไม้ที่คนรุ่นใหม่ชื่นชอบได้เป็นอย่างดี สดชื่น สดใส</p>
Modern x Age of context	 <p>Dynamic Speedy Modern</p> <p>Age of Context ความเร็วที่ก้าวไกล คือ การผสมผสานของกลิ่น วัสดุ และสีที่ทันสมัย และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างจากแบรนด์ อื่นๆได้อย่างชัดเจน</p>
Modern x Super-Natureal	 <p>Natural Free Aqueous</p> <p>Super - Natureal ความบริสุทธิ์ คือ การผสมผสานของกลิ่น วัสดุ และสีที่มาจาก ธรรมชาติและมีความพิเศษที่แตกต่างจากแบรนด์ อื่นๆได้อย่างชัดเจน</p>
Modern x Time Marverick	 <p>Clear Symetry Quiet</p> <p>Time Marverick ความสะอาด คือ การผสมผสานของกลิ่น วัสดุ และสีที่ ให้ความรู้สึกถึงความสะอาด สดชื่น สดใส ไร้ที่ติ สดชื่น สดใส สดชื่น สดใส สดชื่น สดใส</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.5(ต่อ) แสดงตัวอย่างการออกแบบภาพลักษณ์เมื่อนำคำสำคัญพื้นฐานมาผสมกับคำสำคัญกลุ่มที่ 1 และ 2

<p>Classic x Premium</p>	 
<p>Modern x Semi-Premium</p>	 
<p>Modern x Regular</p>	 

3.5.4 ขั้นตอนที่ 4 การนำโครงสร้างและภาพลักษณ์ที่ได้ไปใช้ การนำบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบมาใช้งานมีขั้นตอนคือ ลูกค้าบอกความต้องการให้กับฝ่ายออกแบบของผู้ผลิตโดยจะมีเครื่องมือที่อำนวยความสะดวกให้ได้รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ตรงใจลูกค้าคือคู่มือการใช้งานบรรจุภัณฑ์ (Manual Book) ภายในคู่มือจะแสดงตัวอย่างภาพบรรจุภัณฑ์ที่มีการออกแบบไว้มากมายหลังจากได้แบบบรรจุภัณฑ์ที่ลูกค้าต้องการแล้วภายในคู่มือจะมีรหัสเพื่อความสะดวกในการสั่งผลิต



ภาพที่ 3.27 แสดงขั้นตอนการนำโครงสร้างและภาพลักษณ์ที่ได้ไปใช้

จากภาพที่ 3.27 คู่มือการใช้งานบรรจุภัณฑ์ (Manual Book) จัดเป็นส่วนสำคัญในการนำการออกแบบทั้งหมดในโครงการมาใช้งานจริงโดยจะมีรายละเอียดดังนี้

PRODUCT 1
การเลือกชนิดผลิตภัณฑ์ ลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ สี ประเภตด้วย
ความต้องการการปกป้องจากแสงและกลิ่นในจุดสัมผัส
ความต้องการการบรรจุของผลิตภัณฑ์ที่มีความหนาแน่นสูง เช่น
ความต้องการในภาชนะบรรจุ วัสดุ บรรจุภัณฑ์
ความต้องการแสดงหรือปกปิดสีของผลิตภัณฑ์
ความต้องการ การผสมกันของส่วนผสมก่อนการใช้งาน

2 CLOSER
ลักษณะการใช้งาน โดยบรรจุเลือก
ลักษณะของฝาปิดต่างๆ สี และ วัสดุ
FLIP-TOP CAP
PRESS CAP
PLASTIC SCREW CAP
ALUMINIUM SCREW CAP
DISPENSER PUMP
LOTION PUMP
SPRAY PUMP

3 CONTAINER
ลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์
และภาพลักษณ์ที่ ตรงความต้องการ

ARTWORK 4
การแนะนำลักษณะของฉลาก
และการตกแต่งบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม

ภาพที่ 3.28 แสดงขั้นตอนการเลือกบรรจุภัณฑ์ในหนังสือรวบรวมบรรจุภัณฑ์

จากภาพที่ 3.28 ขั้นตอนการเลือกบรรจุภัณฑ์ในโครงการจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนแรกคือการเลือกบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของสินค้าโดยจะมีรายละเอียดส่วนที่สองคือการเลือกภาพลักษณ์ที่เหมาะสมกับสินค้าและความต้องการของลูกค้า

SHAMPOO RECOMENDED		ลักษณะภาชนะบรรจุภัณฑ์		
		<input type="radio"/> สี (สีฟ้า) <input type="radio"/> สี (สีส้ม) <input type="radio"/> สี (สีชมพู) <input type="radio"/> สี (สีน้ำเงิน)		
ความต้องการพื้นฐาน	CONTAIN บรรจุภัณฑ์ ปริมาณที่จำหน่าย	BODY CLEAR	BLACK	WHITE
	CONVENIENCE	ปริมาณบรรจุภัณฑ์ที่สะดวก ง่ายต่อการเปิดใช้งานผลิตภัณฑ์	☆☆☆☆☆ ☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆ ☆☆☆☆☆
	CLOSER	ลักษณะที่ใช้งาน ง่ายต่อการ สลับบรรจุภัณฑ์ชนิดอื่นๆ ได้ง่าย	<input checked="" type="checkbox"/> FLIP-TOP CAP <input checked="" type="checkbox"/> PRESS CAP <input checked="" type="checkbox"/> DISPENSER PUMP	<input checked="" type="checkbox"/> FLIP-TOP CAP <input checked="" type="checkbox"/> PRESS CAP <input checked="" type="checkbox"/> DISPENSER PUMP
	PROTECT	ความปลอดภัยในการใช้ผลิตภัณฑ์ ของผู้บริโภค	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆
PROMOTION	ง่ายต่อการนำเสนอ ให้ความน่าสนใจสูง	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆	

ภาพที่ 3.29 แสดงข้อมูลในการช่วยเลือกบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับความต้องการของสินค้า

จากภาพที่ 3.29 ข้อมูลทั้งหมดจะถูกนำเสนอในคู่มือการใช้งานบรรจุภัณฑ์ (Manual Book) จะประกอบด้วยข้อมูลของชนิดสินค้าทั้งหมดในโครงการได้แก่ แชมพู ครีมนวดผม ครีมอาบน้ำ เป็นต้น โดยหลังจากขั้นตอนนี้จะนำไปสู่การเลือกภาพลักษณ์ที่เหมาะสม

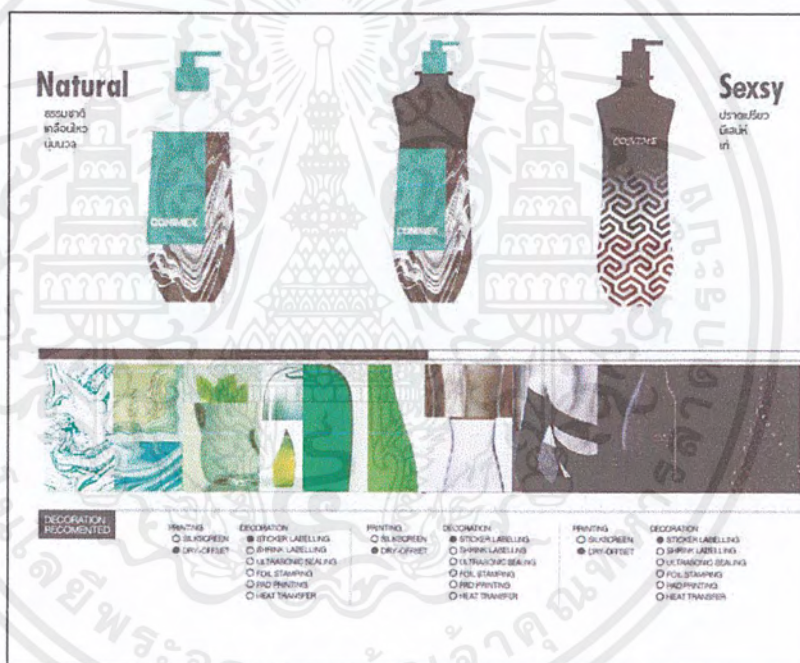


ภาพที่ 3.30 ภาพแสดงภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ในโครงการ

จากภาพที่ 3.30 ภาพลักษณ์ทั้งหมดนี้มีที่มาจากขั้นตอนที่ 3 เพื่อให้ลูกค้าเข้าใจง่าย ทางโครงการจึงนำมาเรียบเรียงและแสดงเป็นคำสำคัญที่เข้าใจง่ายโดยคำสำคัญจะถูกนำมารวมกันอีกครั้งในรูปแบบตารางและแสดงภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์โดยมีการเปรียบเทียบให้เห็นภาพและมีคำแนะนำเกี่ยวกับกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ประกอบการตัดสินใจ

	Classic	Modern	Natural	Sweet & Cute	Sexy & Smart	Simple
Classic			P.08	P.09	P.10	P.11
Modern	P.22		P.12	P.13	P.14	P.15
Natural	P.23	P.24		P.16	P.17	P.18
Sweet & Cute	P.25	P.26	P.27		P.19	P.20
Sexy & Smart	P.28	P.29	P.30	P.31		P.21
Simple	P.32	P.33	P.34	P.35	P.36	
	Values	Values	Values	Values	Values	

ภาพที่ 3.31 แสดงสารบัญภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ในโครงการ



ภาพที่ 3.32 แสดงตัวอย่างบรรจุภัณฑ์จากคู่มือการใช้งานบรรจุภัณฑ์ (Manual Book)

จากการออกแบบข้างต้นได้มีการนำเอาแนวความคิดทั้งหมดมาพิสูจน์การใช้งานกับสินค้าของผู้ประกอบการรายย่อยในสถานการณ์จริง กรณีศึกษาตัวอย่าง สินค้า OTOP ผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตนเองของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มาจากตำบลบ้านหนองบอน จังหวัดตราด เพื่อสรุปผลของการออกแบบให้เห็นว่าสามารถใช้งานได้จริง โดยที่สินค้า ผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตนเองของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอนนั้น เป็นสินค้าที่เกิดจากวัตถุดิบธรรมชาติแท้ ประกอบกับต้องการสื่อสารถึงความใส่ใจในคุณภาพ เรียบง่าย ยั่งยืน มีความดั้งเดิมจากภูมิปัญญาการผลิตของชาวบ้าน และต้องการภาพลักษณ์ใหม่ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.33 แสดงการเลือกรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสินค้าผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตนเอง
ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากภาพที่ 3.33 จากข้อมูลข้างต้นชนิดสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอนสามารถแนะนำบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมตามหลักความต้องการพื้นฐานโดยแบ่งการวิเคราะห์ที่ได้ดังนี้ ด้านความสะดวกสบายประกอบด้วยความต้องการการปกป้องจากแสงและกลิ่นเป็นพิเศษวัตถุดิบมาจากธรรมชาติสีและกลิ่นของเนื้อครีมไม่จำเป็นต้องแสดงจึงแนะนำเป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะทึบ สีขาวที่ให้ความรู้สึกถึงความสะอาด ปลอดภัยและเลือกใช้ฝามาตรฐานตามชนิดสินค้านั้นๆ ในด้านการบรรจุส่วนใหญ่ลักษณะทางกายภาพเป็นเนื้อครีมทั้งเหลวและข้นจึงเลือกขวดที่มีลักษณะตรงมีส่วนเว้าส่วนโค้งน้อยเพื่อให้เนื้อครีมไหลได้อย่างสะดวก (1) และเลือกรูปแบบคำสำคัญได้แก่ ความคลาสสิกที่มีรายละเอียดอ่อนช้อยผสมผสานกับความโมเดิร์นที่สะอาดตาและทันสมัย มาประกอบการออกแบบรูปแบบฉลาก โดยกราฟิกที่แนะนำการตกแต่งการพิมพ์แบบออฟเซตลงบนสติ๊กเกอร์ (2) จากคำสำคัญดังกล่าวช่วยให้สามารถกำหนดภาพลักษณ์ของฉลากที่เหมาะสมกับรูปทรงได้ด้วยการเลือกใช้ภาพวาดลายเส้นของส่วนผสมที่สำคัญที่ให้ความรู้สึกถึงความคลาสสิกที่ใส่ใจรายละเอียดผสมกับการเลือกรูปทรงของโครงสร้างที่ให้ความรู้สึกโมเดิร์นเรียบง่าย



ภาพที่ 3.34 แสดงภาพลักษณ์ที่เลือกและองค์ประกอบทางศิลปะที่จะนำมาใช้กำหนดแรงบันดาลใจการออกแบบฉลากให้กับผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตนเอง ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน

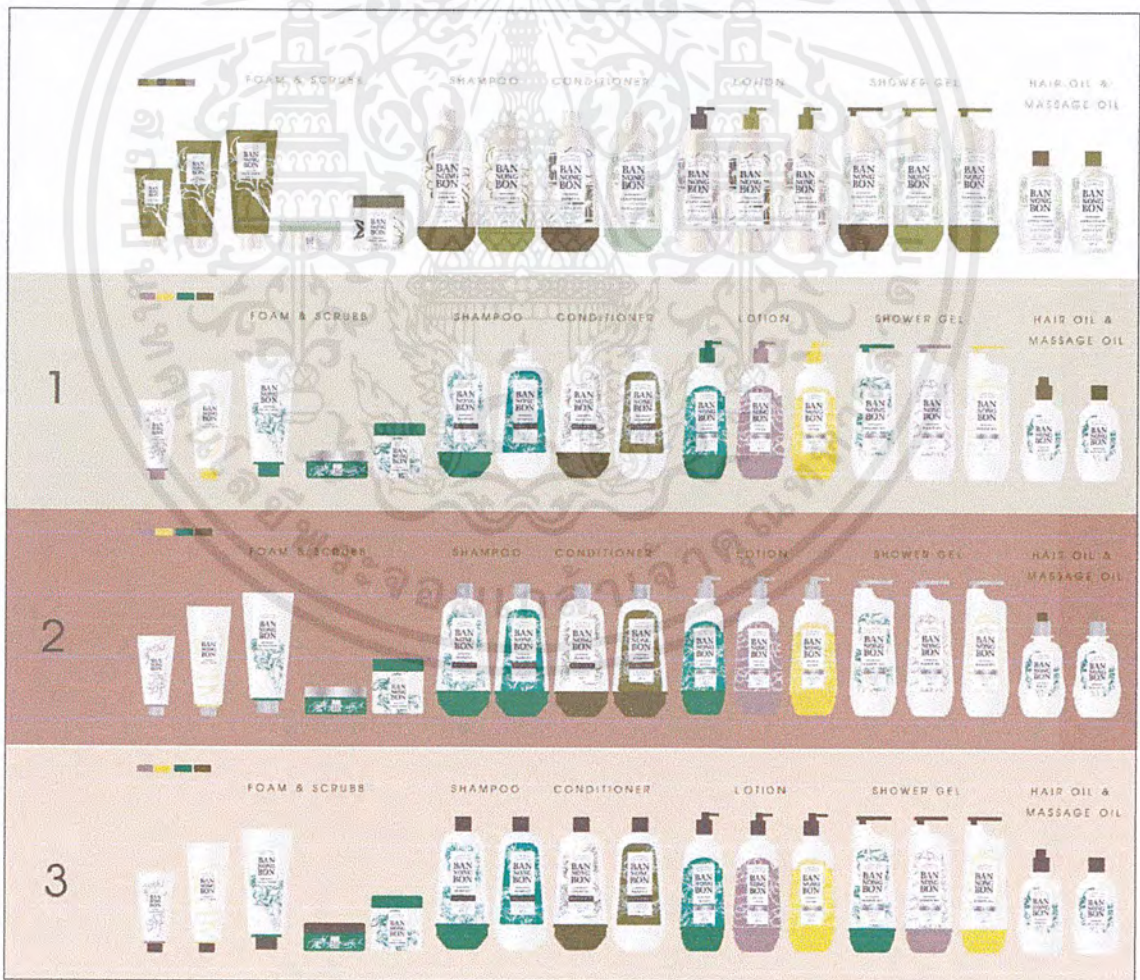


ภาพที่ 3.35 แสดงแบบร่างโลโก้สินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน โดยใช้แรงบันดาลใจจากความคลาสสิกผสมผสานความโมเดิร์น โดยแบบที่เลือกนำมาใช้คือหมายเลข 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.36 แสดงการเลือกรูปทรงบรรจุภัณฑ์จากคู่มือการใช้งาน ทำให้ได้รูปทรงหลักที่ช่วยให้สามารถเลือกรูปทรงอื่นๆ ที่สอดคล้องกันเกิดความเป็นเอกภาพเหมาะสมกับสินค้า



ภาพที่ 3.37 แสดงภาพรวมของชุดรูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน ที่เกิดจากการนำรูปทรงที่เลือกแสดงกราฟิก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.38 แสดงแบบร่างลักษณะกราฟิกสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน โดยใช้แรงบันดาลใจจากความคลาสสิกผสมผสานความโมเดิร์น โดยมีการเลือกแบบที่เหมาะสมที่จะนำมาใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.39 แสดงภาพถ่ายรวมผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตนเองของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มพัฒนาเศรษฐกิจ จากฐานชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่น จากตำบลบ้านหนองบอน จังหวัดตราด

สรุปได้ว่าการนำแนวคิดการผสมผสานเพื่อให้เกิดการลงตัวมาผนวกเข้ากับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ก่อให้เกิดการสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ สามารถตอบสนองต่อสินค้าของผู้ประกอบการรายย่อยได้จริงจะเห็นได้จากตัวอย่างข้างต้น โดยสามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายได้ ทั้งชนิดสินค้า รูปแบบภาพลักษณ์ และขนาดบรรจุที่แตกต่างกัน

บทที่ 4

สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะ

4.1 สรุปผลการออกแบบบรรจุภัณฑ์

จากแนวคิดในการออกแบบที่ทำให้บรรจุภัณฑ์สามารถปรับเปลี่ยนรูปทรงและขนาดสัดส่วน เพื่อให้เกิดความหลากหลายของรูปทรงบรรจุภัณฑ์ โดยอยู่บนพื้นฐานของการใช้แม่พิมพ์ในการผลิตร่วมกัน หรือสร้างรูปแบบให้ได้มากที่สุดทำให้เกิดรูปแบบบรรจุภัณฑ์มากมายเมื่อนำมาผสมผสานให้เกิดความลงตัว เกิดความโดดเด่นและแตกต่าง สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการรายย่อยได้หลากหลาย แนวความคิดที่ต้องการให้เกิดรูปทรงบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับผู้บริโภคและรวมไปถึงการนำเสนอ แนวทางในการออกแบบหลากหลายด้วยการจัดระบบกราฟิกบนฉลากให้สอดคล้องเหมาะสมกับรูปทรงบรรจุภัณฑ์ ที่กล่าวมาทำให้เกิดรูปแบบที่ผู้ประกอบการรายย่อยสามารถเลือกรูปแบบฉลากที่เหมาะสมกับสินค้าของตนเองได้อย่างง่ายและคุ้มค่าในการลงทุน

จากการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในโครงการการนำแนวคิดการผสมผสานเพื่อให้เกิดการ ลงตัวมาผนวกเข้ากับการออกแบบบรรจุภัณฑ์เกิดการสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ในรูปแบบใหม่อย่างไม่มีที่สิ้นสุด โดยสามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายทั้งชนิดสินค้า รูปแบบภาพลักษณ์ และขนาดบรรจุที่ แตกต่างกัน ถือเป็นแนวคิดที่ก่อให้เกิดประโยชน์และเหมาะแก่การนำไปพัฒนาต่อให้สามารถนำไปปรับใช้ได้ สถานการณ์จริงได้ไม่ยาก ซึ่งสามารถแจกแจงรายละเอียดโดยแบ่งเป็น 2 ด้าน ได้ดังนี้

1) ด้านการออกแบบโครงสร้าง การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการนี้จะเน้น การออกแบบโครงสร้างขวดบรรจุภัณฑ์ที่มีการปรับเปลี่ยนให้เกิดโครงสร้างที่หลากหลายโดยอยู่บนพื้นฐาน ของการใช้แม่พิมพ์ในการผลิตร่วมกับการออกแบบแบ่งออกเป็น 2 ชุดโครงสร้างได้แก่ โครงสร้างฐานกลม และฐานวงรี เนื่องจากการสำรวจสินค้าผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตนเองในปัจจุบันรูปทรงดังกล่าวเป็นลักษณะ ที่มีการใช้งานมากการออกแบบ 1 ชุดโครงสร้างจะประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนหัว ส่วนกลาง และ ส่วนท้ายจำนวนอย่างละ 4 รูปทรงและขนาดที่แตกต่างกันการออกแบบส่วนโค้งของทั้ง 2 ชุดโครงสร้างนั้นมีการ คำนึงถึงความเป็นเอกภาพเพื่อความสะดวกในการเลือกนำไปใช้งานในลักษณะชุดสินค้าและมีรูปแบบที่ ไม่แปลกประหลาดจนเกินไปเน้นการนำไปใช้ได้จริงและเมื่อนำมาสลับปรับเปลี่ยนโดยที่รูปแบบไม่ซ้ำกัน 1 ชุด โครงสร้างสามารถทำให้เกิดรูปทรงหลากหลายได้ถึง 64 รวมรูปทรง บรรจุภัณฑ์โครงสร้างในโครงการที่ เกิดขึ้นรวมทั้งหมด 128 รูปทรง ที่สามารถเลือกนำไปใช้งานได้และมีขนาดต่างกันจำแนกได้ 3 ขนาด คือ ขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ มีการทำแบบจำลองโครงสร้างสามมิติแสดงให้เห็นถึงขนาดและ สัดส่วนเพื่อความชัดเจนในการสื่อสารอีกด้วย การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ดังกล่าวยังมีการคำนึงถึง การออกแบบส่วนเสริมหรือการเพิ่มวัสดุอื่น ๆ ในการตกแต่งกับโครงสร้าง เช่น ส่วนครอบกลางขวด เพื่อเพิ่ม ฟังก์ชันจับและช่วยแบ่งแยกชนิดของสินค้า ส่วนครอบกันขวด และส่วนครอบฝา ซึ่งจัดเป็นการออกแบบอีก

ส่วนที่สามารถช่วยเพิ่มความแปลกใหม่และเอกลักษณ์ให้กับบรรจุภัณฑ์ขวดได้มากขึ้น เพราะสามารถสร้างความแตกต่างได้ด้วยการเลือกวัสดุ พื้นผิวสัมผัส สี ที่แตกต่างกันมาจับคู่กับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากเวลาที่มีจำกัด การออกแบบส่วนเสริมนี้จึงขาดการคำนึงถึงรายละเอียดเท่าที่ควร เช่น การประกอบ การลืตก ลวดลายที่อาจจะเกิดจากการเจาะฉลุ เป็นต้น หากสามารถออกแบบส่วนเสริมนี้ให้มีรายละเอียดที่มีความน่าสนใจ และมีรูปแบบที่มากขึ้น จะทำให้สามารถเลือกจับคู่นำมาใช้งานร่วมกับโครงสร้าง เกิดการจับคู่ผสมผสานสร้างรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่น่าสนใจและเหมาะสมกับสินค้าได้อย่างมากมาย



ภาพที่ 4.1 แสดงภาพรวมโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ขวดในโครงการจากโปรแกรมสามมิติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.2 แสดงภาพถ่ายหุ่นจำลองโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ขวดในโครงการทั้งหมด

2) ด้านการออกแบบภาพลักษณ์ ภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ในโครงการจะเกิดจากการศึกษารวบรวมข้อมูลผู้บริโภคหลากหลายรูปแบบเพื่อนำมากำหนดและแสดงออกมาในรูปแบบของคำสำคัญที่เป็นนามธรรม แล้วนำมาผ่านกระบวนการวิเคราะห์ให้ออกมาในเป็นรูปธรรมหรือองค์ประกอบทางศิลปะ ที่สามารถนำมาใช้ในการออกแบบได้ ซึ่งรายละเอียดของที่มาของคำสำคัญต่างๆได้กล่าวไว้ในบทที่ 3 อย่างละเอียด คำสำคัญดังกล่าวจัดได้ว่าเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการออกแบบในโครงการ การรวมกันของคำสำคัญนั้นจะเกิดจากการกำหนดคำสำคัญพื้นฐานแล้วนำไปรวมกับกลุ่มคำสำคัญอื่นๆตั้งแต่ 2 คำขึ้นไปเกิดการนำมารวมกันได้อย่างไม่มีที่สิ้นสุด จัดเป็นเครื่องมือในการกำหนดแนวทางการออกแบบทำให้สามารถสร้างโจทย์การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่จะเกิดขึ้นได้มากมาย ดังนั้นจึงจำเป็นต้องนำมาจัดระบบการใช้งานเพื่อให้ง่ายต่อการนำไปใช้ตอบสนองให้กับสินค้าของลูกค้าหรือผู้ประกอบการรายย่อยได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ ในโครงการจะนำเสนอการรวมกันของคำสำคัญ 2 คำรวมกัน โดยคำสำคัญดังกล่าวมีการจับกลุ่มและแปลงเป็นคำที่สามารถเข้าใจได้ง่ายมากขึ้นด้วยการให้คำจำกัดความและสื่อสารด้วยรูปภาพ การรวมของคำสำคัญดังกล่าวทำให้เกิดโจทย์ในการออกแบบจำนวน 30 โจทย์ และมีการแสดงตัวอย่างรูปแบบฉลากและรายละเอียดการตกแต่งฉลากแนะนำไว้ในคู่มือรวบรวมรูปแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ลูกค้าสามารถจินตนาการและเห็นภาพได้ง่าย ทำให้การสื่อสารเกิดความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างลูกค้ากับผู้ผลิต สรุปคือคู่มือดังกล่าวมีการแนะนำรูปทรงโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับกายภาพของสินค้านั้นๆและยังรวบรวมภาพลักษณ์ไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อย่างมากมาย เพื่อให้ลูกค้าได้บรรจุภัณฑ์ที่ตรงใจมากที่สุดและง่ายต่อการทำงานของบริษัทผู้ผลิตอีกด้วย และในโครงการมีการทดลองการเลือกนำโครงสร้างมาใช้และออกแบบสื่อสารภาพลักษณ์ที่เหมาะสมกับ โครงสร้างโดยยกตัวอย่าง สินค้า OTOP ผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตนเองของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มพัฒนา เศรษฐกิจจากฐานชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่น จากตำบลบ้านหนองบอน จังหวัดตราด มาเป็นกรณีศึกษา

4.2 ข้อเสนอแนะของคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

- ด้านการออกแบบโครงสร้าง ควรหาข้อมูลและทำการศึกษาให้ลึกซึ้งกว่านี้จะทำให้สามารถ สร้างสรรค์รูปทรงที่มีความน่าสนใจได้มากขึ้นโดยรูปทรงที่เกิดจากแม่พิมพ์ 2 ชั้นอาจจะมียูปร่างไม่ เหมือนกันหรืออาจจะมีมากกว่า 2 ชั้น เป็นต้น

- ด้านการออกแบบภาพลักษณ์ การนำคำสำคัญมากำหนดโจทย์ในการสร้างสรรค์ภาพลักษณ์ บรรจุภัณฑ์นั้น สามารถกำหนดเกณฑ์ได้มากขึ้น เช่น การสร้างตัวแปลมากกว่า 2 ตัวแปล เช่น 3 ตัวแปล หรือมากกว่านั้นโดยการศึกษาหลักการ Morphological analysis เพิ่มเติมอาจสามารถสร้างความน่าสนใจ ให้กับงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ได้ดีขึ้น การเลือกนำโครงสร้างและภาพลักษณ์มารวมกันยังต้องการ การ นำเสนอที่มีรายละเอียดมากกว่านี้ เช่น การตั้งเกณฑ์และรายละเอียดวิธีการเลือกโครงสร้างของสินค้าแต่ละ ชนิดมาใช้งานในสถานการณ์จริง

- ด้านการนำเสนอ ควรฝึกฝนและมีสมาธิเรียงลำดับในการพูดเพื่อความเข้าใจและสื่อสารที่ดีขึ้น

4.3 ข้อเสนอแนะของผู้ทำวิทยานิพนธ์

- ด้านการออกแบบโครงสร้าง การสร้างสรรค์รูปแบบโครงสร้างนั้นสามารถพัฒนาให้มีความ น่าสนใจมากขึ้นเรื่องส่วนโค้งสัดส่วนของความงามเมื่อนำมาต่อกันและพัฒนาการออกแบบแต่ละชิ้นส่วนให้มี ฟังก์ชันรองรับการใช้งานให้ครอบคลุมมากขึ้น การจำแนกโครงสร้างให้สอดคล้องกับที่มาของคำจำกัดความ หรือภาพลักษณ์ที่กำหนดไว้ให้เห็นภาพมากกว่านี้ เช่น โครงสร้างขวนี้มีบุคลิกคลาสสิก คลาสสิกอย่างไร และการระบุข้อมูลรหัสของโครงสร้างทั้งหมดเพื่อง่ายต่อการสื่อสารกับฝ่ายผลิต

- ด้านการออกแบบภาพลักษณ์ คำสำคัญที่ใช้กำหนดโจทย์ในการสร้างสรรค์ภาพลักษณ์บรรจุ ภัณฑ์ยังขาดรายละเอียดและการอธิบายให้เข้าใจได้ง่ายควรคิดการนำเสนอที่เข้าใจง่ายการจำแนกรูปทรง ของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์สอดคล้องกันนั้นยังขาดความชัดเจนรูปแบบตัวอย่างของฉลากยังมีรูปแบบทั่วไป สามารถสร้างสรรค์ให้เกิดความน่าสนใจได้มากกว่านี้ได้ เช่น การติดฉลากที่มีการตีวิธีเดียวกันแต่สามารถ สื่อสารได้แตกต่างกัน

บรรณานุกรมและเอกสารอ้างอิง

- ธงชัย สันติวงษ์ พิมพ์ครั้งที่.พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด .10. กรุงเทพมหานคร:ประชุมช่าง,2546
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ด้านสุขาการพิมพ์ :กรุงเทพมหานคร.พฤติกรรมผู้บริโภค.และคณะ .,2541ข
- Kobayashi, Shigenobu. 1925. **Color Image Scale**/by Shigenobu Kobayashi : translated by Loella Matsunaga- 1s ed.. United States : Kodansha America. Inc.
- เครื่องจักรบรรจุภัณฑ์ [online] เข้าถึงได้จาก :
http://www.foodnetworksolution.com/news_and_articles/article/0154/
- การทำงานของเครื่องจักร Blow Molding [online] เข้าถึงได้จาก :
<http://plastic.oie.go.th/Process.aspx>
- รายงานสถานการณ์ SMES 5 เดือนแรกปี 2557 [online] เข้าถึงได้จาก
http://www.industry.go.th/center_mng_gad/index.php/2013-11-25-19-26-26/2013-11-26-04-08-56/item/633-smes-5-2557
- แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม [online] เข้าถึงได้จาก <http://library.dip.go.th/multim/4ebook/.pdf>
- ศูนย์ธุรกิจอุตสาหกรรม BOC กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม [online] เข้าถึงได้จาก
http://boc.dip.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=4&Itemid=5
- วัสดุบรรจุภัณฑ์พลาสติก [online] เข้าถึงได้จาก
<http://pirun.ku.ac.th/~csnrkb/powerpoint/packaging/plastic.pdf>
- ระบบการพิมพ์ฉลาก [online] เข้าถึงได้จาก :
http://screensiam.co.th/our_service.html
- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. 2556. ข้อควรรู้เรื่องฉลากเครื่องสำอาง . [Online]. เข้าถึงได้จาก :
http://www.thaicream.com/images/wbques_1304137787/fda%20label%20pdf.2554
- แนวโน้มการออกแบบในอนาคต (Trends design2015) [Online]. เข้าถึงได้จาก :
<http://www.tcdc.or.th/index.php?lang=th>

ประวัติการศึกษา

ชื่อ	พิชญาน์ ลิขิตธรรมวาณิช
ระดับการศึกษา	
อนุบาล	โรงเรียนเฉลิมพระเกียรติ ๖๐ พรรษา สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ
ประถมศึกษา	โรงเรียนเฉลิมพระเกียรติ ๖๐ พรรษา สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ
มัธยมศึกษา	โรงเรียนสตรีนนทบุรี
อุดมศึกษา	ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ภาคผนวก

ประกอบไปด้วย แผ่นภาพนำเสนอผลงานทั้งหมด คู่มือการใช้งานบรรจุภัณฑ์ แบบสั่งงานเพื่อการผลิตและแบบสั่งงานเพื่อการพิมพ์ โดยจะแบ่งเป็นภาคผนวกดังนี้

- ภาคผนวก ก. แผ่นภาพนำเสนอผลงาน (Presentation)
- ภาคผนวก ข. คู่มือการใช้งานบรรจุภัณฑ์ (Manual Book)
- ภาคผนวก ค. แบบสั่งงานเพื่อการผลิต (Working Drawing)
- ภาคผนวก ง. แบบสั่งงานเพื่อการพิมพ์ (Artwork)





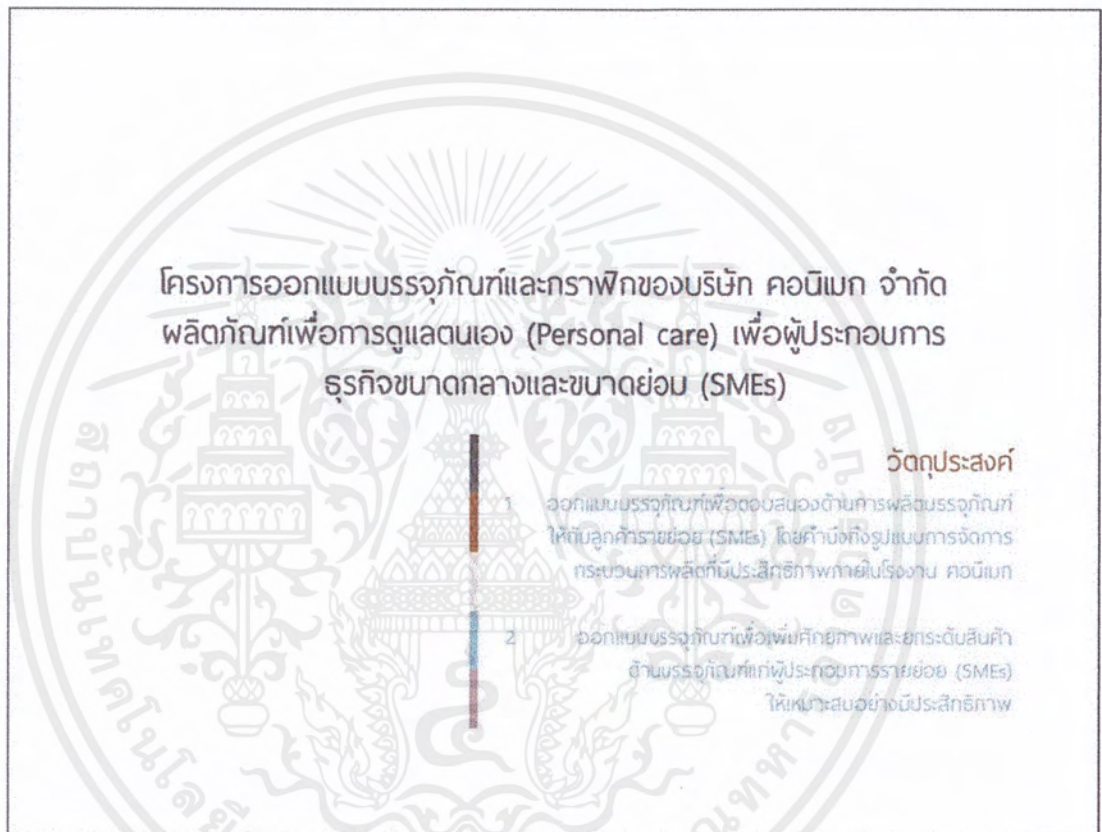
ภาคผนวก ก.

แผนภาพนำเสนอผลงาน (Presentation)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผนภาพนำเสนอผลงาน (Presentation)


แผนการนำเสนองานนี้ จะเริ่มตั้งแต่การวิเคราะห์ที่มาของโครงการ ลำดับขั้นตอนการคิด วิเคราะห์ จนกระทั่งการตีความข้อมูลทั้งหมดสู่แนวทางการออกแบบแตกแขนงเป็นแนวทางในการออกแบบและการนำเสนอขั้นตอนการนำดีไซน์ไปใช้โดยเน้นการนำเสนอลำดับขั้นตอนการคิดวิเคราะห์ การพัฒนาจนกระทั่งตีความข้อมูลทั้งหมดผ่านการออกแบบบรรจุภัณฑ์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ไปโครงการ

ขนาดของผลิตภัณฑ์




Bottles

ปริมาณบรรจุ ได้แก่ ขนาด

60 100 150
180 230 250
450 480

Unit : ml




Tubes

ปริมาณบรรจุ ได้แก่ ขนาด

100 180 250

Unit : ml



Jars

ปริมาณบรรจุ ได้แก่ ขนาด

100 200 350

Unit : ml

ปริมาณบรรจุแบบบรรจุภัณฑ์ตามรายการข้างต้นนี้ มีให้เลือก 2 ชนิด ผลิตภัณฑ์เพื่อ
ทางดูแลของ (Personal care) เพื่อผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม (SMEs)
พริกฤกษ์ สัปดาห์ 53020211

7

การออกแบบ

แนวคิดในการออกแบบ

บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับการลงทุนผลิต เหมาะกับความต้องการของผู้ประกอบการ SMEs สามารถตอบสนองต่อสินค้าที่มีความหลากหลายเพื่อผู้บริโภค จะสามารถซื้อสินค้าได้ตรงกับความต้องการ ด้วยการลงทุนที่ประหยัด ต้นค่า โดยให้เกิดความหลากหลายและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ

SAVE COST

คุ้มค่า

ประหยัดเงินทุนการผลิต
ประหยัดวัตถุดิบ
ประหยัดเวลา
ประหยัดกระบวนการการผลิต

Mix & Match

เป็นที่มาของแนวทางการออกแบบ มีซ์แอนด์แมท (การผสมผสานทีละตัว) การออกแบบเป็นขั้นตอน ตั้งแต่ Pre mould ที่มาการเลือกนำรูปแบบแต่ละชิ้นส่วนของขวดได้แก่ ส่วนหัว ส่วนตัว ส่วนก้นขวด มาสลับ ทำให้เกิดความหลากหลายของรูปแบบและขนาดของขวดได้โดยซีแพมป์ ในการผลิตเพียงน้อยชิ้น นอกจากจะประหยัดแม่พิมพ์แล้ว ยังสามารถเกิดความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะได้อีกด้วย

VARIOUS

หลากหลาย

เกิดความหลากหลายของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ สามารถตอบสนองกับสินค้าได้หลากหลายชนิด

UNIQUE STYLE

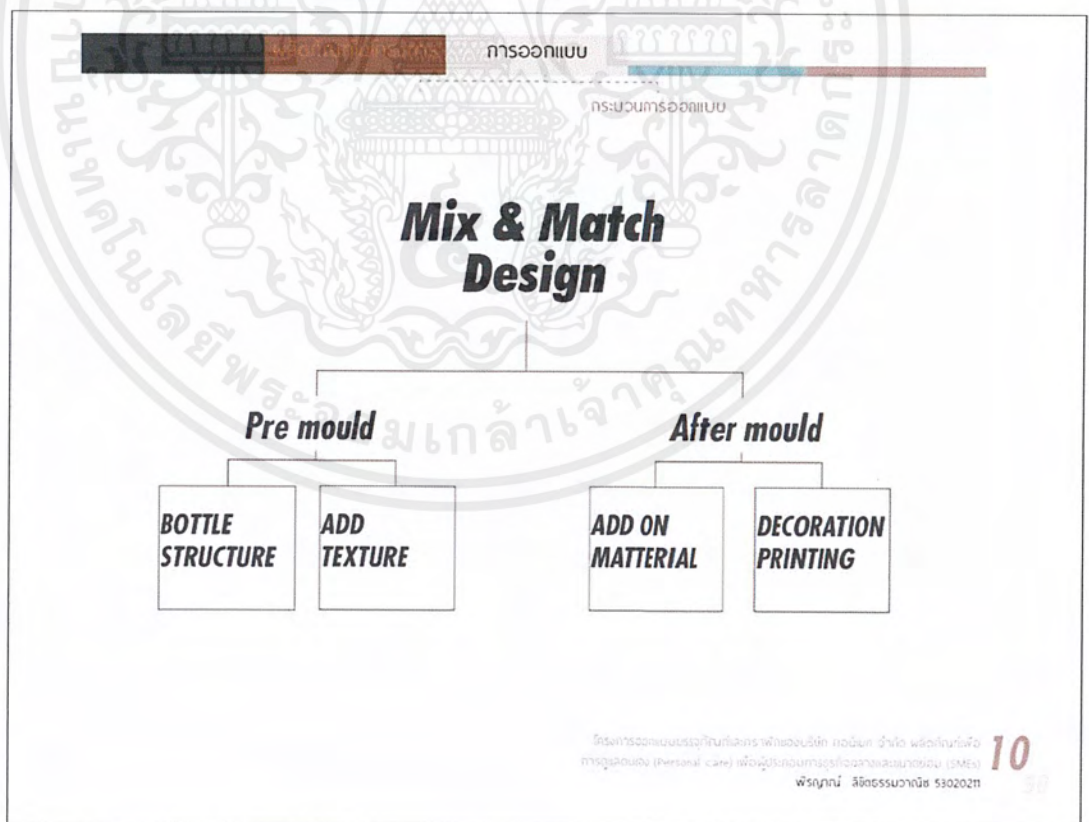
มีเอกลักษณ์

เกิดรูปแบบที่มีความเฉพาะเจาะจง มีความเป็นเอกลักษณ์

ปริมาณการออกแบบบรรจุภัณฑ์ตามรายการข้างต้นนี้ มีให้เลือก 2 ชนิด ผลิตภัณฑ์เพื่อ
ทางดูแลของ (Personal care) เพื่อผู้ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม (SMEs)
พริกฤกษ์ สัปดาห์ 53020211

8

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี **การออกแบบ**

ชนิดที่ใช้ในการผลิต กระบวนการออกแบบ

BOTTLE STRUCTURE

ภาพแสดง ลักษณะแม่พิมพ์ที่ เกิดการสลับชิ้นส่วน

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รุ่นที่ ๑๖ ปี ๒๕๖๓ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการรายย่อย (SME) ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การระบาดของโควิด-๑๙
 วิทยากร สิริธรรมาภรณ์ 53020211

11 30

การออกแบบ

กระบวนการออกแบบ

BOTTLE STRUCTURE

จากการออกแบบ 4 หมวด ในครั้ง ที่แล้ว สามารถสลับเปลี่ยนทำให้เกิด รูปแบบขวดเกิดขึ้น 64 แบบ เนื่องจากการออกแบบครั้งแรก ออกแบบขนาดในแต่ละชิ้นส่วนมีความแตกต่างกันไม่มาก จึงทำให้เกิดขนาดที่ไม่หลากหลาย เพิ่ม ความสูงให้แต่ละพาร์ทเวลาสลับ เปลี่ยนจะสามารถสร้างขนาด ที่แตกต่างกันมากขึ้น

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รุ่นที่ ๑๖ ปี ๒๕๖๓ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการรายย่อย (SME) ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การระบาดของโควิด-๑๙
 วิทยากร สิริธรรมาภรณ์ 53020211

12 30

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ในเอกสาร **การออกแบบ**

วัตถุประสงค์ในการออกแบบ กระบวนการออกแบบ

PRIMARY SKETCH DESIGN

CLASSIC

MODERN

HI-TECH

BOTTLE STRUCTURE

DESIGN DEVELOP 01

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางค์ สอนโดย อ.วิชาญ พลเลิศบัณฑิต
 การตลาดของ (Personal care) เพื่อผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อม (SMEs)
 ปรากฏนั สัทธิธรรมวานิช 53020211

13

30

การออกแบบ

กระบวนการออกแบบ

CROSS DESIGN & EXAMPLE

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางค์ สอนโดย อ.วิชาญ พลเลิศบัณฑิต
 การตลาดของ (Personal care) เพื่อผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อม (SMEs)
 ปรากฏนั สัทธิธรรมวานิช 53020211

14

30

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์โครงการ **การออกแบบ**

พิจารณาในร่างออกแบบ กระบวนการออกแบบ

FINAL DESIGN

15

30

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกของบึงกุ่ม ภาควิชา ช่างเทคนิค ผลิตภัณท์เพื่อการดูแลตนเอง (Personal care) เพื่อผู้ประกอบการธุรกิจกลางและขนาดย่อม (SMEs) ปีระกานี้ สัปดาห์ที่ 53020211

การออกแบบ

กระบวนการออกแบบ

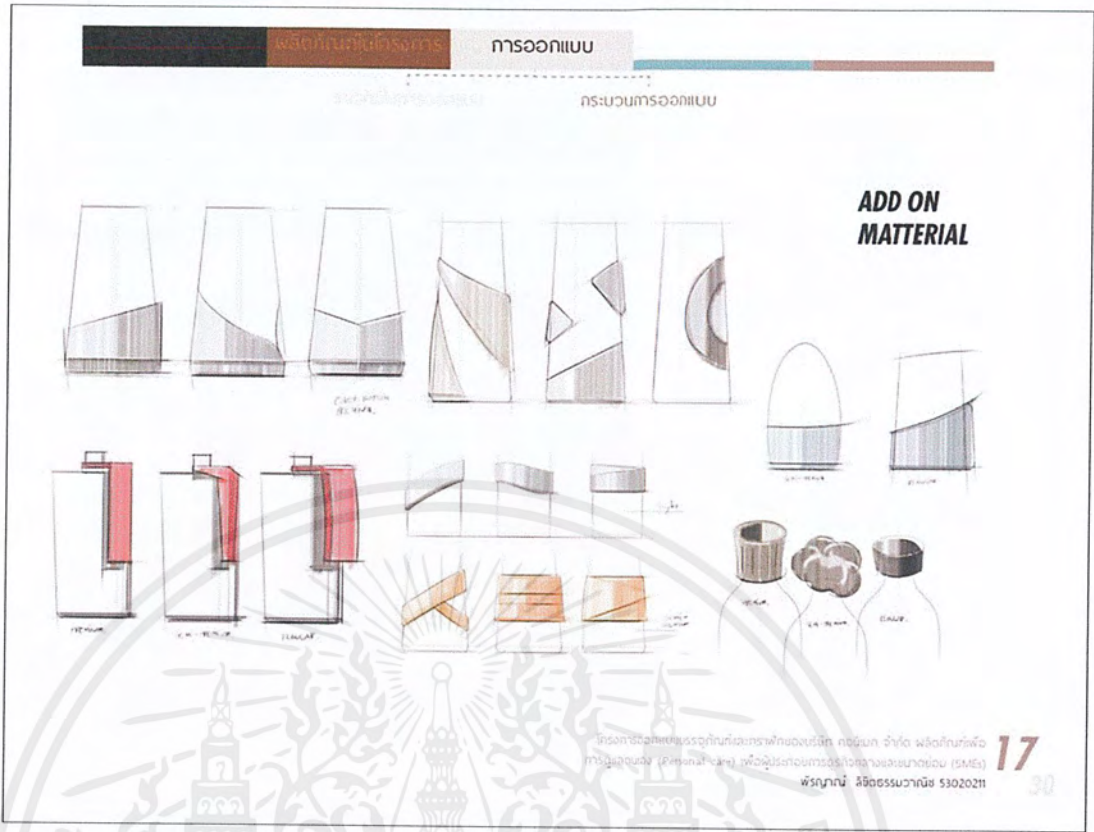
ADD TEXTURE

16

30

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกของบึงกุ่ม ภาควิชา ช่างเทคนิค ผลิตภัณท์เพื่อการดูแลตนเอง (Personal care) เพื่อผู้ประกอบการธุรกิจกลางและขนาดย่อม (SMEs) ปีระกานี้ สัปดาห์ที่ 53020211

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

SAVE COST

VARIETY OF DESIGN

UNIQUE STYLE




โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกของผลิตภัณฑ์ โคมินก่า ฉ่ำก๊ิด ผลิตภัณฑ์เพื่อ
 การดูแลสุขภาพ (Personal care) เพื่อผู้ประกอบการธุรกิจกลางและขนาดย่อม (SMEs)
 พิธีกรรม สัปดาห์ 53020211 **19**

ผู้บริโภคนิยมผู้ตัดสินใจ
 ในการเลือกซื้อสินค้า
 จึงมีอิทธิพลต่อรูปแบบ
 บรรจุภัณฑ์มากที่สุด
 รวบรวมคำสำคัญที่
 แสดงถึงบุคลิก

จัดกลุ่มคำสำคัญตาม
 เทรนด์ที่ดังไว้

ให้คำนิยาม

Visual Element

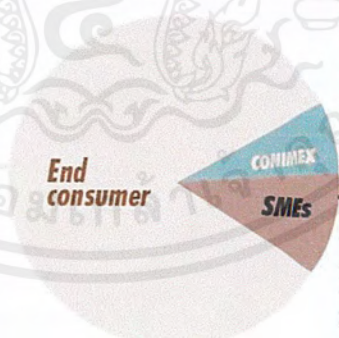
Design

ภาพลักษณ์

ผู้ที่มีบทบาทต่อการออกแบบและภาพลักษณ์ของสินค้า

บริษัทเป็นผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์
 จึงสามารถเสนอหรือแสดง
 ความเป็นตัวตนผ่าน
 บรรจุภัณฑ์ที่ภายใต้วิถีชีวิต
 การผลิตของบริษัทได้

SMEs เป็นผู้ผลิตสินค้า
 จึงสามารถเสนอความ
 ต้องการรูปแบบบรรจุภัณฑ์



โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกของผลิตภัณฑ์ โคมินก่า ฉ่ำก๊ิด ผลิตภัณฑ์เพื่อ
 การดูแลสุขภาพ (Personal care) เพื่อผู้ประกอบการธุรกิจกลางและขนาดย่อม (SMEs)
 พิธีกรรม สัปดาห์ 53020211 **20**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทิศทางสีในธรรมชาติ **การรวมกลุ่ม** **ภาพลักษณ์**

KEYWORD 01 แนวโน้มของการออกแบบในอนาคต (Trends 2015)

<p>Time Marverick คือ ความงานที่เป็นมิตรที่เกิดจากความสมดุล ความชัดเจน ไม่เร่งรีบไม่มีข้อสงสัย ความสะดวก บริสุทธิ์ ความเรียบง่ายและเรียบง่าย</p>	<p>Clear Symetry Quiet</p>	<p>Visual Element</p> <ul style="list-style-type: none"> - Element - Rhythm - Texture - Pattern - Material - Colour - Typography
<p>Next-Plorers คือ การนำของเก่าหรือเอกลักษณ์ดั้งเดิมมาตีความใหม่ เกิดการผสมผสานให้เกิดความแปลกใหม่ละทึงถึงความปรารถนา สีสันจุดจาดตุ้มรสนิยม</p>	<p>Colorful Traditional Delicated</p>	
<p>Age of Context คือ การที่ธรรมชาติและเทคโนโลยีเกิดการผสมผสานเข้าด้วยกัน จึงเกิดเป็นยุคที่ข้อมูลคือความงาม ความมีระเบียบแบบแผน ความมีมิติความเป็นดิจิทัลแบบสุดโต่ง</p>	<p>Dynamic Speedy Modern</p>	
<p>Super - Natureal คือ การที่ธรรมชาติและเทคโนโลยีเกิดการผสมผสานเข้าด้วยกัน จึงเกิดเป็นยุคที่ข้อมูลคือความงาม ความมีระเบียบแบบแผน ความมีมิติความเป็นดิจิทัลแบบสุดโต่ง</p>	<p>Natural Free Aqueous</p>	

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์สหราชอาณาจักร คอลิดา จำกัด ผลิตกันที่เพื่อการค้าส่วนบุคคล (Personal case) เพื่อผู้ประกอบการธุรกิจกลางและขนาดย่อม (SMEs) **23**
พฤษภาคม 2557 ธันวาคม 2558 53020211 30

ภาพลักษณ์

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์สหราชอาณาจักร คอลิดา จำกัด ผลิตกันที่เพื่อการค้าส่วนบุคคล (Personal case) เพื่อผู้ประกอบการธุรกิจกลางและขนาดย่อม (SMEs) **24**
พฤษภาคม 2557 ธันวาคม 2558 53020211 30

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพลักษณ์

KEYWORD 02 สถานะทางสังคมที่แตกต่างกัน (Social class)

<p>Premium คือ ความงดงาม สว่างผ่าเผย ความสมบูรณ์แบบ ความหรูหรา แฟงไปด้วยความแพรวพราว พลิ้วใต้น สิ่งของก็เน้นวัสดุที่มีคุณภาพ มีการตกแต่งอย่างละเอียดและใจอก มักมีลักษณะมันเงา สีสอง ทองแดง หรือความเป็นเอกลักษณ์ ความระยิบระยับพลมอยู่</p>	<p>Prestige Excrusive Elegant</p>	<p>Visual Element</p> <ul style="list-style-type: none"> - Element - Rhythm - Texture - Pattern - Material - Colour - Typography
<p>Semi - Premium คือ ความดูดีมีสไตล์ ดูมีความรู้ มีความเป็นศิลปะ พลิ้วใต้น สิ่งของที่มีความงามแบบเรียบง่ายแต่แฝงไปด้วยเสน่ห์ และ เรืองราว มีลวดลาย</p>	<p>Quiet and Sophisticated Artisan</p>	
<p>Regular คือ ความง่าย ธรรมดา สบายๆ มีความเป็นธรรมชาติ กว้าง ปกติไม่หรือหวา พลิ้วใต้นสิ่งของที่ไม่ได้เน้นความแปลกใหม่ เน้นฟังก์ชันการใช้งาน และความสะดวกสบาย</p>	<p>Mass Simple and Appealing</p>	

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกของเอสเอ็มอี สถาบัน จ้าหัด ผลิตกันเพื่อ การดูแลตนเอง (Personal care) เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการขนาดย่อม (SMEs) **25**
พริภฎกณี สัจิตธรรมวานิช 53020211

ภาพลักษณ์

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกของเอสเอ็มอี สถาบัน จ้าหัด ผลิตกันเพื่อ การดูแลตนเอง (Personal care) เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการขนาดย่อม (SMEs) **26**
พริภฎกณี สัจิตธรรมวานิช 53020211

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

การออกแบบ

ภาพลักษณ์

TRENDS DESIGN

Colorful Traditional Delicaded

Next-Plorers

การออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่เน้นความสวยงามและประณีต

Dynamic Speedy Modern

Age of Context

การออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่เน้นความทันสมัยและรวดเร็ว

Time Marverick

การออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่เน้นความสวยงามและประณีต

Natural Free Aqueous

Super - Natureal

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางประเภท ผลิตภัณฑ์ สิวฝ้า ผลิตภัณฑ์เพื่อ การดูแลตนเอง (Personal care) เพื่อผู้ประกอบการธุรกิจขนาดและขนาดย่อม (SME) พิษณุโลก สัปดาห์ 30 ธันวาคม 5302021 **27**

ภาพลักษณ์

SOCIAL CLASS

Prestige Exclusive Elegant

A PREMIUM

การออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่เน้นความหรูหราและพรีเมียม

Quiet and Sophisticated Artisan

B SEMI - PREMIUM

การออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่เน้นความสวยงามและประณีต

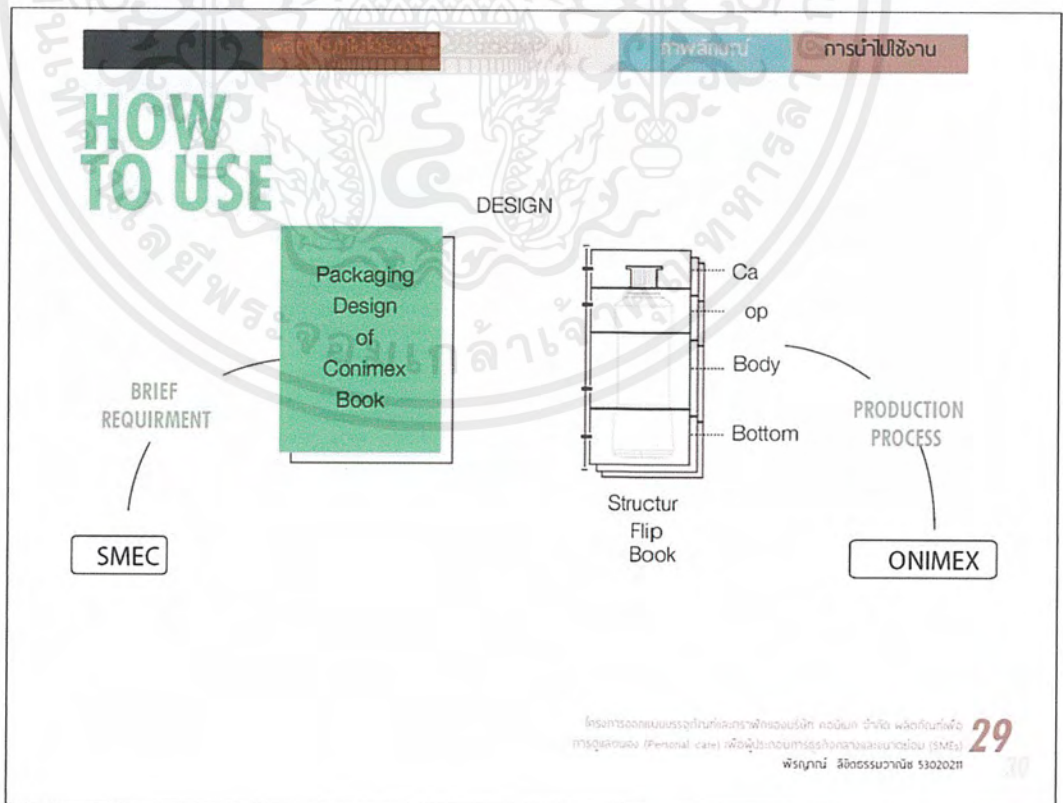
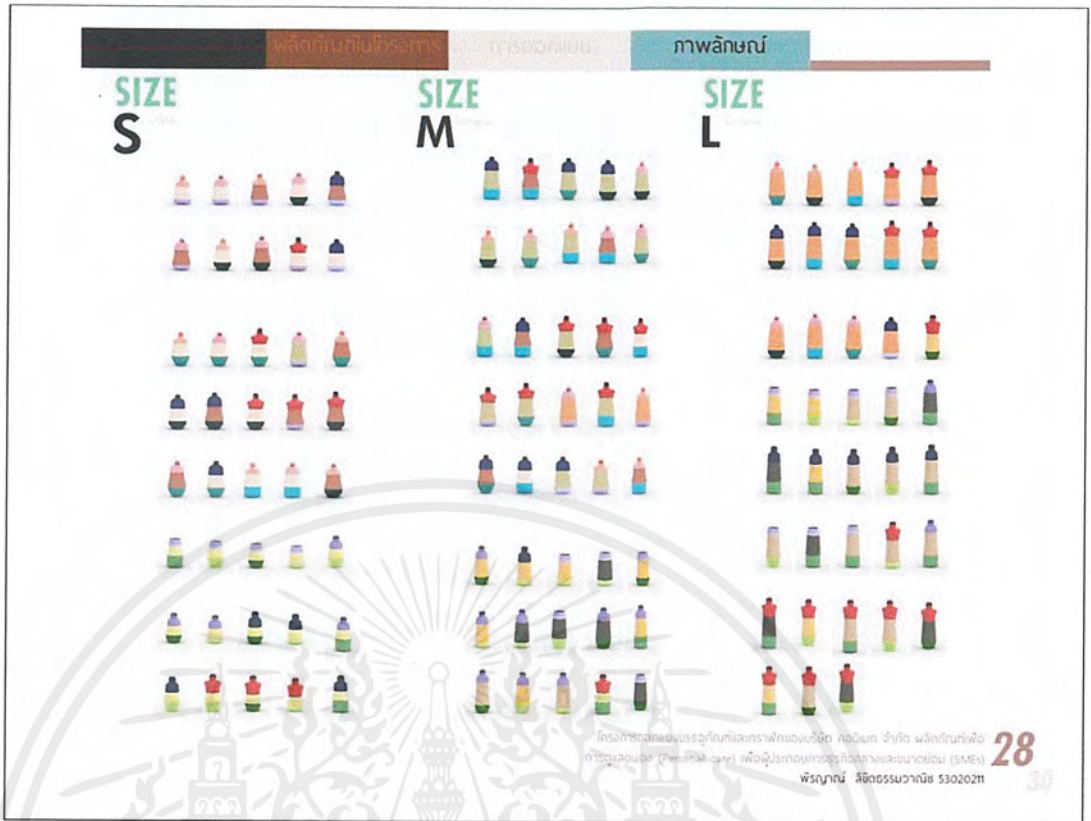
Mass Simple and Appealing

C REGULAR

การออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่เน้นความเรียบง่ายและดึงดูดใจ

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางประเภท ผลิตภัณฑ์ สิวฝ้า ผลิตภัณฑ์เพื่อ การดูแลตนเอง (Personal care) เพื่อผู้ประกอบการธุรกิจขนาดและขนาดย่อม (SME) พิษณุโลก สัปดาห์ 30 ธันวาคม 5302021 **27**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ข.

คู่มือการใช้งานบรรจุภัณฑ์ (Manual Book)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คู่มือการใช้งานบรรจุภัณฑ์ (Manual Book)


ในคู่มือมีการแนะนำรูปทรงโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับกายภาพของสินค้านั้นๆและยังรวบรวมภาพลักษณ์ไว้อย่างมากมาย เพื่อให้ลูกค้าได้บรรจุภัณฑ์ที่ตรงใจมากที่สุดและง่ายต่อการทำงานเพื่อผลิตของบริษัทอีกด้วย

PERSONAL CARE PACKAGING

INTRODUCTION

หนังสือแนะนำบรรจุภัณฑ์ หรือสินค้าเพื่อการดูแลตนเอง (Personal care) เพื่อช่วยให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจเลือกบรรจุภัณฑ์ จากทางบริษัทก่อนนับมากได้ตรงใจ และช่วยการดำเนินการผลิตเพื่อให้เกิดรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความแปลกใหม่ จึงเกิดตัวอย่างของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยหนังสือจะแนะนำบรรจุภัณฑ์ตัวอย่างมีคุณภาพ เหมาะสมกับสินค้าทั้งทางกายภาพและภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ที่น่าสนใจ ซึ่งภาพลักษณ์ (Styling) ดังกล่าวนี้ก็เป็นกรอบคุณภาพลักษณะพื้นฐานของผู้บริโภคและแนวโน้มภาพลักษณ์ก็จะเกิดขึ้นในอนาคต (Design Trends 2015,T.CDC) ที่ถือเป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีความคุ้มค่าต่อการผลิต เหมาะสมกับสินค้า และมีความลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ของความดีงามของแบรนด์ผู้บริโภคนั้นๆ

STEP BY STEP LET'S MIX&MATCH FOR PERFECT PACKAGING



- ### PRODUCT 1

การเลือกชนิดผลิตภัณฑ์ ลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ สี ประเภตวัสดุ

ความต้องการการปกป้องจากแสงและกลิ่นเป็นพิเศษ
ความต้องการการบรรจุของผลิตภัณฑ์ที่มีความเหลว เหนียว
ความต้องการในการใช้งานคือ จับ เซ้า
ความต้องการแสดงพร็อพนาบิลิตี้ของผลิตภัณฑ์
ความต้องการ การผสมกันของส่วนประกอบการใช้งาน
- ### 2 CLOSER

ลักษณะการใช้งาน โดยทางเลือก ลักษณะของฝาชนิดต่างๆ สี และ วัสดุ

 - FLIP-TOP CAP
 - PRESS CAP
 - PLASTIC SCREW CAP
 - ALUMINIUM SCREW CAP
 - DISPENSER PUMP
 - LOTION PUMP
 - SPRAY PUMP
- ### 3 CONTAINER

ลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ และภาพลักษณ์ที่ตรงตามต้องการ
- ### ARTWORK 4

การแนะนำลักษณะของฉลาก และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

STEP BY STEP LET'S MIX&MATCH FOR PERFECT PACKAGING

Type of product ?

- Body wash _____ P01
- Body lotion _____ P02
- Shampoo _____ P03
- Conditioner _____ P04
- Hair oil _____ P05
- Oil Massage _____ P06

What style is your packaging ?

	Classic	Modern	Natural	Sweet & Cute	Sexy & Smart	Simple
Classic		P07	P08	P09	P10	P11
Modern	P22		P12	P13	P14	P15
Natural	P23	P24		P16	P17	P18
Sweet & Cute	P25	P26	P27		P19	P20
Sexy & Smart	P28	P29	P30	P31		P21
Simple	P32	P33	P34	P35	P36	
	Values	Values	Values	Values	Values	

SHAMPOO RECOMENDED

ลักษณะทางกายภาพ

- เมื่อมองสี (เหลว)
- เมื่อมองสี (สี)
- เมื่อมอง (เหลว)
- เมื่อมอง (สี)

CONTAIN
บรรจุภัณฑ์
ปริมาณที่กำหนด

3-1020 ml
3-1021-2000 ml
3-1021-5000 ml

ความต้องการพื้นฐาน

	BODY	CLEAR	BLACK	WHITE
CONVENIENCE	ปกป้องจากแสงแดดสีไม่ซีดจาง	★★★★★	★★★★★	★★★★★
	การส่องหรือปิดสีของผลิตภัณฑ์	★★★★★	★★★★★	★★★★★
	CLOSER	✓ FLIP-TOP CAP ✓ PRESS CAP ✓ DISPENSER PUMP	✓ FLIP-TOP CAP ✓ PRESS CAP ✓ DISPENSER PUMP	✓ FLIP-TOP CAP ✓ PRESS CAP ✓ DISPENSER PUMP
PROTECT		ขวดอิมมูนระบบ ใช้ส่วนถึงข้างน้อย	ขวดอิมมูนระบบ แบบ ใช้ส่วน ถึงข้างปานกลาง	ขวดอิมมูนระบบ ใช้ส่วนถึงข้างมาก
	การบรรจุของผลิตภัณฑ์ที่มีความเหลว เหลว สีใสสะอาด	★★★★★	★★★★☆	★★★☆☆
PROMOTION		เสริมภาพลักษณ์วีดีโอผลิตภัณฑ์ มีความเป็นเอกลักษณ์	★★★★☆	★★★★★

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

BODY WASH RECOMENTED




ลักษณะทางกายภาพ

- เนื้อเจล (ขาว)
- เนื้อเจล (สี)
- เนื้อครีม (ขาว)
- เนื้อครีม (สี)

CONTAIN
บรรจุได้ตามปริมาณที่กำหนด

- S 1-100 ml
- M 101-200 ml
- L 201-500 ml

ความต้องการพื้นฐาน

	BODY	CLEAR	BLACK	WHITE
CONVENIENCE	ปกป้องจากแสงแดดและลมจับพายุ	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆
	การส่องหรือปกป้องสีของผลิตภัณฑ์	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆
	CLOSER ลักษณะการใช้งาน โดยการใช้มือ ลักษณะของฝาปิดต่างๆ สี และ ข้อจุด	<input checked="" type="checkbox"/> FLIP-TOP CAP <input checked="" type="checkbox"/> PRESS CAP <input checked="" type="checkbox"/> DISPENSER PUMP	<input checked="" type="checkbox"/> FLIP-TOP CAP <input checked="" type="checkbox"/> PRESS CAP <input checked="" type="checkbox"/> DISPENSER PUMP	<input checked="" type="checkbox"/> FLIP-TOP CAP <input checked="" type="checkbox"/> PRESS CAP <input checked="" type="checkbox"/> DISPENSER PUMP
PROTECT		 ของลักษณะของ ฝาดึงข้างน้อย	 ของลักษณะ แบบ มีส่วน ดึงข้างปานกลาง	 ของลักษณะ มีส่วดึงข้าง มาก
	การบรรจุของผลิตภัณฑ์ที่มีความเหลว เหลว ขึ้น ใสหรือขุ่น	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆
PROMOTION		☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆
	เสริมภาพลักษณ์ที่ดีของผลิตภัณฑ์ มีความเป็นเอกลักษณ์	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆

CONDITIONER RECOMENTED



ลักษณะทางกายภาพ

- เนื้อเจล (ขาว)
- เนื้อเจล (สี)
- เนื้อครีม (ขาว)
- เนื้อครีม (สี)

CONTAIN
บรรจุได้ตามปริมาณที่กำหนด

- S 1-100 ml
- M 101-200 ml
- L 201-500 ml

ความต้องการพื้นฐาน

	BODY	CLEAR	BLACK	WHITE
CONVENIENCE	ปกป้องจากแสงแดดและลมจับพายุ	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆
	การส่องหรือปกป้องสีของผลิตภัณฑ์	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆
	CLOSER ลักษณะการใช้งาน โดยการใช้มือ ลักษณะของฝาปิดต่างๆ สี และ ข้อจุด	<input checked="" type="checkbox"/> FLIP-TOP CAP <input checked="" type="checkbox"/> PRESS CAP <input checked="" type="checkbox"/> DISPENSER PUMP	<input checked="" type="checkbox"/> FLIP-TOP CAP <input checked="" type="checkbox"/> PRESS CAP <input checked="" type="checkbox"/> DISPENSER PUMP	<input checked="" type="checkbox"/> FLIP-TOP CAP <input checked="" type="checkbox"/> PRESS CAP <input checked="" type="checkbox"/> DISPENSER PUMP
PROTECT		 ของลักษณะของ ฝาดึงข้างน้อย	 ของลักษณะ แบบ มีส่วน ดึงข้างปานกลาง	 ของลักษณะ มีส่วดึงข้าง มาก
	การบรรจุของผลิตภัณฑ์ที่มีความเหลว เหลว ขึ้น ใสหรือขุ่น	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆
PROMOTION		☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆
	เสริมภาพลักษณ์ที่ดีของผลิตภัณฑ์ มีความเป็นเอกลักษณ์	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

HAIR OIL RECOMENTED

ลักษณะทางกายภาพ

- เนื้อใส (ขาว)
- เนื้อใส (สีน)
- เนื้อขุ่น (ขาว)
- เนื้อขุ่น (สีน)

CONTAIN
บรรจุภัณฑ์
ปริมาณที่พบบน

- S 5-100 ml.
- M 101-200 ml.
- L 201-500 ml.

ความต้องการพื้นฐาน

	BODY	CLEAR	BLACK	WHITE
CONVENIENCE	ปกป้องจากแสงแดดและเย็นในทันที	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆
	ความสะดวกหรือประโยชน์ของผลิตภัณฑ์	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆
	CLOSER ลักษณะการใช้งาน โดยการเลือก ลักษณะของฝาชนิดต่างๆ 3 และ 5 จอ	<input checked="" type="checkbox"/> FLIP-TOP CAP <input checked="" type="checkbox"/> PRESS CAP <input checked="" type="checkbox"/> DISPENSER PUMP	<input checked="" type="checkbox"/> FLIP-TOP CAP <input checked="" type="checkbox"/> PRESS CAP <input checked="" type="checkbox"/> DISPENSER PUMP	<input checked="" type="checkbox"/> FLIP-TOP CAP <input checked="" type="checkbox"/> PRESS CAP <input checked="" type="checkbox"/> DISPENSER PUMP
PROTECT		ขวดลักษณะ สีม่วงถึงขาวนวล	ขวดลักษณะ แทน มีสีน ถึงเข้าปากบาง	ขวดลักษณะ สีม่วงถึงขาว เทา
	การบรรจุของผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัย สูง เช่น ไซลิ่งขวด	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆
PROMOTION				
	เสริมภาพลักษณ์ให้ผลิตภัณฑ์ มีความเป็นเอกลักษณ์	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆

Classic

มีราซอสี
อ่อนสีน
แข็งสีน



Modern

ทันสมัย
สะอาดตา
มีความเป็นระเบียบ



DECORATION RECOMENTED

PRINTING
 SILKSCREEN
 DRY-OFFSET

DECORATION
 STICKER LABELLING
 SHRINK LABELLING
 ULTRASONIC SEALING
 FOL STAMPING
 PAD PRINTING
 HEAT TRANSFER

PRINTING
 SILKSCREEN
 DRY-OFFSET

DECORATION
 STICKER LABELLING
 SHRINK LABELLING
 ULTRASONIC SEALING
 FOL STAMPING
 PAD PRINTING
 HEAT TRANSFER

PRINTING
 SILKSCREEN
 DRY-OFFSET

DECORATION
 STICKER LABELLING
 SHRINK LABELLING
 ULTRASONIC SEALING
 FOL STAMPING
 PAD PRINTING
 HEAT TRANSFER

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Classic

มีรายละเอียด
ฉลากชัดเจน
ถึง ๗๕%



Natural

ธรรมชาติ
เคลื่อนไหว
นุ่มนวล



DECORATION RECOMMENDED

PRINTING

SILKSCREEN

DRY-OFFSET

DECORATION

- STICKER LABELLING
- SHRINK LABELLING
- ULTRASONIC SEALING
- FOIL STAMPING
- PAD PRINTING
- HEAT TRANSFER

PRINTING

SILKSCREEN

DRY-OFFSET

DECORATION

- STICKER LABELLING
- SHRINK LABELLING
- ULTRASONIC SEALING
- FOIL STAMPING
- PAD PRINTING
- HEAT TRANSFER

PRINTING

SILKSCREEN

DRY-OFFSET

DECORATION

- STICKER LABELLING
- SHRINK LABELLING
- ULTRASONIC SEALING
- FOIL STAMPING
- PAD PRINTING
- HEAT TRANSFER

Classic

มีรายละเอียด
ฉลากชัดเจน
ถึง ๗๕%



Cute

น่ารัก
สนุกสนาน
หวาน
น่ารับประทาน



DECORATION RECOMMENDED

PRINTING

SILKSCREEN

DRY-OFFSET

DECORATION

- STICKER LABELLING
- SHRINK LABELLING
- ULTRASONIC SEALING
- FOIL STAMPING
- PAD PRINTING
- HEAT TRANSFER

PRINTING

SILKSCREEN

DRY-OFFSET

DECORATION

- STICKER LABELLING
- SHRINK LABELLING
- ULTRASONIC SEALING
- FOIL STAMPING
- PAD PRINTING
- HEAT TRANSFER

PRINTING

SILKSCREEN

DRY-OFFSET

DECORATION

- STICKER LABELLING
- SHRINK LABELLING
- ULTRASONIC SEALING
- FOIL STAMPING
- PAD PRINTING
- HEAT TRANSFER

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Classic

มีรายละเอียด
อ่อนโยน
แข็งแรง



Sexy

ปราดเปรียว
มีเสน่ห์
เท่



DECORATION RECOMENTED

PRINTING

- SILKSCREEN
- DRY-OFFSET

DECORATION

- STICKER LABELLING
- SH-RINK LABELLING
- ULTRASONIC SEALING
- FOIL STAMPING
- PAD PRINTING
- HEAT TRANSFER

PRINTING

- SILKSCREEN
- DRY-OFFSET

DECORATION

- STICKER LABELLING
- SH-RINK LABELLING
- ULTRASONIC SEALING
- FOIL STAMPING
- PAD PRINTING
- HEAT TRANSFER

PRINTING

- SILKSCREEN
- DRY-OFFSET

DECORATION

- STICKER LABELLING
- SH-RINK LABELLING
- ULTRASONIC SEALING
- FOIL STAMPING
- PAD PRINTING
- HEAT TRANSFER

Classic

มีรายละเอียด
อ่อนโยน
แข็งแรง



Simple

เรียบง่าย
สะอาดตา



DECORATION RECOMENTED

PRINTING

- SILKSCREEN
- DRY-OFFSET

DECORATION

- STICKER LABELLING
- SH-RINK LABELLING
- ULTRASONIC SEALING
- FOIL STAMPING
- PAD PRINTING
- HEAT TRANSFER

PRINTING

- SILKSCREEN
- DRY-OFFSET

DECORATION

- STICKER LABELLING
- SH-RINK LABELLING
- ULTRASONIC SEALING
- FOIL STAMPING
- PAD PRINTING
- HEAT TRANSFER

PRINTING

- SILKSCREEN
- DRY-OFFSET

DECORATION

- STICKER LABELLING
- SH-RINK LABELLING
- ULTRASONIC SEALING
- FOIL STAMPING
- PAD PRINTING
- HEAT TRANSFER

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Modern

ทันสมัย
สะอาดตา
มีความเป็นระเบียบ



Natural

ธรรมชาติ
เคลื่อนไหว
นุ่มนวล



DECORATION RECOMENTED

PRINTING

- SILKSCREEN
- DRY-OFFSET

DECORATION

- STICKER LABELLING
- SHRINK LABELLING
- ULTRASONIC SEALING
- FOIL STAMPING
- PAD PRINTING
- HEAT TRANSFER

PRINTING

- SILKSCREEN
- DRY-OFFSET

DECORATION

- STICKER LABELLING
- SHRINK LABELLING
- ULTRASONIC SEALING
- FOIL STAMPING
- PAD PRINTING
- HEAT TRANSFER

PRINTING

- SILKSCREEN
- DRY-OFFSET

DECORATION

- STICKER LABELLING
- SHRINK LABELLING
- ULTRASONIC SEALING
- FOIL STAMPING
- PAD PRINTING
- HEAT TRANSFER

Modern

ทันสมัย
สะอาดตา
มีความเป็นระเบียบ



Sexy

ปราดเปรียว
มีเสน่ห์
เท่



DECORATION RECOMENTED

PRINTING

- SILKSCREEN
- DRY-OFFSET

DECORATION

- STICKER LABELLING
- SHRINK LABELLING
- ULTRASONIC SEALING
- FOIL STAMPING
- PAD PRINTING
- HEAT TRANSFER

PRINTING

- SILKSCREEN
- DRY-OFFSET

DECORATION

- STICKER LABELLING
- SHRINK LABELLING
- ULTRASONIC SEALING
- FOIL STAMPING
- PAD PRINTING
- HEAT TRANSFER

PRINTING

- SILKSCREEN
- DRY-OFFSET

DECORATION

- STICKER LABELLING
- SHRINK LABELLING
- ULTRASONIC SEALING
- FOIL STAMPING
- PAD PRINTING
- HEAT TRANSFER

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Natural

ธรรมชาติ
กลิ่นไม้หอม
นุ่มนวล



Sexy

ปราศเปรี้ยว
มีเสน่ห์
ที่



DECORATION RECOMMENDED

PRINTING

SILKSCREEN

DRY-OFFSET

DECORATION

STICKER LABELLING

SHRINK LABELLING

ULTRASONIC SEALING

FOIL STAMPING

PAD PRINTING

HEAT TRANSFER

PRINTING

SILKSCREEN

DRY-OFFSET

DECORATION

STICKER LABELLING

SHRINK LABELLING

ULTRASONIC SEALING

FOIL STAMPING

PAD PRINTING

HEAT TRANSFER

PRINTING

SILKSCREEN

DRY-OFFSET

DECORATION

STICKER LABELLING

SHRINK LABELLING

ULTRASONIC SEALING

FOIL STAMPING

PAD PRINTING

HEAT TRANSFER

Modern

ทันสมัย
สะอาดตา
มีความเป็นระเบียบ



Cute

น่ารัก
สนุกสนาน
หวาน
น่ารับประทาน



DECORATION RECOMMENDED

PRINTING

SILKSCREEN

DRY-OFFSET

DECORATION

STICKER LABELLING

SHRINK LABELLING

ULTRASONIC SEALING

FOIL STAMPING

PAD PRINTING

HEAT TRANSFER

PRINTING

SILKSCREEN

DRY-OFFSET

DECORATION

STICKER LABELLING

SHRINK LABELLING

ULTRASONIC SEALING

FOIL STAMPING

PAD PRINTING

HEAT TRANSFER

PRINTING

SILKSCREEN

DRY-OFFSET

DECORATION

STICKER LABELLING

SHRINK LABELLING

ULTRASONIC SEALING

FOIL STAMPING

PAD PRINTING

HEAT TRANSFER

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Natural

ธรรมชาติ
เคลื่อนไหว
นุ่มนวล



Cute

น่ารัก
สนุกสนาน
หวาน
น่ารักนุ่มนวล



DECORATION RECOMMENDED

PRINTING

SILKSCREEN

DRY-OFFSET

DECORATION

- STICKER LABELLING
- SHRINK LABELLING
- ULTRASONIC SEALING
- FOIL STAMPING
- PAD PRINTING
- HEAT TRANSFER

PRINTING

SILKSCREEN

DRY-OFFSET

DECORATION

- STICKER LABELLING
- SHRINK LABELLING
- ULTRASONIC SEALING
- FOIL STAMPING
- PAD PRINTING
- HEAT TRANSFER

PRINTING

SILKSCREEN

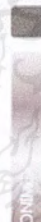
DRY-OFFSET

DECORATION

- STICKER LABELLING
- SHRINK LABELLING
- ULTRASONIC SEALING
- FOIL STAMPING
- PAD PRINTING
- HEAT TRANSFER

Modern

ทันสมัย
สะอาดตา
มีความเป็นระเบียบ



Simple

เรียบง่าย
สะอาดตา



DECORATION RECOMMENDED

PRINTING

SILKSCREEN

DRY-OFFSET

DECORATION

- STICKER LABELLING
- SHRINK LABELLING
- ULTRASONIC SEALING
- FOIL STAMPING
- PAD PRINTING
- HEAT TRANSFER

PRINTING

SILKSCREEN

DRY-OFFSET

DECORATION

- STICKER LABELLING
- SHRINK LABELLING
- ULTRASONIC SEALING
- FOIL STAMPING
- PAD PRINTING
- HEAT TRANSFER

PRINTING

SILKSCREEN

DRY-OFFSET

DECORATION

- STICKER LABELLING
- SHRINK LABELLING
- ULTRASONIC SEALING
- FOIL STAMPING
- PAD PRINTING
- HEAT TRANSFER

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Natural

ธรรมชาติ
เคลื่อนไหว
นุ่มนวล



Simple

เรียบง่าย
สะอาดตา



DECORATION RECOMMENDED

PRINTING

- SILKSCREEN
- DRY-OFFSET

DECORATION

- STICKER LABELLING
- SHRINK LABELLING
- ULTRASONIC SEALING
- FOIL STAMPING
- PAD PRINTING
- HEAT TRANSFER

PRINTING

- SILKSCREEN
- DRY-OFFSET

DECORATION

- STICKER LABELLING
- SHRINK LABELLING
- ULTRASONIC SEALING
- FOIL STAMPING
- PAD PRINTING
- HEAT TRANSFER

PRINTING

- SILKSCREEN
- DRY-OFFSET

DECORATION

- STICKER LABELLING
- SHRINK LABELLING
- ULTRASONIC SEALING
- FOIL STAMPING
- PAD PRINTING
- HEAT TRANSFER

Cute

น่ารัก
สนุกสนาน
หวาน
น่ารักนุ่มนวล



Sexy

ปราณีเย็บ
มีเสน่ห์
เท่



DECORATION RECOMMENDED

PRINTING

- SILKSCREEN
- DRY-OFFSET

DECORATION

- STICKER LABELLING
- SHRINK LABELLING
- ULTRASONIC SEALING
- FOIL STAMPING
- PAD PRINTING
- HEAT TRANSFER

PRINTING

- SILKSCREEN
- DRY-OFFSET

DECORATION

- STICKER LABELLING
- SHRINK LABELLING
- ULTRASONIC SEALING
- FOIL STAMPING
- PAD PRINTING
- HEAT TRANSFER

PRINTING

- SILKSCREEN
- DRY-OFFSET

DECORATION

- STICKER LABELLING
- SHRINK LABELLING
- ULTRASONIC SEALING
- FOIL STAMPING
- PAD PRINTING
- HEAT TRANSFER

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Cute

น่ารัก
สนุกสนาน
หวาน
น่ารักนุชอน



Simple

เรียบง่าย
สะอาดตา



DECORATION RECOMENTED

PRINTING
 SILKSCREEN
 DRY-OFFSET

DECORATION
 STICKER LABELLING
 SHRINK LABELLING
 ULTRASONIC SEALING
 FOL STAMPING
 PAD PRINTING
 HEAT TRANSFER

PRINTING
 SILKSCREEN
 DRY-OFFSET

DECORATION
 STICKER LABELLING
 SHRINK LABELLING
 ULTRASONIC SEALING
 FOL STAMPING
 PAD PRINTING
 HEAT TRANSFER

PRINTING
 SILKSCREEN
 DRY-OFFSET

DECORATION
 STICKER LABELLING
 SHRINK LABELLING
 ULTRASONIC SEALING
 FOL STAMPING
 PAD PRINTING
 HEAT TRANSFER

Sexy



Simple

เรียบง่าย
สะอาดตา



DECORATION RECOMENTED

PRINTING
 SILKSCREEN
 DRY-OFFSET

DECORATION
 STICKER LABELLING
 SHRINK LABELLING
 ULTRASONIC SEALING
 FOL STAMPING
 PAD PRINTING
 HEAT TRANSFER

PRINTING
 SILKSCREEN
 DRY-OFFSET

DECORATION
 STICKER LABELLING
 SHRINK LABELLING
 ULTRASONIC SEALING
 FOL STAMPING
 PAD PRINTING
 HEAT TRANSFER

PRINTING
 SILKSCREEN
 DRY-OFFSET

DECORATION
 STICKER LABELLING
 SHRINK LABELLING
 ULTRASONIC SEALING
 FOL STAMPING
 PAD PRINTING
 HEAT TRANSFER

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ค.

แบบสั่งงานเพื่อการผลิต (Working Drawing)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกของบริษัท คอมเนก จำกัด ผลิตภัณฑ์เพื่อ
การดูแลตัวเอง (Personal care) เพื่อผู้ประกอบการธุรกิจกลางและขนาดย่อม (SMEs)

WORKING DRAWING

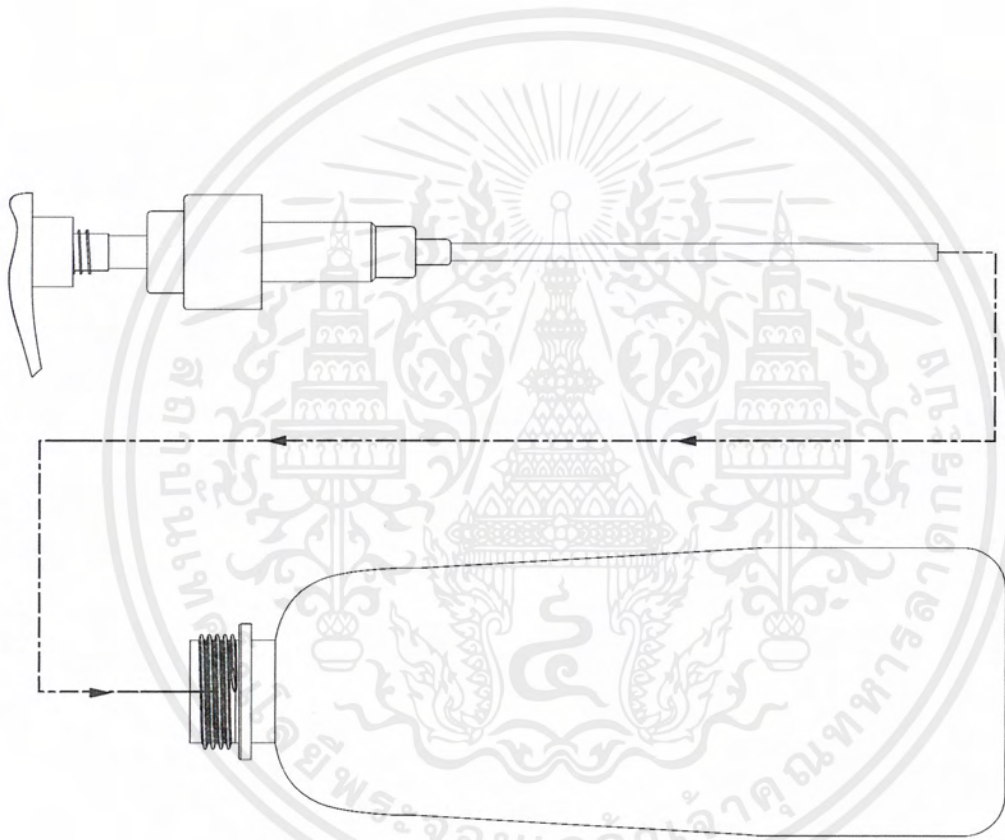
BY MISS PIRAYA LIKITTHAMWANIT 53020211

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

PART NO.	CONTENT	PAGE
1	ขวดครีมบำรุงผิวสมุนไพร ขนาด 300 มล.	1-4
2	ขวดครีมอาบน้ำสมุนไพร ขนาด 300 มล.	5-10
3	ขวดแชมพูและครีมบำรุงผมสมุนไพร ขนาด 250 มล.	11-15
4	ขวดน้ำมันสมุนไพร ขนาด 75 มล.	16-17
5	ครีมบำรุงสมุนไพรกระปุก ขนาด 100 มล.	18-19
6	ครีมบำรุงสมุนไพรกระปุก ขนาด 200 มล.	20-21
7	สูล้างหน้าสมุนไพรหลอดบีบ ขนาด 75 มล.	22-23
8	สกรับขัดผิวหลอดบีบ ขนาด 150 มล.	24-25
9	ครีมบำรุงมือสมุนไพรหลอดบีบ ขนาด 50 มล.	26-27

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



PROJECT
 ฝึกอบรมแบบสรุบทักษะการดูแลรักษาเครื่องจักร (Personal care) เพื่อผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรม (SMES)
 DESCRIPTION
 เครื่องปั๊มฉีดสเปรย์ 300 มล.

KING MONGKUT'S INSTITUTE
 OF TECHNOLOGY LADKRABANG
 FACULTY OF ARCHITECTURE
 DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN

DESIGN AND DRAWN
 MISS PIRAYA LIKITTHAMWANIT
 DATE : 10/06/58
 SCALE : 1:3
 UNIT : mm
 SHEET NO. 1 of 5

MATERIAL : PP
 PROCESS : INJECTION BLOW
 Moulding
 FINISHING : GLOSS

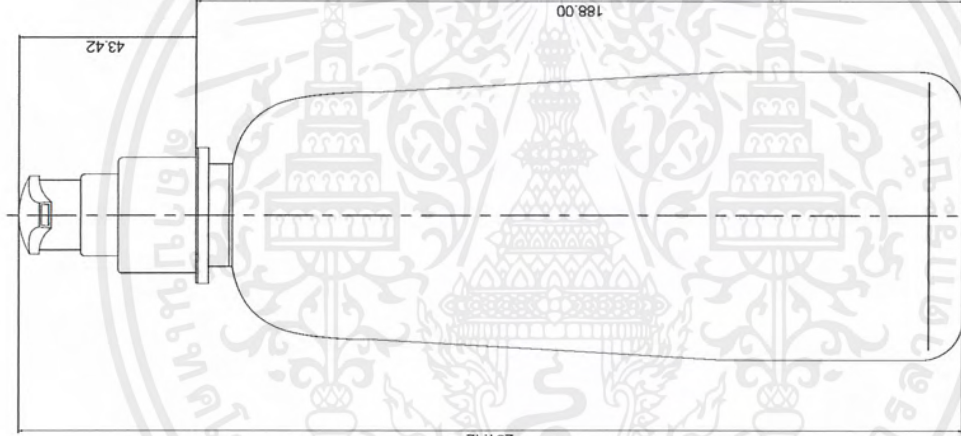
PAGE
 1

PART NO.
 1

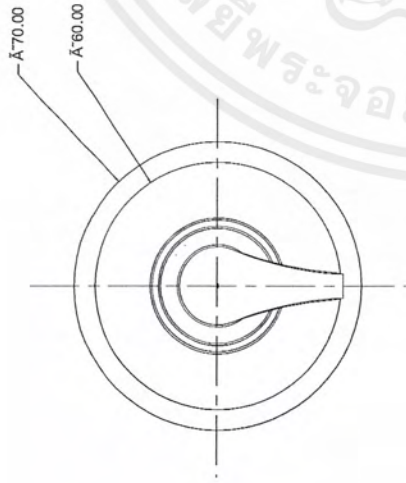
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านอื่น
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



SIDE VIEW



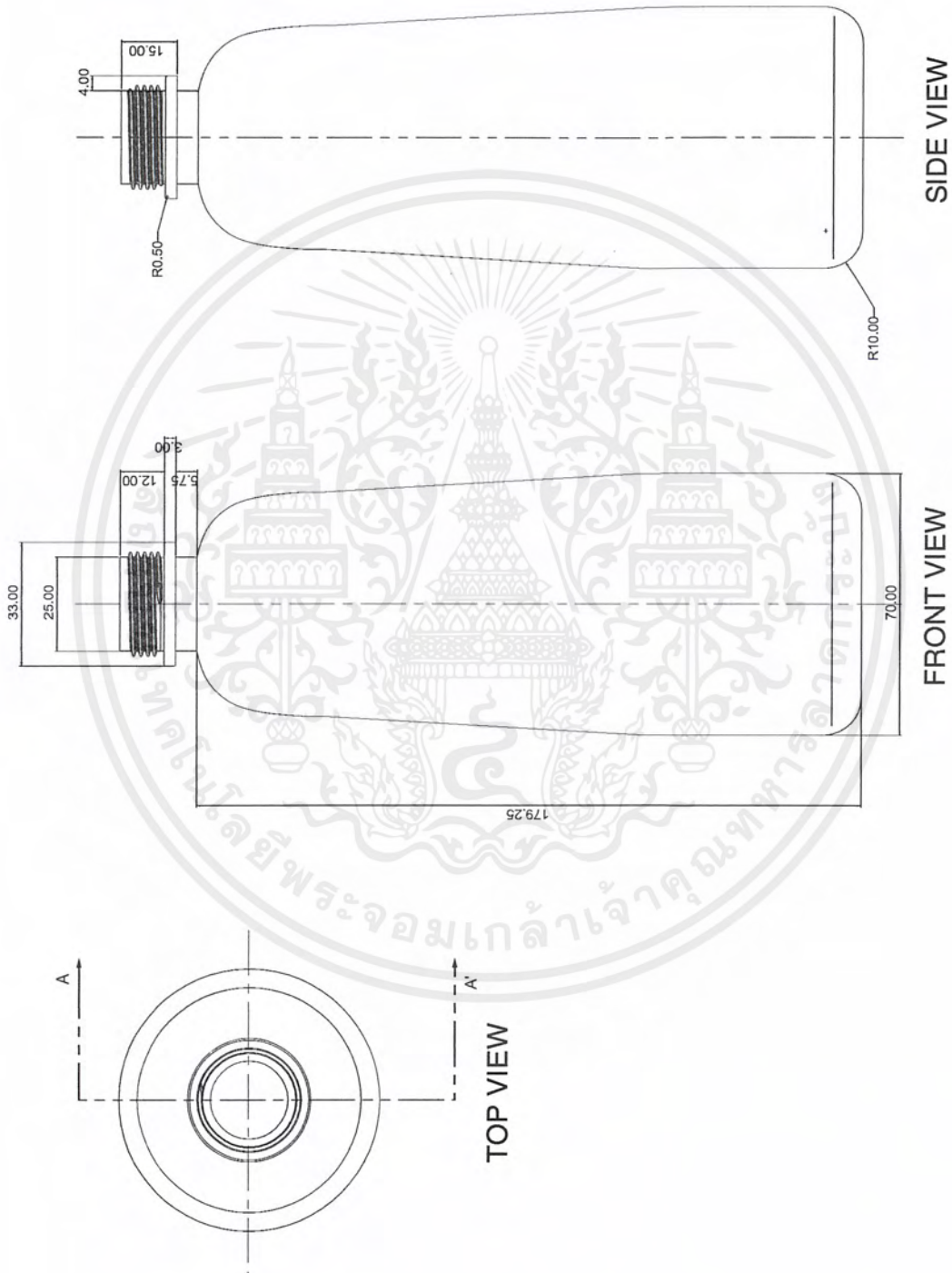
FRONT VIEW



TOP VIEW

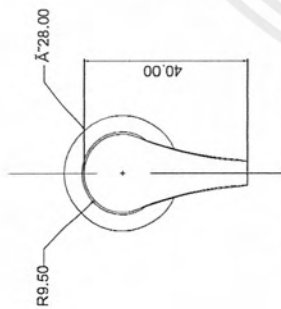
PART NO. 1	PROJECT โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกของสินค้า กลุ่มเมก จ้ากิด ผลิตภัณฑ์ การดูแลตนเอง (Personal Care) เพื่อผู้ประกอบธุรกิจกลางและขนาดย่อม (SMEs)	DESIGN AND DRAWN MISS PIRAYA LIKITTHAMWANIT		MATERIAL : PP	PAGE 2
	DESCRIPTION ครีมบำรุงผิวสมุนไพร 300 มล.	FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	DATE : 10/06/58	PROCESS : INJECTION BLOW MOULDING	FINISHING : GLOSS
		SCALE : 1:3	UNIT : mm	SHEET NO. 2 of 5	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านอื่น
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

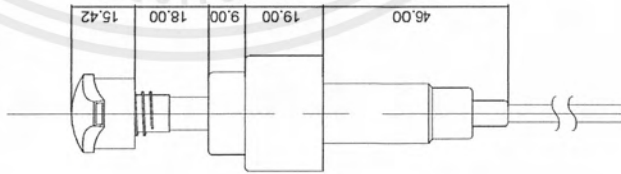


PART NO. 1	PROJECT โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกของสินค้าคอนกรีต วัสดุผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ (Personal care) (เพื่อผู้ประกอบการรายกลางและขนาดใหญ่) (SMEs)	DESIGN AND DRAWN MISS PIRAYA LIKITTHAMWANIT		MATERIAL : PP	PAGE 3
	DESCRIPTION เครื่องมือบรรจุวัสดุผง 300 มล.	FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	DATE : 10/06/58	PROCESS : INJECTION BLOW MOULDING	FINISHING : GLOSS
		SCALE : 1:3	UNIT : mm	SHEET NO. 3 of 5	

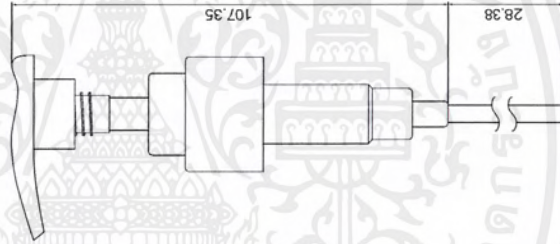
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการศึกษาอื่นใด
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



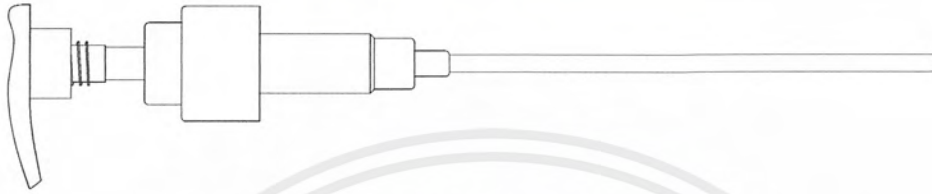
TOP VIEW



FRONT VIEW



SIDE VIEW



PART NO. 1

PROJECT
 ฝึกอบรมและเรียนรู้กับเลขาฯของนิสิต คณบดี จาก หลักสูตร
 การดูแลเอาใจใส่ (Personal care) เพื่อผู้ประกอบธุรกิจทางด้านสุขภาพ

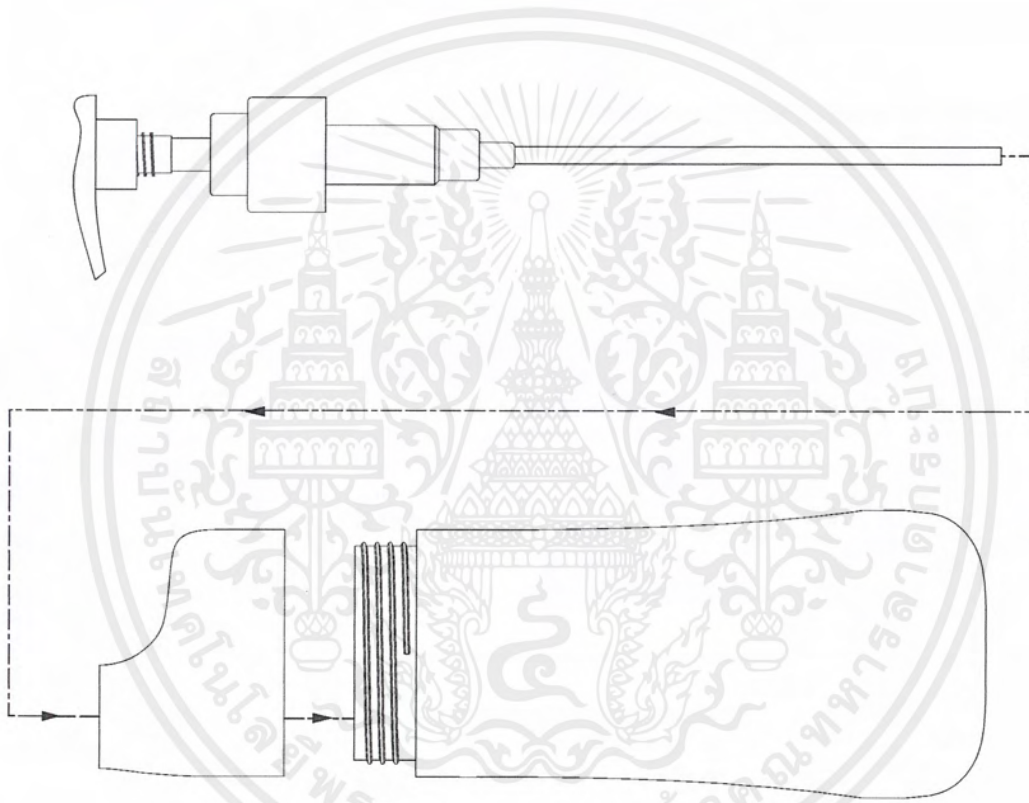
KING MONGKUT'S INSTITUTE
 OF TECHNOLOGY LADKRABANG
 FACULTY OF ARCHITECTURE
 DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN

DESIGN AND DRAWN
 MISS PIRAYA LIKITTHAMWANIT
 DATE : 10/06/58
 SCALE : 1:3
 UNIT : mm
 SHEET NO. 5 of 5

MATERIAL : PP
 PROCESS : INJECTION BLOW
 Moulding
 FINISHING : GLOSS

PAGE
 4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านอื่น
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



PROJECT

โครงการออกแบบเครื่องสำอางชนิดครีม สำหรับใช้ทาหน้า
การดูแลผิว (Personal care) เพื่อผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ

DESCRIPTION

ครีมอาบน้ำสมุนไพร 300 มล.

PART NO.

2

DESIGN AND DRAWN

MISS PIRAYA LIKITTHAMWANIT

MATERIAL : PP

PROCESS : INJECTION BLOW
MOULDING

FINISHING : GLOSS

PAGE

5

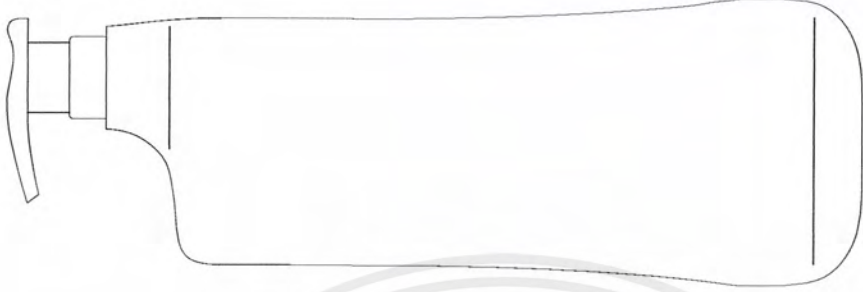
SHEET NO. 1 of 6

UNIT : mm

SCALE : 1:3

DATE : 10/06/58

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านอื่น
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



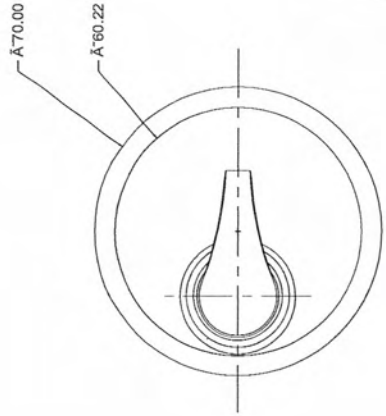
BACK VIEW



SIDE VIEW



FRONT VIEW



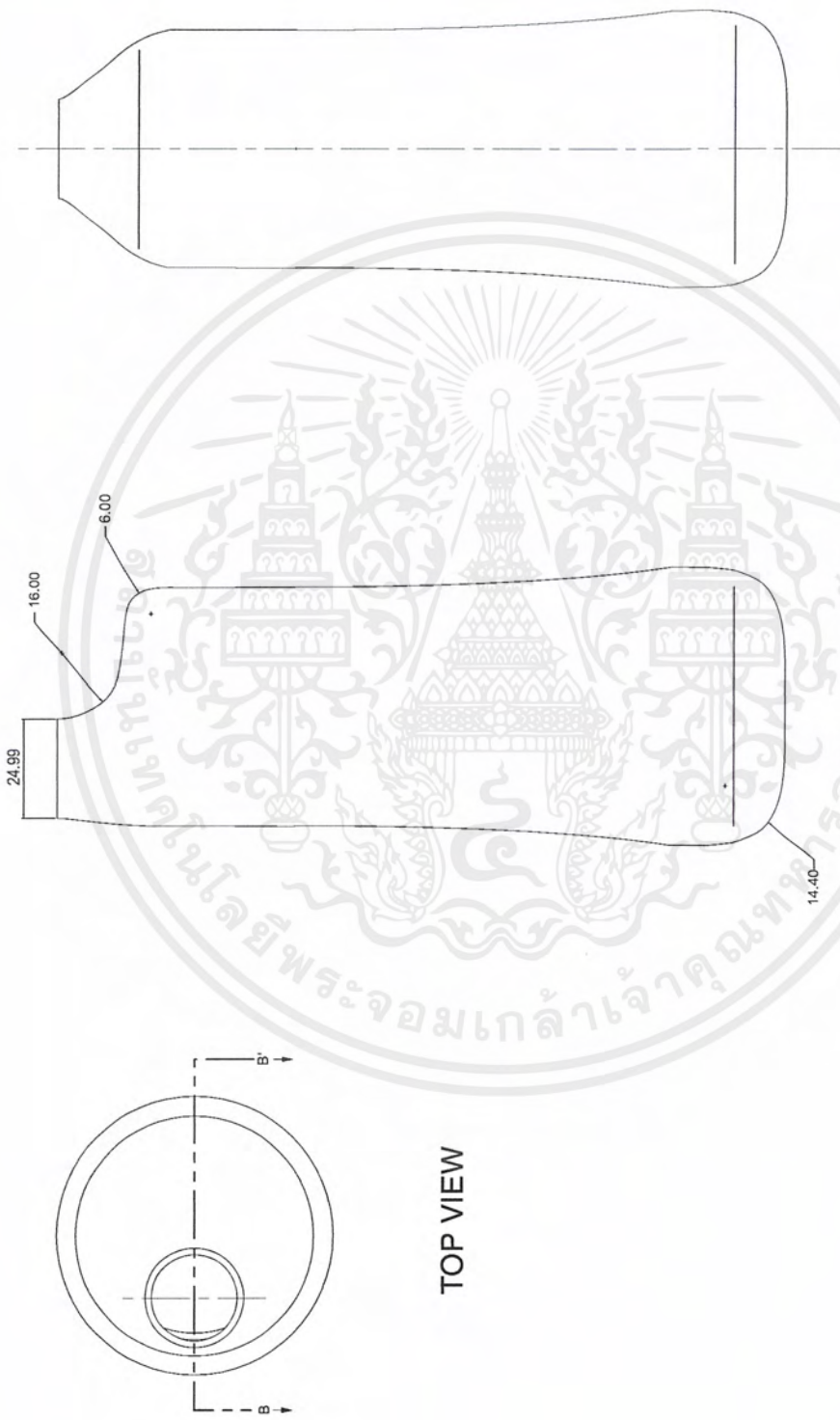
TOP VIEW

209.44

24.42

PROJECT โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิด ฝาปิด พลาสติกพ้อง มาตรฐาน (Personal care) เพื่อใช้บรรจุภัณฑ์ทางการแพทย์ (SMEs)	DESIGN AND DRAWN MISS PIRAYA LIKITTHAMWANIT		MATERIAL : PP	PAGE 6
	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG		PROCESS : INJECTION BLOW MOULDING	
DESCRIPTION คีมอาบน้ำสบู่น้ำพริ 300 มล.	FACTORY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	DATE : 10/06/58	FINISHING : GLOSS	
PART NO. 2	SCALE : 1:3	UNIT : mm	SHEET NO. 2 of 6	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านอื่น
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



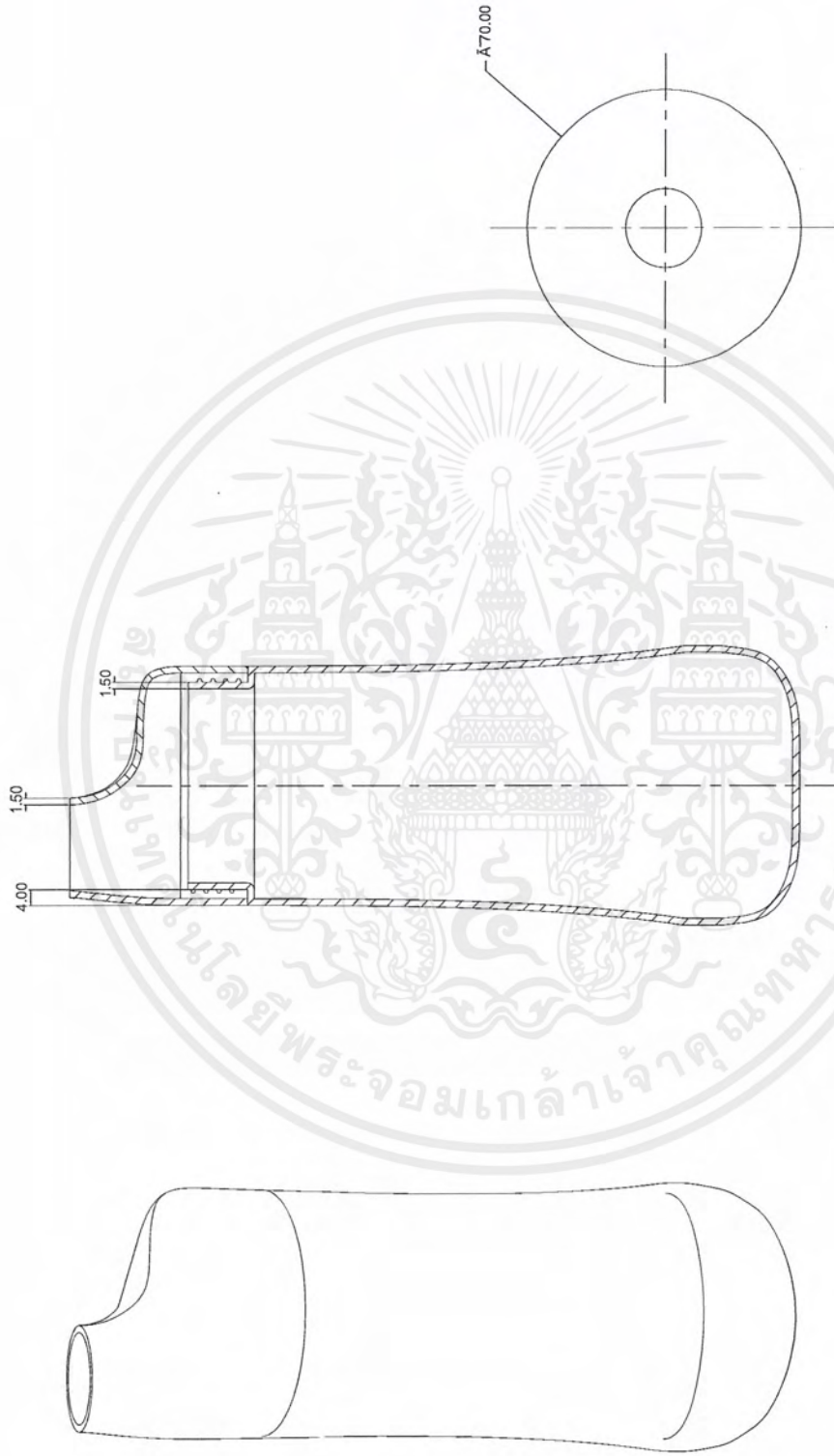
SIDE VIEW

FRONT VIEW

TOP VIEW

PROJECT โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกของสินค้า โคมินันท์ จำกัด ผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพ (Personal care) (Project design packaging and graphics of health food products)	DESIGN AND DRAWN MISS PIRAYA LIKITTHAMWANIT		MATERIAL : PP	PAGE 7
	FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN		PROCESS : INJECTION BLOW MOULDING	FINISHING : GLOSS
DESCRIPTION เครื่องมือสำหรับพิมพ์ 300 มล.	DATE : 10/06/58	SCALE : 1:3	UNIT : mm	SHEET NO. 3 of 6
PART NO. 2				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านอื่น
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



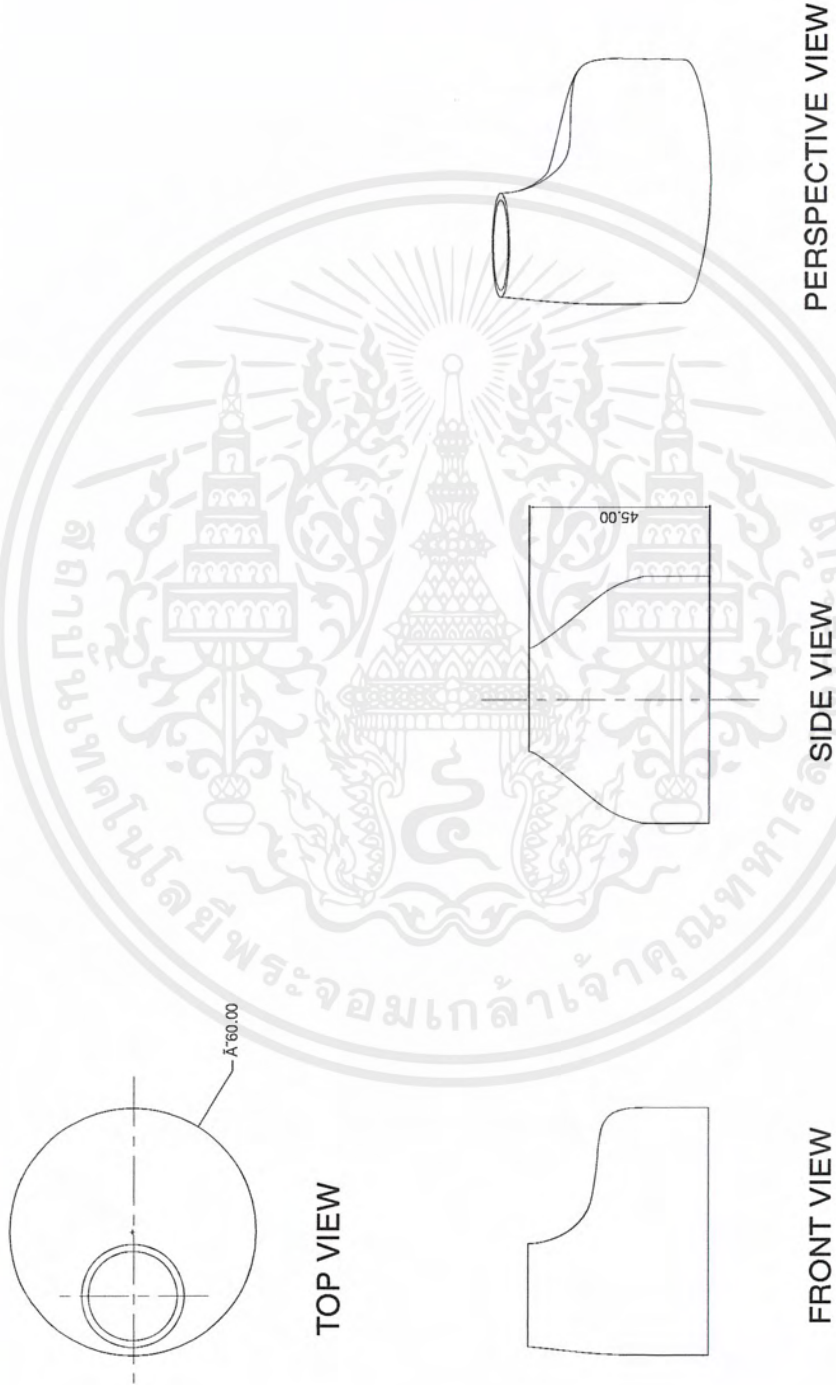
PERSPECTIVE VIEW

SECTION B-B'

BOTTOM VIEW

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านอื่น
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

PART NO. 2	PROJECT โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์คอนกรีตจำพวกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษา (Personal care) เพื่อผู้บริโภค (Consumer care) (SMEs)	DESIGN AND DRAWN MISS PIRAYA LIKITTHAMWANIT		MATERIAL : PP	PAGE 8
	DESCRIPTION ศรีมน้ำสมุนไพร 300 มล.	FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	DATE : 10/06/58	PROCESS : INJECTION BLOW MOULDING	FINISHING : GLOSS
		SCALE : 1:3	UNIT : mm	SHEET NO. 4 of 6	



PERSPECTIVE VIEW

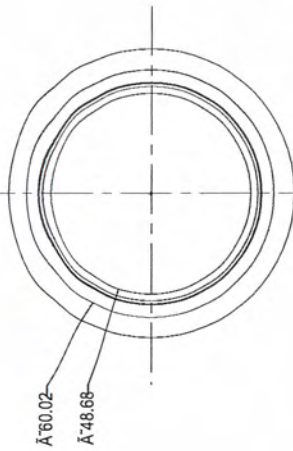
SIDE VIEW

FRONT VIEW

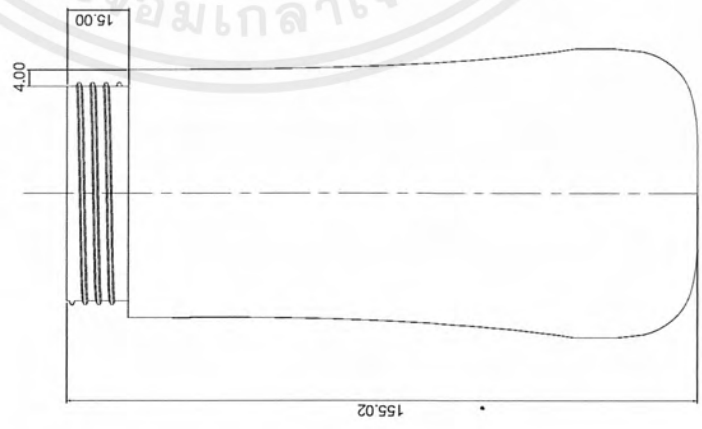
TOP VIEW

PART NO. 2	PROJECT โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิคของผลิตภัณฑ์ขนมปัง จ้ากั ผักกักับห่อ การดูแลสุขภาพ (Personal care) (เพื่อผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพและโภชนาการ) (S/IEs)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	DESIGN AND DRAWN MISS PIRAYA LIKITTHAMWANIT	MATERIAL : PP PROCESS : INJECTION BLOW MOULDING	PAGE 9
	DESCRIPTION ศรัณิอาบนำสนุไฟร 300 มล.	FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	DATE : 10/06/58 SCALE : 1:3 UNIT : mm	FINISHING : GLOSS	SHEET NO. 5 of 6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านกั
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



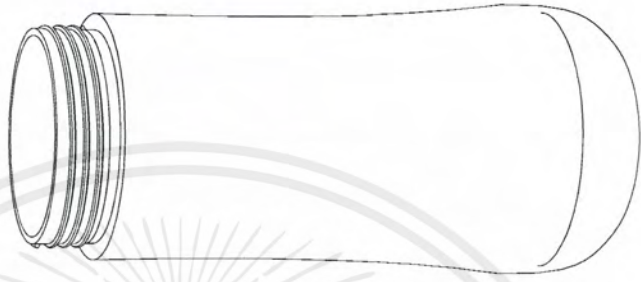
TOP VIEW



FRONT VIEW



SIDE VIEW



PERSPECTIVE VIEW

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านอื่น
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

PART NO. 2	PROJECT โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกของสินค้า คอนันท์ จำกัด ผลิตภัณฑ์ การดูแลสุขภาพ (Personal care) สำหรับผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ (S/15)	DESIGN AND DRAWN MISS PIRAYA LIKITTHAMWANIT		MATERIAL : PP	PAGE 10
	DESCRIPTION คีมอบน้ำสมุนไพร 300 มล.	FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	DATE : 10/06/58	PROCESS : INJECTION BLOW MOULDING	FINISHING : GLOSS
		SCALE : 1:3	UNIT : mm	SHEET NO. 6 of 6	



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านอื่น
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

PART NO.
3

PROJECT
 โครงการออกแบบเครื่องจักรกลการพิมพ์ของนักเรียน คณิตศาสตร์ คณิตศาสตร์
 มทร.ลาดกระบัง (Personal care) (เพื่อผู้ประคบปรังการช่างและช่างศิลป์ (SMEs))
 DESCRIPTION
 เข็มปากและศรีมน้ำจุ่มผสมสพู่ไฟ 250 มล.

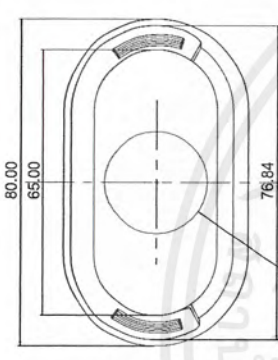
KING MONGKUT'S INSTITUTE
 OF TECHNOLOGY LADKRABANG
 FACULTY OF ARCHITECTURE
 DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN

DESIGN AND DRAWN
 MISS PIRAYA LKITTHAMWANIT
 DATE : 10/06/58 SCALE : 1:3 UNIT : mm SHEET NO. 1 of 5

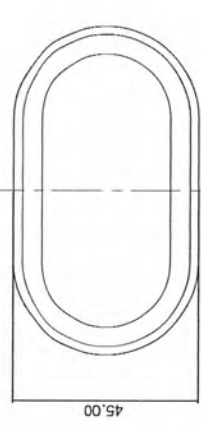
MATERIAL : PP
 PROCESS : INJECTION BLOW
 MOULDING
 FINISHING : GLOSS

PAGE
11

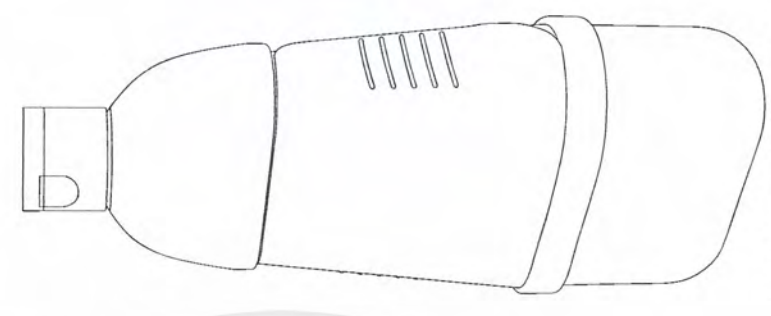
TOP VIEW



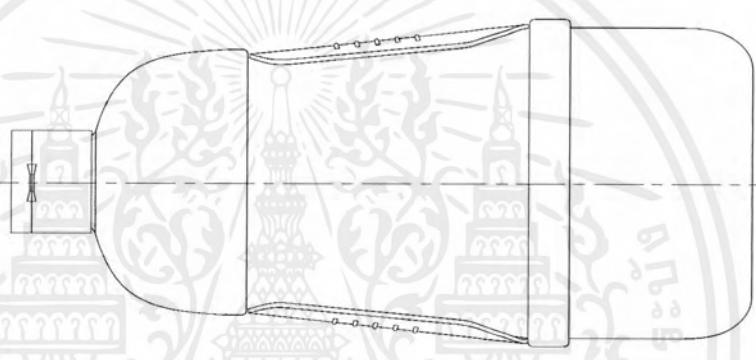
BOTTOM VIEW



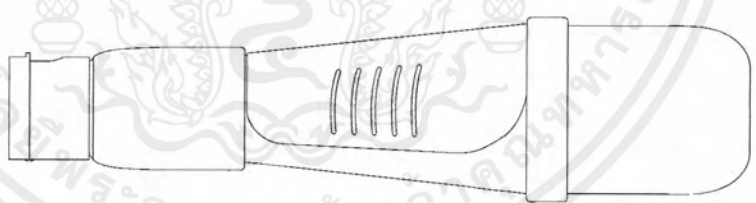
PERSPECTIVE VIEW



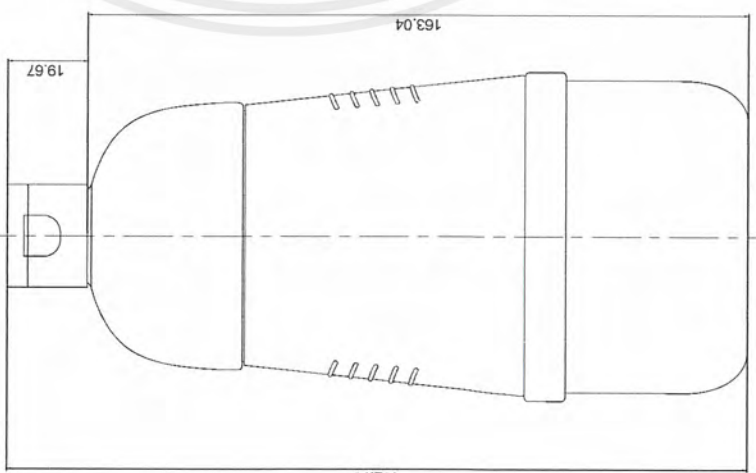
BACK VIEW



SIDE VIEW



FRONT VIEW



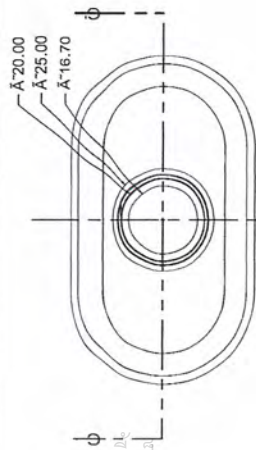
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านอื่น
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

PART NO. 3

PROJECT
 โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของสินค้า คอนแทก จำกัด ผลิตภัณฑ์
 มีสุขภาพดี (Personal care) เพื่อผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพและสุขภาพใจ (G&E)
 DESCRIPTION
 เข็มหูและครีมบำรุงผมสมุนไพร 250 มล.

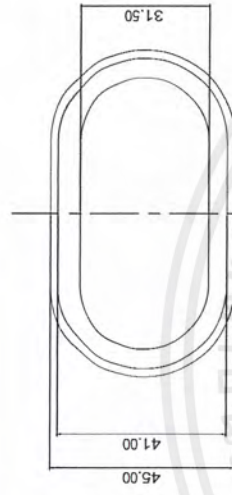
DESIGN AND DRAWN
 MISS PIRAYA LIKITHAMWANIT
 DATE : 10/06/58 SCALE : 1:3 UNIT : mm SHEET NO. 2 of 5

MATERIAL : PP
 PROCESS : INJECTION BLOW
 MOLDING
 FINISHING : GLOSS
 PAGE 12

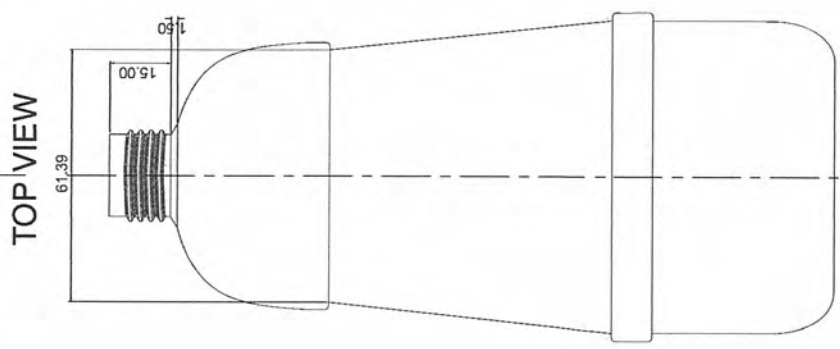


TOP VIEW

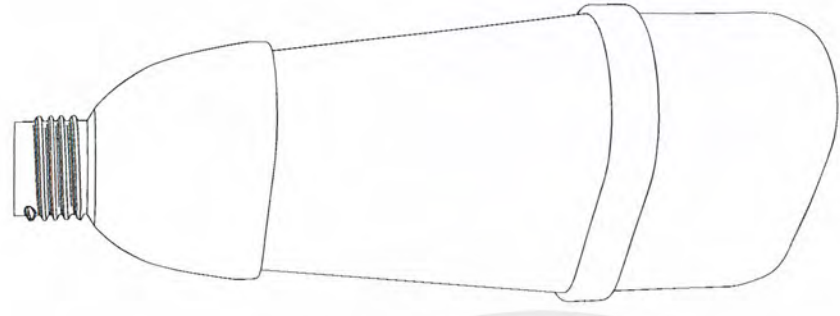
BOTTOM VIEW



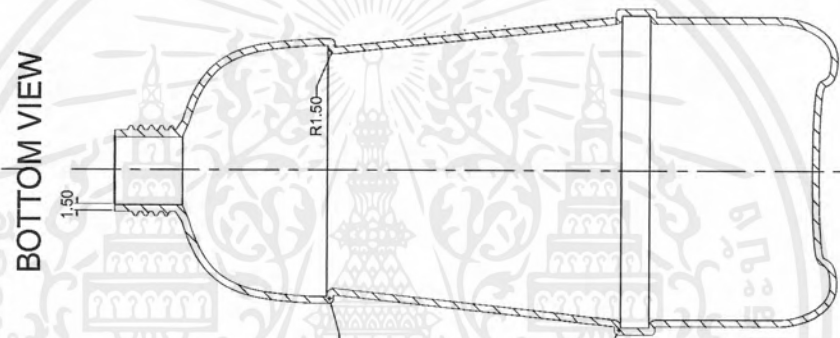
SIDE VIEW



FRONT VIEW



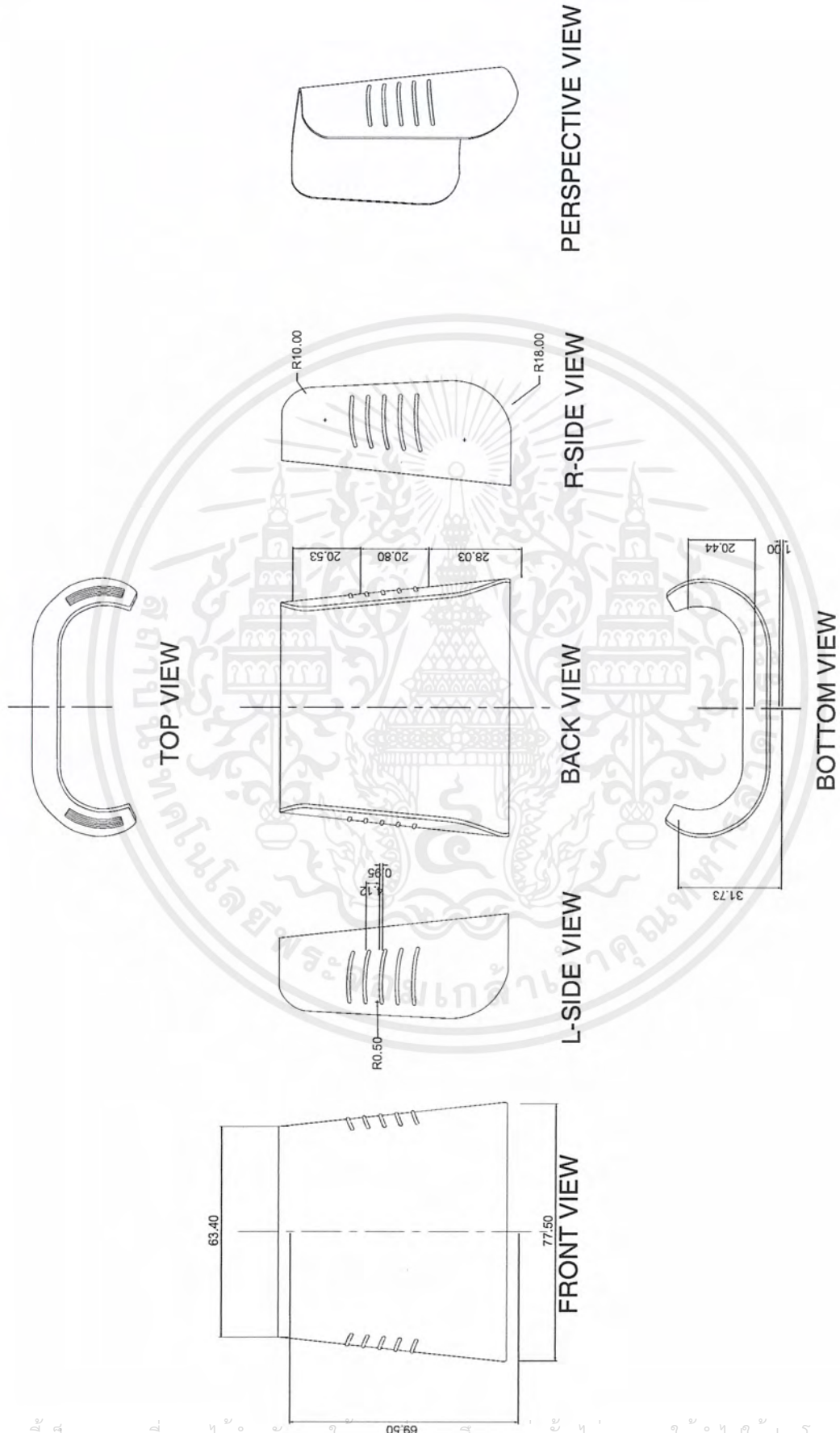
PERSPECTIVE VIEW



SECTION C-C'

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านอื่น
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

PROJECT โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับเครื่องดื่มชนิด นมข้น ช็อคโกแลต ฝักถั่วลิสง maggiadino (personal care) ที่ผู้บริโภคสามารถรับประทานได้ (BIVS)	DESIGN AND DRAWN MISS PIRAYA LIKITTHAMWANIT		MATERIAL : PP	PAGE 13
	FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN		PROCESS : INJECTION BLOW MOULDING	FINISHING : GLOSS
PART NO. 3	DATE : 10/06/68	SCALE : 1:3	UNIT : mm	SHEET NO. 3 of 5
DESCRIPTION แชมพูและครีมบำรุงผมสมุนไพร 250 มล.				

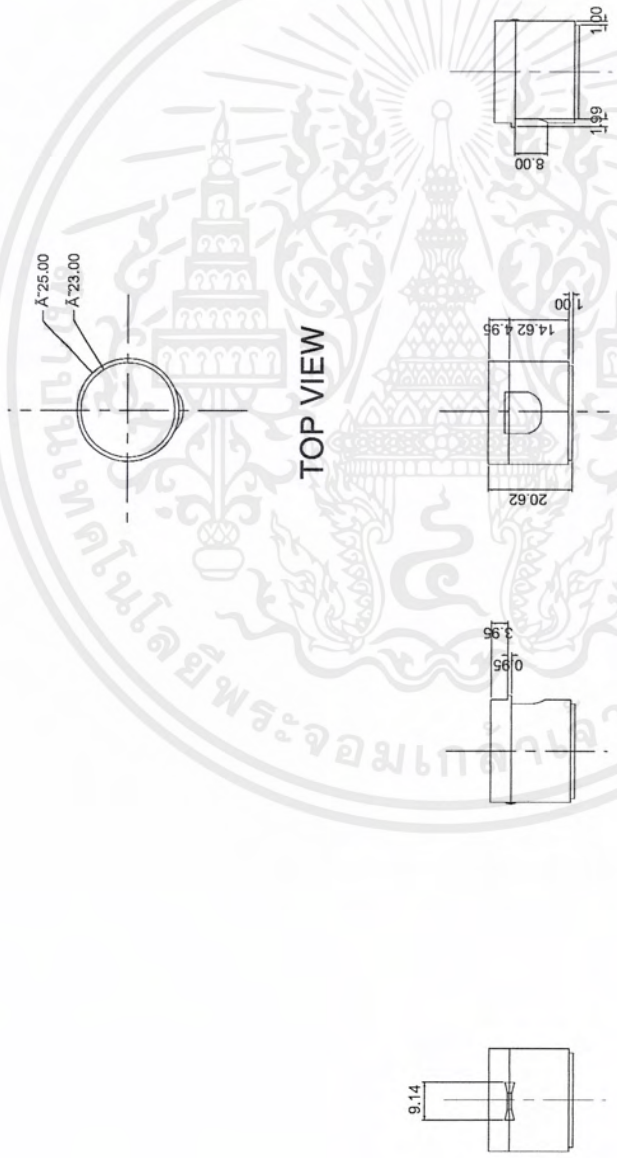


PART NO. 3	PROJECT โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารของอินัน คอนเฟอ จำกัด ผลิตภัณฑ์ การดูแล (Personal care) (พิกัด: อนุกรมบรรจุภัณฑ์จากพลาสติก)	DESIGN AND DRAWN MISS PIRAYA LIKITHAMWANIT	MATERIAL : PP	PAGE 14
	DESCRIPTION เขมพ์และเครื่องมือบรรจุผสมสมุนไพร 250 มล.	FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	PROCESS : INJECTION BLOW MOULDING	FINISHING : GLOSS
		DATE : 10/06/58	SCALE : 1:3	UNIT : mm
			SHEET NO. 4 of 5	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้าน
 ใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



PERSPECTIVE VIEW



TOP VIEW

R-SIDE VIEW

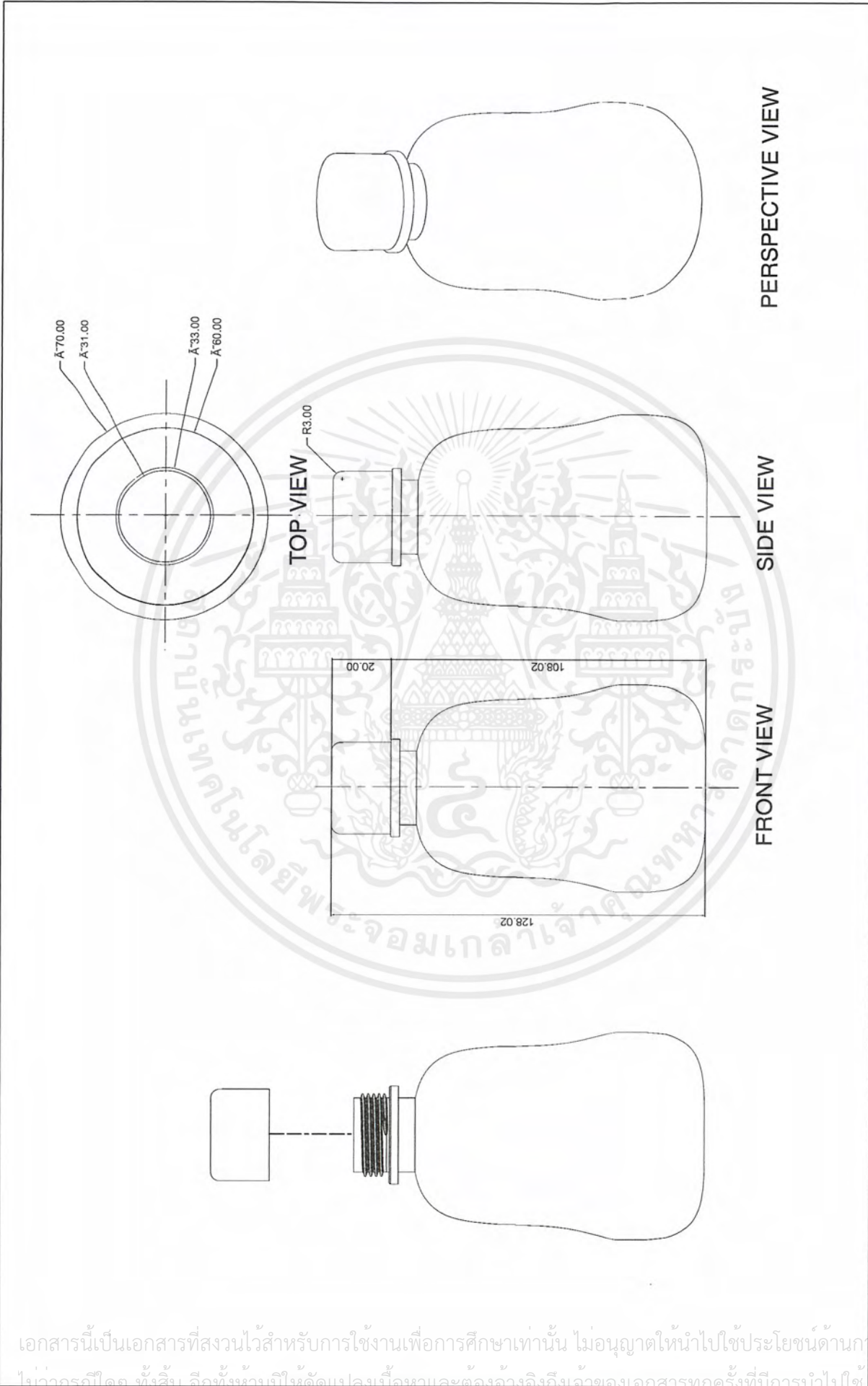
FRONT VIEW

L-SIDE VIEW

BACK VIEW

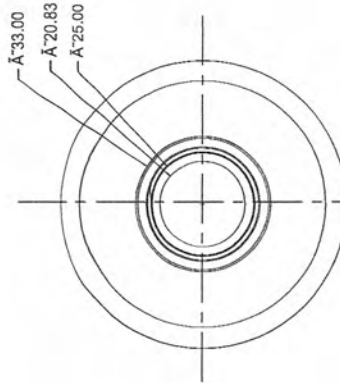
PART NO. 3	PROJECT โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิด ครอบคลุม จากัด ผลิตภัณฑ์ พลาสติค (Personal care) เพื่อผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพและนาตบ (GMEs)	DESIGN AND DRAWN MISS PIRAYA LIKITTHAMWANIT		MATERIAL : PP	PAGE 15
	DESCRIPTION แซมพูและครีมบำรุงผมสมุนไพร 250 มล.	DATE : 10/06/58 SCALE : 1:3 UNIT : mm SHEET NO. 5 of 5		PROCESS : INJECTION BLOW MOULDING	FINISHING : GLOSS

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านอื่น
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

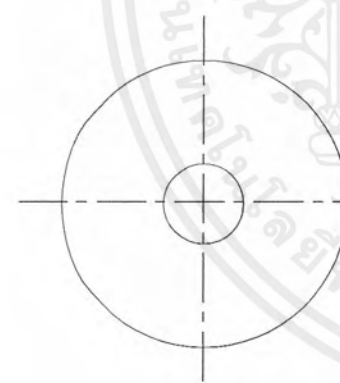


PART NO. 4	PROJECT โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลสุขภาพส่วนบุคคล (Personal care) เพื่อผู้ประกอบการธุรกิจกลางและขนาดใหญ่ (SMEs)	DESIGN AND DRAWN MISS PIRAYA LIKITTHAMWANIT		MATERIAL : PP	PAGE 16
	DESCRIPTION น้ำดื่มสมุนไพร 75 มล.	FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	DATE : 10/08/58	PROCESS : INJECTION BLOW MOULDING	FINISHING : GLOSS
		SCALE : 1:3	UNIT : mm	SHEET NO. 1 of 2	

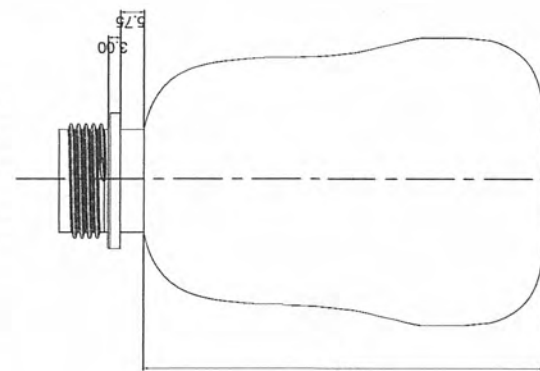
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านอื่น
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



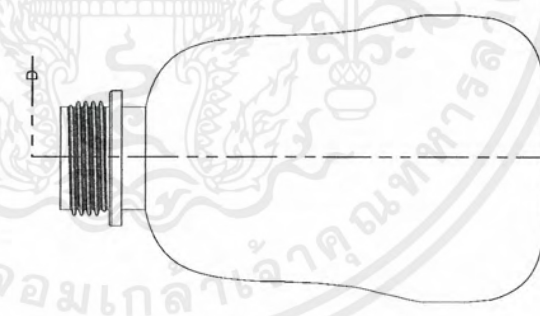
TOP VIEW



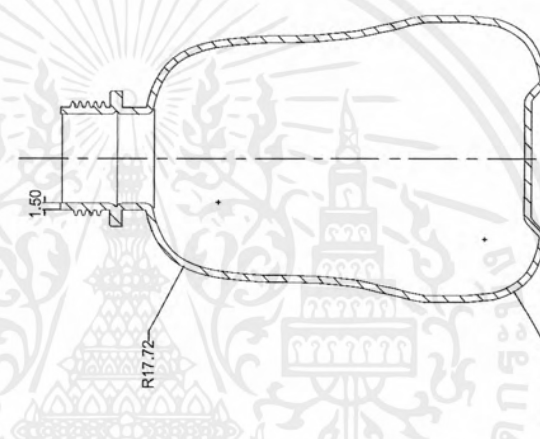
BOTTOM VIEW



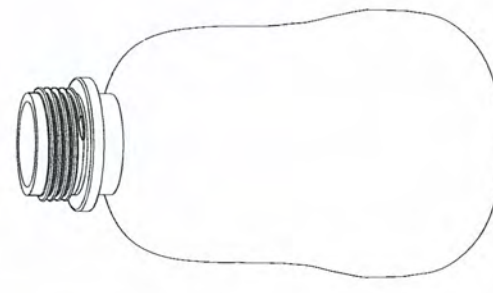
FRONT VIEW



SIDE VIEW



SECTION D-D'

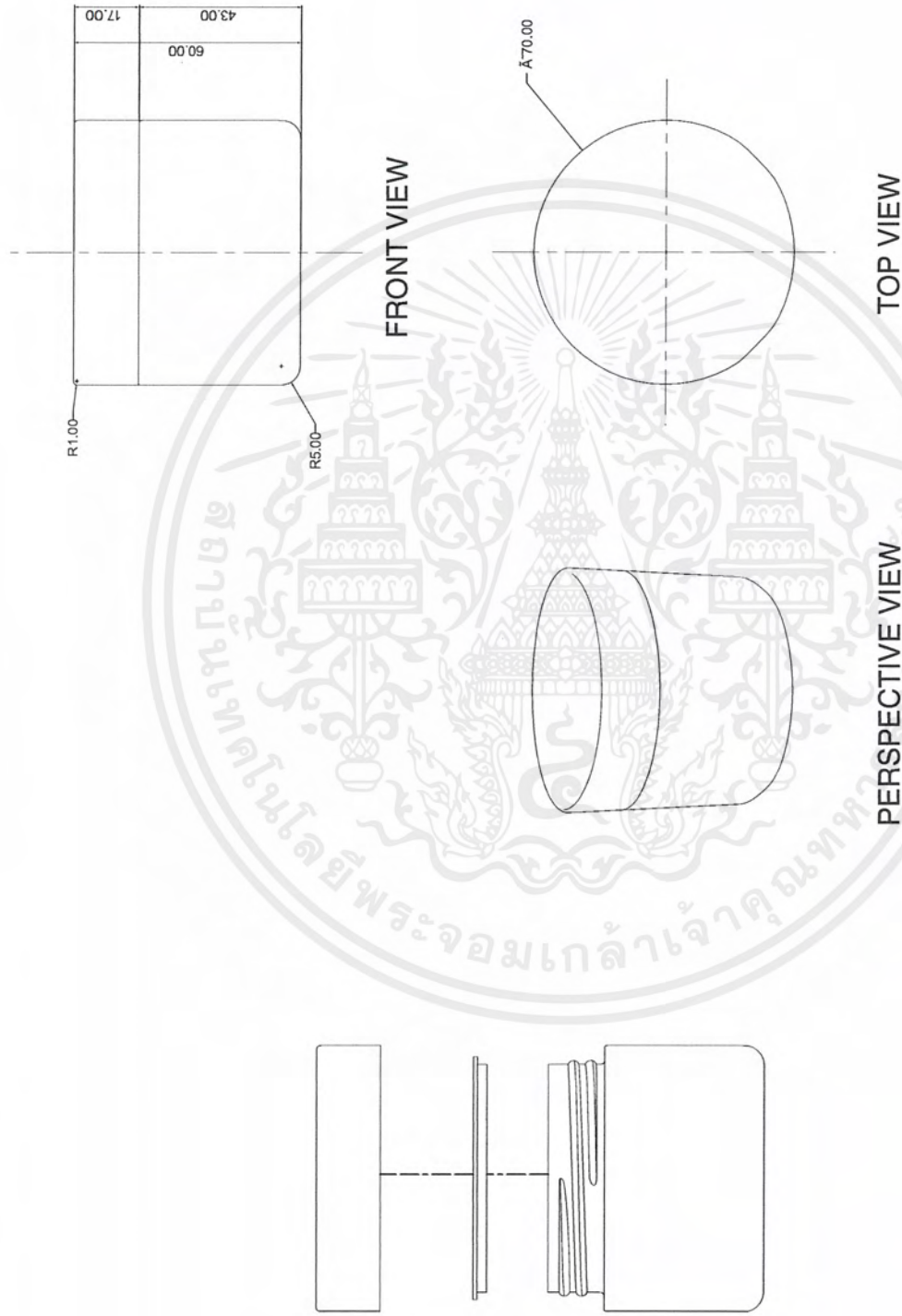


PERSPECTIVE VIEW

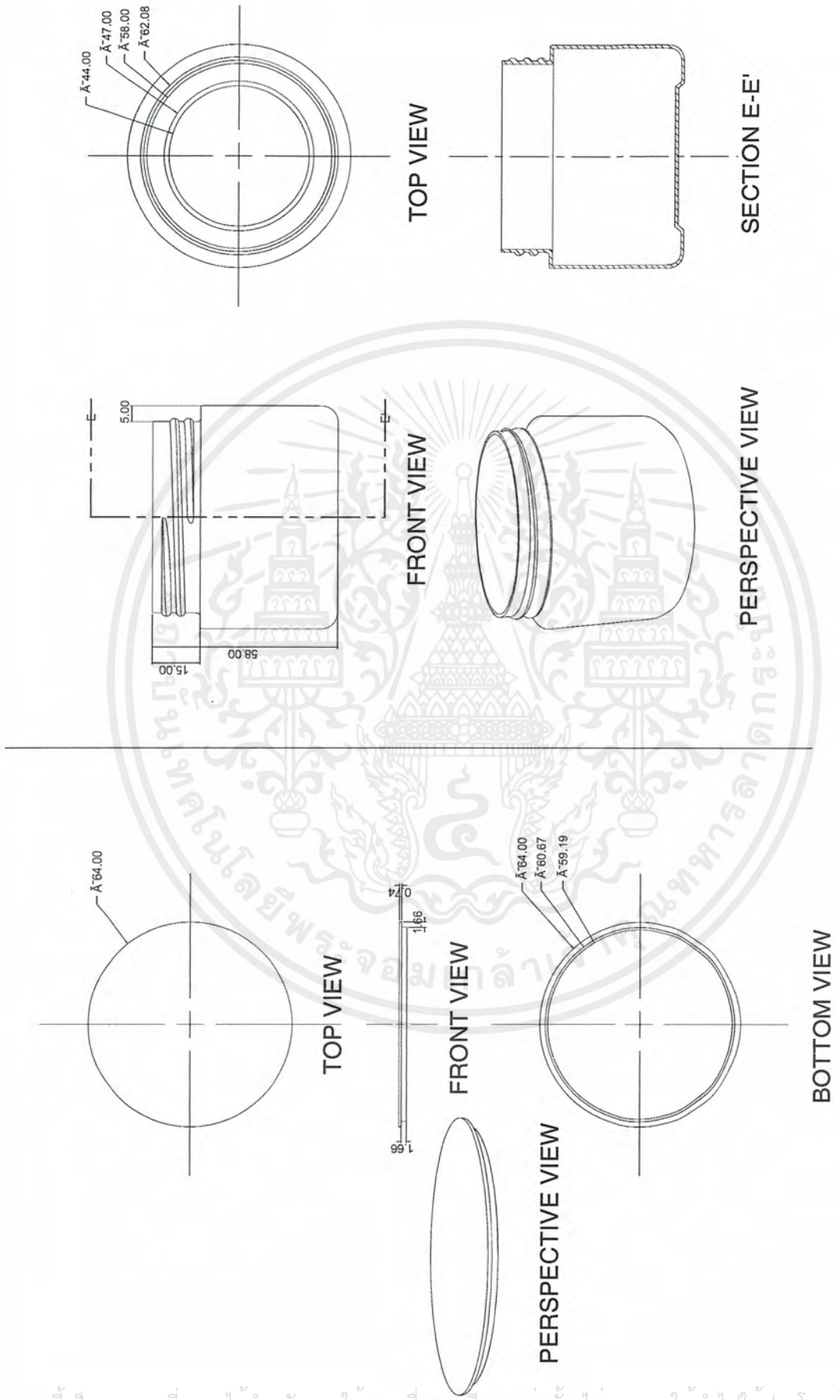
99.28

PART NO. 4	PROJECT โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับเครื่องดื่มร้อน จาก ผลิตภัณฑ์พวงมาลัย (Personal care) เพื่อใช้ในกรณีฉุกเฉิน (SMEs)	DESIGN AND DRAWN MISS PIRAYA LIKITTHAMWANIT		MATERIAL : PP	PAGE 17
	DESCRIPTION น้ำดื่มสมุนไพร 75 มล.	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN		PROCESS : INJECTION BLOW MOULDING FINISHING : GLOSS	
		DATE : 10/06/58	SCALE : 1:3	UNIT : mm	SHEET NO. 2 of 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านอื่น
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังขอให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

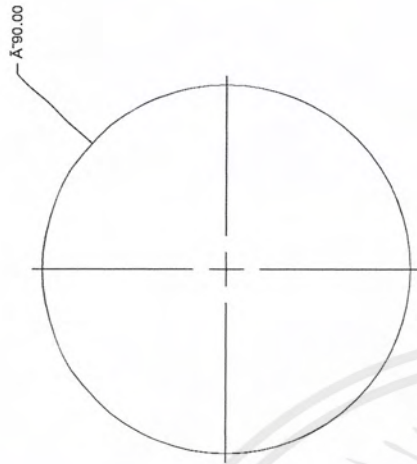


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านอื่นใด
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามแก้ไขหรือดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการศึกษาอื่นใด
 ไม่กว่ากรณใด ๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามแก้ไขหรือดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

PART NO. 5	PROJECT โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลสุขภาพ (Personal care) เพื่อผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)	DESIGN AND DRAWN MISS PIRAYA LIKITTHAMWANIT		MATERIAL : PP	PAGE 19
	DESCRIPTION เครื่องมือบรรจุสมุนไพร 100 มล.	DATE : 10/06/58		PROCESS : INJECTION Moulding	FINISHING : GLOSS
		SCALE : 1:3	UNIT : mm	SHEET NO. 2 of 2	



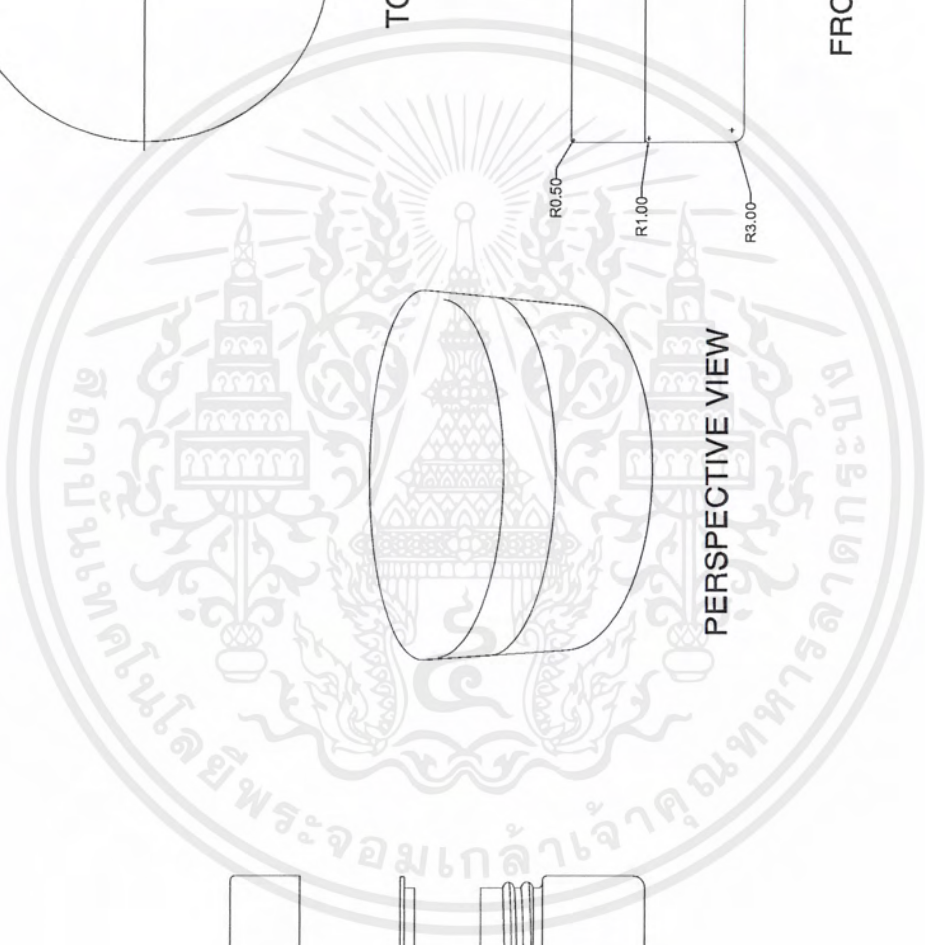
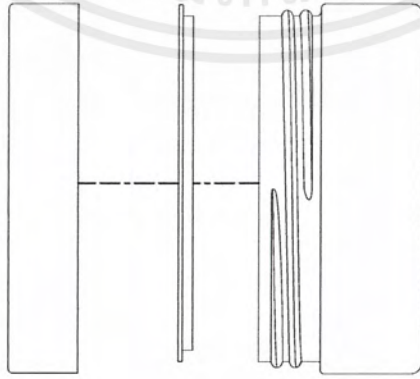
TOP VIEW



FRONT VIEW

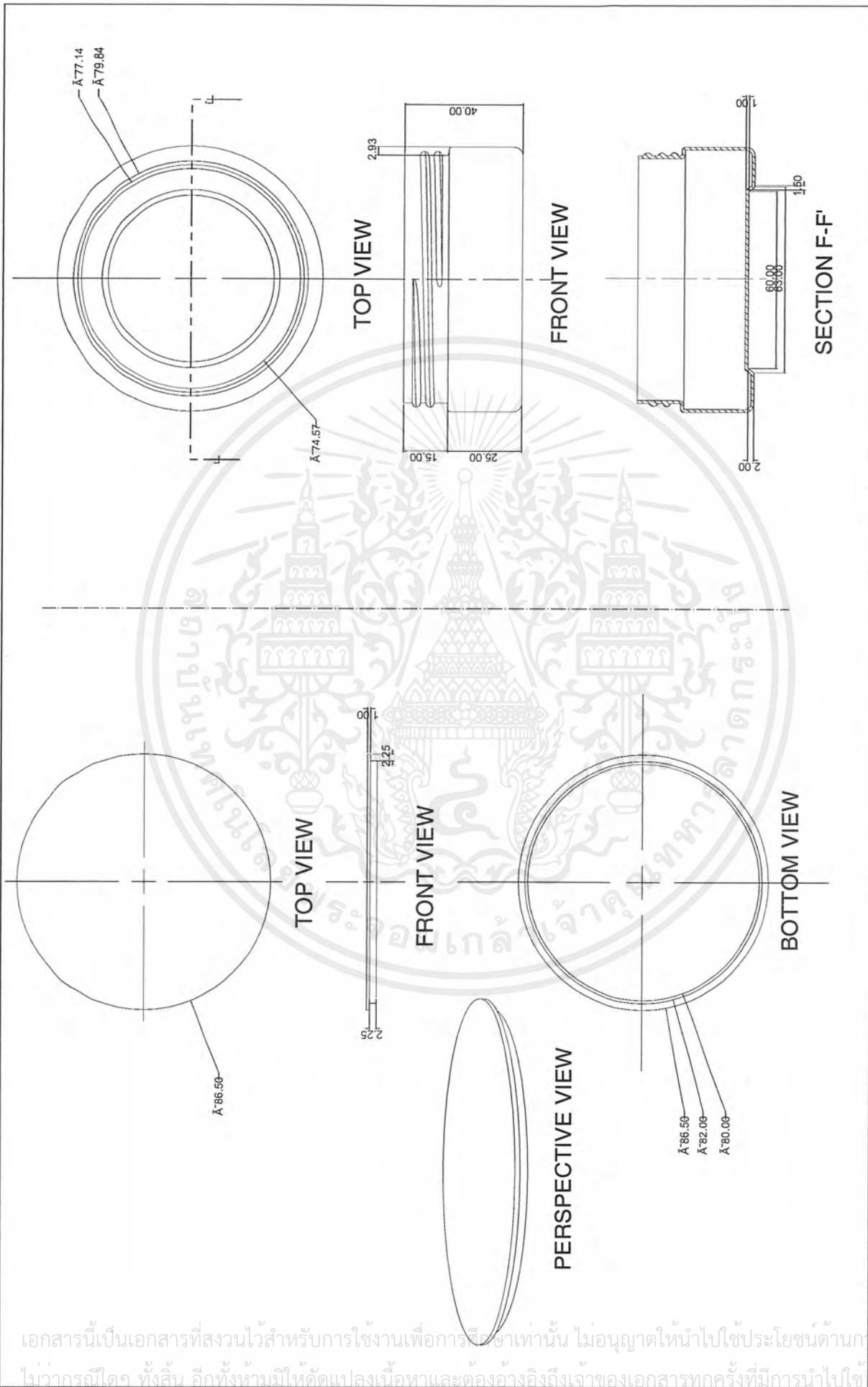


PERSPECTIVE VIEW



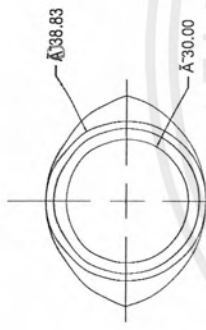
PART NO. 6	PROJECT โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารชนิดกึ่งของแข็ง ชนิดกึ่งแข็ง ผลิตภัณฑ์อาหาร (Personal care) เพื่อใช้ในการบรรจุภัณฑ์อาหารและยา	DESIGN AND DRAWN MISS PIRAYA LIKITTHAMWANIT	MATERIAL : PP	PAGE 20
	DESCRIPTION คีมบำรุงสนับไพเราะรูปก 200 นต.		PROCESS : INJECTION Moulding	
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG		DATE : 10/08/58	UNIT : mm	SHEET NO. 1 of 2
FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านอื่นๆ
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามแก้ไขหรือดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

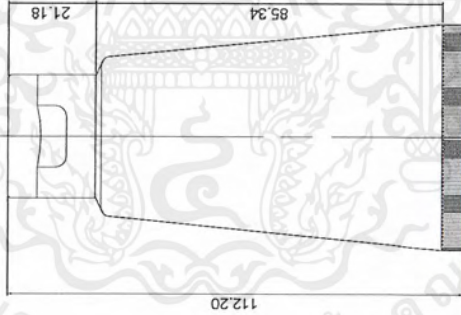


PART NO. 6	PROJECT โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนแบบ จ้าก เพื่อใช้บรรจุ การดูแลสุขภาพ (Personal care) เพื่อผู้สูงอายุที่รัฐกิจกลางและภายนอก (SMEs)	DESIGN AND DRAWN MISS PIRAYA LIKITHAMWANIT		MATERIAL : PP	PAGE 21
	DESCRIPTION เครื่องมือบรรจุภัณฑ์พลาสติก 200 มล.	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN		PROCESS : INJECTION MOULDING	FINISHING : GLOSS
		DATE : 10/06/58	SCALE : 1:3	UNIT : mm	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านอื่น
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามแก้ไขเปลี่ยนแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



TOP VIEW



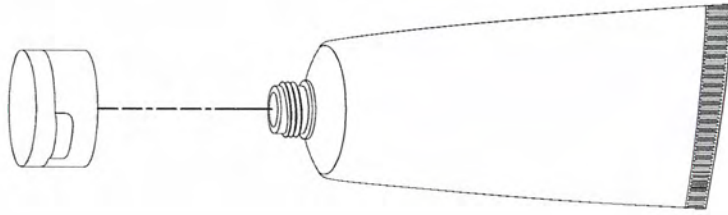
FRONT VIEW



SIDE VIEW

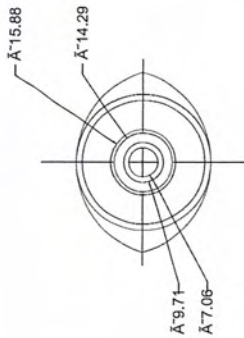


PERSPECTIVE VIEW

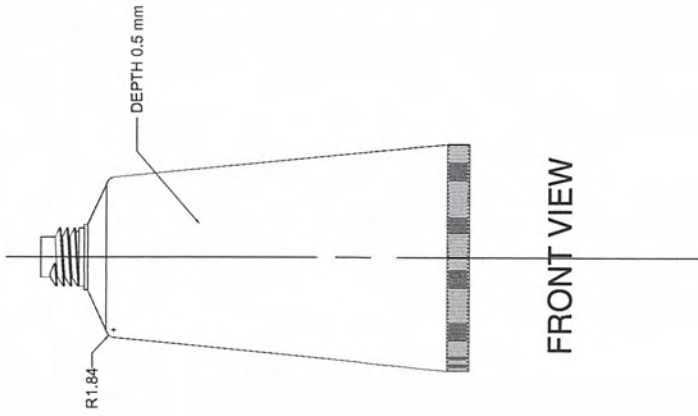


PART NO. 7	PROJECT โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์พลาสติก ขวดบีบ จำกัด ผลิตภัณฑ์ การดูแลสุขภาพ (Personal care) ที่อยู่ในกระบวนการกลางและขาดทุน (SM&S)	DESIGN AND DRAWN MISS PIRAYA LIKITTHAMWANIT		MATERIAL : HDPE	PAGE 22
	DESCRIPTION ศรีบำรุงมือสมุนไพรหลอดบีบ 50 มล.	FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	DATE : 10/06/58	SCALE : 1:3	UNIT : mm
				PROCESS : TUBE EXTRUSION	
				FINISHING : GLOSS	

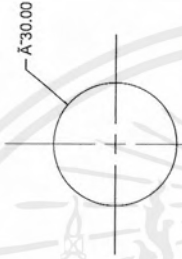
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านอื่น
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



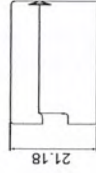
TOP VIEW



FRONT VIEW



TOP VIEW



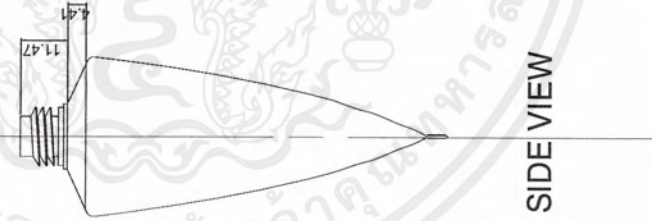
SIDE VIEW



PERSPECTIVE VIEW



FRONT VIEW



SIDE VIEW

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านอื่น
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังขอให้อัปเดตและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

PART NO.
7

PROJECT
โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาระบบงาน (Personal care) เพื่อผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

DESCRIPTION
เครื่องมือสูบลมพอร์ททึบ 50 มล.

KING MONGKUT'S INSTITUTE
OF TECHNOLOGY LADKRABANG

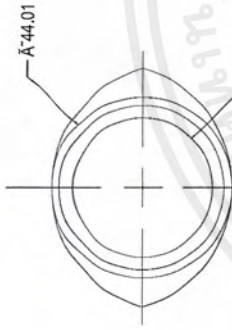
FACULTY OF ARCHITECTURE
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN

DESIGN AND DRAWN
MISS PIRAYA LIKITTHAMWANIT

DATE : 10/06/58 SCALE : 1:3 UNIT : mm SHEET NO. 2 of 2

MATERIAL : HDPE
PROCESS : TUBE EXTRUSION
FINISHING : GLOSS

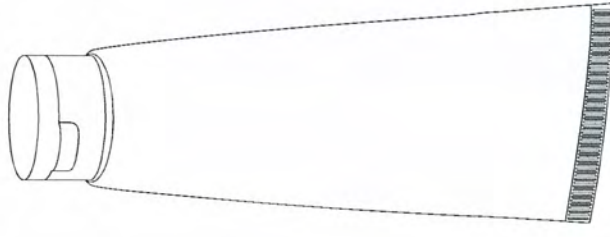
PAGE
23



TOP VIEW



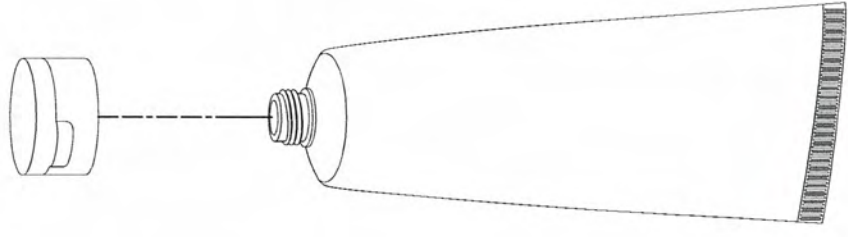
FRONT VIEW



PERSPECTIVE VIEW



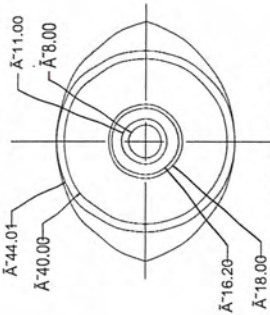
SIDE VIEW



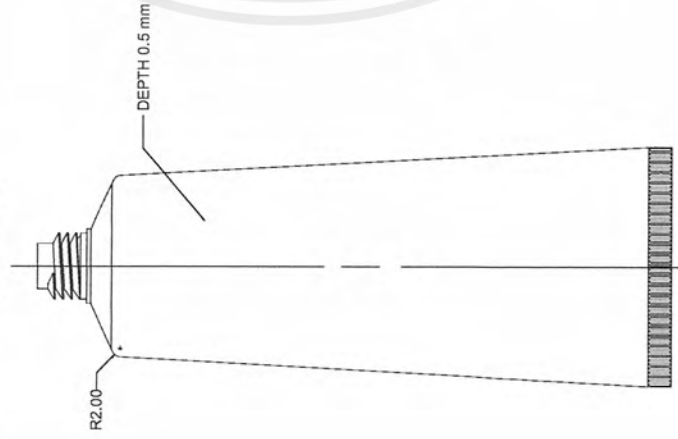
EXPLODED VIEW

PART NO. 8	PROJECT โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับครีมกันแดด มาตุภูมิ (Personal care) เพื่อใช้ประกวดการประกวดและแข่งขัน (SM/ES)	DESIGN AND DRAWN MISS PIRAYA LIKITTHAMWANIT		MATERIAL : HDPE	PAGE 24
	DESCRIPTION สบู้น้ำสมุนไพรชนิดบีบ 75 มล.	DATE : 10/06/58 SCALE : 1:3 UNIT : mm SHEET NO. 1 of 2		PROCESS : TUBE EXTRUSION FINISHING : GLOSS	
FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN		KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			

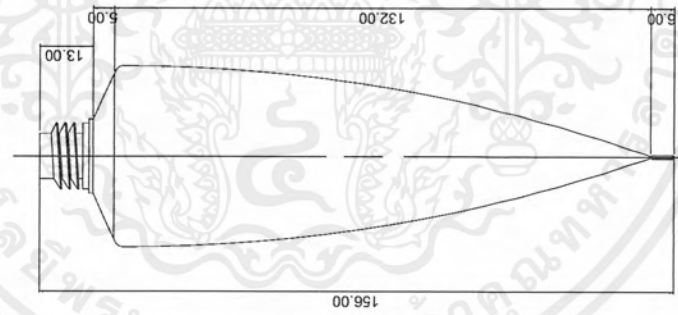
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านอื่น
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



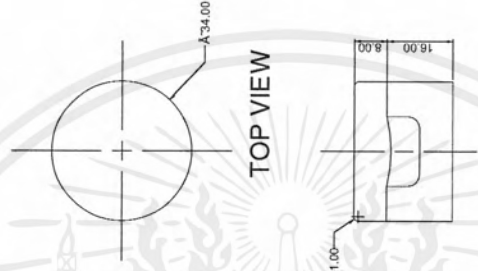
TOP VIEW



FRONT VIEW

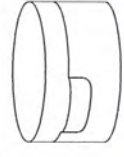


SIDE VIEW

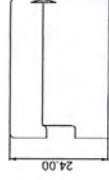


TOP VIEW

FRONT VIEW



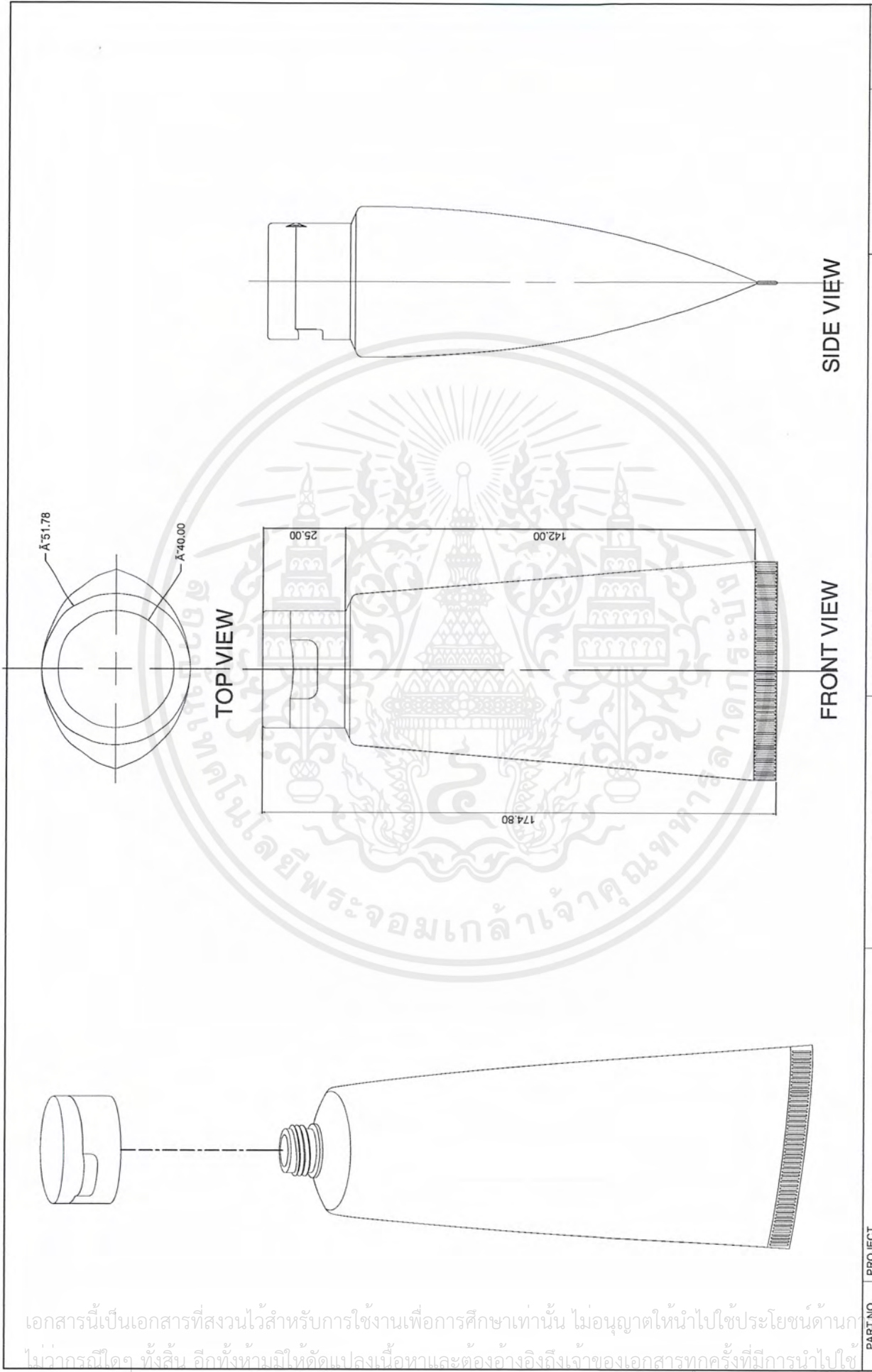
PERSPECTIVE VIEW



SIDE VIEW

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านอื่น
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

PART NO. 8	PROJECT โครงการแข่งขันการประกวดออกแบบผลิตภัณฑ์ (Personal case) ของโรงเรียนสาธิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	DESIGN AND DRAWN MISS PIRAYA LIKITTHAMWANIT		MATERIAL : HDPE	PAGE 25
	DESCRIPTION สื่อดังกล่าวเป็นพรตอดับ 75 มล.	KING MONGKUTS INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN		PROCESS : TUBE EXTRUSION FINISHING : GLOSS	
		DATE : 10/06/58	SCALE : 1:3	UNIT : mm	SHEET NO. 2 of 2



PART NO. 9	PROJECT โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของสินค้า กลุ่มเบเกอรี่ ผลิตภัณฑ์ ทำสุขภาพ (Personal care) เพื่อผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ (SMES)	DESIGN AND DRAWN MISS PIRAYA LIKITTHAMWANIT	MATERIAL : HDPE	PAGE 26
	DESCRIPTION สักรีดผ้าฝ้ายทอ 150 ไร่.		PROCESS : TUBE EXTRUSION	
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG		DATE : 10/06/58	FINISHING : GLOSS	SHEET NO. 1 of 2
FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN		SCALE : 1:3	UNIT : mm	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านอื่น
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วันที่	10.07.2558
ชื่อลูกค้า	วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน จ.ตราด
ชื่อสินค้า	ครีมอาบน้ำสมุนไพรว่านสาวหลง
สัดส่วน	1:1
ขนาด	กว้าง ยาว สูง
ภายนอก	
ชนิดกระดาษ	PVC Gloss Sticker
เครื่องพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำ	น.ส พิรญาณ์ ลิขิตธรรมาณีช

227.00

127.00



FRONT VIEW

BACK VIEW

เส้นตัด

Print Area

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วันที่	10.07.2558
ชื่อลูกค้า	วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน จ.ตราด
ชื่อสินค้า	ครีมอาบน้ำสมุนไพรมะเฟือง
สัดส่วน	1:1
ขนาด	กว้าง ยาว สูง
ภายนอก	
ชนิดกระดาษ	PVC Gloss Sticker
เครื่องพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำ	น.ส พิรฤกาน์ ลิขิตธรรมานิช

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เส้นตัด

Print Area

FRONT VIEW

BACK VIEW

วันที่	10.07.2558
ชื่อลูกค้า	วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน จ.ตราด
ชื่อสินค้า	ครีมอาบน้ำสมุนไพรมังคุด
สัดส่วน	1:1
ขนาด	กว้าง ยาว สูง
ภายนอก	
ชนิดกระดาษ	PVC Gloss Sticker
เครื่องพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำ	น.ส พิรญาณ์ สิริธรรมวานิช



FRONT VIEW

BACK VIEW

เส้นตัด
Print Area

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วันที่	10.07.2558
ชื่อลูกค้า	วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน จ.ตราด
ชื่อสินค้า	ครีมบำรุงผิวสมุนไพรว่านสาวหลง
สัดส่วน	1:1
ขนาด	กว้าง ยาว สูง
ภายนอก	
ชนิดกระดาษ	PVC Gloss Sticker
เครื่องพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำ	น.ส. พิรญาณ์ สติจิตรธรรมาณีช



FRONT VIEW

BACK VIEW

เส้นตัด

Print Area

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วันที่	10.07.2558
ชื่อลูกค้า	วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน จ.ตราด
ชื่อสินค้า	ครีมบำรุงผิวสมุนไพรว่านสาวหลง
สัดส่วน	1:1
ขนาด	กว้าง ยาว สูง
ภายนอก	
ชนิดกระดาษ	PVC Gloss Sticker
เครื่องพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำ	น.ส. พิรญาณ์ สัจจิตธรรมวงษ์



FRONT VIEW

BACK VIEW

เส้นตัด

Print Area

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วันที่	10.07.2558
ชื่อลูกค้า	วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน จ.ตราด
ชื่อสินค้า	ครีมบำรุงผิวสมุนไพรว่านสาวหลง
สัดส่วน	1:1
ขนาด	กว้าง ยาว สูง
ภายนอก	
ชนิดกระดาษ	PVC Gloss Sticker
เครื่องพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำ	น.ส. พิรญาณ์ สติจิธรรมภาณีช



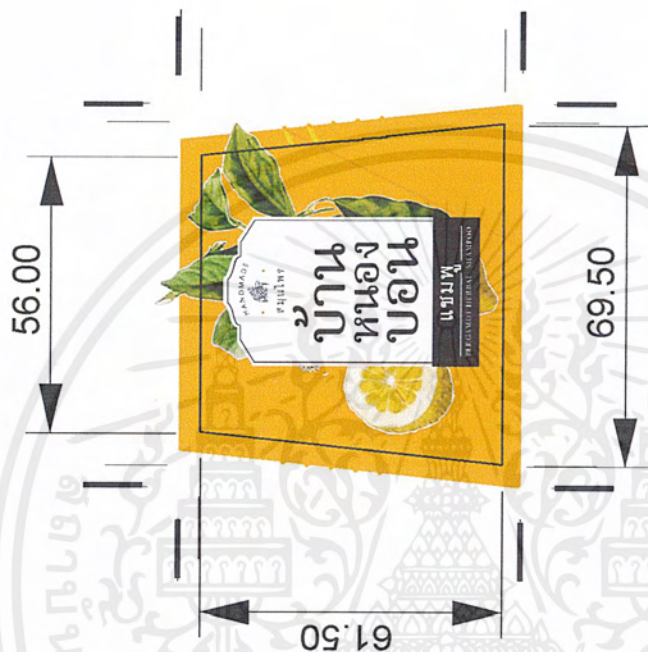
FRONT VIEW

BACK VIEW

เส้นตัด
Print Area

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วันที่	10.07.2558
ชื่อลูกค้า	วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน จ.ตราด
ชื่อสินค้า	ชมพูผสมไม้มะม่วง
สัดส่วน	1:1
ขนาด	กว้าง ยาว สูง
ภายนอก	
ชนิดกระดาษ	PVC Gloss Sticker
เครื่องพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำ	น.ส พิรฤกษ์ ลิขิตธรรมานิช



เส้นตัด

Print Area

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

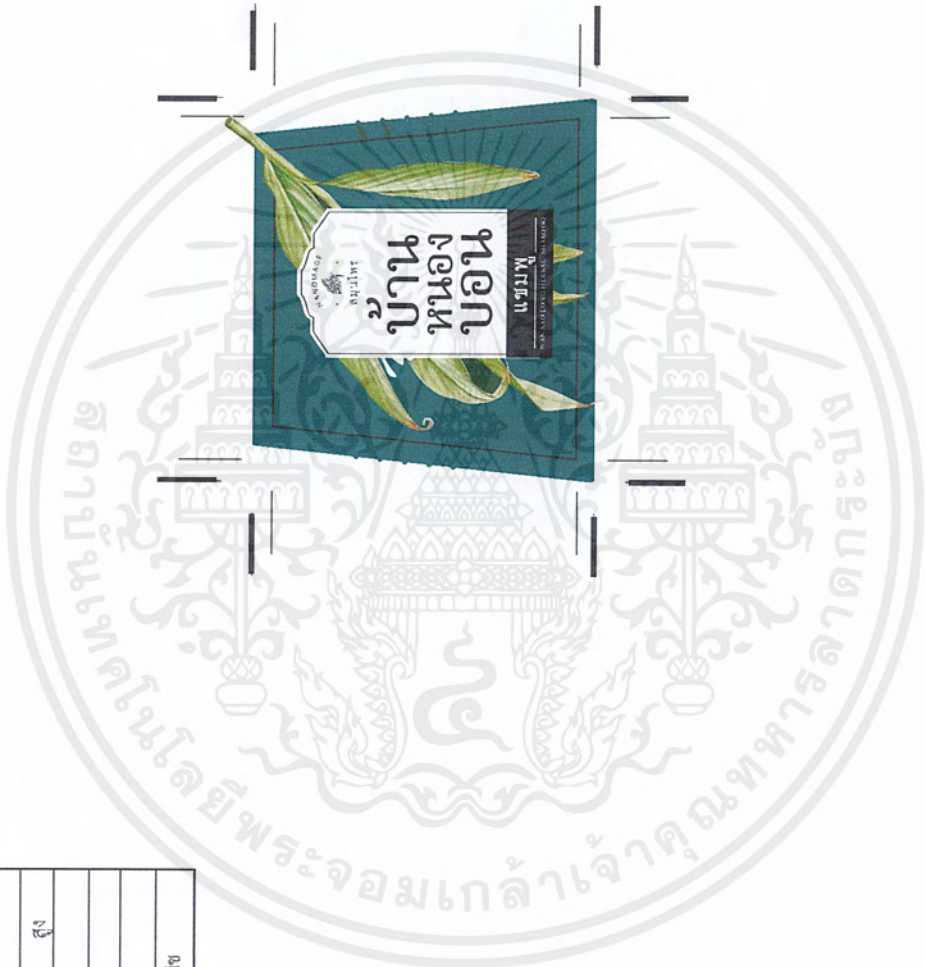
วันที่	10.07.2558		
ชื่อลูกค้า	วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน จ.ตราด		
ชื่อสินค้า	แชมพูสมุนไพรมะกรูด		
อัตราส่วน	1:1		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก			
ชนิดกระดาษ	PVC Gloss Sticker		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำ	น.ส. พิรญาณ์ สติธรรมมาณีช		



เส้นตัด
Print Area

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

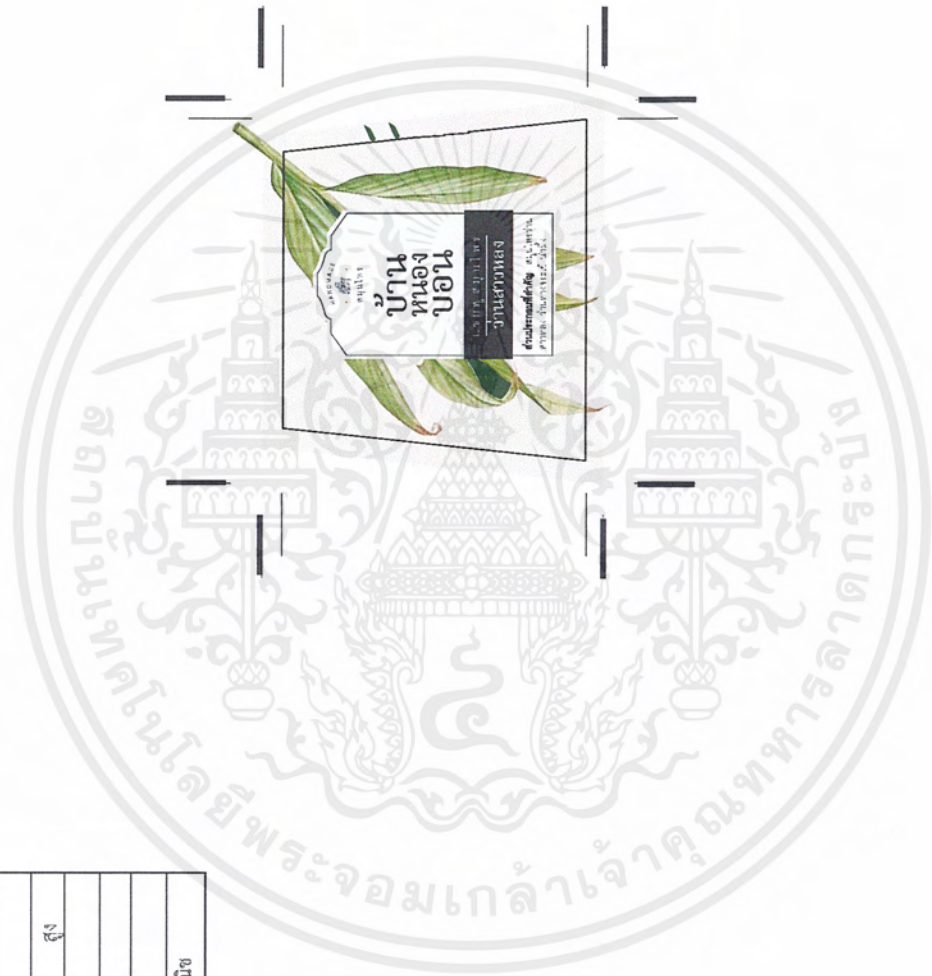
วันที่	10.07.2558
ชื่อลูกค้า	วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน จ.ตราด
ชื่อสินค้า	ขนมพุ่มนุ่นโบราณสาวหลง
สัดส่วน	1:1
ขนาด	กว้าง ยาว สูง
ภายนอก	
ชนิดกระดาษ	PVC Gloss Sticker
เครื่องพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำ	น.ส. พิรฤกษ์ สติธรรมภาณีช



เส้นตัด
Print Area

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วันที่	10.07.2558
ชื่อลูกค้า	วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน จ.ตราด
ชื่อสินค้า	แซมพูสมุนไพรว่านสาวหลง
สัดส่วน	1:1
ขนาด	กว้าง ยาว สูง
ภายนอก	
ชนิดกระดาษ	PVC Gloss Sticker
เครื่องพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำ	น.ส พิรญาณ์ ลิขิตธรรมาณีช

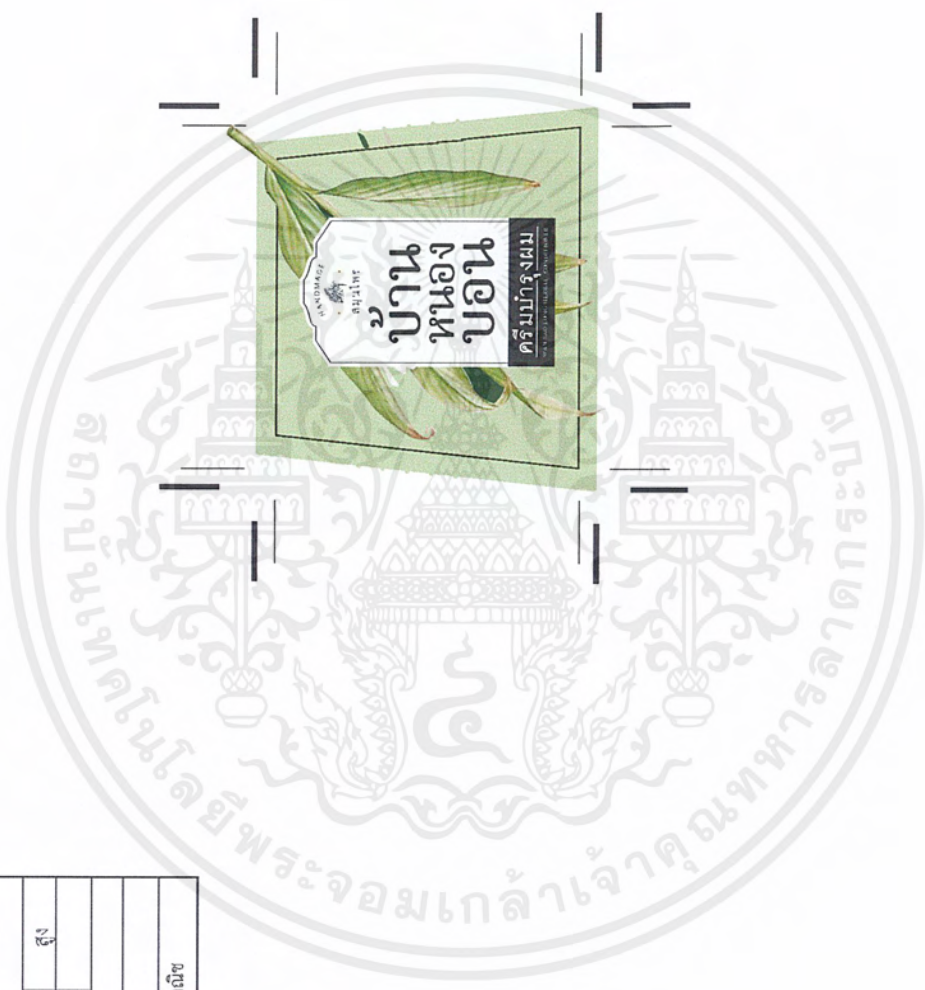


เส้นตัด

Print Area

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วันที่	10.07.2558		
ชื่อลูกค้า	วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน จ.ตราด		
ชื่อสินค้า	ครีมบำรุงผสมสมุนไพรว่านสาวหลง		
อัตราส่วน	1:1		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก			
ชนิดกระดาษ	PVC Gloss Sticker		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำ	น.ส พิรญาณี ลิขิตธรรมมาณีช		



_____ เส้นตัด
 _____ Print Area

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วันที่	10.07.2558
ชื่อลูกค้า	วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน จ.ตราด
ชื่อสินค้า	ครีมบำรุงผสมสมุนไพรว่านสาวหลง
สัดส่วน	1:1
ขนาด	กว้าง ยาว สูง
ภายนอก	
ชนิดกระดาษ	PVC Gloss Sticker
เครื่องพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำ	น.ส พิรญาณ์ ลิขิตธรรมมานิช



เส้นตัด

Print Area

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วันที่	10.07.2558		
ชื่อลูกค้า	วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน จ.ตราด		
ชื่อสินค้า	ครีมบำรุงผสมสมุนไพรมะกรูด		
สัดส่วน	1:1		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก			
ชนิดกระดาษ	PVC Gloss Sticker		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำ	น.ส.พิชญาน์ ลีจิตธรรมาณีข		



เส้นตัด

Print Area

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

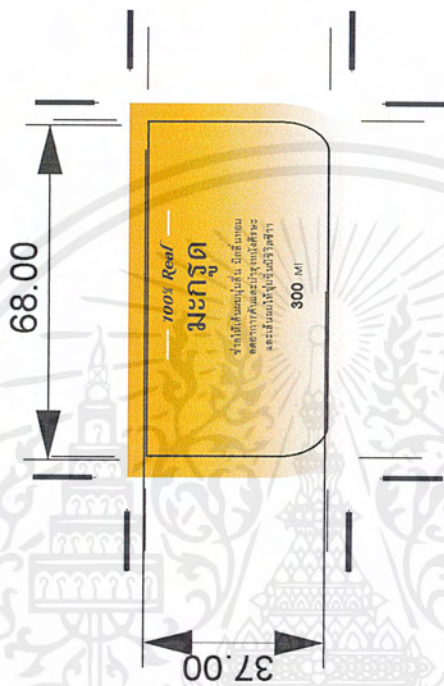
วันที่	10.07.2558		
ชื่อลูกค้า	วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน จ.ตราด		
ชื่อสินค้า	ครีมบำรุงผสมสมุนไพร		
อัตราส่วน	1:1		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก			
ชนิดกระดาษ	PVC Gloss Sticker		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำ	น.ส พิรญาณ์ สัตติธรรมาณิช		



— เส้นตัด
— Print Area

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วันที่	10.07.2558
ชื่อลูกค้า	วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน จ.ตราด
ชื่อสินค้า	ขนมทุสมูนไพรมะกรูด
สัดส่วน	1:1
ขนาด	กว้าง ยาว สูง
ภายนอก	
ชนิดกระดาษ	PVC Gloss Sticker
เครื่องพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำ	น.ส พิรฤกษ์ ลิขิตธรรมานิช



เส้นตัด

Print Area

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

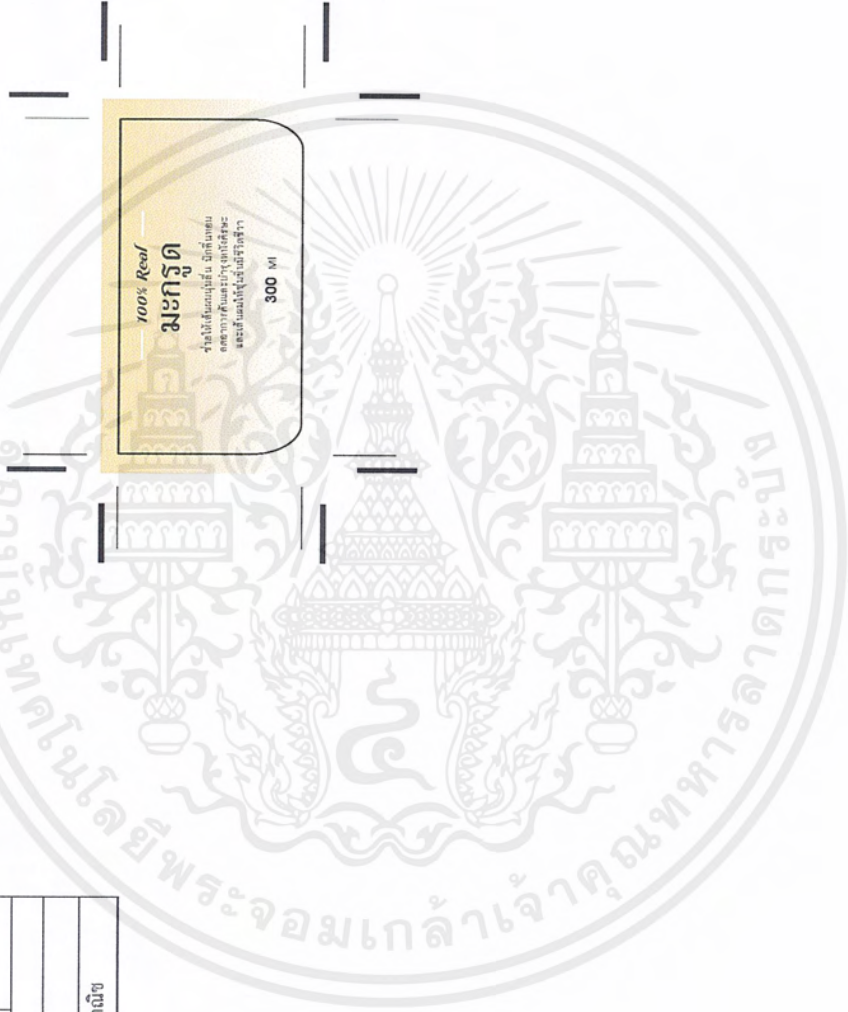
วันที่	10.07.2558		
ชื่อลูกค้า	วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน จ.ตราด		
ชื่อสินค้า	ขนมพื้สมุนไพรกระรูด		
สัดส่วน	1:1		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก			
ชนิดกระดาษ	PVC Gloss Sticker		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำ	น.ส. พิรฤกษ์ สิริธรรมงามนิช		



เส้นตัด
Print Area

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วันที่	10.07.2558
ชื่อลูกค้า	วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน จ.ตราด
ชื่อสินค้า	ครีมบำรุงผมสมุนไพรมะกรูด
สัดส่วน	1:1
ขนาด	กว้าง ยาว สูง
ภายนอก	
ชนิดกระดาษ	PVC Gloss Sticker
เครื่องพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำ	น.ส พัทธกาน์ ลีดิตรรรมาณีษ



เส้นตัด
Print Area

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

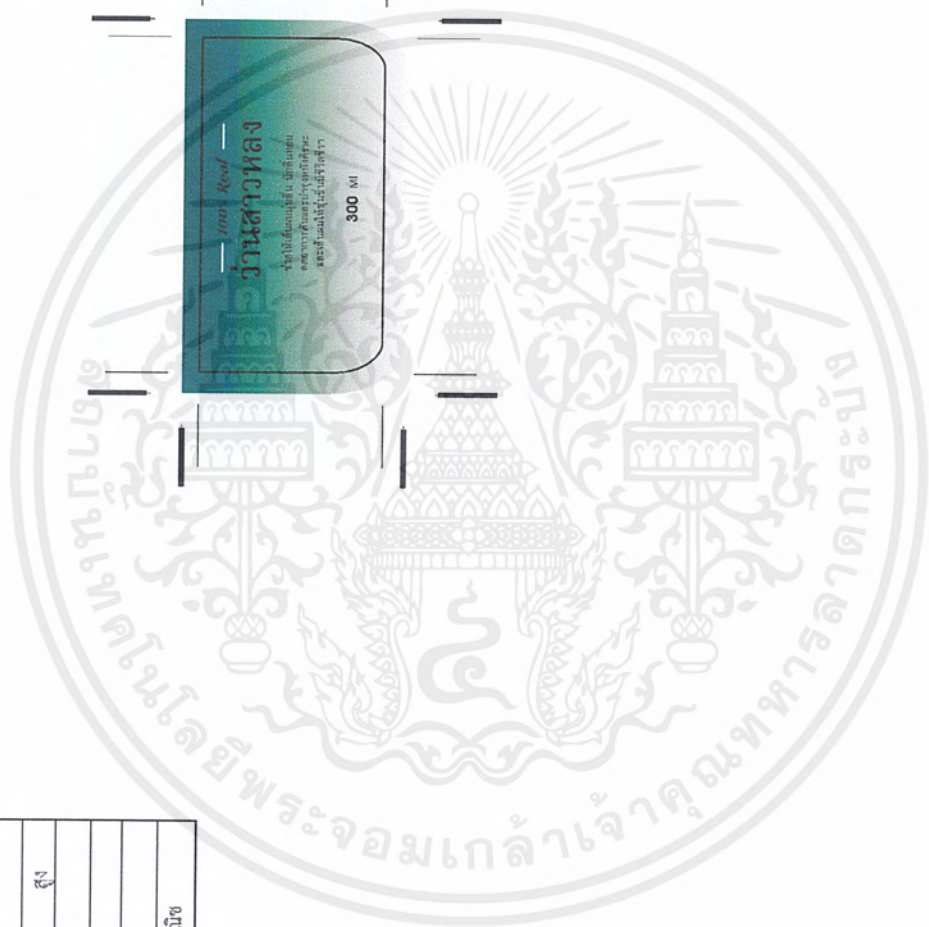
วันที่	10.07.2558
ชื่อลูกค้า	วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน จ.ตราด
ชื่อสินค้า	ครีมบำรุงผมสมุนไพร
สัดส่วน	1:1
ขนาด	กว้าง ยาว สูง
ภายนอก	
ชนิดกระดาษ	PVC Gloss Sticker
เครื่องพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำ	น.ส พิรญาณ์ สิริฉัตรรนาถิช



เส้นตัด
Print Area

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วันที่	10.07.2558
ชื่อลูกค้า	วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน จ.ตราด
ชื่อสินค้า	แชมพูสมุนไพรว่านสาวหลง
สัดส่วน	1:1
ขนาด	กว้าง ยาว สูง
ภายนอก	
ชนิดกระดาษ	PVC Gloss Sticker
เครื่องพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำ	น.ส. พิรญาณ์ ลิตติธรรมภาณีช



เส้นตัด

Print Area

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วันที่	10.07.2558		
ชื่อลูกค้า	วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน จ.ตราด		
ชื่อสินค้า	แชมพูสมุนไพรว่านสาวหลง		
สัดส่วน	1:1		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก	PVC Gloss Sticker		
ชนิดกระดาษ	Offset		
ผู้จัดทำ	น.ส พิจญญาณี ลิขิตธรรมวานิช		

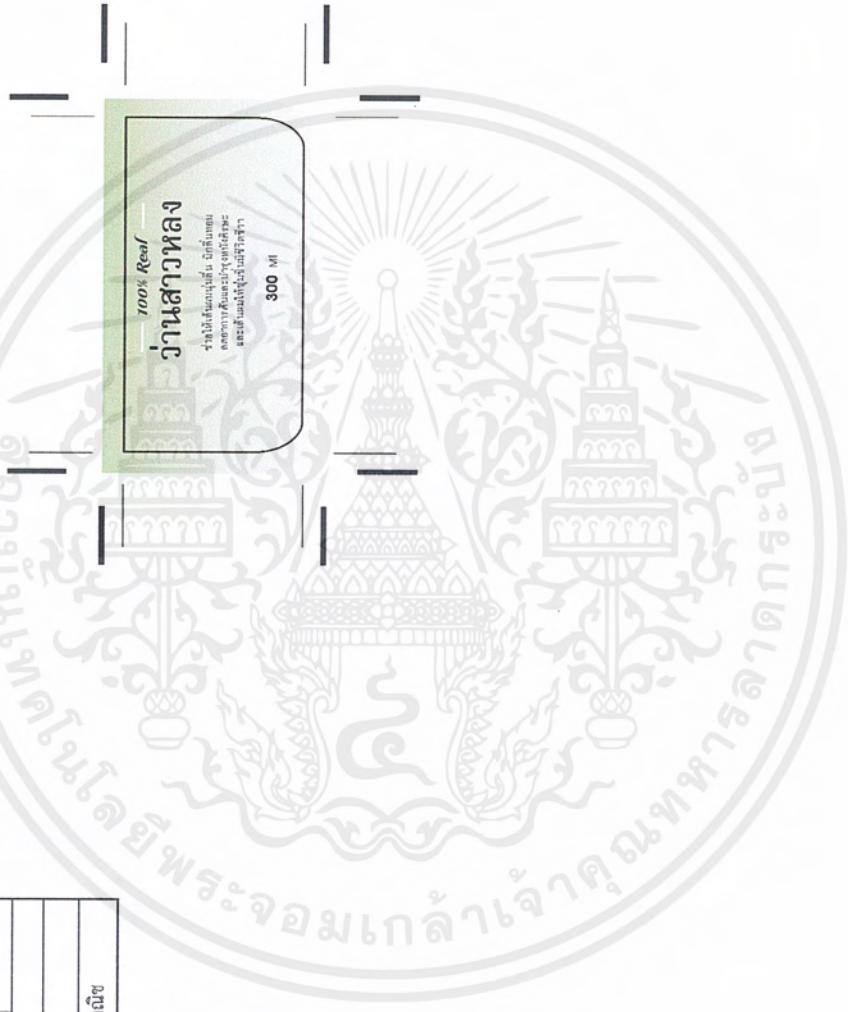


เส้นตัด

Print Area

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วันที่	10.07.2558
ชื่อลูกค้า	วิสาหกิจชุมชนหนองบอน จ.ตราด
ชื่อสินค้า	ครีมบำรุงผสมสมุนไพรว่านสาวหลง
สัดส่วน	1:1
ขนาด	กว้าง ยาว สูง
ภายนอก	
ชนิดกระดาษ	PVC Gloss Sticker
เครื่องพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำ	น.ส. พิรญาณ์ ธิติธรรมวานิช



— เส้นตัด
— Print Area

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วันที่	10.07.2558		
ชื่อลูกค้า	วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน จ.ตราด		
ชื่อสินค้า	ครีมบำรุงผสมสมุนไพรว่านสาวหลง		
สัดส่วน	1:1		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก			
ชนิดกระดาษ	PVC Gloss Sticker		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำ	น.ส. พิวญานันท์ ลิขิตธรรมวาณิช		

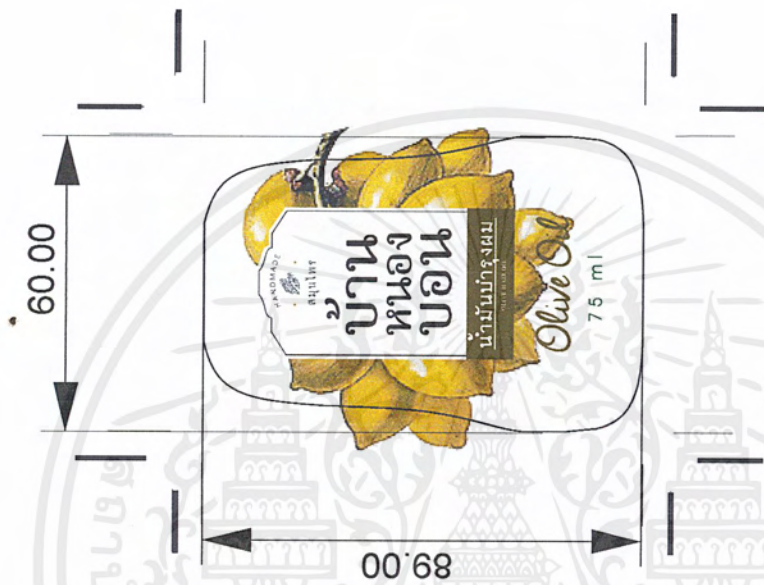


เส้นตัด

Print Area

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วันที่	10.07.2558
ชื่อลูกค้า	วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน จ.ตราด
ชื่อสินค้า	น้ำมันมะกอกบ้านงวงเม
สัดส่วน	1:1
ขนาด	กว้าง ยาว สูง
ภายนอก	
ชนิดกระดาษ	PVC Gloss Sticker
เครื่องพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำ	น.ส พิรญาณ์ ลีจิตธรรมวาณิช



เส้นตัด

Print Area

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วันที่	10.07.2558
ชื่อลูกค้า	วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน จ.ตราด
ชื่อสินค้า	น้ำส้มมะขอกปรางชมพู
สัดส่วน	1:1
ขนาด	กว้าง ยาว สูง
ภายนอก	
ชนิดกระดาษ	PVC Gloss Sticker
เครื่องพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำ	น.ส พริชญ์ ลิขิตธรรมวาณิช



เส้นตัด

Print Area

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วันที่	10.07.2558
ชื่อลูกค้า	วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน จ.ตราด
ชื่อสินค้า	น้ำส้มมะกอกป่ากรุงหม
อัตราส่วน	1:1
ขนาด	กว้าง ยาว สูง
ภายนอก	
ชนิดกระดาษ	PVC Gloss Sticker
เครื่องพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำ	น.ส พิรญาณ์ สิริจิตธรรมาณิช



เส้นตัด

Print Area

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วันที่	10.07.2558
ชื่อลูกค้า	วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน จ.ตราด
ชื่อสินค้า	น้ำดื่มมะกอกป่าทุ่งเม
สัดส่วน	1:1
ขนาด	กว้าง ยาว สูง
ภายนอก	60 mm 90 mm
ชนิดกระดาษ	PVC Glass Sticker
เครื่องพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำ	น.ส พิรฤกษ์ ลีจิตธรรมาณิช



เส้นตัด

Print Area

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วันที่	10.07.2558	
ชื่อลูกค้า	วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน จ.ตราด	
ชื่อสินค้า	น้ำดื่มมะกอกบ้านรุ่งชม	
สัดส่วน	1:1	
ขนาด	กว้าง	ยาว สูง
	60 mm	90 mm
ชนิดกระดาษ	PVC Gloss Sticker	
เครื่องพิมพ์	Offset	
ผู้จัดทำ	น.ส พิรญาณ์ ลิขิตธรรมภาณีช	



— เส้นตัด
— Print Area

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วันที่	10.07.2558
ชื่อลูกค้า	วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน จ.ตราด
ชื่อสินค้า	น้ำดื่มมะขอกบ่าปรุงผสม
สัดส่วน	1:1
ขนาด	กว้าง ยาว สูง
ภายนอก	60 mm 90 mm
ชนิดกระดาษ	PVC Gloss Sticker
เครื่องพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำ	น.ส พิรฤดาณ ลิขิตธรรมานิช



เส้นตัด

Print Area

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วันที่	10.07.2558
ชื่อลูกค้า	วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน จ.ตราด
ชื่อสินค้า	น้ำมันมะกอกป่ากรุงเม
สัดส่วน	1:1
ขนาด	กว้าง ยาว สูง
ภายนอก	60 mm 90 mm
ชนิดกระดาษ	PVC Gloss Sticker
เครื่องพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำ	น.ส พิชญาน์ ลิขิตธรรมวาณิช



เส้นตัด
Print Area

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

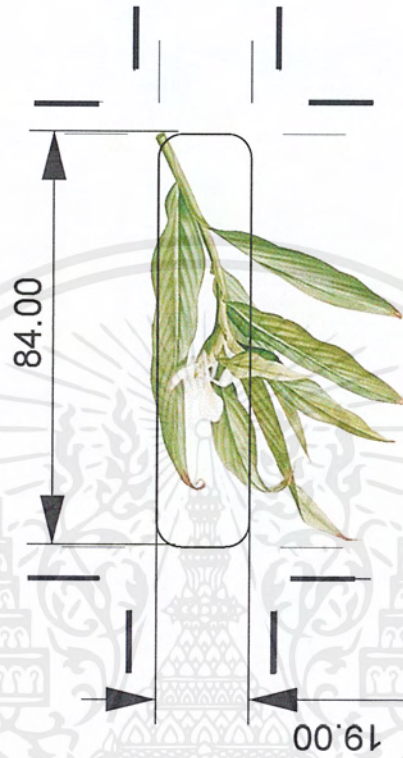
วันที่	10.07.2558	
ชื่อลูกค้า	วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน จ.ตราด	
ชื่อสินค้า	น้ำดื่มมะขากอบป่ารุงคม	
สัดส่วน	1:1	
ขนาด	กว้าง	ยาว สูง
	60 mm	90 mm
ชนิดกระดาษ	PVC Gloss Sticker	
เครื่องพิมพ์	Offset	
ผู้จัดทำ	น.ส พิรญาณ์ สติธรรมมาณีช	



— เส้นตัด
— Print Area

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วันที่	10.07.2558
ชื่อลูกค้า	วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน จ.ตราด
ชื่อสินค้า	น้ำมันมะกอกป่ารงผมิ
สัดส่วน	1:1
ขนาด	กว้าง ยาว สูง
ภายนอก	60 mm 90 mm
ชนิดกระดาษ	PVC Gloss Sticker
เครื่องพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำ	น.ส พัทธญาณี ลิขิตธรรมวานิช



เส้นตัด

Print Area

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วันที่	10.07.2558
ชื่อลูกค้า	วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน จ.ตราด
ชื่อสินค้า	น้ำดื่มมะขอกอกป่ากรุงหม
สัดส่วน	1:1
ขนาด	กว้าง ยาว สูง
ภายนอก	
ชนิดกระดาษ	PVC Gloss Sticker
เครื่องพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำ	น.ส พิรญาณ์ สิริธรรมวานิช



เส้นตัด

Print Area

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วันที่	10.07.2558
ชื่อลูกค้า	วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน จ.ตราด
ชื่อสินค้า	น้ำดื่มมะกอกป่าปรุงระเห
สัดส่วน	1:1
ขนาด	กว้าง ยาว สูง
ภายนอก	
ชนิดกระดาษ	PVC Gloss Sticker
เครื่องพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำ	น.ส พิวญาณ์ ธิติธรรมวาณิช



เส้นตัด
Print Area

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วันที่	10.07.2558
ชื่อลูกค้า	วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน จ.ตราด
ชื่อสินค้า	น้ำส้มแขกอบแห้งผง
สัดส่วน	1:1
ขนาด	กว้าง ยาว สูง
ภายนอก	
ชนิดกระดาษ	PVC Gloss Sticker
เครื่องพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำ	น.ส. พิรญาณ์ ลิขิตธรรมวานิช



— เส้นตัด
— Print Area

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วันที่	10.07.2558
ชื่อลูกค้า	วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน จ.ตราด
ชื่อสินค้า	น้ำส้มมะขอกปรางหม
สัดส่วน	1:1
ขนาด	กว้าง ยาว สูง
ภายนอก	
ชนิดกระดาษ	PVC Gloss Sticker
เครื่องพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำ	น.ส พิรญาณ์ ลีจิตธรรมวาณิช



เส้นตัด
Print Area

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วันที่	10.07.2558
ชื่อลูกค้า	วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน จ.ตราด
ชื่อสินค้า	น้ำดื่มมะกอกบ้านงูเหม
สัดส่วน	1:1
ขนาด	กว้าง ยาว สูง
ภายนอก	
ชนิดกระดาษ	PVC Gloss Sticker
เครื่องพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำ	น.ส. พิรญาณ์ ลีจิตธรรมวัฒนะ



เส้นตัด

Print Area

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วันที่	10.07.2558
ชื่อลูกค้า	วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบอน จ.ตราด
ชื่อสินค้า	น้ำมันมะกอกบ้านวังหม
สัดส่วน	1:1
ขนาด	กว้าง ยาว สูง
ภายนอก	
ชนิดกระดาษ	PVC Gloss Sticker
เครื่องพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำ	น.ส. ทวีธยาณ์ สติธรรมมาเวียง



เส้นตัด

Print Area

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้