

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข

ภายใต้บริษัท แบร์ริง เพ็ทแคร์ (ประเทศไทย) จำกัด

Packaging Design for Dog Products of Bearing Petcare (Thailand) Co.,Ltd.



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต

ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2547-48

เลขหมู่.....

เลขทะเบียน.....59343

วัน,เดือน,ปี.....

14965056
b.....
i.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไป
ใช้เพื่อประโยชน์อื่นใด การทำซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาตจะถือว่าผิดกฎหมาย
หากมีให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสาร

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติผลให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

ความสำเร็จของการศึกษาเล่าเรียนในครั้งนี้มีโอกาสสำเร็จลุล่วงไปได้ ด้วยดี หากขาดทุกท่านที่คอยสนับสนุนทั้งร่างกายและแรงใจแก่ข้าพเจ้า ข้าพเจ้าจึงขอเอ่ยนามเพื่อเป็นเกียรติแก่ผู้มีพระคุณทั้งหมดดังต่อไปนี้

- ขอบพระคุณ คุณแม่ คุณพ่อ คุณน้อง และญาติๆที่เคารพทุกคน สำหรับกำลังใจที่มีให้มา ล้น
- ขอบพระคุณ อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ญาติฯ ชวาลกุล และอาจารย์ท่านอื่นๆที่คอยให้ คำปรึกษา รวมถึงความรู้ทั้งหมดที่ได้เล่าเรียนมา
- ขอบคุณ บริษัท แบริ่ง เพ็ทแคร์ ประเทศไทย จำกัด สำหรับข้อมูลทางด้านต่างๆ
- ขอบคุณ ปุ้ย ที่คอยเป็นกำลังใจ อยู่เคียงข้างกันเสมอมา
- ขอบคุณ เพื่อนๆทุกคนในห้องของเรา ศอ ห้อง ข รุ่นแรก ห้องแห่งความสุข
- ขอบคุณ พี่จ้อย พี่นา แจ็ค เข้ม อ้วน เตี้ยง ลี น้องปราง น้องเจน น้องอิม น้องจอย น้องเบ็น น้องนัท รวมถึงทีมงานทั้งหมดในวันออกกองถ่าย
- ขอบคุณ พี่ น้อง สาย รหัสทุกคนที่คอยให้ความช่วยเหลือตลอดมาเป็นอย่างดี
- ขอบคุณ ลีตโต้ สุนัขที่รักที่สุดในชีวิต คอยเป็นเพื่อนยามเหงาตลอดเวลา
- ขอบคุณ สุนัขทุกๆตัว ที่ถูกเจ้าของนำมาช่วยเหลือข้าพเจ้าตลอดเวลา ขอบคุณจริงๆในความอดทน
- สุดท้ายนี้สิ่งสำคัญที่สุดเหนืออื่นใด ภาควิชาศิลปประยุกต์สาทรกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่คอยอบรมปมนิสัย ของข้าพเจ้า ตลอดมาจนมาสู่ ก้าวแรกของบันได แห่งความสำเร็จในวันนี้

ขอบคุณทุกท่านมากจากใจจริงครับ

ศุภชัย อรรถนกุลชัย

6 มิถุนายน 2548

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

หน้า

อนุมัติผล

บทคัดย่อ

คำนำ

กิตติกรรมประกาศ

บทที่ 1 บทนำ

วัตถุประสงค์

ความเป็นไปได้ของโครงการ

ขอบเขตของโครงการ

ปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหา

แนวทางการศึกษาวิจัย

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

บทที่ 2 การค้นคว้าและสรุปผลข้อมูล

2.1 ข้อมูลบริษัทผู้ผลิตและผลิตภัณฑ์เดิม

2.1.1 ประวัติความเป็นมาของบริษัท แบบริริง (ประเทศไทย) จำกัด

2.1.2 ปรัชญาและนโยบายของบริษัท

2.1.3 ข้อมูลผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัขเดิมของบริษัท

2.1.4 วิเคราะห์และสรุปข้อมูลที่มีผลต่อการออกแบบ

2.2 ข้อมูลทั่วไปของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

2.2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์ทางด้านกายภาพ

2.2.2 วิเคราะห์และสรุปเงื่อนไขในการออกแบบ

2.3 ข้อมูลทางด้านผู้บริโภค

2.3.1 กลุ่มผู้บริโภค

2.3.2 พฤติกรรมของผู้บริโภค

2.3.3 ข้อมูลสุนัขที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

2.3.4 วิเคราะห์และสรุปความต้องการของผู้บริโภคที่มีผลต่อการออกแบบ

2.4 ข้อมูลทางด้านการตลาด

2.4.1 ขนาดของตลาด ส่วนแบ่งตลาดและแนวโน้มของตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| | | |
|------------------------|---|------------|
| 2.4.2 | ข้อมูลการจัดจำหน่าย | 67 |
| 2.4.3 | ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย | 68 |
| 2.4.4 | วิเคราะห์และสรุปข้อมูลที่มีผลต่อการออกแบบ | 68 |
| 2.5 | ข้อมูลทางด้านคู่แข่ง | |
| 2.5.1 | ลักษณะคู่แข่งในตลาดโดยรวม | 70 |
| 2.5.2 | ข้อมูลคู่แข่งทางตรงจำแนกตามตราสินค้า | 73 |
| 2.5.3 | ข้อมูลคู่แข่งทางการตลาดจำแนกตามประเภทสินค้า | 79 |
| 2.5.4 | วิเคราะห์เปรียบเทียบข้อดีข้อเสียและตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง | 93 |
| 2.5.5 | วิเคราะห์และสรุปข้อมูลที่มีผลต่อการออกแบบ | 116 |
| 2.6 | ข้อมูลทางด้านวัสดุและกรรมวิธีการผลิต | |
| 2.6.1 | ข้อมูลวัสดุและกรรมวิธีการผลิต | 117 |
| 2.6.2 | ผลวิเคราะห์ข้อมูลวัสดุและกรรมวิธีการผลิต | 120 |
| 2.6.3 | ข้อมูลการพิมพ์ | 123 |
| 2.6.4 | ผลวิเคราะห์ข้อมูลการพิมพ์ | 124 |
| 2.6.5 | สรุปผลการวิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุและกรรมวิธีการผลิต | 126 |
| บทที่ 3 | การพัฒนาการออกแบบ | |
| 3.1 | การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ | 128 |
| 3.2 | การพัฒนาแนวความคิดในขั้นตอนแบบร่างครั้งที่ 2 | 139 |
| 3.3 | การพัฒนาแนวความคิดในการออกแบบขั้นสุดท้าย | 148 |
| 3.4 | การประเมินค่าการออกแบบ | 155 |
| บทที่ 4 | การนำเสนอผลงานการออกแบบ | |
| 4.1 | ภาพถ่ายแผ่นเสนองาน | 157 |
| 4.2 | ภาพแสดงหุ่นจำลองในขั้นสุดท้าย | 180 |
| 4.3 | งานเขียนแบบแสดงรายละเอียด | 186 |
| บทที่ 5 | บทสรุป | |
| | สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะ | 194 |
| บรรณานุกรม | | 199 |
| ประวัติการศึกษา | | 200 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บทที่ 1 บทนำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทนำ

ในช่วงสภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวเมื่อ 3 ปีที่ผ่านมา สินค้าและบริการต่างๆ ได้รับผลกระทบกันถ้วนหน้า แต่สำหรับตลาดผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยง (Pet Products) โดยเฉพาะสุนัข กลับมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะตลาดผลิตภัณฑ์สุนัขนั้น ตัวเลขมูลค่าตลาดรวมเมื่อปี 2546 ที่ผ่านมา สูงกว่า 3,000 ล้านบาท และมีอัตราการเติบโตปีละประมาณ 15% ทำให้เกิดธุรกิจบริการเกี่ยวเนื่องกับสุนัขขึ้นมากมาย ทั้งโรงพยาบาลสุนัข ร้านตัดแต่งขนสุนัข โรงเรียนฝึกสอนสุนัข โรงแรมสุนัข รวมถึง สปา (SPA) สำหรับสุนัข ฯลฯ เหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยที่กระตุ้นตลาดธุรกิจเกี่ยวกับสุนัขให้มีแนวโน้มการเจริญเติบโต

กลุ่มวัยรุ่น ถือว่าเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อมากที่สุดกลุ่มหนึ่ง โดยผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัขในท้องตลาด ณ ปัจจุบันส่วนใหญ่มีการจัดจำหน่ายมานาน ทำให้รูปแบบของผลิตภัณฑ์นั้นไม่มีความทันสมัย เป็นสาเหตุทำให้ไม่ได้รับการตอบสนองจากกลุ่มวัยรุ่นเท่าที่ควร จึงทำให้บริษัทที่ผลิตผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัขต่างๆ หันมาเอาใจใส่กับรูปแบบและการใช้งานอย่างเหมาะสม เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มคนเหล่านี้ให้มากที่สุด เพื่อที่จะได้ถือครองส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นในสภาวะที่ตลาดกำลังขยายตัว และเติบโตอย่างต่อเนื่อง ณ ปัจจุบัน

การนำเสนอโครงการออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับสุนัขนี้ได้จัดทำขึ้นเพื่อตอบสนองนโยบายทางการตลาดใหม่เพื่อเพิ่มสัดส่วนทางการตลาด ซึ่งในเรื่องของการพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์ นับว่าเป็นองค์ประกอบหนึ่งของกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อกำไรของธุรกิจ ทั้งนี้เพราะกลุ่มวัยรุ่นค่อนข้างให้ความสำคัญในเรื่องของภาพลักษณ์นอกจากนี้การใช้งานที่สะดวกสบายของบรรจุภัณฑ์ จะช่วยให้เกิดจุดขายที่แตกต่างจากคู่แข่งในท้องตลาดได้เป็นอย่างดี

วัตถุประสงค์ในการออกแบบ

1. ด้านการออกแบบพัฒนาตราสินค้า

ทำการตั้งชื่อตราสินค้าใหม่ให้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งปรับเปลี่ยนรูปแบบตราสินค้า (logo) ให้มีความเหมาะสมควบคู่ไปกับชื่อของตราสินค้า โดยในการออกแบบนั้นจะศึกษาถึงรูปแบบตราสินค้าของคู่แข่งอื่นที่มีอยู่ในท้องตลาด เมื่อทำการออกแบบแล้วสามารถที่จะสร้างความแตกต่างและความโดดเด่นจากคู่แข่งได้อย่างชัดเจนโดยการเปรียบเทียบเพื่อให้เกิดความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

2. ด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

จากอัตราการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องของตลาดผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยง รวมทั้งการเกิดกลุ่มเป้าหมายใหม่ที่ชัดเจนมากขึ้น ส่งผลให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และ บรรจุภัณฑ์ ทางด้านต่างๆ โดยเฉพาะรูปแบบและเอกลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นด้านที่ตอบสนองของกลุ่มช่องทางการตลาดใหม่คือกลุ่มวัยรุ่น ได้เป็นอย่างดี การออกแบบที่ชัดเจนตรงตามกลุ่มเป้าหมายนั้นถือเป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งที่จะช่วยส่งเสริมสินค้าในการแข่งขัน ว่าจะสามารถตอบสนองจนเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค ได้เป็นอย่างดีหรือไม่

3. ด้านการใช้งานผลิตภัณฑ์

ทำการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ให้มีความเหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้งานของผู้บริโภค ตามความเหมาะสม ของสินค้าแต่ละประเภท โดยศึกษาจากข้อมูลแวดล้อมต่างๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ และความสะดวกสบายแก่ผู้ใช้งาน

4. ด้านการพัฒนาขั้นตอนกระบวนการทางความคิด

ทำการค้นคว้าข้อมูลตามกระบวนการขั้นตอนต่างๆ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และนำมาซึ่งบทสรุปที่สามารถตอบสนองความต้องการในด้านต่างๆ ที่ได้ทำการค้นคว้าข้อมูลมา

ความเป็นไปได้ของโครงการ

1. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านนโยบาย

เนื่องจากตลาดของผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข (Pet Products) มีแนวโน้มการเจริญเติบโตที่สูง รวมทั้งเกิดช่องว่างทางการตลาดขึ้นในกลุ่มวัยรุ่นยุคใหม่ โดยทาง บริษัท แบร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นผู้ผลิตสินค้าประเภทนี้ได้เล็งเห็นความสำคัญของตลาดวัยรุ่น ที่จะเริ่มกำลังซื้อที่สำคัญต่อไปอีกในอนาคตข้างหน้า จึงมีนโยบายที่จะออกผลิตภัณฑ์กลุ่มใหม่ โดยการสร้างภาพลักษณ์ให้เด่นชัดดึงดูดใจกลุ่มผู้บริโภค เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการตลาด ซึ่งทางบริษัทได้ให้การสนับสนุนทางด้านข้อมูลของตัวผลิตภัณฑ์ต่างๆ และข้อมูลทางการตลาดประกอบกับให้คำปรึกษาเป็นอย่างดี

2. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเศรษฐกิจ

โครงการจะช่วยส่งเสริมอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่ประเทศไทย นั้นมีความพร้อมและ ความสามารถในการผลิต รวมทั้งเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศ เพื่อลดการนำเข้าผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ เป็นการช่วยลดปัญหาการขาดดุลการค้า และยังช่วยส่งเสริมให้เศรษฐกิจของประเทศไทยมีรากฐานที่ดียิ่งขึ้น

3. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านสังคม และ สภาพแวดล้อม

จากการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ และ การใช้งานให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น ย่อมก่อให้เกิดการแข่งขันในกลุ่มผู้ผลิต ส่งผลให้เกิดการพัฒนาในส่วนของสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน ทั้งยังมีส่วนในการเลือกใช้วัตถุดิบที่เหมาะสม จนถึงกระบวนการผลิตที่ใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ตอบสนองนโยบายอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและพลังงานของรัฐบาล รวมถึงการจัดสรรทรัพยากรอย่างคุ้มค่ามากที่สุด

4. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของการออกแบบ

โครงการนี้เป็นโครงการที่เปิดโอกาสให้มีการศึกษาค้นคว้าข้อมูล การเลือกใช้วัสดุเทคโนโลยีการผลิต และรู้จักวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด เพื่อให้ได้ทางเลือกที่ดีที่สุด ในการประกอบการตัดสินใจในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

สรุปความเป็นไปได้ของโครงการ

โครงการออกแบบปรับปรุงบรรจุภัณฑ์สำหรับสุนัขนี้ มีความเป็นไปได้เนื่องจากสอดคล้องกับเหตุผลในหลายด้านทั้งด้านนโยบาย ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม และ ด้านการศึกษาการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขอบเขตของโครงการ

ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1. ผลิตภัณฑ์หมวดทำความสะอาด

- แชมพู
ขนาดบรรจุ 250 ml
- บรรจุภัณฑ์แชมพูชนิดเติม
ขนาดบรรจุ 250 ml
- แผ่นน้ำยาเช็ดหู
ขนาดบรรจุ 25 ชิ้น
- ลูกกลิ้งเก็บขนสุนัข
ลูกกลิ้งทำความสะอาดพื้น 1 อัน
- ทรายอนามัย
ขนาดบรรจุ 2.50 kg

2. ผลิตภัณฑ์หมวดของใช้

- ปลอกคอก+สายจูง
ปลอกคอกความยาว 25 มิลลิเมตรx14-24 เซนติเมตร
สายจูงความยาว 25 มิลลิเมตรx150 เซนติเมตร
- ยากันยุง
ขนาดบรรจุ 8 ขด 160 g
- บรรจุภัณฑ์ยากันยุงชนิดเติม
ขนาดบรรจุ 8 ขด 160 g
- ชุดตกแต่งขน
แปรงสติกเกอร์ 1 อัน
แปรง 2 ด้าน 1 อัน
หวีซี่ละเอียด 1 อัน
- ชั้นวางผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ผลิตภัณฑ์หมวดอาหารและขนมขบเคี้ยว

- อาหาร
ขนาดบรรจุ 1.5 kg
- บรรจุภัณฑ์อาหารชนิดเต็ม
ขนาดบรรจุ 3 kg
- ขนมขบเคี้ยว+Display
ขนมขบเคี้ยวขนาดบรรจุ 20 g
Display ขนาดบรรจุ 12 กล่อง

4. ผลิตภัณฑ์หมวดของเล่น

- ลูกบอลขนม
ขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง 4 นิ้ว
- ของเล่นยาง
ที่ตั้งยาง ขนาด 3 นิ้ว
วงแหวนยาง ขนาด 6 นิ้ว
กระดุกยาง ขนาด 5 นิ้ว



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านการออกแบบกราฟฟิก

1. ออกแบบชื่อและโลโก้ของผลิตภัณฑ์ โดยมีการกำหนดเงื่อนไขต่างๆ ที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ ดังนี้

- 1.1 สามารถแสดงและสื่อถึงผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัขได้เป็นอย่างดี
- 1.2 สามารถแสดงถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน
- 1.3 สามารถแสดงถึงคุณภาพและความแตกต่างจากคู่แข่ง
- 1.4 มีการใช้ภาษาและรูปแบบที่ง่ายต่อการจดจำ มีความเป็นสากล
- 1.5 มีความคล้องจองและกลมกลืนระหว่างชื่อกับตราสินค้า

2. ออกแบบกราฟฟิบบนบรรจุภัณฑ์ทุกประเภท ให้มีคุณสมบัติดังนี้

2.1 ออกแบบกราฟฟิกให้สามารถสื่อถึงความเป็นวัยรุ่นและวัยทำงานรุ่นใหม่ได้อย่างชัดเจน ตัวอย่างเช่น ภาพลักษณะสีเส้นที่ดูสดใส และกราฟฟิกที่เป็นมิตรแสดงอารมณ์ความเป็นเพื่อนได้เป็นอย่างดี

2.2 ออกแบบกราฟฟิกให้สามารถแสดงเอกลักษณ์รวมในกลุ่มสินค้าเดียวกัน เพื่อแสดงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

2.3 ออกแบบกราฟฟิกให้เกิดความชัดเจนของผลิตภัณฑ์แต่ละหมวด แต่ละชนิด เพื่อไม่ให้เกิดความสับสนแก่ผู้บริโภค

2.4 ออกแบบกราฟฟิกที่สามารถสื่อถึงความอันตรายได้อย่างชัดเจน เพื่อใช้กับผลิตภัณฑ์ที่ควรระมัดระวังเป็นพิเศษ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หมวดทำความเข้าใจ

บรรจุภัณฑ์สำหรับแชมพูสุนัข

| เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา | แนวทางการออกแบบ |
|---|--|
| <div data-bbox="319 302 470 481" data-label="Image"> </div> <p>1. ด้านการบรรจุ (CONTAINMENT)</p> <p>1.1 รูปแบบและขนาดสัดส่วนที่มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นของเหลวใส มีความหนืดพอสมควร</p> <p>1.2 รูปทรงที่สามารถทำการบรรจุได้อย่างสะดวก เหมาะสมกับขั้นตอนการผลิต</p> <p>ขนาดบรรจุของแชมพู 250 ml.</p> <p>2. ด้านการปกป้องรักษา (PROTECTION)</p> <p>2.1 สามารถป้องกันความเสียหาย การรั่วซึม การเปิดใช้สินค้าก่อนการซื้อ</p> <p>3. ด้านความสะดวกสบาย (CONVENIENCE)</p> <p>3.1 การลู่และการจัดดูไปที่ตัวสุนัขเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดอาการคันหรือแพ้สารเคมี</p> <div data-bbox="215 1344 526 1534" data-label="Image"> </div> <p>3.2 รูปทรงกว้างและแบนของขวดทำให้การจัดวางค่อนข้างยาก เกิดปัญหาการล้มบนชั้นวางอยู่บ่อยครั้ง รวมทั้งยังทำให้การหยิบจับในการใช้งานไม่สะดวกเท่าที่ควร</p> <div data-bbox="95 1825 526 1971" data-label="Image"> </div> <div data-bbox="550 1724 710 1937" data-label="Image"> </div> | <p>1.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีรูปทรงที่สามารถใช้งานของเหลวที่อยู่ภายในได้อย่างสะดวกและมีขนาดที่เหมาะสมกับปริมาณของสินค้า</p> <p>1.2 ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์นั้นมีฐานที่มั่นคงและปากขวดที่สามารถทำการบรรจุสินค้าได้อย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับขั้นตอนในการบรรจุ</p> <p>2.1 มีการหุ้มพลาสติกในส่วนที่เป็นฝา รวมทั้งเลือกใช้พลาสติกที่คุณสมบัติตรงตามความต้องการทางกายภาพของสินค้า</p> <p>3.1 ทำการผสมผสานรูปทรงของแปรงขัดดูกับขวดแชมพูไว้ในบรรจุภัณฑ์แบบใหม่</p> <div data-bbox="877 1355 1276 1512" data-label="Image"> </div> <p>3.2 ออกแบบให้รูปทรงของขวดมีความมั่นคงและสามารถหยิบจับใช้งานได้อย่างสะดวกมากยิ่งขึ้น</p> <div data-bbox="941 1702 1244 1937" data-label="Image"> </div> |

๕. บรรจุภัณฑ์แผ่นนํ้ายาเช็ดหู

| เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา | แนวทางการออกแบบ |
|--|--|
| <div data-bbox="343 293 464 465" data-label="Image"> </div> <p>1. ด้านการบรรจุ (CONTAINMENT)</p> <p>1.1 รูปแบบและขนาดสัดส่วนที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นแผ่นผ้าชุบน้ำยามีความชื้น</p> <p>1.2 รูปทรงที่อำนวยความสะดวกในการบรรจุสินค้าได้เป็นอย่างดี</p> <p>ขนาดบรรจุแผ่นนํ้ายาเช็ดหู 25 ชิ้น</p> <p>2. ด้านการปกป้องรักษา (PROTECTION)</p> <p>2.1 สามารถป้องกันสิ่งสกปรกที่เกิดขึ้นระหว่างการขนส่งและวางจำหน่ายได้เป็นอย่างดี</p> <p>2.2 ป้องกันการเปิดดูหรือทดลองใช้สินค้าก่อนการซื้อ</p> <p>3. ด้านความสะดวกสบาย (CONVENIENCE)</p> <p>3.1 รูปทรงของขวดที่อำนวยความสะดวกในการดึงแผ่นนํ้ายาไปใช้งานโดยที่แผ่นนํ้ายาไม่เกิดความเสียหายและสกปรกมากนัก</p> <div data-bbox="199 1444 550 1635" data-label="Image"> </div> | <p>1.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีขนาดสัมพันธ์กับปริมาณของสินค้าที่มีอยู่ภายใน</p> <p>1.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความมั่นคงและบรรจุแผ่นทำความสะอาดได้อย่างสะดวก</p> <p>2.1 ออกแบบให้มีรูปทรงที่สามารถทำความสะอาดได้ง่ายและไม่กักฝุ่นขณะวางจำหน่าย</p> <p>2.2 มีการหุ้มพลาสติกในส่วนที่เป็นฝาเปิดเพื่อป้องกันการเปิดดูหรือทดลองใช้</p> <div data-bbox="1093 1086 1260 1243" data-label="Image"> </div> <p>3.1 ออกแบบให้ฝาขวดมีรูปแบบที่เหมาะสมไม่ใหญ่จนทำให้สิ่งสกปรกสามารถเข้าไปได้</p> <p>3.2 ออกแบบให้รูปทรงของขวด สามารถใช้งานในการดึงได้อย่างสะดวกและแผ่นนํ้ายาไม่เกิดความเสียหาย</p> <div data-bbox="837 1523 1053 1668" data-label="Image"> <p>top</p> </div> <div data-bbox="1141 1478 1348 1668" data-label="Image"> <p>section</p> </div> |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรจุภัณฑ์ลูกกลิ้งเก็บขนสุนัข

| เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา | แนวทางการออกแบบ |
|--|--|
| <div data-bbox="295 271 466 477" data-label="Image"> </div> <p>1. ด้านการบรรจุ (CONTAINMENT)</p> <p>1.1 สามารถบรรจุสินค้าที่มีด้ามจับได้เป็นอย่างดี โดยที่มีขนาดสัดส่วนเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ ขนาดบรรจุลูกกลิ้ง ขนาดใหญ่ 1 อัน</p> <p>2. ด้านการปกป้องรักษา (PROTECTION)</p> <p>2.1 สามารถป้องกันสิ่งสกปรกที่จะเข้ามาติดในบริเวณที่เป็นแถบขาวได้เป็นอย่างดี</p> <p>2.2 สามารถป้องกันการทดลองใช้ก่อนการซื้อสินค้า</p> <p>3. ด้านความสะดวกสบาย (CONVENIENCE)</p> <p>3.1 สามารถหยิบจับใช้งานได้อย่างสะดวกโดยที่บริเวณแถบขาวไม่เกิดสิ่งสกปรกเข้ามาติด</p> <p>3.2 ภายหลังจากใช้งานสามารถนำมาเก็บในตัวบรรจุภัณฑ์ได้</p> <div data-bbox="304 1283 475 1507" data-label="Image"> </div> | <p>1.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีขนาดที่เหมาะสมกับตัวลูกกลิ้ง โดยที่สามารถบรรจุได้อย่างสะดวก</p> <p>2.1 ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีการปกปิดส่วนแถบขาวอย่างมิดชิด แต่ยังคงสามารถแสดงผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในได้อย่างชัดเจน</p> <p>2.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยที่มีการติดกาวที่ตัวบรรจุภัณฑ์อย่างมิดชิด</p> <p>3.1 ออกแบบให้ภายในบรรจุภัณฑ์นั้นไม่มีส่วนสัมผัสกับตัวแถบขาวเพื่อป้องกันการเสื่อมคุณภาพ</p> <p>3.2 บรรจุภัณฑ์สามารถใช้เป็นแทนวางภายหลังจากการนำผลิตภัณฑ์ไปล้างน้ำได้เป็นอย่างดี</p> <div data-bbox="1125 1274 1353 1550" data-label="Image"> </div> <p>ขอปรานวางช่วยกันน้ำ</p> |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. บรรจุภัณฑ์ทรายอนามัยสำหรับสุนัข

| เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา | แนวทางการออกแบบ |
|---|--|
| <div data-bbox="274 295 555 474" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="98 497 497 542">1. ด้านการบรรจุ (CONTAINMENT)</p> <p data-bbox="98 551 679 645">1.1 รูปแบบและขนาดสัดส่วนที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีลักษณะเป็นเม็ดกรวดละเอียด</p> <p data-bbox="98 667 450 712">ขนาดบรรจุทรายอนามัย 2.5 kg.</p> <p data-bbox="98 721 555 766">2. ด้านการปกป้องรักษา (PROTECTION)</p> <p data-bbox="98 775 679 869">2.1 สามารถป้องกันความเปียกชื้นและสิ่งสกปรกต่างๆ ได้เป็นอย่างดี</p> <p data-bbox="98 891 679 985">2.2 ป้องกันการเปิดและการฉีกขาดภายในบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ค่อนข้างมีน้ำหนักพอสมควร</p> <p data-bbox="98 994 603 1039">3. ด้านความสะดวกสบาย (CONVENIENCE)</p> <p data-bbox="98 1061 689 1155">3.1 สามารถใช้งานโดยการเทได้อย่างสะดวกไม่หกเลอะเทอะ</p> <p data-bbox="98 1178 657 1272">3.2 การใช้งานมีความจำเป็นในการหากลาระยะมาเป็น ภาชนะใส่ทรายอนามัยก่อนการใช้งาน</p> <div data-bbox="124 1370 715 1505" data-label="Image"> </div> | <p data-bbox="794 551 1385 645">1.1 ศึกษาถึงลักษณะสินค้า ทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ให้มีขนาดสัมพันธ์กับขนาดของผลิตภัณฑ์</p> <p data-bbox="794 775 1321 869">2.1 เลือกใช้วัสดุที่มีความเหมาะสมตรงตามความต้องการทางกายภาพของสินค้า</p> <p data-bbox="794 891 1369 985">2.2 มีการหุ้มพลาสติกครอบตัวบรรจุภัณฑ์เพื่อช่วยสร้างความมั่นใจให้กับกลุ่มผู้บริโภค</p> <p data-bbox="794 1061 1369 1155">3.1 ใช้บรรจุภัณฑ์ภายในแบบมาตรฐานที่มีรูปทรงสอดคล้องกับพฤติกรรมกรเทของกลุ่มเป้าหมาย</p> <p data-bbox="794 1178 1369 1272">3.2 ออกแบบให้ตัวบรรจุภัณฑ์ภายนอกสามารถนำมาพับเป็นกระบะใส่ทรายได้โดยไม่ต้องทำการซื้อหาภาชนะเพิ่มเติม</p> <div data-bbox="849 1370 1369 1639" data-label="Image"> </div> |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา | แนวทางการออกแบบ |
|--|---|
| <div data-bbox="223 302 542 470" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="71 492 478 537">1. ด้านการบรรจุ (CONTAINMENT)</p> <p data-bbox="71 548 662 705">1.1 สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ได้ทั้ง 2 ชนิดได้ รวมทั้งมีรูปแบบและขนาดสัดส่วนที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นสายไนลอน</p> <p data-bbox="71 716 550 761">ขนาดบรรจุ ปลาสติก ความยาว 14-24 นิ้ว.</p> <p data-bbox="71 772 502 817">ขนาดบรรจุ สายจูง ความยาว 150 ซม.</p> <p data-bbox="71 873 542 918">2. ด้านการปกป้องรักษา (PROTECTION)</p> <p data-bbox="71 940 638 1097">2.1 บรรจุภัณฑ์เดิมที่เป็นกระดาษไม่สามารถป้องกันความเปียกชื้นที่เกิดขึ้นได้ อาจทำให้เกิดเชื้อราและสิ่งสกปรกขึ้นบนสายจูงรวมถึงพลาสติก</p> <div data-bbox="215 1153 343 1288" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="71 1366 590 1411">3. ด้านความสะดวกสบาย (CONVENIENCE)</p> <p data-bbox="71 1433 654 1590">3.1 ปลาสติกและสายจูงเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการใช้งานร่วมกันจึงมีความเหมาะสมในการนำมาบรรจุจัดจำหน่ายในชุดเดียวกัน</p> <div data-bbox="199 1601 574 1814" data-label="Image"> </div> | <p data-bbox="973 201 1220 235">แนวทางการออกแบบ</p> <p data-bbox="782 548 1348 705">1.1 ทำการออกแบบให้สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 ชนิดได้อย่างสะดวก และมีขนาดที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน</p> <div data-bbox="821 660 1388 884" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="782 940 1348 1153">2.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้เป็นแบบบลิสเตอร์แพค โดยรอบของบรรจุภัณฑ์มีร่องสำหรับใช้ในการสแน็ป ทั้งยังเป็นส่วนช่วยในการเสริมความแข็งแรงให้กับตัวบรรจุภัณฑ์เอง</p> <div data-bbox="853 1153 1372 1288" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="790 1433 1388 1579">3.1 ออกแบบโดยที่ให้ผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 ชนิด อยู่ในบรรจุภัณฑ์เดียวกัน เพื่อให้ครบถ้วนตามความต้องการในการใช้งาน</p> <div data-bbox="949 1612 1244 1825" data-label="Image"> </div> |

6. บรรจุกัญธยากันยุงสำหรับสุนัข


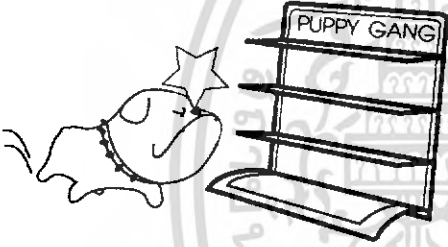
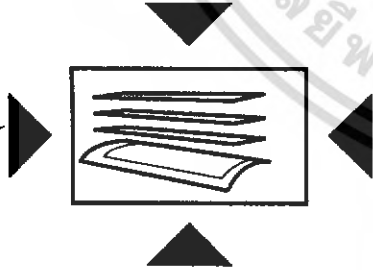
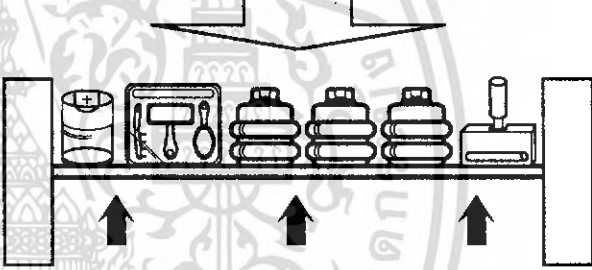
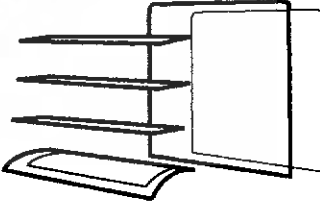
| เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา | แนวทางการออกแบบ |
|--|---|
| <div data-bbox="280 293 523 465" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="102 488 502 533">1. ด้านการบรรจุ (CONTAINMENT)</p> <p data-bbox="102 548 691 645">1.1 สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเป็นขดยากันยุง โดยมีรูปแบบและขนาดสัดส่วนที่เหมาะสม</p> <p data-bbox="102 667 475 703">ขนาดบรรจุ ยากันยุง 8 ขด 160 g</p> <p data-bbox="102 721 616 757">ขนาดบรรจุภัณฑ์ยากันยุงชนิดติม 8 ขด 160 g.</p> <p data-bbox="102 790 560 831">2. ด้านการปกป้องรักษา (PROTECTION)</p> <p data-bbox="102 846 691 943">2.1 เป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องป้องกันความชื้นมากเป็นพิเศษ เพื่อคงประสิทธิภาพของตัวยากันยุงไว้</p> <p data-bbox="102 1016 691 1171">2.2 เป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องอาศัยบรรจุภัณฑ์มาช่วยในการป้องกัน ทางด้านของความแข็งแรงของโครงสร้าง ซึ่ง ยากันยุงค่อนข้างเปราะบางและหักง่าย</p> <p data-bbox="102 1200 608 1236">3. ด้านความสะดวกสบาย (CONVENIENCE)</p> <p data-bbox="102 1252 679 1348">3.1 ขณะใช้งานสามารถป้องกันสุนัขที่จะเข้ามาเล่นยากันยุงได้</p> <div data-bbox="309 1290 491 1462" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="102 1469 699 1568">3.2 ขั้นตอนการเปิดใช้งานไม่ยุ่งยากซับซ้อน เพื่อให้เกิดความพอใจในการใช้งานแก่กลุ่มเป้าหมาย</p> | <p data-bbox="799 539 1362 636">1.1 ออกแบบให้สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ซึ่งมีลักษณะเป็นขดได้อย่างสะดวกและไม่ก่อให้เกิดปัญหา</p> <p data-bbox="799 651 1069 687">ขั้นตอนกระบวนการผลิต</p> <div data-bbox="959 674 1283 837" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="799 846 1370 1001">2.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้พลาสติกที่สามารถกันความชื้นและมีคุณสมบัติในการทนความร้อนเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาเมื่อถึงเวลาใช้งานจริง</p> <p data-bbox="799 1016 1399 1171">2.2 ออกแบบโครงสร้างให้มีความแข็งแรงมากเป็นพิเศษ ในการรับแรงกระแทกจากด้านข้างเพื่อไม่ให้ยากันยุงเกิดความเสียหาย</p> <p data-bbox="799 1245 1406 1344">3.1 ออกแบบให้มีฝาครอบโดยที่ยังสามารถระบายควันที่จุดอยู่ภายในออกมาได้เป็นอย่างดี</p> <div data-bbox="903 1346 1342 1451" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="799 1469 1342 1568">3.2 ออกแบบโดยลดขั้นตอนการทำงานลง เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความสะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น</p> |

7. บรรจุภัณฑ์ชุดตกแต่งขนสำหรับสุนัข

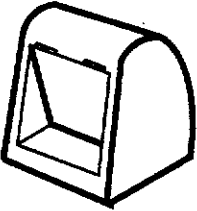


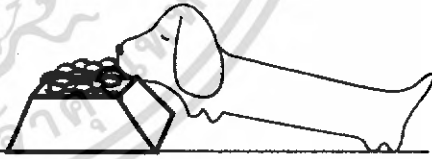
| เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา | แนวทางการออกแบบ |
|---|---|
| <div data-bbox="284 271 528 483" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="100 488 501 528">1. ด้านการบรรจุ (CONTAINMENT)</p> <p data-bbox="100 546 713 696">1.1 สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ชนิด ได้รวมทั้งมีขนาดสัดส่วนที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ไม่ก่อให้เกิดความเสียหาย</p> <p data-bbox="100 719 464 759">ขนาดบรรจุ แปรงสลิคเกอร์ 1 อัน</p> <p data-bbox="100 779 480 819">ขนาดบรรจุ แปรงขนธรรมชาติ 1 อัน</p> <p data-bbox="100 840 437 880">ขนาดบรรจุ หัวซี่ละเอียด 1 อัน</p> <div data-bbox="549 680 727 891" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="100 898 558 940">2. ด้านการปกป้องรักษา (PROTECTION)</p> <p data-bbox="100 958 660 1055">2.1 สามารถป้องกันการถูกระแทกจากภายนอกเพื่อไม่ให้ขนแปรงเกิดการหักงอ</p> <p data-bbox="100 1070 676 1167">2.2 ป้องกันการเปิดทดลองใช้ก่อนการใช้งานเพื่อไม่ให้เกิดการติดหรือตกค้างของขนสุนัข</p> <p data-bbox="100 1189 601 1229">3. ด้านความสะดวกสบาย (CONVENIENCE)</p> <p data-bbox="100 1247 732 1344">3.1 บรรจุภัณฑ์เดิมบรรจุด้วยถุงพลาสติกไม่สามารถป้องกันความเสียหายที่จะเกิดขึ้นกับขนแปรงได้ดีเท่าที่ควร</p> | <p data-bbox="794 546 1414 696">1.1 ออกแบบให้สามารถบรรจุหัวทั้ง 3 ชนิด ได้อย่างพอดี โดยที่ไม่ให้เหลือเนื้อที่ว่างจนก่อให้เกิดความเสียหายในเรื่องของวัสดุ</p> <div data-bbox="820 734 1390 904" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="794 965 1347 1061">2.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นแบบบลิสเตอร์แพคโดยเลือกใช้วัสดุที่มีความเหมาะสมกับความต้องการ</p> <p data-bbox="794 1077 1362 1173">2.2 ออกแบบให้มีแถบสติ๊กเกอร์หรือสายคาดโดยรอบของบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค</p> <p data-bbox="794 1247 1422 1344">3.1 ออกแบบโดยให้บรรจุภัณฑ์แบบบลิสเตอร์แพคสามารถปกป้องขนแปรงได้เป็นอย่างดี</p> <div data-bbox="975 1384 1222 1597" data-label="Image"> </div> |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

POP สำหรับห้างสรรพสินค้า และ PET SHOP ต่างๆ

| เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา | แนวทางการออกแบบ |
|--|---|
| <p data-bbox="220 192 544 237">เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา</p>  <p data-bbox="84 495 483 533">1. ด้านการบรรจุ (CONTAINMENT)</p> <p data-bbox="84 551 687 651">การจัดวางสินค้าต้องสะดวกและสามารถจัดวางผลิตภัณฑ์ได้ครบทุกชนิดที่ทำกรออกแบบ</p> <p data-bbox="84 719 539 757">2. ด้านการปกป้องรักษา (PROTECTION)</p> <p data-bbox="84 775 724 875">ชั้นวางแสดงสินค้าที่มีความแข็งแรงสามารถปกป้องสินค้าจากการกระแทกได้เป็นอย่างดี</p>  <p data-bbox="84 1223 587 1261">3. ด้านความสะดวกสบาย (CONVENIENCE)</p> <p data-bbox="84 1279 715 1379">ความสะดวกสบายประหยัดเนื้อที่ในการขนส่งและต้องการ POP ที่สามารถถอดประกอบได้</p>  | <p data-bbox="794 551 1401 707">ออกแบบให้ตัวชั้นวางนั้นมีความครบถ้วนทั้งการจัดวางหรือการแขวนเพื่อให้สอดคล้องกับชนิดของผลิตภัณฑ์ที่มีหลากหลาย</p> <p data-bbox="794 775 1409 931">ออกแบบโดยเลือกใช้วัสดุที่มีความแข็งแรงทนต่อแรงกระแทกและสามารถรับน้ำหนักของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดได้เป็นอย่างดี</p>  <p data-bbox="794 1279 1390 1491">ออกแบบรูปทรงให้มีรูปทรงที่เน้นการจัดวางในแนวตั้งเพื่อเป็นการประหยัดพื้นที่ในห้างสรรพสินค้ารวมทั้งการขนส่งโดยที่ผู้จำหน่ายสามารถเคลื่อนย้ายถอดประกอบได้ด้วยตัวเอง</p> <p data-bbox="810 1592 1066 1630">สามารถถอดประกอบได้</p>  |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไมอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

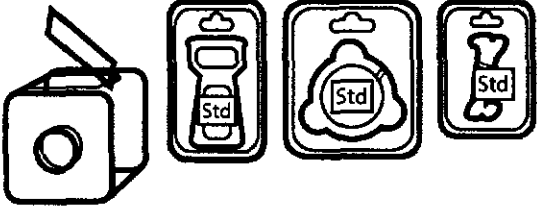
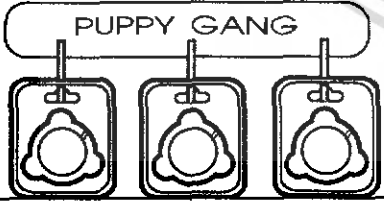
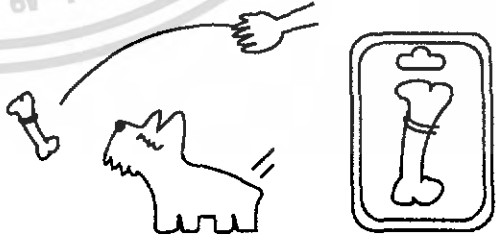
| เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา | แนวทางการออกแบบ |
|--|---|
|  <p>1. ด้านการบรรจุ (CONTAINMENT)</p> <p>1.1 สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเป็นเม็ดได้อย่างสะดวก</p> <p>ขนาดบรรจุอาหารเม็ด 1.5 kg</p> <p>ขนาดบรรจุอาหารเม็ดชนิดเต็ม 3 kg</p> <p>2. ด้านการปกป้องรักษา (PROTECTION)</p> <p>2.1 บรรจุภัณฑ์ที่สามารถป้องกันความเปียกชื้นอันเป็นสาเหตุที่ทำให้ผลิตภัณฑ์เกิดความเสียหาย</p> <p>3. ด้านความสะดวกสบาย (CONVENIENCE)</p> <p>3.1 มีความจำเป็นในการหาภาชนะมาใช้งานในการเทอาหารเม็ดออกมาบรรจุภัณฑ์</p>  | <p>1.1 ออกแบบให้สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ได้อย่างสะดวกและสอดคล้องกับกระบวนการผลิต</p> <p>2.1 มีส่วนของบรรจุภัณฑ์ชั้นในที่เป็นพลาสติกป้องกันความเปียกชื้นที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผลิตภัณฑ์ได้</p>  <p>3.1 ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์ภายนอกเป็นภาชนะในการใส่อาหารให้สุนัขโดยไม่ต้องทำการหาภาชนะอื่นใดมาใช้งาน</p>  |

0. บรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวสำหรับสุนัข

| เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา | แนวทางการออกแบบ |
|--|--|
| <div data-bbox="276 315 507 454" data-label="Image"> </div> <p>1. ด้านการบรรจุ (CONTAINMENT)</p> <p>1.1 มีการหุ้มด้วยบรรจุภัณฑ์ถึง 3 ชั้น อาจมากเกินไปจนจำเป็นและเป็นการสิ้นเปลืองและเสียเวลาในกระบวนการผลิต</p> <p>ขนาดบรรจุ ขนมขบเคี้ยว 20 g</p> <p>ขนาดบรรจุของ บรรจุภัณฑ์รวม 12 กลอง</p> <p>2. ด้านการปกป้องรักษา (PROTECTION)</p> <p>2.1 กลองกระดาษเกิดปัญหาในการป้องกันผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นเม็ดอยู่บ่อยครั้ง</p> <p>2.2 ขั้นตอนการเก็บรักษาหลังจากการใช้งานแล้วไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร เพราะตัวกลองเกิดเสื่อมคุณภาพจากวัสดุที่ไม่เหมาะสม</p> <p>3. ด้านความสะดวกสบาย (CONVENIENCE)</p> <p>3.1 จากเดิมที่เป็นกลองมีขั้นตอนการเปิดใช้งานมากรวมทั้งการป้องกันความเปียกชื้นยังไม่ดีเท่าที่ควร</p> <div data-bbox="336 1447 488 1697" data-label="Image"> </div> | <p>1.1 ออกแบบให้ลดขั้นตอนการบรรจุโดยศึกษาถึงวัสดุที่มีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายใน</p> <div data-bbox="983 692 1177 864" data-label="Image"> </div> <p>2.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้พลาสติกช่วยในการป้องกันความชื้นรวมทั้งช่วยเพิ่มความแข็งแรงให้กับตัวบรรจุภัณฑ์</p> <p>2.2 ศึกษาและทำการเลือกใช้พลาสติกที่มีความเหมาะสมในการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในได้เป็นอย่างดี</p> <p>3.1 เลือกใช้ขนาดที่เป็นพลาสติกเพื่อให้สามารถใช้งานได้สะดวกและปกป้องผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในได้เป็นอย่างดี</p> <div data-bbox="1019 1514 1177 1706" data-label="Image"> </div> <p>tib ที่ช่วยในการบังคับทิศทางของขนม</p> |

หมวดของเล่น

1. บรรจุภัณฑ์ลูกเต๋ารวมและของเล่นอย่างสำหรับสุนัข

| เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา | แนวทางการออกแบบ |
|---|---|
|  <p>1. ด้านการบรรจุ (CONTAINMENT)</p> <p>1.1 สามารถบรรจุของเล่นชนิดต่างๆ ได้อย่างเหมาะสมกับลักษณะทางกายภาพ โดยที่มีขนาดที่พอเหมาะและไม่ทำให้เกิดการสิ้นเปลือง</p> <p>ขนาดบรรจุ ลูกเต๋ารวม ขนาด 4 นิ้ว ขนาดบรรจุ ที่ตั้งยาง ขนาด 8 นิ้ว ขนาดบรรจุ วงแหวนยาง ขนาด 6 นิ้ว ขนาดบรรจุ กระดุกยาง ขนาด 5 นิ้ว</p> <p>2. ด้านการปกป้องรักษา (PROTECTION)</p> <p>2.1 เนื่องจากผลิตภัณฑ์ค่อนข้างมีความทนทานต่ออาการกระแทกหรือการบีบอัด เลือกใช้วัสดุที่มีความประหยัดและเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์</p> <p>3. ด้านความสะดวกสบาย (CONVENIENCE)</p> <p>3.1 การใช้งานและการเก็บมีความง่ายสะดวก รวมถึงการจัดวางหรือแขวนตามร้านค้าต่างๆ ทำได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว</p> <p>สามารถแขวนหรือวางตั้งได้</p>  | <p>1.1 ออกแบบให้สามารถบรรจุได้อย่างสะดวกโดยที่ตัวผลิตภัณฑ์นั้นไม่เกิดความเสียหายแต่อย่างใด รวมทั้งเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมและคุ้มค่าในการเลือกมาใช้งานมากที่สุด</p> <p>2.1 เลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมรวมทั้งทำการออกแบบโครงสร้างที่แข็งแรงช่วยเสริมในส่วนที่ต้องมีการบีบอัดในขั้นตอนการขนส่งหรือบรรจุ</p> <p>3.1 ออกแบบให้ผู้ใช้มีความสะดวกตรงตามความต้องการของตนโดยที่ตัวกล่องนั้นสามารถนำมาใช้เก็บรักษาผลิตภัณฑ์หลังจากการเล่นกับสุนัขได้เพื่อสะดวกในการจัดเก็บในตู้และการนำออกมาใช้ใหม่</p>  |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

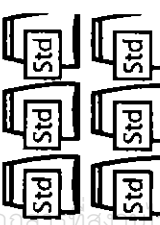
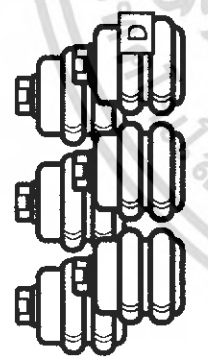

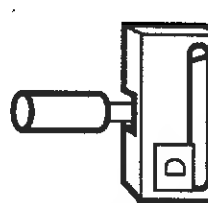
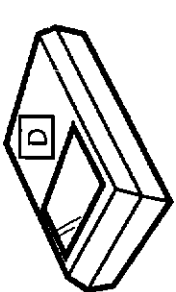
ทุกหมวดผลิตภัณฑ์

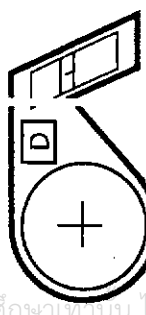

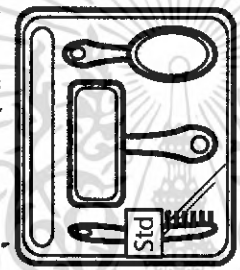
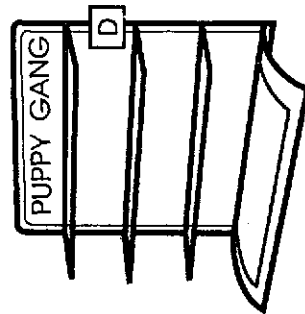
| เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา | แนวทางการออกแบบ |
|---|--|
| <p>4. ด้านการส่งเสริมการขาย (PROMOTION)</p> <p>4.1 สีเส้นและภาพลักษณะเดิมขาดความชัดเจนในการบ่งบอกถึงตัวผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในว่าเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดใด</p> | <p>4.1 แบ่งแยกสีเส้นและประเภทของสุนัขอย่างชัดเจน เพื่อให้ผู้บริโภคซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่ายตามความต้องการ</p> <p>EX</p> <p>POPPY GANG หมวดทำความสะอาด</p> <p>POPPY GANG หมวดของใช้</p> <p>POPPY GANG หมวดอาหารและขนมขบเคี้ยว</p> <p>POPPY GANG หมวดของเล่น</p> <p>EX</p> <p> ภาพแสดงสุนัขขนสั้น</p> <p> ภาพแสดงสุนัขขนยาว</p> <p> ภาพแสดงลูกสุนัข</p> |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

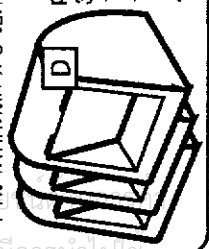


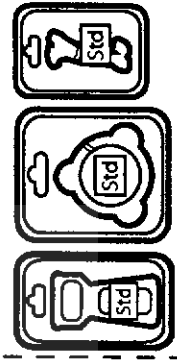
| เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา | แนวทางการออกแบบ |
|---|--|
| <p style="text-align: center;">POPPY GANG</p> <p>ปัญหาด้านกราฟฟิกและโลโก้</p> <ol style="list-style-type: none"> เนื่องจากเกิดช่องทางการตลาดใหม่ คือกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่น-วัยทำงานตอนต้น แต่ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เดิมยังคงความน่าเชื่อถือสำหรับกลุ่มลูกค้าเดิมอยู่ จึงมีความจำเป็นในการสร้างตราสินค้าใหม่ สร้างระบบในการแยกแยะประเภทของสินค้าทั้งหมด หมู่ของผลิตภัณฑ์และในรายละเอียดของสินค้าแต่ละประเภท ข้อมูลในด้านต่างๆที่มีความจำเป็นต่อผู้บริโภคเพื่อให้เกิดความเข้าใจในการใช้งานและคุณสมบัติของสินค้าแต่ละประเภท | <ol style="list-style-type: none"> ทำการออกแบบตราสินค้าใหม่ให้สามารถสื่อถึงรูปแบบของผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ชัดเจนเป็นที่ยอมรับสำหรับคนรุ่นใหม่ได้เป็นอย่างดี ทำการออกแบบโดยใช้กราฟฟิกและรูปภาพเป็นตัวสร้างระบบโดยในขั้นแรกทำการแบ่งแยกตามหมวดหมู่ของผลิตภัณฑ์จากนั้นจึงแบ่งแยกตามชนิดของสินค้าที่มีในแต่ละหมวดนั้นๆ เพิ่มเติมข้อมูลด้านการใช้งานสินค้าแต่ละชนิดรวมทั้งค่าเตือนในการบอกถึงอันตรายของสินค้าที่ควรใช้อย่างระมัดระวังเพื่อไม่ให้เกิดอันตรายต่อตัวผู้บริโภคเอง |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

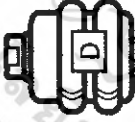

| | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|--|---|--|---|--|--|--|---|--|--|--|--|
| หมวดทัศนศึกษา เข็มหมุดนิคม (ถุงพลาสติก) primary package 250 ml 1 โครงสร้าง x 1 ขนาด 1 กราฟฟิกล็อก x 6 เอกลักษณ์รวม |  | - เข็มหมุดนิคมขาว - เข็มหมุดนิคมดำ - เข็มหมุดนิคมเงิน - เข็มหมุดนิคมทอง - เข็มหมุดนิคมสีน้ำเงิน - เข็มหมุดนิคมสีชมพู | แชมพู (ขวดพลาสติก) primary package 250 ml 1 โครงสร้าง x 1 ขนาด 1 กราฟฟิกล็อก x 6 เอกลักษณ์รวม |  | | แผ่นน้ำยาเช็ดหู (ขวดพลาสติก) primary package 25 ชิ้น 1 โครงสร้าง x 1 ขนาด 1 กราฟฟิกล็อก x 1 เอกลักษณ์รวม |  | | ลูกกลิ้งเก็บขนสุนัข (กล่องกระดาษ) primary package ขนาดใหญ่ 1 ชิ้น 1 โครงสร้าง x 1 ขนาด 1 กราฟฟิกล็อก x 1 เอกลักษณ์รวม |  | | ทรายอบามัม (กล่องกระดาษ) secondary package 2.5 kg 1 โครงสร้าง x 1 ขนาด 1 กราฟฟิกล็อก x 1 เอกลักษณ์รวม |  | |
|---|---|---|--|---|--|---|--|--|--|---|--|--|--|--|

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|--|--|---|--|--|--|--|--|--|--|
| หมวดของขวัญ ปลอกคอ-สายจูง (กล่องพลาสติก) primary package 14-24 นิ้ว / 150 cm 1 โครงสร้าง x 1 ขนาด 1 กราฟฟิกล็อก x 1 เอกลักษณ์รวม |  | | ยาแก้บูม (กล่องพลาสติก) secondary package 8 ขวด 160 g 1 โครงสร้าง x 1 ขนาด 1 กราฟฟิกล็อก x 1 เอกลักษณ์รวม |  | | ชุดตกแต่งขน (กล่องพลาสติก) primary package แปรงลัดเลาะ 1 อัน แปรงขนธรรมชาติ 1 อัน หัวสีละเอียดยืด 1 อัน 1 โครงสร้าง x 1 ขนาด 1 กราฟฟิกล็อก x 1 เอกลักษณ์รวม |  | | ชั้นวางผลิตภัณฑ์ primary package 1 โครงสร้าง x 1 ขนาด 1 กราฟฟิกล็อก x 1 เอกลักษณ์รวม |  | |
|---|---|--|--|---|--|--|--|--|--|--|--|


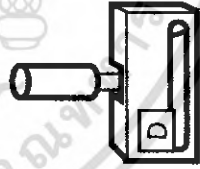
LOGO PUPPY GANG

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|--|---|---|---|--|---|--|---|---|--|
| หมวดอาหารและขนมขี้เี่ยว อาหารเม็ด (กล่องกระดาษ) secondary package 1.5 kg 1 โครงสร้าง x 1 ขนาด 1 กราฟฟิกล็อก x 3 เอกลักษณ์รวม |  | - อาหารลูกสุนัข - อาหารสุนัขโต - อาหารสุนัขสูงอายุ | ขนมดับกลิ่นปาก (กล่องพลาสติก) primary package 20 g 1 โครงสร้าง x 1 ขนาด 1 กราฟฟิกล็อก x 3 เอกลักษณ์รวม |  | - นมอัดเม็ด - วิตามินรวม - แคโรทีนพอส | หมวดของเล่น ลูกเต๋ายาม (กล่องกระดาษ) primary package 1 ชิ้น 1 โครงสร้าง x 1 ขนาด 1 กราฟฟิกล็อก x 1 เอกลักษณ์รวม |  | | สรุปปริมาณงาน โครงสร้างออกแบบ 10 โครงสร้างมาตรฐาน 8 โลโก้ 1 กราฟฟิกล็อก 16 จำนวนชิ้นงาน 36 |  | |
|---|---|--|---|---|---|--|---|--|---|---|--|



ขอบเขตของงาน

| รายการผลิตภัณฑ์ | | ประเภทบรรจุภัณฑ์ | | | | ลักษณะงานออกแบบ | | ปริมาณงาน |
|--------------------|--|------------------|-----------------|---|---|--|--|---------------------------------|
| ผลิตภัณฑ์ | สูตร/กลิ่น/รส | ขนาดบรรจุ | ชั้น | ชนิด/รูปแบบ (ขวด/รูปแบบ) | คุณภาพงาน | เนื้อหาทางสำคัญที่จะทำ | ลักษณะงานออกแบบ | ปริมาณงาน |
| ผลิตภัณฑ์ความสะอาด | 1 ลูกสุนัข 2 ขนยาว 3 ขนสั้น 4 ขนขาว 5 ซดกลิ่นสับ 6 สุนัขทุกพันธุ์ | 250 ml | Primary Package | (ขวดพลาสติก)  | Containment Protection Convenience Promotion | ปากขวดมีขนาดที่เหมาะสมเพื่อให้ง่ายแก่การบรรจุ ออกแบบให้รูปทรงไม่มีความแคบจนเกินไปเหมือนแบบเก่า ที่ลมนาง จนทำให้หกและเอะอะได้ ออกแบบให้ตัวควมมีส่วนที่ขีฟอกสุนัข เพื่อป้องกันการสัมผัสกับสารเคมี ออกแบบให้ใช้โชนสีหรือลวดลายแยกประเภทของสุนัขอย่างชัดเจน | <input type="checkbox"/> โครงสร้างมาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> โครงสร้างออกแบบ | 1 โครงสร้าง 1 ขนาด |
| 2. แชมพูชนิดเดิม | 1 ลูกสุนัข 2 ขนยาว 3 ขนสั้น 4 ขนขาว 5 ซดกลิ่นสับ 6 สุนัขทุกพันธุ์ | 250 ml | Primary Package | (ซองพลาสติก)  | Containment Protection Convenience Promotion | ถุงมาตรฐานง่ายต่อการบรรจุ เลือกใช้วัสดุที่มีความทนทานไม่ฉีกขาดง่าย สะดวกและประหยัดในการใช้งาน ออกแบบให้ใช้โชนสีหรือลวดลายแยกประเภทของสุนัขอย่างชัดเจน | <input checked="" type="checkbox"/> โครงสร้างมาตรฐาน <input type="checkbox"/> โครงสร้างออกแบบ | 1 โครงสร้าง 1 ขนาด |
| | | | | | | | <input type="checkbox"/> กราฟฟิกลิสระ <input checked="" type="checkbox"/> กราฟฟิกเอกลักษณ์รวม | 1 กราฟฟิกหลัก 6 เอกลักษณ์รวม |

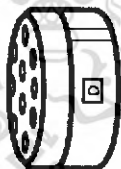

ขอบเขตของงาน

| รายการผลิตภัณฑ์ | | ประเภทบรรจุภัณฑ์ | | | | ลักษณะงานออกแบบ | ปริมาณงาน | |
|-----------------|------------------|------------------|-----------|-----------------|--|---|---|---|
| | | สูตร/กลิ่น/รส | ขนาดบรรจุ | ชั้น | ชนิด/รูปแบบ | | | คุณภาพงาน |
| ผลิตภัณฑ์ | หมวดค่าความสะอาด | | 25 ชิ้น | Primary Package | (ขวดพลาสติก)  | Containment Protection Convenience Promotion | เนื้อหาทางสำคัญที่จะทำ ออกแบบให้สามารถบรรจุและแพคเกจจิ้ง สะดวกได้อย่างสะดวก มีการหันพลาสติกไปส่วนที่เป็นฝาเพื่อสร้าง ความมั่นใจให้กับผู้บริโภค ออกแบบให้มีดีไซน์ที่ทันสมัยแล้วไม่เกิด การฉีกขาด ออกแบบให้แสดงถึงรูปแบบการใช้งานไทย อย่างชัดเจน | <input type="checkbox"/> โครงสร้างมาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> โครงสร้างออกแบบ <input type="checkbox"/> กราฟฟิกหลัก <input checked="" type="checkbox"/> กราฟฟิกเอกลักษณ์รวม <input type="checkbox"/> โครงสร้าง <input type="checkbox"/> ขนาด <input type="checkbox"/> กราฟฟิกหลัก <input type="checkbox"/> เอกลักษณ์รวม |
| ผลิตภัณฑ์ | ขนาดใหญ่ | 1 อัน | | Primary Package | (กล่องกระดาษ)  | Containment Protection Convenience Promotion | เนื้อหาทางสำคัญที่จะทำ ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีขนาดที่เหมาะสม กับลูกกลิ้งทั้ง 2 ขนาด ออกแบบให้มีส่วนที่ปกป้องแถบกาวอย่าง มิดชิดเพื่อไม่ให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมประสิทธิภาพ สามารถใช้งานบรรจุภัณฑ์ในภาควางหรือ เก็บรักษาได้เป็นอย่างดี ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์สามารถวางหรือ แขวนบนชั้นวางจำหน่ายได้เพื่อให้เกิดความ สะดวกและเหมาะสมกับร้านค้าแต่ละรูปแบบ | <input type="checkbox"/> โครงสร้างมาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> โครงสร้างออกแบบ <input type="checkbox"/> กราฟฟิกหลัก <input checked="" type="checkbox"/> กราฟฟิกเอกลักษณ์รวม <input type="checkbox"/> โครงสร้าง <input type="checkbox"/> ขนาด <input type="checkbox"/> กราฟฟิกหลัก <input type="checkbox"/> เอกลักษณ์รวม |

ขอบเขตของงาน

| รายการผลิตภัณฑ์ | | | | ประเภทบรรจุภัณฑ์ | | | ลักษณะงานออกแบบ | ปริมาณงาน |
|---|---------------|--------------------------------|-------------------|---|---|--|--|--|
| ผลิตภัณฑ์ | สูตร/กลิ่น/รส | ขนาดบรรจุ | ชั้น | ชนิด/รูปแบบ | คุณภาพงาน | เนื้อหาทางสำคัญที่จะทำ | | |
| หมวดที่ 1 ความสะอาด 5. ทราจยอนามัย | | ขนาดบรรจุ 2.5 kg | secondary Package | (กล่องกระดาษ)  | Containment Protection Convenience Promotion | ศึกษาลักษณะของสินค้า และเลือกวัสดุที่มีความเหมาะสมมาใช้ในการออกแบบ ออกแบบกล่องที่มีโครงสร้างแข็งแรง สามารถรับน้ำหนักของทรายได้เป็นอย่างดี ออกแบบใหม่บรรจุภัณฑ์ภายนอกสามารถนำมาใช้เป็นถาดรองทรายสำหรับใช้งาน ออกแบบกราฟฟิคที่ดึงดูดสายตาและการใช้งานอย่างชัดเจน | <input type="checkbox"/> โครงสร้างมาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> โครงสร้างออกแบบ <input type="checkbox"/> กราฟฟิคอิสระ <input checked="" type="checkbox"/> กราฟฟิคเอกลักษณ์รวม | 1_ โครงสร้าง 1_ ขนาด 1_ กราฟฟิคหลัก 1_ เอกลักษณ์รวม |
| หมวดที่ 2 ของใช้ 6. ปลอกคอ+สายจูงสุนัข | | ขนาดบรรจุ 14-24 นิ้ว 150 cm | Primary Package | (กล่องพลาสติก)  | Containment Protection Convenience Promotion | สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 ชนิดได้อย่างสะดวก ออกแบบให้มีส่วนขอบเพื่อใช้ในการรับแรง และใช้ในการสแน็ป หลังจากการใช้งานสามารถเก็บเข้าภายในบรรจุภัณฑ์ได้ดั้งเดิม ออกแบบให้ผลิตภัณฑ์ทั้งสองอย่างรวมชุดกันเพื่อให้เกิดความสะดวกจากความจำเป็นในการใช้งานรวมกัน | <input checked="" type="checkbox"/> โครงสร้างมาตรฐาน <input type="checkbox"/> โครงสร้างออกแบบ <input type="checkbox"/> กราฟฟิคอิสระ <input checked="" type="checkbox"/> กราฟฟิคเอกลักษณ์รวม | 1_ โครงสร้าง 1_ ขนาด 1_ กราฟฟิคหลัก 1_ เอกลักษณ์รวม |



ขอบเขตของงาน

| รายการผลิตภัณฑ์ | | ประเภทบรรจุภัณฑ์ | | | | | ลักษณะงานออกแบบ | ปริมาณงาน |
|--|---------------|------------------|----------------------|--|---|--|--|--|
| ผลิตภัณฑ์ | สูตร/กลิ่น/รส | ขนาดบรรจุ | ชั้น | ชนิด/รูปแบบ | คุณภาพงาน | เนื้อหางานสำคัญที่จะทำ | | |
| ผลิตภัณฑ์ หมวดของใช้ 7. ยากันยุง | | 160 g | secondary Package | (กล่องพลาสติก)  | Containment Protection Convenience Promotion | เนื้อหางานสำคัญที่จะทำ สามารถบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะเป็นชนิด ได้อย่างสะดวก เลือกใช้พลาสติกที่สามารถกันความชื้นและ ทนความร้อนได้เป็นอย่างดี ออกแบบให้มีรูระบายควันที่เหมาะสมทั้ง ยังสามารถกันสุนัขเลีย ออกแบบกราฟฟิคที่แสดงขั้นตอนการใช้งาน อย่างชัดเจน | <input type="checkbox"/> โครงสร้างมาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> โครงสร้างออกแบบ <input type="checkbox"/> กราฟฟิคอิสระ <input checked="" type="checkbox"/> กราฟฟิคเอกลักษณ์รวม | 1_ โครงสร้าง 1_ ขนาด 1_ กราฟฟิคหลัก 1_ เอกลักษณ์รวม |
| 8. ยากันยุงชนิดเติม | | 160 g | secondary Package | (กล่องกระดาษ)  | Containment Protection Convenience Promotion | สามารถบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะเป็นชนิด ได้อย่างสะดวก ออกแบบให้รูปทรงของกล่องมีความแข็งแรง ออกแบบให้ใช้งานเปิดได้อย่างสะดวก ออกแบบกราฟฟิคที่แสดงขั้นตอนการใช้งาน อย่างชัดเจน | <input checked="" type="checkbox"/> โครงสร้างมาตรฐาน <input type="checkbox"/> โครงสร้างออกแบบ <input type="checkbox"/> กราฟฟิคอิสระ <input checked="" type="checkbox"/> กราฟฟิคเอกลักษณ์รวม | 1_ โครงสร้าง 1_ ขนาด 1_ กราฟฟิคหลัก 1_ เอกลักษณ์รวม |



ขอบเขตของงาน

| รายการผลิตภัณฑ์ | | ประเภทบรรจุภัณฑ์ | | | | ลักษณะงานออกแบบ |
|--|---|-------------------------|-------------------|----------------|---|---|
| ผลิตภัณฑ์ | สูตร/กลิ่น/รส | ขนาดบรรจุ | ชั้น | ชนิด/รูปแบบ | คุณภาพงาน | |
| 9. ชุดตกแต่งขน | แป้งสาลีเคออร์ | 1 อัน | Primary Package | (กล่องพลาสติก) | Containment Protection Convenience Promotion | 1. โครงสร้าง 1. ขนาด 1. กราฟฟิคหลัก 1. เอกลักษณ์โดยรวม |
| | แป้งขนธรรมชาติ หัวรีละเอียด | 1 อัน 1 อัน 1 อัน | | | | |
| หมวดอาหารและ ขนมขบเคี้ยว 10. อาหารเม็ด | อาหารสุนัข อาหารสุนัขโต อาหารสุนัขสูงอายุ | 1.5 kg | secondary Package | (กล่องกระดาษ) | Containment Protection Convenience Promotion | 1. โครงสร้าง 1. ขนาด 1. กราฟฟิคหลัก 3. เอกลักษณ์โดยรวม |
| | | | | | เนื้อหาทางสำคัญที่จะทำ สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ชนิดได้อย่าง สะดวก ออกแบบให้มีส่วนขอบเพื่อใช้ในการรับแรง และใช้ในการสแน็ป สามารถใช้บรรจุภัณฑ์เป็นกระป๋องพกพาเพื่อ นำไปรับเอกสารที่ได้อย่างสะดวก ออกแบบให้ผลิตภัณฑ์ทั้งสามอยู่รวมชุด กันเพื่อให้เกิดความสะดวกจากความจำเป็น ในการใช้งานหลากหลายรูปแบบ สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ได้อย่างสะดวก และรวดเร็ว บรรจุภัณฑ์ด้านในเป็นพลาสติกป้องกัน ความชื้นและแมลงได้เป็นอย่างดี ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์ภายนอกสามารถใส่ เป็นภาษาบรรจจุอาหารได้ภายในตัว ออกแบบกราฟฟิคที่แบ่งแยกประเภทของ สุนัขได้อย่างชัดเจน | |

ขอบเขตของงาน


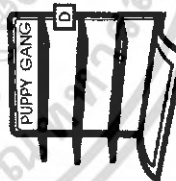
| รายการผลิตภัณฑ์ | | ประเภทบรรจุภัณฑ์ | | | | ลักษณะงานออกแบบ | ปริมาณงาน |
|-------------------------|---|------------------|-----------------|---|---|--|--|
| ผลิตภัณฑ์ | สูตร/กลิ่น/รส | ขนาดบรรจุ | ชั้น | ชนิด/รูปแบบ (กล่องพลาสติก) | คุณภาพงาน | | |
| 11. อาหารเม็ดชนิดเต็ม | อาหารลูกสุนัข อาหารสุนัขชดเชย อาหารสุนัขสูงอายุ | 3 kg | Primary Package | (กล่องพลาสติก)  | Containment Protection Convenience Promotion | <input checked="" type="checkbox"/> โครงสร้างมาตรฐาน <input type="checkbox"/> โครงสร้างออกแบบ <input type="checkbox"/> กราฟฟิกอิสระ <input checked="" type="checkbox"/> กราฟฟิกเอกลักษณ์รวม | 1_ โครงสร้าง 1_ ขนาด 1_ กราฟฟิกหลัก 3_ เอกลักษณ์รวม |
| หมวดอาหารและขนมขบเคี้ยว | นมอัดเม็ด วิตามินรวม แคลเซียมฟอสเฟต | 20 g | Primary Package | (กล่องพลาสติก)  | Containment Protection Convenience Promotion | <input type="checkbox"/> โครงสร้างมาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> โครงสร้างออกแบบ <input type="checkbox"/> กราฟฟิกอิสระ <input checked="" type="checkbox"/> กราฟฟิกเอกลักษณ์รวม | 1_ โครงสร้าง 1_ ขนาด 1_ กราฟฟิกหลัก 3_ เอกลักษณ์รวม |

ขอบเขตของงาน

| รายการผลิตภัณฑ์ | | | ประเภทบรรจุภัณฑ์ | | | | ลักษณะงานออกแบบ | ปริมาณงาน |
|---------------------------|--------------------------------------|-----------|------------------|---|---|--|---|--|
| ผลิตภัณฑ์ | สูตร/กลิ่น/รส | ขนาดบรรจุ | ชั้น | ชนิด/รูปแบบ (กล่องกระดาษ) | คุณภาพงาน | เนื้อหางานสำคัญที่จะทำ | | |
| 13. Display ชั้นระดับปลีก | นมอัลมอนด์ วิตามินรวม แคลเซียมฟอสเฟต | 12 กล่อง | Display Package |  | Containment Protection Convenience Promotion | ออกแบบให้สามารถบรรจุได้อย่างสะดวกและครบถ้วนตามจำนวน เลือกกระดาษที่สามารถรับน้ำหนักของผลิตภัณฑ์ได้ สะดวกต่อการขนส่งไปตามร้านค้าต่างๆ ออกแบบกราฟฟิคที่โดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่งอย่างชัดเจน | <input type="checkbox"/> โครงสร้างมาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> โครงสร้างออกแบบ <input type="checkbox"/> กราฟฟิคหลัก <input checked="" type="checkbox"/> กราฟฟิคเอกลักษณ์รวม | 1_ โครงสร้าง 1_ ขนาด 1_ กราฟฟิคหลัก 3_ เอกลักษณ์รวม |
| หมวดของเล่น 14. ตุ๊กตาหมี | | 1 ชั้น | Primary Package |  | Containment Protection Convenience Promotion | ออกแบบให้บรรจุได้อย่างสะดวกตามรูปทรงของผลิตภัณฑ์ ออกแบบให้กล่องมีความแข็งแรงและป้องกันการใช้ขวานบนผลิตภัณฑ์ ออกแบบให้ใช้งานได้อย่างสะดวกสบาย ทั้งตอนใช้และตอนเก็บ ออกแบบกราฟฟิคที่บอกถึงวิธีการเล่นได้ อย่างชัดเจน | <input type="checkbox"/> โครงสร้างมาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> โครงสร้างออกแบบ <input type="checkbox"/> กราฟฟิคหลัก <input checked="" type="checkbox"/> กราฟฟิคเอกลักษณ์รวม | 1_ โครงสร้าง 1_ ขนาด 1_ กราฟฟิคหลัก 1_ เอกลักษณ์รวม |

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่มีการรับประกันใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขอบเขตของงาน

| รายการผลิตภัณฑ์ | | ประเภทบรรจุภัณฑ์ | | | | ลักษณะงานออกแบบ | ปริมาณงาน | |
|---------------------|-------------------------------------|----------------------------|--------------------|--|---|--|---|---|
| ผลิตภัณฑ์ | สูตร/กลิ่น/รส | ขนาดบรรจุ | ชั้น | ชนิด/รูปแบบ | คุณภาพงาน | | | เนื้อหางานสำคัญที่จะทำ |
| 16. ของเล่นยาง | ที่ดึงยาว วงแหวนยาง กระดูกยาง | 1 ชิ้น 1 ชิ้น 1 ชิ้น | Primary Package | (กล่องกระดาษ)  | Containment Protection Convenience Promotion | ออกแบบให้สอดคล้องกับขั้นตอนการผลิต โดยที่ผลิตภัณฑ์ไม่เกิดการเสียหายแต่อย่างใด ออกแบบโครงสร้างด้านข้างให้สามารถช่วย ในการรับแรงกระแทก ออกแบบให้การหยิบและเก็บผลิตภัณฑ์ทำ ได้อย่างสะดวก ออกแบบกราฟิกโดยเพิ่มในส่วนที่เป็นเรื่อง ราวเพื่อให้เกิดความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น | <input checked="" type="checkbox"/> โครงสร้างมาตรฐาน <input type="checkbox"/> โครงสร้างออกแบบ <input type="checkbox"/> กราฟฟิกอิสระ <input checked="" type="checkbox"/> กราฟฟิกเอกลักษณ์ร่วม | 3 โครงสร้าง 3 ขนาด 1 กราฟฟิกหลัก 3 เอกลักษณ์ร่วม |
| 16. ขันวางผลิตภัณฑ์ | | ผลิตภัณฑ์ ทั้งหมด | Display Package | (กล่องกระดาษ)  | Containment Protection Convenience Promotion | ออกแบบให้ขันวางสามารถวางสินค้าได้ อย่างครบถ้วนและสะดวกในจัดเรียง เลือกวัสดุที่แข็งแรงและสามารถรับ น้ำหนักได้เป็นอย่างดี ออกแบบให้ pop ขึ้นเมื่อในการวางน้อย เพื่อให้สะดวกในการจัดวางในร้านค้า ทุกประเภท ศึกษาถึงระบบการพิมพ์รวมทั้งการออกแบบ บน pop เพื่อสร้างความแตกต่างและโดดเด่น กว่าคู่แข่ง | <input type="checkbox"/> โครงสร้างมาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> โครงสร้างออกแบบ <input type="checkbox"/> กราฟฟิกอิสระ <input checked="" type="checkbox"/> กราฟฟิกเอกลักษณ์ร่วม | 1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์ร่วม |

แนวทางในการศึกษาวิจัย

1. ศึกษาถึงนโยบายทางการตลาดของบริษัท
2. ศึกษาเกี่ยวกับคุณสมบัติของตัวผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาออกแบบบรรจุภัณฑ์
3. ศึกษาถึงพฤติกรรมของสุนัข เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบ
4. ศึกษาถึงลักษณะและพฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภค
5. ศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์คู่แข่งและผลิตภัณฑ์ข้างเคียง
6. ศึกษาข้อกำหนดและการแจ้งรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์
7. ศึกษาเรื่องการออกแบบกราฟฟิกที่เกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์
8. ศึกษาเรื่องขนาดและสัดส่วนของชั้นวางสินค้า
9. ศึกษาระบบการพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์และเทคนิคการพิมพ์ที่สามารถทำได้ในปัจจุบัน
10. ศึกษาเกี่ยวกับวัสดุที่จะใช้ในการพิมพ์และระบบการผลิตในปัจจุบันของประเทศไทย

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ด้านการออกแบบพัฒนาตราสินค้า
ตราสินค้าที่แตกต่างจากคู่แข่ง มีความโดดเด่นและสามารถดึงดูดความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี
2. ด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์
บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและเอกลักษณ์ที่ชัดเจนเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค
3. ด้านการใช้งานผลิตภัณฑ์
บรรจุภัณฑ์ที่มีการพัฒนาทางด้านการใช้งานให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. ด้านการพัฒนาขั้นตอนกระบวนการทางความคิด
บรรจุภัณฑ์สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคในด้านความแปลกใหม่และสวยงาม ทันสมัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บทที่ 2 การค้นคว้าและสรุปผลข้อมูล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1 ข้อมูลบริษัทผู้ผลิตและผลิตภัณฑ์เดิม

ในส่วนนี้เป็นข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับทางบริษัทผู้ผลิต ว่ามีนโยบายความต้องการในการผลิตและการจัดจำหน่ายสินค้าอย่างไร เพื่อให้การออกแบบนั้นตรงตามนโยบายความต้องการและศักยภาพของบริษัทให้มากที่สุด

ส่วนประกอบที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

2.1.1 ประวัติความเป็นมาของบริษัท แบร์ริง เพ็ทแคร์ (ประเทศไทย) จำกัด

2.1.2 นโยบายของบริษัท แบร์ริง เพ็ทแคร์ (ประเทศไทย) จำกัด

2.1.3 ข้อมูลผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัขเดิมของบริษัท แบร์ริง เพ็ทแคร์ (ประเทศไทย) จำกัด

2.1.4 วิเคราะห์และสรุปข้อมูลที่มีผลต่อการออกแบบ

2.1.1 ประวัติความเป็นมาของบริษัท แบร์ริง เพ็ทแคร์ (ประเทศไทย) จำกัด

บริษัท แบร์ริง เพ็ทแคร์ (ประเทศไทย) จำกัด ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2522 โดยมีการผลิตสินค้าเพียง 1 ชนิด คือ แชมพูสำหรับสุนัข เป็นธุรกิจขนาดเล็กที่ทั้งผลิตและจัดจำหน่ายเอง ต่อมาภายหลังได้รับความนิยมอย่างสูงในกลุ่มผู้เลี้ยงสุนัข จึงได้มีความคิดที่จะขยายกำลังการผลิต และสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ตามมา โดยจุดมุ่งหมายหลักคือ ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค พัฒนาและคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่มีคุณภาพ เพื่อให้ผู้บริโภคได้มีความสุขกับการเลี้ยงสุนัขของตน ในปัจจุบันนี้ (2547) ทางบริษัทได้มีการจัดตั้งฝ่าย Research Center ขึ้นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับคู่แข่งที่มีอยู่ในท้องตลาด

ณ ปัจจุบัน บริษัทได้มีการส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศ อาทิเช่น ประเทศสิงคโปร์ ประเทศญี่ปุ่น โดยยอดขายตลาดต่างประเทศคิดเป็น (20%) ของยอดขายทั้งหมดโดยภายในประเทศนั้น สัดส่วนการจำหน่ายภายในกรุงเทพฯ คิดเป็น (50%) และต่างจังหวัดอีก (50%) ซึ่งยอดขายทั้งหมดนั้น จะมีอัตราการขยายตัวประมาณปีละ 10-15% ซึ่งถือเป็นอัตราการเจริญเติบโตที่สูงและค่อนข้างรวดเร็ว

2.1.2 นโยบายของบริษัท แบร์ริง เพ็ทแคร์ (ประเทศไทย) จำกัด

ส่งเสริมให้พนักงานตระหนักถึงระบบบริหารที่ได้มาตรฐานโดยมุ่งเน้นที่ความรับผิดชอบ ความถูกต้อง แม่นยำ และการแก้ไขปัญหาที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า และสัตว์เลี้ยงที่ลูกค้ารัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัขนี้ มีแนวทางในการพัฒนาเป็นไปตามนโยบายของทางบริษัท ซึ่งทางบริษัทมีแนวทางและข้อกำหนดแก่ผู้ออกแบบดังต่อไปนี้

1. โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์นี้ดำเนินไปตามนโยบายของทางบริษัท แบร์ริง (เพ็ทแคร์) ประเทศไทย จำกัด เป็นหลัก
2. การออกแบบชื่อและกราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์นั้น สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสมของผู้ออกแบบ
3. บริษัทกำหนดให้ใช้สีหลักของทางบริษัท คือ สีส้ม โดยทางบริษัทยินดีที่จะให้ความร่วมมือทางด้านข้อมูลที่จะเป็นประโยชน์ต่างๆ กับโครงการเพื่อที่จะนำไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์

2.1.3 ข้อมูลผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัขเดิมของบริษัท แบร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด

ชื่อตราสินค้า (Brand Name)

Bearing แปลว่า ทำทาง

สโลแกนของสินค้า ภาษาไทย คือ “แบร์ริง ผลิตภัณฑ์ของสัตว์เลี้ยงที่คุณไว้วางใจ”

ภาษาอังกฤษ คือ “Bearing High Quality For Pet”

กลุ่มเป้าหมาย (Target Group)

ผลิตภัณฑ์แบร์ริง จากเดิมตั้งแต่อดีตไม่ได้มีการเน้นกลุ่มเป้าหมายไปที่ช่วงอายุใดๆ อายุหนึ่งแต่เน้นที่กลุ่มเป้าหมายหลักก็คือ กลุ่มผู้เลี้ยงสุนัข ที่รักและเอาใจใส่สุนัขของตนเป็นอย่างดี

ผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์แบร์ริง จัดเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัขที่มีความหลากหลายและสามารถหาซื้อได้ง่ายตามห้างสรรพสินค้าหรือร้านค้าผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข โดยผลิตภัณฑ์แบร์ริงนั้น สามารถแบ่งออกเป็น

2 หมวดใหญ่คือ

1. หมวดของใช้สำหรับสุนัข

1.1 แชมพูสำหรับสุนัข

ปัจจุบันแชมพูสำหรับสุนัขแบร์ริงมีอยู่ 6 สูตร ได้แก่

- แชมพูสำหรับสุนัขขนยาว (Long Hair) สำหรับสุนัขที่มีขนยาวและยากต่อการแปรง ใช้แล้วขนสุนัขอ่อนนุ่ม

| ขนาด (ml) | ราคา (บาท/หน่วย) |
|-----------|------------------|
| 300 | 50 |
| 600 | 100 |
| 1500 | 180 |
| 3000 | 300 |

- แชมพูสำหรับสุนัขขนสั้น (Short Hair) สำหรับสุนัขที่มีขนสั้นหรือขนแน่น ช่วยให้ขนสุนัขเป็นเงางาม

| ขนาด (ml) | ราคา (บาท/หน่วย) |
|-----------|------------------|
| 300 | 50 |
| 600 | 100 |
| 1500 | 180 |
| 3000 | 300 |

- แชมพูสำหรับสุนัขขนขาว (White Hair) สำหรับสุนัขที่มีขนสีขาวหรือสีอ่อน ช่วยทำให้ขนมีสีขาวสะอาดเป็นประกายเงางาม

| ขนาด (ml) | ราคา (บาท/หน่วย) |
|-----------|------------------|
| 300 | 50 |
| 600 | 100 |
| 1500 | 180 |
| 3000 | 300 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- แชมพูสำหรับลูกสุนัข (Puppy) แชมพูสูตรอ่อนโยนสำหรับสุนัข ไม่ระคายเคืองตา

| ขนาด (ml) | ราคา (บาท/หน่วย) |
|-----------|------------------|
| 300 | 50 |
| 600 | 100 |
| 1500 | 180 |
| 3000 | 300 |

- แชมพูสำหรับสุนัขกลิ่นสาป (Smelly Hair) แชมพูสูตรเพิ่มความหอม ลดกลิ่นตัวของสุนัข ทำให้สุนัขปราศจากกลิ่นสาป

| ขนาด (ml) | ราคา (บาท/หน่วย) |
|-----------|------------------|
| 300 | 50 |
| 600 | 100 |
| 1500 | 180 |
| 3000 | 300 |

- แชมพูสำหรับสุนัขทุกพันธุ์ (All Breeds) แชมพูที่ช่วยในการขจัดเห็บ หมัด สำหรับสุนัขทุกพันธุ์

| ขนาด (ml) | ราคา (บาท/หน่วย) |
|-----------|------------------|
| 300 | 50 |
| 600 | 100 |
| 1500 | 180 |
| 3000 | 300 |

1.2 สบู่สำหรับสุนัข

สบู่สำหรับสุนัขแบร์ริงมืออยู่ 6 สูตร ได้แก่

- สบู่สำหรับสุนัขขนยาว (Long Hair) สำหรับสุนัขที่มีขนยาว และยากต่อการแปรง ใช้แล้วขนสุนัขอ่อนนุ่ม

| ขนาด (g) | ราคา (บาท/หน่วย) |
|----------|------------------|
| 100 | 20 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- สบู่สูตรสมุนไพรธรรมชาติ (Herbs) มีสารสกัดจากธรรมชาติ เพื่อช่วยกำจัดแมลงต่างๆ มีกลิ่นหอม

| ขนาด (g) | ราคา (บาท/หน่วย) |
|----------|------------------|
| 100 | 20 |

- สบู่สูตรกำจัดแบคทีเรีย (Anti Bacteria) ช่วยขจัดแบคทีเรียที่เป็นสาเหตุของโรคผิวหนัง

| ขนาด (g) | ราคา (บาท/หน่วย) |
|----------|------------------|
| 100 | 20 |

- สบู่สำหรับลูกสุนัข (Puppy) สำหรับลูกสุนัขที่ต้องการความอ่อนโยน ไม่ระคายเคืองตา

| ขนาด (g) | ราคา (บาท/หน่วย) |
|----------|------------------|
| 100 | 20 |

- สบู่สำหรับสุนัขกลิ่นสาป (Smelly Hair) ช่วยเพิ่มความหอม ลดกลิ่นตัวของสุนัข

| ขนาด (g) | ราคา (บาท/หน่วย) |
|----------|------------------|
| 100 | 20 |

- สบู่สำหรับสุนัขทุกพันธุ์ (All Breeds) ช่วยในการขจัดเห็บ หมัดสำหรับสุนัขทุกพันธุ์

| ขนาด (g) | ราคา (บาท/หน่วย) |
|----------|------------------|
| 100 | 20 |

1.3 แป้งโรยตัวสำหรับสุนัข

คุณสมบัติ ช่วยกำจัดเห็บ หมัด ไร ที่อยู่บนตัวสัตว์เลี้ยงสามารถใช้ได้ทุกพันธุ์

| ขนาด (g) | ราคา (บาท/หน่วย) |
|----------|------------------|
| 150 | 40 |
| 300 | 75 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4 สายจูง

ใช้ในการลากจูงและควบคุมสุนัข

| ขนาด (cm) | ราคา (บาท/หน่วย) |
|-----------|------------------|
| 120 | 40 |

1.5 โลชั่นทำความสะอาดหูสำหรับสุนัข

สำหรับรักษาและดูแลสุขภาพหู ไชมันและสิ่งสกปรกต่างๆ ในร่องหู และง่ามเท้าของสัตว์เลี้ยง ที่เป็นสาเหตุทำให้เกิดอาการคัน ระบายเคืองและกลิ่นเหม็น

| ขนาด (ml) | ราคา (บาท/หน่วย) |
|-----------|------------------|
| 100 | 65 |

1.6 สำลีก้อนสำหรับสุนัข

ใช้สำหรับทำความสะอาดช่องหู จมูก และขอบตาของสัตว์เลี้ยง หรือเหมาะที่จะใช้ทำการปฐมพยาบาลเบื้องต้นให้กับสุนัขของตน

| ขนาด (pieces) | ราคา (บาท/หน่วย) |
|---------------|------------------|
| 55 | 45 |

2. หมวดยาสำหรับสุนัข

2.1 วิตามินรวม (เม็ด)

อาหารเสริมสำหรับสุนัข ช่วยเสริมแร่ธาตุสำหรับสุนัขทั่วไป

| ขนาด (tablets) | ราคา (บาท/หน่วย) |
|----------------|------------------|
| 50 | 25 |
| 100 | 45 |

2.2 นมอัดเม็ดผสมน้ำผึ้ง

อาหารสัตว์ประเภทผลิตภัณฑ์นม ชนิดอาหารแทนนมสำหรับสัตว์ใช้สำหรับลูกสุนัขทั่วไป

| ขนาด (tablets) | ราคา (บาท/หน่วย) |
|----------------|------------------|
| 50 | 25 |
| 100 | 45 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 บิสกิตสำหรับสุนัข

อาหารสัตว์ประเภท ขนมปังกรอบ (บิสกิต) ใช้สำหรับเป็นรางวัลสำหรับสุนัข

| ขนาด (g) | ราคา (บาท/หน่วย) |
|----------|------------------|
| 100 | 25 |
| 350 | 85 |

2.4 อาหารสุนัข

อาหารสุนัขบรรจุกระป๋อง อุดมด้วยวิตามิน เหมาะกับสุนัขทุกสายพันธุ์

| ขนาด (g) | ราคา (บาท/หน่วย) |
|----------|------------------|
| 500 | 30 |

การจัดจำหน่าย (Place)

ผลิตภัณฑ์ของแบรริ่งนั้น การจัดจำหน่ายจะขึ้นอยู่กับสถานที่ โดยสถานที่ที่มีพื้นที่ในการจัดวางค่อนข้างน้อย เช่น ห้างสรรพสินค้า ก็จะมีการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มียอดขายที่ดีมาจัดวางเท่านั้น เพื่อไม่เป็นการสิ้นเปลืองเงินทุนในการจัดจำหน่าย

ช่องทางในการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์แบรริ่ง มีหลายช่องทาง ได้แก่

- ร้านค้าผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข (Pet Shop) ต่างๆ ทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็ก สามารถจัดวางสินค้าได้ทุกผลิตภัณฑ์ เพราะเป็นร้านค้าผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัขเพียงอย่างเดียว
- ร้านค้าประเภทโมเดิร์นเทรด (Modern Trade) ได้แก่ โลตัส คาร์ฟู ท็อปส์ และบิ๊กซี เป็นต้น
- โรงพยาบาลสัตว์ที่มีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข
- ร้านตัดแต่งขนสุนัขต่างๆ ที่มีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข

การตั้งราคา (Price)

การตั้งราคาของผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัขแบรริ่ง จะมีการตั้งราคาให้ใกล้เคียงกับคู่แข่ง โดยที่จะไม่แพงเกินไป จัดอยู่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีลูกค้าระดับกลางซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีจำนวนมากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สิ่งแวดล้อมทางการตลาด

สิ่งแวดล้อมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อระบบทางการตลาด สามารถสร้างโอกาสหรือข้อได้เปรียบ รวมทั้งยังสามารถเป็นอุปสรรคจนก่อให้เกิดข้อเสียเปรียบในการดำเนินธุรกิจได้ ซึ่งสิ่งแวดล้อมทางการตลาด มีดังนี้

1. คู่แข่งขัน

ในตลาดผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัขมีคู่แข่งสำคัญของบริษัทอยู่มากมาย อาทิเช่น สลิกกี้ เซนการ์ด บ็อคดีด็อก ซึ่งล้วนเป็นผู้นำตลาด ซึ่งผู้บริหารก็รู้จักเป็นอย่างดี

2. เทคโนโลยี

บริษัท แบรริง เพ็ทแคร์ (ประเทศไทย) จำกัด เป็นบริษัทที่มีการก่อตั้งมายาวนาน มีรากฐานที่มั่นคง ทั้งระบบในการบริหาร และระบบในการผลิต โดยโรงงานผลิตนั้นได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9002 แสดงถึงความพร้อมทางด้านเทคโนโลยีที่รองรับการผลิตได้เป็นอย่างดี

3. เศรษฐกิจ

ในช่วงเศรษฐกิจหดตัวที่ผ่านมา มีผลกระทบต่อยอดขายของหลายบริษัท จนทำให้บางบริษัทต้องปิดตัวลง แต่ทางบริษัทแบรริง ยังคงประคับประคองและรักษาสมดุลทางด้านเศรษฐกิจของทางบริษัทได้เป็นอย่างดี จนมาถึงสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันที่มีการแข่งขันค่อนข้างสูง ทำให้บริษัทต้องสร้างแนวทางและพัฒนาสินค้าใหม่ออกมาเพื่อรักษาสมดุลของบริษัทให้ยังคงเป็นทางเลือกที่ดีในเรื่องของผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัขต่อไป

4. สังคมและวัฒนธรรม

ปัจจุบันสังคมให้ความสนใจในเรื่องของการพักผ่อน และการทำกิจกรรมในยามว่าง ผู้บริโภคส่วนใหญ่ก็หันมานิยมเลี้ยงสุนัข รวมทั้งในปัจจุบันผู้บริโภคมีการศึกษาที่สูงขึ้น ทำให้การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัขนั้น นอกจากภาพลักษณ์และคุณภาพแล้ว การใช้งานที่สะดวกมากยิ่งขึ้นจึงเป็นทางเลือกที่ผู้บริโภคยุคใหม่นำมาเป็นตัวตัดสินใจในการเลือกซื้อ

การวิเคราะห์ข้อดี-ข้อเสียของบริษัท

จุดแข็งของผลิตภัณฑ์ (Strength)

บริษัท แบริ่ง เพ็ทแคร์ (ประเทศไทย) จำกัด เป็นบริษัทที่ก่อตั้งมาเป็นเวลานาน ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ล้วนเป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้บริโภค ได้รับความไว้วางใจในเรื่องของคุณภาพ รวมทั้งทางบริษัทเอง มีศักยภาพความพร้อมทางด้านการผลิต การวิจัยและเงินทุนในการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ

จุดอ่อนของผลิตภัณฑ์ (Weakness)

ในปัจจุบันภาวะการแข่งขันสูง มีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมาย และเป็นที่น่าสนใจของผู้บริโภครุ่นใหม่ ในการเลือกทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีความทันสมัยมากกว่า แต่ผลิตภัณฑ์ของทางบริษัทหลายชนิดยังมิได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบและวิธีการใช้งานที่สะดวกขึ้นแต่อย่างใด

การสร้างโอกาส (Opportunities)

ทางด้านการจัดจำหน่ายนั้น บริษัทเองมีประสบการณ์ที่ยาวนาน รวมทั้งมีเครือข่ายอยู่ทั่วประเทศ ทำให้โอกาสทางการจำหน่ายมีอยู่สูง อีกทั้งชื่อเสียงที่มากทำให้เป็นที่ยอมรับในตลาดได้รวดเร็วกว่าคู่แข่ง รวมทั้งในโครงการนี้ยังมีการเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อีกมากมายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีมากขึ้น และการสร้างกลุ่มช่องทางการตลาดใหม่ โดยการวางแผนเน้นไปยังกลุ่มวัยรุ่นนักศึกษาจนถึงวัยทำงานตอนต้น (18-28 ปี) ในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ และกลุ่มช่องทางการตลาดใหม่นั้น จะสามารถมาช่วยชดเชยในจุดอ่อนของบริษัทได้เป็นอย่างดี

อุปสรรค (Threats)

กลุ่มเป้าหมายเดิมบางส่วนหันไปนิยมชมชอบในผลิตภัณฑ์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศที่มีรูปลักษณ์สวยงาม สามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายเดิมบางส่วนรวมถึงกลุ่มเป้าหมายใหม่ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีจำนวนค่อนข้างมาก ณ ปัจจุบัน

2.1.4 วิเคราะห์และสรุปข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการออกแบบ

จากการศึกษาในหัวข้อ 2.1.1-2.1.3 สามารถนำมาสรุปเป็นแนวทางการออกแบบของโครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข ได้ดังต่อไปนี้

1. ออกแบบโดยคำนึงถึงนโยบายของบริษัท แบรริง เพ็ทแคร์ (ประเทศไทย) จำกัด

- จากนโยบายของทางบริษัทที่มุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาด้านต่างๆ ที่มีประสิทธิภาพเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้บริโภค และสัตว์เลี้ยง ดังนั้นในการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่างๆ จึงมีการศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างละเอียด ในการใช้งานรวมถึงปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจและได้รับประโยชน์สูงสุด เพื่อเป็นการตอบสนองและรักษาชื่อเสียงที่ดีของบริษัทต่อไป

- ในการสร้างความพึงพอใจให้กับสัตว์เลี้ยงถือเป็นอีกหนึ่งนโยบายที่สำคัญ เพราะเป็นบริษัทที่ผลิตผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัขโดยเฉพาะ จึงควรมีความรับผิดชอบในเรื่องของคุณภาพของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ครบถ้วนความต้องการของสุนัข เพื่อให้ทั้งผู้เลี้ยงและตัวสุนัขเองเกิดความสุขในการทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน

2. ออกแบบโดยคำนึงถึงภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เดิม

- ผลิตภัณฑ์แบรริงเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัขเดิมของทางบริษัท ซึ่งมุ่งเน้นไปที่กลุ่มผู้เลี้ยงสุนัขทั้งหมด โดยเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมและมีชื่อเสียง ส่วนผลิตภัณฑ์ในโครงการก็เป็นผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัขเช่นกัน แต่มีการมุ่งเน้นไปยังกลุ่มเป้าหมายใหม่ที่เกิดขึ้น คือ กลุ่มวัยรุ่นนักศึกษาถึงวัยทำงานตอนต้น (18-28 ปี) ซึ่งถือเป็นกลุ่มที่มีความน่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง ณ ปัจจุบัน โดยการออกแบบนั้นจำเป็นต้องแสดงความแตกต่างที่ชัดเจนเพื่อไม่ให้เกิดการแข่งขันหรือทำให้ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เดิมด้อยลง

- จากผลิตภัณฑ์เดิมค่อนข้างมีชื่อเสียง บางชนิดสามารถนำมาช่วยส่งเสริมผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น ดังนั้นในโครงการนี้จึงควรออกแบบการใช้งานและภาพลักษณ์ต่างๆ ให้แตกต่างอย่างชัดเจนเพื่อไม่ให้เกิดการแข่งขันกัน แต่ยังคงมีความสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์เดิม

2.2 ข้อมูลทั่วไปของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

องค์ประกอบที่สำคัญอีกส่วนหนึ่งของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ คือ ส่วนของคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้ทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ประเภทนั้นๆ ให้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์และปลอดภัยมากที่สุด

ส่วนประกอบที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

2.2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์ทางด้านกายภาพ

2.2.2 วิเคราะห์และสรุปเงื่อนไขในการออกแบบ

2.2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์ทางด้านกายภาพ

ผลิตภัณฑ์ในโครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัขนั้นสามารถแบ่งออกเป็น 4 หมวดใหญ่ ดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์หมวดทำความสะอาด

1.1 แชมพูสำหรับสุนัข

- ลักษณะของผลิตภัณฑ์
 - มี 6 สูตร คือ ขนยาว, ขนสั้น, ลูกสุนัข, ขนขาว, ขจัดกลิ่นสาบ, สุนัขทุกพันธุ์
 - เป็นของเหลวข้นสี เขียวใส, น้ำตาลใส, ขาวใส, ฟ้าใส, แดงใส, เหลืองใส
- ลักษณะของบรรจุภัณฑ์
 - ขนาดบรรจุ 250 ml. ราคา 55 บาท
 - บรรจุขวดพลาสติก
- ลักษณะการใช้งาน
 - ใช้ผสมน้ำทำความสะอาดให้กับสุนัขทุกพันธุ์
- ส่วนประกอบที่สำคัญ
 - โซเดียม ลอริล ซัลเฟต
 - โซเดียม ลอริล อีเธอร์ ซัลเฟต
 - โคโคเนท ไดเอตแทนพลาไมน
 - ฟิวด์ส์ คัลเลอร์อิง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 แชมพูสำหรับสุนัขชนิดเต็ม

- ลักษณะของผลิตภัณฑ์
 - มี 6 สูตร คือ ขนยาว, ขนสั้น, ลูกสุนัข, ขนขาว, ขจัดกลิ่นสาบ, สุนัขทุกพันธุ์
 - เป็นของเหลวข้นสี เทียนใส, น้ำตาลใส, ขาวใส, ฟ้าใส, แดงใส, เหลืองใส
- ลักษณะของบรรจุภัณฑ์
 - ขนาดบรรจุ 250 ml. ราคา 45 บาท
 - บรรจุภัณฑ์พลาสติก Standing Pouch
- ลักษณะการใช้งาน
 - ใช้ผสมน้ำทำความสะอาดให้กับสุนัขทุกพันธุ์
- ส่วนประกอบที่สำคัญ
 - โซเดียม ลอริล ซัลเฟต
 - โซเดียม ลอริล อีเธอร์ ซัลเฟต
 - โคโคเนท ไดเอทแทนพลาไมน
 - ฟิวส์ คัลเลอร์อิง

1.3 แผ่นนํ้ายาเช็ดหูสุนัข

- ลักษณะของผลิตภัณฑ์
 - เป็นแผ่นผ้าชุบน้ำยา มีความชื้น
- ลักษณะของบรรจุภัณฑ์
 - ขนาดบรรจุ 25 ชิ้น ราคา 95 บาท
 - บรรจุภัณฑ์พลาสติก ฝา Flip Top
- ลักษณะการใช้งาน
 - ใช้ทำความสะอาดหูสุนัข กำจัดเชื้อราและแบคทีเรีย ไม่เลอะเทอะหรือระคายเคือง
- ส่วนประกอบที่สำคัญ
 - ซาลิไซลิก
 - ไทรโคลซาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4 ลูกกลิ้งเก็บขนสุนัข

- ลักษณะของผลิตภัณฑ์
 - เป็นลูกกลิ้งขนาดใหญ่ที่มีความเหนียวในตัว
- ลักษณะของบรรจุภัณฑ์
 - ขนาดใหญ่ 1 ชิ้น ราคา 100 บาท
 - บรรจุกล่องกระดาษ
- ลักษณะการใช้งาน
 - เป็นลูกกลิ้งขนาดใหญ่ ใช้กลิ้งตามพื้นบ้านหรือพื้นที่ที่มีความกว้าง เมื่อใช้เสร็จทำการล้างออกโดยที่ลูกกลิ้งจะยังคงความเหนียวไว้
- ส่วนประกอบที่สำคัญ
 - ลูกกลิ้งชนิดพิเศษที่มีความเหนียวในตัว

1.5 ทราชนิตมัยสำหรับสุนัข

- ลักษณะของผลิตภัณฑ์
 - เป็นเม็ดกรวดหยาบ ดูดความชื้นได้ดี
- ลักษณะของบรรจุภัณฑ์
 - ขนาดบรรจุ 2.5 kg ราคา 70 บาท
 - บรรจุในกล่องกระดาษ
- ลักษณะการใช้งาน
 - ใช้วางเพื่อเป็นจุดขับถ่ายสำหรับสุนัขขนาดเล็กที่เลี้ยงไว้ในที่อยู่อาศัย สามารถดูดซับกลิ่นและสิ่งสกปรกได้เป็นอย่างดี มีคุณสมบัติจับตัวเป็นก้อนแข็งทันทีที่กระทบถูกมูลสัตว์
- ส่วนประกอบที่สำคัญ
 - ทราชนิตพิเศษที่มาจากธรรมชาติ 100%

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ผลิตภัณฑ์หมวดของใช้

2.1 ปลอกคอ+สายจูงสำหรับสุนัข

- ลักษณะของผลิตภัณฑ์
 - เป็นสายเทือกในลอนมีความยาว
- ลักษณะของบรรจุภัณฑ์
 - ปลอกคอ ขนาด 25 mmx14-24 cm
 - สายจูง ขนาด 25 mmx150 cm ราคา 150 บาท
 - บรรจุในบรรจุภัณฑ์แบบบลิสเตอร์แพค
- ลักษณะการใช้งาน
 - ปลอกคอใช้เป็นสัญลักษณ์ติดตัวสุนัขเพื่อแสดงว่ามีเจ้าของ
 - สายจูงใช้ในการลากจูงและควบคุมสุนัข
- ส่วนประกอบที่สำคัญ
 - เทือกในลอน

2.2 ยากันยุงสำหรับสุนัข

- ลักษณะของผลิตภัณฑ์
 - เป็นขดเหมือนยากันยุงสำหรับคน แต่มีวงที่ใหญ่กว่า
- ลักษณะของบรรจุภัณฑ์
 - ขนาดบรรจุ 8 ขด 160 g. ราคา 150 บาท
 - บรรจุในกล่องพลาสติก
- ลักษณะการใช้งาน
 - ใช้จุดเพื่อปกป้องสุนัขจากการรบกวนของยุง
- ส่วนประกอบที่สำคัญ
 - ดี-อัลเลทริน

2.3 ยากันยุงสำหรับสุนัขชนิดเติม

- ลักษณะของผลิตภัณฑ์
 - เป็นขดเหมือนยากันยุงสำหรับคน แต่มีวงที่ใหญ่กว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ลักษณะของบรรจุภัณฑ์
 - ขนาดบรรจุ 8 ขด 160 g. ราคา 100 บาท
 - บรรจุในกล่องกระดาษ
- ลักษณะการใช้งาน
 - ใช้จุดเพื่อปกป้องสุนัขจากการรบกวนของยุง
- ส่วนประกอบที่สำคัญ
 - ดี-อัลเลทริน

2.4 ชุดตกแต่งขนสำหรับสุนัข

- ลักษณะของผลิตภัณฑ์
 - เป็นหวีทำจากพลาสติก ขนแปรงเป็นเหล็ก และฝอยเหล็ก
- ลักษณะของบรรจุภัณฑ์
 - แปรงขนธรรมชาติ 1 อัน
 - แปรงสลิคเกอร์ 1 อัน
 - หวีซี่ละเอียด 1 อัน ราคา 350 บาท
 - บรรจุในบรรจุภัณฑ์แบบบลิสเตอร์แพค
- ลักษณะการใช้งาน
 - แปรงขนธรรมชาติ ใช้แปรงขนให้กับสุนัขเพื่อเพิ่มความสวยงาม
 - แปรงสลิคเกอร์ ใช้แปรงขนที่หลุดร่วงให้หลุดออก เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ใหม่งายขึ้น
 - หวีซี่ละเอียด ใช้ในการสางเห็บหมัด
- ส่วนประกอบที่สำคัญ
 - ด้ามพลาสติกและขนแปรงที่ทำจากเหล็กและขดลวด

3. ผลิตภัณฑ์หมวดอาหารและขนมขบเคี้ยว

3.1 อาหารเม็ดสำหรับสุนัข

- ลักษณะของผลิตภัณฑ์
 - มี 3 สูตร คือ ลูกสุนัข, สุนัขโต, สุนัขสูงอายุ
 - มีลักษณะเป็นเม็ด มีความแข็งกรอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ลักษณะของบรรจุภัณฑ์
 - ขนาดบรรจุ 1.5 kg ราคา 95 บาท
 - บรรจุในกล่องกระดาษ
- ลักษณะการใช้งาน
 - ใช้เนื้อเป็นอาหารมือหลักแก่สุนัข
- ส่วนประกอบที่สำคัญ
 - โปรตีน, แคลเซียม, วิตามินอี, ธาตุเหล็ก

3.2 อาหารเม็ดสำหรับสุนัขชนิดเต็ม

- ลักษณะของผลิตภัณฑ์
 - มี 3 สูตร คือ ลูกสุนัข, สุนัขโต, สุนัขสูงอายุ
 - มีลักษณะเป็นเม็ด มีความแข็งแรงรอบ
- ลักษณะของบรรจุภัณฑ์
 - ขนาดบรรจุ 3 kg ราคา 175 บาท
 - บรรจุในถุงพลาสติก Standing Pouch ขนาดใหญ่
- ลักษณะการใช้งาน
 - ใช้เนื้อเป็นอาหารมือหลักแก่สุนัข
- ส่วนประกอบที่สำคัญ
 - โปรตีน, แคลเซียม, วิตามินอี, ธาตุเหล็ก

3.3 ขนมดับกลิ่นปาก

- ลักษณะของผลิตภัณฑ์
 - เป็นผงอัดเม็ด อยู่ในรูปของแข็ง มีรูปแบบเป็นกระดูก
 - มี 3 ชนิด คือ นมอัดเม็ด, วิตามินรวม, แคลเซียมพลัส
- ลักษณะของบรรจุภัณฑ์
 - ขนาดบรรจุ 20 g ราคา 40 บาท
 - บรรจุในกล่องพลาสติก
- ลักษณะการใช้งาน
 - ขนมดับกลิ่นปากที่สามารถใช้เป็นอาหารเสริมในตัว โดยการเทให้สุนัขกิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ส่วนประกอบที่สำคัญ
 - นมผง, วิตามินต่างๆ, แคลเซียมพลัส

4. ผลิตภัณฑ์หมวดของเล่น

4.1 ลูกเต๋านมสำหรับสุนัข

- ลักษณะของผลิตภัณฑ์
 - เป็นของเล่นพลาสติกที่สามารถใส่ขนมเข้าไปได้
- ลักษณะของบรรจุภัณฑ์
 - ขนาด 8.5 ซม. ราคา 150 บาท
 - บรรจุในกล่องกระดาษ
- ลักษณะการใช้งาน
 - ใช้ให้สุนัขเล่นเมื่อสุนัขเล่นจะมีขนมตกลงมาจากด้านที่มีรู
- ส่วนประกอบที่สำคัญ
 - ของเล่นที่มีโครงสร้างเป็นพลาสติก

4.2 ของเล่นยาง

- ลักษณะของผลิตภัณฑ์
 - เป็นยางที่มีความแข็งแรงและความยืดหยุ่น
 - มี 3 แบบ คือ ที่ตั้งยาง, วงแหวนยาง, กระจุกยาง
- ลักษณะของบรรจุภัณฑ์
 - ที่ตั้งยาง ขนาด 3 นิ้ว ราคา 60 บาท
 - วงแหวนยาง ขนาด 6 นิ้ว ราคา 50 บาท
 - กระจุกยาง ขนาด 5 นิ้ว ราคา 45 บาท
- ลักษณะการใช้งาน
 - ใช้สำหรับให้สุนัขกัดเล่น โดยที่ยังเป็นการช่วยบริหารเหงือกภายในตัว
- ส่วนประกอบที่สำคัญ
 - ยางรูปทรงต่างๆ ที่มีความยืดหยุ่น และทนทานต่อการกัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.2 วิเคราะห์และสรุปเงื่อนไขในการออกแบบ

เมื่อทราบถึงลักษณะของผลิตภัณฑ์และการใช้งานแล้ว สามารถนำข้อมูลเหล่านี้มาสรุปเป็นเงื่อนไขทางการออกแบบ ซึ่งเป็นข้อมูลที่มีความสำคัญต่อการออกแบบ ที่จะช่วยให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการและการใช้งานของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

เงื่อนไขและความต้องการในการออกแบบแบ่งตามประเภทของผลิตภัณฑ์ได้ มีดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์หมวดทำความสะอาด

1.1 บรรจุภัณฑ์แชมพูสำหรับสุนัข

ผลิตภัณฑ์แชมพูสำหรับสุนัขนั้น เมื่อถึงเวลาใช้งานผู้ใช้งานจะใช้มือของตนเองหรือแปรงในการขัดถู เพื่อให้เกิดความสะอาด บรรจุภัณฑ์ควรมีความเหมาะสมในด้านต่างๆ ดังนี้

- มีรูปทรงที่สามารถใช้งานในการหยิบจับได้อย่างสะดวก
- ตัวบรรจุภัณฑ์มีฐานที่มั่นคง เพื่อสะดวกในการจัดวาง
- มีรูปทรงที่เอื้อต่อการไหลของแชมพูที่อยู่ภายใน สามารถใช้งานได้จนหมด
- ฝาเปิดปิดง่าย และไม่เลอะเทอะ
- สามารถใช้งานในการถูตัวของสุนัขได้ โดยที่ไม่ต้องหาซื้อแปรงขัดถูตัวสุนัขเพิ่ม
- ฉลากผลิตภัณฑ์มีความคงทน ไม่หลุดออกภายหลังจากการใช้งาน
- มีภาพลักษณ์และกราฟฟิกที่สามารถสื่อถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน รวมทั้งสามารถแยกประเภทของสินค้าได้ง่าย

1.2 บรรจุภัณฑ์แชมพูสำหรับสุนัขชนิดเติม

ผลิตภัณฑ์แชมพูสำหรับสุนัขชนิดเติมนั้น ภายหลังจากการใช้งานผลิตภัณฑ์ที่เหลืออยู่ยากแก่การเก็บรักษา เพื่อให้เกิดความสะอาด บรรจุภัณฑ์ควรมีความเหมาะสมในด้านต่างๆ ดังนี้

- มีรูปทรงที่เป็นมาตรฐาน เพื่อสะดวกและประหยัดในกระบวนการผลิต
- เลือกใช้วัสดุที่มีความคงทน ไม่ฉีกขาดง่าย สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี
- มีฝาเปิดปิดเพื่อให้เกิดความสะดวกในการเท รวมถึงการเก็บรักษา
- สามารถตั้งวางได้ เพื่อสะดวกในการจัดวางบนชั้นวาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 บรรจุภัณฑ์แผ่นน้ำยาเซ็ดหูสุนัข

ผลิตภัณฑ์แผ่นน้ำยาเซ็ดหูสุนัขนั้น เป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องดึงออกมาใช้งานจากฝา เพื่อให้เกิดความสะดวกบรรจุภัณฑ์ควรมีความเหมาะสมในด้านต่างๆ ดังนี้

- รูปทรงที่ง่ายต่อการหยิบจับ รวมทั้งการดึงใช้งาน
- บรรจุภัณฑ์มีขนาดที่พอดีกับผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ภายใน เพื่อไม่ให้เกิดความสิ้นเปลือง
- มีฝาปิดที่มิดชิดเพื่อป้องกันฝุ่นละอองและสิ่งสกปรกต่างๆ
- ออกแบบให้มีกราฟฟิกที่บอกถึงการใช้งานได้อย่างชัดเจน

1.4 บรรจุภัณฑ์ลูกกลิ้งเก็บขนสุนัข

ผลิตภัณฑ์ลูกกลิ้งสำหรับสุนัขนั้น ตัวลูกกลิ้งจะมีความเหนียวอยู่ เพื่อให้เกิดความสะดวก และคุณภาพของสินค้ายังคงอยู่ บรรจุภัณฑ์ควรมีความเหมาะสมในด้านต่างๆ ดังนี้

- สามารถปกปิดในส่วนที่เป็นลูกกลิ้งได้เป็นอย่างดี เพื่อไม่ให้เกิดการเสื่อมคุณภาพ
- ภายหลังจากการใช้งานสามารถเก็บเข้าบรรจุภัณฑ์ได้อีก โดยที่ตัวบรรจุภัณฑ์นั้นจะช่วยรักษาคุณภาพของลูกกลิ้งไว้
- มีภาพลักษณ์และกราฟฟิกที่สามารถสื่อถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน
- บรรจุภัณฑ์มีขนาดเล็ก ช่วยประหยัดเรื่องวัสดุและเนื้อที่ในการเก็บและขนส่ง
- บรรจุภัณฑ์สามารถใช้วางหรือแขวนได้ เพื่อสะดวกและเหมาะสมกับร้านค้าแต่ละร้าน

1.5 บรรจุภัณฑ์ทรายอนามัยสำหรับสุนัข

ผลิตภัณฑ์ทรายอนามัยนั้น เมื่อต้องการใช้งานมีความจำเป็นในการหาภาชนะ เช่น ถาด มารองเอาไว้สำหรับวางในที่อยู่อาศัยของตน เพื่อให้เกิดความสะดวก และคุณภาพของสินค้ายังคงอยู่ บรรจุภัณฑ์ควรมีความเหมาะสมในด้านต่างๆ ดังนี้

- บรรจุภัณฑ์มีความแข็งแรง สามารถคุ้มครองเพื่อไม่ให้สินค้าเกิดความเสียหายได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- บรรจุภัณฑ์สามารถป้องกันความชื้น ที่อาจทำให้ตัวผลิตภัณฑ์นั้นลดประสิทธิภาพลงได้
- สามารถนำบรรจุภัณฑ์มาใช้เป็นภาชนะเมื่อต้องการใช้งานโดยที่ไม่จำเป็นต้องหาภาชนะอื่นมารองรับ เพื่อให้เกิดความสะดวกแก่กลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น
- มีกราฟฟิกที่บอกถึงการใช้งานสินค้าอย่างชัดเจน
- มีภาพลักษณ์ที่สื่อถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน

2. ผลิตภัณฑ์หมวดของใช้

2.1 บรรจุภัณฑ์พลาสติก+สายจูงสำหรับสุนัข

ผลิตภัณฑ์พลาสติกและสายจูงนั้น มีความจำเป็นในการใช้งานควบคู่กันเป็นอย่างมาก เพื่อให้เกิดความสะดวกในการเลือกซื้อ บรรจุภัณฑ์ควรมีความเหมาะสมในด้านต่างๆ ดังนี้

- บรรจุภัณฑ์สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 ชนิด ด้วยกันได้ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความสะดวกในการเลือกซื้อ
- บรรจุภัณฑ์สามารถต่อกับสายจูงเพื่อใช้เป็นด้ามจับสำหรับผู้เลี้ยงได้ โดยถือเป็นการใช้ประโยชน์บรรจุภัณฑ์ภายหลังการใช้งานด้วย
- สามารถป้องกันความชื้น เพื่อรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์
- สามารถคุ้มครองสินค้าที่อยู่ภายในไม่ให้เกิดความเสียหายได้
- ภาพลักษณ์และกราฟฟิกที่สามารถสื่อถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน

2.2 บรรจุภัณฑ์ยากันยุงสำหรับสุนัข

ผลิตภัณฑ์ยากันยุงสุนัขนั้น ขณะใช้งานปลายของยากันยุงจะมีความร้อน รวมถึงควันที่เกิดจากการจุด ต้องมีการระบายอากาศเป็นอย่างดี เพื่อให้เกิดความสะดวก บรรจุภัณฑ์ควรมีความเหมาะสมในด้านต่างๆ ดังนี้

- คุ้มครองสินค้าที่อยู่ภายในให้คงสภาพของขดยากันยุงโดยไม่เกิดการแตกหัก
- ป้องกันความชื้นเพื่อรักษาคุณภาพของตัวยากันยุง

- เลือกใช้พลาสติกที่สามารถป้องกันความชื้นและทนต่อความร้อนได้เป็นอย่างดี
- กราฟฟิคที่บอกถึงขั้นตอนการใช้งานได้เป็นอย่างดี เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจง่ายขึ้น
- รูปแบบและกราฟฟิคที่สามารถสื่อถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน

2.3 บรรจุภัณฑ์ยากันยุงสำหรับสุนัขชนิดเดิม

ผลิตภัณฑ์ยากันยุงชนิดเดิมนั้น เป็นผลิตภัณฑ์ที่ช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจมากขึ้นในการซื้อหมาใช้งาน โดยที่ใช้ควบคู่กับบรรจุภัณฑ์ยากันยุงที่เคยซื้อหมาใช้งานก่อน เพราะเป็นบรรจุภัณฑ์ที่สามารถใช้งานได้อย่างถาวร

- คุ้มครองสินค้าที่อยู่ภายในให้คงสภาพของขดยากันยุงโดยไม่เกิดการแตกหัก
- ป้องกันความชื้นเพื่อรักษาคุณภาพของตัวยากันยุง
- กราฟฟิคที่บอกถึงขั้นตอนการใช้งานได้เป็นอย่างดี เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจง่ายขึ้น
- รูปแบบและกราฟฟิคที่สามารถสื่อถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน

2.4 บรรจุภัณฑ์ชุดตกแต่งขนสำหรับสุนัข

ผลิตภัณฑ์ชุดตกแต่งขนสำหรับสุนัขนั้น เมื่อแกะบรรจุภัณฑ์ออกแล้วบรรจุภัณฑ์จะถูกนำไปทิ้ง เพื่อให้เกิดประโยชน์จึงออกแบบให้สามารถนำมาใช้งานในภายหลังได้ ดังนั้นบรรจุภัณฑ์ควรมีความเหมาะสมในด้านต่างๆ ดังนี้

- คุ้มครองสินค้าที่อยู่ภายใน ให้คงสภาพในการใช้แปรงขนสุนัขได้โดยไม่เกิดความเสียหายแต่อย่างใด
- บรรจุภัณฑ์สามารถใช้งานในการเก็บรักษาและพกพาได้อย่างสะดวก
- กราฟฟิคที่บอกถึงการใช้งานของแปรงแต่ละประเภท เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้บริโภค
- รูปแบบและกราฟฟิคที่สามารถสื่อถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ผลิตรภัณฑ์หมวดอาหารและขนมขบเคี้ยว

3.1 บรรจุภัณฑ์อาหารเม็ดสำหรับสุนัข

ผลิตรภัณฑ์อาหารเม็ดนั้น การใช้งานมีความจำเป็นในการหาภาชนะมาใส่เพื่อให้เกิดความสะดวกแก่ผู้บริโภค บรรจุภัณฑ์ควรมีความเหมาะสมในด้านต่างๆ ดังนี้

- ตัวบรรจุภัณฑ์มีรูปทรงที่มั่นคงและแข็งแรงสามารถคุ้มครองผลิตรภัณฑ์ที่อยู่ภายในได้เป็นอย่างดี
- สามารถป้องกันความชื้นเพื่อรักษาคุณภาพและความสะอาดให้กับผลิตรภัณฑ์ได้
- สามารถใช้บรรจุภัณฑ์เป็นภาชนะในการกินอาหารของสุนัขได้โดยแยกส่วนกันกับส่วนที่ใช้เก็บรักษา เพื่อให้บรรจุภัณฑ์เกิดประสิทธิภาพในการใช้งานสูงสุด
- กราฟฟิคที่บอกถึงการใช้งานของตัวบรรจุภัณฑ์อย่างชัดเจนสามารถเข้าใจได้ง่าย
- รูปแบบและกราฟฟิคที่สามารถสื่อถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน

3.2 บรรจุภัณฑ์อาหารเม็ดสำหรับสุนัขชนิดเติม

ผลิตรภัณฑ์อาหารเม็ดชนิดเติมนั้น ขั้นตอนในการเทผลิตรภัณฑ์ออกมาค่อนข้างยาก รวมถึงการเก็บรักษาผลิตรภัณฑ์ที่เหลือภายหลังจากการใช้งาน ทำให้ไม่สะดวกนัก เพื่อให้เกิดความสะดวกมากยิ่งขึ้น บรรจุภัณฑ์ควรมีความเหมาะสมในด้านต่างๆ ดังนี้

- มีรูปทรงที่เป็นมาตรฐาน เพื่อสะดวกและประหยัดในกระบวนการผลิต
- เลือกใช้วัสดุที่มีความทนทาน ไม่ฉีกขาดง่าย รวมทั้งสามารถที่จะรับน้ำหนักได้เป็นอย่างดี
- สามารถป้องกันความชื้นเพื่อรักษาคุณภาพและความสะอาดให้กับผลิตรภัณฑ์ได้
- กราฟฟิคที่บอกถึงการใช้งานของตัวบรรจุภัณฑ์อย่างชัดเจน
- รูปแบบและกราฟฟิคที่สามารถสื่อถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 บรรจุภัณฑ์ชนิดบกลื่นปากสำหรับสุนัข

ผลิตภัณฑ์ชนิดบกลื่นปากนั้น การใช้งานต่อ 1 วัน มีการจำกัด จึงไม่สามารถใช้วิธีเทให้กับสุนัขในปริมาณที่มากได้ เพื่อให้เกิดความสะอาด บรรจุภัณฑ์ควรมีความเหมาะสมในด้านต่างๆ ดังนี้

- ตัวบรรจุภัณฑ์มีความแข็งแรงสามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในได้เป็นอย่างดี
- สามารถป้องกันความชื้น เพื่อรักษาคุณภาพและความสะอาดให้กับผลิตภัณฑ์ได้
- สามารถใช้งานโดยกำหนดปริมาณของผลิตภัณฑ์ในการเทออกมาได้ เพื่อไม่ให้ผลิตภัณฑ์ออกมามากจนเกินไป
- กราฟฟิกที่บอกถึงการใช้งานของตัวบรรจุภัณฑ์ สามารถเข้าใจได้ง่าย
- รูปแบบและกราฟฟิกที่สามารถสื่อถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน

4. ผลิตภัณฑ์หมวดของเล่น

4.1 บรรจุภัณฑ์ลูกเต๋านมสำหรับสุนัข

ผลิตภัณฑ์ลูกเต๋านม เป็นของเล่นพลาสติกที่สามารถบรรจุนมเข้าไปข้างในได้ รวมทั้งมีสีสันที่ดึงดูดใจ เพื่อให้เกิดความสะอาดบรรจุภัณฑ์ควรมีความเหมาะสมในด้านต่างๆ ดังนี้

- มีส่วนที่สามารถแสดงให้เห็นถึงตัวผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในได้
- บรรจุภัณฑ์มีรูปทรงและขนาดที่เหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์
- ตัวบรรจุภัณฑ์มีส่วนที่แถมขนมเพื่อใช้ในการทดลองเล่นกับสุนัขในครั้งแรก
- กราฟฟิกที่บอกถึงวิธีการเล่นกับสุนัขที่ถูกต้อง สามารถเข้าใจได้ง่าย
- รูปแบบและกราฟฟิกที่สามารถสื่อถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน

4.2 บรรจุภัณฑ์ของเล่นสำหรับเด็ก

ผลิตภัณฑ์ของเล่นยาง เป็นของเล่นยางที่เอาไว้ให้กับสุนัขในการกัดแทะเล่น โดยที่ผลิตภัณฑ์มีหลากหลายรูปแบบ เพื่อให้เกิดความสะดวกร บรรจุภัณฑ์ควรมีความเหมาะสมในด้านต่างๆ ดังนี้

- บรรจุภัณฑ์ที่ใสสามารถมองเห็น เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจเลือกซื้อได้อย่างชัดเจน
- บรรจุภัณฑ์มีขนาดที่เหมาะสม เพื่อไม่ให้เกิดการสิ้นเปลืองวัสดุ
- บรรจุภัณฑ์สามารถวางและแขวนได้ เพื่อให้สะดวกและเหมาะสมกับร้านค้าต่างๆ
- รูปแบบและกราฟฟิกที่สามารถสื่อถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 ข้อมูลทางด้านผู้บริโภค

ถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยหลักในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้บรรจุภัณฑ์สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ดังนั้นการศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคจะทำให้ผู้ออกแบบสามารถเข้าใจพฤติกรรมการใช้งานอย่างลึกซึ้งและสามารถที่จะช่วยแก้ปัญหาหรือเพิ่มเติมในส่วนที่ขาดหายไปได้ จากการแก้ไขปัญหาดังกล่าวจะช่วยส่งผลดีในส่วนของความนิยม และช่วยให้องค์กรเกิดความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

ส่วนประกอบที่สำคัญของข้อมูลทางด้านผู้บริโภคมีดังต่อไปนี้

2.3.1 กลุ่มผู้บริโภค

2.3.2 พฤติกรรมของผู้บริโภค

2.3.3 ข้อมูลสุนัขที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

2.3.4 วิเคราะห์และสรุปความต้องการของผู้บริโภคที่มีผลต่อการออกแบบ

2.3.1 กลุ่มผู้บริโภค

ในโครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข กลุ่มผู้ซื้อถือเป็นกลุ่มเดียวกันกับกลุ่มผู้ใช้ เพราะผู้ซื้อนั้นจะพิจารณาเลือกซื้อเพื่อนำไปใช้กับสุนัขของตนเอง โดยที่ผู้ซื้อนั้นจะมีอำนาจการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ต่างๆ โดยยึดความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้งานของตนเองว่ามีความสะดวกสบายเหมาะสมมากน้อยเพียงใด จึงสามารถที่จะกล่าวโดยรวมได้ว่าเป็นผู้บริโภคร่วมเดียวกัน

ลักษณะทางกายภาพของกลุ่มผู้บริโภค

| | | |
|---------------|---|--|
| เพศ | - | เพศชายและหญิง |
| อายุ | - | อายุ 18-28 ปี |
| ระดับทางสังคม | - | ค่อนข้างดี (C+) – ดีมาก (A) |
| รายได้ | - | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 บาท ขึ้นไป |
| ที่อยู่อาศัย | - | อาศัยในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล |
| ลักษณะ | - | มีความทันสมัย มีรสนิยม ชอบความแปลกใหม่ น่าสนใจ |
| | - | เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง |
| | - | ใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ |
| ลักษณะพิเศษ | - | ให้ความดูแลเอาใจใส่สัตว์เลี้ยงของตนเป็นอย่างดี |
| | - | มีความรักและเมตตากับสัตว์เลี้ยง |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.2 พฤติกรรมของผู้บริโภค

พฤติกรรมในการใช้งานผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายมีดังต่อไปนี้

1. หมวดทำความสะอาด

1.1 พฤติกรรมการใช้แชมพูอาบน้ำสุนัข

ในการทำความสะอาดสุนัขนั้นมีผลิตภัณฑ์อยู่หลากหลายชนิดด้วยกัน แต่ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ แชมพูสำหรับสุนัข

ขั้นตอนการอาบน้ำให้กับสุนัขของผู้บริโภค มีดังต่อไปนี้

- การอาบน้ำสุนัขนั้นโดยปกติแล้วผู้บริโภคกลุ่มนี้จะนิยมอาบน้ำให้กับสุนัขของตน 2 สัปดาห์-4 สัปดาห์/ครั้ง โดยในการอาบน้ำให้สุนัขนั้นจะนิยมอาบในช่วงเช้า-บ่าย เพราะเมื่อถึงตอนเย็นหรือค่ำ อากาศที่เริ่มเย็นอุณหภูมิต่ำลง อาจทำให้สุนัขนั้นป่วยได้จึงไม่นิยมอาบในช่วงเวลานี้
- ขั้นตอนแรกนั้นผู้บริโภคจะนำสุนัขของตนมาในบริเวณที่จะใช้ทำความสะอาด โดยในการจับสุนัขนั้นถ้าเป็นสุนัขขนาดเล็ก ปัญหาในการอาบน้ำก็จะมีไม่มากนัก แต่สำหรับสุนัขขนาดใหญ่ อาจจะมีการใช้ผู้ช่วยในการอาบน้ำ หรือผูกล้ามสุนัขเพื่อไม่ให้สามารถเคลื่อนที่ออกจากบริเวณที่ใช้อาบน้ำได้
- จากนั้นนำน้ำสะอาดมาอาบที่ตัวสุนัขก่อน ก่อนที่จะทำการฟอกแชมพู
- การเทแชมพูนั้นโดยมากผู้บริโภคจะเทไปที่ตัวสุนัขเลย โดยที่ไม่ได้มีการตวงก่อนหรือบางท่านอาจใช้มือของตนตวงแชมพูให้กับสุนัขเลย
- จากนั้นจึงทำการฟอกแชมพูให้กับตัวสุนัข โดยทำการฟอกในส่วนที่เป็นข้อพับต่างๆ ด้วย เช่น บริเวณซอกขา อุ้งเท้า ง่ามเท้า เมื่อฟอกทั่วตัวแล้วจึงล้างออกด้วยน้ำสะอาด โดยมากผู้บริโภคจะใช้สายยางช่วยในการอาบน้ำ
- ขั้นตอนสุดท้ายทำการเช็ดตัวให้กับสุนัข โดยถ้าเป็นสุนัขประเภทขนยาว ก็อาจจะมีการใช้ไดร์เป่าผมช่วยในการทำให้ขนแห้งและฟูกวับคู่ไปกับการแปรงขน

1.2 พฤติกรรมในการทำความสะอาดหูของสุนัข

ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดนั้นมีทั้งแบบเป็นขวดน้ำยาและแผ่นน้ำยา แต่ผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย นั้นคือ ผลิตภัณฑ์แบบแผ่นน้ำยาเช็ดหู เพราะมีความสะดวกในการใช้งานมากกว่า โดยที่ไม่ต้องหาผ้าหรือไม้ปั่นหูมาชุบ

น้ำยาก่อน เพราะเป็นแผ่นผ้าที่ชุบน้ำยาอยู่ในขวดอยู่แล้ว การใช้งานเหมือนทิชชูโดย ดึงชั้นที่ละชั้น รวมทั้งในการทำความสะอาดนั้น ถ้าเป็นชนิดแผ่นจะสามารถทำความสะอาดใน ส่วนที่เป็นแผ่นหูได้ดียิ่งกว่าแบบไม้ปั่นหู เพราะจะกินเนื้อที่ในการทำความสะอาดที่มากกว่า และรวดเร็วกว่าการทำความสะอาดด้วยไม้ปั่นหู

ขั้นตอนการทำความสะอาดหูของสุนัขโดยใช้แผ่นน้ำยาเช็ดหู มีดังต่อไปนี้

- ในการทำความสะอาดหูของสุนัขโดยมากมักจะทำหลังจากการทำความสะอาด ตัวของสุนัขมาก่อนแล้ว หลังจากนั้นผู้บริโภคมักจับสุนัขให้อยู่ในท่านอน เพื่อ ความสะดวกในการจับหรือกดตัวของสุนัขเพื่อไม่ให้ขยับเขยื้อน
- จากนั้นนำแผ่นน้ำยาทำความสะอาดหู โดยดึงมาเพียง 1 แผ่น ในการทำความสะอาด สะอาดต่อหูหนึ่งข้าง โดยเปิดใบหูของสุนัขขึ้นมา ทำการเช็ดภายในใบหูจากจุดที่ ขับข้อออกมาจนถึงส่วนปลายของใบหู โดยเช็ดให้สิ่งสกปรกนั้นหลุดออกจน หมดทั้งสองข้าง ในการทำความสะอาดส่วนที่ขับข้อนั้น สุนัขอาจจะมีการขยับ เขยื้อน ควรรอให้สุนัขหยุดนิ่งก่อนแล้วค่อยเช็ดใบหูต่อ
- จากนั้นจึงนำแผ่นน้ำยาไปทิ้งลงถังขยะ และล้างมือให้สะอาดด้วยสบู่หรือน้ำยา ล้างมือ

1.3 พฤติกรรมในการเก็บกวาดขนของสุนัข

ในการเก็บกวาดขนที่หลุดร่วงของสุนัขนั้น เพื่อให้เกิดความสะดวกและความ รวดเร็ว ผู้บริโภคกลุ่มนี้นิยมเลือกใช้ลูกกลิ้งสำหรับเก็บขนของสุนัข เพราะสามารถที่ จะกลิ้งไปตามพื้นต่างๆ บนโซฟา หรือบนเสื้อผ้าของผู้เลี้ยง โดยที่ลูกกลิ้งนั้นจะมีอยู่ 2 แบบ แบบแถบกวาดที่ใช้งานแล้วฉีกทิ้งลักษณะคล้ายทิชชู และแบบลูกกลิ้งที่มีความ เหนียวอยู่ในตัว เมื่อใช้เสร็จก็ทำการล้างออกได้ไม่เป็นการสิ้นเปลือง

ขั้นตอนการเก็บกวาดขนของสุนัขโดยใช้ลูกกลิ้ง มีดังต่อไปนี้

- หลังจากการเล่นคลุกคลีกับสุนัข อาจทำให้มีขนสุนัขที่ตกหล่นอยู่ตามพื้นบ้าน และ ติดตามเสื้อผ้าหรือโซฟาต่างๆ
- จากนั้นผู้บริโภคนำลูกกลิ้งซึ่งวางอยู่ในตู้หรือแขวนอยู่บริเวณเดียวกับไม้กวาด มาทำความสะอาดพื้นและโซฟาต่างๆ รวมถึงเสื้อผ้าของผู้เลี้ยงสุนัขเองด้วย โดย

กำลังไปตามพื้นผิวต่างๆ ที่มีขนของสุนัขอยู่ หลังจากนั้นจึงฉีกแถบเทปกาวที่ใช้ งานแล้วออก จากนั้นจึงนำไปเก็บหรือแขวนไว้ในบริเวณที่สะอาดและมืดซิด

1.4 พฤติกรรมในการเก็บกวาดอุจจาระของสุนัข

จากเดิมผู้บริโภครุ่นที่เลี้ยงสุนัขขนาดเล็กไว้ในบ้านนั้น มีความจำเป็นใน การทำความสะอาดที่อยู่อาศัยของตนเองมากเป็นพิเศษ เพราะเป็นบริเวณเดียวกับที่ ตัวผู้เลี้ยงเองอาศัยอยู่ ปัญหาที่เกิดขึ้นมากที่สุดก็คือ ปัญหาการปัสสาวะและปัญหา การอุจจาระเรื้อรังของสุนัขนั่นเอง

ขั้นตอนการใช้งานทรายอนามัยสำหรับสุนัข

- ชั้นแรกทรายอนามัยสำหรับสุนัขลงในกระบะที่มีขนาดพอเหมาะกับสุนัขของ ตน วางไว้บริเวณภายในบ้านที่ต้องการให้สุนัขขับถ่าย เมื่อสุนัขมาถ่ายทราย อนามัยจะจับตัวเป็นก้อน ผู้บริโภคมักตักมูลสัตว์ออกไปโดยที่สามารถนำไปใช้ เป็นปุ๋ยต้นไม้ได้เป็นอย่างดี โดยที่ทรายที่เหลือสามารถใช้ได้อีกในครั้งต่อไปโดยไม่จำเป็นต้องนำไปทิ้ง

2. หมวดของใช้

2.1 พฤติกรรมในการลากจูงสุนัข

ปลอกคอและสายจูงถือว่ามี ความจำเป็นในการใช้งานสำหรับเจ้าของที่ ต้องการพาสุนัขออกไปเดินเล่นหรือใช้ล่านสุนัขเพื่อให้อยู่ในบริเวณที่ต้องการ การใช้งานทั้ง ปลอกคอและสายจูงนั้นถือว่ามี ความสัมพันธ์กัน โดยปลอกคอจะใช้คาดบริเวณคอของสุนัข เพื่อใช้เป็นส่วนยึดเกี่ยวกับสายจูงอีกทีเพื่อให้เกิดความสะดวกในการติดและถอดสายจูง

ขั้นตอนการใช้งานปลอกคอ+สายจูงสุนัข

- จากความต้องการในการพาสุนัขออกไปเดินบริเวณนอกที่อยู่อาศัยของตนทำให้ เจ้าของเกิดความจำเป็นในการใช้งานสายจูงสุนัข ส่วนปลอกคอก็คือเป็นส่วนที่ยึด ติดกับตัวสุนัข เพื่อใช้ในการยึดเกี่ยวกับสายจูงเพื่อให้เกิดความสะดวก
- การใส่ปลอกคอสุนัขนั้นจะมีลักษณะเหมือนกับการใส่เข็มขัดเพื่อให้เกิดความ สะดวกในการปรับลดขนาดตามชนิดและประเภทของสุนัข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- จากนั้นจึงนำสายจูงซึ่งจะมีตัวล็อกมายึดเกี่ยวกับปลอกคอสุนัขอีกที
- หลังจากการทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกับสุนัขบริเวณนอกที่อยู่อาศัยแล้ว ถ้าจะทำการปลดสายจูงออกจากปลอกคอ โดยที่ปลอกคอก็ยังคงติดอยู่กับตัวสุนัข เพื่อให้เกิดความสะดวกในการยึดติดกับสายจูงในครั้งต่อไป โดยที่หน้าที่ของปลอกคอยังสามารถใช้งานในรูปแบบเครื่องประดับสำหรับสุนัขก็ได้

2.2 พฤติกรรมในการใช้งานยากันยุงสำหรับสุนัข

ยุงถือเป็นสัตว์ที่มีความอันตรายกับสุนัขเป็นอย่างมาก เพราะเป็นพาหะของโรคหลายชนิด เช่น โรคพยาธิหัวใจในสุนัข เป็นต้น การใช้งานยากันยุงสำหรับสุนัข เหมาะสำหรับผู้บริโภคกลุ่มที่ไม่นิยมนำสุนัขไว้ในกรงขัง โดยสุนัขนั้นจะมีสัญชาตญาณที่ชอบนอนใกล้ๆ ยากันยุง เพราะสุนัขสามารถรับรู้ได้ว่าสิ่งนี้จะช่วยมันให้ปลอดภัยจากยุงได้

ขั้นตอนการใช้งานยากันยุงสำหรับสุนัข

- โดยปกติแล้วยากันยุงสำหรับสุนัขจะมีฝาและถาดมาให้ใช้สำหรับวางยากันยุงที่จุดแล้วได้โดยที่ปลอดภัยต่อสุนัข
- จากนั้นนำยากันยุงไปวางบริเวณที่สุนัขชอบนอนหรือที่ๆ ต้องการ เพราะสุนัขจะสามารถรับรู้ได้เองว่าสิ่งนี้คือสิ่งที่ช่วยป้องกันตัวมันเองให้ปลอดภัยจากยุงร้าย
- เมื่อยากันยุงหมดก็เพียงเปิดฝาแล้วนำยากันยุงชุดใหม่เข้าไปวางแทน

2.3 พฤติกรรมในการตกแต่งขนให้กับสุนัข

ในปัจจุบันนี้หวีที่ใช้งานสำหรับสุนัขมีเกิดขึ้นมากมายหลากหลายรูปแบบ หวีที่ได้รับความนิยมก็มีอยู่หลายชนิด หน้าที่การใช้งานของหวีแต่ละชนิดก็จะแตกต่างกันไป ในโครงการนี้ได้เลือกหวีชนิดหลักมา 3 ชนิด คือ

1. หวีสำหรับแปรงขนทั่วไป ใช้เมื่อต้องการทำให้สุนัขมีขนที่สวยงามไม่พันกัน
2. หวีซี่ละเอียด ใช้ในการสางเห็บหมัดหรือขนที่ติดพันกัน
3. แปรงสลิคเกอร์ สำหรับสางขนที่หลุดร่วงให้หลุดออก เพื่อให้ผลัดขน

ขั้นตอนการแปรงขนให้กับสุนัขของผู้บริโภค มีดังต่อไปนี้

- การแปรงขน ผู้บริโภคมักจะแปรงขนให้กับสุนัขของตนอยู่เป็นประจำทุกวัน โดยส่วนมากจะแปรงก่อนที่จะนำสุนัขของตนออกไปเดินเล่นหรือไปทำกิจกรรมต่างๆ นอกที่อยู่อาศัย หรือแปรงขนควบคู่ไปกับการเป่าขนให้แห้งหลังจากการอาบน้ำ
- ภายหลังจากการแปรงขนแล้วผู้บริโภคก็จะนำอุปกรณ์เหล่านี้ไปเก็บในกล่องหรือตู้ที่เอาไว้เก็บอุปกรณ์สำหรับสุนัขโดยตรง เพื่อไม่ให้เกิดการปะปนกับอุปกรณ์ของผู้เลี้ยงเอง

3. หมวดอาหารและขนมขบเคี้ยว

3.1 พฤติกรรมในการให้อาหารเม็ดสำหรับสุนัข

อาหารเม็ดถือว่าเป็นรูปแบบอาหารที่มีความสะดวกและสอดคล้องกับกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้เป็นอย่างมาก เนื่องจากอยู่ในรูปแบบของแข็งซึ่งเป็นเม็ด โดยมีการรวมสารอาหารต่างๆ เอาไว้อย่างครบถ้วน โดยผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องให้อาหารชนิดอื่นๆ เพิ่มเติมแต่อย่างใด

ขั้นตอนการให้อาหารเม็ดสำหรับสุนัขของผู้บริโภค มีดังต่อไปนี้

- ผู้บริโภคส่วนใหญ่มักจะให้อาหารกับสุนัขวันละ 2 มื้อ คือ มื้อเช้าและมื้อเย็น โดยปริมาณของอาหารที่จะให้ขึ้นขึ้นอยู่กับขนาดของสุนัข โดยการให้จะต้องมีการเตรียมภาชนะสำหรับเทอาหารใส่เพื่อให้สุนัขกิน โดยที่ขนาดของภาชนะก็ควรมีความสัมพันธ์กับขนาดของสุนัขด้วยเช่นกัน
- ขั้นแรกทำการเทอาหารลงในภาชนะที่ใส่ตามปริมาณที่ต้องการ จากนั้นจึงนำไปวางให้กับสุนัข
- หลังจากสุนัขกินอาหารหมดจึงนำภาชนะที่ใช้ไปล้างให้สะอาดและตากให้แห้งเพื่อความสะอาดในการใช้งานครั้งต่อไป

3.2 พฤติกรรมกรให้ขนมขบเคี้ยวสำหรับสุนัข

ขนมขบเคี้ยวสำหรับสุนัขมีหลากหลายรูปแบบ แต่รูปแบบและชนิดที่ได้รับความนิยมมากที่สุดก็คือ ขนมที่มีการเพิ่มในส่วนที่เป็นอาหารเสริมสำหรับสุนัขเข้าไป เพื่อให้เกิดประโยชน์สำหรับสุนัขมากยิ่งขึ้น

ขั้นตอนการให้ขนมขบเคี้ยวสำหรับสุนัขของผู้บริโภค มีดังต่อไปนี้

- ผู้บริโภคส่วนมากมักให้ขนมขบเคี้ยวกับสุนัขในระหว่างที่ทำกิจกรรมร่วมกัน โดยใช้เป็นรางวัล เพื่อแสดงให้สุนัขเห็นถึงความชื่นชมและความพอใจ โดยการให้แต่ละครั้งนั้น มักจะให้ทีละ 1-3 ชิ้น
- การให้ขนมขบเคี้ยวกับสุนัขนั้น อาจวางหรือป้อนสุนัขจากมือของตนก็ได้ เพื่อแสดงให้เห็นถึงความผูกพันของผู้บริโภคที่มีต่อสุนัขมากยิ่งขึ้น โดยที่ขณะให้ขนมนั้นก็ควรระวังความชื้นที่จะเข้าไปในภาชนะบรรจุ
- ภายหลังจากการให้ขนมก็จะทำการล้างมือให้สะอาด แล้วเช็ดให้แห้ง

4. หมวดของเล่น

4.1 พฤติกรรมในการเล่นของเล่นสำหรับสุนัข

ของเล่นสำหรับสุนัขถือว่าเป็นสิ่งที่ดีที่จะช่วยเสริมสมรรถภาพทางร่างกาย ความแข็งแรงของสุนัข รวมถึงความผูกพันและความจงรักภักดีที่มีต่อเจ้าของ รูปแบบของของเล่นนั้นโดยมากจะมีลักษณะเป็นยางสำหรับให้สุนัขกัดแทะหรือพลาสติกที่มีความแข็งแรงใช้ในการขว้าง เพื่อให้สุนัขเล่นหรือคาบกลับมาให้เจ้าของ

ขั้นตอนการเล่นของเล่นกับสุนัขของตน มีดังต่อไปนี้

- การเล่นกับสุนัขของผู้บริโภคที่มีเวลาในช่วงวันหยุด ก็จะเล่นโดยการโยนหรือขว้างของเล่น เพื่อให้สุนัขของตนนำกลับมาให้ หรือช่วงวันธรรมดาที่มีเวลาน้อยก็จะให้ของเล่นประเภทที่สุนัขสามารถเรียนรู้และเกิดความสนใจได้ด้วยตัวของสุนัขเองได้ อาทิเช่น ลูกบอลขนม
- การเล่นลูกบอลขนม ก็จะต้องทำการใส่ขนมลงในช่องของลูกบอล โดยที่ด้านหนึ่งของลูกบอลจะมีรูเพื่อให้ขนมออกมาได้ เมื่อสุนัขเขี่ยลูกบอลก็จะทำให้ขนมหลุดออกมาตามด้านที่มีรู ก็จะเปรียบเหมือนรางวัลในการเล่น ยิ่งตัวสุนัขเกิดความต้องการขนม ก็จะทำให้สุนัขยังเล่นกับลูกบอลต่อไป โดยที่ผู้เลี้ยงไม่ต้องมาดูแลในการเล่นของเล่นแต่อย่างใด

2.3.3 ข้อมูลสุนัขที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

ในโครงการออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัขนั้น สุนัขถือเป็นผู้บริโภคอีกกลุ่มหนึ่งที่มีความสำคัญ เพราะเป็นผู้บริโภคที่ถูกใช้งานผลิตภัณฑ์ต่างๆ โดยเจ้าของสุนัขเอง ดังนั้นการใช้งานผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับสุนัขแต่ละสายพันธุ์ก็เป็นเรื่องที่สำคัญอีกเช่นกัน อาทิเช่น สุนัขพันธุ์ Golden Retriever มีขนยาวสวย จึงต้องการแชมพูที่ใช้แล้วทำให้ขนสวย โดยที่ไม่หลุดร่วง ส่วนสุนัขพันธุ์ Rottweiler มีขนสั้นและแน่น จึงต้องการแชมพูที่สามารถขอกขนเข้าถึงผิวหนังได้เป็นอย่างดี จากความแตกต่างเหล่านี้ทำให้มีความจำเป็นในการแบ่งแยกประเภทของสุนัขให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่มีในโครงการ เพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับสุนัขแต่ละประเภทได้เป็นอย่างดี

การแบ่งประเภทของสุนัขตามน้ำหนักตัว

การแบ่งประเภทของสุนัขตามน้ำหนักตัวหรือแบ่งตามขนาด เป็นการแบ่งประเภทของสุนัขที่เป็นมาตรฐาน ข้อมูลที่ได้ส่วนใหญ่จะนำมาใช้ในเรื่องของปริมาณสัดส่วนของอาหารที่ต้องการในแต่ละวัน หรือขนาดสัดส่วนที่มีความเฉพาะเจาะจงในการนำมาใช้เพื่อให้เกิดความเหมาะสม เช่น การเลือกปลอกคอและสายจูงให้กับสุนัขขนาดใหญ่ก็มีความแตกต่างกับสุนัขขนาดเล็ก

การแบ่งขนาดของสุนัขตามน้ำหนักตัวสามารถแบ่งได้เป็น 3 ขนาด จากจำนวนสุนัขทั้งสิ้น 158 สายพันธุ์ ดังต่อไปนี้

| | | |
|----------------------|--------------------------|---------------------------|
| น้อยกว่า 11 กิโลกรัม | ตั้งแต่ 11 - 22 กิโลกรัม | มากกว่า 22 กิโลกรัมขึ้นไป |
| จำนวน 48 สายพันธุ์ | จำนวน 37 สายพันธุ์ | จำนวน 73 สายพันธุ์ |

ที่มา คณาจารย์ภาควิชาอายุรศาสตร์ คณะสัตวแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.2546.สุนัข.พิมพ์ครั้งที่

ที่ 8 ที่มา www.akc.org (สมาคมสุนัขแห่งอเมริกา American Kennel Club,AKC)

หมายเหตุ ในการบอกขนาดความสูง ใช้เกณฑ์มาตรฐานเมื่อสุนัขโตเต็มวัย ซึ่งอาจแตกต่างกันเล็กน้อยในแต่ละประเทศ โดยความสูงที่วัดคือระดับจากพื้นถึงช่วงจุดสูงสุดของหลังหรือหัวไหล่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเลือกประเภทและขนาดของผลิตภัณฑ์ที่มีความเฉพาะเจาะจงในโครงการ

ผลิตภัณฑ์ที่มีความเฉพาะเจาะจงในโครงการนี้ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ขนาดเดียวกันที่สุนัขทั้ง 3 ขนาดไม่สามารถใช้ร่วมกันได้ ทำให้มีความจำเป็นในการแบ่งขนาดของผลิตภัณฑ์ออกเป็น 3 ขนาดด้วยกัน หรือบางผลิตภัณฑ์นิยมใช้กับสุนัขขนาดใดขนาดหนึ่งเพียงขนาดเดียว

การเลือกประเภทและขนาดของแชมพูสำหรับสุนัขในโครงการ

การแบ่งประเภทของแชมพูในโครงการทำการแบ่งประเภทตามผลิตภัณฑ์เดิมของบริษัทที่มีความหลากหลายและครบถ้วน ส่วนในเรื่องของขนาดนั้น เลือกขนาดที่เป็นมาตรฐาน ขนาดที่นิยมวางจำหน่ายตามร้าน Pet Shop มากที่สุด คือ 250 ml. มาเป็นขนาดของผลิตภัณฑ์แชมพูสำหรับสุนัขในโครงการในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แชมพูสำหรับสุนัขนั้น ผู้ซื้อจะคำนึงถึงความดีในการอาบน้ำให้กับสุนัขของตนหรือจำนวนสุนัขที่เลี้ยงว่ามีจำนวนมากเท่าใดและต้องการแชมพูขนาดใดมากกว่า การคำนึงถึงว่าขนาดสุนัขของตนใหญ่ แล้วจึงเลือกซื้อแชมพูขนาดใหญ่ตาม

การเลือกประเภทและขนาดของอาหารเม็ดสำหรับสุนัขในโครงการ

การแบ่งประเภทของอาหารเม็ดสำหรับสุนัขนั้นในเบื้องต้นทุกตราสินค้าจะแบ่งจากอายุของสุนัขก่อน โดยบริษัทที่มีขนาดใหญ่และได้รับความนิยมก็จะมี การแบ่งประเภทของสุนัขต่อจากการแบ่งอายุของสุนัขอีกที เพื่อที่จะสามารถครอบคลุมกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึงและสามารถถือครองส่วนแบ่งตลาดได้ดีมากยิ่งขึ้น

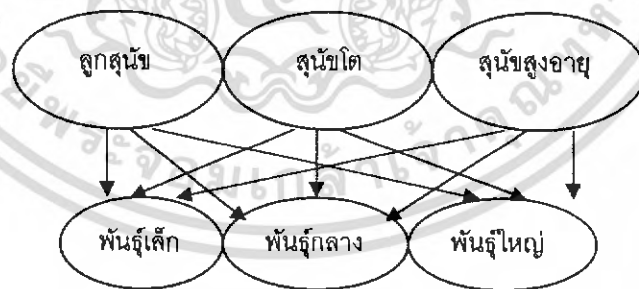
แผนภาพแสดงการแบ่งประเภทของอาหารเม็ดสำหรับสุนัข

- บริษัทขนาดเล็ก

(แบ่งประเภทอาหารเม็ดตามอายุ)

- บริษัทขนาดกลาง-ใหญ่

(แบ่งประเภทอาหารเม็ดตามสายพันธุ์)



การเลือกออกแบบผลิตภัณฑ์อาหารเม็ดในโครงการนั้น จะทำการเลือกการแบ่งประเภทในรูปแบบบริษัทขนาดเล็กก่อน ซึ่งถือว่าเป็นขั้นเริ่มต้นในการผลิตอาหารเม็ดออกสู่ตลาด เพื่อให้เกิดความเหมาะสมทางด้านการลงทุนและลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นต่อไปในอนาคตได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเลือกขนาดของทรายอนามัยสำหรับสุนัขในโครงการ

เนื่องจากทรายอนามัยเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ภายในที่อยู่อาศัย (ภายในบ้านพัก) ผู้บริโภคใช้ทรายอนามัยกับสุนัขที่มีขนาดเล็กที่เลี้ยงไว้ในที่พักอาศัยของตนเท่านั้น ผลิตภัณฑ์ทรายอนามัยจึงไม่มีการจำหน่ายในปริมาณที่มากมายแต่อย่างใด โดยปกติแล้วขนาดมาตรฐานที่มีจำหน่ายและมีความเหมาะสมต่อการใช้งานคือขนาด 2.5 กิโลกรัม จึงเป็นขนาดที่เลือกมาทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในโครงการ และใช้งานสำหรับสุนัขขนาดเล็กที่เลี้ยงไว้ในที่พักอาศัยเท่านั้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.4 วิเคราะห์และสรุปความต้องการของผู้บริโภคที่มีผลต่อการออกแบบ

จากการศึกษาข้อมูลผู้บริโภคและข้อมูลผู้นำเข้ามา สามารถนำมาสรุปเป็นแนวทางการออกแบบของโครงการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับผู้บริโภคได้ดังต่อไปนี้

1. การออกแบบโดยคำนึงถึงโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์
 - ทำการออกแบบให้มีความเหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้งานผลิตภัณฑ์ต่างๆ รวมถึงการปรับเปลี่ยนแก้ไขในส่วนของการใช้งานที่ยังไม่เหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมายในโครงการ
 - มีการเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมกับลักษณะทางกายภาพของสินค้าแต่ละประเภทโดยที่ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อคนและสุนัข
 - เพิ่มเติมในส่วนของการใช้งานรูปแบบใหม่หรือการใช้งานเสริมเข้าไปในบรรจุภัณฑ์เพื่อให้มีการใช้งานบรรจุภัณฑ์ของสินค้าได้เต็มรูปแบบและคุ้มค่ากับวัสดุที่เสียไป
2. การออกแบบโดยคำนึงถึงประเภทของสุนัข
 - ทำการออกแบบให้ผลิตภัณฑ์มีความสามารถในการใช้งานที่สะดวกตรงตามประเภทของสุนัขนั้นๆ และเหมาะสมกับสุนัขมากที่สุด ซึ่งสุนัขนั้นถือได้ว่าเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่สำคัญอีกกลุ่มหนึ่ง
3. การออกแบบโดยคำนึงถึงกราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์
 - มีภาพลักษณ์ที่แสดงถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน โดยเลือกใช้รูปภาพและตัวอักษรที่สามารถสื่อถึงความเป็นวัยรุ่นและวัยทำงานสมัยใหม่ได้เป็นอย่างดี
 - มีข้อมูลที่แสดงถึงความพิเศษของผลิตภัณฑ์บางชนิดที่มีลักษณะการใช้งานในรูปแบบที่แตกต่างออกไปจากท้องตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น
 - สามารถแยกประเภทของผลิตภัณฑ์ได้ง่าย เพื่อไม่ให้เกิดความสับสนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์มาใช้งาน
 - มีกราฟฟิคที่บ่งบอกถึงผลิตภัณฑ์ที่เป็นอันตรายต่อคนอย่างชัดเจนเพื่อเป็นการช่วยเตือนเรื่องความปลอดภัยให้แก่ผู้บริโภคอีกทางหนึ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 ข้อมูลทางการตลาด

ข้อมูลการตลาดเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยบอกถึงความต้องการในการบริโภคสินค้าของผู้บริโภคว่ามีอยู่มากน้อยเพียงใด ตลอดจนแนวโน้มของตลาดที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

ส่วนประกอบที่สำคัญของข้อมูลทางการตลาดมีดังต่อไปนี้

2.4.1 ขนาดของตลาดและแนวโน้มของตลาด

2.4.2 ข้อมูลการจัดจำหน่าย

2.4.3 ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย

2.4.4 วิเคราะห์และสรุปข้อมูลที่มีผลต่อการออกแบบ

2.4.1 ขนาดของตลาดและแนวโน้มของตลาด

ในปัจจุบันตลาดผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัขกำลังเป็นที่นิยม เนื่องจากความหลากหลายของสายพันธุ์สุนัขที่มีให้เลือกอย่างมากมายจนเกิดความนิยมชมชอบในสายพันธุ์นี้ๆ ตลาดผลิตภัณฑ์ประเภทนี้จึงเริ่มเป็นที่สนใจและได้รับการตอบสนองจากผู้บริโภคมากขึ้นเรื่อยๆ ตามความนิยมในตัวสุนัข อีกทั้งความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ยังช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจและอยากที่จะทดลองใช้ตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ นั้นด้วย

ดังที่กล่าวไว้จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันการเลี้ยงสุนัขกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก นอกจากผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัขแล้วยังก่อให้เกิดธุรกิจบริการเกี่ยวกับสุนัขขึ้นอย่างมากมายทั้งโรงพยาบาลสุนัข ร้านตัดแต่งขนสุนัข โรงเรียนฝึกสอนสุนัข โรงแรมสุนัข แม้กระทั่งสปา (SPA) สำหรับสุนัข ฯลฯ สิ่งที่เกิดขึ้นเหล่านี้ล้วนเป็นผลที่เกิดมาจากกระแสความนิยมในตัวสุนัขทั้งนั้น มูลค่าของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสุนัขนั้น ในปี 2546 ที่ผ่านมามีมูลค่ามากกว่า 3,300 ล้านบาท และมีอัตราการเติบโตปีละ 15% ทำให้มีแนวโน้มที่ดีในการเพิ่มโอกาสในการกระจายและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด

2.4.2 ข้อมูลการจัดจำหน่าย

การจัดจำหน่าย ณ ปัจจุบันนั้นสามารถแบ่งการจัดจำหน่ายเป็น 2 ช่องทางใหญ่คือ

1. การวางจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ตต่างๆ เช่น The Mall, Big C, Lotus, Carrefour, Makro, Jusco, Tops, Foodland โดยที่การจัดจำหน่ายประเภทนี้ส่วนมากการจัดวางจะวางตามกลุ่มของผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยง

- และมีการแบ่งประเภทของบริเวณนี้อีกครั้ง เช่น แชมพูก็จะวางกับกลุ่มแชมพู อาหารจะวางกับกลุ่มอาหาร
2. การวางจำหน่ายในร้านค้าที่เกี่ยวกับสุนัขโดยตรง เช่น ร้านค้าผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยง คลินิกสัตว์ รวมถึงการออกร้านในงานมหกรรมสุนัขต่างๆ สถานที่เหล่านี้สามารถที่จะจัดวางเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ของบริษัทเองได้ เพื่อช่วยในการสร้างแรงดึงดูดใจ และเกิดความสนใจในผลิตภัณฑ์ได้ดีมากยิ่งขึ้น

2.4.3 ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายของโครงการนั้นเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท โดยที่มุ่งเน้นไปยังกลุ่มวัยรุ่นถึงวัยทำงานตอนต้นที่อยู่ในช่วงอายุ 18-28 ปี ทั้งเพศชายและเพศหญิง พฤติกรรมการซื้อและการใช้ของกลุ่มเป้าหมายส่วนมากจะเป็นบุคคลเดียวกัน ซึ่งผู้ที่เลือกซื้อนั้นก็จะเป็นผู้ได้ตรงตรงถึงการใช้งานของตนเองว่ามีความสะดวกและชื่นชอบมากน้อยเพียงใดก่อนที่จะนำไปใช้กับสุนัขของตน

ลักษณะนิสัยของกลุ่มเป้าหมาย

- ให้ความสนใจในการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อยู่เสมอ
- นิยมชมชอบความทันสมัย
- ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการดำเนินชีวิต
- ใช้จ่ายง่าย ยึดความชอบของตนเป็นหลัก

ลักษณะพิเศษของกลุ่มเป้าหมาย

- ชอบเลี้ยงสัตว์ รักและเมตตากับสัตว์
- ให้ความสำคัญและเอาใจใส่กับสุนัขของตนเป็นอย่างดี

2.4.4 วิเคราะห์และสรุปข้อมูลที่มีผลต่อการออกแบบ

จากข้อมูลทางด้านการตลาดในหัวข้อที่กล่าวมาข้างต้น สามารถนำมาสรุปเป็นแนวทางการออกแบบในโครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัขภายใต้บริษัท แบริ่ง เพ็ทแคร์ ได้ดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ออกแบบโดยคำนึงถึงสภาวะและแนวโน้มของตลาด
 - เนื่องจากสภาวะของตลาดที่มีการแข่งขันสูง ผลิตภัณฑ์ยี่ห้อต่างๆ เกิดขึ้นมากมาย การออกแบบจึงควรเน้นไปที่การสร้างจุดขายที่แตกต่างให้แก่ตัวผลิตภัณฑ์ เพราะเพียงแค่ว่าคุณภาพยังไม่เพียงพอต่อการแข่งขันในตลาด ณ ปัจจุบัน
 - การเพิ่มช่องทางการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายใหม่ที่มีการเจาะจงมากขึ้นกว่ากลุ่มเป้าหมายเดิม ในการออกแบบจึงควรสร้างความแตกต่างอย่างชัดเจน เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นช่องทางใหม่ เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบกับตัวผลิตภัณฑ์เดิม

2. ออกแบบโดยคำนึงถึงสภาพแวดล้อมและสถานที่ในการจัดจำหน่าย
 - จากรูปแบบการจัดจำหน่ายภายในห้างสรรพสินค้าที่มีการจัดวางแยกประเภทของสินค้า ทำให้การออกแบบมีความจำเป็นในการสร้างภาพลักษณ์ที่โดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่งอื่นๆ อย่างชัดเจน แต่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ร่วมกับตัวผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นๆ
 - สำหรับรูปแบบการจัดจำหน่ายที่สามารถวางเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ของบริษัทเองนั้นเพื่อความสะดวกและเหมาะสมมากยิ่งขึ้น จึงทำการออกแบบชั้นวางผลิตภัณฑ์ในโครงการทั้งหมด โดยที่เมื่อจัดวางรวมกันแล้วสามารถสร้างแรงดึงดูดใจต่อผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

3. ออกแบบโดยคำนึงถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย
 - จากการที่มุ่งเน้นไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น การออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงควรให้ความสำคัญกับการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้ซึ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้นให้มาก เพื่อให้สามารถเข้าถึงความต้องการของผู้ใช้ซึ่งถือเป็นส่วนที่สำคัญในการตัดสินใจซื้อของกลุ่มเป้าหมายด้วย
 - จากลักษณะของกลุ่มเป้าหมายซึ่งในปัจจุบันถือว่าเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาค่อนข้างสูง ทำให้การออกแบบนอกจากภาพลักษณ์ภายนอกแล้ว คุณภาพของตัวสินค้าเองและการใช้งานที่เหมาะสมก็ถือว่าเป็นอีกส่วนหนึ่งที่ต้องให้ความสำคัญในการออกแบบด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5 ข้อมูลทางด้านคู่แข่ง

ข้อมูลทางด้านคู่แข่ง ถือเป็นข้อมูลที่มีความสำคัญในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้มีคุณภาพที่สามารถแข่งขันในท้องตลาดได้เป็นอย่างดี สิ่งที่มีความสำคัญในการศึกษาข้อมูลทางด้านนี้ คือ การศึกษาถึงข้อดี ข้อเสียของคู่แข่งให้ชัดเจน เพื่อที่จะได้มองเห็นช่องทางในการผลิตและพัฒนาสินค้ารวมทั้งบรรจุภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ส่วนประกอบที่สำคัญของข้อมูลทางด้านคู่แข่งมีดังต่อไปนี้

2.5.1 ลักษณะคู่แข่งในตลาดโดยรวม

2.5.2 ข้อมูลคู่แข่งทางตรง จำแนกตามตราสินค้า

2.5.3 ข้อมูลคู่แข่งทางการตลาด จำแนกตามประเภทสินค้า

2.5.4 วิเคราะห์เปรียบเทียบข้อดีข้อเสียและตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง

2.5.5 วิเคราะห์และสรุปข้อมูลที่มีผลต่อการออกแบบ

2.5.1 ลักษณะคู่แข่งในตลาดโดยรวม

คู่แข่งในโครงการออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข มีหลายบริษัทที่ผลิตสินค้าออกมามากมายหลากหลายเพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างครบถ้วน แต่ผลิตภัณฑ์อาหารเม็ดนั้น คู่แข่งทางการตลาดจะแตกต่างออกไปจากผลิตภัณฑ์อื่นๆ เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความจำเป็นและมีความต้องการมากที่สุด เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ค่อนข้างเฉพาะเจาะจงจนถึงเป็นปัจจัยหลักของสุนัข รวมทั้งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าทางการตลาดสูงที่สุด ผู้ผลิตอาหารสุนัขส่วนใหญ่ก็จะมุ่งพัฒนาแต่ผลิตภัณฑ์ของตนให้เป็นเลิศ ดังนั้นในการศึกษาถึงข้อมูลคู่แข่งทางการตลาดนี้ จะขอแยกผลิตภัณฑ์อาหารเม็ดสำหรับสุนัขมาทำการศึกษาคู่แข่งอย่างเฉพาะเจาะจงตามความสำคัญและความแตกต่างของคู่แข่งที่มีอยู่ในท้องตลาดจากผลิตภัณฑ์อื่นๆ ในโครงการ

คู่แข่งผลิตภัณฑ์ในโครงการทั้งหมด

ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการนี้เป็นการนำผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยม รวมทั้งผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่ผลิตออกมาตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยมีเพียง 5-6 บริษัทเท่านั้นที่ผลิตสินค้าออกมาจำหน่ายมากกว่า 1 ชนิด (สินค้าในโครงการ) ส่วนมากจะผลิตสินค้าอย่างเฉพาะเจาะจงตามความถนัดและศักยภาพของบริษัทเอง สำหรับประเภทของผลิตภัณฑ์ที่แต่ละบริษัทได้ทำการผลิตออกมาภายใต้ตราสินค้าต่างๆ สามารถแสดงได้ตามตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2.5-1 แสดงประเภทผลิตภัณฑ์ที่แต่ละตราสินค้าได้ทำการผลิตออกสู่ตลาด ณ ปัจจุบัน

| | แชมพู | น้ำยาขัดหู | ลูกกลิ้งเก็บขน | ทรายอนามัย | ปลอกคอ+สายจูง | ยากันยุง | ชุดตกแต่งขน | ขนมอบเคี้ยว | ของเล่นต่างๆ |
|-----------------|-------|------------|----------------|------------|---------------|----------|-------------|-------------|--------------|
| สลิดกี้ | ✓ | ✓ | | | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ |
| เซนการ์ด | ✓ | | | | | | | | |
| HARTZ | ✓ | | | | | | | | |
| Ostech | ✓ | | | | | | | | |
| เมจิก้า | ✓ | | | | ✓ | | | | |
| Buddy | ✓ | | | | | | | | |
| Hobbyy | ✓ | | | | | | | | |
| Amadeus | ✓ | | | ✓ | ✓ | | | | |
| BOK DOK | | | | | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ |
| PRO EAR | | ✓ | | | | | | | |
| 3M | | | ✓ | | | | | | |
| PET HAIR PIC-UP | | | ✓ | | | | | | |
| Doggy Man | | | | | | | ✓ | ✓ | |
| Puppe | | | | | ✓ | | ✓ | | ✓ |
| Bux Away | | | | | | ✓ | | | |
| Evercare | | | ✓ | | | | | | |
| R-7 | | ✓ | | | | | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คู่แข่งผลิตภัณฑ์อาหารเม็ดสำหรับสุนัข

สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารเม็ดสำหรับสุนัขนั้น คู่แข่งทางการตลาดจะแตกต่างออกไปจากผลิตภัณฑ์อื่นๆ เนื่องจากผู้ผลิตส่วนใหญ่จะมีความชำนาญโดยเริ่มต้นมาจากการผลิตอาหารสำหรับสุนัขโดยตรง รวมทั้งบริษัทที่ผลิตอาหารเม็ดสำหรับสุนัข ส่วนมากก็จะออกผลิตภัณฑ์อาหารเม็ดเพียงประเภทเดียว แต่อาจจะหลากหลายในเรื่องของชนิดของอาหารทำให้มีความจำเป็นในการแยกศึกษา คู่แข่งของอาหารเม็ดโดยตรงซึ่งมีบริษัทผู้ผลิตอยู่เป็นจำนวนมาก สามารถแสดงคู่แข่งที่สำคัญในตลาด ณ ปัจจุบัน ได้ดังต่อไปนี้

- | | | |
|---------------|-----------------------|---------|
| - Eukanuba | - Hill's Science Diet | - Nutro |
| - Royal Canin | - Pro Plan | - Alpo |
| - Pedigree | - C.P. | - Gusto |




เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.2 ข้อมูลคู่แข่งทางตรง จำแนกตามตราสินค้า

จากภาพรวมของคู่แข่งในตลาดโดยรวมจะสังเกตได้ว่า มีคู่แข่งในตลาดเพียง 6 รายเท่านั้นที่ผลิตสินค้ามากกว่า 2 ชนิดขึ้นไป ดังนั้นการเปรียบเทียบคู่แข่งจำแนกตามตราสินค้า จะพิจารณาเฉพาะคู่แข่งที่ผลิตสินค้ามากกว่า 2 ชนิดขึ้นไป ซึ่งถือว่าเป็นคู่แข่งที่สำคัญในการทำตลาดที่คล้ายคลึงกันคือ มีการผลิตสินค้าหลากหลายชนิด




ตารางที่ 2.5-2 แสดงการเปรียบเทียบภาพรวมของคู่แข่งทางตรง จำแนกตามตราสินค้า

| ชื่อสินค้า | ลักษณะของผลิตภัณฑ์ | สถานที่จัดจำหน่าย |
|--|---|--|
| <p>SLEEKY</p>  <p>ห้างหุ้นส่วนจำกัด อันเตอร์ กรุ๊ป ระดับผู้บริโภคร C+ ถึง B+</p>   | <p>-เป็นบริษัทที่ผลิตและจัดจำหน่ายของคนไทย</p> <p>-ตราสินค้ามีชื่อเสียงมาก และได้รับความนิยมสูง ถือเป็นคู่แข่งที่สำคัญที่สุด</p> <p>-ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย สินค้าที่เป็นคู่แข่งกับผลิตภัณฑ์ในโครงการคือ แชมพู, น้ำยาเช็ดหู, ปลอกคอ+สายจูง, ชุดตกแต่งขน, ขนผมขบเคี้ยว, ของเล่น</p> <p><u>ลักษณะบรรจุภัณฑ์ด้านโครงสร้าง</u></p> <p>-โครงสร้างของขวดค่อนข้างเรียบง่ายแต่ดูทันสมัย</p> <p>-ด้านหน้าดูเป็นขวดทรงสูงใหญ่แต่ด้านข้างค่อนข้างบาง</p> <p><u>ลักษณะบรรจุภัณฑ์ด้านกราฟฟิก</u></p> <p>-ลวดลายและสีสันทูที่ดูทันสมัยรวมทั้งมีภาพประกอบ</p> <p>-แบ่งแยกชนิดของแชมพูได้ค่อนข้างชัดเจนโดยการใช้สีสันทูและรูปภาพ</p> | <p>-Pet Shop</p> <p>- Department Store</p> <p>- Hypermarket</p> <p>- Cash & Carry</p> <p>- Supermarket</p> |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ชื่อสินค้า | ลักษณะของผลิตภัณฑ์ | สถานที่จัดจำหน่าย |
|--|--|--|
| <p data-bbox="319 336 446 380">BOK DOK</p>  <p data-bbox="247 728 518 817">บริษัท เพ็ทซัพพลาย จำกัด ระดับผู้บริโภค C ถึง B+</p>   | <p data-bbox="622 336 1005 481">-เป็นบริษัทที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ต่างๆ ทั้งที่นำเข้าจากต่างประเทศ และผลิตภายในประเทศ</p> <p data-bbox="622 492 1005 739">-ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย สินค้าที่เป็นคู่แข่งกับผลิตภัณฑ์ใน โครงการคือ ปลอกคอ+สายจูง, ชุด ตกแต่งขน, ขนมอบเดียว, ของเล่น ,อาหารเม็ด</p> <p data-bbox="622 795 1005 840"><u>ลักษณะบรรจุภัณฑ์ด้านโครงสร้าง</u></p> <p data-bbox="622 851 1005 940">-โครงสร้างส่วนใหญ่จะเป็นบรรจุ ภัณฑ์ แบบมาตรฐานทั้งสิ้น</p> <p data-bbox="622 996 1005 1041"><u>ลักษณะบรรจุภัณฑ์ด้านกราฟฟิก</u></p> <p data-bbox="622 1052 1005 1198">-สินค้าเกือบทั้งหมดจะใช้กราฟฟิก เดียวกันโดยจะเปลี่ยนแค่ชื่อหมวด ของผลิตภัณฑ์</p> <p data-bbox="622 1209 1005 1299">-รูปแบบกราฟฟิกที่ไม่หลากหลายทำ ให้ไม่เกิดความน่าสนใจเท่าที่ควร</p> | <p data-bbox="1021 336 1125 380">-Pet Shop</p> <p data-bbox="1021 392 1173 436">- Hypermarket</p> <p data-bbox="1021 448 1173 492">- Supermarket</p> |



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ชื่อสินค้า | ลักษณะของผลิตภัณฑ์ | สถานที่จัดจำหน่าย |
|---|--|---|
| <p data-bbox="327 347 446 376">AMADEUS</p>  <p data-bbox="233 719 544 853">นำเข้าและจัดจำหน่ายโดย ห้างหุ้นส่วนจำกัด อันเตอร์ กรุ๊ป ระดับผู้บริโภค B ถึง A</p>   | <p data-bbox="630 347 973 584">-เป็นบริษัทที่นำเข้าจากต่างประเทศ -ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย สินค้าที่เป็นคู่แข่งกับผลิตภัณฑ์ใน โครงการคือ แชมพู, ทราयोอนามัย, ปลอกคอ+สายจูง</p> <p data-bbox="630 651 962 685"><u>ลักษณะบรรจุภัณฑ์ด้านโครงสร้าง</u></p> <p data-bbox="630 703 997 940">-โครงสร้างของแชมพูจะเป็นหลอด พลาสติกวงกว้างเพื่อสะดวกในการ ใช้งานเมื่อสินค้าใกล้ที่จะหมด -โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์อื่นๆจะเป็น บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน</p> <p data-bbox="630 1008 954 1041"><u>ลักษณะบรรจุภัณฑ์ด้านกราฟฟิก</u></p> <p data-bbox="630 1059 989 1238">-มีการใช้รูปของสุนัขในการปก รวมทั้งสีสันเน้นให้เกิดความรู้สึกทาง ด้านคุณภาพ และความสะอาดเป็น หลัก</p> <p data-bbox="630 1256 986 1435">-แบ่งแยกชนิดของแชมพูได้ค่อนข้าง ชัดเจนด้วยการใช้สีที่ค่อนข้างน้อย และรูปภาพที่ช่วยสื่อประเภทของ สุนัข</p> | <p data-bbox="1024 347 1177 427">-Pet Shop -Hypermarket</p> |

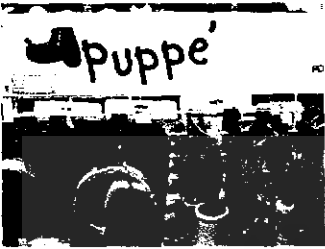

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ชื่อสินค้า | ลักษณะของผลิตภัณฑ์ | สถานที่จัดจำหน่าย |
|---|---|--|
| <p data-bbox="331 344 432 376">MAGICA</p>  <p data-bbox="252 763 512 846">บริษัท แมจิก้า จำกัด ระดับผู้บริโภค D+ ถึง C+</p>  | <p data-bbox="628 344 986 584">-เป็นบริษัทที่ผลิตและจัดจำหน่ายเอง ภายในประเทศ -สินค้าที่เป็นคู่แข่งกับผลิตภัณฑ์ใน โครงการคือ แชมพู, ปลอกคอ+สาย จูง</p> <p data-bbox="628 651 986 685"><u>ลักษณะบรรจุภัณฑ์ด้านโครงสร้าง</u></p> <p data-bbox="628 703 986 943">-โครงสร้างของขวดแชมพูจะมี ลักษณะแบนและกว้าง ค่อนข้างกิน พื้นที่ในการจัดวาง -โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์อื่นจะเป็น บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน</p> <p data-bbox="628 1010 986 1043"><u>ลักษณะบรรจุภัณฑ์ด้านกราฟิก</u></p> <p data-bbox="628 1061 986 1391">-ใช้ความหลากหลายของสายพันธุ์ สุนัขในการแสดงให้เห็นถึงชนิดของ แชมพูที่มีความครบครันสำหรับสุนัข ทุกประเภท -ใช้สีสันในการแบ่งชนิดของแชมพูได้ ค่อนข้างชัดเจน แต่ตัวอักษรที่บอก ชนิดของแชมพูขาดความชัดเจน</p> | <p data-bbox="1018 344 1177 488">-Pet Shop - Hypermarket - Supermarket</p> |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ชื่อสินค้า | ลักษณะของผลิตภัณฑ์ | สถานที่จัดจำหน่าย |
|---|--|--|
| <p data-bbox="309 344 459 376">DOGGY MAN</p>  <p data-bbox="256 779 517 913">นำเข้าและจัดจำหน่ายโดย บริษัท พอส เพ็ท จำกัด ระดับผู้บริโภคร B ถึง A</p>  | <p data-bbox="632 344 975 584">-เป็นบริษัทที่นำเข้าจากต่างประเทศ -ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย สินค้าที่เป็นคู่แข่งกับผลิตภัณฑ์ใน โครงการคือ ชูดตงแต่งขน, ขนมอบ เคี้ยว</p> <p data-bbox="632 651 959 683"><u>ลักษณะบรรจุภัณฑ์ด้านโครงสร้าง</u></p> <p data-bbox="632 703 959 786">-โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ทุกชนิด เป็นบรรจุภัณฑ์แบบมาตรฐาน</p> <p data-bbox="632 853 951 884"><u>ลักษณะบรรจุภัณฑ์ด้านกราฟฟิก</u></p> <p data-bbox="632 904 991 1032">-ใช้สีส้มและสีขาวที่มีความสดใส ในการดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค ได้เป็นอย่างดี</p> <p data-bbox="632 1055 991 1234">-เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าตัว อักษรต่างๆจึงยังไม่มีมีการปรับเปลี่ยน มาใช้ตัวอักษรภาษาไทย ยกแก่การ ที่ผู้บริโภคจะเข้าใจ</p> | <p data-bbox="1023 344 1126 376">-Pet Shop</p> |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ชื่อสินค้า | ลักษณะของผลิตภัณฑ์ | สถานที่จัดจำหน่าย |
|--|--|--|
| <p data-bbox="331 342 419 371">PUPPE</p>  <p data-bbox="252 728 504 864">จัดจำหน่ายโดย บริษัท พัพพี จำกัด ระดับผู้บริโภค D+ ถึง C+</p>  | <p data-bbox="619 342 979 577">-เป็นบริษัทที่ผลิตและจัดจำหน่ายเอง ภายในประเทศ -สินค้าที่เป็นคู่แข่งกับผลิตภัณฑ์ใน โครงการคือ ปลอกคอ+สายจูง, ชุด ตกแต่งขน, ของเล่นต่างๆ</p> <p data-bbox="619 696 979 887"><u>ลักษณะบรรจุภัณฑ์ด้านโครงสร้าง</u> -โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดจะ เป็นโครงสร้างแบบมาตรฐาน เพราะ มีราคาค่อนข้างถูก</p> <p data-bbox="619 949 979 1240"><u>ลักษณะบรรจุภัณฑ์ด้านกราฟฟิก</u> -ไม่มีการใช้สีสันและลวดลายที่ มากมายแต่อย่างใด มีเพียงตัวโลโก้ เท่านั้นที่แสดงให้เห็นเป็นภาพลักษณ์ -ไม่มีการบ่งบอกถึงชนิดประเภทของ ผลิตภัณฑ์นั้นๆ</p> | <p data-bbox="1011 342 1171 421">-Pet Shop - Hypermarket</p> |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.3 ข้อมูลคู่แข่งทางการตลาดจำแนกตามประเภทสินค้า



จากภาพรวมของคู่แข่งทางการตรงที่เราได้เห็นมาแล้วในหัวข้อ 2.5.2 ในหัวข้อ 2.5.3 นี้จะกล่าวถึงรายละเอียดของคู่แข่งในเชิงลึกมากยิ่งขึ้น เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อดีข้อเสียของคู่แข่งในหัวข้อ 2.5.4 ต่อไป

ในการศึกษารายละเอียดโดยการจำแนกตามประเภทสินค้านั้น สามารถให้ความชัดเจนในรายละเอียดต่างๆ ได้มากขึ้น ถือเป็นกาเพิ่มเติมจากขั้นตอนการเก็บข้อมูลคู่แข่งทางการตรง ในหัวข้อ 2.5.2 ซึ่งแสดงไว้ในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2.5-3 ตารางแสดงข้อมูลคู่แข่งทางการตลาดจำแนกตามประเภทสินค้า

หมวดทำความสะอาด

1. แชมพูสำหรับสุนัข

| | | |
|------------------|---|--|
| ชื่อสินค้า | SLEEKY |  |
| สูตร/กลิ่น/รส | สุนัขขนสั้น / สุนัขขนยาว / ลูกสุนัข / บำบัดอาการทางผิวหนัง / สุนัขขนสั้นบำรุงขน / สุนัขขนยาวบำรุงขน | |
| ขนาด(ราคาบาท) | 150 ml. (40) / 350 ml. (75) / 1000 ml. (200) | |
| จุดเด่นของสินค้า | ดูทันสมัย สะอาดและสวยงาม | |
| บรรจุภัณฑ์ | ขวดพลาสติก HDPE ฝา Flip-Top พลาสติก PP | |
| กราฟฟิก | ฉลากสติ๊กเกอร์พิมพ์ 4 สี ระบบ Offset | |
| บริษัท | หจก. อันเตอร์ กรุ๊ป | |
| ชื่อสินค้า | CHAINGARD |  |
| สูตร/กลิ่น/รส | อาบบ่อย / บรรเทาอาการคัน / สุนัขเล็ก / สุนัขใหญ่ | |
| ขนาด(ราคาบาท) | 200 ml. (50) / 350 ml. (80) | |
| จุดเด่นของสินค้า | สะอาด น่าเชื่อถือ | |
| บรรจุภัณฑ์ | ขวดพลาสติก HDPE ฝา Flip-Top พลาสติก PP | |
| กราฟฟิก | ฉลากพิมพ์บนฟิล์มหูด พิมพ์ 4 สี ระบบ Offset | |
| บริษัท | บริษัท เซอร์วิวด เคมีคอล จำกัด | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| | | |
|------------------|---|--|
| ชื่อยี่ห้อ | HARTZ |  |
| สูตร/กลิ่น/รส | All Purpos /Puppy /Conditioning /Oatmeal /Medicated /Whitener | |
| ขนาด(ราคาบาท) | 355 ml. (220) | |
| จุดเด่นของสินค้า | สีส้ม กราฟฟิกดูน่าสนใจ ผลิตภัณฑ์นำเข้า | |
| บรรจุภัณฑ์ | ขวดพลาสติกใส PVC ฝา Flip-Top พลาสติกPP | |
| กราฟฟิก | ฉลากสติ๊กเกอร์พิมพ์ 4 สี ระบบ Offset | |
| บริษัท | บริษัท เบ็ทเทอร์ฟาร์มา จำกัด ผู้นำเข้าและจัดจำหน่าย | |
| ชื่อยี่ห้อ | OSTECH |  |
| สูตร/กลิ่น/รส | Fruity/Orange/Strawberry/Cantaloupe/Blueberry/Apple/Lychee | |
| ขนาด(ราคาบาท) | 200 ml. (65) / 400 ml. (90) | |
| จุดเด่นของสินค้า | สีส้ม กราฟฟิกดูน่าสนใจ กลิ่นผลไม้ | |
| บรรจุภัณฑ์ | ขวดพลาสติก HDPE ฝา Flip-Top พลาสติก PP | |
| บริษัท | บริษัท ออสเทค (ประเทศไทย) จำกัด | |
| ชื่อยี่ห้อ | MAGIGA |  |
| สูตร/กลิ่น/รส | ขนสั้น/ขนยาว/ลูกสุนัข/กำจัดเห็บหมัด/ดับกลิ่นตัว | |
| ขนาด(ราคาบาท) | 600 ml. (80) | |
| จุดเด่นของสินค้า | สีส้มสดใสราคาประหยัด | |
| บรรจุภัณฑ์ | ขวดพลาสติก HDPE ฝา Flip-Top พลาสติก PP | |
| บริษัท | บริษัท เมจิก้า จำกัด | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| | | |
|------------------|---|---|
| ชื่อสินค้า | BUDDY |  |
| สูตร/กลิ่น/รส | ลูกสุนัข/สุนัขโต/ฆ่าเชื้อแบคทีเรีย/กำจัดเห็บหมัด | |
| ขนาด(ราคาบาท) | 300 ml. (60) | |
| จุดเด่นของสินค้า | ดูน่าเชื่อถือ ประสิทธิภาพสูง | |
| บรรจุภัณฑ์ | ขวดพลาสติก HDPE ฝา Flip-Top พลาสติก PP | |
| กราฟฟิก | ฉลากสติ๊กเกอร์พิมพ์ 4 สี ระบบ Offset | |
| บริษัท | หจก.ฮันเตอร์ กรุป | |
| ชื่อสินค้า | HOBBYY |  |
| สูตร/กลิ่น/รส | ขนยาว/ขนสั้น/ลูกสุนัข/ระงับกลิ่นตัว/กำจัดเห็บหมัด | |
| ขนาด(ราคาบาท) | 500 ml. (80) | |
| จุดเด่นของสินค้า | สีสังกะสี น่าทดลอง | |
| บรรจุภัณฑ์ | ขวดพลาสติกใส PVC ฝา Flip-Top พลาสติกPP | |
| กราฟฟิก | ฉลากสติ๊กเกอร์พิมพ์ 4 สี ระบบ Offset | |
| บริษัท | หจก.ฮันเตอร์ กรุป | |
| ชื่อสินค้า | AMADEUS |  |
| สูตร/กลิ่น/รส | ลูกสุนัข/แมว/สุนัขโต/เด็ก/ผู้ใหญ่/เด็ก | |
| ขนาด(ราคาบาท) | 275 ml. (145) | |
| จุดเด่นของสินค้า | เป็นผลิตภัณฑ์นำเข้าเกรดพรีเมียม | |
| บรรจุภัณฑ์ | หลอดพลาสติก LDPE ฝา Flip-Top พลาสติกPP | |
| กราฟฟิก | พิมพ์ Silkscreen 3 สี ลงบนตัวหลอด | |
| บริษัท | นำเข้าโดย หจก.ฮันเตอร์ กรุป | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. นํ้ายาเช็ดหูสำหรับสุนัข

| | | |
|------------------|---|---|
| ชื่อสินค้า | SLEEKY |  |
| สูตร/กลิ่น/รส | โลชั่นเช็ดหู | |
| ขนาด(ราคาบาท) | 100 ml. (75) / 220 ml. (140) | |
| จุดเด่นของสินค้า | ดูเรียบง่าย สะอาดตา | |
| บรรจุภัณฑ์ | ขวดพลาสติก HDPE ฝา Flip-Top พลาสติก PP | |
| กราฟฟิก | ฉลากสติ๊กเกอร์พิมพ์ 2 สี ระบบ Offset | |
| บริษัท | หจก.ฮันเตอร์ กรุป | |
| ชื่อสินค้า | PRO EAR |  |
| สูตร/กลิ่น/รส | แผ่นโลชั่นเช็ดหู | |
| ขนาด(ราคาบาท) | 25 ชิ้น (199) | |
| จุดเด่นของสินค้า | เป็นผลิตภัณฑ์นำเข้า มีความน่าเชื่อถือ | |
| บรรจุภัณฑ์ | ขวดพลาสติก HDPE ฝา Flip-Top พลาสติก PP | |
| กราฟฟิก | ฉลากสติ๊กเกอร์พิมพ์ 4 สี ระบบ Offset | |
| บริษัท | TOPS PET PRODUCTS | |
| ชื่อสินค้า | R-7 |  |
| สูตร/กลิ่น/รส | โลชั่นเช็ดหู | |
| ขนาด(ราคาบาท) | 50 ml. (250) | |
| จุดเด่นของสินค้า | เป็นผลิตภัณฑ์นำเข้าจากสหรัฐอเมริกา มีความน่าเชื่อถือสูง | |
| บรรจุภัณฑ์ | ขวดพลาสติก HDPE ฝา Flip-Top พลาสติก PP | |
| กราฟฟิก | ฉลากสติ๊กเกอร์พิมพ์ 4 สี ระบบ Offset | |
| บริษัท | นำเข้าและจัดจำหน่ายโดย ShamuShamu Co.,Ltd. | |


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ลูกกลิ้งเก็บขนสุนัข

| | | |
|------------------|---------------------------------------|--|
| ชื่อสินค้า | 3M |  |
| สูตร/กลืน/รส | ลูกกลิ้งเก็บขนแผ่นกวาดจิกเปลี่ยนได้ | |
| ขนาด(ราคาบาท) | 30 แผ่น (125) | |
| จุดเด่นของสินค้า | แผ่นกวาดที่สามารถจิกเปลี่ยนได้ | |
| บรรจุภัณฑ์ | บลิสเตอร์แพค | |
| กราฟฟิค | พิมพ์ 4 สี ระบบ offset | |
| บริษัท | บริษัท 3M ประเทศไทย จำกัด | |
| ชื่อสินค้า | PET HAIR PICK-UP |  |
| สูตร/กลืน/รส | ลูกกลิ้งเก็บขนแผ่นกวาดจิกเปลี่ยนได้ | |
| ขนาด(ราคาบาท) | 30 แผ่น (170) | |
| จุดเด่นของสินค้า | เป็นผลิตภัณฑ์นำเข้า มีความน่าเชื่อถือ | |
| บรรจุภัณฑ์ | ฉลากม้วนรอบแผ่นกวาด | |
| กราฟฟิค | พิมพ์ 4 สี ระบบ offset | |
| บริษัท | The Evercare Company | |
| ชื่อสินค้า | EVERCARE |  Available in T-handle & Trav |
| สูตร/กลืน/รส | ลูกกลิ้งชนิดมีความเหนียวในตัว | |
| ขนาด(ราคาบาท) | รูปตัวที (300) | |
| จุดเด่นของสินค้า | ลูกกลิ้งชนิดพิเศษมีความเหนียวในตัว | |
| บรรจุภัณฑ์ | กล่องกระดาษ | |
| กราฟฟิค | พิมพ์ 4 สี ระบบ offset | |
| บริษัท | The Evercare Company | |


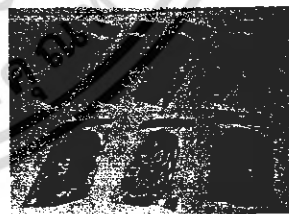
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ทรายอนามัยสำหรับสุนัข

| | | |
|------------------|--|--|
| ชื่อสินค้า | AMADEUS |  |
| สูตร/กลิ่น/รส | ไร้กลิ่นรบกวน | |
| ขนาด(ราคาบาท) | 2.27 kg. (65) / 5 kg. (120) | |
| จุดเด่นของสินค้า | เม็ดละเอียดจับตัวเป็นก้อน | |
| บรรจุภัณฑ์ | Primary Package ถุงกระดาษ Secondary Package กล่องกระดาษ | |
| กราฟฟิก | พิมพ์ 4 สี ระบบ offset | |
| บริษัท | นำเข้าโดย หจก.ฮันเตอร์ กรุ๊ป | |

หมวดของใช้

5. ปลอกคอก + สายจูงสำหรับสุนัข


| | | |
|------------------|--|--|
| ชื่อสินค้า | SLEEKY |  |
| สูตร/กลิ่น/รส | ชุดปลอกคอกและสายจูง | |
| ขนาด(ราคาบาท) | 20 mm. x 40 cm. + 120 cm. (180) | |
| จุดเด่นของสินค้า | รวมชุดปลอกคอกและสายจูงเข้าด้วยกัน | |
| บรรจุภัณฑ์ | บลิสเตอร์แพค | |
| กราฟฟิก | พิมพ์ 4 สี ระบบ offset | |
| บริษัท | หจก.ฮันเตอร์ กรุ๊ป |  |
| ชื่อสินค้า | MAGIGA | |
| สูตร/กลิ่น/รส | ปลอกคอกและสายจูงทอลาย | |
| ขนาด(ราคาบาท) | ปลอกคอก 20 mm. x 40 cm. (35) สายจูง 20 mm. x 120 cm. (35) | |
| จุดเด่นของสินค้า | เป็นสายทอหลอดลาย | |
| บรรจุภัณฑ์ | ซองพลาสติก | |
| กราฟฟิก | ฉลากพิมพ์ 2 สี ระบบ offset | |
| บริษัท | บริษัท เมจิก้า จำกัด | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



| | | |
|------------------|--|--|
| ชื่อสินค้า | AMADEUS |  |
| สูตร/กลิน/รส | ปลอกคอกป้องกันเห็บหมัด | |
| ขนาด(ราคาบาท) | ปลอกคอก 20 mm. x 40 cm. (90) | |
| จุดเด่นของสินค้า | ป้องกันเห็บหมัด | |
| บรรจุภัณฑ์ | กล่องกระดาษ Folding Carton | |
| กราฟฟิค | พิมพ์ 4 สี ระบบ offset | |
| บริษัท | นำเข้าโดย หจก.เอ็นเตอร์ กรุ๊ป | |
| ชื่อสินค้า | BOK DOK |  |
| สูตร/กลิน/รส | ปลอกคอกและสายจูง | |
| ขนาด(ราคาบาท) | ปลอกคอก 20 mm. x 40 cm. (35) สายจูง 20 mm. x 120 cm. (35) | |
| จุดเด่นของสินค้า | ราคาประหยัด | |
| บรรจุภัณฑ์ | บลิสเตอร์แพค | |
| กราฟฟิค | พิมพ์ 4 สี ระบบ offset | |
| บริษัท | บริษัท เพ็ชร์พลาย จำกัด | |
| ชื่อสินค้า | PUPPE |  |
| สูตร/กลิน/รส | ปลอกคอกปรับระดับ | |
| ขนาด(ราคาบาท) | ปลอกคอก 20 mm. x 40 cm. (80) สายจูง 20 mm. x 120 cm. (90) | |
| จุดเด่นของสินค้า | ปลอกคอกสามารถปรับระดับได้ | |
| บรรจุภัณฑ์ | ซองพลาสติก | |
| กราฟฟิค | ฉลากพิมพ์ 3 สี ระบบ offset | |
| บริษัท | บริษัท พีพี จำกัด | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



6. ยากันยุงสำหรับสุนัข

| | | |
|------------------|--|---|
| ชื่อสินค้า | BUX AWAY |  |
| สูตร/กลิ่น/รส | ปกป้องยุงร้ายได้ยาวนาน | |
| ขนาด(ราคาบาท) | 8 ขด (99) | |
| จุดเด่นของสินค้า | จุดได้นานถึง 15 ชั่วโมง | |
| บรรจุภัณฑ์ | Primary Package กล่องเหล็ก Secondary Package กล่องกระดาษ Folding Carton | |
| กราฟฟิค | พิมพ์ 4 สี ระบบ offset | |
| บริษัท | บริษัท สถาพร มาเก็ตติ้ง จำกัด | |

7. ชุดตกแต่งขนสำหรับสุนัข

| | | |
|------------------|--|---|
| ชื่อสินค้า | SLEEKY |  |
| สูตร/กลิ่น/รส | - | |
| ขนาด(ราคาบาท) | แปรงขนธรรมชาติ (180) แปรงสลิคเกอร์ (200) หวีซี่ละเอียด (135) | |
| จุดเด่นของสินค้า | รูปแบบที่ทันสมัย | |
| บรรจุภัณฑ์ | บลิสเตอร์แพค | |
| กราฟฟิค | พิมพ์ 4 สี ระบบ offset | |
| บริษัท | หจก. อันเตอร์ กรุ๊ป | |
| ชื่อสินค้า | BOK DOK |  |
| สูตร/กลิ่น/รส | - | |
| ขนาด(ราคาบาท) | แปรงขนธรรมชาติ (60) แปรงสลิคเกอร์ (65) หวีซี่ละเอียด (45) | |
| จุดเด่นของสินค้า | ราคาประหยัด | |
| บรรจุภัณฑ์ | ซองพลาสติกแบบมาตรฐาน | |
| กราฟฟิค | ฉลากพิมพ์ 4 สี ระบบ offset | |
| บริษัท | บริษัท เพ็ทซีพพลาย จำกัด | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| | | |
|------------------|--|---|
| ชื่อสินค้า | DOGGY MAN |  |
| สูตร/กลิน/รส | - | |
| ขนาด(ราคาบาท) | แปรงขนธรรมชาติ (220) แปรงสลิคเกอร์ (220) หวีซี่ละเอียด (150) | |
| จุดเด่นของสินค้า | เป็นผลิตภัณฑ์นำเข้าดูมีคุณภาพ | |
| บรรจุภัณฑ์ | บลิสเตอร์แพค | |
| กราฟฟีก | พิมพ์ 2 สี ระบบ offset | |
| บริษัท | นำเข้าและจัดจำหน่ายโดย บริษัท พอส เพ็ท จำกัด | |
| ชื่อสินค้า | PUPPE |  |
| สูตร/กลิน/รส | - | |
| ขนาด(ราคาบาท) | แปรงขนธรรมชาติ (170) แปรงสลิคเกอร์ (170) หวีซี่ละเอียด (100) | |
| จุดเด่นของสินค้า | มาตรฐานสูง ราคาประหยัด | |
| บรรจุภัณฑ์ | บลิสเตอร์แพค | |
| กราฟฟีก | พิมพ์ 2 สี ระบบ offset | |
| บริษัท | บริษัท พัพพี จำกัด | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้


หมวดอาหารและขนมขบเคี้ยว

8. ขนมขบเคี้ยวสำหรับสุนัข

| | | |
|------------------|---|--|
| ชื่อสินค้า | SLEEKY |  <p>S16029</p> |
| สูตร/กลิ่น/รส | นมอัดเม็ด | |
| ขนาด(ราคาบาท) | 100 g. (50) | |
| จุดเด่นของสินค้า | รูปแบบที่ทันสมัย | |
| บรรจุภัณฑ์ | Primary Package ของพลาสติก Secondary Package กล่องกระดาษ | |
| กราฟฟิก | พิมพ์ 4 สี ระบบ offset | |
| บริษัท | หจก.เอ็นเตอร์ กรุ๊ป | |
| ชื่อสินค้า | BOK DOK |  |
| สูตร/กลิ่น/รส | ขนมดับกลิ่นปาก | |
| ขนาด(ราคาบาท) | 100 g. (25) | |
| จุดเด่นของสินค้า | ราคาประหยัด | |
| บรรจุภัณฑ์ | ของพลาสติกมาตรฐาน | |
| กราฟฟิก | พิมพ์ 4 สี ระบบ offset | |
| บริษัท | บริษัท เพ็ทซัพพลาย จำกัด | |
| ชื่อสินค้า | DOGGY MAN |  |
| สูตร/กลิ่น/รส | บิสกิตเม็ด | |
| ขนาด(ราคาบาท) | 65 g. (40) | |
| จุดเด่นของสินค้า | เป็นผลิตภัณฑ์นำเข้าดูมีคุณภาพ | |
| บรรจุภัณฑ์ | ของพลาสติกมาตรฐาน | |
| กราฟฟิก | พิมพ์ 4 สี ระบบ offset | |
| บริษัท | นำเข้าและจัดจำหน่ายโดย บริษัท พอส เพ็ท จำกัด | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. อาหารเม็ดสำหรับสุนัข

| | | |
|------------------|--|--|
| ชื่อสินค้า | EUKANUBA |  |
| สูตร/กลิ่น/รส | สูตรลูกสุนัข/สูตรสุนัขโต/สูตรสุนัขอายุมาก | |
| ขนาด(ราคาบาท) | 1.8 kg. (300) / 7.5 kg. (800) | |
| จุดเด่นของสินค้า | อาหารสุนัขระดับซูเปอร์พรีเมียม | |
| บรรจุภัณฑ์ | ถุงพลาสติกมาตรฐาน | |
| กราฟฟิก | พิมพ์ 4 สี ระบบ offset | |
| บริษัท | นำเข้าและจัดจำหน่ายโดย บริษัท ออสแทม กู๊ดส์ จำกัด | |
| ชื่อสินค้า | HILL'S |  |
| สูตร/กลิ่น/รส | Puppy/Adult/Senior | |
| ขนาด(ราคาบาท) | 1.5 kg. (260) | |
| จุดเด่นของสินค้า | อาหารสุนัขระดับซูเปอร์พรีเมียม | |
| บรรจุภัณฑ์ | ถุงพลาสติกมาตรฐาน | |
| กราฟฟิก | พิมพ์ 4 สี ระบบ offset | |
| บริษัท | นำเข้าและจัดจำหน่ายโดย บริษัท เวท เรคคอม เมนต์ จำกัด | |
| ชื่อสินค้า | NUTRO |  |
| สูตร/กลิ่น/รส | สูตรลูกสุนัข/สุนัขโต/สุนัขสูงอายุ | |
| ขนาด(ราคาบาท) | 2 kg. (320) / 6 kg. (750) | |
| จุดเด่นของสินค้า | บำรุงขนเป็นพิเศษ | |
| บรรจุภัณฑ์ | ถุงพลาสติกมาตรฐาน | |
| กราฟฟิก | พิมพ์ 4 สี ระบบ offset | |
| บริษัท | นำเข้าและจัดจำหน่ายโดย บริษัท เวท เรคคอม เมนต์ จำกัด | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| | | |
|------------------|---------------------------------------|--|
| ชื่อสินค้า | ROYAL CANIN |  |
| สูตร/กลิ่น/รส | Junior/Adult/Mature | |
| ขนาด(ราคาบาท) | 1 kg. (175) / 3 kg. (400) | |
| จุดเด่นของสินค้า | เป็นอาหารนำเข้าจากฝรั่งเศส | |
| บรรจุภัณฑ์ | ถุงพลาสติกมาตรฐาน | |
| กราฟฟิก | พิมพ์ 4 สี ระบบ offset | |
| บริษัท | นำเข้าและจัดจำหน่ายโดย หจก. จรัญกิจ | |
| ชื่อสินค้า | PRO PLAN |  |
| สูตร/กลิ่น/รส | Puppy/Adult/Performance | |
| ขนาด(ราคาบาท) | 1 kg. (150) | |
| จุดเด่นของสินค้า | ช่วยลดการสะสมของไขมันในร่างกายสุนัข | |
| บรรจุภัณฑ์ | ถุงพลาสติกมาตรฐาน | |
| กราฟฟิก | พิมพ์ 4 สี ระบบ offset | |
| บริษัท | นำเข้าโดย บริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด | |
| ชื่อสินค้า | ALPO |  สินค้าทางอาหารที่ผ่านการรับรองจากกรม |
| สูตร/กลิ่น/รส | ลูกสุนัข/สุนัขโต | |
| ขนาด(ราคาบาท) | 1.5 kg. (110) / 3 kg. (190) | |
| จุดเด่นของสินค้า | มีโปรตีนมากกว่าถึง 25% | |
| บรรจุภัณฑ์ | ถุงพลาสติกมาตรฐาน | |
| กราฟฟิก | พิมพ์ 4 สี ระบบ offset | |
| บริษัท | นำเข้าโดย บริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| | | |
|------------------|--|--|
| ชื่อสินค้า | PEDIGREE |  |
| สูตร/กลิ่น/รส | ลูกสุนัข/สุนัขโต | |
| ขนาด(ราคาบาท) | 1.5 kg. (110) / 3 kg. (180) | |
| จุดเด่นของสินค้า | มี Extra Vitamin E และ ไอเมก้า 6 | |
| บรรจุภัณฑ์ | ถุงพลาสติกมาตรฐาน | |
| กราฟฟิก | พิมพ์ 4 สี ระบบ offset | |
| บริษัท | ผลิตและจัดจำหน่ายโดย บริษัท เอฟเฟิม ฟู้ดส์ (ประเทศไทย) จำกัด | |
| ชื่อสินค้า | C.P. |  |
| สูตร/กลิ่น/รส | ลูกสุนัข/สุนัขโต | |
| ขนาด(ราคาบาท) | 2 kg. (100) | |
| จุดเด่นของสินค้า | ผลิตภัณฑ์ของคนไทย ราคามิตรภาพ | |
| บรรจุภัณฑ์ | ถุงพลาสติกมาตรฐาน | |
| กราฟฟิก | พิมพ์ 4 สี ระบบ offset | |
| บริษัท | บริษัท ซีพี เพ็ทฟู้ดส์ จำกัด | |
| ชื่อสินค้า | GUSTO |  |
| สูตร/กลิ่น/รส | ลูกสุนัข/สุนัขโต | |
| ขนาด(ราคาบาท) | 5 kg. (150) | |
| จุดเด่นของสินค้า | ผลิตในประเทศไทย ได้รับการรับรองจาก อย. | |
| บรรจุภัณฑ์ | ถุงพลาสติกมาตรฐาน | |
| กราฟฟิก | พิมพ์ 4 สี ระบบ offset | |
| บริษัท | จัดจำหน่ายโดย บริษัท อินเตอร์ พี เอส จำกัด | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หมวดของเล่นสำหรับสุนัข

10. ของเล่นยางสำหรับสุนัข

| | | |
|------------------|--------------------------------|--|
| ชื่อสินค้า | SLEEKY |  |
| สูตร/กลิ่น/รส | บอลยาง/วงแหวนยาง/กระดุกยาง | |
| ขนาด(ราคาบาท) | 3" (90) / 6" (45) / 5.25" (60) | |
| จุดเด่นของสินค้า | สีล้วนสดใส | |
| บรรจุภัณฑ์ | ของพลาสติกมาตรฐาน | |
| กราฟฟิค | ฉลากพิมพ์ 4 สี ระบบ offset | |
| บริษัท | หจก.ฮันเตอร์ กรุ๊ป | |
| ชื่อสินค้า | BOK DOK |  |
| สูตร/กลิ่น/รส | บอลยาง/วงแหวนยาง/กระดุกยาง | |
| ขนาด(ราคาบาท) | 3" (60) / 6" (30) / 5.25" (45) | |
| จุดเด่นของสินค้า | สีล้วนสดใส | |
| บรรจุภัณฑ์ | ของพลาสติกมาตรฐาน | |
| กราฟฟิค | ฉลากพิมพ์ 4 สี ระบบ offset | |
| บริษัท | บริษัท เพ็ทชีพหลาย จำกัด | |
| ชื่อสินค้า | PUPPE |  |
| สูตร/กลิ่น/รส | บอลยาง/วงแหวนยาง/กระดุกยาง | |
| ขนาด(ราคาบาท) | 3" (65) / 6" (35) / 5.25" (50) | |
| จุดเด่นของสินค้า | สีล้วนสดใส | |
| บรรจุภัณฑ์ | ของพลาสติกมาตรฐาน | |
| กราฟฟิค | ฉลากพิมพ์ 4 สี ระบบ offset | |
| บริษัท | บริษัท พัพพี จำกัด | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.4 วิเคราะห์เปรียบเทียบข้อดี-ข้อเสียและตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มคู่แข่ง

ในหัวข้อนี้จะทำการเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียของกลุ่มคู่แข่งทั้งหมด ดังที่ได้แสดงในหัวข้อ 2.5.3 ซึ่งจะสังเกตเห็นได้ว่าคู่แข่งผลิตภัณฑ์บางประเภทจะมีอยู่จำนวนมาก ส่วนผลิตภัณฑ์บางประเภท อาจจะมีคู่แข่งไม่มากนัก เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ค่อนข้างใหม่และได้มีการปรับเปลี่ยนการใช้งานมาแล้ว ดังที่ได้อธิบายไว้ในหัวข้อพฤติกรรมการใช้งานผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค

ตารางที่ 2.5.4-1 ตารางเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียผลิตภัณฑ์ของกลุ่มคู่แข่ง ประเภทแชมพูสำหรับสุนัข

| รูปแบบสินค้า และตราสินค้า | | SLEEKY | CHAINGARD | HARTZ |
|------------------------------|-------------|---|--|---|
| | |  |  |  |
| ข้อดี | Containment | - มี 3 ขนาด 6 สูตร | - มี 2 ขนาด 4 สูตร | - มี 1 ขนาด 6 สูตร |
| | Protection | - ป้องกันแรงกระแทก จากด้านข้างและ ความชื้น ได้ดีพอสมควร | - ป้องกันความเสียหาย และความชื้นได้เป็นอย่างดี | - ป้องกันความเสียหาย และความชื้นได้เป็นอย่างดี |
| | Convenience | - ฝาแบบ Flip-Top เปิดใช้ งานได้อย่างสะดวก - บีบใช้งานได้ง่าย เพราะขวดมีลักษณะบาง | - ฝาแบบ Flip-Top เปิดใช้ งานได้อย่างสะดวก - ระบายกลิ่นที่ระเหย จับกระชับมือ | - ฝาแบบ Flip-Top เปิดใช้ งานได้อย่างสะดวก - ขวดใส สามารถเห็น ปริมาณแชมพูที่เหลืออยู่ |
| | Promotion | - ใช้ขวดลายและสีส้มที่มี ความน่าสนใจ | - แกมสินค้าขนาดเล็ก เพื่อให้ผู้บริโภคได้ทดลอง | - มีแท่นวางจำหน่ายทำให้ สินค้าดูมีระเบียบ |
| ข้อเสีย | Containment | - | - | - |
| | Protection | - เนื่องจากลักษณะขวด ค่อนข้างบางอาจทำให้ แชมพูล้นออกมาเมื่อถูก แรงกระแทก | - | - |
| | Convenience | - ขวดมีลักษณะแบนทำให้ การบีบใช้งานยากแก่การ ควบคุมปริมาณ | - ไม่สามารถมองเห็น ปริมาณที่เหลือของสินค้า ได้ | - ขวดใสเมื่อโดนแสงแดด อาจทำให้สินค้าเสื่อม คุณภาพ |
| | Promotion | - ตัวอักษรปกบอกชนิดของ สินค้าไม่ชัดเจนเท่าที่ควร | - รูปลักษณะบรรจุภัณฑ์ไม่ น่าสนใจ | - ตราสินค้ายังไม่เป็นที่รู้จัก และดูมีราคาสูง |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

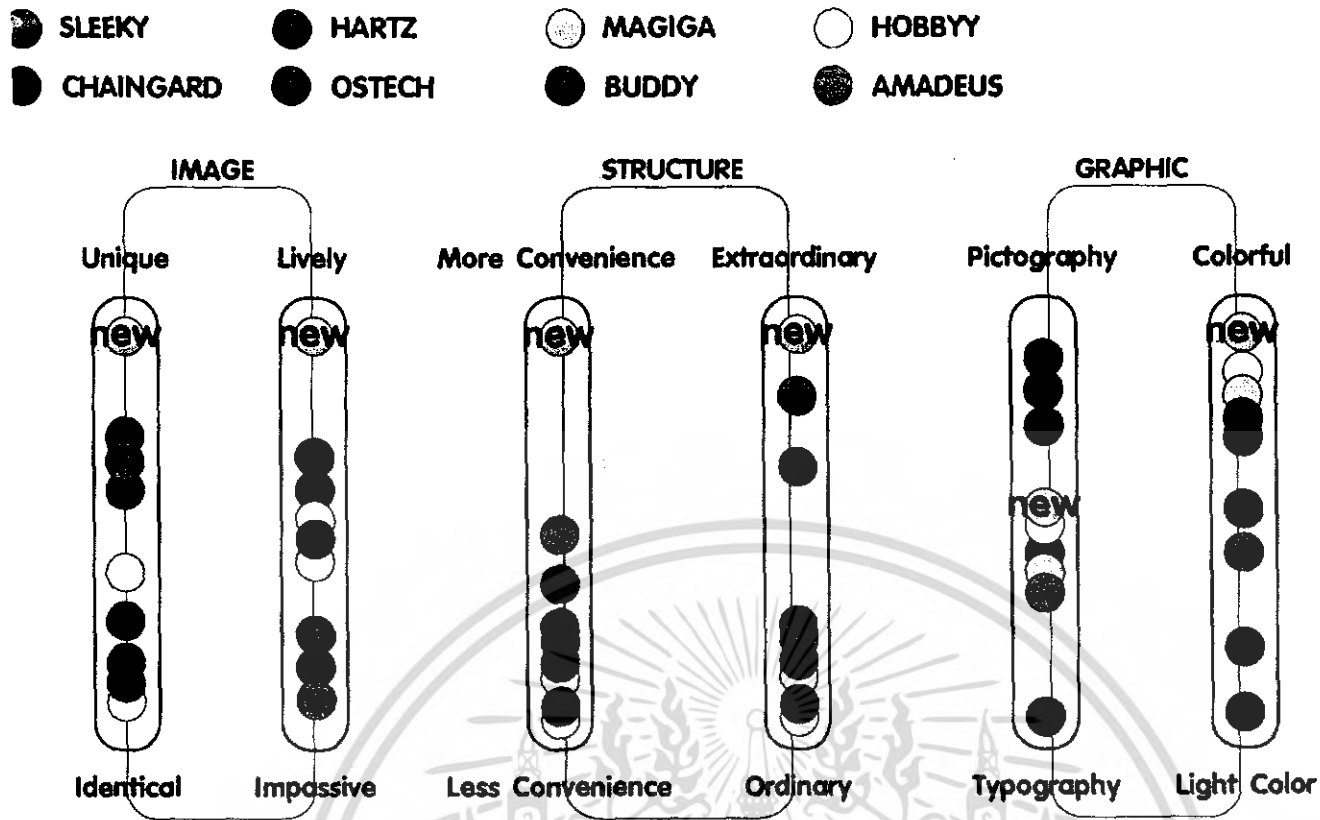
| รูปแบบสินค้า และตราสินค้า | | OSTECH | MAGIGA | BUDDY |
|------------------------------|-------------|--|--|---|
| ข้อดี | Containment | - มี 2 ขนาด 7 สูตร | - มี 1 ขนาด 5 สูตร | - มี 1 ขนาด 4 สูตร |
| | Protection | - ป้องกันความเสียหาย และความชื้นได้เป็น อย่างดี | - ป้องกันความเสียหาย และความชื้นได้ดีพอ สมควร | - ป้องกันความเสียหาย และความชื้นได้เป็น อย่างดี |
| | Convenience | - มีส่วนเว้าช่วยให้จับ ได้ถนัดมือมากยิ่งขึ้น | - ขวดบางสามารถใช้ มือบีบแชมพูได้ง่าย | - ฝาหมุนใช้งานง่าย ให้ความรู้สึกสบายมือ |
| | Promotion | - สีสดใสใสน่าสนใจ | - สีสดใสใส่พร้อมภาพ สุนัขหลากหลายพันธุ์ | - ใช้รูปสุนัขจริง 12 สายพันธุ์ |
| ข้อเสีย | Containment | - ส่วนบนของขวดมี ขนาดใหญ่กว่า ส่วนล่างอาจทำให้ ขวดล้มง่าย | - ส่วนปากขวดมีขนาด เล็กอาจทำให้ เสียเวลาในการบรรจุ | - |
| | Protection | - | - รูปทรงของขวดอาจ รับแรงกระแทกจาก ด้านหน้าและหลังได้ ไม่ดีนัก | - |
| | Convenience | - ไม่สามารถมองเห็น ปริมาณสินค้าที่เหลือ ได้ | - ขวดแบนและกว้าง มากทำให้จับไม่ สะดวก | - ฝาเกลียวจำเป็นต้อง ใช้ทั้ง 2 มือในการเปิด |
| | Promotion | - ตัวอักษรบอกชนิด ของแชมพูไม่ชัดเจน | - รูปลักษณะมีบรรจุภัณฑ์ ไม่น่าสนใจ | - ขาดการบ่งบอกถึง ชนิดและประเภทของ ผลิตภัณฑ์ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| รูปแบบสินค้า และตราสินค้า | | HOBBYY | AMADEUS |
|------------------------------|-------------|---|--|
| | |  |  |
| ข้อดี | Containment | - มี 1 ขนาด 5 สูตร | - มี 1 ขนาด 5 สูตร |
| | Protection | - ป้องกันความเสียหายและ ความชื้นได้ดี | - มีบรรจุภัณฑ์บลิสเตอร์ แพคด้านนอกอีกทีทำ ให้มีความแข็งแรง |
| | Convenience | - ขวดโค้งมนจับถนัด มือ | - บรรจุภัณฑ์แบบ หลอดบีบใช้งาน สะดวก |
| | Promotion | - ขวดใสเห็นสีส่นของ แชมพู | - เป็นผลิตภัณฑ์นำเข้า ภาพลักษณ์ดูน่าเชื่อถือ |
| ข้อเสีย | Containment | - ขนาดของปากขวดไม่สม ส่วนกับตัวขวด | - |
| | Protection | - ขวดใสเมื่อโดนแสงแดด อาจทำให้คุณภาพสินค้า เสื่อม | - บรรจุภัณฑ์แบบ หลอดเมื่อเปิดใช้ งานแล้วอาจป้องกัน สินค้าภายใน จากแรงกระแทกได้ ไม่ดีมาก |
| | Convenience | - ขวดทรงสูงและ ค่อนข้างแข็งบีบใช้ งานยาก | - ไม่สามารถมองเห็น ปริมาณสินค้า ที่อยู่ภายใน |
| | Promotion | - การแบ่งประเภทแชมพูด้วย ตัวอักษรยังไม่ชัดเจน | - มีสีส่นน้อยดึงดูด ผู้บริโภคได้ไม่ดีมาก |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผนภาพแสดงตำแหน่งผลิตภัณฑ์แชมพูสำหรับสุนัข เปรียบเทียบกับคู่แข่ง



รูปผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อดี-ข้อเสียและตำแหน่งของผลิตภัณฑ์แชมพูสำหรับสุนัข

ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์คู่แข่ง : เกือบทุกตราสินค้ายังคงมีภาพลักษณ์ที่คล้ายคลึงกัน ดูเป็นสินค้าสำหรับสุนัขเหมือนกัน ขาดจุดเด่นและจุดขายที่จะบ่งบอกความเป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง

ผลิตภัณฑ์ในโครงการ : เน้นภาพลักษณ์ที่แสดงถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่นถึงวัยทำงานตอนต้นได้เป็นอย่างดีโดยมีความโดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่งอย่างชัดเจน

โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์

จัดภัณฑ์คู่แข่ง : ทุกตราสินค้าเลือกใช้โครงสร้างที่เป็นมาตรฐาน ไม่มีรูปทรงที่แปลกใหม่แต่อย่างใด ทำให้ไม่เกิดความแตกต่างในเรื่องของโครงสร้างมากนัก

จัดภัณฑ์ในโครงการ : ออกแบบโครงสร้างให้สามารถใช้ประโยชน์ในการจัดดูตัวสุนัขได้ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในเรื่องของการใช้งานรวมทั้งรูปทรงที่แตกต่างจากคู่แข่ง

กราฟฟิกของบรรจุภัณฑ์

จัดภัณฑ์คู่แข่ง : เกือบทุกตราสินค้าจะเลือกภาพสุนัขจริงในการแสดงถึงชนิดของแชมพู หรือสีเส้นที่ชัดเจนและแตกต่างกันไป โดยขาดความสนใจในเรื่องของตัวอักษรที่บ่งบอกถึงชนิดของแชมพู

จัดภัณฑ์ในโครงการ : ออกแบบกราฟฟิกตัวอักษรที่บอกถึงชนิดของแชมพูให้ชัดเจน รวมทั้งใช้ภาพการ์ตูนประกอบในการบ่งบอกชนิดของแชมพูเพื่อให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่ง และสามารถดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดีให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่... ไม่ว่ากรรมใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.5.4-2 ตารางเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียผลิตภัณฑ์ของกลุ่มประเภทยาฉีดหูสำหรับสุนัข

| รูปแบบสินค้า และตราสินค้า | | SLEEKY | PRO EAR | R-7 |
|------------------------------|-------------|--|--|---|
| ข้อดี | Containment | - มี 2 ขนาด บรรจุได้สะดวก | - มี 1 ขนาด บรรจุได้สะดวก | - มี 1 ขนาด บรรจุได้สะดวก |
| | Protection | - ป้องกันความเสียหายและความชื้นได้ดี | - ป้องกันความเสียหายและความชื้นได้ดี | - ป้องกันความเสียหายและความชื้นได้ดี |
| | Convenience | - บีบน้ำยาใส่ไม้ปั่นหูได้อย่างสะดวก | - ใช้ดึงผ้าเช็ดหูได้ทันที | - บีบน้ำยาใส่ไม้ปั่นหูได้อย่างสะดวก |
| | Promotion | - เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้เลี้ยงสุนัขรู้จักเป็นอย่างดี | - ผลิตภัณฑ์นำเข้าเกิดความมั่นใจในคุณภาพ | - ภาพลักษณ์ดูมีประสิทธิภาพสูง |
| ข้อเสีย | Containment | - | - | - |
| | Protection | - ไม่มีการหุ้มพลาสติกชั้นนอกทำให้ผู้บริโภคขาดความมั่นใจ | - ฉลากเป็นกระดาษ อาจป้องกันความเปียกชื้นไม่ดีนัก | - ไม่มีการหุ้มพลาสติกชั้นนอกทำให้ผู้บริโภคขาดความมั่นใจ |
| | Convenience | - ต้องมีการบีบน้ำยาใส่อุปกรณ์ทำความสะอาดสะอาดก่อนจึงไม่สะดวกเท่าที่ควร | - ก่อนใช้งานต้องแกะบรรจุภัณฑ์ภายในที่เป็นพลาสติกก่อน | - ต้องมีการบีบน้ำยาใส่อุปกรณ์ทำความสะอาดสะอาดก่อนจึงไม่สะดวกเท่าที่ควร |
| | Promotion | - ทิมพ์ 2 สี ขาดความน่าสนใจเท่าที่ควร | - ฉลากกระดาษเสื่อมคุณภาพได้ง่าย | - ยังไม่เป็นที่รู้จัก รวมทั้งฉลากที่เป็นภาษาอังกฤษทำให้ไม่ครอบคลุมผู้บริโภคได้ทั้งหมด |

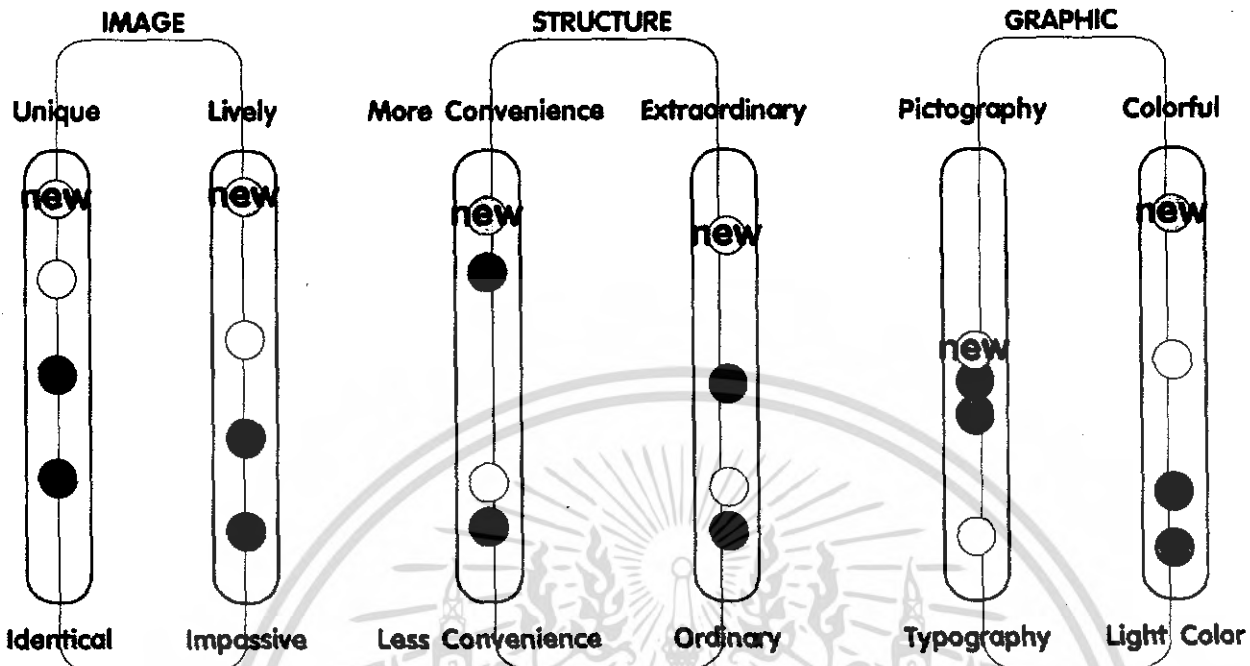
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผนภาพแสดงตำแหน่งผลิตภัณฑ์น้ำยาเช็ดหูสำหรับสุนัข เปรียบเทียบกับคู่แข่ง

● SLEEKY

● PRO EAR

○ R-7



ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อดี-ข้อเสียและตำแหน่งของผลิตภัณฑ์น้ำยาเช็ดหูสำหรับสุนัข

แผนภาพลักษณะของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์คู่แข่ง : มีความหลากหลายในส่วนของภาพลักษณ์ บางตราสินค้าดูมีประสิทธิภาพสูงมาก ในการทำความสะอาดหู บางตราสินค้าดูอ่อนโยนเป็นมิตรกับสุนัข

ผลิตภัณฑ์ในโครงการ : เน้นภาพลักษณ์ที่มีความโดดเด่น แปลกใหม่ สื่อถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่น วัยทำงานตอนต้นอย่างชัดเจน

โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์คู่แข่ง : ส่วนใหญ่ใช้โครงสร้างมาตรฐาน ไม่มีรูปทรงที่แปลกใหม่หรือน่าสนใจแต่อย่างใด รวมทั้งการใช้งานส่วนมากยังคงใช้โดยการหยดลงบนไม้สำลีหรือผ้าเพื่อใช้ทำความสะอาดหูอีกที

ผลิตภัณฑ์ในโครงการ : ออกแบบให้มีการใช้งานในรูปแบบใหม่โดยเป็นการดึงผ้าชุบน้ำยาออกมาจากขวด สามารถเช็ดทำความสะอาดได้ทันที

นกราฟฟิกของบรรจุภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์คู่แข่ง : บรรจุภัณฑ์น้ำยาเช็ดหูสุนัข ส่วนใหญ่กราฟฟิกขาดความสวยงามไม่น่าสนใจเท่าที่ควร บางตราสินค้าขาดความชัดเจนในการบ่งบอกว่าเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข

ผลิตภัณฑ์ในโครงการ : ออกแบบโดยใช้ภาพกราฟฟิคสีสันสดใส ช่วยสื่อถึงตัวผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่ง รวมทั้งช่วยในการดึงดูดกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.5.4-3 ตารางเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งประเภทลูกกลิ้งเก็บขนสุนัข

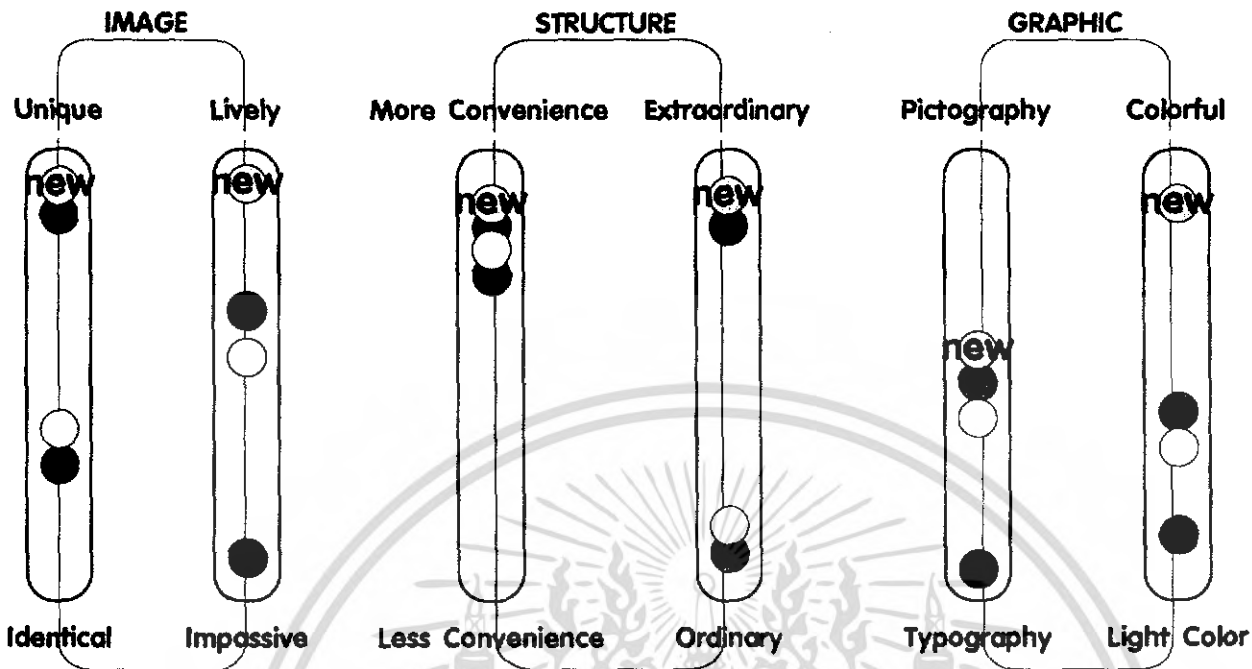
| รูปแบบสินค้า และตราสินค้า | | 3M  | PET HAIR PICK-UP  | EVERCARE  |
|------------------------------|-------------|---|---|---|
| ข้อดี | Containment | - บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน บรรจุสะดวก | - ใช้แขวนจัดจำหน่าย ประหยัดบรรจุภัณฑ์ ภายนอก | - บรรจุสินค้าได้อย่าง สะดวก |
| | Protection | - มีบรรจุภัณฑ์ บลิสเตอร์แพค ภายนอกป้องกัน สินค้าได้เป็นอย่างดี | - ฉลากหุ้มภายนอก ป้องกันการเปิดใช้ สินค้าก่อนได้เป็น อย่างดี | - สามารถป้องกัน สินค้าจากสิ่งสกปรก ได้เป็นอย่างดี |
| | Convenience | - สามารถใช้งานได้ อย่างสะดวก เปลี่ยน แถบกวาดได้ | - สามารถใช้งานได้ อย่างสะดวก เปลี่ยน แถบกวาดได้ | - ใช้งานสะดวก ประหยัดหลังการใช้ งานเพียงล้างน้ำออก |
| | Promotion | - มีความน่าเชื่อถือจาก ชื่อเสียงของตรา สินค้า | - ผลิตภัณฑ์นำเข้า มั่นใจในเรื่องของ คุณภาพ | - ผลิตภัณฑ์นำเข้า มั่นใจในเรื่องของ คุณภาพ |
| ข้อเสีย | Containment | - | - | - |
| | Protection | - | - ไม่มีบรรจุภัณฑ์ ภายนอกที่ช่วย ป้องกันความเปียก ขึ้นขณะวางจำหน่าย | - บรรจุภัณฑ์ภายนอก เป็นกระดาษรวมทั้ง โครงสร้างที่ไม่มีความ แข็งแรง |
| | Convenience | - พื้นที่ในการใช้ทำความ สะอาดน้อยกว่าที่ทราบ ได้ไม่สะดวกนัก | - พื้นที่ในการใช้ทำความ สะอาดน้อยกว่าที่ทราบ ได้ไม่สะดวกนัก | - ต้องล้างทำความสะอาด หลังจากการใช้งาน หากที่ เก็บยาก |
| | Promotion | - กราฟฟิกดูไม่ทันสมัย | - สีส้นไม่สดใสขาดแรงดึงดูดใจจากผู้บริโภค | - ขาดการป้องกันที่ชัดเจน ว่าเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับ สุนัข |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3M

● EVERCARE

○ PET HAIR PICK-UP



ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อดี-ข้อเสียและตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ลูกกลิ้งเก็บขนสุนัข

ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์คู่แข่ง : ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดดูมีความน่าเชื่อถือในเรื่องของคุณภาพแต่ยังขาดภาพลักษณ์ที่ดูสดใสและอ่อนโยนเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกเป็นมิตร

ผลิตภัณฑ์ในโครงการ : กำหนดให้ภาพลักษณ์มีความแตกต่างรวมทั้งแสดงความเป็นมิตรกับกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์คู่แข่ง : มีการใช้งานที่คล้ายคลึงกันทั้งหมด เนื่องจากข้อจำกัดในเรื่องของการกลิ้ง แต่ยังขาดบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ได้

ผลิตภัณฑ์ในโครงการ : ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์นั้นสามารถเก็บรักษาผลิตภัณฑ์หลังจากการใช้งานได้ โดยที่เกิดความสะดวกในการหยิบใช้งานครั้งต่อไป


กราฟฟิกของบรรจุภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์คู่แข่ง : กราฟฟิคค่อนข้างเรียบไม่มีสีสันที่สดใส ขาดความแตกต่างจากคู่แข่ง ทำให้ไม่มีผลิตภัณฑ์ของตราสินค้าใดที่โดดเด่นออกมาจนเป็นที่สนใจ

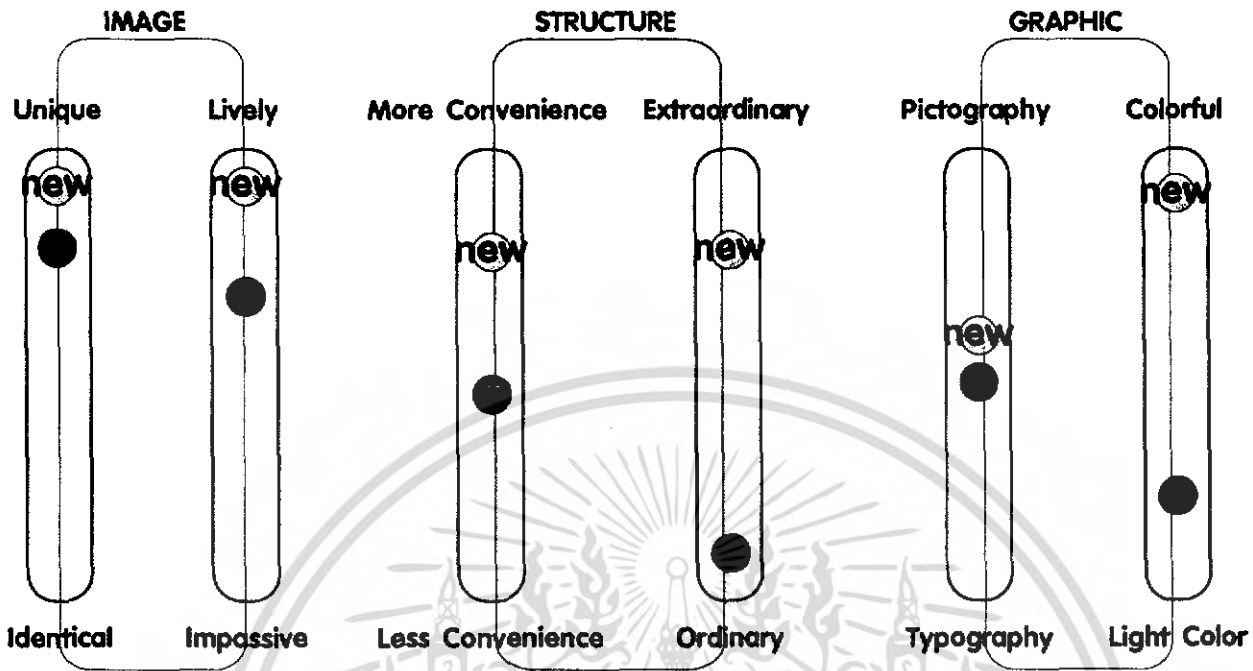
ผลิตภัณฑ์ในโครงการ : เลือกใช้สีสันที่สดใส พร้อมภาพการ์ตูนประกอบ เพื่อให้เกิดความแตกต่างและช่วยในการดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมายได้ดีมากยิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.5.4-4 ตารางเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งประเภททรายอนามัยสำหรับสุนัข

| รูปแบบสินค้า และตราสินค้า | | AMADEUS | |
|------------------------------|-------------|--|--|
| | |  | |
| ข้อดี | Containment | - มี 2 ขนาด บรรจุได้สะดวก | |
| | Protection | - ป้องกันความเสียหายและ ความชื้นได้เป็นอย่างดี | |
| | Convenience | - แกะกล่องและฉีกถุงใช้งาน ได้อย่างสะดวก | |
| | Promotion | - เป็นผลิตภัณฑ์นำเข้าที่มีชื่อเสียง | |
| ข้อเสีย | Containment | - | |
| | Protection | - บรรจุภัณฑ์ด้านนอกเป็น กล่องกระดาษอาจป้องกัน ความเปียกชื้นได้ไม่ดีนัก | |
| | Convenience | - จำเป็นต้องหามาขณะมา ใส่ทรายเมื่อต้องการใช้งาน | |
| | Promotion | - สีล้นและลวดลายยังขาด ความน่าสนใจ | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อดี-ข้อเสียและตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ทรายอนามัยสำหรับสุนัข

ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์

- จุดเด่นคู่แข่ง : มีเพียงตราสินค้าเดียวที่บ่งบอกว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้สำหรับสุนัข ภาพลักษณ์ดูเน้นไปทางความสะดวกและสุขภาพของสุนัข
- จุดเด่นในโครงการ : กำหนดให้ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์แตกต่างจากคู่แข่งอย่างชัดเจน โดยเน้นไปที่กลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้นยุคใหม่

โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์


- จุดเด่นคู่แข่ง : โครงสร้างของกล่องแบบมาตรฐานไม่เกิดความน่าสนใจ มีการใช้งานรูปแบบเดิม คือต้องการภาชนะมาใส่ผลิตภัณฑ์ภายในเพื่อนำไปใช้งาน
- จุดเด่นในโครงการ : โครงสร้างของกล่องมีความแตกต่างด้านการใช้งาน โดยที่ตัวกล่องนั้นสามารถนำมาเป็นภาชนะบรรจุทรายเพื่อใช้งานได้ รวมทั้งยังมีความพอดีกับขนาดของสินค้าที่อยู่ในภายใน

เนกرافฟีกของบรรจุภัณฑ์

- จุดเด่นคู่แข่ง : สีเส้นที่ใช้ไม่สดใส เน้นรูปและความสะอาดของตัวบรรจุภัณฑ์เป็นหลัก ทำให้ตัวบรรจุภัณฑ์ไม่เกิดความน่าสนใจมากนัก
- จุดเด่นในโครงการ : ใช้สีเส้นที่สดใสและแตกต่างจากคู่แข่ง โดยมีการเน้นตัวอักษรที่บอกถึงการใช้งานเสริมของตัวบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจมากยิ่งขึ้น

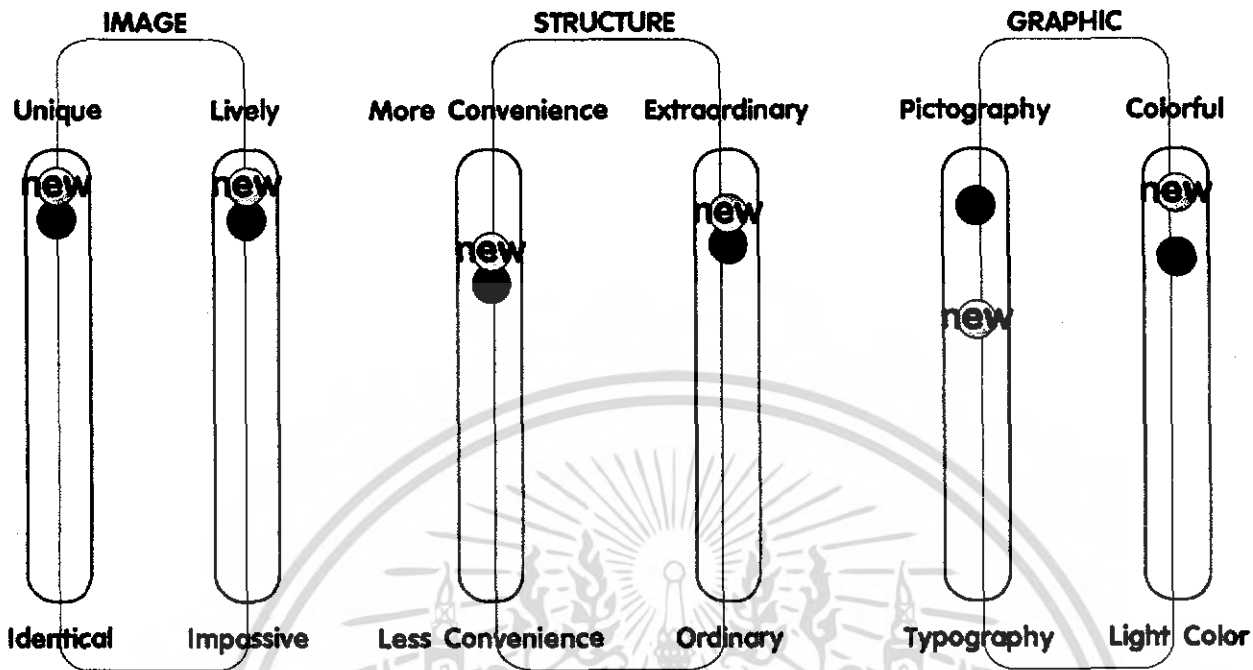
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.5.4-5 ตารางเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแข่งประเภทยากันยุงสำหรับสุนัข

| รูปแบบสินค้า และตราสินค้า | | BUX AWAY  |
|------------------------------|-------------|--|
| ข้อดี | Containment | - มี 1 ขนาด บรรจุได้สะดวก |
| | Protection | - ป้องกันความเสียหายและ ความชื้นได้เป็นอย่างดี |
| | Convenience | - แกะกล่องและฉีกถุงใช้งาน ได้อย่างสะดวก |
| | Promotion | - ผลิตภัณฑ์ของคนไทยที่ คิดค้นขึ้นมาสำหรับสุนัข มี ความน่าสนใจ |
| ข้อเสีย | Containment | - |
| | Protection | - ไม่สามารถเก็บรักษาตัวยากันยุงที่แกะใช้แล้วเหลืออยู่ ให้คงประสิทธิภาพเดิมได้ |
| | Convenience | - |
| | Promotion | - การบ่งบอกประเภทของ ผลิตภัณฑ์ว่าเป็นของสุนัข ยังไม่ชัดเจนเท่าที่ควร |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

BUX AWAY



รูปผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อดี-ข้อเสียและตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ยากันยุงสำหรับสุนัข

ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์คู่แข่ง : มีคู่แข่งเพียงรายเดียว คือ Bux Away ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่เพิ่งเปิดตัวไปได้ไม่นานนัก ภาพลักษณ์น่าสนใจ เน้นไปที่การคุ้มครองสุนัขจากยุงร้าย

ผลิตภัณฑ์ในโครงการ กำหนดให้ภาพลักษณ์โดยรวมสื่อถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน

โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์คู่แข่ง : มีโครงสร้างที่เรียบง่ายและใช้งานได้อย่างสะดวก

ผลิตภัณฑ์ในโครงการ ออกแบบโครงสร้างให้แตกต่างจากคู่แข่ง โดยเน้นที่การใช้รูปทรงที่สามารถสื่อถึงการปกป้องสุนัขจากยุงร้ายได้เป็นอย่างดี

กราฟฟิกของบรรจุภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์คู่แข่ง : มีการใช้สีสันทึบอยู่ในโทนเข้มเต็มพื้นที่ของบรรจุภัณฑ์ ทำให้ไม่เกิดความชัดเจนของตัวอักษรหรือรูปภาพเท่าใดนัก


ผลิตภัณฑ์ในโครงการ ใช้สีสันทึบรวมทั้งภาพการ์ตูนประกอบเพื่อให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่งและเป็นที่สนใจของผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

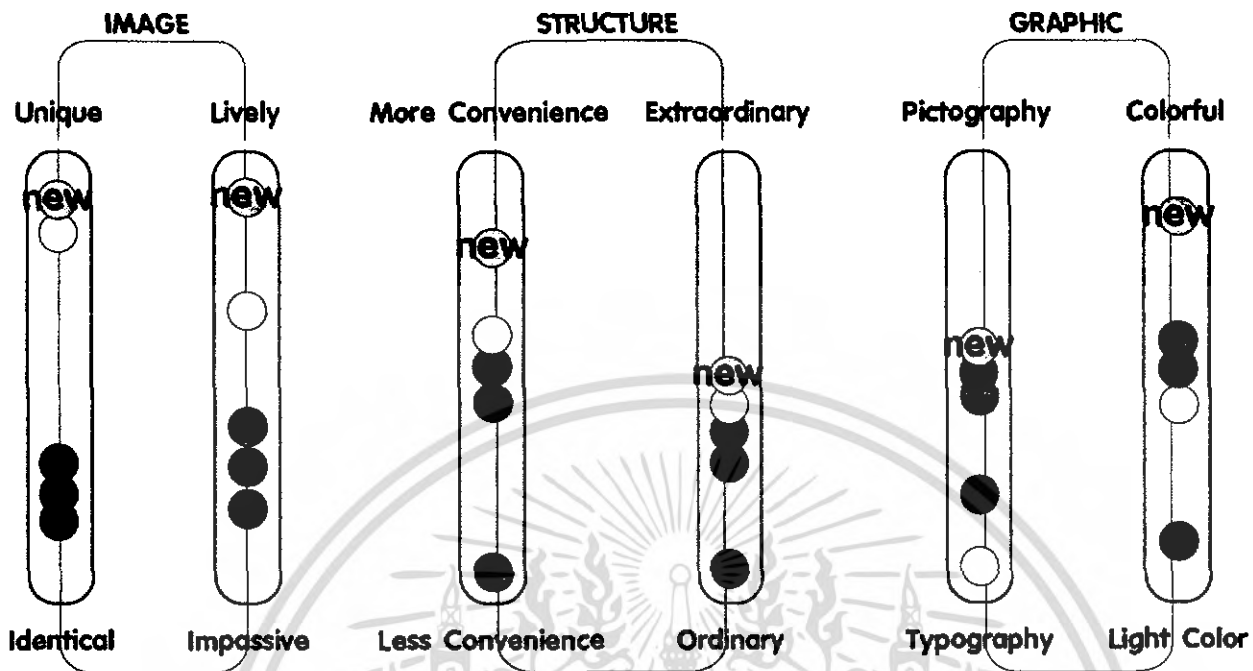
ตารางที่ 2.5.4-6 ตารางเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งประเภทชุดตกแต่งขนสำหรับสุนัข

| รูปแบบสินค้า และตราสินค้า | | SLEEKY | BOK DOK | DOGGY MAN |
|------------------------------|-------------|---|---|---|
| | |  |  |  |
| ข้อดี | Containment | - บรรจุก้อนมาตรฐาน บรรจุได้อย่างสะดวก | - บรรจุก้อนมาตรฐาน บรรจุได้อย่างสะดวก | - บรรจุก้อนมาตรฐาน บรรจุได้อย่างสะดวก |
| | Protection | - บรรจุก้อนที่บิลสเตอร์ แพคปกป้องสินค้าได้ ดี | - ขงพลาสติกป้องกัน ความชื้นได้ดี พอสมควร | - บรรจุก้อนที่บิลสเตอร์ แพคปกป้องสินค้าได้ ดี |
| | Convenience | - เปิดใช้งานสะดวก สามารถเก็บเข้าบรรจุ ภัณฑ์ภายหลังจาก การใช้งานได้ | - แกะฉลากด้านบน ออกได้อย่างสะดวก | - เปิดใช้งานสะดวก สามารถเก็บเข้าบรรจุ ภัณฑ์ภายหลังจาก การใช้งานได้ |
| | Promotion | - เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้ เลี้ยงสุนัขรู้จักเป็น อย่างดี | - ราคาถูกผู้บริโภคให้ ความสนใจ | - เป็นผลิตภัณฑ์นำเข้า ภาพลักษณ์และสี น่าสนใจ |
| ข้อเสีย | Containment | - | - ไขแม็กซีในการปิด ฉนีกฉลากกับของ พลาสติก | - |
| | Protection | - | - ซีของหิวบางประเภท อาจเกิดการเสียหาย | - |
| | Convenience | - การเก็บรักษาใส่กลับ เข้าบรรจุภัณฑ์ ค่อนข้างยาก | - ไม่สามารถเก็บ ผลิตภัณฑ์กลับเข้าใน บรรจุภัณฑ์ได้ | - การเก็บรักษาใส่กลับ เข้าบรรจุภัณฑ์ ค่อนข้างยาก |
| | Promotion | - | - ภาพลักษณ์ไม่ดึงดูด ใจผู้บริโภค | - |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| รูปแบบสินค้า และตราสินค้า | | PUPPE | |
|------------------------------|-------------|--|--|
| | |  | |
| ข้อดี | Containment | - บรรจุก้อนซ์มาตรฐานบรรจุได้อย่างสะดวก | |
| | Protection | - บรรจุก้อนซ์บิลสเตอร์แพคปกป้องสินค้าได้ดี | |
| | Convenience | - เปิดใช้งานสะดวกสามารถเก็บเข้าบรรจุก้อนซ์ภายหลังจากการใช้งานได้ | |
| | Promotion | - เป็นผลิตภัณฑ์ของคนไทยที่ราคาประหยัดและคุณภาพดี | |
| ข้อเสีย | Containment | - | |
| | Protection | - | |
| | Convenience | - การเก็บรักษาใส่กลับเข้าบรรจุก้อนซ์ค่อนข้างยาก | |
| | Promotion | - ขาดสีสันและลวดลายที่มีความน่าสนใจ | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อดี-ข้อเสียและตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ชุดตกแต่งขนสำหรับสุนัข

ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์คู่แข่ง :

ภาพลักษณ์ของตราสินค้าโดยรวมมีความคล้ายคลึงกัน ขาดความแตกต่างและโดดเด่นกับคู่แข่งในกลุ่ม

ผลิตภัณฑ์ในโครงการ

กำหนดให้ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์นั้นแตกต่างอย่างชัดเจน โดยเน้นความเป็นสินค้าสำหรับกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานยุคใหม่ เพื่อตอบสนองทางด้านอารมณ์และความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมาย

โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์คู่แข่ง

โครงสร้างมาตรฐานไม่มีความแตกต่างแต่อย่างใด ขาดการใช้งานบรรจุภัณฑ์ภายหลังจากการเปิดใช้งาน

ผลิตภัณฑ์ในโครงการ

ออกแบบให้โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์สามารถบรรจุหัวทั้ง 3 ชนิดได้ เพื่อให้เกิดความสะดวกในการใช้งานที่ครบครัน

กราฟฟิคของบรรจุภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์คู่แข่ง

รูปแบบของกราฟฟิคที่เรียบง่าย รวมทั้งใช้สีเส้นที่ค่อนข้างอ่อน ไม่ชัดเจน ทำให้ไม่สามารถดึงดูดกลุ่มผู้บริโภคได้ดีเท่าที่ควร

ผลิตภัณฑ์ในโครงการ

ใช้สีเส้นที่หลากหลาย รวมทั้งภาพประกอบในสัดส่วนที่พอเหมาะ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ และเห็นได้เด่นชัดขณะวางจำหน่าย

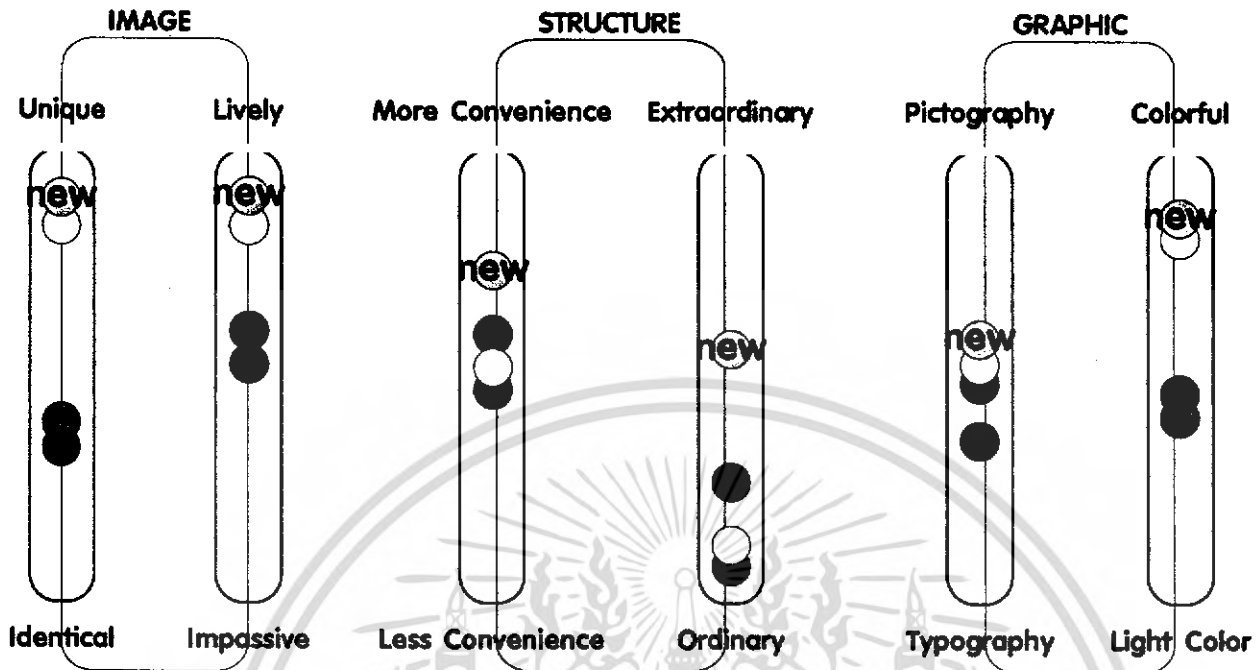
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.5.4-7 ตารางเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งประเภทขนมขบเคี้ยวสำหรับสุนัข

| | | SLEEKY | BOK DOK | DOGGY MAN |
|------------------------------|-------------|---|---|---|
| รูปแบบสินค้า และตราสินค้า | |  |  |  |
| ข้อดี | Containment | - บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน บรรจุได้อย่างสะดวก | - บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน บรรจุได้อย่างสะดวก | - บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน บรรจุได้อย่างสะดวก |
| | Protection | - ป้องกันความเสียหาย และความชื้นได้เป็น อย่างดี | - ป้องกันความเสียหาย และความชื้นได้เป็น อย่างดี | - ป้องกันความเสียหาย และความชื้นได้เป็น อย่างดี |
| | Convenience | - หลังจากการใช้งาน สามารถเก็บเข้ากล่อง ได้ | - ฉีกซองใช้งานได้ อย่างสะดวก | - ฉีกซองใช้งานได้ อย่างสะดวก |
| | Promotion | - เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้ เลี้ยงสุนัขรู้จักเป็น อย่างดี | - ราคาประหยัด ผู้บริโภคเกิดความ สนใจ | - เป็นผลิตภัณฑ์นำเข้า ภาพลักษณ์และสีสัน สวยงามน่าสนใจ |
| ข้อเสีย | Containment | - | - | - |
| | Protection | - กล่องภายนอกเป็น กระดาษอาจเกิด ความชื้นหรือเสียหาย จากการขนส่งได้ง่าย | - ของพลาสติกขาด ความแข็งแรงในการ ป้องกันสินค้าที่อยู่ ภายใน | - ของพลาสติกขาด ความแข็งแรงในการ ป้องกันสินค้าที่อยู่ ภายใน |
| | Convenience | - การเปิดใช้งานหลาย ขั้นตอน | - บรรจุภัณฑ์ไม่ สามารถเก็บรักษา สินค้าที่เหลือจากการ ใช้งานได้ | - บรรจุภัณฑ์ไม่ สามารถเก็บรักษา สินค้าที่เหลือจากการ ใช้งานได้ |
| | Promotion | - รูปแบบเรียบง่ายไม่ น่าสนใจเท่าที่ควร | - | - |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

SLEEKY
 BOK DOK
 DOGGY MAN



ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อดี-ข้อเสียและตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวสำหรับสุนัข

เอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์

เติบโตคู่แข่ง : ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ดูน่าสนใจ เน้นถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี
 เติบโตในโครงการ : มีการเพิ่มเติมในเรื่องของสุขภาพอนามัย เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่บดกลืนปากสำหรับสุนัข

เนโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์

เติบโตคู่แข่ง : โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ของทุกตราสินค้าใช้ของพลาสติกมาตรฐาน ขนาดความแตกต่างและความสะดวกในการเก็บรักษา
 เติบโตในโครงการ : เลือกใช้โครงสร้างรูปแบบกล่องพลาสติกขนาดเล็กใช้งานได้สะดวก รวมทั้งการเก็บรักษาสินค้าก็ทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นกราฟฟิกของบรรจุภัณฑ์

เติบโตคู่แข่ง : มีสีสดใสแต่ไม่หลากหลาย โดยแต่ละตราสินค้าก็จะเน้นสีใดสีหนึ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของตน
 เติบโตในโครงการ : ใช้สีที่หลากหลายน่าสนใจและความแตกต่าง โดยยังคงใช้สีส้มเป็นหลักตามข้อกำหนดของบริษัท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.5.4-8 ตารางเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งประเภทอาหารเม็ดสำหรับสุนัข

| รูปแบบสินค้า และตราสินค้า | | EUKANUBA | HILL'S | NUTRO |
|------------------------------|-------------|---|---|---|
| | |  |  |  |
| ข้อดี | Containment | - บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน บรรจุได้อย่างสะดวก | - บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน บรรจุได้อย่างสะดวก | - บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน บรรจุได้อย่างสะดวก |
| | Protection | - เนื่องจากผลิตภัณฑ์มี ความแข็งแรงพอสมควร บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ถือว่า สามารถป้องกัน สินค้าได้เป็นอย่างดี | - เนื่องจากผลิตภัณฑ์มี ความแข็งแรงพอสมควร บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ถือว่า สามารถป้องกัน สินค้าได้เป็นอย่างดี | - เนื่องจากผลิตภัณฑ์มี ความแข็งแรงพอสมควร บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ถือว่า สามารถป้องกัน สินค้าได้เป็นอย่างดี |
| | Convenience | - ฉีกแล้วเทใส่ภาชนะ ได้อย่างสะดวก | - ฉีกแล้วเทใส่ภาชนะ ได้อย่างสะดวก | - ฉีกแล้วเทใส่ภาชนะ ได้อย่างสะดวก |
| | Promotion | - สินค้ามีคุณภาพเป็น ที่รู้จักของผู้เลี้ยงสุนัข เป็นอย่างดี | - สินค้ามีคุณภาพเป็น ที่รู้จักของผู้เลี้ยงสุนัข เป็นอย่างดี | - สินค้าคุณภาพ ภาพลักษณ์ดู น่าเชื่อถือ |
| ข้อเสีย | Containment | - | - | - |
| | Protection | - ไม่สามารถเก็บรักษา สินค้าที่เหลือ | - ไม่สามารถเก็บรักษา สินค้าที่เหลือ | - ไม่สามารถเก็บรักษา สินค้าที่เหลือ |
| | Convenience | - การใช้งานต้องหา ภาชนะมาใส่ | - การใช้งานต้องหา ภาชนะมาใส่ | - การใช้งานต้องหา ภาชนะมาใส่ |
| | Promotion | - ตัวอักษรบนซองชนิด ไม่ชัดเจนเท่าที่ควร | - สีสันทึบที่ชนิดของ สุนัขไม่ชัดเจน | - ภาพของสุนัขเป็นสี ขาวดำขาดความ น่าสนใจ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

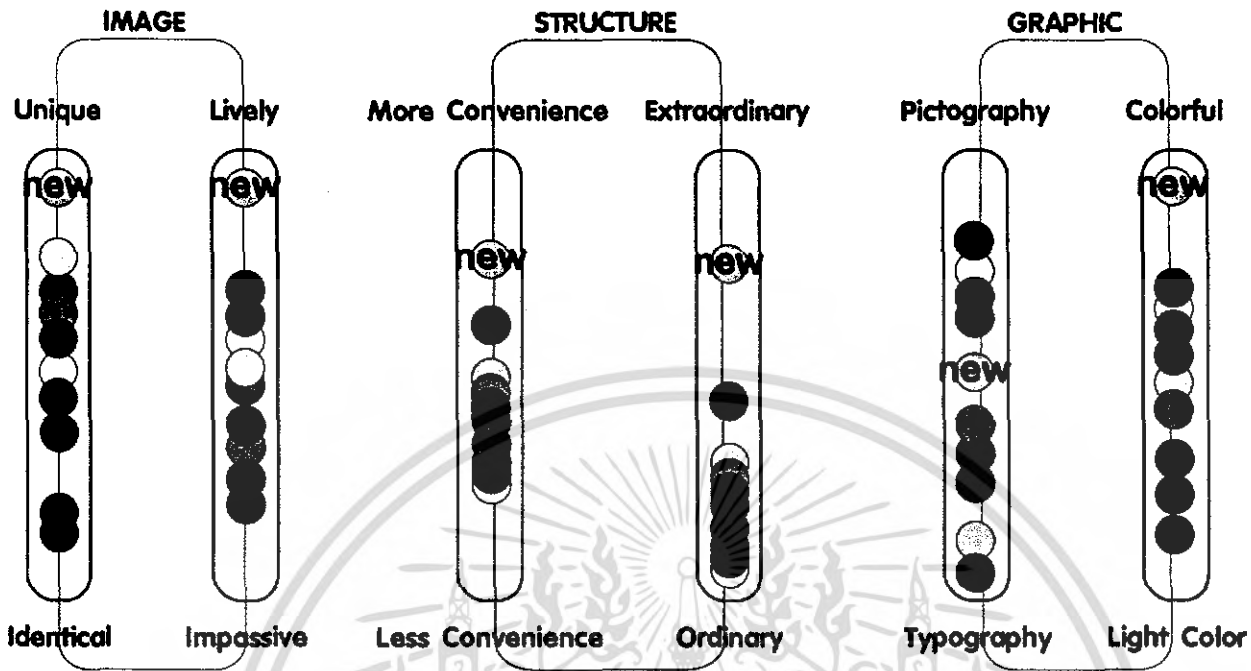
| รูปแบบสินค้า และตราสินค้า | | ROYAL CANIN  | PRO PLAN  | ALPO สินค้าทางอาหารที่ผ่านการรับรองจากกรม  |
|------------------------------|-------------|---|---|---|
| ข้อดี | Containment | - บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน บรรจุได้อย่างสะดวก | - บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน บรรจุได้อย่างสะดวก | - บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน บรรจุได้อย่างสะดวก |
| | Protection | - เนื่องจากผลิตภัณฑ์มี ความแข็งแรงพอสมควร บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ถือว่า สามารถป้องกัน สินค้าได้เป็นอย่างดี | - เนื่องจากผลิตภัณฑ์มี ความแข็งแรงพอสมควร บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ถือว่า สามารถป้องกัน สินค้าได้เป็นอย่างดี | - เนื่องจากผลิตภัณฑ์มี ความแข็งแรงพอสมควร บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ถือว่า สามารถป้องกัน สินค้าได้เป็นอย่างดี |
| | Convenience | - ฉีกแล้วเทใส่ภาชนะ ได้อย่างสะดวก | - ฉีกแล้วเทใส่ภาชนะ ได้อย่างสะดวก | - เป็นถุงซิปลงสามารถ เก็บรักษาสินค้าได้ ภายหลังจากการใช้ งาน |
| | Promotion | - สินค้านำเข้าเป็นที่ รู้จักของผู้บริโภค | - บริษัทแม่มีเครือข่าย ที่กว้างขวางและเป็น ที่รู้จักมานาน | - บริษัทแม่มีเครือข่าย ที่กว้างขวางและเป็น ที่รู้จักมานาน |
| ข้อเสีย | Containment | - | - | - |
| | Protection | - ไม่สามารถเก็บรักษา สินค้าที่เหลือ | - ไม่สามารถเก็บรักษา สินค้าที่เหลือ | - ไม่สามารถเก็บรักษา สินค้าที่เหลือ |
| | Convenience | - การใช้งานจำเป็นต้อง หาภาชนะมาใส่ | - การใช้งานจำเป็นต้อง หาภาชนะมาใส่ | - การใช้งานจำเป็นต้อง หาภาชนะมาใส่ |
| | Promotion | - | - ขาดความชัดเจนใน การแบ่งประเภทของ สุนัข | - ตัวอักษรบ่งบอกชนิด ไม่ชัดเจนเท่าที่ควร |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| รูปแบบสินค้า และตราสินค้า | | PEDIGREE | C.P. | GUSTO |
|------------------------------|-------------|---|---|---|
| | |  |  |  |
| ข้อดี | Containment | - บรรจุกฎเกณฑ์มาตรฐาน บรรจุได้อย่างสะดวก | - บรรจุกฎเกณฑ์มาตรฐาน บรรจุได้อย่างสะดวก | - บรรจุกฎเกณฑ์มาตรฐาน บรรจุได้อย่างสะดวก |
| | Protection | - เนื่องจากผลิตภัณฑ์มี ความแข็งแรงพอสมควร บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ถือว่า สามารถป้องกัน สินค้าได้เป็นอย่างดี | - เนื่องจากผลิตภัณฑ์มี ความแข็งแรงพอสมควร บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ถือว่า สามารถป้องกัน สินค้าได้เป็นอย่างดี | - เนื่องจากผลิตภัณฑ์มี ความแข็งแรงพอสมควร บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ถือว่า สามารถป้องกัน สินค้าได้เป็นอย่างดี |
| | Convenience | - ฉีกแล้วเทใส่ภาชนะ ได้อย่างสะดวก | - ฉีกแล้วเทใส่ภาชนะ ได้อย่างสะดวก | - ฉีกแล้วเทใส่ภาชนะ ได้อย่างสะดวก |
| | Promotion | - สินค้ามีคุณภาพและ เป็นที่รู้จัก | - มีการวางจำหน่าย สินค้าตามเซเว่น อีเลฟเว่นทำให้ ได้เปรียบ | - ราคาถูกผู้บริโภคกลุ่ม ล่างเกิดความสนใจ ในการเลือกใช้ |
| ข้อเสีย | Containment | - | - | - |
| | Protection | - ไม่สามารถเก็บรักษา สินค้าที่เหลือ | - ไม่สามารถเก็บรักษา สินค้าที่เหลือ | - ไม่สามารถเก็บรักษา สินค้าที่เหลือ |
| | Convenience | - การใช้งานจำเป็นต้อง หาภาชนะมาใส่ | - การใช้งานจำเป็นต้อง หาภาชนะมาใส่ | - การใช้งานจำเป็นต้อง หาภาชนะมาใส่ |
| | Promotion | - | - ภาพลักษณ์ของ สินค้าดูขาดคุณภาพ | - ภาพลักษณ์ของ สินค้าดูขาดคุณภาพ และความน่าสนใจ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

งนภาพแสดงตำแหน่งผลิตภัณฑ์อาหารเม็ดสำหรับสุนัข เปรียบเทียบกับคู่แข่ง



ปผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อดี-ข้อเสียและตำแหน่งของผลิตภัณฑ์อาหารเม็ดสำหรับสุนัข

เนภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์

ิตภัณฑ์คู่แข่ง : มีความแตกต่างและหลากหลาย แต่ส่วนใหญ่จะเน้นไปที่คุณภาพของสินค้า รวมทั้งเรื่องมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ของตนเอง มากกว่าการเน้นไปที่เรื่องของกลุ่มเป้าหมาย

ิตภัณฑ์ในโครงการ : กำหนดให้ภาพลักษณ์ของสินค้ามีความโดดเด่นและแตกต่างไปจากคู่แข่งส่วนใหญ่ โดยเน้นความเป็นสินค้าสำหรับกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานยุคใหม่

เนโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์

ิตภัณฑ์คู่แข่ง : โครงสร้างมาตรฐานไม่มีความแตกต่างกันแต่อย่างใด มีเพียงผลิตภัณฑ์ของ ALPO ที่มีการใช้ถุงซิปกับผลิตภัณฑ์

ิตภัณฑ์ในโครงการ : ออกแบบโครงสร้างภายนอกเป็นกล่อง เพื่อให้เกิดความแตกต่างและสามารถใช้งานเป็นภาชนะใส่อาหารสำหรับสุนัขได้

เนกราฟฟิคของบรรจุภัณฑ์

ิตภัณฑ์คู่แข่ง : ทุกผลิตภัณฑ์เน้นตราสินค้าของตนเองเป็นหลัก บางบริษัทก็มีสีที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ทำให้ง่ายต่อการที่ผู้บริโภคจะจดจำ

ิตภัณฑ์ในโครงการ : ใช้สีสันทันหลากหลายเพื่อให้เกิดความน่าสนใจและความแตกต่างโดยยังคงใช้สีส้มเป็นหลักตามข้อกำหนดของบริษัท

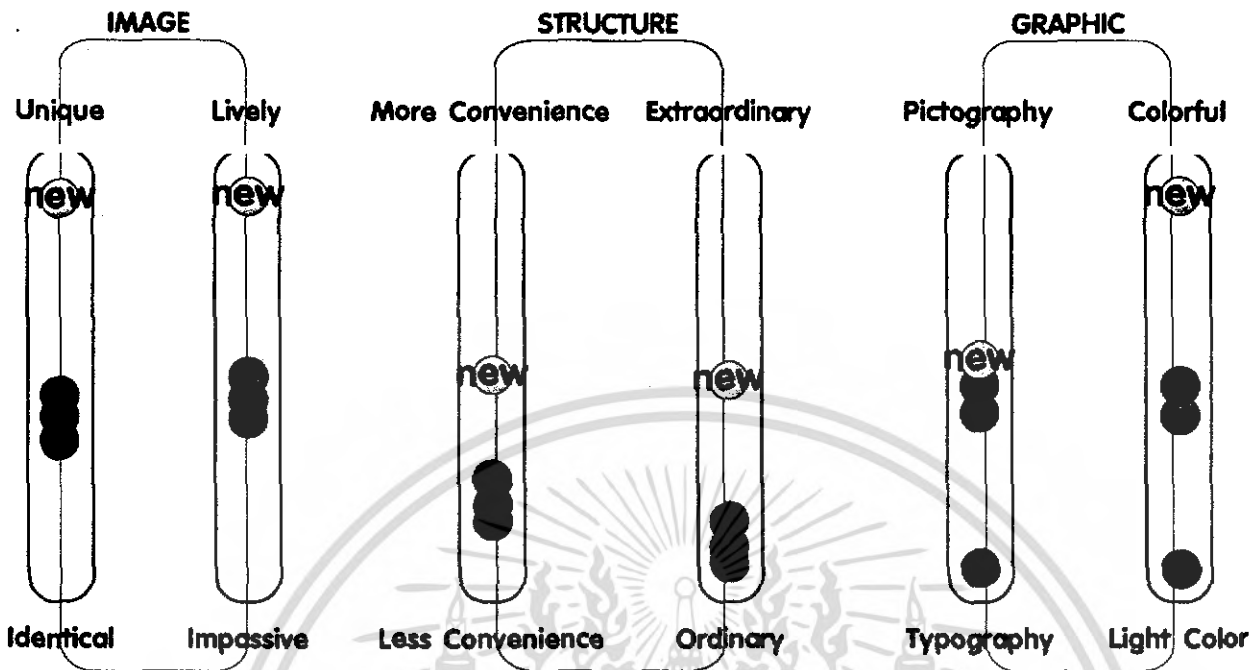
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.5.4-9 ตารางเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียผลิตภัณฑ์ของกลุ่มประเภทของเล่นยางสำหรับสุนัข

| รูปแบบสินค้า และตราสินค้า | | SLEEKY | BOK DOK | PUPPE |
|------------------------------|-------------|---|---|---|
| | |  |  |  |
| ข้อดี | Containment | - บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน บรรจุได้อย่างสะดวก | - บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน บรรจุได้อย่างสะดวก | - บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน บรรจุได้อย่างสะดวก |
| | Protection | - สินค้ามีความแข็งแรง อยู่แล้วป้องกันเพียง แค่การเปิดใช้งาน ก่อนการซื้อ | - สินค้ามีความแข็งแรง อยู่แล้วป้องกันเพียง แค่การเปิดใช้งาน ก่อนการซื้อ | - สินค้ามีความแข็งแรง อยู่แล้วป้องกันเพียง แค่การเปิดใช้งาน ก่อนการซื้อ |
| | Convenience | - แกะซองใช้งานได้ อย่างสะดวก | - แกะซองใช้งานได้ อย่างสะดวก | - แกะซองใช้งานได้ อย่างสะดวก |
| | Promotion | - เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้ เลี้ยงสุนัขรู้จักเป็น อย่างดี | - ราคาถูกผู้บริโภคให้ ความสนใจ | - ราคาถูกผู้บริโภคให้ ความสนใจ |
| ข้อเสีย | Containment | - | - | - |
| | Protection | - ไม่สามารถเก็บรักษา ภายหลังจากการใช้ งาน | - ไม่สามารถเก็บรักษา ภายหลังจากการใช้ งาน | - ไม่สามารถเก็บรักษา ภายหลังจากการใช้ งาน |
| | Convenience | - | - | - |
| | Promotion | - สามารถแขวนได้ เพียงอย่างเดียว ไม่ สามารถวางจำหน่าย ได้ | - สามารถแขวนได้ เพียงอย่างเดียว ไม่ สามารถวางจำหน่าย ได้ | - สามารถแขวนได้ เพียงอย่างเดียว ไม่ สามารถวางจำหน่าย ได้ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

● SLEEKY ● BOK DOK ● PUPPE



ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อดี-ข้อเสียและตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ของเล่นยางสำหรับสุนัข

ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์คู่แข่ง : ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ดูเหมือนกันทั้งหมด ไม่มีความแตกต่าง
 ผลิตภัณฑ์ในโครงการ : เน้นภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ไปที่ความสนุกสนาน เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ของเล่นสำหรับสุนัขโดยเฉพาะ

โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์คู่แข่ง : เป็นซองติดฉลากแบบมาตรฐานด้วยกันทั้งสิ้น ทำให้ไม่สามารถวางจำหน่ายได้ สามารถใช้แขวนจำหน่ายได้เพียงอย่างเดียวทำให้บางร้านค้าเกิดความไม่สะดวกในการจัดวาง
 ผลิตภัณฑ์ในโครงการ : เป็นบรรจุภัณฑ์แบบบลิสเตอร์แพค สามารถวางหรือแขวนจำหน่ายตามร้านค้าได้อย่างสะดวก ลดปัญหาเรื่องการจัดวางในรูปแบบต่างๆ รวมทั้งยังสามารถเก็บรักษาผลิตภัณฑ์หลังจากการใช้งานได้เป็นอย่างดี

เนกرافฟิคของบรรจุภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์คู่แข่ง : กราฟฟิคทุกผลิตภัณฑ์เน้นไปที่ตราสินค้าของตนเพียงอย่างเดียว เนื่องจากมีพื้นที่ในการแสดงกราฟฟิคน้อย
 ผลิตภัณฑ์ในโครงการ : มีเนื้อที่ในการจัดวางกราฟฟิคที่มากขึ้น สามารถบอกเรื่องราวและวิธีการใช้งานผลิตภัณฑ์ได้ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกสนใจในตัวสินค้ามากยิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.5 วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลที่มีต่อการออกแบบ

จากข้อมูลด้านคู่แข่งที่ผ่านมาทั้งหมด ทุกหัวข้อนั้นสามารถนำมาวิเคราะห์และสรุปเป็นแนวทางในการออกแบบของโครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข ได้ดังนี้

1. ออกแบบโดยคำนึงถึงภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท
 - ภาพลักษณ์ของคู่แข่งแต่ละประเภท ก็จะเน้นไปในทางเดียวกันเป็นส่วนใหญ่ ไม่มีความแตกต่างกันมากมายแต่อย่างใด ทำให้เมื่อสร้างภาพลักษณ์ที่แตกต่างออกไปจากคู่แข่งเพียงตราสินค้าเดียว ก็สามารถครอบคลุมทุกตราสินค้าได้
 - ผลิตภัณฑ์อาหารเม็ดสำหรับสุนัข เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีความเฉพาะเจาะจง คู่แข่งมีอยู่มากมายและหลากหลาย ส่วนใหญ่จะเน้นไปที่คุณภาพของสินค้าตนเอง ทำให้การเริ่มต้นแข่งขันกับผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้นั้น ควรสร้างจุดขายให้แตกต่างจากคู่แข่งให้มาก โดยเน้นเรื่องของภาพลักษณ์ที่จะสามารถแสดงถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดีและมี ความชัดเจนสูง
2. ออกแบบโดยคำนึงถึงโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์
 - โครงสร้างผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งแต่ละประเภทไม่แตกต่างกันมากนัก ดังนั้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในโครงการ จึงควรสร้างความแตกต่างและจุดเด่นทางด้านการใช้งานของผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจนและเกิดประโยชน์แก่ผู้บริโภคมากที่สุด
 - ในเรื่องของรูปทรง บรรจุภัณฑ์เกือบทุกประเภทจะเน้นไปที่การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์แบบมาตรฐาน เพราะมีความสะดวกและประหยัด ทำให้ไม่เกิดความแตกต่างและโดดเด่นจากคู่แข่งแต่อย่างใด บรรจุภัณฑ์ในโครงการจึงมีการเลือกออกแบบโครงสร้างให้กับบรรจุภัณฑ์หลากหลายชนิด ช่วยสร้างความแตกต่างและโดดเด่นจากคู่แข่ง
3. ออกแบบโดยคำนึงถึงกราฟฟิกของบรรจุภัณฑ์
 - จากการเปรียบเทียบคู่แข่งที่ผ่านมาจะสังเกตได้ว่ามีเพียง 2 ตราสินค้า ที่เริ่มให้ความสำคัญกับสีสັນและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง คือ SLEEKY และ DOGGY MAN แต่ SLEEKY อาจจะมี ความแตกต่างของสินค้าเพียงบางประเภทเท่านั้น ทำให้ยังมีช่องทางที่จะสามารถสร้างความแตกต่างและโดดเด่นจากคู่แข่งได้อีกมากมาย
 - มีการคำนึงถึงภาพลักษณ์โดยรวมของผลิตภัณฑ์ทุกประเภท (Corporate Identity) เพื่อให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ถ่ายทอดการจดจำและเกิดความสนใจ สะดุดตาแก่ผู้บริโภคได้ดีกว่าคู่แข่งอื่นๆ ที่มีอยู่ในท้องตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6 ข้อมูลทางด้านวัสดุและกรรมวิธีการผลิต

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ในโครงการมีความหลากหลายทางด้านลักษณะทางกายภาพวัสดุที่นำมาใช้ในการผลิต จึงมีความแตกต่างกันไปตามความเหมาะสม ในการออกแบบจึงควรคำนึงถึงลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์กับบรรจุภัณฑ์เพื่อที่จะสามารถเลือกวัสดุและกรรมวิธีการผลิต การขนส่ง การบรรจุ และยังสามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ตลอดอายุการใช้งานได้เป็นอย่างดี

ส่วนประกอบที่สำคัญของข้อมูลทางด้านวัสดุและกรรมวิธีการผลิต มีดังต่อไปนี้

2.6.1 ข้อมูลวัสดุและกรรมวิธีการผลิต

2.6.2 ผลวิเคราะห์ข้อมูลวัสดุและกรรมวิธีการผลิต

2.6.3 ข้อมูลการพิมพ์

2.6.4 ผลวิเคราะห์ข้อมูลการพิมพ์

2.6.5 สรุปผลการวิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุและกรรมวิธีการผลิต

2.6.1 ข้อมูลวัสดุและกรรมวิธีการผลิต

บรรจุภัณฑ์ขวดพลาสติก

ในปัจจุบันมีการใช้บรรจุภัณฑ์ขวดพลาสติกอย่างกว้างขวาง และมีหลากหลายชนิด แต่ที่นิยมใช้มากมีดังต่อไปนี้

1. โพลีเอทิลีน (Polyethylene-PE)

มีการใช้ใน 2 ลักษณะคือ โพลีเอทิลีนชนิดความหนาแน่นต่ำ และโพลีเอทิลีนชนิดความหนาแน่นสูง โดยทั่วไปขวดพลาสติกชนิดนี้จะยอมให้อุณหภูมิผ่านได้น้อย แต่จะยอมให้ก๊าซซึมผ่านได้ ทนความเป็นกรดได้ปานกลาง ทนความร้อนได้ไม่มากนัก แต่จะทนความเย็นได้ดีมาก มักจะใช้บรรจุนม ผงซักฟอก น้ำดื่ม และเครื่องสำอาง

2. โพลีโพรพิลีน (Polypropylene-PP)

คุณสมบัติทั่วไปแล้วจะยอมให้อุณหภูมิผ่านได้น้อย แต่จะยอมให้ก๊าซซึมผ่านได้ดี ทนความเป็นกรดได้ปานกลาง ทนความร้อนได้ดี แต่จะไม่ทนความเย็นจึงไม่เหมาะแก่การแช่เย็น โดยทั่วไปใช้ในการบรรจุยา น้ำผลไม้ น้ำเชื่อม เครื่องสำอาง แชมพู

3. โพลีไวนิลคลอไรด์ (Polyvinylchloride-PVC)

คุณสมบัติทั่วไปจะใส สามารถป้องกันก๊าซและไขมันซึมผ่านได้ดี ทนความเป็นกรดได้ดี ไม่ทนความร้อนและความเย็น จึงเหมาะสำหรับใช้ในที่อุณหภูมิปกติ มักจะใช้ในการบรรจุเครื่องสำอาง น้ำมันพืช น้ำส้มสายชู และผลิตภัณฑ์ทางเคมี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. โพลิสไตรีน (Polystyrene-PP)

คุณสมบัติป้องกันก๊าซและไอน้ำได้ไม่ดีนัก ทนความเป็นกรดได้ปานกลาง ไม่ทนความร้อนและความเย็น เหมาะสำหรับใช้ในอุณหภูมิปกติ โดยทั่วไปนิยมใช้บรรจุยาเม็ด วิตามิน เครื่องเทศ และทำให้มีขนาดใหญ่สำหรับใช้บรรจุนมเพื่อการขนส่ง แต่ไม่นิยมใช้ในประเทศไทย

5. โพลีเอทิลีนเทเรฟทาเลต (Polyethylene Terephthalate-PET)

คุณสมบัติโดยทั่วไปจะแข็งใส ป้องกันการซึมผ่านของไอน้ำได้ปานกลาง แต่ป้องกันการซึมผ่านก๊าซได้ดีมาก ทนความเป็นกรดได้และทนต่อความเย็นได้ดี มักนิยมใช้บรรจุเครื่องดื่มประเภทน้ำอัดลม เบียร์ นอกจากนี้ยังบรรจุของเหลวที่มีแอลกอฮอล์ได้ เช่น แครมพูน้ำ โคโลญจ์ ไลซัน เป็นต้น

ตารางที่ 2.6-1 แสดงคุณสมบัติของพลาสติก

| คุณสมบัติของวัสดุ | วัสดุ | | | | | |
|-----------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | LDPE | HDPE | PET | PP | PS | PVC |
| ความใส | ขุ่น | ขุ่น | ใส | ปานกลาง-ใส | ใส | ใส |
| การซึมผ่านของไอน้ำ | ต่ำ | ต่ำมาก | ปานกลาง | ต่ำมาก | สูง | ปานกลาง |
| การซึมผ่านของออกซิเจน | สูงมาก | สูง | ต่ำ | สูง | สูง | ต่ำ |
| ความทนต่อแอลกอฮอล์ | ดี-ดีมาก | ดีมาก | ดี | ดี | พอใช้ | ดี-ดีมาก |
| ความทนต่อด่าง | ดี-ดีมาก | ดี-ดีมาก | เลว-พอใช้ | ดีมาก | ดี | ดี-ดีมาก |
| ความทนต่อน้ำมัน | เลว | พอใช้ | ดี | พอใช้ | พอใช้ | ดี |
| ความทนต่อตัวทำละลาย | เลว-พอใช้ | พอใช้-ดี | ดี | พอใช้-ดี | เลว | เลว-ดี |
| การต้านแรงกด | พอใช้-ดีมาก | พอใช้-ดีมาก | พอใช้-ดี | พอใช้-ดีมาก | ปานกลาง-ดี | ดี-ดีมาก |
| การต้านแรงกระแทก | ดีมาก | ดีมาก | ดี-ดีมาก | ดี-ดีมาก | เลว-ดี | พอใช้-ดี |
| ความแข็งแรง | ต่ำ | ปานกลาง | ปานกลาง-สูง | ปานกลาง-สูง | ปานกลาง-สูง | ปานกลาง-สูง |
| ความทนต่อความร้อน | พอใช้ | พอใช้-ดี | เลว-พอใช้ | ดี | พอใช้ | เลว-พอใช้ |
| ความทนต่อความเย็น | ดีมาก | ดีมาก | ดี | พอใช้-ดีมาก | เลว | พอใช้ |
| ราคาต่อหน่วย | ต่ำ | ต่ำ | ปานกลาง-สูง | ปานกลาง | ปานกลาง | ปานกลาง-สูง |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยกรรมวิธีการผลิตขวดพลาสติกสามารถผลิตได้หลายวิธีดังนี้

1. การอัดแบบฉีด (Injection Molding) วิธีการนี้มีหลักการที่สำคัญคือ ให้ความร้อนแก่พลาสติกจนหลอมเหลวภายในกระบอกลูกสูบ แล้วใช้แรงอัดเข้าไปในแบบ ซึ่งมีการหล่อเย็นให้พลาสติกแข็งตัว แล้วจึงเปิดเพื่อนำชิ้นงานออก
2. การอัดแบบเป่า (Blow Molding) หลักการคือ เมื่อหลอมพลาสติกให้เหลวแล้วจะถูกอัดเป็นรูปหลอดที่มีผนังหนา เรียกว่า พาริสัน (Parison) แล้วเป่าลมเข้าไปในหลอดในช่วงที่หลอดอยู่ในแม่พิมพ์ด้วยอัตราเร็วและเวลาที่กำหนดโดยที่แม่พิมพ์จะหมุนไปโดยรอบสามารถทำแม่พิมพ์เป็นรูปต่างๆ ได้ตามความต้องการ วิธีนี้มีข้อดีคือ ปริมาณการผลิตสูง เครื่องจักรที่ใช้ราคาไม่สูงนัก แต่ข้อเสียที่ว่า เมื่อนำเศษที่เหลือมาหลอมใช้อีกจะได้ขวดที่มีผนังไม่สม่ำเสมอและขวดที่ได้จากการเป่าจะมีรอยอยู่ด้านหลัง
3. การอัดแบบฉีดเป่า (Injection Blow Molding) กรรมวิธีการผลิตแบ่งเป็น 2 ขั้นตอน คือ ขั้นแรกทำพลาสติกให้เป็นหลอดโดยใช้เครื่องอัดแบบฉีด ขั้นที่ 2 คือการเป่าหลอดนี้ให้เป็นรูปร่างตามแบบ วิธีนี้ทำให้ขวดมีขนาดเที่ยงตรงมาก ไม่มีเศษพลาสติกเหลือ และผนังขวดสม่ำเสมอแต่จะมีรูกลมอยู่ด้านล่าง เหมาะกับการผลิตในปริมาณน้อย เครื่องจักรมีราคาสูง
4. การอัดแบบเป่าด้วยการยืด (Stretched Blow Molding) วิธีการนี้คือการทำให้มีรูปร่างเหมือนหลอดก่อน จากนั้นหลอมหลอดด้วยความร้อนและเป่าให้เป็นรูปร่างตามแบบ ทำให้บรรจุภัณฑ์ที่ได้มีน้ำหนักเบา แข็งแรง สามารถรับแรงกระแทกได้ดี รวมทั้งคอขวดมีขนาดเที่ยงตรงและสม่ำเสมอ การอัดแบบเป่าด้วยการยืดนั้นจะดีกว่า ใช้วัสดุน้อยกว่าการอัดแบบเป่า และยังสามารถป้องกันการซึมผ่านของก๊าซและไอน้ำได้ดีกว่า

2.6.2 ผลวิเคราะห์ข้อมูลวัสดุและกรรมวิธีการผลิต

การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุ กรรมวิธีการผลิต ถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งในการผลิตสินค้าออกสู่ท้องตลาด เพราะการเลือกวัสดุและกรรมวิธีการผลิตที่เหมาะสม จะช่วยให้สินค้าที่บรรจุอยู่ภายในคงสภาพและคุณสมบัติ รวมทั้งปลอดภัยจากปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่จะส่งผลกระทบต่อตัวสินค้าได้ นับตั้งแต่กระบวนการผลิต การขนส่ง การจัดจำหน่าย ตลอดจนถึงระยะเวลาในการใช้งานของผู้บริโภค

การวิเคราะห์เลือกใช้วัสดุมีเงื่อนไขในการพิจารณาอยู่หลายประการ ทั้งเงื่อนไขที่เกิดจากตัวสินค้า ต้นทุนด้านการผลิต ความเหมาะสมในการใช้งาน และความปลอดภัยต่อผู้บริโภคเหล่านี้เป็นต้น ซึ่งเงื่อนไขดังกล่าวจะนำมาทำการวิเคราะห์ทางด้านวัสดุในภาพรวม ซึ่งเมื่อทำการออกแบบต่อไปอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ เพื่อให้สามารถออกแบบบรรจุภัณฑ์ได้หลากหลายและเลือกใช้วัสดุได้อย่างเหมาะสมที่สุด เงื่อนไขการพิจารณาทางด้านวัสดุ จะทำการแบ่งประเภทตามลักษณะของบรรจุภัณฑ์และการใช้งาน ได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ประเภทขวดทึบ

บรรจุภัณฑ์ประเภทขวดพลาสติกได้แก่ ขวดแชมพูสำหรับสุนัข, ขวดแผ่นน้ำยาเช็ดหู โดยมีเงื่อนไขในการพิจารณาด้านวัสดุจะมีดังต่อไปนี้

- | | |
|-------------------------|------------------------|
| 1. การทนต่อสภาพกรด-ด่าง | 4. ป้องกันไอน้ำซึมผ่าน |
| 2. ความแข็งแรง | 5. ความยืดหยุ่นสูง |
| 3. ความสวยงาม | 6. ต้นทุนการผลิตต่ำ |

| เงื่อนไขในการพิจารณา | ค่าความสำคัญ | HDPE | LDPE | PP | PVC | PETE |
|----------------------|--------------|------|------|----|-----|------|
| การทนต่อสภาพกรด-ด่าง | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| ความแข็งแรง | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| ความสวยงาม | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| ป้องกันไอน้ำซึมผ่าน | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 |
| ความยืดหยุ่นสูง | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 |
| ต้นทุนการผลิตต่ำ | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 1 |
| รวม | | 50 | 45 | 43 | 45 | 43 |

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

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางวิเคราะห์สรุปได้ว่า เลือกใช้พลาสติกชนิด HDPE กรรมวิธีการผลิต Injection Blow Molding เพื่อผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทขวด

2. การวิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุสำหรับทำฝาปิด

ได้แก่ ฝาปิดขวดแชมพูสำหรับสุนัข, ฝาปิดขวดแผ่นน้ำยาเช็ดหูสำหรับสุนัข

โดยมีเงื่อนไขในการพิจารณาด้านวัสดุจะมีดังต่อไปนี้

1. ความยืดหยุ่น
2. ป้องกันไอน้ำซึมผ่าน
3. ความคงทน แข็งแรง
4. ความทนต่อกรดต่าง
5. ความสวยงาม
6. ต้นทุนการผลิตต่ำ

| เงื่อนไขในการพิจารณา | ค่าความสำคัญ | HDPE | PP |
|----------------------|--------------|------|----|
| ความยืดหยุ่น | 4 | 3 | 4 |
| ป้องกันไอน้ำซึมผ่าน | 3 | 4 | 4 |
| ความคงทน แข็งแรง | 3 | 4 | 3 |
| ทนต่อกรด-ต่าง | 2 | 4 | 4 |
| ความสวยงาม | 2 | 3 | 4 |
| ต้นทุนการผลิตต่ำ | 2 | 3 | 2 |
| รวม | | 56 | 57 |

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

จากตารางวิเคราะห์สรุปได้ว่า เลือกใช้ฝาปิดพลาสติกชนิด PP กรรมวิธีการผลิต Injection

3. การวิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ประเภทบิสเตอร์แพค

ได้แก่ บรรจุภัณฑ์บล็อกคอ+สายจูงสำหรับสุนัข, บรรจุภัณฑ์ชุดตกแต่งขนสำหรับสุนัข, บรรจุภัณฑ์ของเล่นยางสำหรับสุนัข

โดยมีเงื่อนไขในการพิจารณาด้านวัสดุจะมีดังต่อไปนี้

1. ความแข็งแรงทนทาน
2. ความใส
3. การขึ้นรูปได้ง่าย
4. ต้นทุนการผลิตต่ำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| เงื่อนไขในการพิจารณา | ค่าความสำคัญ | PP | PS | PVC |
|----------------------|--------------|----|----|-----|
| ความแข็งแรงทนทาน | 4 | 3 | 2 | 4 |
| ความใส | 3 | 4 | 3 | 3 |
| การขึ้นรูปได้ง่าย | 3 | 4 | 4 | 4 |
| ต้นทุนการผลิตต่ำ | 2 | 3 | 3 | 4 |
| รวม | | 42 | 35 | 45 |

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

จากตารางวิเคราะห์สรุปได้ว่า เลือกใช้พลาสติก PVC ทำบิลสเตอร์แพค กรรมวิธีขึ้นรูปด้วยความร้อน

4. การวิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ประเภทกล่อง

บรรจุภัณฑ์กล่องกระดาษ ได้แก่ กล่องลูกกลิ้งเก็บขนสำหรับสุนัข, กล่องทรายอนามัยสำหรับสุนัข, กล่องยากันยุงสำหรับสุนัขชนิดเดิม, กล่องอาหารเม็ดสำหรับสุนัข, กล่อง Display ขนระดับกลิ่นปากสำหรับสุนัข, กล่องของเล่นสำหรับสุนัข

โดยมีเงื่อนไขในการพิจารณาด้านวัสดุจะมีดังต่อไปนี้

1. ความสวยงาม
2. ความแข็งแรงทนทาน
3. การขึ้นรูปได้ง่าย
4. พิมพ์ได้สวยงาม
5. ต้นทุนการผลิตต่ำ

| เงื่อนไขในการพิจารณา | ค่าความสำคัญ | กระดาษอาร์ตการ์ดเคลือบ | กระดาษแข็งเคลือบ | กระดาษแข็งไม่เคลือบ |
|----------------------|--------------|------------------------|------------------|---------------------|
| ความสวยงาม | 4 | 4 | 3 | 2 |
| ความแข็งแรงทนทาน | 4 | 4 | 3 | 3 |
| การขึ้นรูปได้ง่าย | 3 | 4 | 4 | 4 |
| พิมพ์ได้สวยงาม | 3 | 4 | 4 | 2 |
| ต้นทุนการผลิตต่ำ | 2 | 2 | 3 | 3 |
| รวม | | 60 | 58 | 46 |

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

จากตารางวิเคราะห์สรุปได้ว่า เลือกใช้กระดาษอาร์ตการ์ดเคลือบ (Art Cardboard)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6.3 ข้อมูลการพิมพ์

ระบบการพิมพ์ที่นิยมใช้กับบรรจุภัณฑ์จะประกอบด้วย 4 ประเภท ดังนี้

1. แบบถ่ายผ่าน (Relief) ระบบพิมพ์ประเภทนี้ อาจเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า ระบบการพิมพ์พื้นนูน ได้แก่ แบบแฟล็กโซกราฟี (Flexo Graphy) แบบเลตเตอร์เพรส ซึ่งเป็นการพิมพ์โดยตรง (Direct Printing)
2. แบบแบนราบ (Plano Graphic) ที่นิยมใช้ ได้แก่ ระบบลิโทกราฟี (Lithography) หรือแบบออฟเซตลิโทกราฟี (Offset Lithography)
3. แบบโรโตกราฟัวร์ (Rotogravure) หรือเรียกแบบย่อว่า กราฟัวร์
4. แบบไรสัมผัส (Non-Contact) หรือแบบไม่ใช้การกดพิมพ์ เป็นระบบใหม่ที่ได้รับการยอมรับอย่างสูงในระยะ 10 ปีที่ผ่านมา เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์

การเลือกระบบการพิมพ์ขึ้นกับปัจจัยหลายๆ ประการ แต่ปัจจัยที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

1. ปริมาณของงานพิมพ์ จำนวนสีที่พิมพ์ต่อหน่วยพื้นที่ (Impression Work) และความละเอียดของงานพิมพ์
2. งานที่ออกแบบ กราฟฟิกที่ออกแบบบนบรรจุภัณฑ์อาจจะเป็นลายเส้น (Line Work) หรืองานพิมพ์หลายสี (Full Colour) หรือความแวววับของงานพิมพ์ เป็นต้น จะเลือกใช้ระบบที่แตกต่างกัน
3. สิ่งพิมพ์ (Substrate) วัสดุที่ใช้แปรรูปเป็นบรรจุภัณฑ์และใช้พิมพ์งาน ได้แก่ กระดาษ พลาสติก โลหะและแก้ว การเลือกใช้วัสดุที่แตกต่างกันจะได้คุณภาพการพิมพ์ที่ต่างกัน เนื่องจากความสามารถในการดูดซับสีที่ไม่เหมือนกัน ความนุ่มและความแข็งแตกต่างกัน จึงจำเป็นต้องใช้เครื่องพิมพ์ให้เหมาะสมกับวัสดุแต่ละประเภท
4. รูปทรงสิ่งพิมพ์ ซึ่งอาจจะเป็นม้วนหรือแผ่นตามที่ได้กล่าวมาแล้ว ตัวบรรจุภัณฑ์ที่จะพิมพ์อาจจะเป็นรูปทรงกลมหรือไม่เป็นรูปเรขาคณิตใดๆ เลย
5. ความต้องการคุณสมบัติพิเศษอื่นๆ เช่น ป้องกันน้ำ ป้องกันสารเคมี เป็นต้น

เครื่องปิดฉลากแบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ดังต่อไปนี้

1. เครื่องปิดฉลากแบบกาวแล้วกลิ้งติด

ในกรณีบรรจุภัณฑ์เป็นทรงกลม จะใช้ความเป็นทรงกลมให้เป็นประโยชน์ โดยให้กระป๋องกลิ้งไปตามรางแล้วทากาวลงบนตัวกระป๋อง เมื่อกลิ้งต่อไปกาวบนกระป๋องจะติดเอาฉลากขึ้นมาด้วย เมื่อกลิ้งไปก่อนจะครบรอบของฉลากที่ติดมานั้นจะมีการทากาวบนปลายฉลากอีกข้างหนึ่ง เพื่อให้บริเวณปลายอีกข้างหนึ่งของฉลากสามารถติดได้แน่นสนิท

2. เครื่องปิดฉลากแบบทากาวที่ฉลากแล้วส่งผ่านไปติด

เครื่องปิดฉลากบนส่วนหน้าหรือส่วนหลังของบรรจุภัณฑ์ หลักการทำงานคือฉลากจะถูกทากาวด้วยลูกกลิ้งก่อนแล้วนำมาติดบนภาชนะในตำแหน่งที่ต้องการ

3. เครื่องปิดฉลากสติ๊กเกอร์

ตัวฉลากจะมีราคาค่อนข้างแพง มีความสะดวกในการใช้งานไม่ว่าจะติดด้วยมือหรือใช้เครื่องจักร ในกรณีใช้เครื่องจักร ฉลากจะพิมพ์มาเป็นม้วนเว้นช่วงระยะเท่าๆ กัน เมื่อผ่านกระดาษหมุนกลับทิศ 180 องศาจะปล่อยให้ฉลากเผยออก แล้วนำไปติดบนบรรจุภัณฑ์ด้วยลูกกลิ้งติดกาว เครื่องจักรติดฉลากประเภทนี้มีราคาไม่สูงนักและสามารถทำงานได้อย่างสะดวกและความเร็วในการติดฉลากยังสูงถึงหลายร้อยขวดต่ออนาที

2.6.4 ผลวิเคราะห์ข้อมูลการพิมพ์

การศึกษาข้อมูลด้านการพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์ถือเป็นสิ่งสำคัญ เพราะการเลือกกระบวนการพิมพ์ที่เหมาะสม จะส่งผลทางจิตวิทยาต่อผู้บริโภค เช่น ส่งผลให้เกิดความดึงดูดใจ กระตุ้นให้เกิดความทรงจำต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนตราสินค้าซึ่งเป็นหัวใจสำคัญ เป็นต้น โดยเงื่อนไขการพิจารณาทางด้านการพิมพ์ จะแบ่งประเภทตามลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ซึ่งมีดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ระบบการพิมพ์ลงบนบรรจุภัณฑ์ประเภทขวดได้แก่

ขวดแชมพูสำหรับสุนัข, ขวดแผ่นน้ำยาเช็ดหู

โดยมีเงื่อนไขในการพิจารณาด้านการพิมพ์จะมีดังต่อไปนี้

1. คุณภาพการพิมพ์

3. ทนทาน คงทน

2. ความสวยงาม

4. ต้นทุนการผลิตต่ำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| เงื่อนไขในการพิจารณา | ค่าความสำคัญ | การปิดฉลาก สติ๊กเกอร์ | Shrink Label | ซิลค์สกรีน | กราฟเวียร์ |
|----------------------|--------------|--------------------------|--------------|------------|------------|
| คุณภาพการพิมพ์ | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| ความสวยงาม | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| ทนทาน คงทน | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 |
| ต้นทุนการผลิตต่ำ | 3 | 2 | 1 | 4 | 1 |
| รวม | | 43 | 43 | 39 | 40 |

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

จากตารางวิเคราะห์สรุปได้ว่า เลือกใช้การพิมพ์บนขวดด้วย วิธีการปิดฉลากด้วยสติ๊กเกอร์ หรือ Shrink Label

2.การวิเคราะห์ระบบการพิมพ์สำหรับบรรจุภัณฑ์ประเภทกล่องและกระดาษรองบลิสเตอร์แพค

ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ปลอกคอ+สายจูงสำหรับสุนัข, บรรจุภัณฑ์ชุดตกแต่งขนสำหรับสุนัข, บรรจุภัณฑ์ของเล่นยางสำหรับสุนัข, กล่องลูกกลิ้งเก็บขนสำหรับสุนัข, กล่องทรายอนามัยสำหรับสุนัข, กล่องยากันยุงสำหรับสุนัขชนิดเดิม, กล่องอาหารเม็ดสำหรับสุนัข, กล่องDisplay ขนระดับกลิ่นปากสำหรับสุนัข, กล่องของเล่นสำหรับสุนัข

โดยเงื่อนไขในการพิจารณาด้านการพิมพ์จะมีดังต่อไปนี้

1. คุณภาพการพิมพ์
2. ความสวยงาม
3. ทนทาน คงทน
4. ต้นทุนการผลิตต่ำ

| เงื่อนไขในการพิจารณา | ค่าความสำคัญ | กราฟเวียร์ | ออฟเซต | ซิลค์สกรีน | เฟลทโซกราฟฟี |
|----------------------|--------------|------------|--------|------------|--------------|
| คุณภาพการพิมพ์ | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 |
| ความสวยงาม | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 |
| ทนทาน คงทน | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 |
| ต้นทุนการผลิตต่ำ | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 |
| รวม | | 44 | 52 | 31 | 32 |

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

จากตารางวิเคราะห์สรุปได้ว่า เลือกใช้การพิมพ์บนกล่องด้วย วิธีออฟเซต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6.5 สรุปผลการวิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุและกรรมวิธีการผลิต

ตารางที่ 2.6-2 แสดงการเลือกใช้วัสดุและกรรมวิธีการผลิต

| ประเภทผลิตภัณฑ์ | ชั้น | วัสดุ | กรรมวิธีการผลิต | ระบบการพิมพ์ |
|--------------------|-------------------|-------------------------------------|---------------------------|----------------------------|
| 1. ขมพู่ | Primary Package | ขวดพลาสติก HDPE ฝาพลาสติก PP | Blow Molding Injection | ปิดฉลากพิมพ์ระบบ ออฟเซต |
| 2. แผ่นน้ำยาเช็ดหู | Primary Package | กล่องพลาสติก PP ฝาพลาสติก PP | Injection Injection | ปิดฉลากพิมพ์ระบบ ออฟเซต |
| 3. ลูกกลิ้งเก็บขน | Primary Package | กล่องกระดาษชาร์ท การ์ด | Die Cut | พิมพ์ระบบออฟเซต |
| 4. ทราายนามัย | Secondary Package | กล่องกระดาษชาร์ท การ์ด | Die Cut | พิมพ์ระบบออฟเซต |
| 5. ปลอกคอ+สายรุง | Primary Package | แผ่นพลาสติก PVC กระดาษชาร์ทการ์ด | บลิสเตอร์แพก | พิมพ์ระบบออฟเซต |
| 6. ยากันยุง | Secondary Package | กล่องพลาสติก PP ฝาพลาสติก PP | Injection Injection | ปิดฉลากพิมพ์ระบบ ออฟเซต |
| 7. ชุดตกแต่งขน | Primary Package | แผ่นพลาสติก PVC กระดาษชาร์ทการ์ด | บลิสเตอร์แพก | พิมพ์ระบบออฟเซต |
| 8. อาหารเม็ด | Secondary Package | กล่องกระดาษชาร์ท การ์ด | Die Cut | พิมพ์ระบบออฟเซต |
| 9. ขนมหบเคี้ยว | Primary Package | กล่องพลาสติก PP | Injection | ปิดฉลากพิมพ์ระบบ ออฟเซต |
| 10. ลูกเต๋าดูหนัง | Primary Package | กล่องกระดาษชาร์ท การ์ด | Die Cut | พิมพ์ระบบออฟเซต |
| 11. ของเล่นยาง | Primary Package | แผ่นพลาสติก PVC กระดาษชาร์ทการ์ด | บลิสเตอร์แพก | พิมพ์ระบบออฟเซต |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

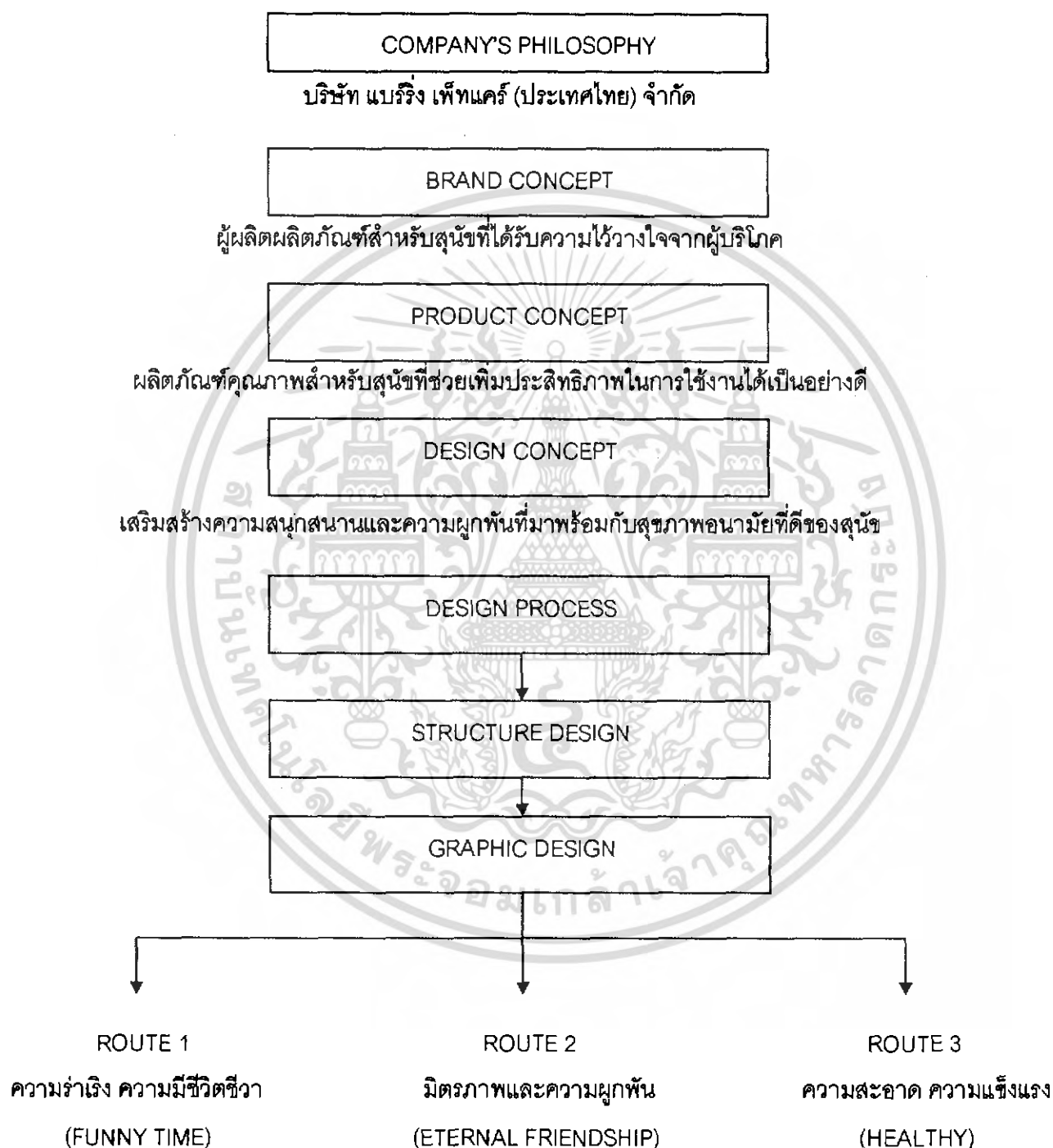


บทที่ 3 การพัฒนาการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ

จากข้อมูลต่างๆ ที่ได้ทำการรวบรวมและวิเคราะห์ในบทที่ผ่านมา สามารถนำมาสรุปเป็นแนวทางในการออกแบบได้ดังต่อไปนี้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้นสามารถแบ่งขั้นตอนการออกแบบได้เป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. การออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์
2. การออกแบบกราฟฟิกของบรรจุภัณฑ์

1.การออกแบบด้านโครงสร้าง (Structure) ได้นำ Design Concept ในส่วนของมิตรภาพอันยิ่งใหญ่ (Eternal Friendship) มาเป็นแนวทางหลักในการออกแบบ โดยสามารถแบ่งการออกแบบโครงสร้างได้เป็น 2 ส่วน ดังต่อไปนี้

1.1 ลักษณะการใช้งาน (Function) ทำการออกแบบโดยเน้นถึงเรื่องการใช้งานระหว่างเจ้าของและสุนัข ให้เกิดความผูกพันขึ้นจากการทำกิจกรรมร่วมกันระหว่างการใช้ผลิตภัณฑ์ของพีพีแก๊งค์

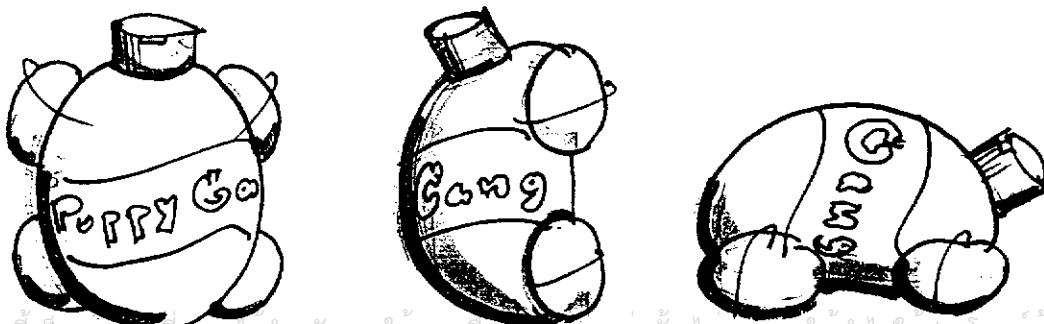
1.2 รูปร่างลักษณะ (Form) เป็นส่วนสำคัญที่จะสร้างรูปลักษณ์ให้มีความโดดเด่น ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค และสอดคล้องกับการใช้งานได้เป็นอย่างดี

การออกแบบได้เลือกผลิตภัณฑ์ในโครงการที่มีโครงสร้างโดดเด่นมา 1 รูปแบบ เพื่อจะนำมาเป็นโครงสร้างหลักในการเริ่มต้นการออกแบบ คือ โครงสร้างของขวดแชมพูขนาด 250 มล. จากนั้นจึงนำมาวิเคราะห์เลือกรูปแบบที่มีความเหมาะสมที่สุด แล้วจึงนำมาออกแบบบรรจุภัณฑ์อื่นๆ ต่อไป เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ในโครงการทั้งหมดมีเอกลักษณ์ร่วมกัน (Corporate Identity)

การออกแบบโครงสร้างในขั้นแรก จะทำการออกแบบเบื้องต้นในส่วนของการใช้งานขวดแชมพู (Function) ที่เสริมลักษณะการใช้งานในการถูทำความสะอาดสุนัข โดยออกแบบให้มีความหลากหลาย แล้วจึงทำการพิจารณาเลือกรูปแบบที่มีความเหมาะสม

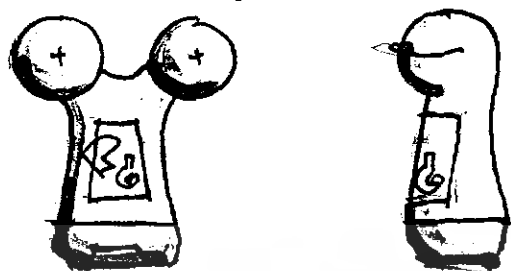
รูปแบบของโครงสร้างขวดที่สามารถนำมาถูทำความสะอาดสุนัขได้มีดังต่อไปนี้

แบบ A1 ออกแบบให้ขวดมีลักษณะเป็รทรงรีเพื่อสะดวกในการถือ เพื่อใช้งานในการขัดถูตัวของสุนัข รวมทั้งปุ่มทั้ง 4 อยู่ด้านข้างเยื้องไปทางด้านหลัง เพื่อสามารถวางขวดในแนวนอนได้ด้วย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

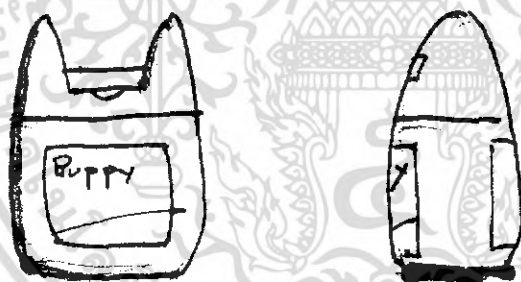
แบบ A2 ออกแบบให้โครงสร้างมีลักษณะเรียบง่ายเหมือนด้ามจับ เพื่อช่วยให้การจับใช้งาน นั้นมีความมั่นคงมากยิ่งขึ้น รวมทั้งทำให้รูปทรงของขวดมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น



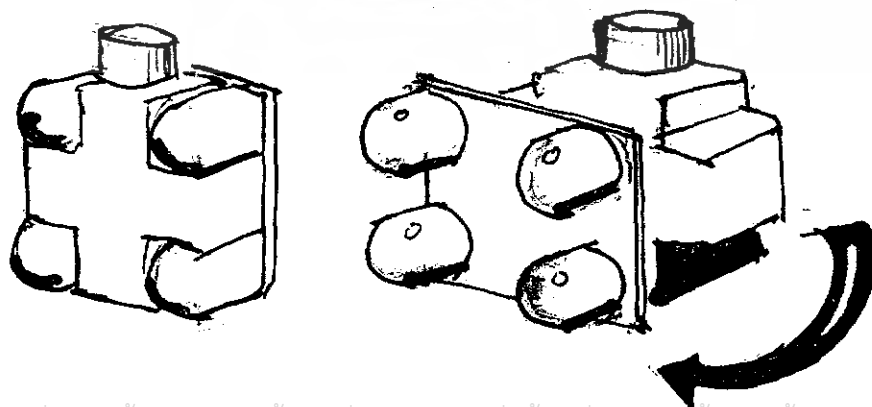
แบบ A3 ออกแบบให้โครงสร้างมีลักษณะเหมือนแปรงขัดทั่วไป เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถรับรู้ ได้ถึงการใช้งานเพิ่มเติมในส่วนของกราดูด



แบบ A4 ออกแบบให้ขวดแชมพูมีหน้าตาที่สามารถบ่งบอกได้ถึงประเภทของผลิตภัณฑ์ที่เป็น แชมพูสำหรับสุนัข



แบบ A5 ออกแบบให้ปริมาณของขวดแชมพูสามารถถอดประกอบได้โดยที่ในการวาง จำหน่ายนั้นจะไม่เกิดปัญหาเรื่องของการใช้เนื้อที่เกินความจำเป็น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากรูปแบบของโครงสร้างต่างๆ สามารถนำมาวิเคราะห์และสรุปผลการออกแบบโดยมี
เงื่อนไขของการวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้

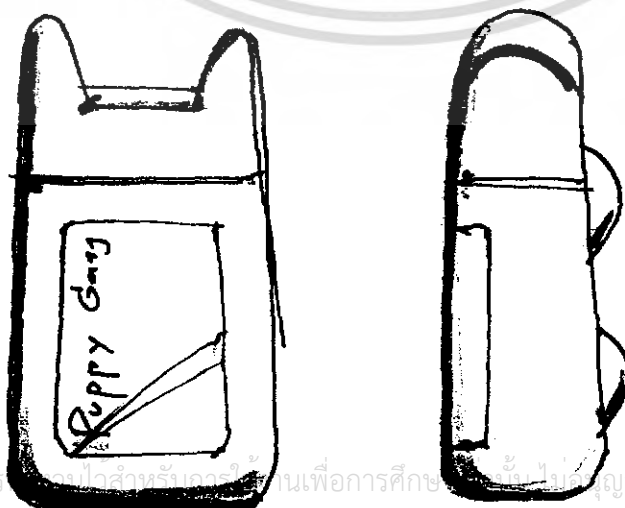
| เงื่อนไข | A1 | A2 | A3 | A4 | A5 |
|-------------------------------------|----|----|----|----|----|
| สอดคล้องกับแนวทางการออกแบบ | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 |
| ความสวยงาม น่าสนใจ | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 |
| ความหลากหลายในการสร้างเอกลักษณ์ร่วม | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 |
| ความยากง่ายในการผลิต | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 |
| รวม | 8 | 8 | 9 | 11 | 6 |

ค่าคะแนน 3 ดีมาก
ค่าคะแนน 2 ดี
ค่าคะแนน 1 พอใช้
ค่าคะแนน 0 ไม่เหมาะสม

จากผลการวิเคราะห์ข้างต้นพบว่า แบบ A4 ได้คะแนนมากที่สุด โดยมีความเด่นชัดในเรื่องของ
เอกลักษณ์ร่วม รวมทั้งมีความชัดเจนในความเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข ดังนั้นจึงนำแบบ A4 มา
พัฒนาแบบต่อไป

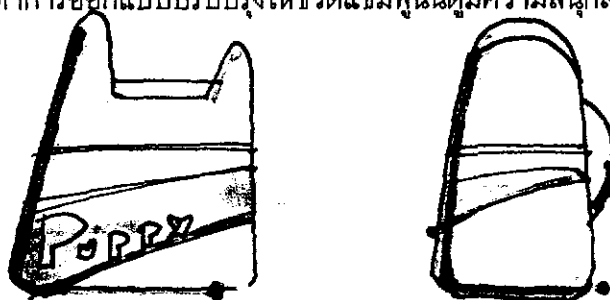
แบบโครงสร้างที่นำมาพัฒนา มีดังต่อไปนี้

แบบ A4-1 ทำการปรับปรุงขนาดสัดส่วนของผลิตภัณฑ์ให้ดูเรียบง่าย เพื่อให้ดูโดดเด่นและ
สามารถหยิบจับใช้งานได้สะดวกมากยิ่งขึ้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารของบริษัทฯ ห้ามเผยแพร่หรือใช้เพื่อการศึกษานี้เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบ A4-2 ทำการออกแบบปรับปรุงให้ขวดแชมพูนั้นดูมีความสนุกสนานมากยิ่งขึ้น จากเดิม
ที่ดูเรียบง่าย



แบบ A4-3 ทำการออกแบบปรับปรุงให้ขวดแชมพูมีลักษณะกลมรีมากยิ่งขึ้น โดยที่ช่วยให้
ประสิทธิภาพในการจับใช้งานนั้นดีมากยิ่งขึ้น



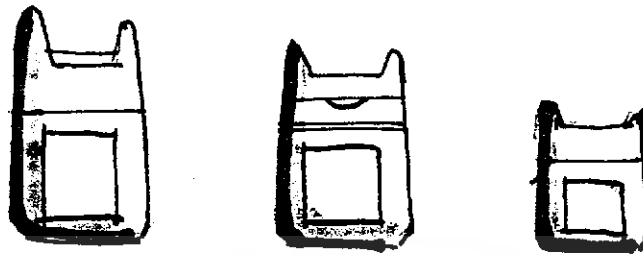
จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์รูปแบบของโครงสร้างในขั้นพัฒนาแบบอีกครั้ง โดยมีเงื่อนไขดัง
ตารางต่อไปนี้

| เงื่อนไข | A4-1 | A4-2 | A4-3 |
|-------------------------------------|------|------|------|
| สอดคล้องกับแนวทางการออกแบบ | 3 | 3 | 3 |
| ความสวยงาม น่าสนใจ | 3 | 3 | 3 |
| ความหลากหลายในการสร้างเอกลักษณ์ร่วม | 3 | 2 | 2 |
| ความยากง่ายในการผลิต | 3 | 1 | 2 |
| รวม | 12 | 9 | 10 |

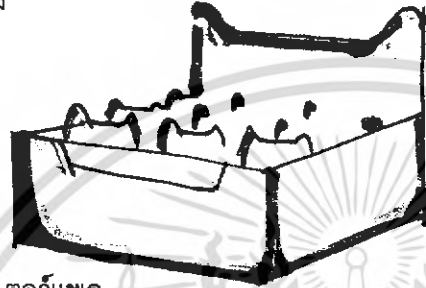
จากผลการวิเคราะห์ แบบ A4-1 มีคะแนนมากที่สุด เนื่องจากสาเหตุในกระบวนการผลิตที่
สะดวกและสามารถสร้างเอกลักษณ์ร่วมได้ง่ายและชัดเจนกว่าอีก 2 รูปแบบ และเมื่อได้รูปแบบของ
ขวดแล้ว จึงทำการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์อื่นๆ ให้มีความสอดคล้องกับรูปแบบขวด ซึ่งมี
เอกลักษณ์ชัดเจน คือ ส่วนบนที่มีลักษณะเป็นหูของสุนัข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

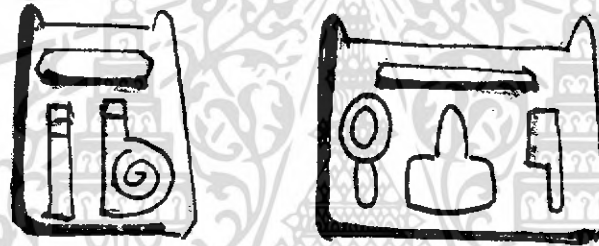
การออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ประเภทอื่นให้สอดคล้องกับรูปทรงขวดมีดังนี้
 บรรจุภัณฑ์ประเภทขวด



บรรจุภัณฑ์ประเภทกล่อง



บรรจุภัณฑ์ประเภทบลิสเตอร์แพค



2. การออกแบบด้านกราฟฟิก (Graphic) มีการแยกแนวทางการออกแบบเป็น 3 แนวทาง ดังต่อไปนี้

B1 ภาพและลวดลายการ์ตูน



B2 ภาพลวดทอนสุนัข



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

B3 ภาพสุนัขจริง



จากรูปแบบของกราฟฟิคทั้ง 3 แนวทาง สามารถนำมาวิเคราะห์และสรุปผลการออกแบบโดยมีเงื่อนไขในการวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้

| เงื่อนไข | B1 | B2 | B3 |
|-------------------------------------|----|----|----|
| สอดคล้องกับแนวทางการออกแบบ | 2 | 3 | 3 |
| ความสวยงาม น่าสนใจ | 2 | 3 | 2 |
| ความหลากหลายในการสร้างเอกลักษณ์ร่วม | 2 | 3 | 3 |
| ความยากง่ายในการผลิต | 2 | 3 | 2 |
| รวม | 8 | 12 | 10 |

จากผลการวิเคราะห์ แบบ B2 มีคะแนนสูงที่สุด เนื่องจากมีความแตกต่างจากตลาด ณ ปัจจุบัน ซึ่งในส่วนของภาพการ์ตูนนั้นเองอาจจะแสดงถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีอายุน้อยเกินไป เช่นเดียวกับภาพจริงซึ่งขาดความน่าสนใจและเป็นรูปสุนัขเพียงอย่างเดียว ซึ่งไม่สามารถแสดงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจนเท่าที่ควร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกของผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นๆ ในขั้นตอนแบบร่างครั้งที่ 1 มีดังต่อไปนี้

หมวดทำความสะอาด



3.1-1 ภาพแสดงแบบจำลองขวดแชมพูสำหรับสุนัข



3.1-2 ภาพแสดงแบบจำลองแชมพูสำหรับสุนัขชนิดเดิม

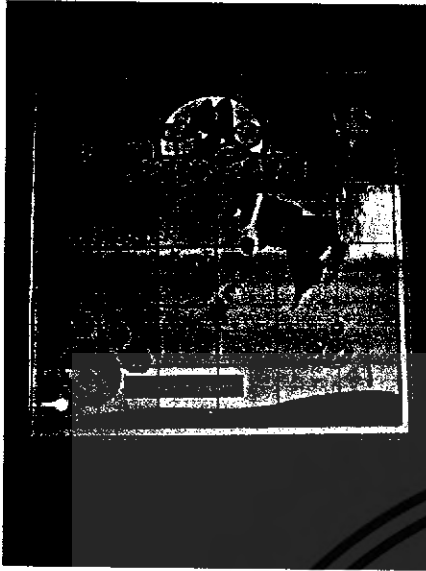


3.1-3 ภาพแสดงแบบจำลองแผ่นน้ำยาเช็ดหู



3.1-4 ภาพแสดงแบบจำลองลูกกลิ้งเก็บขนสุนัข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

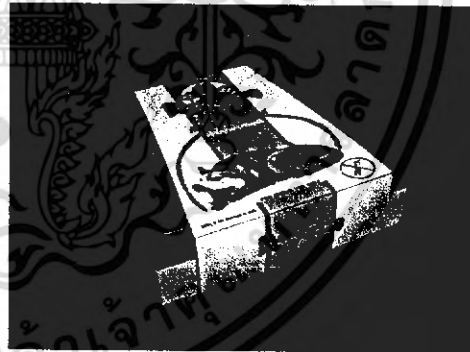


3.1-5 ภาพแสดงแบบจำลองทรายอนามัย

หมวดของใช้

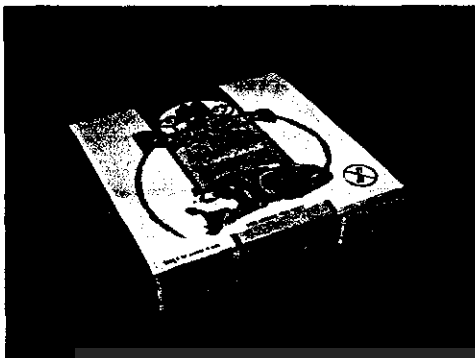


3.1-6 ภาพแสดงแบบจำลองปลอกคอ+สายจูง

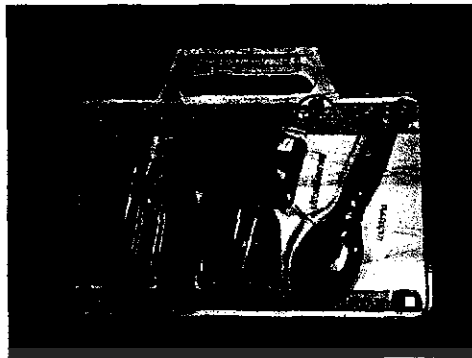


3.1-7 ภาพแสดงแบบจำลองยากันยุง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



3.1-8 ภาพแสดงแบบจำลองยากันยุงชนิดเต็ม



3.1-9 ภาพแสดงแบบจำลองชุดตกแต่งขน

หมวดอาหารและขนมขบเคี้ยว



3.1-10 ภาพแสดงแบบจำลองอาหารเม็ด



3.1-11 ภาพแสดงแบบจำลองอาหารเม็ดชนิดเต็ม



3.1-12 ภาพแสดงแบบจำลองขนมดับกลิ่นปาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หมวดของเล่น



3.1-13 ภาพแสดงแบบจำลองลูกเต๋ารวม



3.1-14 ภาพแสดงแบบจำลองของเล่นยาง



3.1-15 ภาพแสดงจำลองผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 การพัฒนาแนวความคิดในขั้นตอนแบบร่างครั้งที่ 2

ข้อเสนอแนะของอาจารย์สำหรับผลงานในขั้นตอนแบบร่างครั้งที่ 1

1. ส่วนที่เป็นหูของสุนัขบนบรรจุภัณฑ์ขาดความชัดเจนไม่สามารถบ่งบอกถึงสุนัขได้ดีเท่าที่ควร
2. กราฟฟิกที่เป็นภาพลดทอนขาดความน่าสนใจและไม่สามารถแสดงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ได้
3. บรรจุภัณฑ์สายจูงสุนัข ไม่มีความจำเป็นในการใช้เป็นด้ามจับด้วย และยังขาดความแข็งแรง
4. บรรจุภัณฑ์รวมแปรงขนสุนัขมีขนาดใหญ่เปลืองเนื้อที่ในการจัดวาง
5. บรรจุภัณฑ์ทรายอนามัยในส่วนของฝาไม่สามารถใช้ปิดกล่องได้เมื่อต้องการนำไปทิ้ง

การพัฒนาแนวความคิดในขั้นตอนแบบร่างครั้งที่ 2

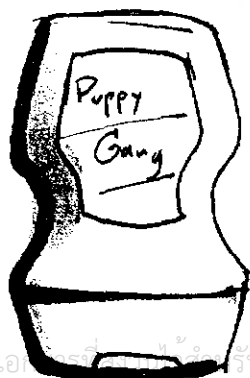
จากข้อเสนอแนะข้างต้นทั้ง 5 ข้อ จึงนำมาทำการพัฒนาและวิเคราะห์เพิ่มเติมในขั้นตอนแบบร่างครั้งที่ 2 เพื่อให้ส่วนที่ไม่เหมาะสมทั้งหมดนั้น มีการพัฒนาทางด้านต่างๆ ให้เกิดความเหมาะสมกับตัวบรรจุภัณฑ์มากยิ่งขึ้น โดยในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์นั้นจะแบ่งเป็น 5 ส่วน ตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ได้กล่าวมาข้างต้น ดังต่อไปนี้

1. การพัฒนาโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์

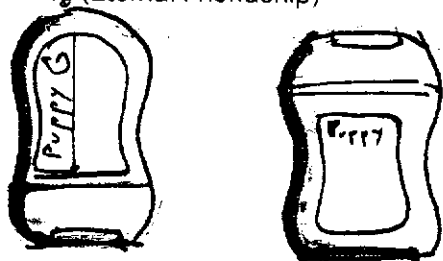
เนื่องจากส่วนที่เป็นหูสุนัขบนบรรจุภัณฑ์ขาดความชัดเจนและไม่มีความจำเป็นในการใช้บ่งบอกถึงสุนัข จึงทำการออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ใหม่โดยที่ใช้แนวทางทั้ง 3 แนวทางเช่นเดียวกับการออกแบบกราฟฟิกเพื่อให้ภาพลักษณ์โดยรวมมีความสอดคล้องกัน

การพัฒนาการออกแบบด้านโครงสร้างมี 3 แนวทาง ดังต่อไปนี้

C1 ช่วงเวลาแห่งความสุข (Funny Time)



C2 มิตรภาพอันยิ่งใหญ่ (Eternal Friendship)



C3 สุขภาพ ความแข็งแรง (Healthy)



จากรูปแบบโครงสร้างทั้ง 3 แนวทาง สามารถนำมาวิเคราะห์และสรุปผลการออกแบบโดยมีเงื่อนไขในการวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้

| เงื่อนไข | C1 | C2 | C3 |
|-------------------------------------|----|----|----|
| สอดคล้องกับแนวทางการออกแบบ | 2 | 2 | 1 |
| ความสวยงาม น่าสนใจ | 2 | 3 | 2 |
| ความหลากหลายในการสร้างเอกลักษณ์ร่วม | 3 | 3 | 2 |
| ความยากง่ายในการผลิต | 2 | 3 | 2 |
| รวม | 9 | 11 | 7 |

จากผลการวิเคราะห์ โครงสร้าง C2 (Eternal Friendship) มีความสวยงามน่าสนใจ โดดเด่น รวมทั้งยังสอดคล้องกับแนวทางการออกแบบ จึงทำการเลือกโครงสร้าง C2 มาเป็นแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์อื่นๆ ให้เกิดเอกลักษณ์ร่วมต่อไป

การพัฒนาโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ประเภทอื่นๆ ให้สอดคล้องมีดังต่อไปนี้

บรรจุภัณฑ์ประเภทขวด



บรรจุภัณฑ์ประเภทกล่อง



บรรจุภัณฑ์ประเภทบลิสเตอร์แพค



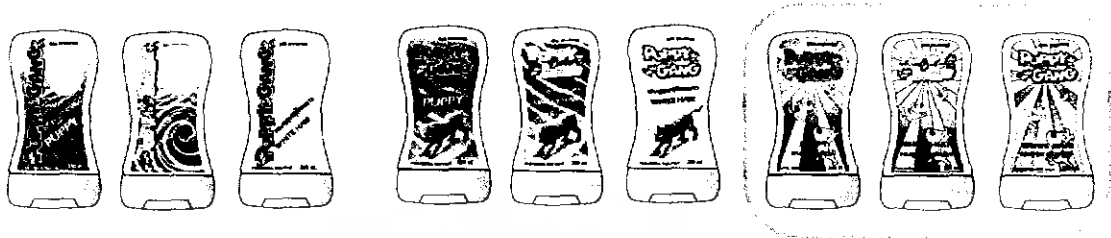
2. การพัฒนากราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

เนื่องจากกราฟฟิกที่เป็นภาพลดทอนขนาดความน่าสนใจ และแนวทางในการออกแบบที่ชัดเจน จึงทำการออกแบบกราฟฟิกของบรรจุภัณฑ์ใหม่ โดยที่ใช้แนวทางทั้ง 3 แนวทางตามที่ได้กำหนดไว้ในแนวทางการออกแบบ (Design Route) ข้างต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การพัฒนาการออกแบบด้านกราฟฟิก มี 3 แนวทาง ดังต่อไปนี้

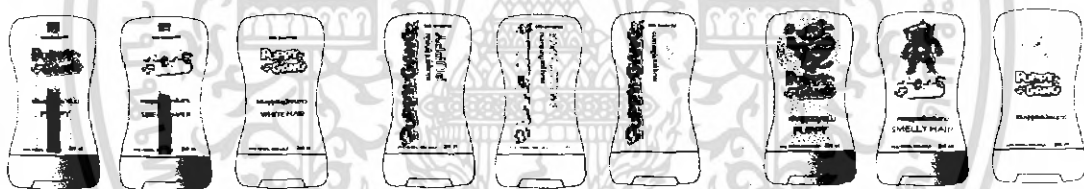
D1 ช่วงเวลาแห่งความสุข (Funny Time)



D2 มิตรภาพอันยิ่งใหญ่ (Eternal Friendship)



D3 สุขภาพ ความแข็งแรง (Healthy)



จากรูปแบบของกราฟฟิกทั้ง 3 แนวทาง สามารถนำมาวิเคราะห์และสรุปผลการออกแบบ โดยมีเงื่อนไขในการวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้

| เงื่อนไข | D1 | D2 | D3 |
|-------------------------------------|----|----|----|
| สอดคล้องกับแนวทางการออกแบบ | 3 | 3 | 2 |
| ความสวยงาม น่าสนใจ | 2 | 2 | 2 |
| ความยากง่ายในการผลิต | 2 | 3 | 2 |
| ความหลากหลายในการสร้างเอกลักษณ์ร่วม | 2 | 2 | 2 |
| ความแตกต่างจากห้องตลาด | 2 | 3 | 3 |
| รวม | 11 | 13 | 11 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

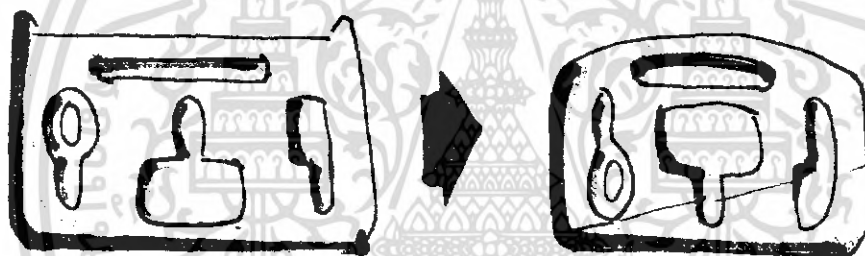
จากผลการวิเคราะห์ กราฟฟิก D2 (Eternal Friendship) มีความสอดคล้องกับแนวทางการออกแบบ รวมทั้งมีความน่าสนใจและสามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี จึงทำการเลือกกราฟฟิก D2 มาเป็นแนวทางหลักในการออกแบบกราฟฟิกบนผลิตภัณฑ์อื่นๆ ให้เกิดเอกลักษณ์ร่วมต่อไป

3. การพัฒนาและปรับปรุงบรรจุภัณฑ์พลาสติกและสายจูงสำหรับสุนัข

จากแบบร่างครั้งที่ 1 นั้น บรรจุภัณฑ์พลาสติกและสายจูงสำหรับสุนัขสามารถใช้เป็นด้ามจับในการจูงสุนัขได้ แต่ไม่เกิดความเหมาะสมเพราะตัวบรรจุภัณฑ์นั้นไม่มีความแข็งแรงเพียงพอในการใช้เป็นด้ามลากจูง อีกทั้งยังไม่มีความจำเป็น จึงทำการตัดการใช้งานในหัวข้อนี้ไป

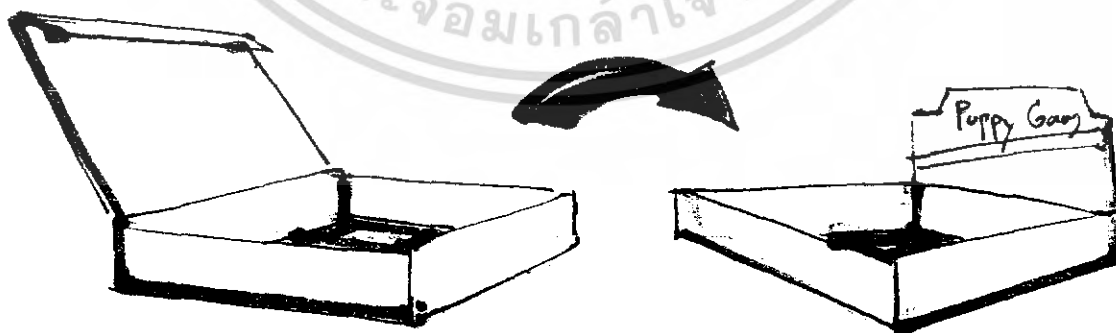
4. บรรจุภัณฑ์แปรขนสำหรับสุนัข

ปัญหาของบรรจุภัณฑ์แปรขนสำหรับสุนัข คือ มีขนาดของชุดรวมที่ใหญ่เกินไป จึงควรมีการปรับปรุงพัฒนาการจัดวางบรรจุภัณฑ์ภายในให้ใช้เนื้อที่ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด



5. บรรจุภัณฑ์ทรายอนามัยสำหรับสุนัข

ในส่วนของบรรจุภัณฑ์ทรายอนามัยนั้น ควรจะมีการแก้ไขส่วนของฝาเปิดที่เมื่อเปิดใช้งานแล้วส่วนฝาไม่สามารถฉีกทิ้งหรือพับเก็บได้ จึงมีการพัฒนาในส่วนของฝานั้นสามารถเป็นส่วนแสดงในขณะการใช้งาน รวมทั้งยังสามารถปิดกลับมาเป็นฝา เพื่อใช้งานครบกำหนดและต้องการนำไปทิ้ง



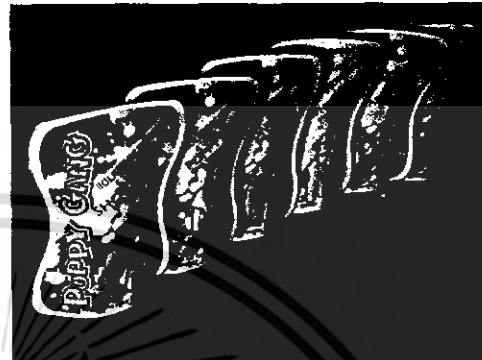
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกของผลิตภัณฑ์ทุกประเภท ในขั้นตอนแบบร่างครั้งที่ 2 มีดังต่อไปนี้

หมวดทำความสะอาด



3.2-1 ภาพแสดงแบบจำลองแชมพูสำหรับสุนัข



3.2-2 ภาพแสดงแบบจำลองแชมพูสำหรับสุนัขชนิดเต็ม

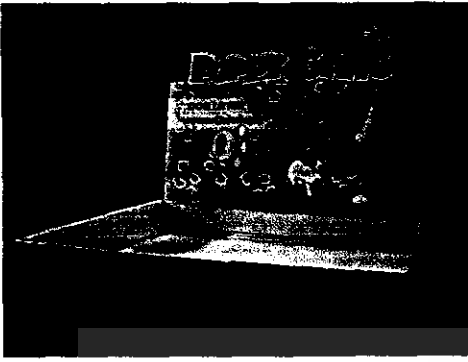


3.2-3 ภาพแสดงแบบจำลองแผ่นน้ำยาเช็ดหู



3.2-4 ภาพแสดงแบบจำลองลูกกลิ้งเก็บขนสุนัข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



3.2-5 ภาพแสดงแบบจำลองทรายอนามัย

หมวดของใช้



3.2-6 ภาพแสดงแบบจำลองปลอกคอ+สายจูง



3.2-7 ภาพแสดงแบบจำลองยากันยุง



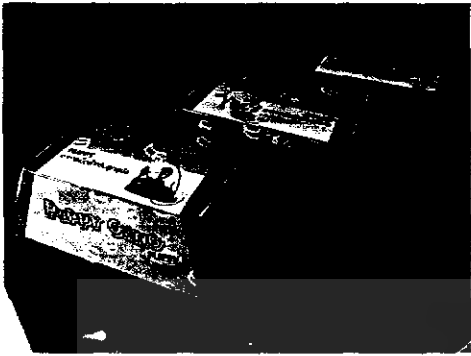
3.2-8 ภาพแสดงแบบจำลองยากันยุงชนิดเดิม



3.2-9 ภาพแสดงแบบจำลองชุดตกแตงขน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

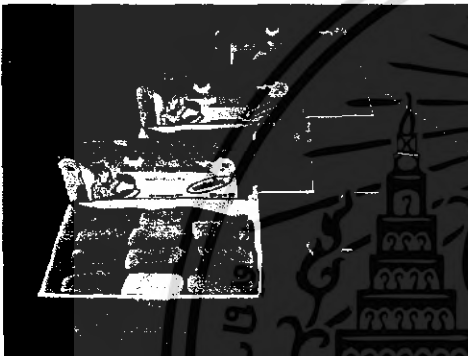
หมวดอาหารและขนมขบเคี้ยว



3.2-10 ภาพแสดงแบบจำลองอาหารเม็ด



3.2-11 ภาพแสดงแบบจำลองอาหารเม็ดชนิดเดิม



3.2-12 ภาพแสดงแบบจำลองขนมดับกลิ่นปาก

หมวดของเล่น



3.2-13 ภาพแสดงแบบจำลองลูกเต๋าดำขม



3.2-14 ภาพแสดงแบบจำลองของเล่นยาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



3.1-15 ภาพแสดงแบบจำลองผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 การพัฒนาแนวความคิดในการออกแบบขั้นสุดท้าย

ข้อเสนอแนะของอาจารย์สำหรับผลงานในขั้นตอนแบบร่างครั้งที่ 2

1. กราฟฟิกที่เป็นลายเส้น Illustrate ขาดอารมณ์ความรู้สึกที่แสดงถึงความผูกพัน
2. ขวดแชมพูสุนัขที่มีปมขนาดเป็นเส้นนูน การเคลื่อนไหวในการขัดถูยังมีทิศทางที่จำกัด
3. ขวดขนเม็ติดับกลืนปาก ขาดความชัดเจนในเรื่องของการใช้งาน
4. ขวดแผ่นทำความสะอาด ขาดความชัดเจนในเรื่องของการใช้งาน

การพัฒนาแนวความคิดในการออกแบบขั้นสุดท้าย

จากข้อเสนอแนะข้างต้น จึงทำการวิเคราะห์ลักษณะการใช้งานปมขนาดของขวดแชมพูรูเข้าออกของขนเม็ติดับกลืนปากสุนัข และส่วนของกราฟฟิกที่ยังขาดความชัดเจนในการแสดงอารมณ์ความรู้สึกผูกพัน โครงการพัฒนาในขั้นตอนนี้จะแบ่งเป็น 3 ส่วน ตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ได้กล่าวมาข้างต้น ดังต่อไปนี้

1. การพัฒนาด้านกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์

เนื่องจากกราฟฟิกในขั้นตอนแบบร่างครั้งที่ 2 นั้น ขาดความชัดเจนในการแสดงอารมณ์ความรู้สึกผูกพันระหว่างเจ้าของกับสุนัข จึงทำการพัฒนาแบบโดยการเลือกใช้แนวทางเดิม คือ มิตรภาพอันยิ่งใหญ่ (Eternal Friendship) แต่จะทำการออกแบบโดยแบ่งกราฟฟิกเป็น 3 เทคนิค คือ ภาพลายเส้น (Illustrate) ภาพการ์ตูน ภาพจริง

การพัฒนาการออกแบบด้านกราฟฟิกมี 3 เทคนิค ดังต่อไปนี้

E1 ภาพลายเส้น (Illustrate)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

E2 การ์ตูน



E3 ภาพจริง



จากรูปของแบบกราฟฟิกทั้ง 3 เทคนิค สามารถนำมาวิเคราะห์และสรุปผลการออกแบบ โดยมีเงื่อนไขในการวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้

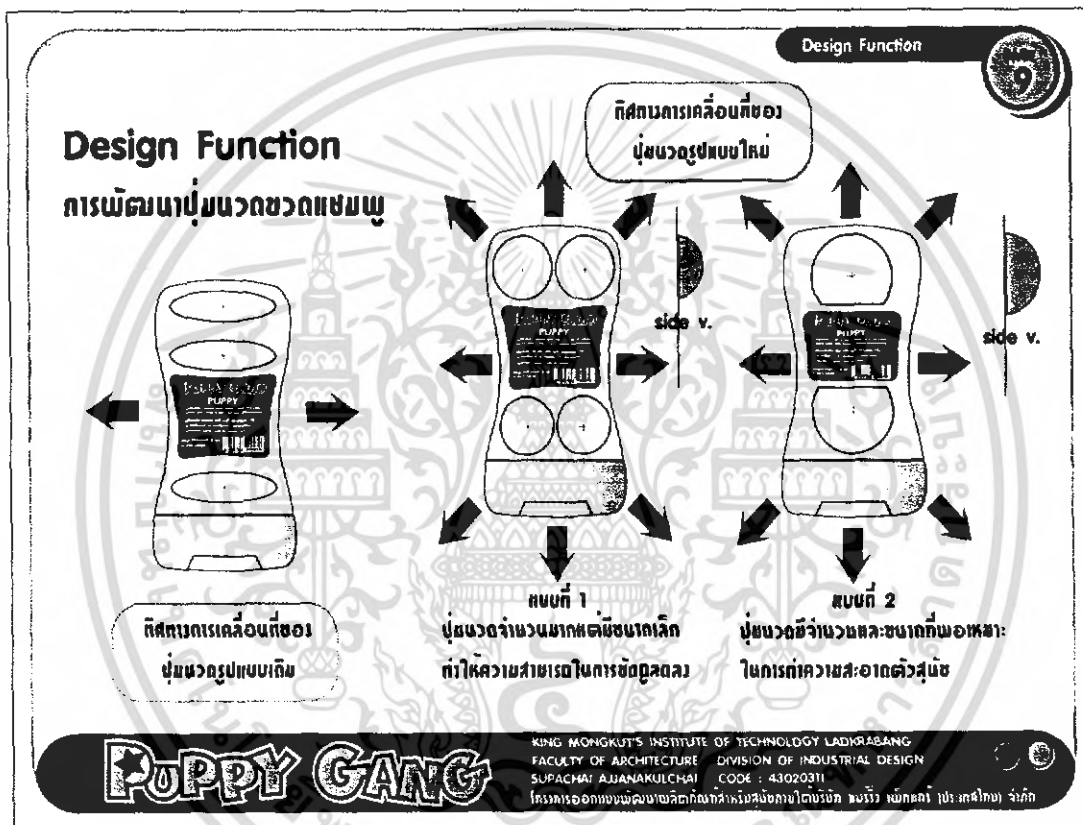
| เงื่อนไข | E1 | E2 | E3 |
|-------------------------------------|----|----|----|
| สอดคล้องกับแนวทางการออกแบบ | 3 | 3 | 3 |
| ความสวยงาม น่าสนใจ | 2 | 2 | 3 |
| ความยากง่ายในการผลิต | 3 | 2 | 3 |
| ความหลากหลายในการสร้างเอกลักษณ์ร่วม | 2 | 2 | 2 |
| ความแตกต่างจากท้องตลาด | 2 | 1 | 3 |
| รวม | 12 | 10 | 14 |

จากผลการวิเคราะห์กราฟฟิก E3 มีความสามารถในการถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกได้ดี รวมทั้งยังแตกต่างจากท้องตลาด เพราะเป็นภาพเจ้าของและสุนัขกำลังทำกิจกรรมร่วมกันอย่างสนุกสนานและผูกพัน สามารถแสดงถึงแนวทางที่ว่า "มิตรภาพอันยิ่งใหญ่" ได้เป็นอย่างดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. การพัฒนาด้านการใช้งานของขวดแชมพูสำหรับสุนัข

จากปัญหาการใช้งานในเรื่องของทิศทางเคลื่อนที่ในการขจัดตัวสุนัขนั้น จากการสังเกตผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องนวดที่มีอยู่ในท้องตลาด สามารถสังเกตได้ว่าผลิตภัณฑ์ทุกชนิดจะมีปุ่มนวดเป็นทรงกลมหรือครึ่งวงกลม จึงนำผลจากการสังเกตที่ได้มาพัฒนาใช้ร่วมกับบรรจุภัณฑ์ขวดแชมพูสำหรับสุนัข




เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. การพัฒนาด้านการใช้งานของขวดขนมเม็ดดัดปากสำหรับสุนัข เนื่องจากผลิตภัณฑ์ภายในนั้นมีรูปทรงเป็นกระดุก ไม่ใช่เม็ดแบบทรงกลมจึงมีความจำเป็นในการปรับปรุงช่องทางออกของขวดเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาการติดขัดในระหว่างการใช้งาน



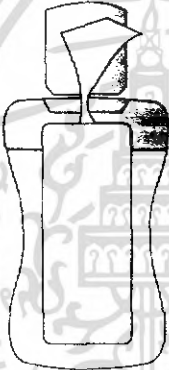
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. การพัฒนาด้านการใช้งานของขวดแผ่นทำความสะอาดหูสำหรับสุนัข
 เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในนั้นมีความชื้น รวมทั้ง รวมทั้งเป็นทรงระบอบคล้าย
 กับม้วนของกระดาษทิชชู การใช้งานจึงต้องมีส่วนที่ใช้ในการตัดหรือฉีกผลิตภัณฑ์เพื่อสามารถ
 นำมาใช้งานได้ตามขนาดที่ต้องการ


Design Function 

Design Function


รูปแบบการใช้งานของแผ่นทำความสะอาดหู



ภาพ section ภายในของขวด



รูปแบบของรูปลักษณ์เป็นทรงแทค



ลักษณะการดึงเหมือนกระดาษทิชชู
สามารถเลือกใช้ความยาวได้หลาย
ตัวแปร

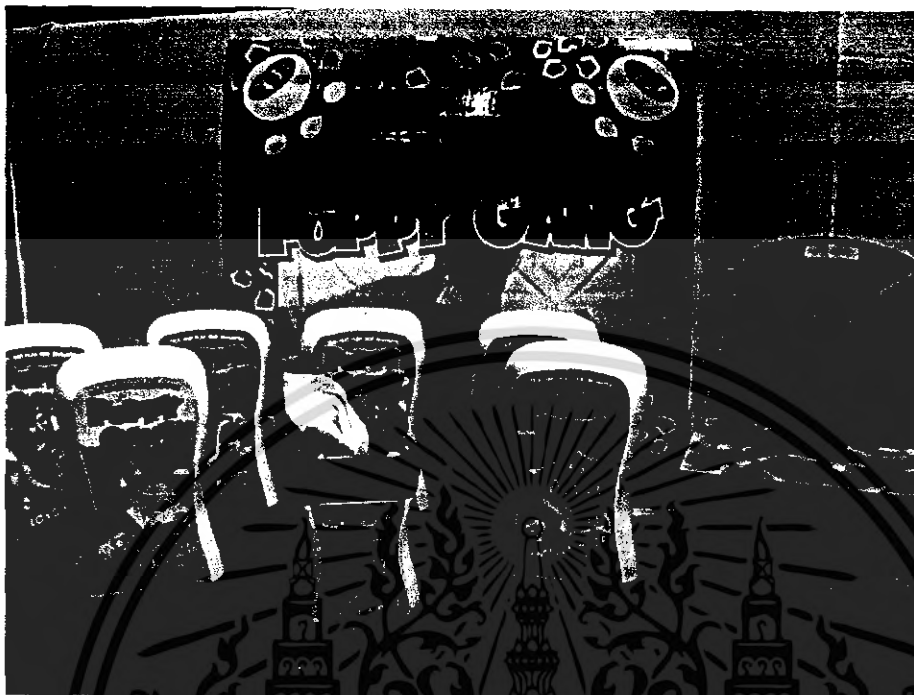
POPPY GANG

KING MONGLUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
 FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
 SUPACHAI AJJANAKULCHAI CODE : 43020311
 โครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัขโดยรัช อนุวัณ เณศกร (ปริญญาโท) จักร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

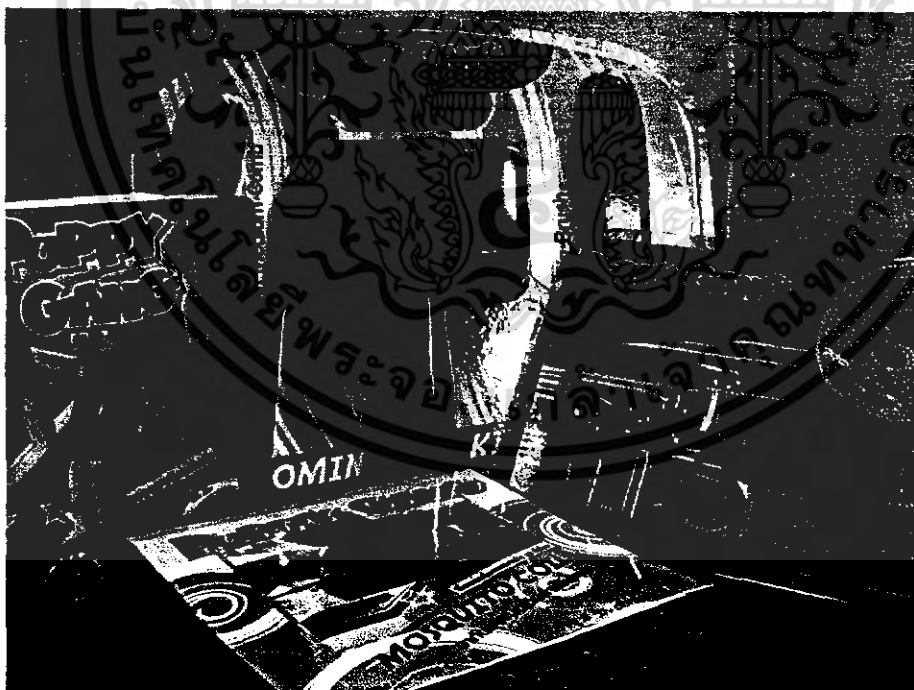
การพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิก ในขั้นตอนสุดท้ายนั้นมิต้องต่อไปนี้

หมวดทำความสะอาด



3.3-1 ภาพแสดงแบบจำลองหมวดทำความสะอาด

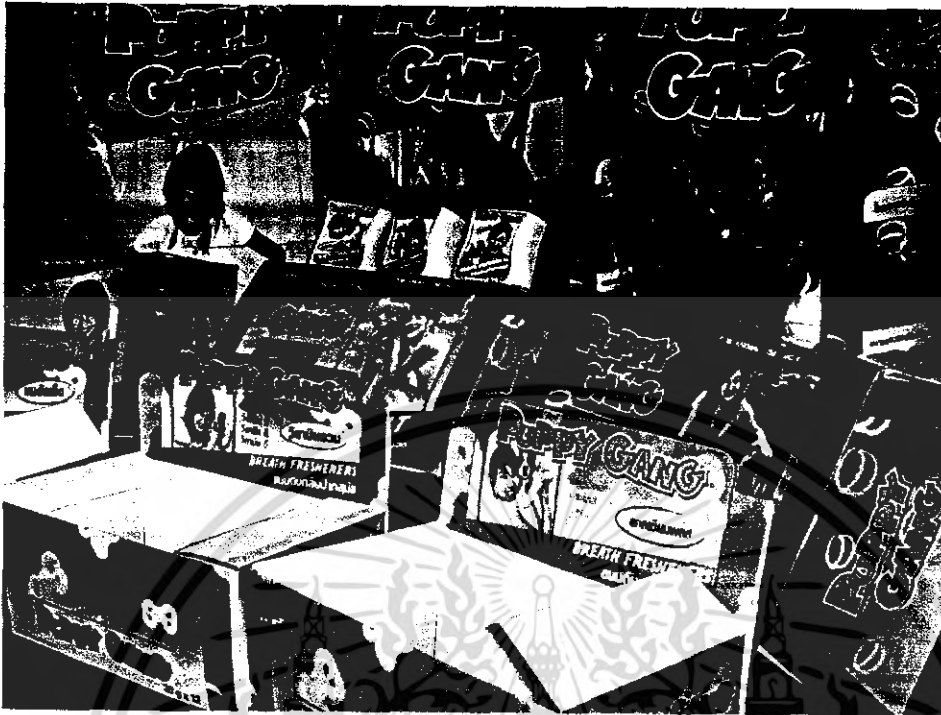
หมวดของใช้



3.3-2 ภาพแสดงแบบจำลองหมวดของใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หมวดอาหารและขนมขบเคี้ยว



3.3-3 ภาพแสดงแบบจำลองหมวดอาหารและขนมขบเคี้ยว

หมวดของเล่น



3.3-4 ภาพแสดงแบบจำลองหมวดของเล่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4 การประเมินค่าการออกแบบ

จากขั้นตอนของการพัฒนาแนวความคิดและการออกแบบที่กล่าวมาทั้งหมดนั้น สามารถนำมาสรุปผลการออกแบบทางด้านกราฟฟิกและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ได้ดังต่อไปนี้

ด้านโครงสร้าง

1. รูปแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและสอดคล้องกับการใช้งานเนื่องจากรูปทรงที่โค้งมนนั้นแสดงให้เห็นถึงความปลอดภัย มิตรภาพ และความสนุกสนาน ผู้บริโภคจึงสามารถรับรู้ถึงความรู้สึกนี้ได้เป็นอย่างดี
2. โครงสร้างที่แข็งแรงสามารถปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในได้เป็นอย่างดีรวมทั้งโครงสร้างที่ช่วยเพิ่มความสะดวกสบายในการใช้งานแก่ผู้บริโภค

ด้านกราฟฟิก

1. ภาพแสดงที่เลือกใช้ภาพจริงสามารถถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกผูกพันระหว่างเจ้าของกับสุนัขได้เป็นอย่างดี
2. การเลือกใช้สายพันธุ์ของสุนัขในการบ่งบอกถึงประเภทและขนาดของสุนัขได้อย่างชัดเจน โดยที่ผู้บริโภคสังเกตจากภาพก็สามารถที่จะเข้าใจถึงประเภทของสุนัขและการใช้งานของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดได้ด้วยตนเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บทที่ 4 การนำเสนอผลงานการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1 ภาพถ่ายแผ่นเสนองาน

จากการพัฒนาการออกแบบที่ได้กล่าวมาแล้วในบทที่ 3 สามารถนำเสนอเป็นแผ่นนำเสนอ งานตั้งแต่ในขั้นตอนแบบร่างจนถึงผลงานในขั้นตอนสุดท้ายได้ดังต่อไปนี้

แผ่นนำเสนองานในขั้นตอนแบบร่างครั้งที่ 1



ภาพที่ 4.1-1 แสดงขอบเขตของผลิตภัณฑ์ในโครงการ จำแนกตามหมวด

ภาพที่ 4.1-2 แสดงข้อมูลเบื้องต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

SWOT Analysis PAGE 3

Puppy Gang KING MONKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
 FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
 SUPACHAI AJJANAKULCHAI CODE : 43020311
 โครงการออกแบบและจัดแสดงนิทรรศการเกี่ยวกับสุนัขพันธุ์ แม็กเกอร์ (ประเภทใหญ่) จี๊ดจ๊าด

ภาพที่ 4.1-3 แสดงข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย

Design Process PAGE 5

Design Concept
 เริ่มจากความสนุกสนานและความผูกพันกับสุนัขของทนายอัยกัตถ์จงรุ่งนั้

Design Route 1
Funny Time
ความตลก ความขี้ขลาด

Design Route 2
Eternal Friendship
ความสนิทสนม ความน่ารัก

Design Route 3
Healthy
ความสะอาด ความแข็งแรง

Development

เกมการตูน

Graphic
ภาพสุนัขที่ลึกลับ

ภาพสุนัขจริง

Development

Fixed

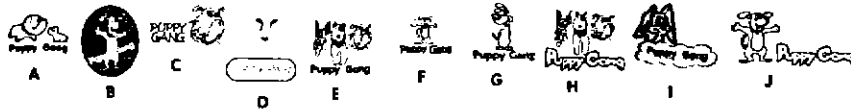
Puppy Gang KING MONKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
 FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
 SUPACHAI AJJANAKULCHAI CODE : 43020311
 โครงการออกแบบและจัดแสดงนิทรรศการเกี่ยวกับสุนัขพันธุ์ แม็กเกอร์ (ประเภทใหญ่) จี๊ดจ๊าด

ภาพที่ 4.1-4 แสดงกระบวนการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Design Development logo **6**

Logo Sketch



เงื่อนไขในการเลือกแบบ

1. เหมาะกับเอกลักษณ์ของ puppy gang
2. สื่อถึงกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจน
3. มีเอกลักษณ์ของตัวเอง
4. เหมาะกับการนำไปใช้งานในสินค้า

รวม

| A | B | C | D | E | F | G | H | I | J |
|-----|---|---|---|----|---|----|---|----|----|
| 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 |
| 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 |
| รวม | 8 | 8 | 9 | 10 | 9 | 10 | 8 | 12 | 10 |



Puppy Gang KING MONKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
 FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
 SUPACHAI AJANAKULCHAI CODE : 4320311
 โครงการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับน้องชายใจดีรักสุนัข สรรค์ พัฒนาแล้ว (ประเทศไทย) จำกัด

ภาพที่ 4.1-5 แสดงการออกแบบ ตรา สัญลักษณ์

Design Development logo **7**

Logo Development



เงื่อนไขในการเลือกแบบ

1. เหมาะกับเอกลักษณ์ของ puppy gang
2. สื่อถึงกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจน
3. มีเอกลักษณ์ของตัวเอง
4. เหมาะกับการนำไปใช้งานในสินค้า

รวม

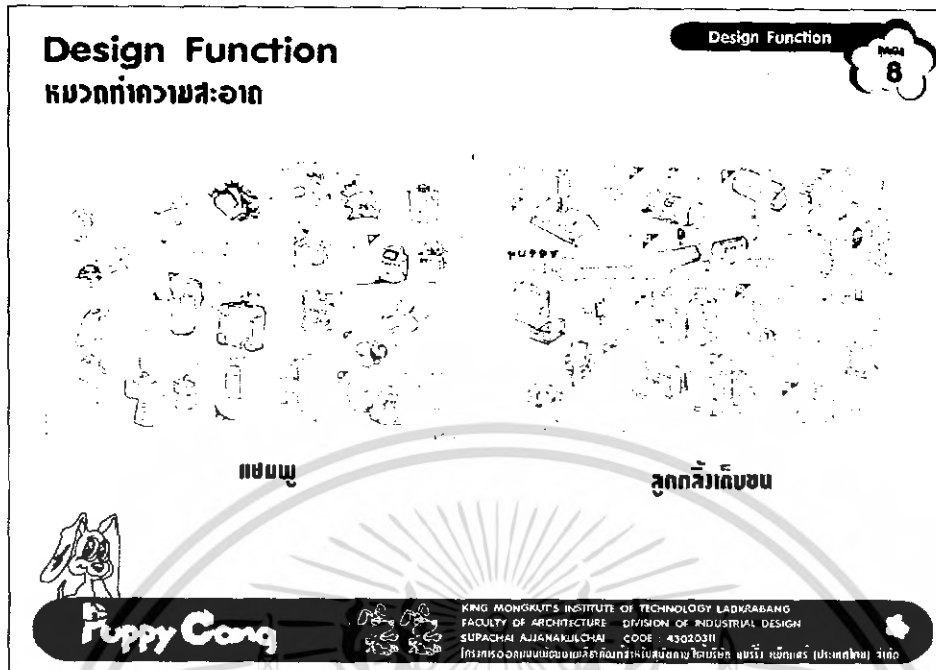
| A1 | A2 | A3 | B1 | B2 | B3 |
|-----|----|----|----|----|----|
| 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 |
| 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 |
| รวม | 12 | 10 | 9 | 10 | 11 |



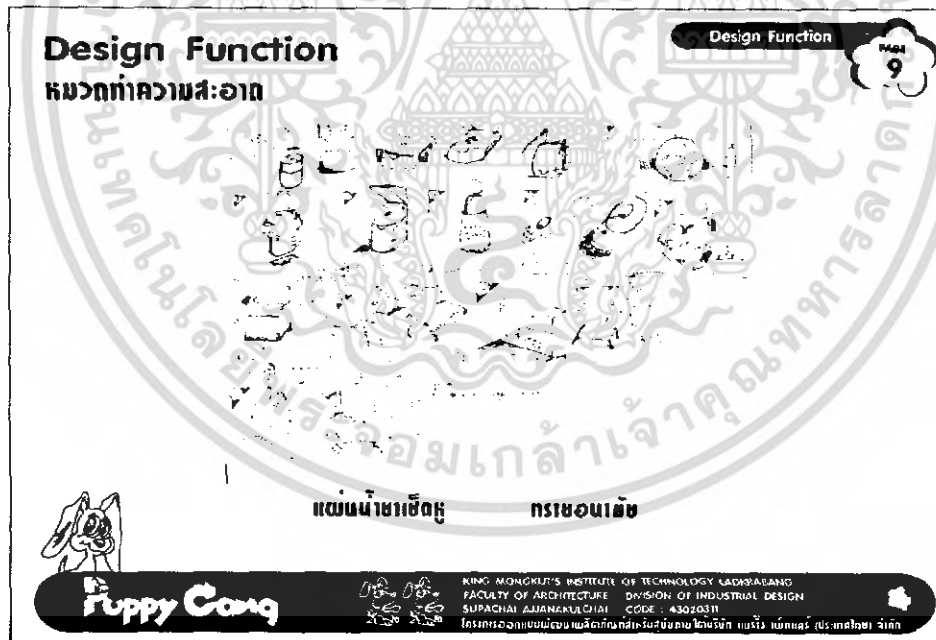
Puppy Gang KING MONKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
 FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
 SUPACHAI AJANAKULCHAI CODE : 4320311
 โครงการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับน้องชายใจดีรักสุนัข สรรค์ พัฒนาแล้ว (ประเทศไทย) จำกัด

ภาพที่ 4.1-6 แสดงการพัฒนา การออกแบบตราสัญลักษณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

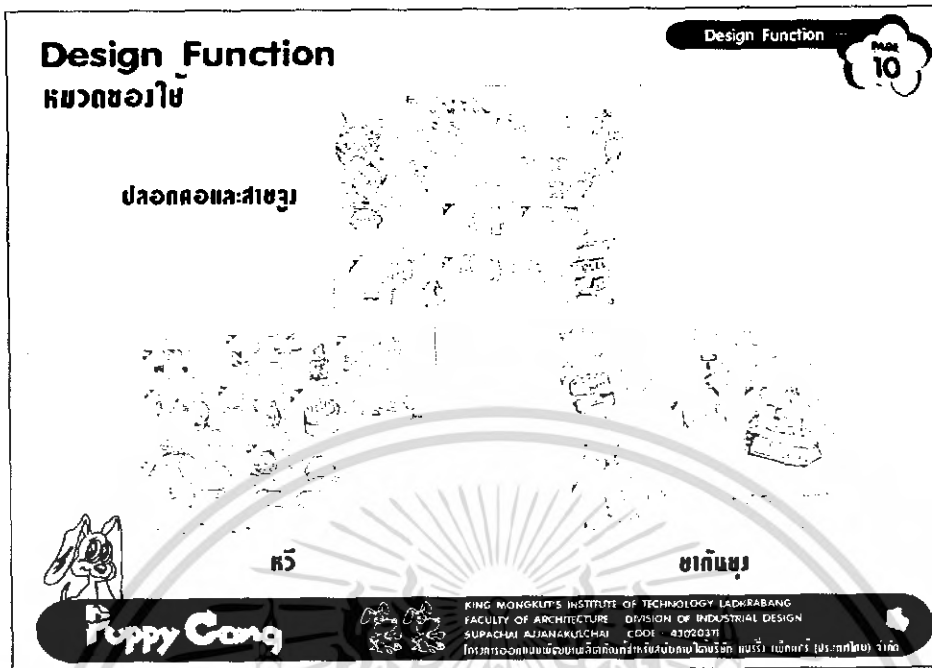


ภาพที่ 4.1-7 แสดงการออกแบบด้านการใช้งาน



ภาพที่ 4.1-8 แสดงการออกแบบด้านการใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

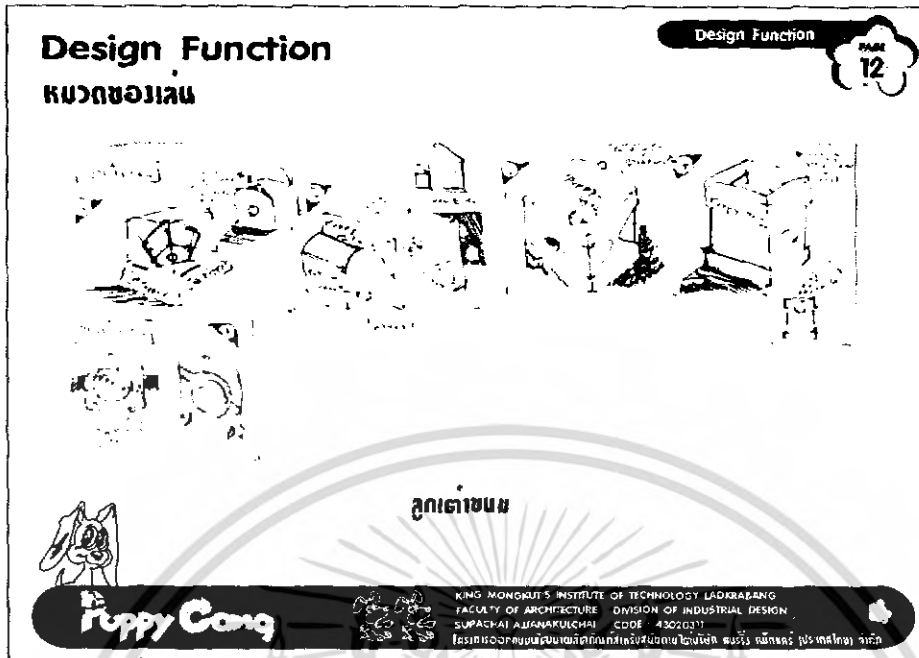


ภาพที่ 4.1-9 แสดงการออกแบบด้านการใช้งาน

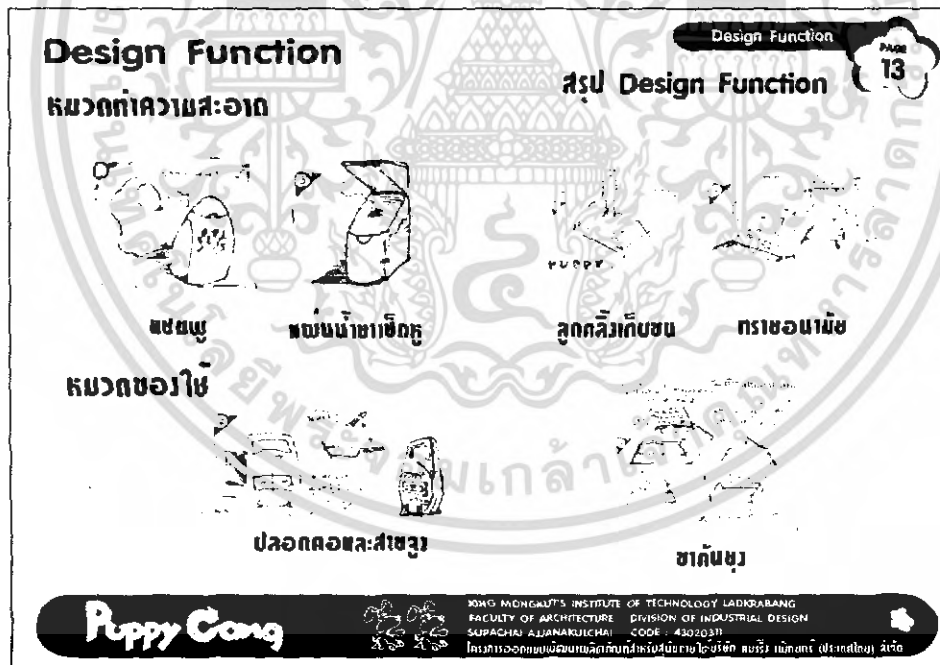


ภาพที่ 4.1-10 แสดงการออกแบบด้านการใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.1-11 แสดงการออกแบบด้านการใช้งาน

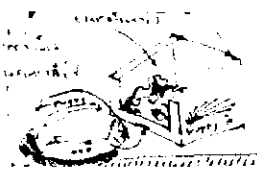


ภาพที่ 4.1-12 แสดงการออกแบบด้านการใช้งาน


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Design Function
หมวดอาหารและขนมขบเคี้ยว

รูป Design Function PAGE 14




อาหารเมี่ยงนึ่งกึ่งทอดปรุง




ขนมด้งกลิ่นปาก

หมวดของเล่น



ลูกเตาขนม

Puppy Cong


KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
SUPACHAI AJJANAKULCHAI CODE : 43020311
โครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข โดย นันทิมา เมธีภักดิ์ (ประเทศไทย) จำกัด

ภาพที่ 4.1-13 แสดงการออกแบบด้านการใช้งาน

Theme Board PAGE 15

Funny Time หมวดภาพแนวตลก



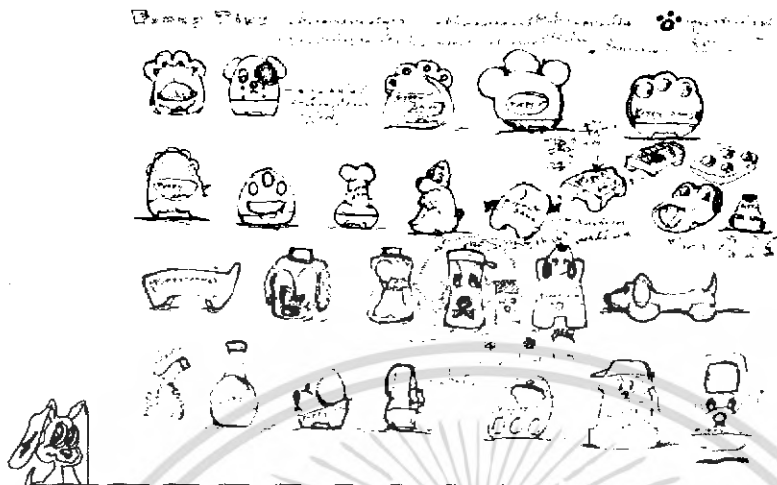
Puppy Cong


KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
SUPACHAI AJJANAKULCHAI CODE : 43020311
โครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข โดย นันทิมา เมธีภักดิ์ (ประเทศไทย) จำกัด

ภาพที่ 4.1-14 แสดงภาพแนวทางการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Sketch Design (Funny Time)



Puppy Gang KING MONKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
 FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
 SUPACHAI AJANAKULCHAI CODE 43020311
 โครงการออกแบบนิทรรศการผลิตภัณฑ์สิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรม นวัตกรรม (นวัตกรรม) วิชา

ภาพที่ 4.1-15 แสดงการออกแบบเบื้องต้น

Eternal Friendship

ศิลปะงานออกแบบ

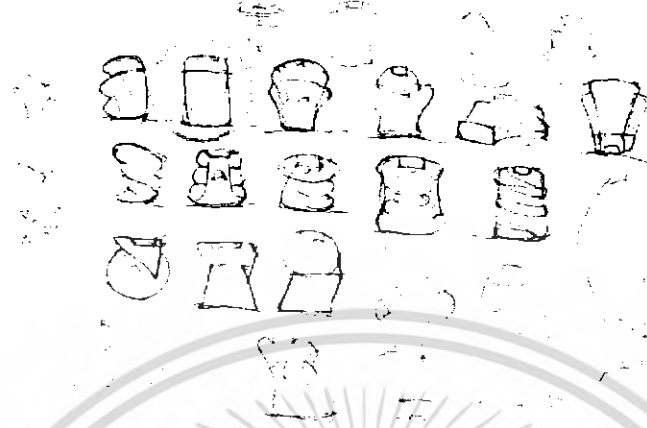


Puppy Gang KING MONKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
 FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
 SUPACHAI AJANAKULCHAI CODE 43020311
 โครงการออกแบบนิทรรศการผลิตภัณฑ์สิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรม นวัตกรรม (นวัตกรรม) วิชา

ภาพที่ 4.1-16 แสดงภาพแนวทางการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Sketch Design (Eternal Friendship)



Puppy Gang

KING MONKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
SUPACHAI ALJANAKULCHAI CODE 43020311
โครงการออกแบบนิเทศศิลป์ผลิตภัณฑ์สิ่งทอในนิตยสาร สตรีรายเดือน (นิตยสาร) จี๊ด

ภาพที่ 4.1-17 แสดงการออกแบบเบื้องต้น

Health



Puppy Gang

KING MONKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
SUPACHAI ALJANAKULCHAI CODE 43020311
โครงการออกแบบนิเทศศิลป์ผลิตภัณฑ์สิ่งทอในนิตยสาร สตรีรายเดือน (นิตยสาร) จี๊ด

ภาพที่ 4.1-18 แสดงภาพแนวทางการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Sketch Design (Health)



ภาพที่ 4.1-17 แสดงการออกแบบเบื้องต้น

Design Development Study PAGE 21

Development 1

A1 A2 A3

Development 2

B1 B2 B3

เงื่อนไขในการเลือกแบบ

1. สอดคล้องกับสมมติฐานการออกแบบ
2. ความสวยงามน่าพอใจ
3. ความเหมาะสมในการผลิต
4. ความเหมาะสมในการเชื่อมโยงกับบรรจุภัณฑ์

รวม

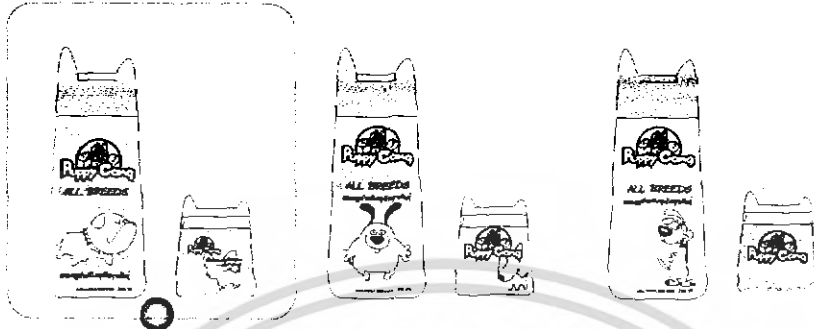
| | A1 | A2 | A3 | B1 | B2 | B3 |
|-----|----|----|----|----|----|----|
| 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 |
| 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 |
| 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 |
| รวม | 10 | 10 | 9 | 12 | 9 | 11 |

Puppy Gang KING MONKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
 FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
 SUPACHAI AJANAKULCHAI CODE : 43020311
 โครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่สู่สังคม, วิชาวัสดุ, มจร. วิทยาลัย (ประเทศไทย) จักร

ภาพที่ 4.1-20 แสดงการพัฒนาโครงสร้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Graphic (ภาพและลวดลายกราฟิก)



Puppy Comq



KING MONKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKABANG
 FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
 SUPACHAI AJANAKULCHAI CODE 43220311
 โครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับสังคมไทยยุคใหม่ นวัตกรรม (ประเทศไทย) จำกัด

ภาพที่ 4.1-21 แสดงการออกแบบด้านกราฟิก

Graphic (ภาพสกทกอนสมัย)



Puppy Comq



KING MONKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKABANG
 FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
 SUPACHAI AJANAKULCHAI CODE 43220311
 โครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับสังคมไทยยุคใหม่ นวัตกรรม (ประเทศไทย) จำกัด

ภาพที่ 4.1-22 การออกแบบด้านกราฟิก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Graphic (ภาพสุนัขจิ้งจอก)



Puffy Corgi



KING MONKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
 FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
 SURACHAI AJANAKULICHAJ CODE 43020311
 โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งพิมพ์แบบโต้ตอบ สุนัขจิ้งจอก น่ารักๆ (ประเทศไทย) จำกัด

ภาพที่ 4.1-23 การออกแบบด้านกราฟฟิก

การเลือกแนวกราฟในการออกแบบกราฟฟิก



เงื่อนไขในการจัดแบบ

1. สอนออกแบบสิ่งพิมพ์และการออกแบบ
2. ตัวอักษรต้องชัดเจน
3. ภาพต้องคมชัด
4. ความหนาของเส้นกราฟต้องเหมาะสม

178

| สี | สี | สี |
|----|----|----|
| 2 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 3 |
| 2 | 3 | 3 |
| 2 | 3 | 2 |
| 9 | 12 | 11 |



Puffy Corgi



KING MONKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
 FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
 SURACHAI AJANAKULICHAJ CODE 43020311
 โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งพิมพ์แบบโต้ตอบ สุนัขจิ้งจอก น่ารักๆ (ประเทศไทย) จำกัด

ภาพที่ 4.1-24 การออกแบบด้านกราฟฟิก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Design Development



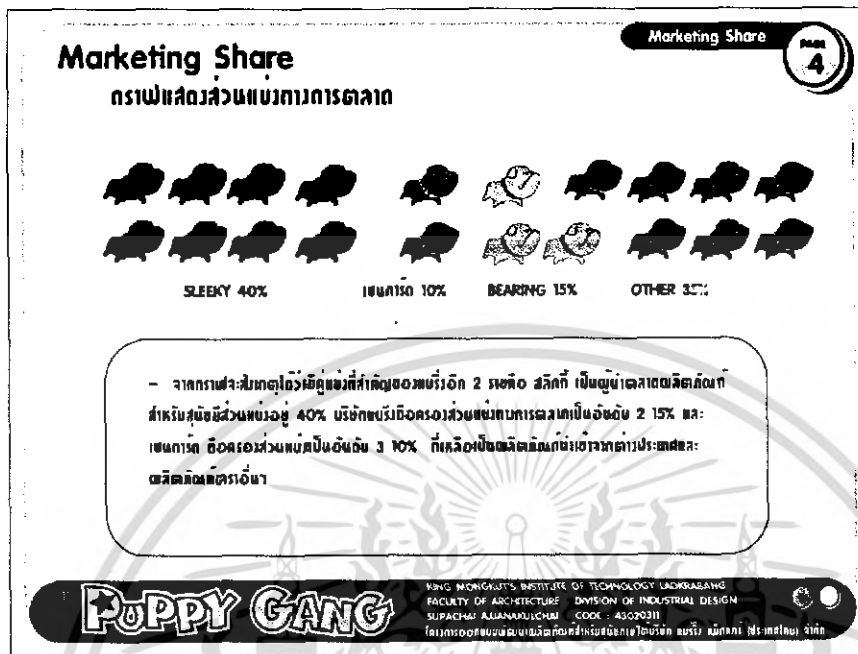
Puppy Cong

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LAOKRABANG
 FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
 SUPACHAI AJJANAKULCHAI CODE : 43020311
 โครงการออกแบบชิ้นงานผลิตภัณฑ์เพื่อสุนัขโตวัยชก สุนัขวัย เฒ่า (ประเภทใหญ่) จำนวน

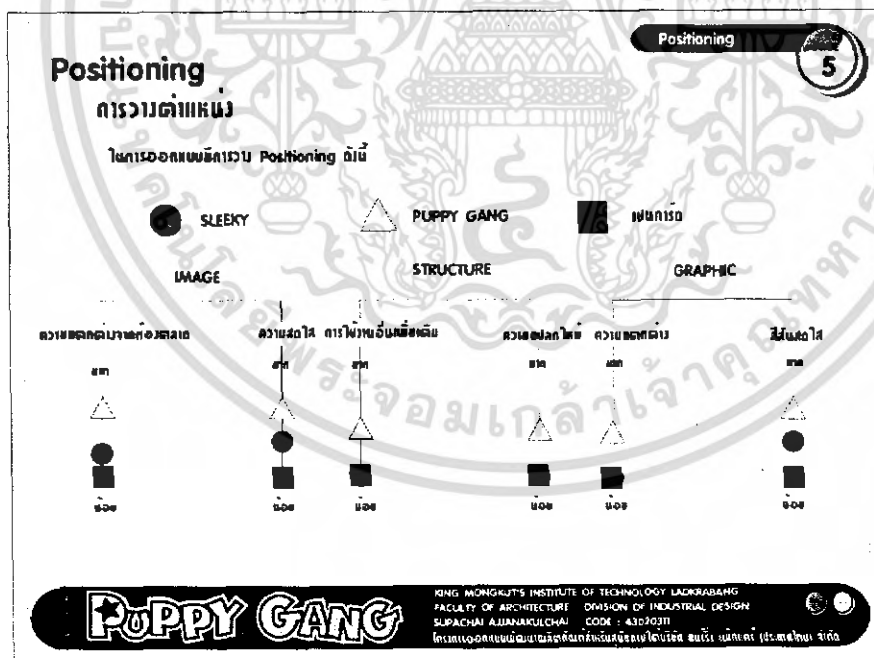
ภาพที่ 4.1-25 การออกแบบด้านกราฟฟิก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผ่นนำเสนองานในขั้นตอนแบบร่างครั้งสุดท้าย



ภาพที่ 4.1-26 แสดงส่วนแบ่งทางการตลาด



ภาพที่ 4.1-27 แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Concept

6

Product Concept

ผลิตภัณฑภัณฑ์ภาพสำหรับเด็ก
ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้เทคโนโลยีเป็นของตัวเอง

Design Concept

เสริมสร้างประสบการณ์และความผูกพัน
ที่มาพร้อมกับชุดภาพอนิเมะที่สนุกสนาน

POPPY GANG

KING MONSIEUR'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
SUPACHAI AJANAKULCHAI CODE : 4302031
โครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับเด็กโดยใช้เทคโนโลยีเป็นของตัวเอง (ประเทศไทย) จำกัด

ภาพที่ 4.1-28 แสดงแนวความคิดผลิตภัณฑ์

Design Process

7

Design Concept

เสริมสร้างประสบการณ์และความผูกพันที่มาพร้อมกับชุดภาพอนิเมะที่สนุกสนาน

Structure Design & Graphic Design

| | | |
|--|--|---|
| <p>Design Route 1 Funny Time ความขบขัน ความมีชีวิตชีวา</p> | <p>Design Route 2 Eternal Friendship ความซื่อสัตย์ ความซื่อสัตย์</p> | <p>Design Route 3 Healthy ความแข็งแรง ความแข็งแรง</p> |
|--|--|---|

Development

Fixed

POPPY GANG

KING MONSIEUR'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
SUPACHAI AJANAKULCHAI CODE : 4302031
โครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับเด็กโดยใช้เทคโนโลยีเป็นของตัวเอง (ประเทศไทย) จำกัด

ภาพที่ 4.1-29 แสดงขั้นตอนการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Design Function
การพัฒนารูปแบบของปากกาวงกตขอมเม็ค

รูปต้นแบบของปากกาวงกตขอม

development

รูป ตัวอย่างของตัวปากกาวงกตขอม

side v.

top v.

section

รูป ตัวอย่างในการนำวัสดุของปากกาวงกตขอม

รูป ตัวอย่างปากกาวงกตขอม

POPPY GANG

KING MONKULITS INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
SIPACHAI AJANAKULCHAI CODE - 4307031
โครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับนักเรียนมัธยมศึกษา

ภาพที่ 4.1-32 แสดงการพัฒนาการใช้งาน

Design Function
รูปแบบการใส่หมวกของหมวกที่ความสะอาด

ภาพ section ภายในของหมวก

รูปหมวกของวัสดุลักษณะเป็นกทกท

ลักษณะการถักเหมือนกระดาษขยู่
สามารถเลือกใช้ความยาวได้ตามต้องการ

POPPY GANG

KING MONKULITS INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
SIPACHAI AJANAKULCHAI CODE - 4307031
โครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับนักเรียนมัธยมศึกษา

ภาพที่ 4.1-33 แสดงการพัฒนาการใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Graphic Development 12

Graphic Development



จุดพัฒนาผลิตภัณฑ์: ความโดดเด่น: ความน่าเชื่อถือในผลิตภัณฑ์ นำมาทำกราฟพัฒนาได้อีกครั้งหนึ่ง
เพื่อให้เกิดความแตกต่าง: สดใส: สามารถสื่อความหมายได้ถูกต้องกับ: ความน่าเชื่อถือในผลิตภัณฑ์ได้อีกครั้งหนึ่ง

POPPY GANG

KING MONKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
SUPACHAI ALLANAKULCHA CODE - 43020311
โครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ สรรพ ภัณฑ์ (ปี ๒๕๖๒) จักร

ภาพที่ 4.1-34 แสดงการพัฒนากราฟฟิก


Graphic Development 13

Graphic Development

การพัฒนาผลิตภัณฑ์: ความโดดเด่น: (เปรียบเทียบความแตกต่างประเภทของภาพ)


A1

ภาพ Illustrate




A2

ภาพการ์ตูน



A3

ภาพถ่าย



เกณฑ์ในการจัดอันดับ

- สอดคล้องกับแนวทางการออกแบบ
- ลักษณะของงานที่ดูโดดเด่น
- ความสวยงามของงาน
- ความหลากหลายในลักษณะของงาน
- ความแตกต่างจากงานอื่น

| | A1 | A2 | A3 |
|-----|----|----|----|
| 1 | 3 | 3 | 3 |
| 2 | 2 | 2 | 3 |
| 3 | 3 | 2 | 3 |
| 4 | 2 | 2 | 2 |
| 5 | 2 | 1 | 3 |
| รวม | 12 | 10 | 14 |

POPPY GANG

KING MONKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
SUPACHAI ALLANAKULCHA CODE - 43020311
โครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ สรรพ ภัณฑ์ (ปี ๒๕๖๒) จักร

ภาพที่ 4.1-35 แสดงการพัฒนากราฟฟิก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Graphic Development 14

Graphic Development
นำแนวการมีตรภาพและภาพผูกพันที่ส่งโดยตาพวงรี มาพัฒนาต่อโดยการทดลองใช้เทคนิคการกับภาพ

เกณฑ์ในการหัดสอบ

1. ความชัดเจนของภาพที่ส่งมาของตัวสินค้าในเมื่อ
2. สีสันมีหรือลดทอนสีให้ดูน่าสนใจ
3. ความสวยงามแปลกตา
4. ความแตกต่างในการใช้เทคนิคการออกแบบ
5. ความสอดคล้องกับภาพต้นแบบ

| | A1 | A2 | A3 | A4 | A5 |
|-----|----|----|----|----|----|
| 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 2 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 |
| 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 5 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| รวม | 11 | 10 | 13 | 11 | 10 |

POPPI GANG
KING MONKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
SUPACHAI AJANAKULCHAI CODE : 43020311
โครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับประเทศไทย สรรพ ภาควิชา (ปี ๓ หลักสูตร) วิชา

ภาพที่ 4.1-36 แสดงการพัฒนากราฟฟิก

Graphic Development 15

Final Graphic Development
ทำการพัฒนารูปของกรังกรวนครีมสดกึ่งแข็งเพื่อให้เกิดความพิเศษ สมนักตัวบรรจุภัณฑ์

POPPI GANG
KING MONKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
SUPACHAI AJANAKULCHAI CODE : 43020311
โครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับประเทศไทย สรรพ ภาควิชา (ปี ๓ หลักสูตร) วิชา

ภาพที่ 4.1-37 แสดงการพัฒนากราฟฟิก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Graphic Design System 16

Graphic Design System

การแบ่งหมวดของผลิตภัณฑ์

| หมวด | ชื่อหมวดหลัก |
|-------------------------|--------------|
| หมวดค่าความสะอาด | POPPY GANG |
| หมวดของใช้ | POPPY GANG |
| หมวดอาหารและขนมขบเคี้ยว | POPPY GANG |
| หมวดของเล่น | POPPY GANG |

KING MONGLUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
SUPACHAI ALLANAKULCHAI CODE - 43020311
โครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ภาพที่ 4.1-38 แสดงพัฒนาตรา สัญลักษณ์

Graphic Design System 17

Graphic Design System

| ผลิตภัณฑ์ | สีหลัก | กราฟฟิคประกอบ | ภาพประกอบ (รูปถ่าย) |
|-----------------|----------------|---------------|---------------------|
| แบบชุดรถจักรยาน | [Color swatch] | [Graphic] | [Image] |
| แบบชุดรถจักรยาน | [Color swatch] | [Graphic] | [Image] |
| แบบชุดรถจักรยาน | [Color swatch] | [Graphic] | [Image] |
| แบบชุดรถจักรยาน | [Color swatch] | [Graphic] | [Image] |
| แบบชุดรถจักรยาน | [Color swatch] | [Graphic] | [Image] |
| แบบชุดรถจักรยาน | [Color swatch] | [Graphic] | [Image] |

KING MONGLUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
SUPACHAI ALLANAKULCHAI CODE - 43020311
โครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง













ภาพที่ 4.1-39 แสดงระบบกราฟฟิค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Graphic Design System

Graphic Design System

18

| ผลิตภัณฑ์ | สัญลักษณ์ | กราฟฟี่ประกอบ | ภาพสีประกอบ |
|--------------------|---|---|--|
| แผ่นทำความสะอาด | | | |
| ลูกกลิ้งเย็บ |  |  |   |
| กรรข้อมือ | | |   |
| ปลอกคอกระดาษ | | |   |
| ชุดประสมชุด | | |   |
| ยารักษาสำหรับสุนัข | | |   |

POPPY GANG












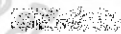




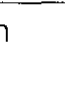





KING MONKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
 FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
 SUPACHAI AJANAKULCHAI CODE : 43020311
 โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับสังคมไทยยุค สมัย ใหม่ (ประเทศไทย) จำกัด

ภาพที่ 4.1-40 แสดงระบบกราฟฟิค

Graphic Design System

Graphic Design System

19

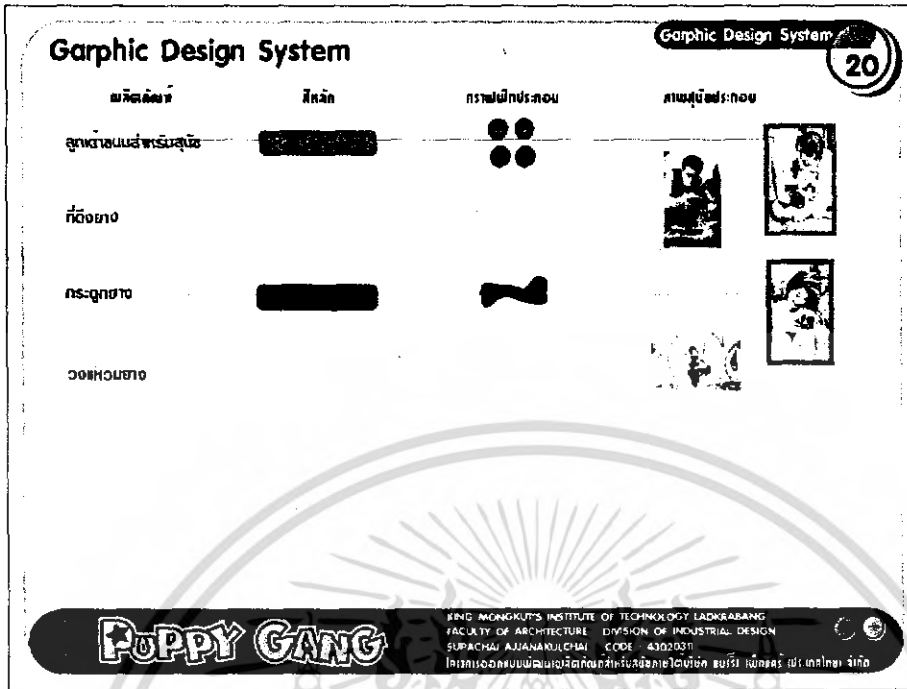
| ผลิตภัณฑ์ | สัญลักษณ์ | กราฟฟี่ประกอบ | ภาพสีประกอบ |
|-----------------------------|---|---|---|
| ขนมอันกลิ้งปากสุนัข |  |  |   |
| ขนมอันกลิ้งปากสุนัข |  | |   |
| ขนมอันกลิ้งปากสุนัข |  |  |   |
| อาหารเม็ดสำหรับลูกสุนัข |  | |   |
| อาหารเม็ดสำหรับสุนัขโต |  |  |   |
| อาหารเม็ดสำหรับสุนัขสูงอายุ |  |  |   |

POPPY GANG

KING MONKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
 FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
 SUPACHAI AJANAKULCHAI CODE : 43020311
 โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับสังคมไทยยุค สมัย ใหม่ (ประเทศไทย) จำกัด

ภาพที่ 4.1-41 แสดงระบบกราฟฟิค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

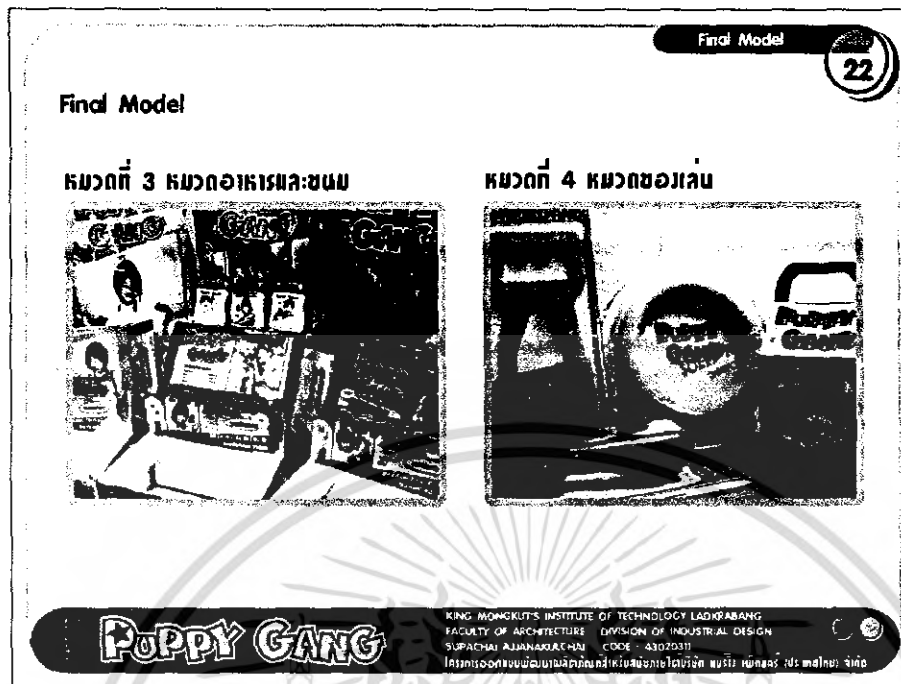


ภาพที่ 4.1-42 แสดงระบบกราฟฟิก



ภาพที่ 4.1-43 แสดงแบบจำลองผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.1-44 แสดงแบบจำลองผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 ภาพแสดงหุ่นจำลองในชั้นสุดท้าย

ภาพถ่ายหุ่นจำลองในชั้นสุดท้ายสามารถแบ่งตามหมวดของผลิตภัณฑ์ได้ดังต่อไปนี้

1.หมวดทำความสะอาด

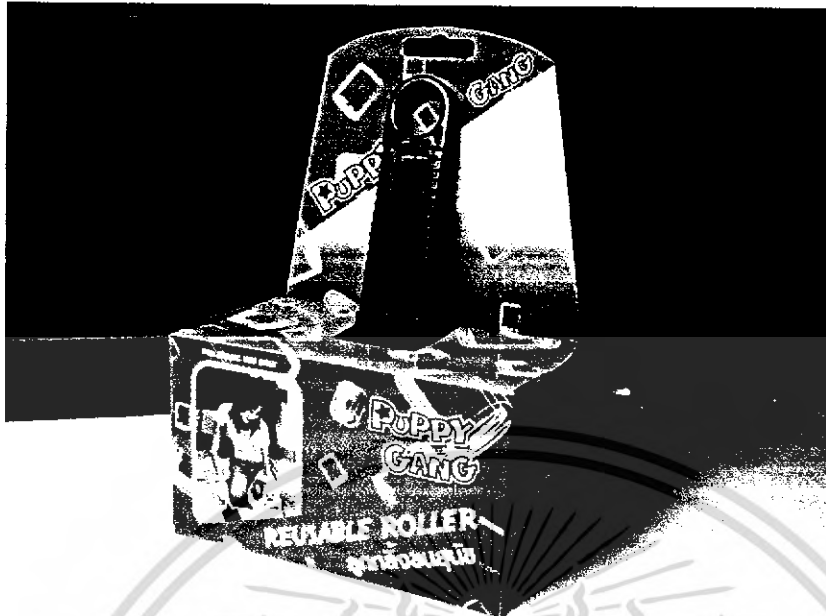


ภาพที่ 4.2-1 แชมพูสำหรับสุนัข

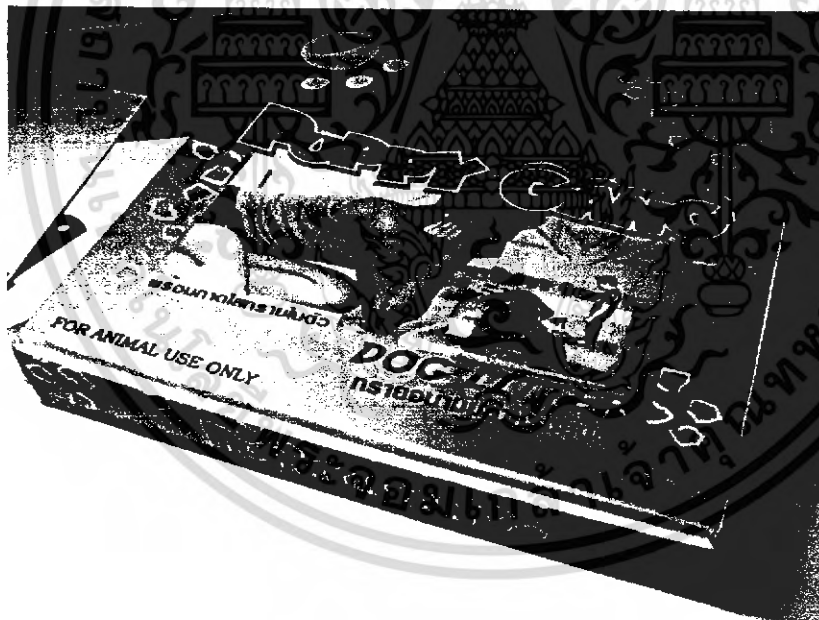


ภาพที่ 4.2-2 แผ่นทำความสะอาดหูสำหรับสุนัข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



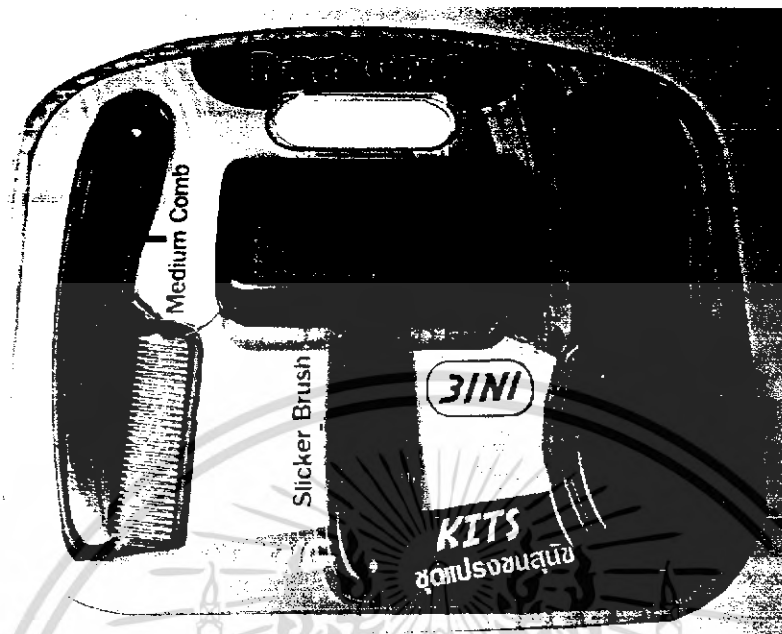
ภาพที่ 4.2-3 ลูกกลิ้งรีดนมสำหรับสุนัข



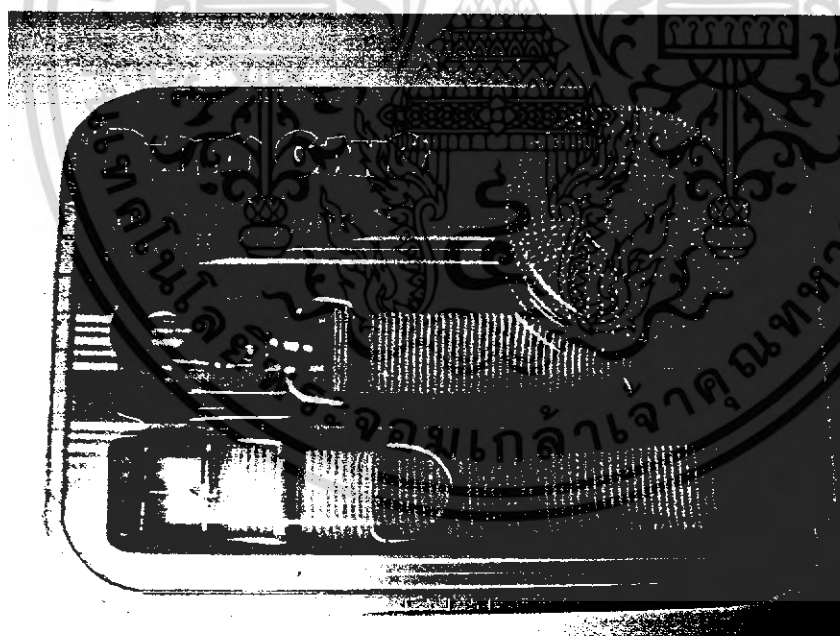
ภาพที่ 4.2-4 ทราายนามัยสำหรับสุนัข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.หมวดของใช้

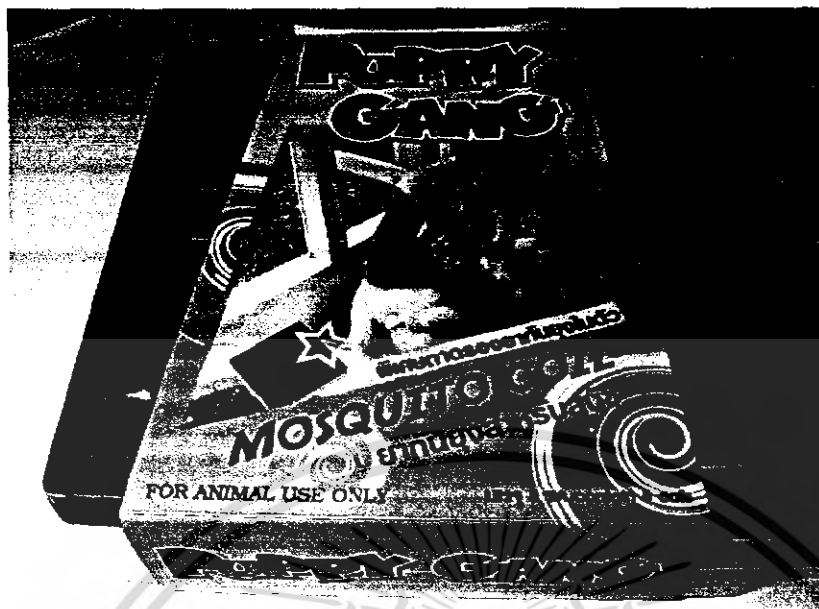


ภาพที่ 4.2-5 ชุดรวมแปรงสำหรับสุนัข



ภาพที่ 4.2-6 ปลอกคอและสายจูงสำหรับสุนัข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



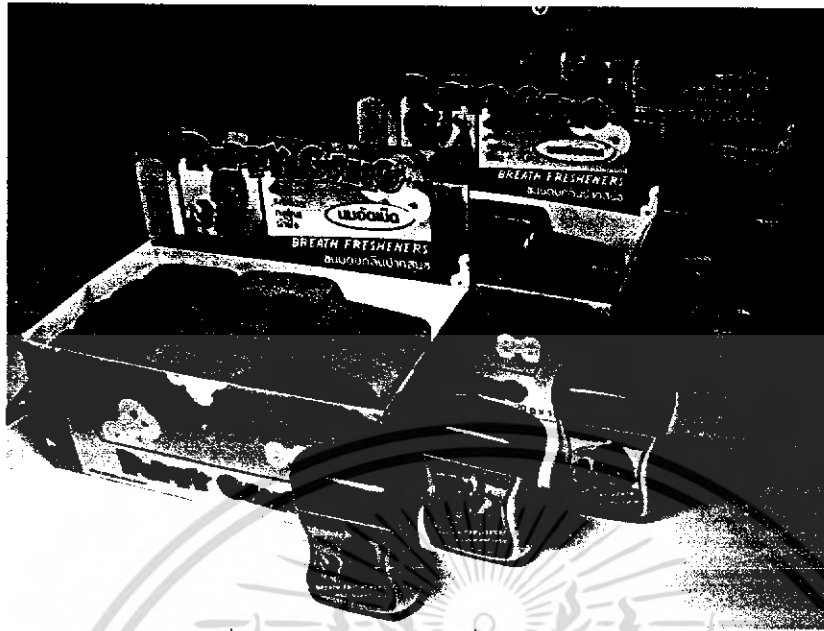
ภาพที่ 4.2-7 ยากันยุงสำหรับสุนัข

3.หมวดของอาหารและขนมขบเคี้ยว



ภาพที่ 4.2-8 อาหารเม็ดสำหรับสุนัข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.2-9 ขนมเม็ดดับกลิ่นปากสำหรับเด็ก

4. หมวดของเล่น



ภาพที่ 4.2-10 ลูกเต๋าลมสดชื่นสำหรับเด็ก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.2-11 ของเล่นยางสำหรับสุนัข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3 งานเขียนแบบแสดงรายละเอียด

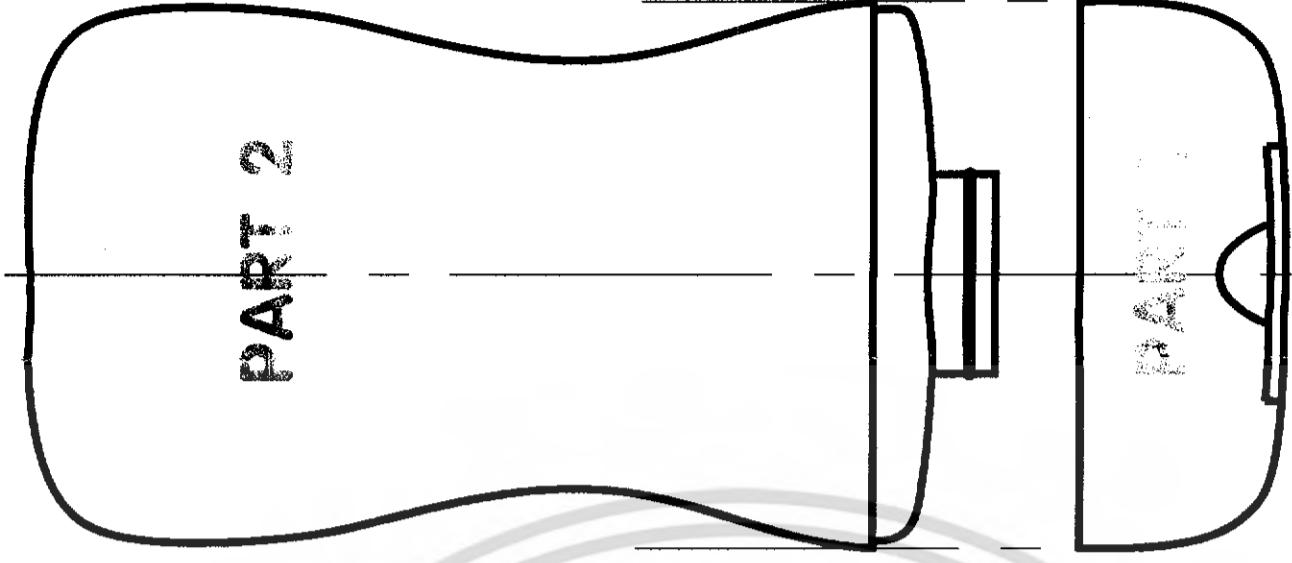
แบบแสดงรายละเอียดผลิตภัณฑ์ของโครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข
ภายใต้ บริษัท แบริ่ง เพ็ทแคร์ ประเทศไทย จำกัด มีโครงสร้างหลักที่สำคัญคือ

- โครงสร้างขวดแชมพูสำหรับสุนัข ขนาด 250 ml.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

SPECIFICATION



| NUMBER | PART NAME | COLOR | MATERIAL | PROCESS |
|--------|-----------|--------|----------|------------------------|
| 1. | CAP | ORANGE | PP | INJECTION |
| 2. | BODY | WHITE | HDPE | INJECTION BLOW MOLDING |

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนไว้สำหรับการใช้งานภายในศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีการตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1

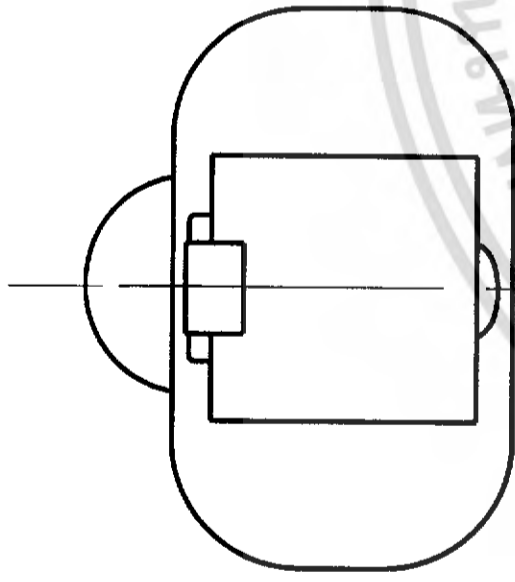
ASSEMBLY

Packaging Design for Dog Products of Bearing Petcare (THAILAND) Co.Ltd

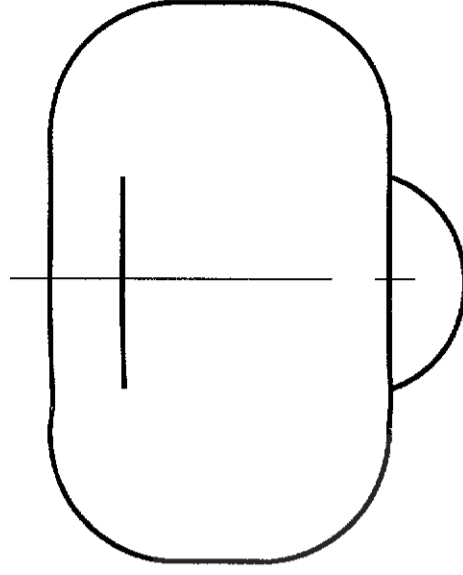
UNIT : mm SCALE 1:1

BOTTLE 250 ml.

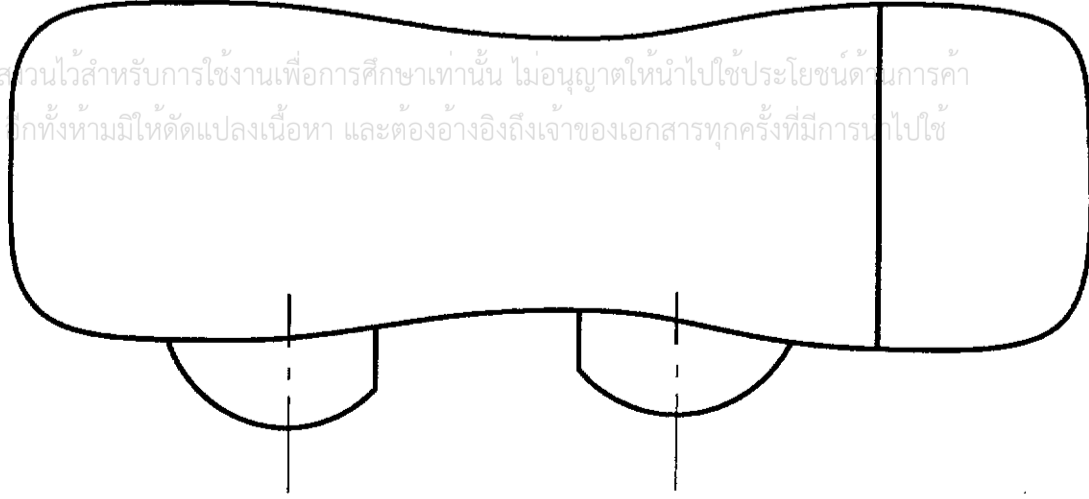
Supachai Aijanukulchai 43020311



TOP V



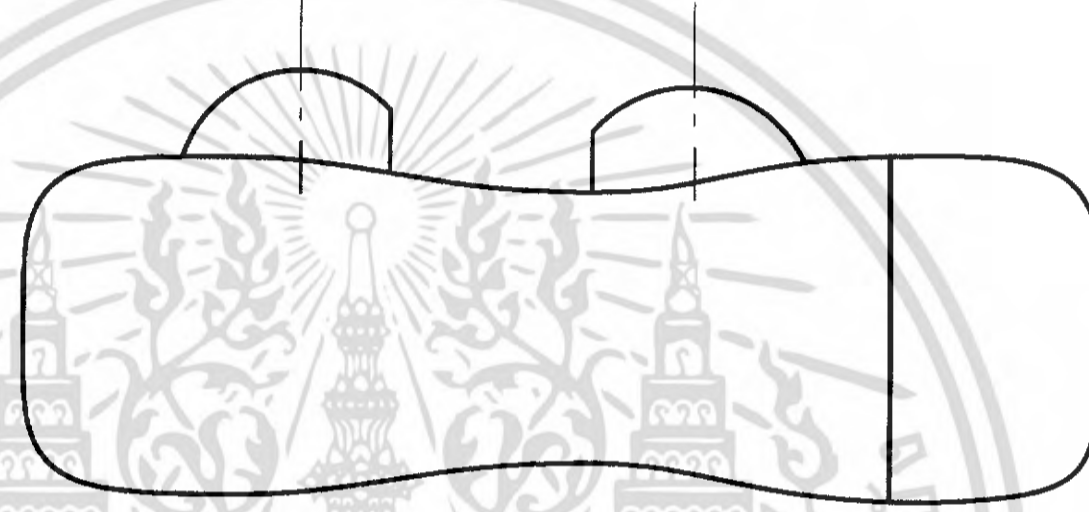
BOTTOM V



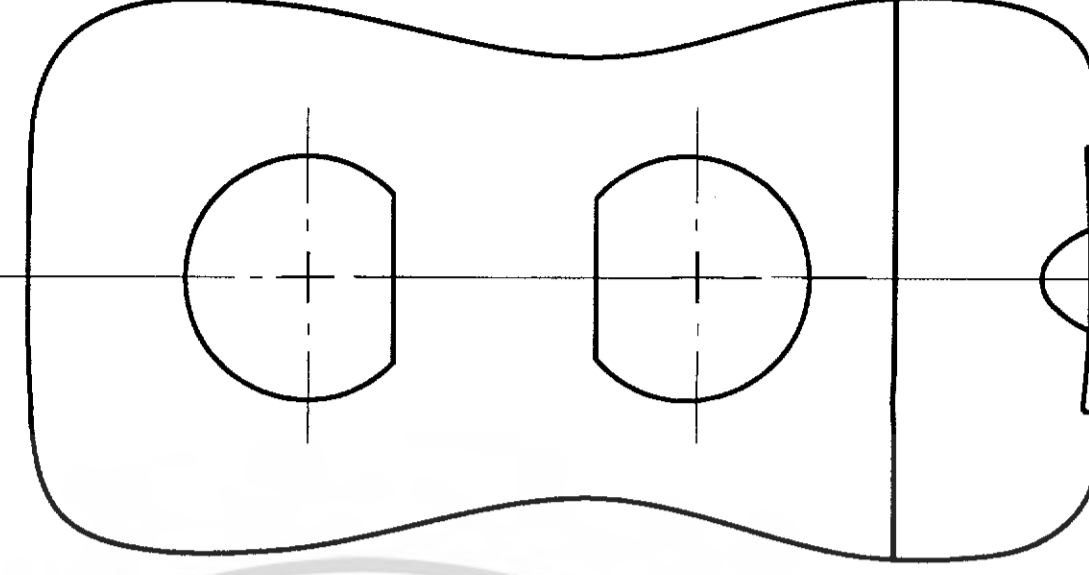
LEFT S V



FRONT V

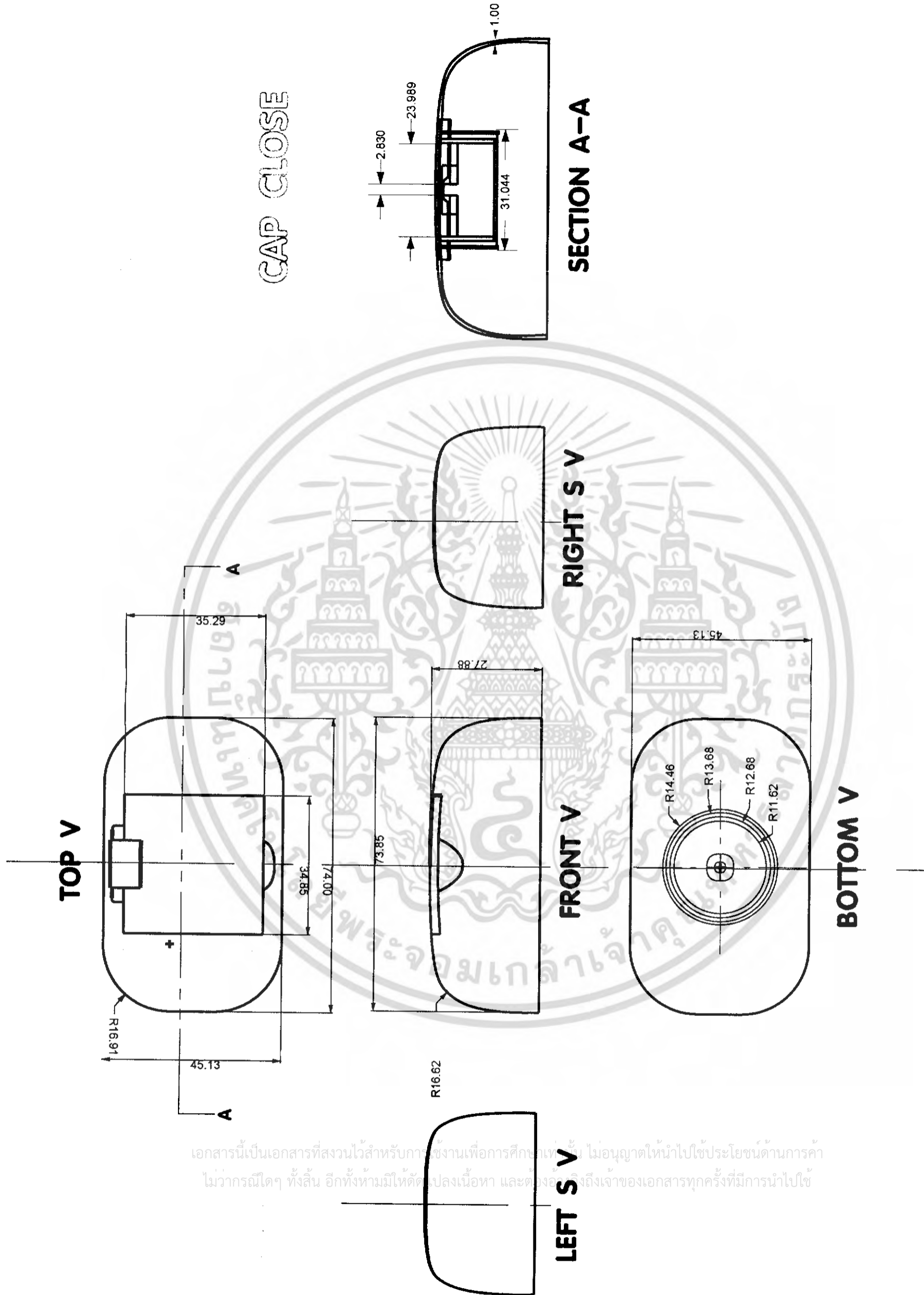


RIGHT S V



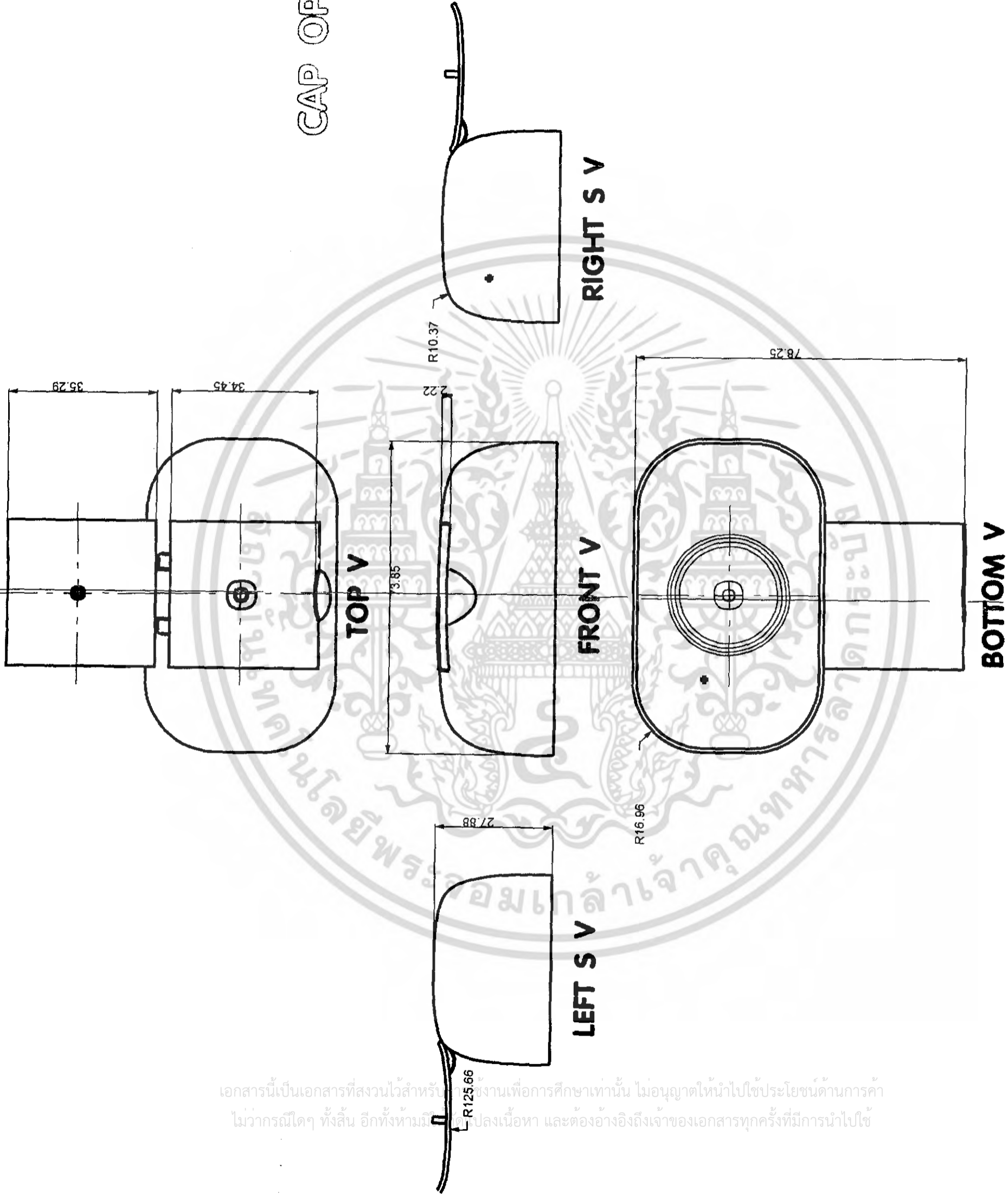
BACK V

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น หากมีให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

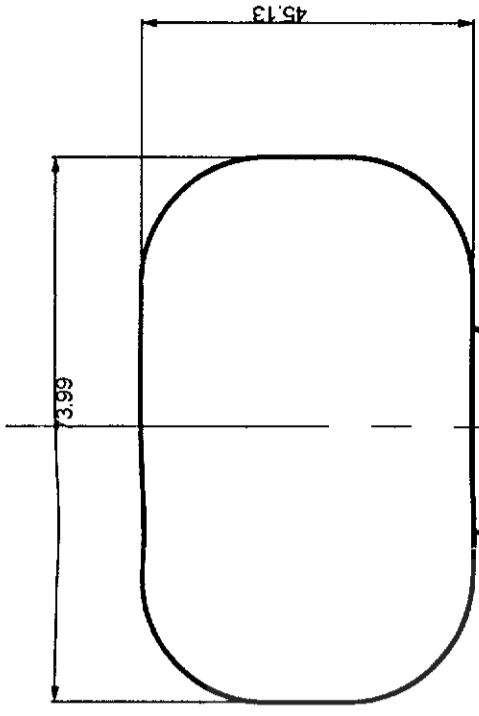
CAP OPEN



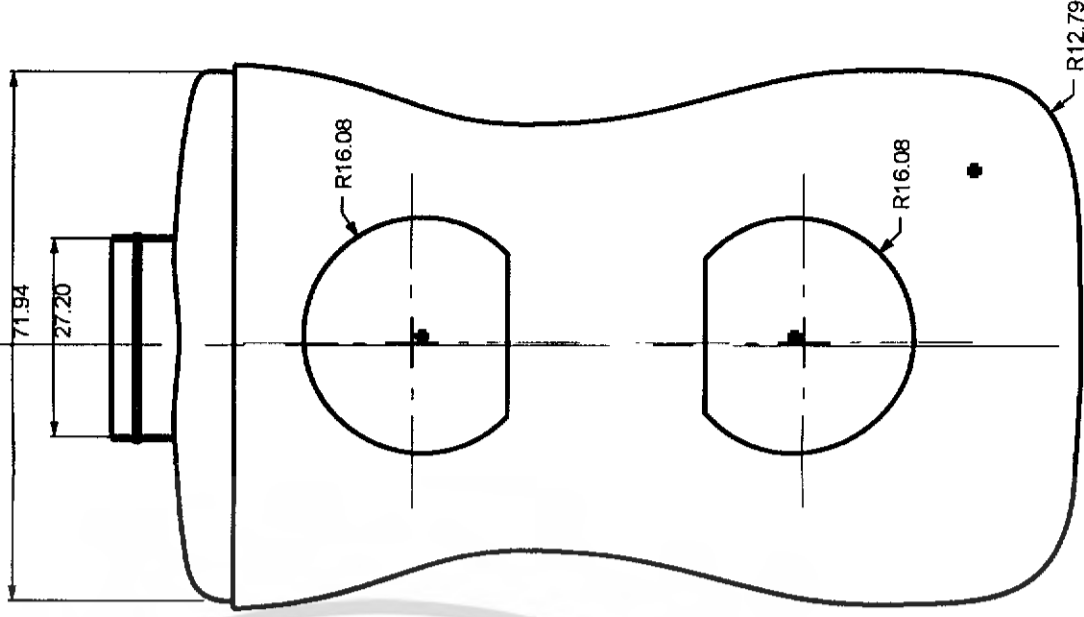
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้เปิดเผยต่อสาธารณชน และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Packaging Design for Dog Products of Bearing Petcare (THAILAND) Co.Ltd
BOTTLE 250 ml. UNIT : mm SCALE 1:1
 Supachai Ajjanakulchai 43020311

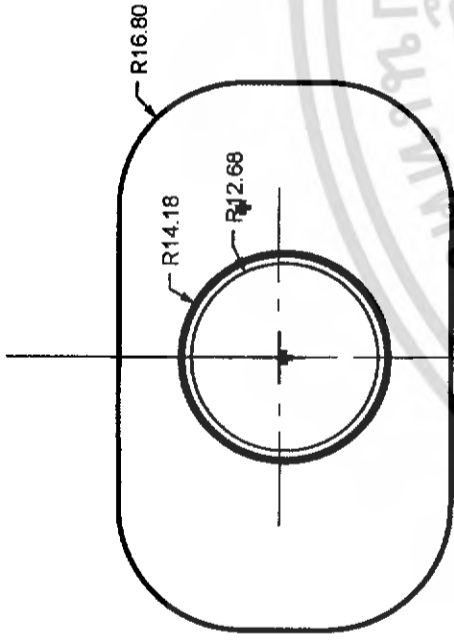
4 PART 1



BOTTOM V



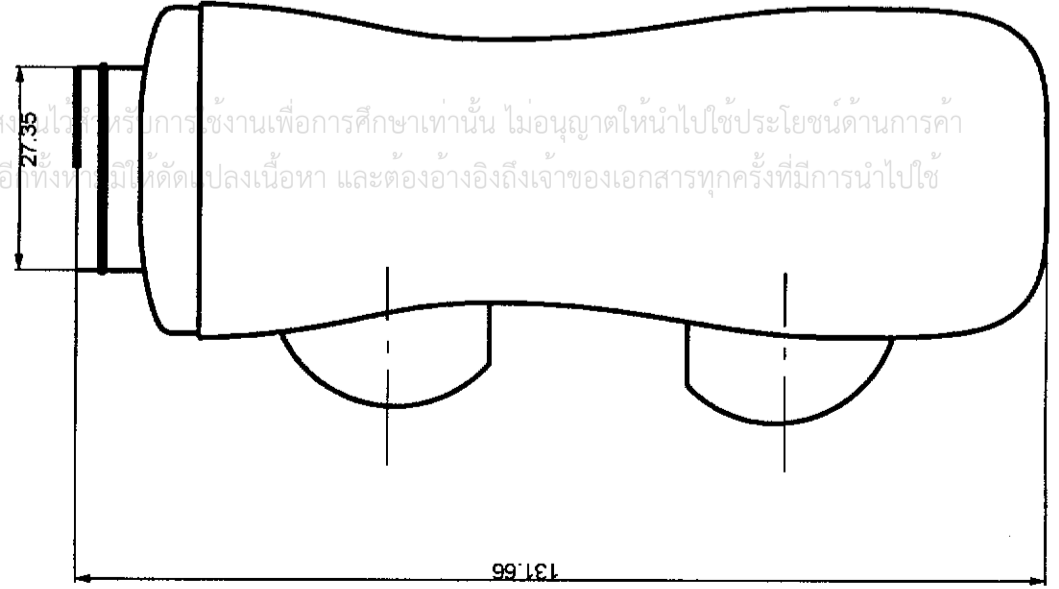
BACK V



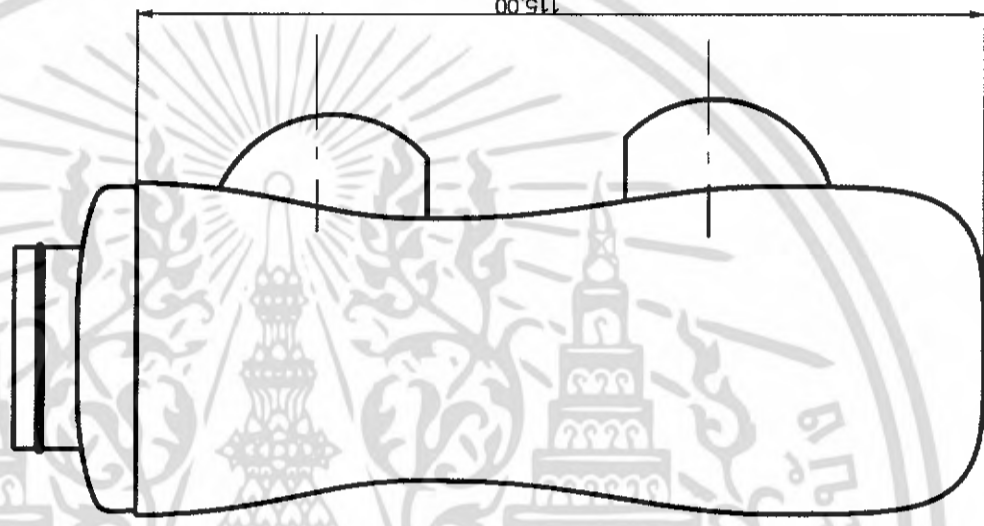
TOP V



FRONT V



LEFT S V



RIGHT S V

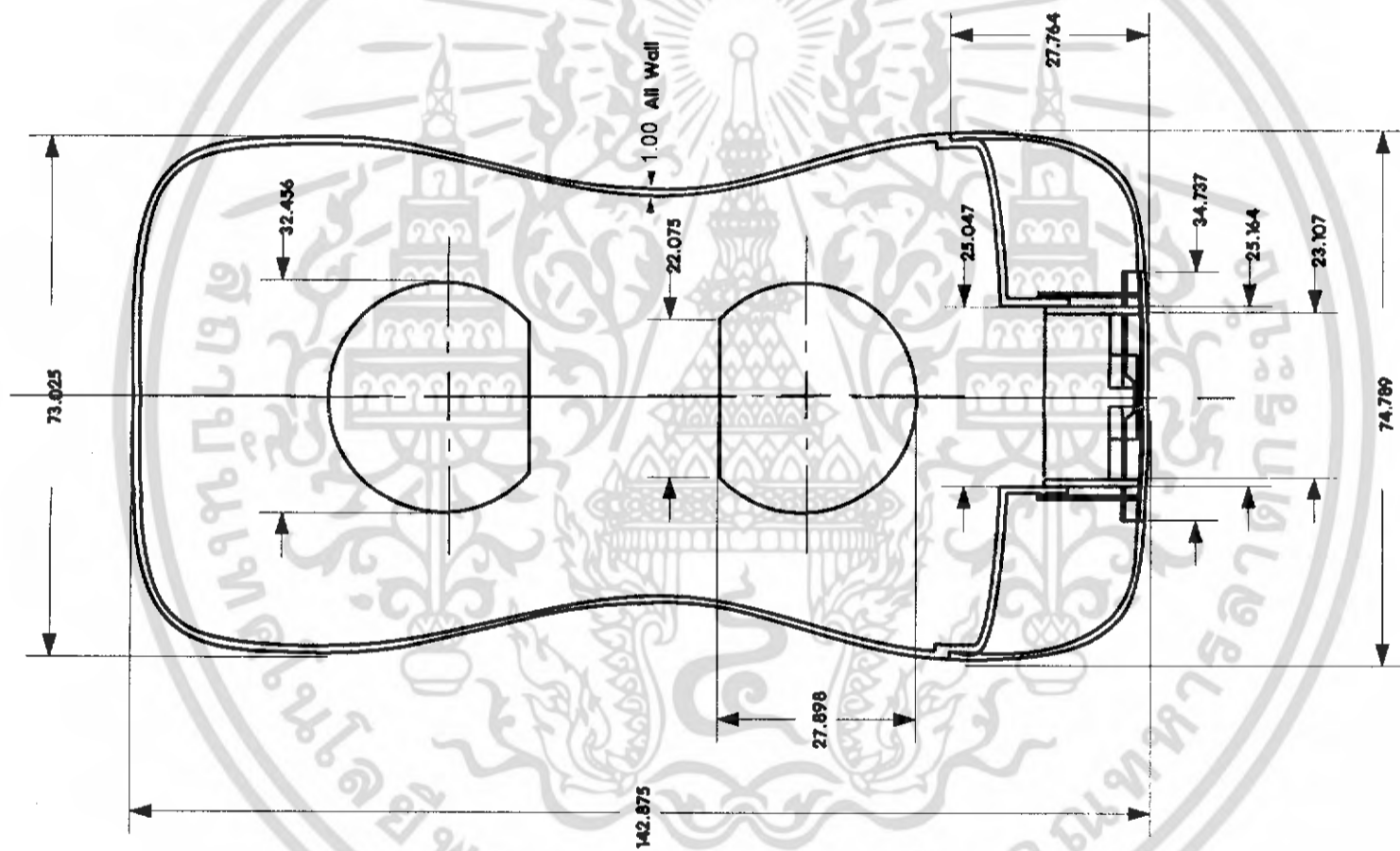
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Packaging Design for Dog Products of Bearing Petcare (THAILAND) Co.Ltd

BOTTLE 250 ml. UNIT : mm SCALE 1:1
Supachai Aijanakulchai 43020311

BODY

5



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Packaging Design for Dog Products of Bearing Petcare (THAILAND) Co.Ltd

BOTTLE 250 ml. UNIT : mm SCALE 1:1
Supachai Aijanakulchai 43020311

SECTION

6



บทที่ 5 บทสรุป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1 สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการ

สรุปผลการออกแบบ

- มีกระบวนการในการพัฒนาด้านกราฟฟิกค่อนข้างน้อย ทำให้ผลงานที่ออกมาดูไม่เรียบร้อยเท่าที่ควร
- ขาดการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ในขั้นตอนสุดท้าย กับผลิตภัณฑ์คู่แข่ง ทำให้ไม่สามารถทราบถึงความแตกต่างได้อย่างชัดเจน

ข้อเสนอแนะของคณะกรรมการ

นักศึกษาควรมีการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ของตนกับคู่แข่งเพื่อที่จะสามารถแสดงถึงความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดได้อย่างชัดเจน

5.2 สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะของนักศึกษา

สรุปผลการออกแบบ

- โครงสร้างมีความน่าสนใจ มีการใช้งานเพิ่มเติมในส่วนที่เป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคอย่างแท้จริง
- กราฟฟิกมีความแตกต่างจากคู่แข่งอย่างชัดเจน แสดงอารมณ์ความรู้สึกได้เป็นอย่างดี เกิดความชัดเจนในเรื่องของกลุ่มเป้าหมาย

ข้อเสนอแนะของนักศึกษา

การทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ เป็นการฝึกฝน ความคิด กระบวนการทำงานและการนำองค์ความรู้ต่างๆ มาประกอบกัน เพื่อสร้างสรรค์ผลงานที่ดีมีคุณค่า ก่อให้เกิดประโยชน์แก่สังคม และประเทศชาติต่อไปในอนาคต

บรรณานุกรม

1. คู่มือการใช้พลาสติกเพื่อการหีบห่อ, ศูนย์การหีบห่อไทย, สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์แห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ, กุมภาพันธ์ 2533
2. คู่มือการใช้กระดาษเพื่อการหีบห่อ, ศูนย์การหีบห่อไทย, สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์แห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ, กุมภาพันธ์ 2533
3. พิไลวรรณ ประกอบผล,รศ., หลักการตลาด, พิมพ์ครั้งที่ 2, งานตำราและเอกสารการพิมพ์ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, มิถุนายน 2540



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามสำหรับผู้เลี้ยงสุนัข

เรื่องการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข (DOG PRODUCTS)

เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับโครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข

ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชา วิทยานิพนธ์ ประจำปีการศึกษา 2547

จัดทำโดย นาย ศุภชัย อรรถนกุลชัย ภาควิชาศิลปะอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ส่วนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไป

1. เพศ ชาย / หญิง อายุ.....ปี สถานภาพ โสด แต่งงาน
2. ระดับการศึกษา

| | | |
|-----------------------------------|-------------------------------------|---|
| <input type="radio"/> ต่ำกว่า ม.6 | <input type="radio"/> ม.6 หรือ ปวช. | <input type="radio"/> อนุปริญญา หรือ ปวส. |
| <input type="radio"/> ปริญญาตรี | <input type="radio"/> ปริญญาโท | <input type="radio"/> ปริญญาเอก |
3. อาชีพ.....

| | | |
|----------------|--|--|
| รายได้ต่อเดือน | <input type="radio"/> ต่ำกว่า 5,000 บ. | <input type="radio"/> 5,000 – 10,000 บ. |
| | <input type="radio"/> 10,000 – 20,000 บ. | <input type="radio"/> 20,000 – 50,000 บ. |
| | | <input type="radio"/> สูงกว่า 50,000 บ. |
4. สัตว์เลี้ยงที่เลี้ยงอยู่ ณ ปัจจุบัน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

| | | |
|----------------------------------|----------------------------------|---------------------------|
| <input type="radio"/> สุนัข | <input type="radio"/> แมว | <input type="radio"/> ปลา |
| <input type="radio"/> นก, กระรอก | <input type="radio"/> อื่นๆ..... | |
5. จำนวนสุนัขที่ท่านเลี้ยง ตัว (โปรดระบุพันธุ์)

| | | |
|---------|---------|---------|
| 1. | 2. | 3. |
|---------|---------|---------|
6. ลักษณะที่อยู่อาศัยของท่านที่เลี้ยงสุนัข

| | | |
|--|----------------------------------|------------------------------------|
| <input type="radio"/> บ้านเดี่ยว | <input type="radio"/> ทาวน์เฮาส์ | <input type="radio"/> คอนโดมิเนียม |
| <input type="radio"/> ตึกพาณิชย์, ตึกแถว | <input type="radio"/> หอพัก | <input type="radio"/> อื่นๆ..... |
7. ระยะเวลาที่ท่านเลี้ยงสุนัขจนถึงปัจจุบัน (โปรดระบุระยะเวลา)

| | | |
|---------------------------------------|--------------------------------------|--|
| <input type="radio"/> ต่ำกว่า 6 เดือน | <input type="radio"/> 6 เดือน – 1 ปี | <input type="radio"/> มากกว่า 1 ปี (โปรดระบุ)..... |
|---------------------------------------|--------------------------------------|--|

ส่วนที่ 2 สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข

8. ท่านเคยเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัขหรือไม่

| | |
|---------------------------|------------------------------|
| <input type="radio"/> เคย | <input type="radio"/> ไม่เคย |
|---------------------------|------------------------------|
9. ท่านเคยเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข หมวดของใช้ ยี่ห้อใดบ้างต่อไปนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

| | | |
|-------------------------------|------------------------------|---------------------------------|
| <input type="radio"/> BEARING | <input type="radio"/> SLEEKY | <input type="radio"/> CHAINGARD |
| <input type="radio"/> TOFFY | <input type="radio"/> BOKDOK | <input type="radio"/> OSTECH |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- BUDDY HOBBY DOGGY MAN
 PUPPE NEO อื่นๆ.....

10. ท่านเคยเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข หมวดอาหาร ยี่ห้อใดบ้างต่อไปนี้

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- BEARING SLEEKY BOKDOK
 PEDIGREE JERHIGH HILL' S
 EUKANUBA ALPO DOGGY MAN
 CESAR C.P. PETFOOD อื่นๆ.....

11. สถานที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัขที่ท่านเคยใช้บริการ

- ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ PET SHOP
 คลินิกสัตว์ งานแสดงสัตว์ต่างๆ อื่นๆ.....

12. หลักในการพิจารณาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัขของท่าน (เรียงตามลำดับความสำคัญ โดยใส่นำหมายเลข 1-6)

.....ตราสินค้า ราคา ความคุ้มค่า รูปแบบความสวยงาม
คุณภาพ ของแถม ความแปลกใหม่ น่าสนใจ

13. ท่านเคยเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัขประเภทใดบ้างต่อไปนี้ และมีปริมาณ ความถี่ในการซื้อ มากน้อยเพียงใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ , ✓ ลงในตาราง)

| ประเภทสินค้า | ปริมาณการซื้อสินค้าในแต่ละครั้ง | | | | | | ความถี่ในการซื้อ | | |
|---|---------------------------------|------|------|-------------|---|----|------------------|---|----|
| | ขนาดสินค้า | | | จำนวนสินค้า | | | สินค้า(เดือน) | | |
| | เล็ก | ปกติ | ใหญ่ | 1 | 2 | >3 | 1 | 2 | >3 |
| <input type="radio"/> แชมพูสำหรับสุนัข | | | | | | | | | |
| <input type="radio"/> สบู่สำหรับสุนัข | | | | | | | | | |
| <input type="radio"/> แป้งโรยตัวสำหรับสุนัข | | | | | | | | | |
| <input type="radio"/> สายจูง | | | | | | | | | |
| <input type="radio"/> โลชั่นทำความสะอาด | | | | | | | | | |
| <input type="radio"/> สำลีกันสำหรับสุนัข | | | | | | | | | |
| <input type="radio"/> วิตามินรวม (เม็ด) | | | | | | | | | |
| <input type="radio"/> นมอัดเม็ดสำหรับสุนัข | | | | | | | | | |
| <input type="radio"/> บิสกิตสำหรับสุนัข | | | | | | | | | |
| <input type="radio"/> อาหารสุนัข | | | | | | | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

14. รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ภายนอก ที่ท่านให้ความสนใจมากที่สุด

- รูปภาพการ์ตูน รูปภาพสุนัขจริง สีสันทึบและลวดลาย

ส่วนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมที่ท่านใช้งานผลิตภัณฑ์ต่างๆกับสุนัขของท่าน
หมวดของใช้

15. จำนวนครั้งที่ท่านอาบน้ำให้กับสุนัขต่อเดือน

- 1 ครั้ง 2 ครั้ง มากกว่า 3 ครั้ง

16. ความสามารถในการอาบน้ำสุนัขของท่านต่อ 1 ตัว

- อาบได้ไม่เกิดปัญหา เกิดปัญหาบ้างในการจับสุนัขขณะอาบน้ำ
 อาศัยผู้ช่วยในการจับสุนัข

17. ในการทำความสะอาดหูของสุนัขท่านใช้อุปกรณ์ใดบ้างต่อไปนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ผ้าขนหนู น้ำสะอาด โลชั่นทำความสะอาดหูสุนัข
 สำลีก้านสำหรับสุนัข อื่นๆ.....

18. ใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในข้อที่ท่านเคยประสบปัญหาขณะใช้งานผลิตภัณฑ์ต่างๆกับสุนัขของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- การเปิดปิดฝาขวดแชมพูขณะอาบน้ำให้กับสุนัข
 เกิดอาการระคายเคืองกับมือจากการขัดถูตัวสุนัข
 การเก็บรักษาสบู่หลังจากการใช้งาน
 การควบคุมปริมาณและทิศทางของแปรงโรยตัวสุนัขจากขนาดของรูที่ใหญ่เกินไป
 เกิดอาการระคายเคืองหลังจากการใช้งานแปรงโรยตัวสำหรับสุนัข
 การควบคุมปริมาณของโลชั่นทำความสะอาดหู ทำให้เกิดการหยดเลอะเทอะ
 การนำผลิตภัณฑ์สำลีก้านออกมาใช้งาน

หมวดอาหาร

19. ใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในข้อที่ท่านเคยประสบปัญหาขณะใช้งานผลิตภัณฑ์อาหารต่างๆกับสุนัขของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ขนาดของของพลาสติกด้านในที่ใหญ่เกินความจำเป็นและปัญหาการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ที่เหลือจากการใช้งาน
 ปัญหาของของบิสกิตสำหรับสุนัขที่เปิดยากและมีปริมาณขนาดใหญ่เกินการใช้งานยากต่อการเก็บรักษา
 กระป๋องอาหารที่ต้องอาศัยที่เปิด ทำให้การใช้นั้นค่อนข้างยุ่งยาก
 รูปแบบและลวดลายไม่สามารถบ่งบอกถึงตัวผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติการศึกษา

ชื่อ ศุภชัย อรรถจนกุลชัย

วุฒิการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น

สถานศึกษา โรงเรียน วัดสุทธิวราราม ปีที่สำเร็จการศึกษา 2540

วุฒิการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

สถานศึกษา โรงเรียน วัดสุทธิวราราม ปีที่สำเร็จการศึกษา 2543



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้