

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

โครงการออกแบบบรรณารักษ์ และกราฟฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์ ไทยสพายะ สำหรับศูนย์พัฒนา
วัดฤทธิสมุนไพโร สถาบันการแพทย์แผนไทย

นางสาววรรณชน ประสิทธิ์พัฒนา



โดย

นางสาววรรณชน ประสิทธิ์พัฒนา

วิทยานิพนธ์เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต

ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2547-48

เลขหมู่.....

เลขทะเบียน..... 61138

วัน,เดือน,ปี..... 12 มิถุนายน 2549

b. 61138
1

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตร์บัณฑิต

คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

คณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์ ประธานกรรมการ

กรรมการ

กรรมการ

กรรมการ

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....
อาจารย์ นีรวรรณ สมบูรณ์บุรณะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

ในช่วงเวลาแห่งการทำวิทยานิพนธ์ ช่างทำให้ได้พบประสบการณ์ชีวิตที่ไม่คาดฝันมาก่อน ถ้าไม่ได้บุคคลเหล่านี้ อาจจะไม่ได้พูดได้เกิดอีกต่อไป

ป้า แม่ ที่คอยให้กำลังใจ, กำลังใจและส่งสิ่งศักดิ์สิทธิ์มาคอยคุ้มครองให้สามารถอยู่รอดมาได้จนถึงทุกวันนี้ เจ๊เกดที่คอยให้กำลังใจและจัดหาสิ่งที่ต้องการให้ได้อยู่เสมอ เจ๊กิ๊กที่แม่จะชี้แจงแต่ก็คอยเป็นห่วง เฮียन्छที่คอยซื้อเนื้ดให้ไม่เคยขาดสาย โชคดีจริงๆที่เกิดมาครอบครัวนี้

อาจารย์กลุ่มแพคเกจทุกท่านที่คอยซ้่าสอนให้คำชี้แนะและให้ความรู้ซึ่งถึงทางสว่าง

เพื่อนดีๆชาวปี 5 ที่คอยช่วยเหลือกันมาตลอด ไม่เคยทิ้งกัน โชคดีจริงๆที่ได้เจอ

พวกคุณ

คุณถี้ ถ้าไม่มีคุณบน โลกนี้แล้วฉันจะอยู่ได้อย่างไร ทุกๆความช่วยเหลือจากคุณ คำบรรยายใดๆก็หามาเทียบไม่ได้

คุณ โบ ระหว่างเราข้งต้องบรรยายอะไรกันอีกรึ

คุณน้องหยก คุณพี่คงไม่มีไรต้องพูดนะ ถ้าจะให้บรรยายซักร้อยหน้าก็คงไม่หมดกับทุกๆความช่วยเหลือจากคุณน้อง

คุณน้องเบงค์ สุดยอดแล้วคะคุณน้อง พี่พูด ไม่ออกเลย น้องทำพี่ซึ่งใจเจียนตาย อย่าหัก โหม นะคะ พี่เป็นห่วง

คุณเพื่อนห้อง ข คำขอบคุณซักก็ร้อยพันคำคงจะไม่พอ แต่เรารู้กันอยู่ในใจก็พอแล้วนะจะ มนุษย์ชาวออนไลน์ทั้งหลาย ขอบคุณที่คอยอยู่เป็นเพื่อนกัน แม่จะทำให้เอาแต่เมาท์ไปบ้าง แต่เวลาลำบากก็คอยช่วยเหลือตลอด MSN จงเจริญ

น้องๆชาวรหัส 18 ,25 , 37 ขอ โทษนะที่ไม่พิมพ์ชื่อเพราะพิมพ์ไม่ไหวแล้วต้องรีบส่ง แต่ขอให้อ่านไว้ พลังของพวกคุณช่วยส่งเสริมให้ชีวิตที่สามารถก้าวต่อไปจนจบได้ รหัสนี้หารหัสไหนเทียบมิได้ เอาอะไรมาแลกก็ไม่ยอม

ขอขอบพระคุณจริงๆกับทุกๆความช่วยเหลือ และขอ โทษจริงๆที่ไม่ได้พิมพ์ชื่อเพราะไฟรนกัน!!! ต้องรีบส่ง แต่เรารู้กันอยู่ในใจก็พอแล้วไม่ใช่หรอ.....55555555

1.2 ผลิตภัณฑ์สปาร่างกาย แบ่งออกเป็น

- โคลนขัดผิว
- โคลนพอกผิว
- สบู่
- น้ำแช่อาบสมุนไพร
- น้ำมันนวดตามธาตุ
- ลูกประคบ

1.3 ผลิตภัณฑ์สปาเท้า

- โคลนขัดเท้า
- โคลนพอกเท้า
- น้ำสมุนไพรแช่เท้า
- ขี้ผึ้งน้ำมัน
- ลูกประคบเท้า

1.4 ผลิตภัณฑ์เครื่องดัดเพื่อสุขภาพ

เครื่องดัดชาสมุนไพร

เครื่องดัดสมุนไพรชนิดขง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กานา

สุขภาพ ถือได้ว่าเป็นต้นทุนเป็นสิ่งสำคัญในการดำรงชีวิตของคนเรา ที่จะต้องดูแลให้อยู่ในสภาพที่แข็งแรงอยู่ตลอดเวลาทั้งภายในและภายนอก เป็นตัวกำหนดสภาวะของร่างกาย การดูแลร่างกายสภาพร่างกายให้แข็งแรงนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยในหลายๆด้าน และเมื่อเราสามารถดูแลร่างกายให้แข็งแรงแล้ว สิ่งที่คุณเราต้องการตามมาก็คือ ความงาม เมื่อเปรียบสุขภาพเป็นความต้องการของร่างกายแล้ว ความงามก็อาจเปรียบเป็นความต้องการของจิตใจอย่างหนึ่ง การต้องการมีรูปร่างหน้าตาที่สวยงามเป็นสิ่งที่อยู่ในใจของคนเรา และเป็นสิ่งที่ถือว่าต้องการการดูแลเหมือนกัน ทำให้คนเราต้องคอยดูแลทั้งสุขภาพและความงาม เพื่อรักษาสภาพร่างกายให้คงสภาพตามความต้องการ คนเราจึงพยายามหาวิธีทางเพื่อที่จะคงทั้งสองสิ่งนี้ไว้จนเกิดองค์ความรู้แขนงหนึ่งที่เรียกกันว่า "การแพทย์"

การแพทย์ คือความจำเป็นอย่างหนึ่งในการดำรงชีวิตของมนุษย์ เนื่องจากร่างกายคนเราย่อมมีวันเสื่อมสภาพไปตามธรรมชาติ หรือด้วยสาเหตุต่างๆ เพื่อการต่อสู้กับภาวะดังกล่าว จึงก่อเกิดการค้นหาวิธีการรักษา ป้องกัน และพัฒนางานเกิดเป็นแบบแผนขึ้นมาอย่างชัดเจน จึงเป็นภูมิปัญญาอย่างหนึ่ง ที่มาจากความเชื่อ ความรู้ การลองผิดลองถูก และกลายเป็นการยอมรับในสังคมของแต่ละชนชาติแต่ละสังคมนั้นๆ

การแพทย์แผนไทยมีวิวัฒนาการมายาวนาน ถือเป็นภูมิปัญญาไทยที่สืบทอดกันมายาวนานกว่าหลายร้อยปี การแพทย์แผนไทยนั้นหมายถึง ปรัชญาความรู้และการปฏิบัติ เพื่อรักษาโรคและดูแลสุขภาพของคนไทยโดยสอดคล้องกับขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมไทยและวิถีคนไทย โดยวิธีการปฏิบัติของการแพทย์แผนไทย ประกอบด้วยกันหลายแบบรวมถึงการใช้สมุนไพรไทยที่ให้สรรพคุณมากมาย ที่สามารถหาได้ในพืชพรรณป่าในประเทศ ประโยชน์ของสมุนไพรไทยนั้นมีมากมาย เมื่อรักษาโรคสามารถรักษาโรคอื่นๆที่ไม่ได้ตั้งใจจะรักษาให้หายไปด้วย รวมทั้งป้องกันโรคที่อาจจะเกิดขึ้น ต่างจากยาแผนปัจจุบันที่เป็นการรักษาที่ปลายเหตุ แม้มีผลในการรักษาโรคหรือหยุดอาการได้จริง แต่ในอีกทางหนึ่งก็จะเป็นสารเคมีที่คอยสะสมในร่างกาย หรือให้ผลเสียหายต่อร่างกายในทางใดทางหนึ่ง นั้นเป็นเพราะสมุนไพรไทยส่งเสริมความสมดุลของร่างกาย อันเป็นกลไกที่ทำให้ร่างกายสามารถมีภูมิคุ้มกันโรคที่จะรักษาร่างกายได้ด้วยตนเอง และมีสุขภาพแข็งแรงในระยะยาว สมุนไพรไทยส่วนใหญ่มักจะพบสารที่ช่วยกำจัดอนุมูลอิสระที่เกิดขึ้นตลอดเวลาในร่างกาย ซึ่งเป็นสาเหตุของความเสื่อมโทรมของอวัยวะต่างๆและเป็นสาเหตุของโรคภัยไข้เจ็บ

คุณสมบัติของสมุนไพรไทยนั้นมีมากมายจนทำให้เกิดการแปรรูปสมุนไพรไทยในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นอาหารเสริมหรือเครื่องสำอางค์ เป็นต้น เพื่อตอบสนองกระแสการกลับมาใช้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติที่ตื่นตัวขึ้นมาจากซีกโลกตะวันตกจนมาถึงประเทศไทย อันเป็นกระแสที่ส่งส่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลให้คนไทยสนใจที่จะดูแลสุขภาพและใช้ผลิตภัณฑ์ด้วยสมุนไพรไทยกันมากขึ้น เพราะคิดว่าสมุนไพรไทยนั้นผลิตในประเทศทำให้มีราคาไม่แพง หาง่ายจะมีประโยชน์มากกว่ายาแผนปัจจุบัน และมีโทษน้อยกว่า และสามารถใช้ในลักษณะเป็นอาหารเสริมก็ได้ แต่ความต้องการที่จะใช้ผลิตภัณฑ์ที่ดี มีความชัดเจนของสรรพคุณและองค์ความรู้ในแง่มุมต่างๆของสมุนไพรที่ใช้ เพื่อให้เกิดความมั่นใจในการใช้ยา

สถาบันการแพทย์แผนไทย กระทรวงสาธารณสุขจึงก่อตั้ง “โครงการศูนย์พัฒนาวัตถุดิบสมุนไพร” ขึ้นมา วัตถุประสงค์เพื่อเป็นศูนย์กลางผลิตและแปรรูปวัตถุดิบสมุนไพรที่มีคุณภาพและถูกต้องตามหลักวิชาการ อีกทั้งยังส่งเสริมอาชีพ, สักยภาพและสร้างรายได้ให้เกษตรกร โดยโครงการจะเป็นผู้รับวัตถุดิบมาจากเกษตรกรมาแปรรูป และพัฒนา ทำให้ผลิตภัณฑ์ในโครงการมีศักยภาพที่ดีและมีคุณภาพ แต่ทางโครงการนั้นยังไม่มีความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ในโครงการซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคสนใจและจดจำ จึงเห็นความสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในด้านบรรจุภัณฑ์ และกราฟฟิก ซึ่งเป็นตัวบ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์ ภาพลักษณ์ที่ดีของโครงการ โดยใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีศักยภาพที่ดี คำนึงถึงการปกป้องผลิตภัณฑ์ทั้งในการขนส่งและในการขาย อำนวยความสะดวก และช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีแก่ผู้พบเห็น ทำให้ภาพลักษณ์ของโครงการดีขึ้น และยกระดับสินค้าได้

สารบัญ

อนุมัติผล

บทคัดย่อ

คำนำ

กิตติกรรมประกาศ

บทที่ 1 บทนำ

- 1.1 ความสำคัญของโครงการ
- 1.2 จุดมุ่งหมายของโครงการ
- 1.3 วัตถุประสงค์ของโครงการ
- 1.4 ความเป็นไปได้ขอโครงการ
- 1.5 ขอบเขตของโครงการ
- 1.6 ปัญหา เงื่อนไข ความต้องการ และแนวทางการแก้ปัญหา
- 1.7 แนวทางการศึกษาวิจัย
- 1.8 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

บทที่ 2 การค้นคว้าและสรุปผลข้อมูล

- 2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรในท้องตลาด
 - 2.1.1 วิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของผลิตภัณฑ์สมุนไพรในท้องตลาด
 - 2.1.2 วิเคราะห์การวางตำแหน่งและข้อดีข้อเสียผลิตภัณฑ์สมุนไพรในท้องตลาด
 - 2.1.3 วิเคราะห์ลักษณะการจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ในท้องตลาด
 - 2.1.4 วิเคราะห์และสรุปจุดขายของผลิตภัณฑ์ในท้องตลาด
- 2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิต
 - 2.2.1 ประวัติความเป็นมาของศูนย์พัฒนาวัตถุดิบสมุนไพร
 - 2.2.2 วัตถุประสงค์และเป้าหมายของศูนย์พัฒนาวัตถุดิบสมุนไพร
 - 2.2.3 นโยบายเรื่องภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของโครงการ
- 2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ
 - 2.3.1 ประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์
 - 2.3.2 ลักษณะของผลิตภัณฑ์และการใช้งาน
 - 2.3.3 วัตถุประสงค์ เงื่อนไข และความจำเป็นในการมีบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 ข้อมูลทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ใน โครงการ

2.4.1 ข้อมูลทั่วไปทางการตลาด สถานการณ์ในตลาดและแนวโน้มในอนาคต

2.4.2 ลักษณะการกระจายสินค้าการขนส่งสินค้า

2.4.3 วิเคราะห์และสรุปข้อมูลทางการตลาดที่มีผลต่อการออกแบบ

2.5 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

2.5.1 วิเคราะห์ข้อมูลด้านจิตวิทยาของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

2.5.2 วิเคราะห์การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์หลังการซื้อ

2.5.3 สรุปเงื่อนไขการตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์

2.6 ข้อมูลและผลวิเคราะห์ด้านวัสดุ และกรรมวิธีการผลิต

2.6.1 วัสดุและกรรมวิธีการผลิตที่เกี่ยวข้อง

2.6.2 การพิมพ์ การตกแต่ง และการปิดฉลาก

2.6.3 กรรมวิธีในการบรรจุของผลิตภัณฑ์ใน โครงการ

2.6.4 วิเคราะห์ และสรุปข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด

บทที่ 3 การพัฒนาการออกแบบ

3.1 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้ในการออกแบบ

3.2 ขั้นตอนการออกแบบ

3.3 แบบร่าง

3.4 การวิเคราะห์การออกแบบ

3.5 สรุปผลการออกแบบ

บทที่ 4 การเสนอผลงานการออกแบบ

4.1 แผ่นเสนองาน

4.2 ภาพถ่ายผลงานจริง

4.3 ภาพแสดงการเขียนแบบ

บทที่ 5 บทสรุป

5.1 สรุปผลในการออกแบบและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการ

5.2 สรุปผลในการออกแบบและข้อเสนอแนะของนักศึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม
ประวัติการศึกษา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ และกราฟฟิก เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้าสปาในศูนย์พัฒนาวัตถุดิบสมุนไพร สู่ถึงภาพลักษณ์ของโครงการที่ดี และสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ของโครงการกับผลิตภัณฑ์ในท้องตลาด
2. หาและสร้างรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ให้ผลิตภัณฑ์ภายในได้รับความสะดวก มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน
3. บรรจุภัณฑ์สามารถอำนวยความสะดวกในหลายๆด้าน ทั้งด้านการใช้งานที่สะดวกสำหรับผู้บริโภค และผู้ผลิตสามารถบรรจุสินค้าได้ง่าย สามารถขนส่ง ได้ครั้งละมากๆและไม่เกิดความเสียหาย
4. เพื่อขยายตลาดให้มีการจำหน่ายในวงกว้าง และให้เป็นที่รู้จักแก่ผู้บริโภคมากขึ้น เป็นการประชาสัมพันธ์โครงการไปในตัว
5. บรรจุภัณฑ์ช่วยส่งเสริมผลิตภัณฑ์ ให้สามารถยกระดับสินค้า มีคุณภาพ ดูน่าเชื่อถือ

ความสำคัญของโครงการ

1. เป็นการส่งเสริมรายได้ให้แก่โครงการ เพื่อให้เกิดการพัฒนาวัตถุดิบสมุนไพรให้มีศักยภาพมากขึ้น และยังช่วยสร้างรายได้แก่เกษตรกรที่นำวัตถุดิบมาขายแก่โครงการ
2. ช่วยให้ผู้บริโภครู้จักและจดจำโครงการกันมากขึ้น ทำให้สามารถขยายตลาดในวงกว้างได้มากขึ้น
3. ส่งเสริมการแปรรูปสมุนไพรไทย ให้มีคุณภาพและได้มาตรฐานมากขึ้น เพื่อสร้างความมั่นใจในการใช้สินค้าให้กับผู้บริโภค
4. ช่วยแก้ปัญหาการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความเป็นไปได้ของโครงการ

1. ด้านนโยบาย

ศูนย์พัฒนาวัตถุโบราณโพร สถาบันการแพทย์แผนไทย เป็นโครงการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและแปรรูปสมุนไพรที่มีคุณภาพ เพื่อให้คนไทยได้ใช้สมุนไพรที่มีคุณภาพ ผลิตภัณฑ์จึงเกิดการพัฒนาทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ในโครงการอยู่มากมาย แต่ยังคงขาดบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมผลิตภัณฑ์และภาพลักษณ์ของโครงการ การนำเสนอโครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างดี

2. ด้านเศรษฐกิจ

ผลิตภัณฑ์สปาจากธรรมชาติกำลังได้รับความสนใจตามกระแสความนิยมของโลก จึงส่งผลให้ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทยกำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว ศูนย์วัตถุโบราณโพรจึงจับกระแสความนิยมนี้สร้างผลิตภัณฑ์ขึ้นมาเพื่อให้คนไทยได้ใช้สมุนไพรที่ได้มาตรฐานและมีคุณค่า เป็นการส่งเสริมรายได้ให้แก่โครงการ และเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรที่มาขายวัตถุดิบแก่โครงการอีกด้วย

3. ด้านสังคมและสภาพแวดล้อม

ปัจจุบันผู้บริโภคหันมาใส่ใจกับสุขภาพของตนเองตามสมัยนิยม ทำให้คนไทยเริ่มหันมาสนใจสมุนไพรไทยกันมากขึ้น เนื่องจากหาง่าย ราคาไม่แพง สมุนไพรไทยเป็นวัตถุดิบที่สามารถปลูกและหาได้ง่ายในพื้นที่ต่างๆในประเทศไทย จึงเกิดการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มาจากสมุนไพรไทยมากขึ้น เป็นการช่วยส่งเสริมสินค้าไทย และภูมิปัญญาไทยให้เกิดการพัฒนาศักยภาพยิ่งขึ้นไป

4. ด้านการศึกษา

โครงการนี้ได้เปิดโอกาสให้นักศึกษาเข้าไปศึกษา เพราะโครงการกำลังต้องการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีศักยภาพมากขึ้น ทำให้ได้รับการฝึกฝนในการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกที่อยู่ภายในขอบข่ายการศึกษาจากข้อมูลจริง และสถานการณ์ตลอดจนปัจจัยต่างๆที่เอื้ออำนวย

ขอบเขตของโครงการ

1. ออกแบบบรรจุภัณฑ์

1.1 ผลิตภัณฑ์สปาหน้า แบ่งออกเป็น

- โคลนขัดผิว
- โคลนพอกหน้า
- สบู่เหลว
- สบู่ใบไม้
- น้ำมันบำรุงผิวหน้า
- เจลบำรุง
- โลชั่นเช็ดหน้า
- ลูกประคบหน้า

1.2 ผลิตภัณฑ์สปาร่างกาย แบ่งออกเป็น

- โคลนขัดผิว
- โคลนพอกผิว
- สบู่
- น้ำแช่อาบสมุนไพร
- น้ำมันนวดตามธาตุ
- ลูกประคบ

1.3 ผลิตภัณฑ์สปาเท้า

- โคลนขัดเท้า
- โคลนพอกเท้า
- น้ำสมุนไพรแช่เท้า
- ขี้ผึ้งน้ำมัน
- ลูกประคบเท้า

1.4 ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางค์เพื่อสุขภาพ

เครื่องสำอางค์สมุนไพร

เครื่องสำอางค์สมุนไพรชนิดขง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขอบเขตของโครงการศึกษาปริมาณ

ผลิตภัณฑ์สถาปนา	รายการผลิตภัณฑ์		ขนาดบรรจุ	ชั้น	ประเภทบรรจุภัณฑ์		รายละเอียดผลงาน	ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณงาน
	ผลิตภัณฑ์	สูตร/กลิ่น/รส			ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน			
ผลิตภัณฑ์สปาหน้า	ผลิตภัณฑ์สปาหน้า 1. โกลนพอกหน้า	สูตร/กลิ่น/รส - ใพลมัมและ เกสรบัวหลวง - หองหินซัง และเกสรบัว หลวง	ขนาดบรรจุ 40 กรัม	primary package	กระปุก พลาสติก	containment protection convenience promotion	ออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อตอบ สนองการใช้งาน ได้สะดวก และสามารถป้องกันการรบ กวนจากสิ่งแวดล้อมได้	โครงสร้างมาตรฐาน โครงสร้างออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
				secondary package	กล่องกระดาษ	containment protection convenience promotion		กราฟฟิคอิสระ กราฟฟิคเอกลักษณ์ ร่วม	1 กราฟฟิคหลัก 1 เอกลักษณ์ร่วม
								โครงสร้างมาตรฐาน โครงสร้างออกแบบ	โครงสร้าง ขนาด
								กราฟฟิคอิสระ กราฟฟิคเอกลักษณ์ ร่วม	1 กราฟฟิคหลัก 3 เอกลักษณ์ร่วม

เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ไม่สามารถนำเอกสารไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาตจากมหาวิทยาลัยฯ หากมีข้อสงสัยหรือต้องการข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อฝ่ายวิชาการ โทร. 0-2916-1111

รายการผลิตภัณฑ์		ประเภทบรรจุภัณฑ์				ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร/กลิ่น/รส	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิดรูปแบบ	คุณภาพงาน		
โคลนขัดหน้า	โพลยมีนเกสร บัวหลวง	40 กรัม	primary package	กระปุก พลาสติก	containment protection convenience promotion	โครงสร้างมาตรฐาน	1 โครงสร้าง
						โครงสร้างออกแบบ	1 ขนาด 1 กราฟฟิกหลัก
						กราฟฟิกอิสระ กราฟฟิกเอกลักษณ์ รวม	1 กราฟฟิกหลัก 3 เอกลักษณ์ร่วม
			secondary package	กล่องกระดาษ	containment protection convenience promotion	โครงสร้างมาตรฐาน	โครงสร้าง
						โครงสร้างออกแบบ	ขนาด
						กราฟฟิกอิสระ กราฟฟิกเอกลักษณ์ รวม	1 กราฟฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์ร่วม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการผลิตภัณฑ์		ประเภทบรรจุภัณฑ์				ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร/กลิ่น/รส	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน	รายละเอียดงาน		
3. สบู่เหลว	มะเขือเทศ ใบบัวบก แตงกวา	50 ซี.ซี.	primary package	ขวดพลาสติก	containment protection convenience promotion	ออกแบบบรรจุภัณฑ์ขวด พลาสติกที่ง่ายต่อการควบคุม ปริมาณการใช้ และสะดวกถึง คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ออกมาอย่างโดดเด่น	โครงสร้างมาตรฐาน โครงสร้างออกแบบ กราฟฟิคอิสระ กราฟฟิคเอกลักษณ์ รวม	1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟฟิคหลัก 3 เอกลักษณ์รวม
4. สบู่ใบไม้	มะเขือเทศ ใบบัวบก แตงกวา	10 ใบ	primary package	กล่องกระดาษ	containment protection convenience promotion	ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สะดวก ต่อการใช้งานและสามารถคุ้ม ครองผลิตภัณฑ์ได้ดี	โครงสร้างมาตรฐาน โครงสร้างออกแบบ กราฟฟิคอิสระ กราฟฟิคเอกลักษณ์ รวม	1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟฟิคหลัก 3 เอกลักษณ์รวม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นสำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการผลิตภัณฑ์		ประเภทบรรจุภัณฑ์				รายละเอียดงาน		ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร/กลิ่น/รส	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบของพลาสติก	คุณภาพงาน	รายละเอียดงาน	ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณงาน
7. ลูกประคบ	แห้ง	1 อัน	primary package	ซองพลาสติก	containment protection convenience promotion		โครงสร้างมาตรฐาน	โครงสร้าง
							โครงสร้างออกแบบ	ขนาด
							กราฟฟิคอิสระ	กราฟฟิคหลัก
							กราฟฟิคเอกลักษณ์	เอกลักษณ์ร่วม
							รวม	
							โครงสร้างมาตรฐาน	1 โครงสร้าง
							โครงสร้างออกแบบ	1 ขนาด
							กราฟฟิคอิสระ	1 กราฟฟิคหลัก
							กราฟฟิคเอกลักษณ์	
							รวม	1 เอกลักษณ์ร่วม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการผลิตภัณฑ์		ประเภทบรรจุภัณฑ์				ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร/กลิ่น/รส	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิดรูปแบบ	คุณภาพงาน	รายละเอียดงาน		
ผลิตภัณฑ์สปาร่างกาย 8. โคลนหมอกตัว	5 สูตร	180 กรัม	primary package	ขวดพลาสติก	containment protection convenience promotion	ออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อตอบสนองการใช้งานได้สะดวก และสามารถป้องกันกรรบกวนจากแสงแวดล้อมได้	โครงสร้างมาตรฐาน โครงสร้างออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
9. โคลนขัดตัว	- ขมิ้นเกสรบัว หลวง - ดอกบานเย็น เกสรบัวหลวง	225 กรัม	primary package	กระปุก พลาสติก	containment protection convenience promotion	ออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อตอบสนองการใช้งานได้ดี และสามารถป้องกันการกรรบกวนจากสิ่งแวดล้อมได้	โครงสร้างมาตรฐาน โครงสร้างออกแบบ	โครงสร้าง 1 ขนาด
10. โคลนขัดตัว (แบบเดิม)	- ขมิ้นเกสรบัว หลวง - ดอกบานเย็น เกสรบัวหลวง	225 กรัม	primary package	กระปุก พลาสติก	containment protection convenience promotion	ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สามารถบรรจุต่อไปในบรรจุภัณฑ์เดิมได้สะดวก	โครงสร้างมาตรฐาน โครงสร้างออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
							กราฟฟิคอิสระ กราฟฟิคเอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟฟิคหลัก 2 เอกลักษณ์ร่วม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่าในรูปแบบใดทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงที่มาของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการผลิตภัณฑ์		ประเภทบรรจุภัณฑ์				ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร/กลิ่น/รส	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบของพลาสติก	คุณภาพงาน	รายละเอียดงาน		
11. สบู่	-ขมิ้น - งามคำ - มะละกอ	130 กรัม	primary package	ซองพลาสติก	containment protection convenience promotion		โครงสร้างมาตรฐาน	โครงสร้าง ขนาด กราฟฟิกหลัก
			secondary package	กล่องกระดาษ	containment protection convenience promotion	ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ดีทั้งก่อนใช้และหลังใช้งาน	โครงสร้างมาตรฐาน	1 โครงสร้าง
							โครงสร้างออกแบบ	1 ขนาด
							กราฟฟิกอิสระ	1 กราฟฟิกหลัก
							กราฟฟิกเอกลักษณ์ร่วม	3 เอกลักษณ์ร่วม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการผลิตภัณฑ์		ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร/กลิ่น/รส	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบขวด/พลาสติก	คุณภาพงาน	รายละเอียดงาน	
12. น้ำแช่อาบ	- กุหลาบ - สมนไพร	30 ซึซี	primary package	ขวดพลาสติก	containment protection convenience promotion	ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สามารถควบคุมการใช้งานได้ดี และสะดวก	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
			secondary package	กล่องกระดาษ	containment protection convenience promotion	ออกแบบบรรจุภัณฑ์กล่องกระดาษเพื่อปกป้องบรรจุภัณฑ์ชั้นแรก และเป็นการเพิ่มพื้นที่ในการใส่รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ลงไป	1 กราฟฟิกหลัก 2 เอกลักษณ์ร่วม
							1 โครงสร้าง 1 ขนาด
							1 กราฟฟิกหลัก 2 เอกลักษณ์ร่วม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่มีการแก้ไขใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผนกหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

รายการผลิตภัณฑ์		ประเภทบรรจุภัณฑ์				ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร/กลิ่น/รส	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน	รายละเอียดงาน		
ผลิตภัณฑ์ 13 นวัตกรรม	สูตร/กลิ่น/รส ปรับสมดุลตาม ธาตุ - ปิตตะ - วาตะ - กัมปะ	30 ซีซี	primary package	ขวดพลาสติก	containment protection convenience promotion	ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ สามารถตอบสนองการใช้งาน ได้ดีและสามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ กลิ่นชาติ	โครงสร้างมาตรฐาน โครงสร้างออกแบบ กราฟฟิคเอกลักษณ์ รวม	1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟฟิคหลัก 1 เอกลักษณ์ร่วม
			secondary package	กล่องกระดาษ	containment protection convenience promotion	ออกแบบบรรจุภัณฑ์กล่อง กระดาษเพื่อปกป้องบรรจุ ภัณฑ์ชิ้นแรก และเป็นกา รเพิ่มพื้นที่ในการใส่รายละเอียดของ ผลิตภัณฑ์ลงไป	โครงสร้างมาตรฐาน โครงสร้างออกแบบ กราฟฟิคเอกลักษณ์ รวม	1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟฟิคหลัก 1 เอกลักษณ์ร่วม

รายการผลิตภัณฑ์		ประเภทบรรจุภัณฑ์				ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร/กลิ่น/รส	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบของพลาสติก	คุณภาพงาน		
14. สบู่ไพรอบตัว			primary package	ซองพลาสติก	containment protection convenience promotion	โครงสร้างมาตรฐาน	โครงสร้าง
						โครงสร้างออกแบบ	ขนาด
			secondary package	กล่องกระดาษ	containment protection convenience promotion	กราฟฟิคอิสระ	กราฟฟิคหลัก
						กราฟฟิคเอกลักษณ์ร่วม	เอกลักษณ์ร่วม
						โครงสร้างมาตรฐาน	1 โครงสร้าง
						โครงสร้างออกแบบ	1 ขนาด
						กราฟฟิคอิสระ	1 กราฟฟิคหลัก
						กราฟฟิคเอกลักษณ์ร่วม	1 เอกลักษณ์ร่วม

เอกสารนี้เป็นทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัทที่สงวนไว้สำหรับการใช้ภายในเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการผลิตภัณฑ์		ประเภทบรรจุภัณฑ์				ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณงาน
		ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน		
ผลิตภัณฑ์	สูตร/กลิ่น/รส	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน	รายละเอียดงาน	ปริมาณงาน
						ผลิตภัณฑ์	1 โครงสร้าง
15. ลูกประคบตัว	- แห้ง - สด	2 ลูก	primary package	ซองพลาสติก	containment protection convenience promotion	โครงสร้างมาตรฐาน	1 ขนาด
						โครงสร้างออกแบบ	1 กราฟฟิคอิสระ 2 เดกซ์ทอญ์รวม
			secondary package	กล่องพลาสติก	containment protection convenience promotion	โครงสร้างมาตรฐาน	1 โครงสร้าง
						โครงสร้างออกแบบ	1 ขนาด
						กราฟฟิคอิสระ	1 กราฟฟิคหลัก
						กราฟฟิคเอกซ์ทอญ์รวม	2 เดกซ์ทอญ์รวม

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการผลิตภัณฑ์		ประเภทบรรจุภัณฑ์				ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร/กลิ่น/รส	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน	รายละเอียดงาน		
ผลิตภัณฑ์สปาเท้า 16. โคลนพอกเท้า	สูตรบัวหลวง	100 กรัม	primary package	กระป๋อง พลาสติก	containment protection convenience promotion	ออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อตอบสนองการใช้งานได้ดี และสามารถป้องกันการรบกวนจากสิ่งแวดล้อมได้	โครงสร้างมาตรฐาน โครงสร้างออกแบบ กราฟฟิคอิสรระ กราฟฟิคเอกลักษณ์ รวม	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
	ขมิ้นเทศรวีว หลวง	125 กรัม	primary package	กระป๋อง พลาสติก	containment protection convenience promotion	ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้คุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ดีและปกป้องการรบกวนจากสิ่งแวดล้อมได้	โครงสร้างมาตรฐาน โครงสร้างออกแบบ กราฟฟิคอิสรระ กราฟฟิคเอกลักษณ์ รวม	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
17. โคลนจัดเท้า								

เอกสารนี้เป็นทรัพย์สินของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ไม่ควรเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตก่อนล่วงหน้า เว้นแต่เพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณงาน	
ผลิตภัณฑ์	สูตร/กลิ่น/รส	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	รายละเอียดงาน			
18. น้ําแช่เท้าสมุนไพร	เกสรบัวหลวง	30 ซีซี	primary package	ขวดพลาสติก	คุณภาพงาน	ออกแบบบรรจุภัณฑ์ขวดพลาสติก ให้มีฟังก์ชันการใช้งานที่ง่าย และสะดวกถึงสรรพคุณของวัตถุดิบออกมาอย่างโดดเด่นเพื่อสร้างความแตกต่างในตลาด	โครงสร้างมาตรฐาน โครงสร้างออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
					containment protection convenience promotion	ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สามารถประชาสัมพันธ์ตัวเองได้ดีและคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้	กราฟฟิโกอิสระ กราฟฟิโกเอกลักษณ์รวม	1 กราฟฟิโกหลัก 1 เอกลักษณ์รวม
ขี้ผึ้งนํ้ามัน	ไพล	30 ซี.ซี.	primary package	กระดาษพลาสติก	คุณภาพงาน	ออกแบบบรรจุภัณฑ์ขวดพลาสติกที่ง่ายต่อการนำออกมาใช้ และสะดวกถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ออกมาอย่างโดดเด่น	โครงสร้างมาตรฐาน โครงสร้างออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
					containment protection convenience promotion	ออกแบบบรรจุภัณฑ์ขวดพลาสติกที่ง่ายต่อการนำออกมาใช้ และสะดวกถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ออกมาอย่างโดดเด่น	กราฟฟิโกอิสระ กราฟฟิโกเอกลักษณ์รวม	1 กราฟฟิโกหลัก 1 เอกลักษณ์รวม

รายการผลิตภัณฑ์		ประเภทบรรจุภัณฑ์					ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร/กลิ่น/รส	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน	รายละเอียดงาน		
20. ลูกประคบเท้า	แห้ง	2	primary package	ซองพลาสติก	containment protection convenience promotion	ออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ มารดกุ่มครองผลิตภัณฑ์ทั้งก่อนใช้งานและหลังใช้งานได้ อย่างมีประสิทธิภาพ	โครงสร้างมาตรฐาน	1 โครงสร้าง
							โครงสร้างออกแบบ	1 กราฟฟิคหลัก
			secondary package	กล่อง	containment protection convenience promotion		โครงสร้างมาตรฐาน	1 โครงสร้าง
							โครงสร้างออกแบบ	1 กราฟฟิคหลัก
							กราฟฟิคอิสระ	1 กราฟฟิคหลัก
							กราฟฟิคเอกลักษณ์	1 เดกซ์เอกลักษณ์
							รวม	รวม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ									
รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์				ลักษณะงานออกแบบ		
ผลิตภัณฑ์	สูตร/กลิ่น/รส	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน	รายละเอียดงาน	โครงสร้างมาตรฐาน	โครงสร้างนอกแบบ	ปริมาณงาน
21. เครื่องดื่มชาสมุนไพร	- ชาเขียวใบหม่อน - เกสรบัวหลวง	10 ซอง	primary package	ซองพลาสติก	containment protection convenience promotion	รายละเอียดงาน	โครงสร้างมาตรฐาน	โครงสร้างนอกแบบ	โครงสร้าง ขนาดกราฟฟิคหลัก เอกลักษณ์ร่วม
			secondary package	กล่องกระดาษ	containment protection convenience promotion	ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ทั้งในการขนส่งและการใช้งาน สะดวกต่อการใช้งานในครั้งต่อไป	โครงสร้างมาตรฐาน	โครงสร้างนอกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟฟิคหลัก 2 เอกลักษณ์ร่วม

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการผลิตภัณฑ์		ประเภทบรรจุภัณฑ์				รายละเอียดงาน	ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร/กลิ่น/รส	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบของ	คุณภาพงาน		
22. เครื่องดื่มสมุนไพร	- ดอกคำฝอย - ใบเตย - หญ้าหวาน	50 กรัม	primary package	containment protection convenience promotion	รายละเอียดงาน	โครงสร้างมาตรฐาน โครงสร้างออกแบบ กราฟฟิคอิสระ กราฟฟิคเอกลักษณ์ รวม	โครงสร้างขนาด กราฟฟิคหลัก เอกลักษณ์ร่วม
			secondary package	containment protection convenience promotion	ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ทั้งในกรณีขนส่งและการใช้งาน สะดวกต่อการใช้งานในครั้งต่อไป	โครงสร้างมาตรฐาน โครงสร้างออกแบบ กราฟฟิคอิสระ กราฟฟิคเอกลักษณ์ รวม	1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟฟิคหลัก 3 เอกลักษณ์ร่วม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชุดส่งเสริมการขาย		รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			รายละเอียดงาน		ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน	รายละเอียดงาน	ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณงาน					
23. ชุดสบู่สำหรับเป็นของขวัญของฝาก	3 ชั้น	primary package	ชุดร/กลิ่น/รส ประกอบด้วย - โคลนจั๊กจิว - สบู่เหลว - น้ำมันเส็งผิว	containment protection convenience promotion	ออกแบบกล่องพลาสติกเพื่อเป็นสื่อส่งเสริมการขายโดยใช้แนวทางของสปรมาสร้างผลิตภัณฑ์ให้ดูโดดเด่น น่าสนใจ	โครงสร้างมาตรฐาน	1 โครงสร้าง					
						โครงสร้างออกแบบ	1 ขนาด					
24. ชุดส่งเสริมการขายสบู่ใบไม้		primary package	ประกอบด้วยมะเจือเทศ ใบบัวบก แดงกวา	containment protection convenience promotion		โครงสร้างมาตรฐาน	1 โครงสร้าง					
						โครงสร้างออกแบบ	1 ขนาด					
		secondary package	กดอง	containment protection convenience promotion	ออกแบบกล่องกระดาษเพื่อเป็นสื่อส่งเสริมการขายเพื่อแสดงให้เห็นถึงสรรพคุณที่ดีของผลิตภัณฑ์ให้ดูโดดเด่น น่าสนใจ	กราฟฟิคอิสระ	1 กราฟฟิคหลัก					
						กราฟฟิคเอกลักษณ์ร่วม	1 เอกลักษณ์ร่วม					

เอกสารนี้เป็นลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า การบริการอื่น ๆ โดยไม่ได้รับอนุญาตจากมหาวิทยาลัยฯ หากมีให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการผลิตภัณฑ์		ประเภทบรรจุภัณฑ์				ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร/กลิ่น/รต	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิดรูปแบบ	คุณภาพงาน	รายละเอียดงาน	โครงสร้างมาตรฐาน	โครงสร้างขนาด
26. โถ ใ้ โขยสมบ					containment protection convenience promotion	ออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่แสดง ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่ดีมี คุณภาพและสื่อถึงแหล่งที่มาได้	โครงสร้างมาตรฐาน โครงสร้างออกแบบ กราฟฟิคอิสระ	โครงการหลัก 1 กราฟฟิคหลัก เอกลักษณ์ร่วม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ทำการมีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหา เงื่อนไขและแนวทางการออกแบบ

เนื่องจากสินค้าบางตัวมีลักษณะคล้ายคลึงกับ บรรจุภัณฑ์ที่จึงสามารถใช้ร่วมกันได้จึงขอ
สรุปแนวทางแก้ปัญหาตามขอบเขตของบรรจุภัณฑ์ที่จะต้องออกแบบในโครงการดังนี้

1. โคลนพอกผิว

- หน้า
- ร่างกาย
- เท้า

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
1.ด้านการบรรจุ (containment) - ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็นเม็ด แห้ง - รูปแบบสามารถบรรจุได้สะดวกและมีขนาด สัดส่วนเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ขนาด 40 กรัม มี 2 ชนิดคือ 1. โพลยมีน 2. ทองพันชั่ง	- ออกแบบบรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นกระปุกมีฝา ที่ช่วยเหลือในการควบคุมปริมาณได้
2.ด้านการอำนวยความสะดวก (convenience) - บรรจุภัณฑ์สามารถใช้งานสะดวก นำออก มาใช้งานง่าย และสามารถควบคุมปริมาณได้ดี - บรรจุภัณฑ์สามารถลดทอนขั้นตอนการใ้ งานผลิตภัณฑ์ให้เกิดความสะดวกขึ้น	- ออกแบบให้มีลักษณะปากกว้าง เพื่อสะดวกใน การใช้งานและการบรรจุ - ออกแบบให้ฝาปิดสนิท - ออกแบบให้ส่วนฝาสามารถใช้งานเป็นถ้วย สำหรับผสม โคลนกับน้ำ
3. ด้านการคุ้มครอง (protection) - บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถปกป้องผลิตภัณฑ์จาก การรบกวนของสิ่งแวดล้อมได้ดีเพราะผลิต ภัณฑ์มีความไวต่อความชื้นมาก	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกร ใช้งาน เฉพาะเท่านั้น ไม่อนุญ ายให้ผู้อื่นไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>4. ด้านการส่งเสริมการขาย (promotion)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ต้องการประชาสัมพันธ์ถึงสินค้าที่บ่งบอกถึงสรรพคุณได้ดี บ่งบอกข้อมูลได้ครบถ้วน - มีโครงสร้างและกราฟฟิกที่โดดเด่นเพื่อดึงดูดใจผู้บริโภค - แสดงถึงเอกลักษณ์ของสินค้าแต่ละชนิด 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบให้มี secondary package เพื่อเพิ่มเนื้อที่ในการประชาสัมพันธ์สินค้าและสามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ดี



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. โกลนขัดหน้า

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>1.ด้านการบรรจุ (containment)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผลิตภัณฑ์เป็นเนื้อทราย มีการเกาะตัวเล็กน้อย - รูปแบบสามารถบรรจุได้สะดวกและมีขนาดสัดส่วนเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบให้ขนาดของฝามีความพอดีกับตัวกระปุก
<p>2.ด้านการอำนวยความสะดวก (convenience)</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์เดิมมีปากขนาดเล็ก ทำให้ออกมาใช้ลำบาก - บรรจุภัณฑ์สามารถใช้งานสะดวก นำออกมาใช้งานง่าย 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบให้มีลักษณะปากกว้าง เพื่อการใช้งานที่ง่ายขึ้นให้การบรรจุเข้าไปง่าย - ออกแบบ โดยให้ฝามีที่ค้ำเพื่อสะดวกต่อการนำออกมาใช้งาน
<p>3. ด้านการคุ้มครอง(protection)</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถปกป้องผลิตภัณฑ์จากการรบกวนของสิ่งแวดล้อมได้ดี 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบให้มีฝาที่แน่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>4.ด้านการส่งเสริมการขาย (promotion)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ต้องการประชาสัมพันธ์ถึงสินค้าที่บ่งบอกถึงสรรพคุณ ได้ดี บ่งบอกข้อมูล ได้ครบถ้วน - มีโครงสร้างและกราฟฟิกที่โดดเด่นเพื่อดึงดูดใจในการตัดสินใจซื้อ 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบให้มี secondary package เพื่อเพิ่มเนื้อที่ในการประชาสัมพันธ์สินค้าและสามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. สนุ่เหลว

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>1.ด้านการบรรจุ (containment)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็นของเหลวมีความหนืดสูง - รูปแบบสามารถบรรจุได้สะดวกและมีขนาดสัดส่วนเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ขนาด 50 ซีซี สำหรับ 3 ชนิด <ol style="list-style-type: none"> 1. มะเจือเทศ 2. ใบบัวบก 3. แดงกวา 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีรูปทรงที่จับถนัดมือ และช่วยสร้างความแตกต่างจากท้องตลาดได้ - ออกแบบให้มีลักษณะปลายฝาสามารถควบคุมปริมาณการไหลได้ดี
<p>2. ด้านการอำนวยความสะดวก (convenience)</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์สามารถนำมาใช้งานได้ง่าย สามารถควบคุมปริมาณการไหลได้ดี - มีรูปแบบที่เหมาะสมกับลักษณะการใช้งานได้ดี 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์สามารถมีพื้นที่ประชาสัมพันธ์
<p>3. ด้านการคุ้มครอง (protection)</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์สามารถเก็บรักษาผลิตภัณฑ์จากสภาพแวดล้อมได้ดี 	
<p>4.ด้านการส่งเสริมการขาย (promotion)</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีโครงสร้างและกราฟิกที่แตกต่างจากท้องตลาดเพื่อดึงดูดใจผู้บริโภค - แสดงถึงเอกลักษณ์ของสินค้าแต่ละชนิด 	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. สนุโบบไม้

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>1.ด้านการบรรจุ (containment)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็นแผ่นๆ - รูปแบบสามารถบรรจุได้สะดวกและมีขนาดสัดส่วนเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ จำนวน 10 โบบ <p>2. ด้านการอำนวยความสะดวก (convenience)</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์เดิมเป็นกล่องผ้า ทำให้การใช้งานลำบาก - บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถนำออกมาใช้งานได้ง่าย และสะดวกในการใช้ครั้งต่อไป <p>3. ด้านการคุ้มครอง (protection)</p> <p>ผู้บริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> - สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ที่อยู่ข้างในได้ทั้งก่อนใช้และหลังใช้งาน <p>ผู้ผลิต</p> <ul style="list-style-type: none"> - สามารถปกป้องสินค้าได้ดีในขณะที่ขนส่ง 	<ul style="list-style-type: none"> - primary package เป็นซองพลาสติกที่ต้องใช้งานง่าย - ออกแบบบรรจุภัณฑ์ secondary package โดยให้สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ได้และนำมาใช้งานในครั้งต่อไปได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>4 .ด้านการส่งเสริมการขาย (promotion)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ต้องการประชาสัมพันธ์ถึงสินค้าที่บ่งบอกถึงสรรพคุณ ได้ดี บ่งบอกข้อมูลได้ครบถ้วน - มีโครงสร้างและกราฟิกที่แตกต่างจากท้องตลาดเพื่อดึงดูดใจผู้บริโภค - แสดงถึงเอกลักษณ์ของสินค้าแต่ละชนิด 	



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. เจลนวดหน้า

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>1. ด้านการบรรจุ (containment)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็นของเหลวมีความหนืดสูง - รูปแบบสามารถบรรจุได้สะดวกและมีขนาดสัดส่วนเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ขนาด 35 กรัม 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีลักษณะจับถนัด
<p>2. ด้านการอำนวยความสะดวก (convenience)</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์สามารถตอบสนองการใช้งานได้ดีและควบคุมปริมาณการใช้ได้สะดวก 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบให้ฝาจุกสามารถควบคุมการไหลได้ดีและช่วยเหลือในการใช้งานได้เพราะผลิตภัณฑ์มีความหนืดสูง
<p>3. ด้านการคุ้มครอง (protection)</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์สามารถเก็บรักษาผลิตภัณฑ์จากสภาพแวดล้อมได้ดี - ขนย้ายสะดวกและวางซ้อนกันได้ระหว่างขนส่ง 	
<p>4. ด้านการส่งเสริมการขาย (promotion)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ต้องการประชาสัมพันธ์ถึงสินค้าที่บ่งบอกถึงสรรพคุณได้ดี บ่งบอกข้อมูลได้ครบถ้วน - มีโครงสร้างและกราฟิกที่แตกต่างจากท้องตลาดเพื่อดึงดูดใจผู้บริโภค 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบให้โดยใช้ธรรมชาติเพื่อสื่อถึงที่มาของผลิตภัณฑ์โดยแฝงด้วยเอกลักษณ์ของความ เป็นไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. น้ำมันบำรุงผิว

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>1.ด้านการบรรจุ (containment)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็นของเหลว - บรรจุภัณฑ์ต้องมีรูปแบบสามารถบรรจุได้สะดวกและมีขนาดสัดส่วนเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ขนาด 30 ซีซี. 	<p>- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้รูปทรงที่จับถนัดมือ</p>
<p>2. ด้านการอำนวยความสะดวก (convenience)</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์สามารถใช้งานได้สะดวกและสามารถควบคุมปริมาณการใช้ได้เหมาะสม ไม่เลอะเทอะ เพราะผลิตภัณฑ์เป็นของเหลวเหมือนน้ำ 	<p>- ออกแบบให้ฝามีความลาดเอียง สามารถควบคุมการไหลได้ดี</p>
<p>3. ด้านการคุ้มครอง (protection)</p> <p>1.1 บรรจุภัณฑ์ต้องปกป้องผลิตภัณฑ์สภาพแวดล้อมที่มีคุณภาพได้</p>	<p>- ออกแบบบริเวณจุดสามารถควบคุมการไหลได้ดี</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>4 .ด้านการส่งเสริมการขาย (promotion)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ต้องการประชาสัมพันธ์ถึงสินค้าที่บ่งบอกถึงสรรพคุณได้ดี บ่งบอกข้อมูลได้ครบถ้วน - มีโครงสร้างและกราฟิกที่แตกต่างจากท้องตลาดเพื่อดึงดูดใจผู้บริโภค 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบให้มี secondary package เพื่อเพิ่มเนื้อที่ในการประชาสัมพันธ์สินค้าและสามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ดี



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. ลูกประคบ

-หน้า

-ร่างกาย

-เท้า

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
1.ด้านการบรรจุ (containment) - ผลิตภัณฑ์มีลักษณะถุง - บรรจุภัณฑ์ต้องมีรูปแบบสามารถบรรจุได้สะดวกและมีขนาดสัดส่วนเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	- ปรับเปลี่ยนรูปแบบของลูกประคบให้มีรูปทรงรับกับส่วนเว้าโค้งของใบหน้า
2.ด้านการอำนวยความสะดวก (convenience) - บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถนำผลิตภัณฑ์ออกมาใช้งานได้สะดวกตลอดอายุการใช้งาน	- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้เป็นกล่องที่สามารถเก็บรักษาตัวผลิตภัณฑ์ได้ดี
3.ด้านการคุ้มครอง (protection) - บรรจุภัณฑ์ต้องปกป้องผลิตภัณฑ์ทั้งก่อนใช้งานและหลังใช้งานให้ผลิตภัณฑ์คงไว้ซึ่งคุณสมบัติที่ดี และป้องกันผลิตภัณฑ์จากสภาพแวดล้อมต่างๆ ได้ดี	- สามารถนำออกมาใช้งานได้สะดวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>4.ด้านการส่งเสริมการขาย (promotion)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ต้องการประชาสัมพันธ์ถึงสินค้าที่บ่งบอกถึงสรรพคุณได้ดี บ่งบอกข้อมูลได้ครบถ้วน - มีโครงสร้างและกราฟิกที่แตกต่างจากท้องตลาดเพื่อดึงดูดใจผู้บริโภค 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบให้พื้นที่กราฟิกให้สื่อถึงภาพลักษณ์ของแหล่งที่มาได้ดีและสามารถบอกรายละเอียดได้อย่างครบถ้วน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. โคลนขัด

-ร่างกาย

-เท้า

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
1.ด้านการบรรจุ (containment) - ผลิตภัณฑ์เป็นเนื้อทราย มีการเกาะตัวเล็กน้อย - รูปแบบสามารถบรรจุได้สะดวกและมีขนาดสัดส่วนเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	- ออกแบบบรรจุภัณฑ์กระปุกพลาสติกเพื่อให้สะดวกต่อการใช้งานและบริเวณฝาให้มีที่ดักที่สามารถช่วยเหลือในการนำออกมาใช้งานได้
2.ด้านการอำนวยความสะดวก (convenience) - บรรจุภัณฑ์สามารถใช้งานสะดวก นำออกมาใช้งานง่าย	
3. ด้านการคุ้มครอง (protection) - บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถปกป้องผลิตภัณฑ์จากการรบกวนของสิ่งแวดล้อมได้ดี - บรรจุภัณฑ์ต้องช่วยรักษาผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพตลอดอายุการใช้งาน	- ออกแบบให้มีลักษณะเป็นหลอด เพื่อช่วยในการบีบใช้งานสะดวก และสามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ข้างในได้ดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>4 .ด้านการส่งเสริมการขาย (promotion)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ต้องการประชาสัมพันธ์ถึงสินค้าที่บ่งบอกถึงสรรพคุณได้ดี บ่งบอกข้อมูลได้ครบถ้วน - มีกราฟฟิกที่โดดเด่นเพื่อดึงดูดใจผู้บริโภค 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบให้พื้นที่กราฟฟิกให้สื่อถึงภาพลักษณ์ของแหล่งที่มาได้ดีและสามารถบอกรายละเอียดได้อย่างครบถ้วน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. สนุ่

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>1.ด้านการบรรจุ (containment)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็นก้อน - รูปแบบสามารถบรรจุได้สะดวกและมีขนาดสัดส่วนเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ <p>2.ด้านการอำนวยความสะดวก (convenience)</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์สามารถตอบสนองการใช้งานได้ดี และสะดวกในการเก็บรักษา <p>3. ด้านการคุ้มครอง(protection)</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถปกป้องผลิตภัณฑ์จากการรบกวนของสิ่งแวดล้อมได้ดี - บรรจุภัณฑ์ต้องมีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสมกับการขนส่ง <p>4.ด้านการส่งเสริมการขาย (promotion)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ต้องการประชาสัมพันธ์ถึงสินค้าที่บ่งบอกถึงสรรพคุณได้ดี บ่งบอกข้อมูลได้ครบถ้วน - มีกราฟฟิคที่โดดเด่นเพื่อดึงดูดใจผู้บริโภค - แสดงเอกลักษณ์ของชนิดต่างกันได้อย่างชัดเจน 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบบรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นกล่อง ที่มีรูปแบบง่าย ๆ เพื่อการบรรจุ <ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สามารถนำมาใช้งานได้เพื่อ ไม่ให้เกิดความเปล่าประโยชน์ <ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบเพื่อสื่อถึงความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10. น้ำแช่อาบ

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>1. ด้านการบรรจุ (containment)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็นของเหลว - บรรจุภัณฑ์ต้องมีรูปแบบสามารถบรรจุได้สะดวกและมีขนาดสัดส่วนเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ขนาด 30 ซีซี. <p>2. ด้านการอำนวยความสะดวก (convenience)</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์สามารถใช้งานได้สะดวกและสามารถควบคุมปริมาณการใช้ได้เหมาะสม เพราะผลิตภัณฑ์เป็นของเหลวเหมือนน้ำ <p>3. ด้านการคุ้มครอง (protection)</p> <p>1.1 บรรจุภัณฑ์ต้องปกป้องผลิตภัณฑ์สภาพแวดล้อมที่มีคุณภาพได้</p> <p>4. ด้านการส่งเสริมการขาย (promotion)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ต้องการประชาสัมพันธ์ถึงสินค้าที่บ่งบอกถึงสรรพคุณได้ดี บ่งบอกข้อมูลได้ครบถ้วน - มีโครงสร้างและกราฟิกที่แตกต่างจากท้องตลาดเพื่อดึงดูดใจผู้บริโภค - แสดงถึงเอกลักษณ์ของสินค้าที่ต่างชนิดกันได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบบรรจุภัณฑ์ขวดให้มีปากที่พิเศษควมสามารถจับถนัดในขณะเทได้ - ออกแบบให้มีปากเล็กเพื่อสามารถควบคุมปริมาณการใช้ได้ดี - ออกแบบ secondary package ให้สามารถมีรูปแบบที่สื่อถึงที่มาของผลิตภัณฑ์ได้และมีข้อมูลครบถ้วน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

11. สมุนไพรอบ

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>1.ด้านการบรรจุ (containment)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผลิตภัณฑ์มีลักษณะอยู่ในรูปสมุนไพรอบแห้งในห่อ - บรรจุภัณฑ์ต้องมีรูปแบบสามารถบรรจุได้สะดวกและมีขนาดสัดส่วนเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - ปรับเปลี่ยนรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ขั้นแรกที่เป็นซองพลาสติก ให้เป็นวัสดุที่สามารถรองใบสมุนไพรในเวลาต้มได้
<p>2. ด้านการอำนวยความสะดวก (convenience)</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์สามารถหยิบออกมาใช้งานได้สะดวก 	
<p>3. ด้านการคุ้มครอง (protection)</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ต้องปกป้องผลิตภัณฑ์สภาพแวดล้อมที่มีคุณภาพได้ เพราะผลิตภัณฑ์มีความไวต่อแสงมาก - สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ดีทั้งในการขนส่งและระหว่างใช้งาน 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยให้เปิดหยิบออกมาใช้ได้สะดวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>4 .ด้านการส่งเสริมการขาย (promotion)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ต้องการประชาสัมพันธ์ถึงสินค้าที่บ่งบอกถึงสรรพคุณได้ดี บ่งบอกข้อมูลได้ครบถ้วน - มีโครงสร้างและกราฟิกที่แตกต่างจากห้องตลาดเพื่อดึงดูดใจผู้บริโภค - สามารถประชาสัมพันธ์ตัวเองได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบให้มีความแข็งแรง เลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมและทนต่อสภาพแวดล้อมได้ดี - ออกแบบเพื่อสื่อถึงความเป็นมาและสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน - ออกแบบให้สามารถ display ตัวเองได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

12. ขี้ผึ้งน้ำมัน

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>1.ด้านการบรรจุ (containment)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผลิตภัณฑ์มีลักษณะคล้ายเทียน - บรรจุภัณฑ์ต้องมีรูปแบบสามารถบรรจุได้สะดวกและมีขนาดสัดส่วนเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยมีลักษณะปากกว้างและมีรูปแบบที่ตอบสนองต่อการใช้งานที่สะดวก
<p>2. ด้านการอำนวยความสะดวก (convenience)</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์สามารถใช้งานและจับได้สะดวก 	
<p>3. ด้านการคุ้มครอง (protection)</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ต้องปกป้องผลิตภัณฑ์สภาพแวดล้อมที่มีคุณภาพได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบให้ฝาสามารถยึดติดกับบริเวณตัวกันได้เพื่อสะดวกในการจับเวลาทา
<p>4. ด้านการส่งเสริมการขาย (promotion)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ต้องการประชาสัมพันธ์ถึงสินค้าที่บ่งบอกถึงสรรพคุณได้ดี บ่งบอกข้อมูลได้ครบถ้วน - มีโครงสร้างและกราฟิกที่แตกต่างจากท้องตลาดเพื่อดึงดูดใจผู้บริโภค - แสดงถึงเอกลักษณ์ของสินค้าที่ต่างชนิดกันได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบให้ secondary package สามารถประชาสัมพันธ์ถึงสรรพคุณได้ดี และสื่อถึงแหล่งที่มาได้อย่างชัดเจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ในการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

13. เครื่องคั้นชาสมุนไพร

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>1.ด้านการบรรจุ (containment)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็นซอง - บรรจุภัณฑ์ต้องมีรูปแบบสามารถบรรจุได้สะดวกและมีขนาดสัดส่วนเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยมีลักษณะเป็นกล่องที่สะดวกต่อการหยิบผลิตภัณฑ์ขึ้นมาที่ละซอง
<p>2. ด้านการอำนวยความสะดวก (convenience)</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์สามารถนำผลิตภัณฑ์ข้างในออกมาใช้งานได้สะดวก 	
<p>3. ด้านการคุ้มครอง (protection)</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ต้องปกป้องผลิตภัณฑ์สภาพแวดล้อมที่มีคุณภาพได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ลักษณะกล่องปิดทึบเพื่อป้องกันผลิตภัณฑ์จากสิ่งแวดล้อมได้
<p>4.ด้านการส่งเสริมการขาย (promotion)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ต้องการประชาสัมพันธ์ถึงสินค้าที่บ่งบอกถึงสรรพคุณได้ดี บ่งบอกข้อมูลได้ครบถ้วน - มีโครงสร้างและกราฟิกที่แตกต่างจากท้องตลาดเพื่อดึงดูดใจผู้บริโภค - แสดงถึงเอกลักษณ์ของสินค้าที่ต่างชนิดกันได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบให้สามารถประชาสัมพันธ์ถึงสรรพคุณได้ดี และสื่อถึงแหล่งที่มาได้อย่างชัดเจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

14. เครื่องดื่มสมุนไพร

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>1.ด้านการบรรจุ (containment)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็นผงแห้ง - รูปแบบสามารถบรรจุได้สะดวกและมีขนาดสัดส่วนเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบบรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นขวดพลาสติกใส - ออกแบบให้บริเวณฝาสามารถควบคุมปริมาณการออกได้ดีและสามารถตรวจปริมาณการใช้งาน
<p>2.ด้านการอำนวยความสะดวก (convenience)</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์สามารถใช้งานสะดวก นำออกมาใช้งานง่าย และสามารถควบคุมปริมาณได้ดี มองเห็นสินค้าภายในได้ 	<p>ได้สะดวก</p>
<p>3. ด้านการคุ้มครอง(protection)</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถปกป้องผลิตภัณฑ์จากการรบกวนของสิ่งแวดล้อมได้ดีเพราะผลิตภัณฑ์มีความไวต่อความชื้นมาก 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบให้มีลักษณะฝาเกลียว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>4 .ด้านการส่งเสริมการขาย (promotion)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ต้องการประชาสัมพันธ์ถึงสินค้าที่บ่งบอกถึงสรรพคุณ ได้ดี บ่งบอกข้อมูล ได้ครบถ้วน - มีโครงสร้างและกราฟฟิกที่โดดเด่นเพื่อดึงดูด 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบให้พื้นที่กราฟฟิกให้สื่อถึงภาพลักษณ์ของแหล่งที่มา ได้ดีและสามารถบอกรายละเอียดได้อย่างครบถ้วน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

15. ขาดอง

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>1.ด้านการบรรจุ (containment)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็น โถแก้ว - รูปแบบสามารถบรรจุได้สะดวกและมีขนาดสัดส่วนเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบบรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นกล่องที่ใช้โครงสร้างมาช่วยคุ้มครองผลิตภัณฑ์ข้างใน - ออกแบบให้สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์เข้าไปได้สะดวกและขนย้ายได้ดี
<p>2.ด้านการอำนวยความสะดวก (convenience)</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์สามารถนำผลิตภัณฑ์มาใช้งานได้สะดวก 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบโดยให้กล่องมีรูปแบบ folding carton สามารถพับแบนราบได้เพื่อสะดวกต่อผู้ผลิต
<p>3.ด้านการคุ้มครอง(protection)</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ในการขนส่งได้ดี 	
<p>4.ด้านการส่งเสริมการขาย (promotion)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ต้องการประชาสัมพันธ์ถึงสินค้าที่บ่งบอกถึงสรรพคุณได้ดี บ่งบอกข้อมูลได้ครบถ้วน - มีโครงสร้างและกราฟฟิกที่โดดเด่นเพื่อดึงดูด 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบให้พื้นที่กราฟฟิกให้สื่อถึงภาพลักษณ์ของแหล่งที่มาได้ดีและสามารถบอกรายละเอียดได้อย่างครบถ้วน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชุดส่งเสริมการขาย

16. ชุดของขวัญของฝาก

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>1.ด้านการบรรจุ (containment)</p> <ul style="list-style-type: none"> - รูปแบบสามารถบรรจุได้สะดวกและมีขนาด สัดส่วนเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ <p>2.ด้านการอำนวยความสะดวก (convenience)</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์สามารถนำผลิตภัณฑ์มาใช้งาน ได้สะดวก <p>3.ด้านการคุ้มครอง(protection)</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ใน การขนส่งได้ดี <p>4.ด้านการส่งเสริมการขาย (promotion)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ต้องการประชาสัมพันธ์ถึงสินค้าที่บ่งบอกถึง สรรพคุณได้ดี บ่งบอกข้อมูลได้ครบถ้วน - มีโครงสร้างและกราฟฟิกที่โดดเด่นเพื่อดึงดูด - สามารถประชาสัมพันธ์ตัวเองได้ดี 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบให้สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์เข้าไปได้ สะดวกและขนย้ายได้ดี - ออกแบบ โดยให้กล่องมีรูปแบบ folding carton สามารถพับแบนราบได้เพื่อสะดวกต่อผู้ ผลิต - ออกแบบให้มีรูปแบบที่สามารถใส่ผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 ชนิด ชนิดใดก็ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>4 .ด้านการส่งเสริมการขาย (promotion)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ต้องการประชาสัมพันธ์ถึงสินค้าที่บ่งบอกถึงสรรพคุณได้ดี บ่งบอกข้อมูลได้ครบถ้วน - มีโครงสร้างและกราฟฟิกที่โดดเด่นเพื่อดึงดูด - สามารถประชาสัมพันธ์ตัวเองได้ดี 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบให้เนื้อที่ที่สามารถประชาสัมพันธ์ตัวเองได้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

18. ชุดลูกประคบกับหม้อนึ่ง

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>1.ด้านการบรรจุ (containment)</p> <ul style="list-style-type: none"> - รูปแบบสามารถบรรจุได้สะดวกและมีขนาด สัดส่วนเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบให้สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์เข้าไปได้ สะดวกและขนย้ายได้ดี - ออกแบบโดยให้กล่องมีรูปแบบ folding
<p>2.ด้านการอำนวยความสะดวก (convenience)</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์สามารถขนส่งได้สะดวก 	<p>carton สามารถพับแบนราบได้เพื่อสะดวกต่อผู้ผลิต</p>
<p>3. ด้านการคุ้มครอง(protection)</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ใน การขนส่งได้ดี 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบให้มีรูปแบบที่ความสะดวกในการขนส่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>4.ด้านการส่งเสริมการขาย (promotion)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ต้องการประชาสัมพันธ์ถึงสินค้าที่บ่งบอกถึงสรรพคุณได้ดี บ่งบอกข้อมูลได้ครบถ้วน - มีโครงสร้างและกราฟฟิกที่โดดเด่นเพื่อดึงดูด - สามารถประชาสัมพันธ์ตัวเองได้ดี 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบให้เนื้อที่ที่สามารถประชาสัมพันธ์ตัวเองได้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

19. ชุด display สบู่ใบไม้

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>1.ด้านการบรรจุ (containment)</p> <ul style="list-style-type: none"> - รูปแบบสามารถบรรจุได้สะดวกและมีขนาดสัดส่วนเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบให้สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์เข้าไปได้สะดวกและขนย้ายได้ดี - ออกแบบโดยให้กล่องมีรูปแบบ folding
<p>2.ด้านการอำนวยความสะดวก (convenience)</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์สามารถนำผลิตภัณฑ์มาใช้งานได้สะดวก 	<p>carton สามารถพับแบนราบได้เพื่อสะดวกต่อผู้ผลิต</p>
<p>3.ด้านการคุ้มครอง(protection)</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ในการขนส่งได้ดี 	
<p>4.ด้านการส่งเสริมการขาย (promotion)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ต้องการประชาสัมพันธ์ถึงสินค้าที่บ่งบอกถึงสรรพคุณได้ดี บ่งบอกข้อมูลได้ครบถ้วน - มีโครงสร้างและกราฟฟิกที่โดดเด่นเพื่อดึงดูด - สามารถประชาสัมพันธ์ตัวเองได้ดี 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบเป็น display แบบตั้งได้เพื่อแสดงเป็นตัวสินค้า ณ จุดขาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

20. โลโก้ของสินค้า

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>1. ด้านการส่งเสริมการขาย (promotion)</p> <p>- โลโก้ของสินค้า ไทยสบาย นั้นยังไม่สามารถสื่อถึงตัวสินค้าได้อย่างชัดเจน อีกทั้งยังเป็นแค่ตัวหนังสือซึ่งพบเห็นได้ทั่วไปทำให้การจดจำนั้นเป็นไปได้ยาก</p>	<p>- ออกแบบให้มีลักษณะสื่อถึงความหมายของชื่อและคุณประโยชน์ของสินค้า โดยให้มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ เน้นการสื่อถึงการบำบัดแบบไทยๆ ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับการทำโยมสปา ซึ่งเข้ากับกลุ่มเป้าหมายที่ชอบการบำบัดด้วยตนเองโดยการใช้ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ และมีความร่วมสมัย</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บทที่ 2 การค้นคว้าและสรุปผลข้อมูล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรในท้องตลาด

2.1.1 วิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของผลิตภัณฑ์สมุนไพรในท้องตลาด

ลักษณะทั่วไปของผลิตภัณฑ์ในท้องตลาด

จากการศึกษาในท้องตลาดนั้น จะพบว่าสินค้าเกี่ยวข้องกับสุขภาพและความงามนั้น ส่วนใหญ่จะเน้นส่วนผสมที่มาจากธรรมชาติเป็นส่วนใหญ่ เพราะผู้บริโภคมีความเห็นส่วนใหญ่ว่าผลิตภัณฑ์เพื่อที่มาจากธรรมชาติมักจะไม่เป็นอันตรายต่อร่างกายมากกว่าผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่มาจากสารสังเคราะห์ ดังนั้นตลาดสินค้าเพื่อสุขภาพและความงามนั้นจะเน้นการเป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติเป็นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะที่มีจากสมุนไพร ซึ่งกำลังเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วทั้งจากระแสความนิยมและนโยบายของรัฐบาลเอง โดยผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยในท้องตลาดนั้น ได้มีการจำแนกออกตามหมวดหมู่การใช้งานดังนี้

1. ยาไทย
2. อาหารเสริมสุขภาพจากสมุนไพร
3. เครื่องดื่มสุขภาพจากสมุนไพร
4. เครื่องสำอาง

โดยผลิตภัณฑ์ของ โครงการนั้นเป็นผลิตภัณฑ์สปา ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับสินค้าแปรรูปสมุนไพร ในหมวดเครื่องสำอางค์ ดังนั้นในการศึกษาถึงคู่แข่งในท้องตลาดจึงต้องทำการศึกษารวมไปถึงตลาดของผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรไปด้วย

2.1.2 วิเคราะห์การวางตำแหน่งและข้อดีข้อเสียของผลิตภัณฑ์ในท้องตลาดโดยรวม

2.1.2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในท้องตลาด

สินค้าที่มีส่วนผสมที่มาจากธรรมชาติกำลังได้รับความนิยมอย่างสูง ทำให้กลายเป็นกระแสธุรกิจที่เกี่ยวข้องเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ผลิตภัณฑ์การดูแลสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติมีลักษณะคล้ายคลึงกันมาก ดังนั้นจึงทำให้สินค้าประเภทนี้เกิดการแข่งขันกันสูง เกิดคู่แข่งทั้งในตลาดสปาเองและตลาดที่มีความใกล้เคียงกันเช่นผลิตภัณฑ์สินค้าจากสมุนไพรแปรรูป ดังนั้นจึงต้องทำการศึกษาถึงตลาดทั้งสองแบบ

1. ตลาดสินค้าคู่แข่งหลัก

เนื่องจากสินค้าในท้องตลาดมีอยู่เป็นจำนวนมากจึงยกตัวอย่างตราสินค้าที่โดดเด่นในท้องตลาดและมีจุดขายที่ชัดเจนมาเปรียบเทียบ

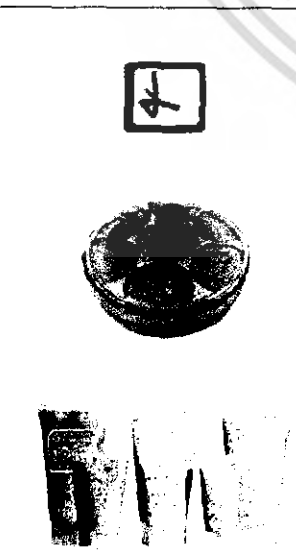
- คราสินค้าจากต่างประเทศ

1. l'occitane

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Brand	ลักษณะ	รายละเอียด
	ชนิด	เป็นสปาที่ใช้ส่วนผสมของสมุนไพรและผลไม้จากต่างประเทศ เป็นสินค้านำเข้า
	จุดขาย	- Sensorality, Authenticity and Respect - ความเป็นของชั้นสูง - กลุ่มเป้าหมายเป็น ชายและหญิง
	ระดับผู้บริโภครโลก	ระดับ B+ ขึ้นไป
	ลักษณะบรรจุภัณฑ์	มีการใช้บรรจุภัณฑ์ที่แสดงให้เห็นผลิตภัณฑ์ข้างใน ได้ชัดเจน
	กราฟฟิก	- เน้นการใช้ตัวอักษรที่บอกเล่าเรื่องราวของผลิตภัณฑ์และรายละเอียด
	จุดแข็ง	- ตราสินค้าที่มีชื่อเสียงจากต่างประเทศ - ภาพลักษณ์ขององค์กรที่ดูน่าเชื่อถือ
	จุดอ่อน	- การวางตำแหน่งสินค้าในระดับสูงเกินไป ทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่ามีราคาแพงเกิน - ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จัก
	สถานที่จำหน่าย	- ห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วไป

2. linden leaves

Brand	ลักษณะ	รายละเอียด
	ชนิด	เป็นสปาที่ใช้สูตรแบบสมุนไพรต่างประเทศ
	จุดขาย	- Aromatherapy synergy - การผสมผสานความเป็นตะวันออกและตะวันตก ประยุกต์เข้าด้วยกัน - กลุ่มเป้าหมายเป็น ชายและหญิง
	ระดับผู้บริโภครโลก	ระดับ B+ ขึ้นไป
	ลักษณะบรรจุภัณฑ์	มีการใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีดูเรียบง่าย ต้องการให้เห็นสินค้าภายในได้ง่าย
	กราฟฟิก	เรียบง่าย ใช้เพียงแค่ตัวอักษรและรูปภาพสื่อถึงสินค้าข้างใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้


	จุดแข็ง	- แสดงให้เห็นถึงความเป็นธรรมชาติโดยเนื้อแท้โดยผ่านบรรจุภัณฑ์
	จุดอ่อน	- คราตินค้ายังใหม่ในตลาด ไม่ค่อยเป็นที่รู้จักมากนัก
	สถานที่จำหน่าย	- งานแสดงสินค้าต่างๆ - ห้างสรรพสินค้าทั่วไป

3. the bodyshop

Brand	ลักษณะ	รายละเอียด
	ชนิด	เป็นสปาที่ใช้ส่วนผสมของสมุนไพรต่างประเทศ
	จุดขาย	- การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม - กลุ่มเป้าหมายเป็น ชายและหญิง
	ระดับผู้บริโภคร	ระดับ B+ ขึ้นไป
	ลักษณะบรรจุภัณฑ์	มีการใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีความเป็นธรรมชาติมาประยุกต์ให้ดูร่วมสมัย
	กราฟฟิก	ใช้รูปภาพของธรรมชาติทำให้เกิดความทันสมัย และเรียบง่าย
	จุดแข็ง	- เป็นคราตินค้าที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักกันดีในแง่ความเป็นสินค้าจากธรรมชาติ - ภาพลักษณ์ขององค์กรมีความน่าเชื่อถือในเรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติ
	จุดอ่อน	การบอกรายละเอียดของสินค้าบนบรรจุภัณฑ์ยังไม่ชัดเจนดี
สถานที่จำหน่าย	- มีร้านของบริษัทโดยตรงอยู่ตามห้างสรรพสินค้าทั่วไป	

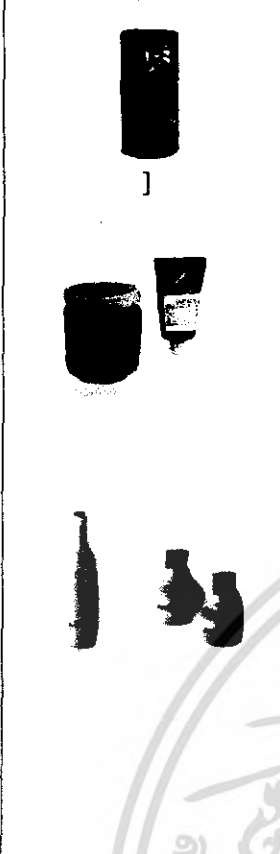
- คราตินค้าในประเทศ

4. เอิบ






Brand	ลักษณะ	รายละเอียด
	ชนิด	เป็นสปาที่ใช้ส่วนผสมของสมุนไพรไทยและต่างประเทศประยุกต์เข้าด้วยกัน
	จุดขาย	- Daily bliss for your body and soul - เน้นกลุ่มวัยทำงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรณีใช้เฉพาะในชั้นเรียน ไม่อนุญาตให้เผยแพร่ไปภายนอกโดยไม่ได้รับอนุญาต

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	ระดับผู้บริโภคร	ระดับ B+ ขึ้นไป
	ลักษณะบรรจุภัณฑ์	มีการใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีความเป็นธรรมชาติมาประยุกต์ให้ดูร่วมสมัย เช่น บรรจุภัณฑ์ที่เป็นขวดเซรามิกซ์
	กราฟฟิก	ใช้รูปภาพกราฟฟิกของธรรมชาติมาทำให้เกิดความทันสมัยและเรียบง่าย
	จุดแข็ง	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นเจ้าแรกๆที่บุกเบิกสินค้าสปาในเมืองไทย - มีการประชาสัมพันธ์ที่ดี - มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในตราสินค้าอยู่ตลอดเวลา เพื่อครอบคลุมผู้บริโภคได้หลายรูปแบบ
	จุดอ่อน	<ul style="list-style-type: none"> - การวางตำแหน่งสินค้าในระดับสูงเกินไป ทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่ามีความแพงเกิน - บรรจุภัณฑ์บางสินค้าไม่มีรายละเอียดเกี่ยวกับสรรพคุณมากนัก
สถานที่จำหน่าย	<ul style="list-style-type: none"> - มีร้านของบริษัทโดยตรงอยู่ตามห้างสรรพสินค้าทั่วไป - ห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วไป 	

5. thann

Brand	ลักษณะ	รายละเอียด
	ชนิด	เป็นสปาที่ใช้ส่วนผสมของสมุนไพรไทยและต่างประเทศประยุกต์เข้าด้วยกัน
	จุดขาย	<ul style="list-style-type: none"> - the art and science of natural therapy - กลุ่มเป้าหมายเป็น ชายและหญิง - เน้นกลุ่มวัยทำงาน
	ระดับผู้บริโภคร	ระดับ B+ ขึ้นไป
	ลักษณะบรรจุภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีรูปแบบแสดงถึงความทันสมัย -
	กราฟฟิก	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้รูปภาพของธรรมชาติมาทำให้เกิดความทันสมัย และเรียบง่าย - ใช้โลโก้ของตราสินค้าเป็นจุดเด่นเพื่อให้ผู้บริโภคจดจำในตราสินค้าได้ดี
	จุดแข็ง	<ul style="list-style-type: none"> - องค์กรมีตราสินค้าอยู่สองแบรนด์คือ thann และ hamn เพื่อครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายให้ทั่วถึง - รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นและทันสมัย ดูสะดุดตาผู้บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้ภายในเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	จุดอ่อน	-
	สถานที่จำหน่าย	- มีร้านของบริษัท โดยตรงอยู่ตามห้างสรรพสินค้าทั่วไป - ห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วไป

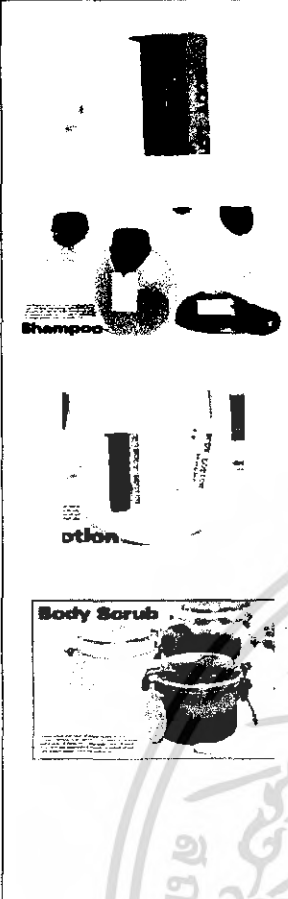
6. beauty café'

Brand	ลักษณะ	รายละเอียด
	ชนิด	เป็นสปาที่ใช้ส่วนผสมของสมุนไพรต่างประเทศ
	จุดขาย	- ความสดใ - กลุ่มเป้าหมายเป็น หญิง
	ระดับผู้บริโภคร	ระดับ B ขึ้นไป
	ลักษณะบรรจุภัณฑ์	- เน้นใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีรูปทรงทันสมัยดึงดูดสายตา - บรรจุภัณฑ์สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ข้างในได้ดี
	กราฟฟิก	- เน้นการใช้สีสันทที่สะอาดตา - ใช้ตัวอักษรและโลโก้ของตราสินค้ามาเป็นลวดลาย
	จุดแข็ง	-
	จุดอ่อน	- สินค้ายังไม่ค่อยมีความหลากหลายมากนัก -
	สถานที่จำหน่าย	- มีร้านของบริษัท โดยตรงอยู่ตามห้างสรรพสินค้าทั่วไป


7. ur'

Brand	ลักษณะ	รายละเอียด
	ชนิด	สปาที่ใช้สูตรตามต่างประเทศ


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	จุดขาย	- ใช้บรรจุภัณฑ์เป็นสื่อให้ผู้บริโภคจดจำในตราสินค้าได้ดี - กลุ่มเป้าหมายเป็น หญิง
	ระดับผู้ บริโภค	ระดับ c+ ขึ้นไป
	ลักษณะบรรจุ ภัณฑ์	ใช้บรรจุภัณฑ์ที่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ แปลกใหม่ สร้างความโดดเด่น และฉีกรูปแบบไปจากท้องตลาด
	กราฟฟิก	เน้นการใช้กราฟฟิกที่เรียบง่าย แค่มีสีสัน
	จุดแข็ง	- ความแปลกใหม่ของบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เหมือนในท้องตลาด - การประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศดี เป็นที่รู้จัก
จุดอ่อน	การสื่อสารของกราฟฟิกไม่ค่อยดี ทำให้ผู้บริโภคไม่เข้าใจว่า สินค้าประเภทใด	
สถานที่ จำหน่าย	- มีร้านของบริษัทโดยตรงอยู่ตามห้างสรรพสินค้าทั่วไป	




8. miss sapola

Brand	ลักษณะ	รายละเอียด
	ชนิด	สปาที่ใช้สูตรตามต่างประเทศ
	จุดขาย	- ความเป็นธรรมชาติของสินค้า - กลุ่มเป้าหมายเป็น หญิง
	ระดับผู้ บริโภค	ระดับ c+ ขึ้นไป
	ลักษณะบรรจุ ภัณฑ์	- เน้นใช้บรรจุภัณฑ์ที่ดูธรรมชาติ เรียบๆ - ลักษณะของบรรจุภัณฑ์เน้นการมองเห็นสินค้าข้างในเป็นหลัก
	กราฟฟิก	- เน้นการใช้กราฟฟิกที่เรียบง่าย สีสันที่ดูธรรมชาติ - เน้นใช้โลโก้และตัวอักษรที่บอกรายละเอียดของสินค้า
จุดแข็ง	- รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดูสวยงาม ดึงดูดใจ - การประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศดี เป็นที่รู้จัก	


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	จุดอ่อน	- ในบรรจุภัณฑ์รายละเอียดของสินค้ายังไม่ชัดเจนนัก - เป็นตราสินค้าใหม่ ยังขาดการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก
	สถานที่จำหน่าย	- ห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วไป

10. เขาค้อทะเลภู

Brand	ลักษณะ	รายละเอียด
   	ชนิด	สปาที่ใช้สูตรผสมของสมุนไพรไทย
	จุดขาย	- ความเป็นท้องถิ่น ธรรมชาติอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม - กลุ่มเป้าหมายเป็น หญิง
	ระดับผู้บริโภคร	ระดับ c ขึ้นไป
	ลักษณะบรรจุภัณฑ์	เน้นการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ดูเรียบง่าย เน้นความเป็นธรรมชาติ
	กราฟฟิก	ใช้โทนสีธรรมชาติ เรียบง่าย เน้นกราฟฟิกที่สื่อถึงตราสินค้ามาก
	จุดแข็ง	- การเป็นแหล่งผลิต ที่มีวัตถุดิบเป็นของตัวเองและผลิตเอง - มีการประชาสัมพันธ์ที่ดี ทำให้เป็นที่รู้จักกันทั่วไป - ภาพลักษณ์ขององค์กรมีความน่าเชื่อถือสูง
	จุดอ่อน	- บรรจุภัณฑ์ดูคล้ายๆกัน มีความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดน้อยมาก
สถานที่จำหน่าย	- มีร้านของบริษัทโดยตรงอยู่ตามสถานที่ที่ตั้งของบริษัททั้งในกรุงเทพและต่างจังหวัด - ตามร้านขายของเพื่อสุขภาพ	

11. กูดินน้ำ


Brand	ลักษณะ	รายละเอียด
	ชนิด	ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพรที่ใช้สูตรผสมของสมุนไพรไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	จุดขาย	- ความเป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ - กลุ่มเป้าหมาย คือ หญิง
	ระดับผู้บริโภคร	ระดับc ขึ้นไป
	ลักษณะบรรจุภัณฑ์	ใช้บรรจุภัณฑ์มาตรฐานและบรรจุภัณฑ์ที่ดูเรียบง่าย เน้นการมองเห็นสินค้าข้างใน
	กราฟฟิก	ใช้โทนสีธรรมชาติ เรียบง่าย เน้นกราฟฟิกที่สื่อถึงตราสินค้ามาก
	จุดแข็ง	- การประชาสัมพันธ์เรื่องการพัฒนาการแปรรูปวัตถุดิบสมุนไพร
จุดอ่อน	บรรจุภัณฑ์ดูคล้ายๆกัน มีความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดน้อยมาก	
สถานที่จำหน่าย	- มีร้านของบริษัทโดยตรงอยู่ตามสถานที่ที่ตั้งของบริษัท - คามร้านขายของเพื่อสุขภาพ	

2. ตลาดคู่แข่งรอง เป็นลักษณะของสินค้าสมุนไพรทั่วไป ซึ่งมีการวางจำหน่ายมานาน เนื่องจากในประเทศไทยได้มีการนำสมุนไพรมาใช้ในการบริโภคกันมานาน และสินค้ามีความใกล้เคียงกับสินค้าสปาและมีโอกาสที่จะแย่งส่วนแบ่งตลาดได้

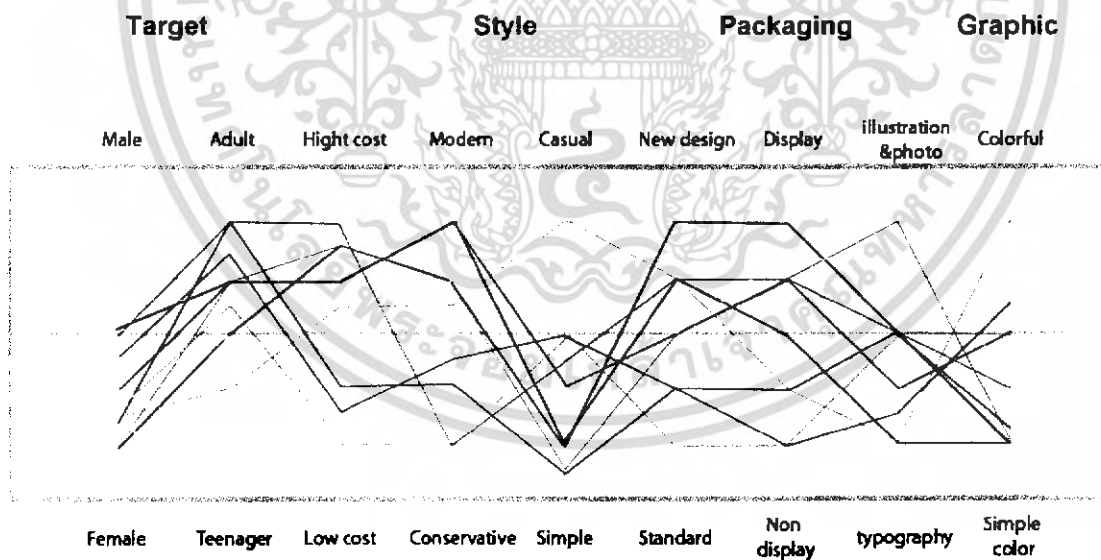
11. เจ้าพระยาอภัยภูเบศน์

Brand	ลักษณะ	รายละเอียด
	ชนิด	ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพรที่ใช้สูตรผสมของสมุนไพรไทย
	จุดขาย	- ความเป็นท้องถิ่น - เจ้าพระยาอภัยภูเบศน์ ผู้มีชื่อเสียงทางด้านวงการแพทย์แผนไทย - กลุ่มเป้าหมาย คือ หญิง
	ระดับผู้บริโภคร	ระดับc ขึ้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	ลักษณะบรรจุภัณฑ์	ใช้บรรจุภัณฑ์ที่ดูมีเรียบง่าย เน้นการใช้กราฟฟิก
	กราฟฟิก	- ใช้ภาพจริงของส่วนผสมในสินค้ามาแสดงให้เห็นเพื่อตอกย้ำความเป็นสินค้าจากธรรมชาติ - เน้นสีส้มที่ดูโดดเด่น สะดุดตากลุ่มเป้าหมาย
	จุดแข็ง	- ความมั่นคงขององค์กร เพราะตราสินค้ามีชื่อเสียงเป็นอย่างดี - มีแหล่งผลิต ซึ่งมีวัตถุดิบเป็นของตัวเองและผลิตสินค้าเอง
	จุดอ่อน	- บรรจุภัณฑ์ดูคล้ายๆกัน มีความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดน้อยมาก
	สถานที่จำหน่าย	- มีร้านของบริษัท โดยตรงอยู่ตามสถานที่ที่ตั้งของบริษัททั้งในกรุงเทพและที่โรงพยาบาล - ตามร้านขายของเพื่อสุขภาพ

2.1.2.2 ตารางสรุปการวางตำแหน่งคู่แข่งของผลิตภัณฑ์ในท้องตลาด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



2.12.3 สรุปคู่แข่งของผลิตภัณฑ์ในท้องตลาด

จากการวิเคราะห์ตราสินค้าที่มีอยู่มากมายในท้องตลาด จึงพบว่ามียี่ห้อที่มีความคล้ายคลึงกับศูนย์กลางวัตถุคิบนพูนไพรอยู่ 2 แห่ง และคู่แข่งที่มักจะโดนเปรียบเทียบกันคือคู่แข่งรองทำให้สรุปคู่แข่งหลักและรองได้ดังนี้

- คู่แข่งหลัก



1. เขาค้อทะเลญ

2.1.2.3-1 ตารางแสดงลักษณะของผลิตภัณฑ์ของเขาค้อทะเลญ


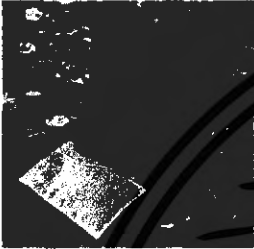
ประเภทของผลิตภัณฑ์	ชนิด/สูตรของผลิตภัณฑ์	ลักษณะบรรจุภัณฑ์		ขนาด/ราคา
		Primary	Secondary	
<p>ผลิตภัณฑ์ประเภทพอก</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - ครีมหอกหน้าบำรุงผิว - ครีมหอกหน้าแก้สิว - ครีมหอกหน้าแก้ฝ้า 	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นหลอดพลาสติก HDPE - ในหลอดทึบและ pvc ในหลอดฝ้า สกรีนลวดลาย 	-	170 g/tube
<p>ผลิตภัณฑ์ประเภทขัด</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - สบุนไพรขัดตัวเจล - ผงขัดผิว 	<ul style="list-style-type: none"> - แบบหลอดพลาสติก LDPE สกรีนลวดลาย - แบบซองกระดาษ 		160 g/tube 40 g/pack
<p>ผลิตภัณฑ์ประเภททำความสะอาด</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ขิง - มะนาว 	<ul style="list-style-type: none"> - ฟิล์มพลาสติก - pp 	<ul style="list-style-type: none"> - กล่องกระดาษรีไซเคิล 	85 g/bar

เอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่ใช่อุปกรณ์ให้คำปรึกษา


ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>- ฝาแก้ว</p> 	<p>- ขมื่นชั้น - น้ำผึ้งผสม มะนาว - แครอทกับ สับปะรด - มังคุด - มะละกอกับแตง กวา - บัวบกและพญา ยอ</p>			
<p>- ฝาเหลว</p> 	<p>- ขุมเห็ดเทศ - มะขาม - ขมื่นชั้น - น้ำผึ้งและ มะนาว - วุ้นหางจรเข้ - มังคุด - มะละกอกับแตง กวา - บัวบกและพญา ยอ - เสารส - มะเขือเทศ</p>	<p>- ขวดพลาสติก pet และฝาแบบ แบบ flip top - แบบจลาจลด้วย กระดาษคราฟ พิมพ์กราฟฟิค ด้วยระบบซิลสกรีน</p>		<p>200 cc./bottle</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

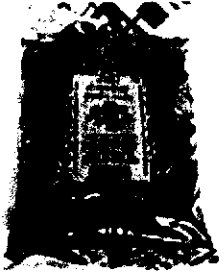
<p><u>ผลิตภัณฑ์ประเภทแช่</u></p> <p>- สมุนไพรแช่ตัว</p>  <p>- สมุนไพรแช่เท้า</p> 		<p>- ซองกระชาย ใบ</p>		<p>70 g/pack</p> <p>20 g/pack</p>
<p><u>ผลิตภัณฑ์ประเภทขวด</u></p> <p>- น้ำมันนวดตัว</p>  <p>- ครีมนวดเท้า</p>  <p>- ขี้ผึ้งน้ำมัน</p>	<p>- สูตรสกดขึ้น - สูตรผ่อน คลาย - ประจําธาตุ ดิน - ประจําธาตุ น้ำ - ประจําธาตุ ลม - ประจําธาตุ ไฟ</p>	<p>- ขวดแก้ว ปิด ฉลากด้วย กระดาษคราฟ พิมพ์ด้วยระบบ ซิลค์สกรีน</p> <p>- หลอดพลาสติก pvc และฝาแบบ flip top ปิดฉลาก ด้วยสติ๊กเกอร์</p>		<p>150 g/tube</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้เฉพาะเพื่อการศึกษเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้วยการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	<ul style="list-style-type: none"> - จิง - ไพล - ตะไคร้ - ยูคาลิปตัส - พญายอ 	<ul style="list-style-type: none"> - ขวดแก้วฝา เกลียวเป็น อลูมิเนียมแปะ ฉลากด้วย กระดาษรีไซเคิล พิมพ์ด้วยระบบ ซิลค์กรีน 		<p>15 g/jar</p> <p>50 g/jar</p>
<p><u>ผลิตภัณฑ์ประเภทอบ</u></p> <p>- สมุนไพรอบตัว</p> 		<ul style="list-style-type: none"> - ขອງพลาสติก 		
<p><u>ผลิตภัณฑ์ประเภทลูก</u></p> <p>ประคบ</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - ลูกประคบ สมุนไพร - ลูกประคบ สมุนไพรงา 	<ul style="list-style-type: none"> - ขອງพลาสติก ซิลค์ด้วยความร้อน 	<ul style="list-style-type: none"> - กระจ่าง อลูมิเนียม ปิด ฉลากด้วย กระดาษรีไซเคิล พิมพ์ด้วยระบบ ซิลค์กรีน 	
<p><u>ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่อง</u></p> <p>ดื่ม</p> <p>- เครื่องดื่มสมุนไพร</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - จิง - บัวบก - แครอท - เเดย - มะตูม - ตะไคร้ - คำฝอย - เก๊กฮวย 	<ul style="list-style-type: none"> - แบบขອງ เป็น ขອງพลาสติก พิมพ์ลายบนขອງ ด้วยระบบออฟ เซท และปิด ฉลากกระดาษรี ไซเคิลพิมพ์ด้วย ระบบซิลค์กรีน 		<p>130 g/jar</p>




เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ทำไปใช้ประโยชน์อื่นใด

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

				250 g/pack
---	--	--	--	------------




2. ภูตน้ำ

2.1.2.3-2 ตารางแสดงลักษณะของผลิตภัณฑ์ของอภัยภูเบศร


ประเภทของผลิตภัณฑ์	ชนิด/สูตรของผลิตภัณฑ์	ลักษณะบรรจุภัณฑ์		ขนาด/ราคา
		Primary	Secondary	
ผลิตภัณฑ์ประเภทขี้ด - แป้งรำสมุนไพรมัดหน้า  - สมุนไพรมัดผิวกาย 	- สูตรขาวเย็น - สูตรอ่อนโยน	เป็นขวด โพลีเอทิลีน ปิดจลาจเป็นสติ๊กเกอร์ พิมพ์ด้วย ระบบสีดิสก์กรีน		- 70 กรัม /210 บาท - 180 กรัม /480 บาท - 650 กรัม /1500 บาท
ผลิตภัณฑ์ประเภททำความสะอาด - เจลอาบน้ำผสมสาร สมุนไพรมัด  - สบู่ก้อนใส	- ขมิ้นชันและว่าน หางจระเข้ - ใบบัวบกและว่าน หางจระเข้ - ว่านหางจระเข้ - ว่านคิงวาม และ ว่านหางจระเข้ - TAMARIND & ORANGE FLOWER	- แบบขวด ขวด พลาสติกใส pet หัวขวดใหญ่เป็น แบบปั๊ม ส่วนหัว ขวดเล็กเป็นฝา เกลียว - เป็นกล่อง พลาสติกใส		- 100 กรัม/ 55 บาท - 500 กรัม/ 198 บาท - 90 กรัม / 120 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ทำซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาตจากบริษัทฯ

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	<ul style="list-style-type: none"> - STRAWBERRY & ROSELLE - APPLE & CUCUMBER - EUCALYPTUS & ALOE VERA - MARIGOLD & ALOE VERA - BUTTERFLY & CUCUMBER 	aclicic		- 90 กรัม/ 55 บาท
- สบู่หอมสมุนไพรชาติ				
 				- 1 ใบ/ 28 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>ผลิตภัณฑ์ประเภทแช่</p> <p>- สมุนไพรอบน้ำ</p>  <p>- สมุนไพรแช่เท้า</p> 		<p>- ขนาดเล็ก กระปุกพลาสติก pe ฝาเกลียว ฝา พลาสติก ldpe</p> <p>- ขนาดใหญ่ เป็น ขวดโหลแก้ว</p> <p>- ปิดฉลากด้วยส ติกเกอร์</p>	<p>- 120 กรัม/ 180 บาท</p> <p>- 150 กรัม/ 390 บาท</p> <p>- 100 กรัม /230 บาท</p> <p>- 165 กรัม/ 350 กรัม</p>
<p>ผลิตภัณฑ์ประเภทขวด</p> <p>- น้ำมันนวดบำบัด สมุนไพรธรรมชาติ</p> 	<p>- วาน โพล - ขมิ้นชัน - ขิงสด</p>	<p>- ขนาดขนาดเล็ก เป็นขวดแก้ว ฝา เกลียว ฝา พลาสติก LDPE</p> <p>แปะฉลากด้วยส ติกเกอร์</p> <p>- ขนาดใหญ่ เป็น ขวดอลูมิเนียม ปะฉลากสติ เกอร์</p>	<p>- 35 มล./78 บาท</p> <p>- 260 มล. /480 บาท</p>
<p>ผลิตภัณฑ์ประเภทอบ</p> <p>- สมุนไพรอบไอน้ำ</p> 	<p>- สูตรผิวสวย - สูตรล้างพิษ - สูตรผ่อนคลาย กล้ามเนื้อ - สูตรรอบหลังคลอด</p>	<p>- ขนาดเล็ก เป็น กระปุกพลาสติก PS ฝาเกลียว แปะ ฉลากสติเกอร์</p> <p>- ขนาดใหญ่ เป็น กระปุกพลาสติก PET ฝาเกลียว พลาสติก LDPE</p> <p>แปะฉลากด้วยส ติกเกอร์</p>	<p>- 60 กรัม/75 บาท</p> <p>- 450 กรัม / 450 บาท</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>ผลิตภัณฑ์ประเภทประคบ</p> <p>- ลูกประคบผิวหน้า/กาย</p>  <p>- สมุนไพรผงประคบผิวหน้า</p> 		<p>- แบบลูกประคบ ห่อด้วยซอง พลาสติก</p> <p>- แบบสมุนไพร เป็นขวดโหลแก้ว แปะฉลากด้วยสติกเกอร์</p>		<p>- 100 กรัม /180 บาท</p> <p>- 70 กรัม /180 บาท</p>
<p>ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่ม</p> <p>- ชาหอม</p> 	<p>- มะตูม - ตะไคร้ - detox - greentea - balancing - relaxing</p>	<p>- ขนาดเล็ก เป็น กล่องกระดาษ พิมพ์กราฟฟิก และรายละเอียด ด้วยระบบออฟ เซต</p>		<p>- 90 กรัม /130 บาท - 260 กรัม/ 370 บาท</p>


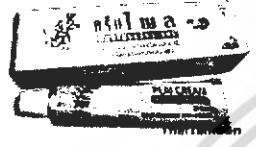

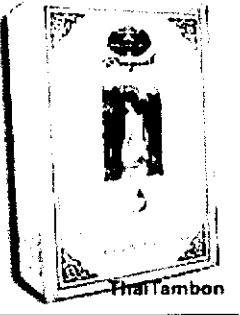
- คู่แข่งรอง

3. อภัยภูเบศน์

2.1.2.3-3 ตารางแสดงลักษณะของผลิตภัณฑ์ของอภัยภูเบศน์

ประเภทของผลิตภัณฑ์	ชนิด/สูตรของผลิตภัณฑ์	ลักษณะบรรจุภัณฑ์		ขนาด/ราคา
		Primary	Secondary	



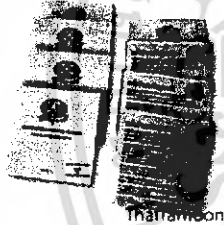
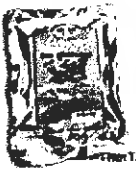
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>ผลิตภัณฑ์ประเภทยา</p> <p>- ยาสมุนไพร</p>  <p>- ครีมสมุนไพร</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - ขอบ - ฟันทะลายโจร - เพกา - บอระเพ็ด - หญ้าปักกิ่ง - เถาวัลย์เปรียง - เพชรสังฆาต 	<ul style="list-style-type: none"> - ขวดพลาสติก PE เปะฉลาก ด้วยสติ๊กเกอร์ 	<ul style="list-style-type: none"> - หลอดอะลูมิเนียม 	<ul style="list-style-type: none"> - กล่องกระดาษ การ์ดอาคัท พิมพ์ด้วยระบบ ออฟเซต 	<p>120 กรัม/ 150 บาท</p> <p>40 กรัม/ 25 บาท</p>
<p>ผลิตภัณฑ์ประเภททำ</p> <p>ความสะอาด</p> <p>- สบู่</p>   	<ul style="list-style-type: none"> - เปลือกมังคุด - รำข้าว - ลูกข่อย - ขมิ้น - ลูกข่อย - สบู่นางพญา - นมและน้ำผึ้ง 	<ul style="list-style-type: none"> - กล่องกระดาษ การ์ดอาคัท พิมพ์ ด้วยระบบออฟ เซต 		<p>140 กรัม / 25 บาท</p> <p>100 กรัม/60 บาท</p> <p>140 กรัม/ 30 บาท</p>	


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่สามารถนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์ด้วยการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>- ครีมล้างหน้าสมุนไพร</p> 	<p>- มะขาม</p>	<p>- หลอดพลาสติก HDPE สรีนกราฟ ฟีกและลวดลาย ลงบนหลอด ฝา หลอดเป็นแบบ fliptop</p>		<p>- 125 กรัม/ 60 บาท</p>
<p>- เจลล้างหน้าสมุนไพร</p> 	<p>- แดงกวา</p>	<p>- หลอดพลาสติก PVC สรีนกราฟ ฟีกและลวดลาย ลงบนหลอด ฝา หลอดเป็นแบบ fliptop</p>		<p>- 75 กรัม/ 100 บาท</p>
<p>- ยาสระผมและครีมนวด</p> 	<p>- ขิง - บอระเพ็ด - อัญชัน</p>	<p>- ขวดพลาสติก HDPE ฝาเปิด เป็นแบบ fliptop</p>		<p>- 425 กรัม/ 60 บาท</p>
<p>- ยาสีฟัน</p> 				<p>- 100 กรัม / 40 บาท</p>
<p>- ยาสีฟัน</p> 		<p>- หลอดอลูมิเนียม</p>	<p>- กล่องกระดาษ การ์ดออดท์ พิมพ์ด้วยระบบ ออฟเซต</p>	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>ผลิตภัณฑ์ประเภทบำรุงผิวพรรณ</p> <p>ครีมบำรุงบำรุง</p>  <p>โลชั่นบำรุงผิว</p>  <p>แป้งวุ้นสมุนไพร</p> 	<p>- แดงกวา</p> <p>- ขมิ้น</p>	<p>-แบบครีม เป็น กระปุกพลาสติก HDPE</p> <p>- แบบโลชั่น เป็น ขวดพลาสติก HDPE ฝาแบบ ปั๊ม</p> <p>- กล่องกระดาษ กราฟ พิมพ์กราฟ ฟีกและรายเอียด ด้วยระบบออฟ เซต</p>	<p>- 100 กรัม/ 100 บาท</p> <p>- 320 กรัม/ 100 บาท</p> <p>- 14 กรัม / 150 บาท</p>
<p>ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่ม</p> <p>ชาขงสมุนไพร</p>  <p>น้ำผลไม้สำเร็จรูป</p>	<p>- ชะพลู</p> <p>- ดอกคำฝอย</p> <p>- ชะพลู</p> <p>- ชุมเห็ดเทศ</p> <p>- หญ้าหนวดแมว</p> <p>- กระชาย</p> <p>- หญ้าปักกิ่ง</p> <p>- รางจืด</p> <p>- กระเจี๊ยบ</p>	<p>- ของฟอลิย์</p> <p>- แปะสติ๊กเกอร์</p>	<p>- 55 กรัม/ 30 บาท</p>




เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปตีประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	- มะขาม - ว่านกาบหอย - ว่านหางจระเข้ - หญ้าปักกิ่ง	- ขวดแก้วฝา เกลียว แปะฉลาก คิ้วสติ๊กเกอร์		- 640 กรัม /15 บาท
---	---	---	--	-----------------------

2.1.2.4 ตารางเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ของศูนย์กลางวัตถุดิบสมุนไพรกับผลิตภัณฑ์คู่แข่งในท้อง

ตลาด

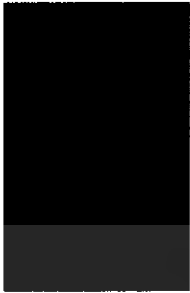




2.1.2.4-1 ตารางเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ประเภทพอกกับคู่แข่ง

ประเภท	เขาค้อทะเลภู	ภูคันทันน้ำ	อภัยภูเบศน์	ไทยสปายะ
Primary package		-		
สูตร	ครีมพอกหน้าบำรุง ผิว	-	ครีมล้างหน้า สมุนไพร	โคลนแห้งพอกสูตร โพลีเมอร์แกสรว หลวง
กราฟฟิคบนบรรจุ ภัณฑ์	ความเป็นธรรมชาติ เรียบง่าย เน้นการจัด เรียงตัวอักษรเพื่อ เน้นข้อความที่บอก ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ อะไร	-	เน้นภาพส่วนผสม เป็นภาพกราฟฟิคเพื่อ บ่งบอก	ใช้วลยหลายของ ธรรมชาติเป็นตัว แยกชนิดของส่วน ผสม
จุดเด่น	<u>Containment</u> - มี 1 ขนาดบรรจุ	-	<u>Containment</u> - มี 1 ขนาดบรรจุ	<u>Containment</u> - มี 3 ขนาดบรรจุ สำหรับ พอกหน้า พอกตัว พอกเท้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	<p><u>Convenience</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - หลอดมองเห็นสินค้าข้างในได้ชัดเจน -ฝา flip top ทำให้นำสินค้าออกมาใช้งานสะดวก 		<p><u>Convenience</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - เป็นหลอดขนาดเล็ก - เหมาะกับการใช้งานบริเวณใบหน้า - กราฟฟิกสื่อสารได้ชัดเจน ทำให้ทราบถึงส่วนผสม 	<p><u>Convenience</u></p>
	<p><u>Protection</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - ป้องกันความชื้นได้ 		<p><u>Protection</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - ป้องกันความชื้นได้ 	<p><u>Protection</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - ป้องกันความชื้นและการกระแทกได้
	<p><u>Promotion</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - เน้นประชาสัมพันธ์ความเป็นสินค้าจากธรรมชาติสูงโดยใช้ภาพกราฟิกแสดงและตัวอักษร 		<p><u>Promotion</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - ใช้โลโก้ของตราสินค้าที่มีชื่อเสียงแต่เดิมมาเป็นจุดขาย - เน้นรายละเอียดเกี่ยวกับส่วนผสม 	<p><u>Promotion</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - เน้นภาพกราฟิกจากตลาดลาซธรรมชาติที่ดูมีความเป็นไทยแฝงอยู่
จุดด้อย	<p><u>Containment</u></p>		<p><u>Containment</u></p>	<p><u>Containment</u></p>
	<p><u>Convenience</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - ฝามีขนาดเล็กทำให้รูของฝามีขนาดเล็กบีบออกมายาก 		<p><u>Convenience</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - ฝามีขนาดเล็กทำให้รูของฝามีขนาดเล็กบีบออกมายาก 	<p><u>Convenience</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - สินค้าต้องนำไปผสมน้ำด้วยจึงไม่สะดวกต่อการนำออกมาใช้งาน
	<p><u>Protection</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - หลอดโปร่งแสงเมื่อโดนแสงแดดอาจทำให้เกิดการเปลี่ยนสีของสินค้าได้ 		<p><u>Protection</u></p>	<p><u>Protection</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - ขวดแก้วอาจจะเกิดการเสียหายได้ในขณะขนส่งสินค้า - ฝาเป็นโลหะอาจเกิดสนิมได้
	<p><u>Promotion</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - รายละเอียดของสินค้าน้อย - รูปแบบกราฟฟิกเหมือนกับท้องตลาดทั่วไป 		<p><u>Promotion</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - รูปแบบไม่น่าสนใจ 	<p><u>Promotion</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - รายละเอียดของสินค้าน้อยมาก - รูปแบบกราฟฟิกเหมือนกับท้องตลาดทั่วไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารทบทวนเวลาสำหรับการแข่งขันเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเภท	เขาคือทะเล	ภูค้ำน้ำ	อภัยภูเบศร	ไทยสປາชะ
Package	- ชัดค้ำ  - ผงชัดค้ำ 	- แป้งร้ำสมุนไพรรัดค้ำหน้า  - สมุนไพรรัดค้ำค้ำกาย 	-	- ชัดค้ำ 
สูตร	- มี 2 สูตร เป็นครีม และเป็นผง	- เป็นแป้งมี 2 ชนิด คือค้ำหน้าและค้ำกาย		- เป็นเนื้อครีม มี 3 ชนิดคือค้ำหน้า ค้ำกาย และค้ำ
กราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์	- ความเป็นธรรมชาติ เรียบง่าย และการจัดเรียงตัวอักษร	- เน้นตัวอักษรที่ความแตกต่างของแต่ละชนิด		- เน้นภาพกราฟฟิคจากลวดลายธรรมชาติที่ดูมีความเป็นไทยแฝงอยู่

2.1.2.4-2 ตารางเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ประเภทชัดกับคู่แข่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จุดเด่น	<p><u>Containment</u> บรรจุภัณฑ์มี 2 แบบ คือแบบหลอดและซองตามลักษณะทางกายภาพ</p>	<p><u>Containment</u> มี 2 ขนาด สำหรับหน้าและผิวกาย</p>		<p><u>Containment</u> มี 3 ขนาด สำหรับหน้า ผิวกาย และเท้า</p>
	<p><u>Convenience</u> - แบบหลอดมองเห็นสินค้าข้างในได้ชัดเจน ฝา flip top ทำให้นำสินค้าออกมาใช้งานสะดวก - แบบซองสะดวกในการใช้งานที่สะดวก</p>	<p><u>Convenience</u> มองเห็นผลิตภัณฑ์ข้างในได้สะดวก</p>		<p><u>Convenience</u> มองเห็นผลิตภัณฑ์ข้างในได้สะดวก</p>
	<p><u>Protection</u> - แบบหลอดป้องกันการรบกวนสิ่งแวดล้อมได้ - แบบซองป้องกันการแสงแดดได้</p>	<p><u>Protection</u> ป้องกันการรบกวนสิ่งแวดล้อมได้</p>		<p><u>Protection</u> ป้องกันการรบกวนสิ่งแวดล้อมได้</p>
	<p><u>Promotion</u> - เน้นความเป็นสินค้าจากธรรมชาติสูง โดยใช้ภาพกราฟิกแสดงและตัวอักษร - เพิ่มทางเลือกให้ผู้บริโภค โดยใช้ 2 สูตรแล้วแต่ความสะดวก - รูปแบบของบรรจุภัณฑ์แบบกล่องมีลักษณะเป็นคล้ายของขวัญเพื่อจูงใจผู้บริโภค</p>	<p><u>Promotion</u> - บรรจุภัณฑ์สามารถนำไปใช้ เป็นผลิตภัณฑ์ต่อไปได้</p>	<p><u>Promotion</u> - ใช้โลโก้ของตราสินค้าที่มีชื่อเสียงแต่เดิม มาเป็นจุดขาย - เน้นรายละเอียดเกี่ยวกับส่วนผสม</p>	<p><u>Promotion</u> - เน้นภาพกราฟิกจากลวดลายธรรมชาติที่ดูมีความเป็นไทยแฝงอยู่ เพื่อต้องการสื่อถึงความ เป็นสินค้าภูมิปัญญาไทย</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จุดด้อย	<u>Containment</u>	<u>Containment</u>		<u>Containment</u>
	<u>Convenience</u> -	<u>Convenience</u> - เป็นขวด โหลแก้ว เล็ก ต้องล้วงเข้าไป อาจทำให้ไม่สะดวก เวลาใช้งาน		<u>Convenience</u> - สินค้ามีความ เหนียว บริเวณฝาจึง มักจะมีสินค้าเกาะ อยู่ ทำให้ไม่สะดวก เวลาเปิด-ปิดฝา
	<u>Protection</u> - หลอดโปร่งแสง เมื่อ โคนแสงแดด อาจทำให้เกิดการ เปลี่ยนสีของสินค้า ได้ - แบบซองเก็บรักษา ยากในการใช้ใน ครั้งที่สองเพราะ ความชื้นอาจเข้าได้	<u>Protection</u> - ฝาขวดเป็นแบบ กดอาจทำให้ ความชื้นเข้าได้ง่าย - ขวดเป็นโหลแก้ว อาจเกิดการเสียหาย ขณะส่ง		<u>Protection</u> - ขวดเป็นแก้วอาจ เกิดการเสียหาย ขณะส่ง
	<u>Promotion</u> - กราฟฟิกของสอง ชนิดขาดความเป็น เอกลักษณ์ - กราฟฟิกคล้ายๆ กันหมด ทำให้แยก ชนิดของผลิตภัณฑ์ ได้ยาก	<u>Promotion</u> - บรรจุภัณฑ์และ กราฟฟิก ไม่มีความ น่าสนใจ		<u>Promotion</u> - บรรจุภัณฑ์มีพื้นที่ ในการบอกราย ละเอียดน้อยเกินไป

2.1.2.4-3 ตารางเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ประเภททำความสะอาดกับคู่แข่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเภท	เขาค้อยทะเลภู	ภูคันทันน้ำ	อภัยภูเบศน์	ไทยสปาชะ
package	- สบู่ก้อน  - สบู่เหลว 	- สบู่ก้อน  - สบู่ไบโม่  - สบู่เหลว 	- สบู่ก้อน  - เจลล้างหน้า 	- สบู่ก้อน  - สบู่ไบโม่ 
สูตร	ผลไม้และสมุนไพร มีทั้งแบบก้อนและเหลว	ผลไม้และสมุนไพร มีทั้งแบบก้อนและเหลว	ผลไม้และสมุนไพร มีทั้งแบบก้อนและเหลว	ผลไม้และสมุนไพร มีทั้งแบบก้อนและเหลว
กราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์	- ความเป็นธรรมชาติเรียบง่าย และการจัดเรียงตัวอักษร	- เน้นตัวอักษรที่ความแตกต่างของแต่ละชนิด	เน้นภาพส่วนผสม เป็นภาพกราฟฟิคเพื่อบ่งบอก	เน้นกราฟฟิคที่เป็นธรรมชาติแบบลวดลายไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

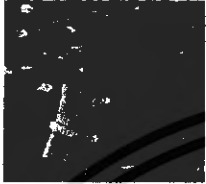
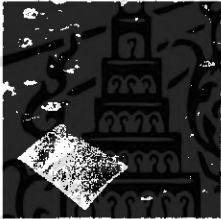



จุดเด่น	<u>Containment</u> บรรจุภัณฑ์มี 2 แบบ คือแบบกล่อง และขวดตาม ลักษณะทางกาย ภาพ	<u>Containment</u> บรรจุภัณฑ์มี 2 แบบ คือแบบกล่อง และขวดตาม ลักษณะทางกาย ภาพ	<u>Containment</u> บรรจุภัณฑ์มี 2 แบบ คือแบบกล่องและ ขวดตามลักษณะ ทางกายภาพ	<u>Containment</u> บรรจุภัณฑ์มี 2 แบบ คือแบบกล่องและ ขวดตามลักษณะ ทางกายภาพ
	<u>Convenience</u> แบบขวดใสทำให้ มองเห็นสินค้าได้ ง่ายและฝาflip top ทำให้สะดวกในการ ควบคุมปริมาณ	<u>Convenience</u> แบบขวดใสทำให้ มองเห็นสินค้าได้ ง่ายและฝาปั๊มทำให้ ใช้งานได้ง่าย	<u>Convenience</u> แบบหลอดพลาสติก เป็นฝา flip top ทำ ให้สะดวกในการ บีบออกมา	<u>Convenience</u>
	<u>Protection</u> ป้องกันการรบกวน สิ่งแวดล้อมได้	<u>Protection</u> ป้องกันการรบกวน สิ่งแวดล้อมได้	<u>Protection</u> ป้องกันการรบกวน สิ่งแวดล้อมได้	<u>Protection</u> ป้องกันการรบกวน สิ่งแวดล้อมได้
	<u>Promotion</u> - เน้นความเป็นสิน ค้าจากธรรมชาติสูง โดยใช้ภาพกราฟิก แสดงและตัวอักษร - เพิ่มทางเลือกให้ผู้ บริโภคโดยใช้ 2 สูตรแล้วแต่ความ สะดวก	<u>Promotion</u> บรรจุภัณฑ์สามารถ นำไปใช้เป็นผลิต ภัณฑ์ต่อไปได้	<u>Promotion</u>	<u>Promotion</u> เน้นภาพกราฟิก จากหลากหลายธรรม ชาติที่ดูมีความเป็น ไทยแฝงอยู่ เพื่อ ต้องการสื่อถึงความ เป็นสินค้าภูมิปัญญา ไทย
จุดด้อย	<u>Containment</u>	<u>Containment</u>	<u>Containment</u>	<u>Containment</u>
	<u>Convenience</u> - แบบกล่องไม่ได้ ให้ความสะดวกใน การใช้งาน	<u>Convenience</u>	<u>Convenience</u> - แบบกล่องไม่ได้ ให้ความสะดวกใน การใช้งาน	<u>Convenience</u> - แบบกล่องไม่ได้ ให้ความสะดวกใน การใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p><u>Protection</u></p> <p>แบบกล่องด้านบน ไม่มีฝาอาจทำให้สินค้าเสียหายจากการขนส่งได้</p>	<p><u>Protection</u></p> <p>- แบบกล่องเป็นกล่องพลาสติกใส อาจมีการเสียหายในขณะขนส่งได้</p> <p>- แบบของอาจทำให้สินค้าเสียหายขณะขนส่งได้</p>	<p><u>Protection</u></p> <p>แบบกล่องกระดาษเพียงชั้นเดียวอาจทำให้รักษากลิ่นของสินค้าไม่ได้ดี</p>	<p><u>Protection</u></p> <p>ใช้กล่องผ้าคาดไว้เท่านั้นอาจเกิดการเสียหายขณะขนส่งได้</p>
<p><u>Promotion</u></p> <p>- กราฟฟิกของสองชนิดขาดความเป็นเอกลักษณ์</p> <p>- กราฟฟิกคล้ายๆกันหมด ทำให้แยกชนิดของผลิตภัณฑ์ได้ยาก</p>	<p><u>Promotion</u></p> <p>- บรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกไม่มีความน่าสนใจ</p>	<p><u>Promotion</u></p> <p>- กราฟฟิกคล้ายๆกันหมด ทำให้แยกชนิดของผลิตภัณฑ์ได้ยาก</p>	<p><u>Promotion</u></p> <p>- บรรจุภัณฑ์มีพื้นที่ในการบอกรายละเอียดน้อยเกินไป</p> <p>- การใช้บรรจุภัณฑ์ผ้าไหมเข้ามาทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจนเกินไป</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.2.4-4 ตารางเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ประเภทแช่กับคู่แข่ง






ประเภท	เขาคือทะเล	ภูดินน้ำ	อภัยภูเบศร์	ไทยสปายะ
package	<p>- สมุนไพรแช่ตัว</p>  <p>- สมุนไพรแช่เท้า</p> 	<p>- สมุนไพรอาบน้ำ</p>  <p>- สมุนไพรแช่เท้า</p> 		<p>- น้ำแช่อาบ, แช่เท้า</p> 
สูตร	มี 2 ชนิดคือแช่ตัวกับแช่เท้า	มี 2 ชนิดคือแช่ตัวกับแช่เท้า		มี 2 ชนิดคือแช่ตัวกับแช่เท้า
กราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์	ใช้ภาพกราฟฟิกลายธรรมชาติเล็ก จะเน้นตรงการใช้ตัวอักษรเพื่อสื่อสาร	เน้นการใช้ตัวอักษรเพื่อสื่อสาร		ใช้ลวดลายกราฟฟิกธรรมชาติที่มีลักษณะความเป็นไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จุดเด่น	<u>Containment</u> มี 2 ขนาด	<u>Containment</u> มี 3 ขนาด		<u>Containment</u> มี 1 ขนาด
	<u>Convenience</u> บรรจุภัณฑ์นำออกมาใช้งานได้สะดวก	<u>Convenience</u> บรรจุภัณฑ์มีความใสมองเห็นผลิตภัณฑ์ข้างในได้ดี		<u>Convenience</u> บรรจุภัณฑ์มีความใสมองเห็นผลิตภัณฑ์ข้างในได้ดี
	<u>Protection</u> ปกป้องผลิตภัณฑ์จากความชื้นได้	<u>Protection</u> ปกป้องจากการกระแทกในขณะที่ขนส่งได้		<u>Protection</u> ป้องกันการรบกวนสิ่งแวดล้อมได้
	<u>Promotion</u> การใช้บรรจุภัณฑ์ที่ดูมีความเป็นธรรมชาติ	<u>Promotion</u> บรรจุภัณฑ์สามารถนำไปใช้งานต่อได้		<u>Promotion</u> เน้นความเป็นธรรมชาติแบบไทยๆที่ยังคงความเป็นสากล
จุดด้อย	<u>Convenience</u> - ควบคุมปริมาณการใช้งานได้ไม่ค่อยสะดวกนัก - รายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์อ่านไม่ค่อยได้เพราะสีทึบ	<u>Convenience</u> - เป็นขวดโหลเล็ก ต้องล้วงเข้าไป อาจทำให้ไม่สะดวกเวลาใช้งาน		<u>Convenience</u> เป็นฝาเกลียวทำให้ควบคุมปริมาณลำบาก
	<u>Protection</u> เก็บรักษายากในการใช้ในครั้งที่สอง เพราะความชื้นอาจเข้าได้	<u>Protection</u> - ฝาขวดเป็นแบบกด อาจทำให้ความชื้นเข้าได้ง่าย - ขวดเป็นโหลแก้วอาจเกิดการเสียหายขณะส่ง		<u>Protection</u> - เป็นขวดแก้วอาจเกิดความเสียหายขณะขนส่งได้ - ความใสทำให้โดนแสงแดดได้ อาจทำให้สีของสินค้าเพี้ยนไปได้
	<u>Promotion</u> - สีที่ไร้นบนบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกดูไม่เป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ - รูปแบบคล้ายกันจนเกิดความมั่ว	<u>Promotion</u> - บรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกไม่มีความน่าสนใจ - ขาดความเป็นเอกลักษณ์ร่วมในสินค้าเหมือนกัน		<u>Promotion</u> - รายละเอียดของสินค้าน้อยมาก - รูปแบบคล้ายกันจนแยกความแตกต่างไม่ออก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นโดยไม่อนุญาติให้เผยแพร่โดยไม่ว่ากรรมใดๆ ทั้งสิ้น และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.2.4.5 ตารางเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ประเภทนมกับคู่แข่ง

ประเภท	เงาคือทะเลภู	ภูต้นน้ำ	อภัยภูเบศน์	ไทยสปปายะ
Package	<p>- น้ำมันนวดตัว</p>  <p>- ครีมนวดเท้า</p>  <p>- ขี้ผึ้งน้ำมัน</p> 	<p>- น้ำมันนวดบำบัด สมุนไพรรักษา</p> 	<p>- ครีมนวด</p> 	<p>- น้ำมันบำรุงผิว หน้า</p> <p>- น้ำมันนวดตัว</p> <p>- ขี้ผึ้งน้ำมัน</p>
สูตร	มีแบบน้ำมันสมุนไพรมันต่าง ๆ แบบครีมและแบบขี้ผึ้ง	สูตรสมุนไพรมัน	สูตรสมุนไพรมัน	สูตรสมุนไพรมัน
กราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์	ใช้ส่วนผสมและธรรมชาติมาเป็นภาพกราฟฟิก	เน้นการใช้ตัวอักษรเพื่อสื่อสาร	ใช้ส่วนผสมและธรรมชาติมาเป็นภาพกราฟฟิก	ใช้ลวดลายกราฟฟิกธรรมชาติที่มีลักษณะความเป็นไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จุดเด่น	<u>Containment</u> มีบรรจุภัณฑ์ 3 แบบแล้ว แต่ลักษณะทางกายภาพ	<u>Containment</u> มี 2 ขนาด	<u>Containment</u>	<u>Containment</u> มีบรรจุภัณฑ์ 2 แบบแล้ว แต่ลักษณะทางกายภาพ
	<u>Convenience</u> แบบหลอดมองเห็นสินค้าข้างในได้ชัดเจนฝา flip top ทำให้นำสินค้าออกมาใช้งานสะดวก	<u>Convenience</u> ฝาขวดเป็นแบบหยดทำให้ควบคุมปริมาณได้ดี	<u>Convenience</u> เป็นหลอดทำให้สะดวกในการใช้งาน	<u>Convenience</u> บรรจุภัณฑ์มีความใสมองเห็นผลิตภัณฑ์ข้างในได้ดี
	<u>Protection</u> - แบบขวดเป็นสีขาป้องกันแสงแดดได้	<u>Protection</u> แบบขวดโลหะป้องกันแสงแดดได้ดี	<u>Protection</u> เป็นหลอดโลหะป้องกันแสงแดดได้ดี	<u>Protection</u> ป้องกันการรบกวนสิ่งแวดล้อมได้
	<u>Promotion</u> มีการแบ่งแยกชนิดของผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน	<u>Promotion</u> การสื่อสารทาง กราฟฟิกชัดเจน ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่าย	<u>Promotion</u> สีส้มสะดุดตา จูงใจ	<u>Promotion</u> เน้นความเป็นธรรมชาติแบบไทยๆที่ยังคงความเป็นสากล
จุดด้อย	<u>Convenience</u> - แบบขวดเป็นฝาเกลียวทำให้ควบคุมปริมาณลำบาก - แบบกระป๋องมีฝาแคบทำให้นำออกมาใช้งานลำบาก	<u>Convenience</u> แบบขวดโลหะเป็นฝาเกลียวทำให้ควบคุมปริมาณลำบาก	<u>Convenience</u>	<u>Convenience</u> แบบขวดเป็นฝาเกลียวทำให้ควบคุมปริมาณลำบาก
	<u>Protection</u> - แก้วอาจเกิดความเสียหายขณะขนส่งได้ - ฝาโลหะอาจทำปฏิกิริยากับอากาศชั้นเป็นสนิมได้	<u>Protection</u> แก้วอาจเกิดความเสียหายขณะขนส่งได้	<u>Protection</u> หลอดโลหะอาจเกิดความเสียหายได้ง่ายเมื่อใช้งานไปนาน	<u>Protection</u> ขวดใสอาจทำให้โดนแสงแดดได้ง่ายซึ่งอาจจะทำให้ผลิตภัณฑ์เปลี่ยนสี
	<u>Promotion</u> รายละเอียดของสินค้าน้อยเกินไป	<u>Promotion</u> - บรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกไม่มีความน่าสนใจ	<u>Promotion</u> บรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกไม่มีความน่าสนใจ	<u>Promotion</u> - รายละเอียดของสินค้าน้อยมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้ภายในเท่านั้น ไม่ควรเผยแพร่สู่สาธารณะโดยไม่ได้รับอนุญาต
หากมีข้อสงสัยหรือต้องการข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อฝ่ายการตลาด โทร. 02-111-1111

2.1.2.4. 6 ตารางเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ประเภทอบกับคู่แข่ง

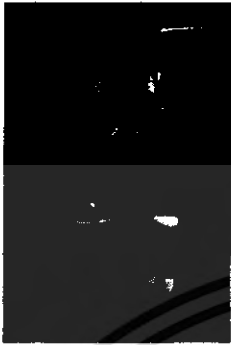




เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเภท	เขาคือทะเล	ภูตน้ำ	อภัยภูเบศน์	ไทยสพายะ
Package	- สมุนไพรอบตัว 	- สมุนไพรอบไอน้ำ 		- สมุนไพรอบไอน้ำ
สูตร	น้ำสมุนไพรรวมหลายชนิด	สมุนไพรอบแห้งรวมหลายชนิด		สมุนไพรอบแห้งรวมหลายชนิด
กราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์	เน้นการใช้ตัวอักษรเพื่อสื่อสาร	เน้นการใช้ตัวอักษรเพื่อสื่อสาร		ยังไม่มีบรรจุภัณฑ์
จุดเด่น	<u>Containment</u> มีขนาด 1 บรรจุ	<u>Containment</u> มี 2 ขนาด	<u>Containment</u>	<u>Containment</u> มีขนาด 1 บรรจุ
	<u>Convenience</u> สะดวกในการใช้งานครั้งเดียว	<u>Convenience</u> สะดวกในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ได้ดี	<u>Convenience</u>	<u>Convenience</u> สะดวกในการใช้งานครั้งเดียว
	<u>Protection</u> ป้องกันการรบกวนสิ่งแวดล้อมได้	<u>Protection</u> ป้องกันความชื้นและการรบกวนสิ่งแวดล้อมได้	<u>Protection</u>	<u>Protection</u> ป้องกันการรบกวนสิ่งแวดล้อมได้
	<u>Promotion</u> การสื่อสารทาง กราฟฟิคชัดเจน ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่าย	<u>Promotion</u> การสื่อสารทาง กราฟฟิคชัดเจน ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่าย	<u>Promotion</u>	<u>Promotion</u>
จุดด้อย	<u>Containment</u>	<u>Containment</u>	<u>Containment</u>	<u>Containment</u>
	<u>Convenience</u> ควบคุมปริมาณได้ยากถ้าใช้ครั้งเดียวไม่หมด	<u>Convenience</u> ควบคุมปริมาณได้ยาก	<u>Convenience</u>	<u>Convenience</u> ควบคุมปริมาณได้ยากถ้าใช้ครั้งเดียวไม่หมด
	<u>Protection</u> บรรจุภัณฑ์มีความอ่อนบางอาจเสียหายในขณะที่ขนส่งได้	<u>Protection</u>	<u>Protection</u>	<u>Protection</u>
	<u>Promotion</u> บรรจุภัณฑ์และการใช้กราฟฟิคไม่มีความน่าสนใจ	<u>Promotion</u> รูปแบบกราฟฟิคคล้ายกันจนแยกความแตกต่างไม่ออก	<u>Promotion</u>	<u>Promotion</u>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น

2.1.2.4.7 ตารางเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ประเภทประคบกับคู่แข่ง

ประเภท	เขาคือทะเล	ภูคินน้ำ	อภัยภูเบศน์	ไทยสพายะ
Package	- ลูกประคบ 	- ลูกประคบผิวหน้า/กาย  - สมุนไพรมะขามผิวหน้า 	-	- ลูกประคบหน้า - ลูกประคบตัว - ลูกประคบเท้า
สูตร	สมุนไพรรอบแห้งรวมหลายชนิด	สมุนไพรรอบแห้งรวมหลายชนิดและแบบ ผง		สมุนไพรรอบแห้งรวมหลายชนิด
กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์	ใช้ส่วนผสมและธรรมชาติมาเป็นภาพกราฟิก	เน้นการใช้ตัวอักษรเพื่อสื่อสาร		เน้นการใช้ตัวอักษรเพื่อสื่อสาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้





จุดเด่น	<u>Containment</u> บรรจุภัณฑ์ 2 แบบ	<u>Containment</u> บรรจุภัณฑ์ 2 แบบ ตามลักษณะทางกายภาพ	<u>Containment</u>	<u>Containment</u> มี 1 ขนาด
	<u>Convenience</u> นำสินค้าออกมาใช้งานง่าย	<u>Convenience</u> บรรจุภัณฑ์มีความ ใสมองเห็นผลิตภัณฑ์ข้างในได้ดี	<u>Convenience</u>	<u>Convenience</u> นำสินค้าออกมาใช้งานง่าย
	<u>Protection</u> - แบบกระป๋อง สามารถกันกระแทกได้ดี - เก็บรักษาสินค้าเพื่อการใช้งานครั้งต่อไปได้	<u>Protection</u> แบบโหลแก้ว ป้องกันการรบกวนสิ่งแวดล้อมได้	<u>Protection</u>	<u>Protection</u> ป้องกันการรบกวนสิ่งแวดล้อมได้
	<u>Promotion</u> - รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดูแตกต่างจากท้องตลาด - กราฟฟิกสื่อสารถึงสินค้าได้ดี	<u>Promotion</u> การสื่อสารทางกราฟฟิกชัดเจน ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่าย	<u>Promotion</u>	<u>Promotion</u> บอกรายละเอียดเกี่ยวกับสรรพคุณได้ชัดเจน
จุดด้อย	<u>Containment</u>	<u>Containment</u>	<u>Containment</u>	<u>Containment</u>
	<u>Convenience</u> แบบห่อไม่อำนวยความสะดวกในการใช้งานสินค้าในครั้งต่อไปได้	<u>Convenience</u> แบบผงดกคลุมปริมาณได้ยาก	<u>Convenience</u>	<u>Convenience</u> แบบห่อไม่อำนวยความสะดวกในการใช้งานสินค้าในครั้งต่อไปได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p><u>Protection</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - แบบห่อไม่สามารถปกป้องสินค้าได้หลังการใช้งาน - อาจเกิดความเสียหายจากการกระแทกขณะขนส่งได้ 	<p><u>Protection</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - แก้วอาจเกิดความเสียหายขณะขนส่งได้ - ฝาขวดอาจทำให้ความชื้นเข้าได้ง่าย 	<p><u>Protection</u></p>	<p><u>Protection</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - ไม่สามารถปกป้องสินค้าได้หลังการใช้งาน - อาจเกิดความเสียหายจากการกระแทกขณะขนส่งได้
<p><u>Promotion</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - กราฟฟิคของสองชนิดขาดความเป็นเอกลักษณ์ - กราฟฟิคคล้ายๆกันหมด ทำให้แยกชนิดของผลิตภัณฑ์ได้ยาก 	<p><u>Promotion</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์และกราฟฟิคไม่มีความน่าสนใจ 	<p><u>Promotion</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - กราฟฟิคคล้ายๆกันหมด ทำให้แยกชนิดของผลิตภัณฑ์ได้ยาก 	<p><u>Promotion</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์มีพื้นที่ในการบอกรายละเอียดน้อยเกินไป - การใช้บรรจุภัณฑ์ผ้าไหมเข้ามาทำให้เกิดการสิ้นเปลืองเงินเกินไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.2.4.8 ตารางเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มกับคู่แข่ง

ประเภท	เขาคือทะเล	ภูตน้ำ	อภัยภูเบศน์	ไทยสพายะ
Package	- เครื่องดื่ม สมุนไพร 	- ชาหอม 	- ชาชงสมุนไพร  - น้ำสมุนไพรสำเร็จ รูป 	- ชาสมุนไพร - สมุนไพรชง
สูตร	สมุนไพร	ชาผสมสมุนไพร	ชาผสมสมุนไพร และสมุนไพร	ชาผสมสมุนไพร และสมุนไพร
กราฟฟิก	ใช้ส่วนผสมและ ธรรมชาติมาเป็น ภาพกราฟฟิก	เน้นการใช้ตัวอักษร เพื่อสื่อสาร	ใช้ส่วนผสมมาเป็น ภาพกราฟฟิก	ยังไม่มีบรรจุภัณฑ์
จุดเด่น	<u>Containment</u> บรรจุภัณฑ์ 2 แบบ	<u>Containment</u> บรรจุภัณฑ์ 2 แบบ	<u>Containment</u> บรรจุภัณฑ์ 2 แบบ	<u>Containment</u>
	<u>Convenience</u> บรรจุภัณฑ์ใส มอง เห็นสินค้าได้ชัดเจน	<u>Convenience</u> บรรจุภัณฑ์ใส มอง เห็นสินค้าได้ชัดเจน	<u>Convenience</u> บรรจุภัณฑ์แบบขวด แก้ว มองเห็นสินค้า ได้ชัดเจน	<u>Convenience</u>
	<u>Protection</u> แบบกระปุกป้องกัน ความชื้นได้ดี	<u>Protection</u> แบบกระปุกป้องกัน ความชื้นได้ดี	<u>Protection</u> แบบซองปกป้องกัน ค้ำจากแสงแดดและ ความชื้นได้ดี	<u>Protection</u>
	<u>Promotion</u>	<u>Promotion</u>	<u>Promotion</u>	<u>Promotion</u>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จุดค้อย	<u>Containment</u>	<u>Containment</u>	<u>Containment</u>	<u>Containment</u>
	<u>Convenience</u> แบบของควบคุม ปริมาณได้ยาก	<u>Convenience</u> แบบกล่องควบคุม ปริมาณได้ยาก	<u>Convenience</u> แบบของควบคุม ปริมาณได้ยาก	<u>Convenience</u>
	<u>Protection</u> - อาจเสียหายใน ขณะขนส่งได้ - แบบของ ปกป้อง สินค้าหลังการใช้ งาน ได้ไม่ดี	<u>Protection</u> - อาจเสียหายใน ขณะขนส่งได้ - แบบกล่อง ปก ป้องสินค้าหลังการใช้ ใช้งาน ได้ไม่ดี	<u>Protection</u> - แบบของ ปกป้อง สินค้าหลังการใช้ งาน ได้ไม่ดี - แบบแก้ว อาจเสีย หายในขณะขนส่ง ได้	<u>Protection</u>
	<u>Promotion</u> - กราฟฟิกของสอง ชนิดขาดความเป็น เอกลักษณ์ - กราฟฟิกคล้ายๆ กันหมด ทำให้แยก ชนิดของผลิตภัณฑ์ ได้ยาก	<u>Promotion</u> - บรรจุภัณฑ์และ กราฟฟิกไม่มีความ น่าสนใจ	<u>Promotion</u> - กราฟฟิกคล้ายๆ กันหมด ทำให้แยก ชนิดของผลิตภัณฑ์ ได้ยาก	<u>Promotion</u>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

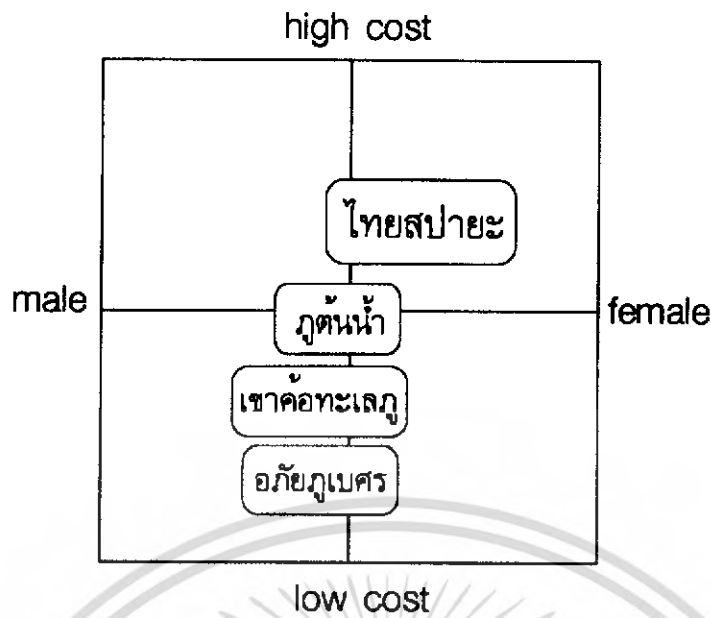
2.2.3 วิเคราะห์ลักษณะการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์คู่แข่ง

ชื่อ	ลักษณะแหล่งจำหน่าย
เขาค้อทะเลภู	<ul style="list-style-type: none"> - โชว์รูมสินค้าเขาค้อทะเลภูทั้งที่เพชรบูรณ์ และกรุงเทพฯ โดยที่เพชรบูรณ์นั้นเป็นสถานที่สำหรับพักผ่อนและศูนย์สุขภาพที่มีการให้ความรู้และการบำบัดเพื่อสุขภาพ - ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ทุกสาขา - ดิอิมโพเรียม - คาร์ฟู - ร้านขายเครื่องสำอางค์สมุนไพรทั่วไปที่มารับซื้อ
ภูคันทันน้ำ	<ul style="list-style-type: none"> - โครงการส่งเสริมสมุนไพร ภูคันทันน้ำที่มีสาขาอยู่ภายในกรุงเทพฯ 3 แห่ง - ร้านขายเครื่องสำอางค์สมุนไพรทั่วไปที่มารับซื้อ
อภัยภูเบศร	<ul style="list-style-type: none"> - โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรและมีศูนย์บริการผลิตภัณฑ์สมุนไพรอภัยภูเบศรซึ่งบริหารงานโดย บ.พลาณาภสุมณ โพร จำกัดเป็นตัวแทนในการจำหน่ายทั้งที่ปราจีนบุรีและกรุงเทพฯ รวมทั้งเซเว่น-อีเลฟเว่น ทั่วประเทศ - ร้านขายเครื่องสำอางค์สมุนไพรทั่วไปที่มารับซื้อ
ไทยสปายะ	<ul style="list-style-type: none"> - ร้านค้า เป็นเครือข่ายของมูลนิธิแพทย์แผนไทยฯ คือ ร้านศูนย์วัดตุติบ, ร้านวาสุเทพ, ร้านศาลาไทย, ร้านสุพรรณมาศรม, บางจากกรีนเนท, เลมอนฟาร์ม ซึ่งมีการบริการทำสปาและการนวด โดยมีผู้เชี่ยวชาญคอยดูแล - ร้านสปาและร้านขายเครื่องสำอางค์สมุนไพรทั่วไปที่มารับซื้อ

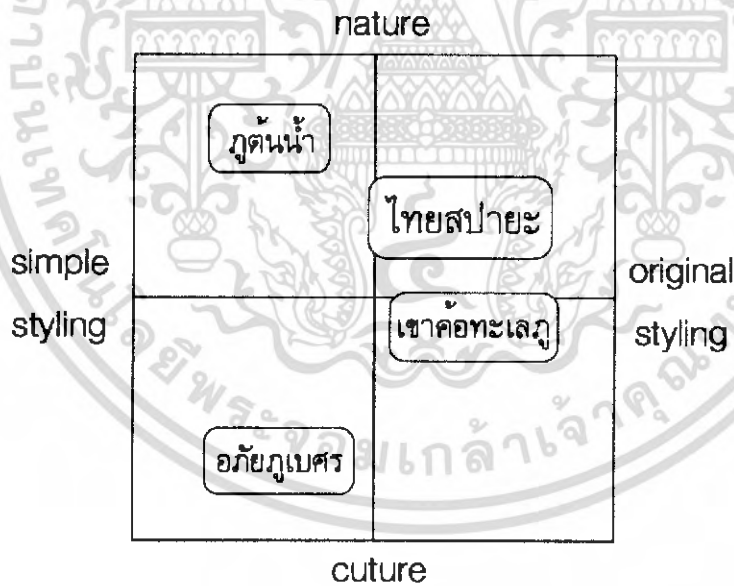
2.1.4 วิเคราะห์และสรุปข้อมูลคู่แข่งที่มีผลต่อการออกแบบ

จากการศึกษาข้อมูลในด้านคู่แข่ง ทำให้สามารถวิเคราะห์และเลือกว่าแนวทางผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์นั้นจะอยู่จุดใดในท้องตลาด

กลุ่มเป้าหมาย จากการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายในท้องตลาดพบว่ากลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงเกือบ 90 เปอร์เซ็นต์ และมีรายได้



ลักษณะของรูปแบบสินค้า ในการกำหนดภาพลักษณ์ของสินค้าในด้านรูปแบบ จะเห็นได้ว่าเรากำหนดจุดยืนของสินค้าให้อยู่ในรูปแบบของความเป็นสินค้าจากธรรมชาติที่มีความเป็นต้นตำหรับ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิต

2.2.1 ประวัติความเป็นมา และโครงสร้างของศูนย์พัฒนาวัตถุดิบสมุนไพร

หลักการและเหตุผล

สถาบันการแพทย์แผนไทยมีนโยบายในการพัฒนาสมุนไพรให้ครบวงจร โดยได้กำหนดแผนการพัฒนาตามโครงการพัฒนายาไทยครบวงจรไว้ 4 ด้าน เพื่อให้สามารถดำเนินงานการพัฒนาได้อย่างต่อเนื่องคือ

1. ส่งเสริมให้เกิดศูนย์พัฒนาวัตถุดิบสมุนไพรในภูมิภาคเพื่อผลิตสมุนไพรที่มีคุณภาพและมีปริมาณเพียงพอกับความต้องการของตลาด
2. ส่งเสริมให้เกิดการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ระดับต้นถึงระดับอุตสาหกรรมให้ได้มาตรฐาน
3. ส่งเสริมให้เกิดการตรวจสอบคุณภาพการผลิตทั้งวัตถุดิบสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป
4. ส่งเสริมให้มีการใช้สมุนไพรและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพในการดูแลสุขภาพของประชาชน

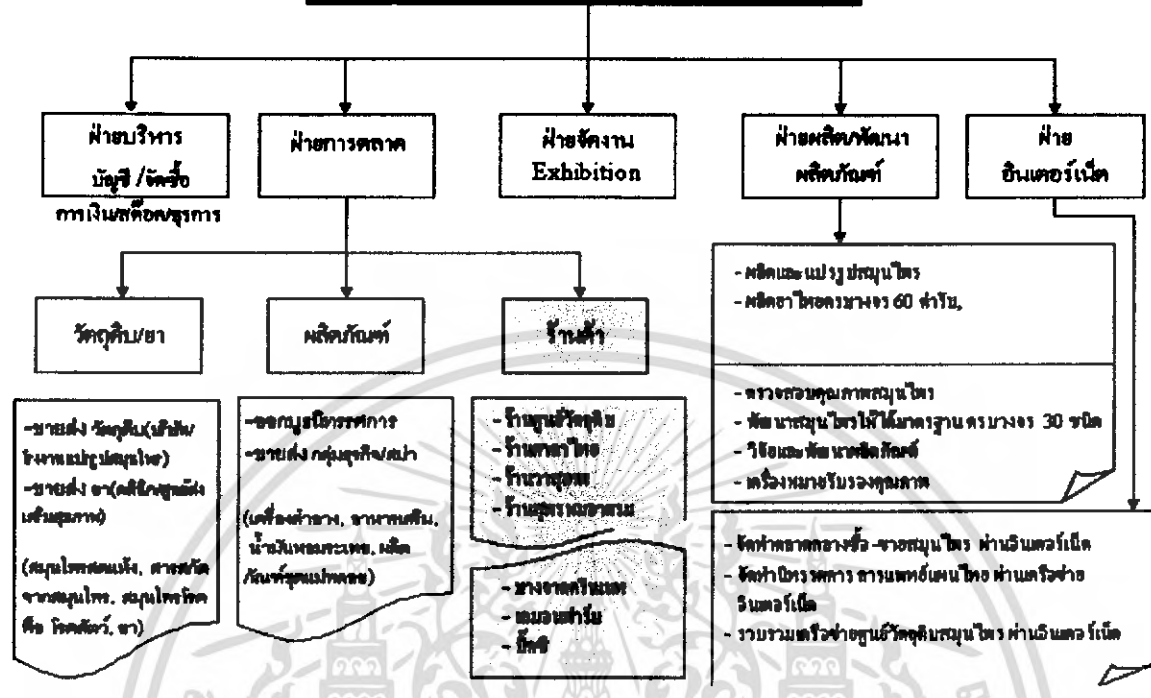
จากการดำเนินงานตามแผนขั้นต้น ได้กำหนดแนวทางในการจัดตั้งศูนย์กลางวัตถุดิบสมุนไพรครบวงจรขึ้น ในวันที่ 15 มิถุนายน 2543 ดำเนินงานในรูปธุรกิจรัฐกึ่งเอกชน ภายใต้องค์กรกองทุนสนับสนุนกิจกรรมมูลนิธิการแพทย์แผนไทยพัฒนา โดยให้สามารถดำเนินธุรกิจเลี้ยงตัวเอง

สถานที่ตั้งศูนย์พัฒนาวัตถุดิบสมุนไพร

เลขที่ 106/27 หมู่ 9 ซอยทิมแบนด์ ถนนงามวงศ์วาน ตำบลบางเขน อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11100 Tel. 02-965-9825-6 Fax. 02-965-9827

ลักษณะของโครงสร้างภายในองค์กร

แผนปฏิบัติการ ๒๕๕๓-๒๕๕๕



2.2.2 วัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร

- ศูนย์กลางวัดฤๅติบสมุณ ไพร จัดตั้งขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ ดังนี้
- 2.1 เป็นศูนย์กลางประสานงานกับ ศูนย์เครือข่ายวัดฤๅติบสมุณ ไพร จากภูมิภาค
- 2.2 ส่งเสริมการผลิตวัดฤๅติบสมุณ ไพรที่มีคุณภาพ
- 2.3 ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมสมุณ ไพรในด้านผลิตภัณ์ท์สารสกัด ผลิตภัณ์ท์เครื่องสำอาง ผลิตภัณ์ท์เสริมอาหาร และผลิตภัณ์ท์ยา
- 2.4 จัดทำมาตรฐานและการควบคุมคุณภาพสมุณ ไพร
- 2.5 จัดทำการตลาดสมุณ ไพร โดยเป็นศูนย์กลางการซื้อขายวัดฤๅติบและผลิตภัณ์ท์แปรรูป

กิจกรรมและผลการดำเนินงาน

ปี 2543 และปี 2544 ยังไม่มีแผนปฏิบัติงานที่ชัดเจน คงมีเพียงแผนการติดตามความก้าวหน้า และการประสานงานกับศูนย์เครือข่ายวัดฤๅติบสมุณ ไพร ส่วนภูมิภาคเท่านั้น

ในปี 2545 ศูนย์กลางวัดฤๅติบสมุณ ไพร มีแผนการปฏิบัติงานที่ชัดเจนขึ้น โดยกำหนดกิจกรรมในแผนปฏิบัติดังนี้

1. เป็นศูนย์กลางประสานงานกับ ศูนย์เครือข่ายวัดฤๅติบสมุณ ไพร จากภูมิภาค
- 1.1 สนับสนุนการแปรรูปที่ศูนย์บ้านวัดแดงนนทบุรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- สมุนไพรที่ส่งบด เช่น มะแว้งเครือ ขมิ้นชัน ว่านชักมดลูก ใบสวาด สมอพิเภก สมอไทย ดิปลี มะขามป้อม ใบส้มป่อย ส้มแขก กวาวเครือขาว เห้ม ไพล จิง ฯลฯ
- ผลิตภัณฑ์สมุนไพรประจำบ้าน ยาสมุนไพรเดี่ยว ลูกประคบ สมุนไพรอบตัว สมุนไพรชงดื่ม ฯลฯ

1.2 รับซื้อวัตถุดิบสมุนไพรจากศูนย์เครือข่าย

- จ. เชียงใหม่ น้ำมันงา น้ำมันตะไคร้หอม ดอกคำฝอย เสลดพังพอน กระเทียมผง เหงือกปลาหมอ มะระขี้นก กัญชบดผง
- จ. สระแก้ว น้ำมันไพล น้ำมันขมิ้นอ้อย น้ำมันขมิ้นชัน ฟ้าทะลายโจร ขมิ้นชัน ขมิ้นอ้อย ไพล ใบกระเพราแดง เพชรสังฆาต ใบตาลหม่อน ทองพันชั่ง ขมิ้นชัน ใบหม่อน ใบมะขามไทย ใบชุมเห็ดเทศ มะแว้งต้น มะแว้งเครือ
- จ. นนทบุรี ใบเตยแห้ง ตะไคร้แห้ง
- จ. พระนครศรีอยุธยา เกสรบัวหลวง
- จ. อุตรธานี เห้ม ชะเอมไทย กวาวเครือขาว กวาวเครือแดง มะตูม

2. ส่งเสริมการผลิตวัตถุดิบสมุนไพรที่มีคุณภาพ

การทำให้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีคุณภาพดี และมีคุณภาพสม่ำเสมอทุกครั้งที่การผลิตนั้น วัตถุดิบที่มีคุณภาพเป็นปัจจัยที่สำคัญมาก เพราะถ้าวัตถุดิบสมุนไพรไม่ได้มาตรฐานตั้งแต่ต้น การทำผลิตภัณฑ์ขั้นต่อไปให้มีคุณภาพแทบจะเป็นไปไม่ได้เลย

ปัจจุบันนี้การปลูกพืชสมุนไพรในประเทศไทยมักปลูกกันในครัวเรือน ไม่ค่อยมีการปลูกเป็นแปลงขนาดใหญ่สำหรับป้อนเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมโดยเฉพาะ บางส่วนก็เก็บจากป่า มีปัญหาด้านคุณภาพวัตถุดิบมาก ไม่ว่าจะเป็นเรื่ององค์ประกอบทางเคมีไม่สม่ำเสมอ การปนเปื้อนเชื้อจุลินทรีย์ สารพิษของเชื้อจุลินทรีย์ การปนเปื้อนโลหะหนัก

อีกทั้งการปลูกไม่สัมพันธ์กับความต้องการของตลาด บ่อยครั้งที่ขาดแคลนวัตถุดิบสมุนไพรที่มีคุณภาพป้อนให้กับภาคอุตสาหกรรม แต่ก็บ่อยครั้งที่ปลูกพืชสมุนไพรบางชนิดมากจนไม่มีตลาดรับซื้อ แนวทางดำเนินงานมีดังนี้

2.1 ประสานข้อมูลกับเครือข่าย ทั้งด้านการเกษตร อุตสาหกรรม และการตลาด โดยใช้ความต้องการทางการตลาด แนวโน้มของชนิดสมุนไพรที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นตัวกำหนดการส่งเสริม

2.2 รวบรวมข้อมูลแหล่งปลูกสมุนไพรที่มีคุณภาพ ที่ผู้ผลิตภาคอุตสาหกรรมจะติดต่อซื้อวัตถุดิบได้

2.3 ศูนย์วัดคุณภาพสมุนไพร ได้ร่วมมือกับโรงงานวัดแดง ผลิตยาสามัญประจำบ้าน และ ยาสมุนไพร เพื่อจำหน่ายเข้าสู่ศูนย์ส่งเสริมสุขภาพ 70 แห่งทั่วประเทศ จะเป็นอีก ช่องทางหนึ่งทางการตลาด ที่จะทำให้วางแผนการปลูกสมุนไพรได้

3. กิจกรรมส่งเสริมพัฒนาอุตสาหกรรมสมุนไพร

อุตสาหกรรมสมุนไพรของประเทศไทยทั้งที่ทำผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ผลิตภัณฑ์ยา ผลิตภัณฑ์สารสกัด ส่วนใหญ่ยังเป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็กในครอบครัว ในชุมชน และมีเทคโนโลยีการผลิตไม่ซับซ้อน โรงงานขนาดใหญ่ที่ใช้เทคโนโลยีสูงมีอยู่ไม่กี่แห่ง ยิ่งถ้าเป็นโรงงานที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP (Good manufacturing practice) ก็ยังมีน้อยมาก

ขณะนี้แนวโน้มของประเทศทั่วโลกจะมีข้อกำหนดผลิตภัณฑ์สุขภาพต้องผลิตจากโรงงานที่ได้มาตรฐาน GMP มีมากขึ้นเรื่อยๆ ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งเป็นประเทศผู้ผลิตสมุนไพรรายใหญ่ของโลก ถึงกับประกาศเป็นนโยบายที่จะให้โรงงานที่ทำผลิตภัณฑ์สมุนไพรทุกแห่งต้องได้ GMP ภายในปี พ.ศ. 2543 เพื่อเป็นการตอบรับการพัฒนาอุตสาหกรรมสมุนไพร ทางศูนย์วัดคุณภาพได้แนวทางดำเนินงานดังนี้

3.1 สนับสนุนอุตสาหกรรมขนาดเล็กในครอบครัว ในชุมชน โดยเน้นพัฒนาการผลิตในลักษณะวัดคุณภาพสมุนไพรที่มีคุณภาพ เพื่อป้อนให้กับภาคการทำเป็นผลิตภัณฑ์ทั้งที่เป็นโรงงานอุตสาหกรรมหรือโรงพยาบาล เช่น อ้วยอันไอสด, สกายไลท์, ขาวละออเภสัช, รพ. อุทอง ฯลฯ เมื่อใดที่มีกำลังทุนมากขึ้นก็ขยายเป็นอุตสาหกรรมขนาดย่อมและขนาดกลางอย่างมีคุณภาพต่อไป และที่สำคัญคือต้องคำนึงถึงตลาดที่จะจำหน่ายด้วย

3.2 สนับสนุนการเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์สมุนไพร เช่น ผลิตภัณฑ์สารสกัด, ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง, ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร, ผลิตภัณฑ์ยา โดยเฉพาะตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่มีอัตราการเติบโตสูงมากในปัจจุบัน

4. กิจกรรมด้านการตลาดสมุนไพร

ในการพัฒนาอุตสาหกรรมสมุนไพรนั้น สิ่งที่มีความสำคัญมากคือ การผลิตต้องตอบสนองความต้องการของตลาดได้ หากการตลาดเป็นไปได้ก็จะส่งผลย้อนไปทุกขั้นตอนจนถึงระดับรากหญ้า คือเกษตรกรผู้ปลูกสมุนไพร จากการวิจัยการตลาดพบว่า การตลาดสมุนไพรในประเทศไทยมีมูลค่ากว่าปีละ 30,000 ล้านบาท และมีแนวโน้มการเติบโตปีละ 10-30 % ในปัจจุบันเศรษฐกิจโลกอยู่ในขาลง จะหวังพึ่งการส่งออกมากนักคงจะไม่ใช่วิถีทางที่ถูกต้อง จำเป็นต้องเน้นตลาดในประเทศ แนวทางของศูนย์วัดคุณภาพได้แบ่งการตลาดออกเป็นเป็น 3 ส่วนดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1 ตลาดวัตถุดิบและสารสกัดจากสมุนไพร จะเน้นตลาดขายส่งให้กับบริษัทหรือโรงงานผู้ผลิตและแปรรูปสมุนไพร

4.2 ตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพร เช่น ยาสามัญประจำบ้าน, ยาสมุนไพร, เครื่องสำอาง, อาหารเสริมจำหน่ายผ่านศูนย์เครือข่ายส่งเสริมสุขภาพ

4.3 ตลาดเครือข่ายร้านค้า เป็นเครือข่ายของมูลนิธิแพทย์แผนไทยฯ คือ ร้านศูนย์วัตถุดิบ, ร้านวาสุเทพ, ร้านศาลาไทย, ร้านสุพรรณมาศรม, บางจากกรีนเนท, เลมอนฟาร์ม

2.2.3 นโยบายเรื่องภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของโครงการ

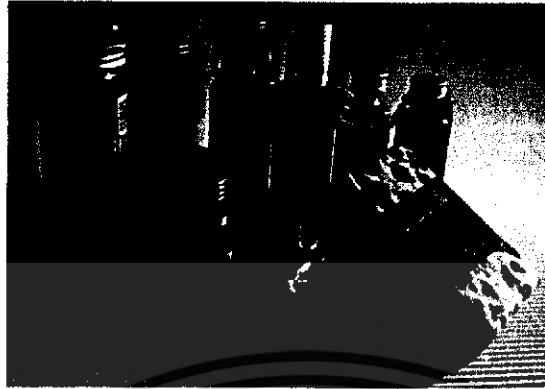
จากตราสินค้าเดิม “แม่พลอย” ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูป โดยผู้ผลิตต้องการเน้นการประชาสัมพันธ์ในเรื่องสมุนไพรไทยและภูมิปัญญาไทย รูปแบบของบรรจุภัณฑ์จึงมีการใช้ภาพไทยมาผสมผสาน



โดยใช้จุดขายคือ “ความงามอย่างไทย”

ในส่วนของตราสินค้าใหม่ ไทยสพายะที่ต้องการให้มีความเป็นสากลมากขึ้น เพื่อต้องการเปิดตลาดของสินค้าสปาซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายเป็นคนรุ่นใหม่ โดยได้มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์บางชนิดมาบ้างแล้ว ซึ่งรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ต้องการให้เข้ากับยุคสมัยมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



2.2.3-1 ตารางเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียของภาพลักษณ์ของตราสินค้าในศูนย์พัฒนาวัตถุดิบสมุนไพร

ยี่ห้อ	บรรจุภัณฑ์และกราฟฟิก	ข้อดี	ข้อเสีย
แม่พลอย	<ul style="list-style-type: none"> - รูปแบบบรรจุภัณฑ์มาตรฐาน - ใช้กราฟฟิกแบบภาพวาดไทยเพื่อสื่อถึงการเป็นผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาไทย 	<ul style="list-style-type: none"> - สื่อถึงความเป็นไทยได้ชัดเจน - มีความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้า 	<ul style="list-style-type: none"> - รูปแบบบรรจุภัณฑ์ขาดความน่าสนใจ - กราฟฟิกยังไม่โดดเด่น
ไทยสพายะ	<ul style="list-style-type: none"> - มีความเป็นสากลมากขึ้น - ใช้บรรจุภัณฑ์ที่ดูมีคุณค่า 	<ul style="list-style-type: none"> - ดูทันสมัย - บรรจุภัณฑ์ดูดีกว่าแบรนด์เก่า - บรรจุภัณฑ์มองเห็นสินค้าได้ชัดเจน 	<ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์บางชนิดไม่บอกรายละเอียดของสินค้า - บรรจุภัณฑ์ยังไม่เหมาะสมกับราคาที่สูงของผลิตภัณฑ์ - ยังไม่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะสินค้านั้นๆ

สรุปนโยบายในเรื่องภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

1. จากนโยบายที่ต้องการส่งเสริมการใช้สมุนไพรจึงต้องการรูปแบบของสินค้าที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับครูผู้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า คุณประโยชน์ของสมุนไพรได้ดี ไม่ว่าจะใครๆ พงส้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. เพื่อส่งเสริมการใช้สมุนไพรให้แก่คนไทยมากขึ้น รูปแบบของบรรจุภัณฑ์จึงต้องการการดึงดูดใจในการเลือกซื้อและอำนวยความสะดวกในการใช้งานให้มากขึ้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ

2.3.1 ประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์

2.3.1.1 ประวัติและลักษณะของสปาทั่วไป

คำว่า SPA เป็นรากศัพท์มาจากภาษาละติน "Salus Per Aqua" หมายถึง health through water คือการใช้ประโยชน์จากน้ำพุร้อนหรือน้ำแร่เพื่อฟื้นฟูสุขภาพ เนื่องจากในน้ำมีแร่ธาตุหลายชนิด ทั้งความร้อนและแร่ธาตุ จะช่วยกระตุ้นระบบการทำงานต่าง ๆ ในร่างกายให้ทำงานดีขึ้น

สปาเริ่มขึ้นในประเทศเบลเยียม ที่เมือง "Spa" ซึ่งตั้งอยู่ทางตะวันออกเฉียงของประเทศเบลเยียม เป็นเมืองที่มีน้ำพุร้อนและแวดล้อมด้วยสภาพภูมิประเทศที่สวยงาม เป็นที่นิยมของบุคคลชั้นสูง ขุนนางและทหารของยุโรปเดินทางมาแช่น้ำพุร้อนที่เมืองนี้ เพราะช่วยให้รู้สึกผ่อนคลาย (Relax) นอกจากนี้ประชาชนชาวเบลเยียมยังนิยมดื่มน้ำแร่ ซึ่งน้ำแร่ที่มีชื่อเสียงมากที่สุดผลิตที่เมือง Spa

ประเภทหรือรูปแบบของสปา

องค์กรสปาระหว่างประเทศ (International Spa Association-ISPA) แบ่งประเภทของสปาเป็น 7 ประเภท ดังนี้

- น้ำพุร้อนสปา (Mineral Spring Spa) สปาที่มีบริการน้ำพุร้อนและบ่อน้ำแร่ เนื่องจากน้ำพุร้อนและน้ำแร่จะมีแร่ธาตุต่าง ๆ ที่สามารถลดอาการเจ็บป่วยบางชนิดได้ เช่น อาการปวดจากโรคไขข้อ เป็นต้น

- คลับสปา (Club spa) คือสปานขนาดเล็กที่มักจัดไว้เป็นส่วนหนึ่งของสถานบริการบริหารร่างกาย (Fitness) หรือศูนย์สุขภาพ (Health club) ให้ผู้ที่มาออกกำลังกายได้ผ่อนคลายความตึงเครียด

- โรงแรมและรีสอร์ทสปา (Hotel & Resort Spa) เน้นความเป็นสถานที่พักผ่อนและการนวดโดยเฉพาะ มีการจัดให้สถานที่ที่มีบรรยากาศดี ทิวทัศน์ภาพและภูมิทัศน์ที่สวยงาม ควบคู่ไปกับปรนนิบัติร่างกาย ผิวพรรณ และบำบัดความเครียดจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง

- เติสทินันสปา (Destination Spa) มีจุดมุ่งหมายเพื่อปรับหรือฟื้นฟูสุขภาพของผู้ใช้บริการให้ดีขึ้น เป็นสถานบริการสปาแบบองค์รวม มีบริการครบวงจร เช่นการนวดรูปแบบต่างๆ การสร้างสมดุล โดยอาศัยความร้อนและความเย็นของน้ำที่เรียกว่า วารีบำบัด และความเข้มงวดเรื่องโภชนาการ และอื่น ๆ

- เดย์สปา (Day Spa) เป็นสปาที่ไม่มีห้องพักค้างคืน ใช้ระยะเวลาสั้น ส่วนใหญ่เน้นเรื่องความสวยงามและผ่อนคลาย

- เมดิคอลสปา (Medical Spa) คือการนำธรรมชาติบำบัดมาผสมผสานกับวิทยาการทางการแพทย์ เป็นโปรแกรมการบำบัดรักษาและดูแลสุขภาพ โดยแพทย์และบุคคลที่เชี่ยวชาญเฉพาะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์เพื่อการเผยแพร่เพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ผู้ใดเห็นไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- โฮมสปา (Home Spa) คือการทำสปาเองที่บ้าน โดยการซื้ออุปกรณ์ที่จำเป็นและการเรียกใช้บริการลักษณะ Delivery ของสถานบริการสปาที่จะส่งพนักงานมาให้บริการถึงบ้าน

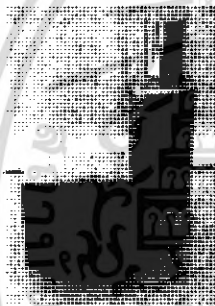
ผลิตภัณฑ์สปาเป็นสินค้าที่มีที่มาจากที่เกิดจากความต้องการบำบัดบำรุงผิวพรรณร่างกายของคนเรา ทำให้เกิดแนวความคิดที่ว่าสปาเป็นศูนย์รวมของธรรมชาติ ซึ่งจะช่วยปรับร่างกายและจิตใจให้เกิดความกลมเกลียวกัน เป็นช่วงเวลาสำหรับการเพิ่มพลังงานหลังเหน็ดเหนื่อยจากการทำงาน สปาเป็นวิธีหนึ่งในการผ่อนคลายอารมณ์ให้หลุดพ้นจากสังคมที่วุ่นวาย ผู้คนส่วนใหญ่ในปัจจุบันนี้จึงนิยมวิธีกำจัดความเครียดโดยวิธีทางของสปา หัวใจสำคัญในการก่อกำเนิดสปา คือ การสร้างผลลัพธ์ที่เกิดจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส เพื่อช่วยในการบำบัดร่างกายของคนเรา

1. รูป ในนี้ หมายถึง สิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบตัวเรา การตกแต่งสปา
2. รส รสชาติของการผ่อนคลาย ความสดชื่นจากน้ำสมุนไพร เพื่อการบำบัดภายในร่างกาย ที่สำคัญเพื่อเป็นการปรับอุณหภูมิ ลดอาการอ่อนเพลียและการชะลอการสูญเสียของร่างกาย
3. กลิ่น กลิ่นเป็นสิ่งที่มนุษย์จะสัมผัสได้รวดเร็ว เช่นเดียวกับภาพที่เห็นด้วยตา คือ การบำบัดด้วยกลิ่น จากน้ำมันหอมระเหย ได้จาก ดอกไม้-ต้นไม้ เป็นต้น ที่นำมาบำบัดอาการเจ็บป่วยซึ่งมีมาโบราณ กลิ่นจึงมีผลต่อจิตใจ-อารมณ์ และความรู้สึกของคนมาก โมเลกุลของกลิ่นหอมจะผ่านเข้าไปทางจมูกไปกระตุ้นเซลล์ประสาท รับความรู้สึกที่อยู่ภายในโพรงจมูก ทำให้เกิดกระแสประสาทวิ่งไปยังศูนย์รับกลิ่น แล้วส่งผ่านไปยังส่วนสมองที่เรียกว่า ลิมบิกซิสเต็ม (Limbic system) ซึ่งเป็นศูนย์ควบคุมการเรียนรู้ ความจำ อารมณ์ ความหิว และอารมณ์เพศ กลิ่นที่ใช้ในสปา ส่วนใหญ่เป็นกลิ่นธรรมชาติ การสูดกลิ่นน้ำมันหอมกลิ่นต่างๆ ก็ทำให้กลิ่นซึมเข้าสู่ผิวหนัง ของเราได้ด้วยสรรพคุณของกลิ่นจะทำให้เราผ่อนคลาย กระตือรือร้น หรือแม้แต่การลดน้ำหนัก ซึ่งขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของน้ำมันกลิ่นนั้นๆ บางทีแค่เข้าไปในสปาคุณก็ได้กลิ่นที่ผ่อนคลายแล้ว
4. เสียง เสียงมีผลต่อจิตใจของเราอย่างมาก จังหวะของเสียงเพลงจะมีผลต่อการเต้นของหัวใจ เลยไปถึงจังหวะเร็วๆเร้าใจ หัวใจคุณก็จะเต้นแรงไปด้วย การหายใจจะถี่ขึ้น ทำให้รู้สึกเหนื่อยได้
5. สัมผัส ในที่นี้ หมายถึง การนวด การนวดมีหลายอย่าง ตั้งแต่การนวดเพื่อผ่อนคลายกล้ามเนื้อ ตลอดจนการนวดเพื่อลดน้ำหนัก ทั้งนี้การนวดทุกประเภทจะช่วยกระตุ้นต่อมน้ำเหลืองให้ทำงานปกติ ทำให้เลือดหมุนเวียนดี และยังช่วยขจัดสารพิษออกจากร่างกายอีกด้วย การนวดไม่จำเป็นต้องนวดด้วยมือเท่านั้น นวดด้วยแรงนิ้วที่มีแรงดัน เช่น อ่างจากุซซี่ ทำให้ผ่อนคลายได้เช่นกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.1.2 ประวัติและความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

แต่เดิมตอนที่ เป็นโครงการอยู่ มีสินค้าที่มี brand อยู่อย่างเดียว คือ แม่พลอย ซึ่งเป็นสินค้าแปรรูปจากสมุนไพร หลังการที่มีการพัฒนาจนกลายมาเป็นศูนย์พัฒนาวัตถุคิสมุนไพรมแล้วทำให้มีศักยภาพที่จะเพิ่ม brand ในศูนย์ให้มีมากขึ้น โดยเล็งเห็นถึงความสำคัญของกระแสความนิยมธรรมชาติในขณะนี้ และเป็นการตอบสนองนโยบายรัฐบาลที่กำลังผลักดันสมุนไพรไทยและการแพทย์แผนไทยให้มีการพัฒนาไปเรื่อยๆจนไปสู่การพัฒนาแบบยั่งยืน จึงได้ทำการออก brand name ขึ้นมาใหม่ชื่อว่า " ไทยสปายะ " โดยเน้นตลาดสปาที่กำลังได้รับความนิยมในขณะนี้และต่อไปเรื่อยๆเพราะเป็นกระแสเกี่ยวกับสุขภาพที่มีความเกี่ยวข้องกับคนเรามาก และมีความสอดคล้องกับภูมิปัญญาของไทยเราในสมัยก่อน ในเรื่องการดูแลผิวพรรณที่มีจะนำสมุนไพรมาบำรุงผิวในสมัยก่อน ทำให้สินค้าที่ออกมาดีสอดคล้องทั้งกระแสและค่านิยมไทยในแบบเดิมๆได้อย่างลงตัว



ผลิตภัณฑ์แม่พลอย



ผลิตภัณฑ์ ไทยสปายะ

2.3.2 ลักษณะของผลิตภัณฑ์ และการใช้งาน

ลักษณะของสปาไทยเกิดจากการผสมผสานระหว่างความรู้ในเรื่องการบำบัดเพื่อการผ่อนคลายในแบบแผนของตำราการแพทย์แผนไทยโบราณในเรื่อง สปป่ายะ คือ วิทยาการดูแลสุขภาพและความงามแบบองค์รวมอย่างไทย ที่ผนวก หัตถบำบัดคือการนวด วารีบำบัดคือการรักษาโรคด้วยน้ำ สุคนธ์บำบัดหรือการบำบัดอารมณ์ด้วยกลิ่น และโภชนบำบัดหรือการดูแลสุขภาพด้วยการทานอาหาร เพื่อให้เกิดความสมดุลของธาตุทั้ง 4 ในร่างกาย โดยสามารถจำแนกผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองตามลักษณะการบำบัดได้ดังนี้

ชนิดของผลิตภัณฑ์	ลักษณะทางกายภาพ	การใช้งาน	ปัจจัยที่ทำให้สินค้าเสื่อม
1. โคลนขัดผิวหน้า	- เป็นเนื้อทรายที่มีการ	- ใช้หลังจากล้างหน้าเสร็จ	- แสงแดดทำให้สีเปลี่ยน

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	เกาะตัวกันอยู่	แล้ว ทาทั่วใบหน้า แล้ว ขัดเบาๆ	
2. โคลนพอกหน้า	- มีลักษณะเป็นเนื้อครีมที่ มีความละเอียด มีการเกาะ ตัวกัน	- ใช้หลังจากล้างหน้าเสร็จ แล้ว ทาทั่วใบหน้า พอก ทิ้งไว้สักครู่	- ความชื้นในอากาศ - แรงกระแทก
ชนิดของผลิตภัณฑ์	ลักษณะทางกายภาพ	การใช้งาน	ปัจจัยที่ทำให้สินค้าเสื่อม
4. สบู่ใบไม้	เป็นแผ่น มีรูปร่างเหมือน ใบไม้	ใช้ทำความสะอาดผิวหนัง ข้างในมีใยของใบไม้ช่วย ช่วยในการขัด ทำความ สะอาด	- แรงกระแทก
5. น้ำมันบำรุงผิวหน้า	เป็นของเหลว	ใช้วนบริเวณผิวหนังทา ให้ทั่วขณะหน้าเปียก	- แสงแดดทำให้สีเปลี่ยน
6. เจลบำรุง	ลักษณะเป็นของเหลวใส มีความหนืด	ใช้หลังจากทำความสะอาด ผิวหนังแล้ว วนบริเวณหน้าให้ทั่ว	- แสงแดดทำให้สีเปลี่ยน
7. ลูกประคบหน้า	เป็นห่อผ้าภายในมี สมุนไพรแห้งหลายชนิด บรรจุอยู่	นำลูกประคบไปในนึ่งไอน้ำ น้ำ เสร็จแล้วเริ่มประคบ จากบริเวณ หน้าผาก ไล่ ขึ้นไป เป็นจุดที่หนึ่ง กด ทิ้งไว้แต่ละจุดจุดละ 10 วินาที	- ความชื้น
ชนิดของผลิตภัณฑ์	ลักษณะทางกายภาพ	การใช้งาน	ปัจจัยที่ทำให้สินค้าเสื่อม
8. โคลนขัดผิว	เป็นเนื้อทรายที่มีการเกาะ ตัวกันอยู่	ใช้ขัดผิวขณะตัวเปียก	- แสงแดดทำให้สีเปลี่ยน
9. โคลนพอกผิว	มีลักษณะเป็นเนื้อแป้งที่ เกาะตัวกันเป็นเมสึด	ผสมน้ำหรือนมสดแล้ว พอกทิ้งไว้สักครู่แล้วล้าง ออก	- ความชื้น
10. สบู่ก้อน	เป็นก้อน มีลักษณะเนื้อ ทราย	ใช้ทำความสะอาดผิว	- แรงกระแทก
11. น้ำเข้าอบสมุนไพร	เป็นของเหลว, มีกลิ่น	ใช้ผสมน้ำ เพื่อแช่ตัว	- แสงแดดทำให้สีเปลี่ยน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานานาชาติ ไม่อนุญาตให้เผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตจากทางมหาวิทยาลัย

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

12. น้ำมันนวด	เป็นของเหลว มีกลิ่น มีความหนืดเล็กน้อย	ทาถูบริเวณที่ต้องการจะนวด	- แสงแดดทำให้สีเปลี่ยน
13. สมุนไพรอบไอน้ำ	เป็นใบสมุนไพรอบแห้ง	ใส่ลงในหม้ออบ	- แรงกระแทก - ความชื้น
14. ลูกประคบตัว	เป็นผ้าห่อด้วยสมุนไพร	นำลูกประคบไปนึ่งไอน้ำ เสร็จแล้วเริ่มประคบจากบริเวณ หน้าผาก ไล่ขึ้นไป เป็นจุดที่หนึ่ง กดทิ้งไว้แต่ละจุดจุดละ 10 วินาที	- ความชื้น
15. โคลนขัดเท้า	มีลักษณะเป็นเนื้อแป้งที่เกาะตัวกันเป็นเมสส์	ใช้ขัดผิวขณะตัวเปียก	- แสงแดดทำให้สีเปลี่ยน
ชนิดของผลิตภัณฑ์	ลักษณะทางกายภาพ	การใช้งาน	คุณสมบัติ
16. โคลนทอกเท้า	มีลักษณะเป็นเนื้อแป้งที่เกาะตัวกันเป็นเมสส์	ผสมน้ำหรือนมสดแล้ว ทอกทิ้งไว้สักครู่	- แรงกระแทก - ความชื้น
17. น้ำสมุนไพรแช่เท้า	เป็นของเหลว	ใช้ผสมน้ำ เพื่อแช่เท้า	- แสงแดดทำให้สีเปลี่ยน
18. ขี้ผึ้งน้ำมัน	มีลักษณะเป็นเนื้อขี้ผึ้งเกาะตัวกันอย่างเหนียวแน่น	สำหรับทาถูนวด	- แสงแดดทำให้สีเปลี่ยน
19. ลูกประคบเท้า	เป็นห่อผ้าภายในมีสมุนไพรแห้งหลายชนิดบรรจุอยู่	นำลูกประคบไปนึ่งไอน้ำ เสร็จแล้วเริ่มประคบจากบริเวณ หน้าผาก ไล่ขึ้นไป เป็นจุดที่หนึ่ง กดทิ้งไว้แต่ละจุดจุดละ 10 วินาที	- กระตุ้นการไหลเวียนของเลือด - เพื่อลดและบรรเทาอาการปวด เคล็ดขัดยอก
20. เครื่องคัมซาสมุนไพร	เป็นใบชาแห้ง บรรจุอยู่ในซอง	นำถุงใบชาใส่ในแก้วที่มีน้ำร้อนแล้วคัม	- แสงแดดทำให้สีเปลี่ยน - ความชื้น
21. เครื่องคัมสมุนไพรชนิดชง	เป็นผงสมุนไพรพร้อมชงคัม	นำไปผสมกับน้ำร้อนเพื่อคัม	- แสงแดดทำให้สีเปลี่ยน - ความชื้น

2.3.3 วัตถุประสงค์ เจือนไข และความจำเป็นในการมีบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการออกแบบ

1. ผลิตภัณฑ์ประเภทขัด

ความต้องการของผลิตภัณฑ์ต่อบรรจุภัณฑ์

- สินค้ามีลักษณะเป็นเนื้อทรายที่เกาะตัวกัน ต้องการความสะดวกในการนำสินค้าออกมาใช้งาน

- ใช้งานในขณะที่ร่างกายเปียก ต้องการความสะดวกในการจับถือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- เป็นสินค้าที่ใช้ในห้องน้ำ

2. ผลิตภัณฑ์ประเภทพอก

ความต้องการของผลิตภัณฑ์ต่อบรรจุภัณฑ์

- สินค้ามีลักษณะเป็นแข็งที่มีการเกาะตัวกันอยู่ และมีกลิ่น ต้องการการป้องกันการรบกวนจากแมลงภายนอก และความชื้นจากอากาศ
- ในการใช้งานจะต้องนำไปผสมน้ำก่อน ต้องการความสะดวกในเรื่องการควบคุมปริมาณและการใช้งาน

3. ผลิตภัณฑ์ประเภททำความสะอาด

ความต้องการของผลิตภัณฑ์ต่อบรรจุภัณฑ์

- ป้องกันการกระแทกขณะขนส่งได้
- ช่วยส่งเสริมการใช้งาน

3. ผลิตภัณฑ์ประเภทแช่, นวด

ความต้องการของผลิตภัณฑ์ต่อบรรจุภัณฑ์

- สินค้ามีความไวต่อแสง ต้องการการป้องกันแสงแดดได้
- ป้องกันการรั่วซึมขณะขนส่งได้
- ช่วยอำนวยความสะดวกในการควบคุมและใช้งานได้ดี

4. ผลิตภัณฑ์ประเภททอ, ประคบ

ความต้องการของผลิตภัณฑ์ต่อบรรจุภัณฑ์

- ป้องกันการกระแทกได้
- ช่วยเก็บรักษาผลิตภัณฑ์หลังใช้งานได้

5. ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ

ความต้องการของผลิตภัณฑ์ต่อบรรจุภัณฑ์

- ป้องกันการกระแทกได้
- สะดวกในการหยิบออกมาใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 ข้อมูลทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

2.4.1 ข้อมูลทั่วไปทางการตลาด

2.4.1.1 สถานะการณ์ทั่วไป

ในปัจจุบันกระแสความนิยมธรรมชาติกำลังได้รับความนิยมอย่างสูง ทำให้สินค้าประเภทที่มีส่วนผสมของธรรมชาติออกมาเป็นจำนวนมาก และได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี สินค้าสปาที่เป็นหนึ่งในกระแสนี้ด้วยเช่นกัน เกิดกระแสธุรกิจสปาเกิดขึ้นในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้ตลาดในประเทศขยายตัวปีละไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20-30 ซึ่งธุรกิจเหล่านี้ยังมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก และมีการคาดการณ์ว่าตลาดในปีต่อไปจะมีการแข่งขันกันสูงขึ้น เพราะจะมีการเข้ามาของสินค้าจากต่างประเทศอีกมาก ทางผู้ผลิตจึงต้องทำการพัฒนารูปแบบของสินค้าอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้สามารถแข่งขันกับตราสินค้าอื่น ๆ ที่กำลังจะเกิดขึ้นอีกมาก ได้

หน่วย : ล้านบาท

เครื่องใช้สปา	2544	2545	2546	2547M
มูลค่าตลาดสปา 1/	3,000	3,600	5,000	7,300
อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)	NA	20	38.9	46
การส่งออกสมุนไพร 2/	134.3	110	71.3	60
อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)	6.2	-18.1	-35.2	-15.8
การส่งออกสารสกัดจากสมุนไพร 2/	380.6	293.9	332.5	380
อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)	7.9	-22.8	13.1	14.3

หมายเหตุ : 1/ รวมรวมและประมาณการโดยสำนักงานวิจัยธุรกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย

2/ ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

3/ ประมาณการโดยสำนักงานวิจัยธุรกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย

นอกจากนี้ยังมีการจัดงานแสดงถึงศักยภาพของสปาเป็นจำนวนมากในแต่ละปี ปัจจัยสนับสนุนตลาดขยายตัว

1. กระแสความสนใจในเรื่องสุขภาพ (Health&Fitness) การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันมาสนใจในเรื่องสุขภาพมากขึ้น โดยหันมาสนใจในเรื่องการออกกำลังกาย และคุณค่าทางโภชนาการของอาหารที่รับประทาน ซึ่งส่งผลให้ปริมาณการบริโภคผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในประเทศทางตะวันตก เนื่องจากสมุนไพรจัดเป็นส่วนประกอบสำคัญของการบริโภคเพื่อสุขภาพ

2. ค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลสูงขึ้น (High Cost of Health Care) ปัจจุบันกระแสความสนใจในเรื่องการป้องกันและรักษาสุขภาพให้แข็งแรงนับว่าเป็นทางเลือกของผู้บริโภคยุคใหม่ เนื่องจากช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลได้เป็นอย่างมาก นอกจากนี้ การเลือกบริโภคอาหารเสริมสุขภาพหรือเครื่องสำอางค์ที่ผลิตจากสมุนไพรก็เป็นการหลีกเลี่ยงการบริโภคสารสังเคราะห์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. กระแสความใส่ใจในสิ่งแวดล้อม (Environmental Concerns) ปัจจุบันกระแสความใส่ใจในสิ่งแวดล้อม และความต้องการอาหารที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ และปราศจากการปนเปื้อนของสารเคมีกำลังเป็นกระแสที่ขึ้นนำตลาดผลิตภัณฑ์ต่างๆ ส่งผลให้บริษัทผู้ผลิตอาหารและยาต้องหันมาค้นคว้าวิจัยในการใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติมากขึ้น โดยเฉพาะการค้นคว้าวัตถุดิบจากพืช (Plant-based Products) มากกว่าการใช้วัตถุดิบจากสัตว์และสารสังเคราะห์ เนื่องจากสินค้าที่ใช้วัตถุดิบจากพืชนั้นมีแนวโน้มว่าจะได้รับการยอมรับจากตลาดมากขึ้น ซึ่งอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบอย่างชัดเจนคือ อุตสาหกรรมเครื่องสำอาง โดยผู้บริโภคให้ความสนใจเครื่องสำอางสมุนไพรมากขึ้น

4. การยอมรับแนวความคิดอาหารมีคุณค่าในเชิงการบำบัดโรค (Increasing Global Acceptance That Food Has Therapeutic Value) ในปัจจุบันหลายประเทศหันมาตระหนักถึงบทบาทสำคัญของสมุนไพรที่เป็นมากกว่าการปรุงรสให้อาหารอร่อย แต่สมุนไพรมีส่วนทำให้อาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการมากขึ้น ซึ่งช่วยส่งเสริมสุขภาพอนามัยและมีประโยชน์ทางการบำบัดโรค

2.4.1.2 แนวโน้มของตลาด

จากการเติบโตของตลาดที่กำลังจะถึงจุดอิ่มตัว ทำให้เกิดตราสินค้าใหม่ขึ้นมาเรื่อยๆ เกิดภาวะการแข่งขันในตลาดสูงมาก ทำให้ตราสินค้าหลายๆ แห่งกำลังจะปิดตัวลงเพราะสภาวะนี้ จึงเกิดการคาดการณ์ว่า แนวโน้มของตลาดในอนาคตมีเงื่อนไขอยู่ในเกณฑ์ที่ผู้บริโภคยอมรับได้ และผู้บริโภคเชื่อถือในมาตรฐานการผลิตและคุณภาพของผลิตภัณฑ์สมุนไพร เป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ผลิตในประเทศที่มีการรับรองมาตรฐานมาจากหน่วยงานของราชการ ส่วนผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่นำเข้ามา ซึ่งมีแนวโน้มว่าราคาจะอยู่ในเกณฑ์สูงกว่าผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศ น่าจะมีปัญหาในเรื่องการผลักดันยอดขาย เนื่องจากผู้บริโภคยังเน้นในเรื่องการประหยัดค่าใช้จ่ายในช่วงภาวะเศรษฐกิจที่ยังไม่ฟื้นตัว

ปัจจัยหนุนแนวโน้มให้การขยายตลาดประสบความสำเร็จ

1. การเปลี่ยนแปลงลักษณะของผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการต้องสามารถเปลี่ยนโฉมหน้าผลิตภัณฑ์ให้ต่างไปจากรูปแบบเดิมๆ และสินค้าที่มีบรรจุภัณฑ์ และมาตรฐานการผลิตเช่นเดียวกันกับที่มีวางจำหน่ายในตลาด นั่นคือ การจับจุดอ่อนของตลาดแล้วนำมาสร้างเป็นจุดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดความรู้สึกสะอาดปลอดภัยสำหรับผู้บริโภคมากกว่ารูปแบบเดิมๆ

2. การใช้วิชาการนำหน้าการตลาด การออกบทความเผยแพร่ตามสื่อต่างๆ เพื่อให้ความรู้แก่ผู้บริโภคเมื่อต้องการส่งเสริมการจำหน่ายในผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ โดยกล่าวถึงสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ ข้อมูลที่เผยแพร่ต้องมีหลักฐานสามารถอ้างอิงโดยมีงานวิจัยเชิงวิชาการอยู่เบื้องหลัง ซึ่งจะเป็นการสร้างที่น่าเชื่อถือให้กับผู้บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่มา: ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย สำนักงานวิจัยธุรกิจ บมจ. ธนาคารกรุงไทย

2.4.2 ลักษณะการจำหน่าย การตั้งแสดงสินค้า และการขนส่งสินค้า

ลักษณะการจัดจำหน่ายสินค้า

ในการวางจำหน่ายสินค้านั้น จะเป็นการวางในร้านของศูนย์,ร้านเครือข่ายของสถาบันการแพทย์แพทยแผนไทย,ร้านเพื่อสุขภาพทั่วไปและร้านสปาทั่วไป และในอนาคตสถาบันการแพทย์แผนไทยจะมีการขยายโรงพยาบาลแพทย์ไทย โดยจัดตั้งให้อยู่ในจังหวัดใหญ่ๆ ใน 4 ภูมิภาคของไทย

ลักษณะการวางขายจำหน่ายในแต่ละที่นั้น ยังขาดมีพนักงานขายผู้เชี่ยวชาญคอยช่วยเหลืออธิบายคุณสมบัติและลักษณะการใช้งานของผลิตภัณฑ์เพื่อให้ความเข้าใจแก่ผู้บริโภค ดังนั้นจึงต้องการการออกแบบที่มีลักษณะเป็นเอกลักษณ์ ง่ายต่อการจดจำ และยังระบุสรรพคุณและการใช้งานที่ดีและเด่นชัด

การตั้งแสดงสินค้า

ลักษณะการตั้งแสดงสินค้านั้นยังอยู่ในการตั้งตามชั้นวางของร้านที่วางขายทั่วไป และมีการออกงานแสดงสินค้าอยู่เป็นประจำ

- งานสมุนไพรไทย



- งานสปาเอนด์บิวตี้

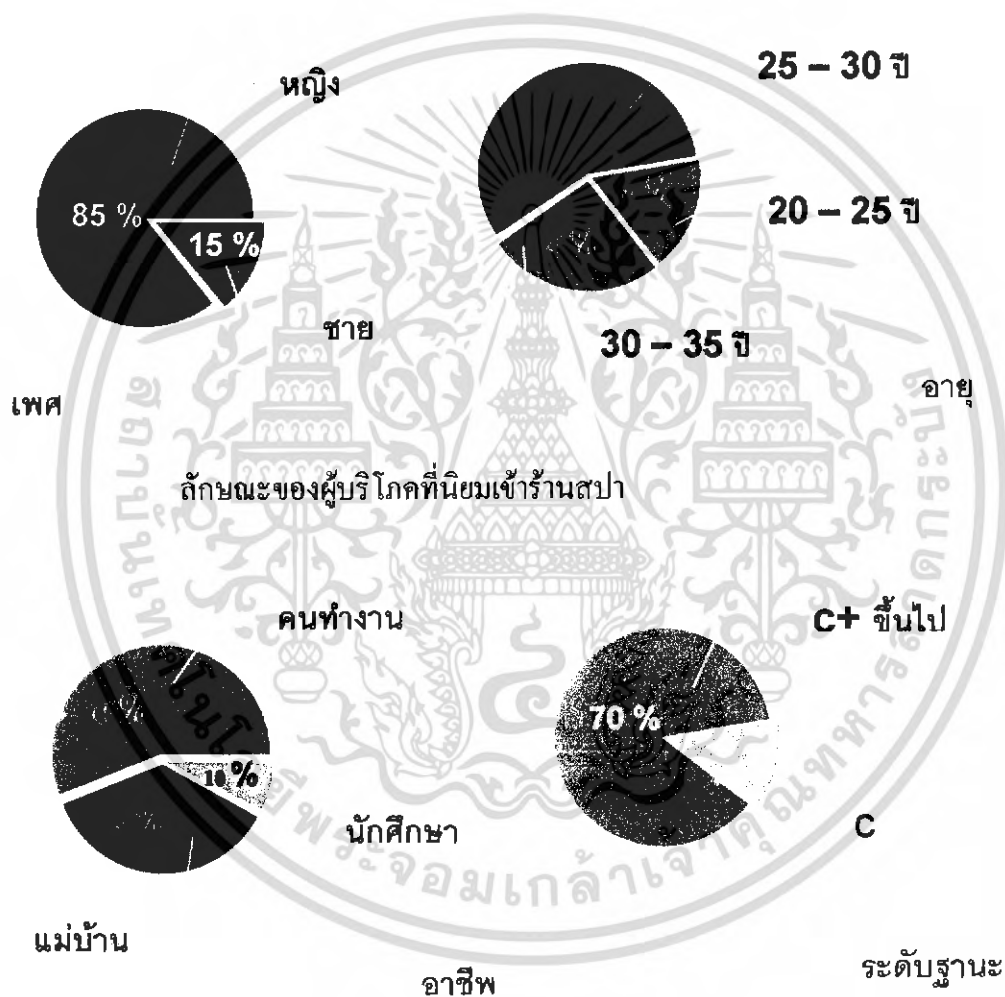


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

2.5.1 วิเคราะห์ข้อมูลด้านจิตวิทยาของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

ลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย



*ที่มา - บทความเรื่อง ทิศทางของสปาไทย www.businesssiam.com

- บทความเรื่อง สปาไทย www.siam.com

จากการสำรวจผู้มาใช้บริการในธุรกิจร้านสปา จะพบว่ากลุ่มคนส่วนใหญ่ที่นิยมการเข้าร้านสปามักจะอยู่ในช่วงอายุ 25 – 35 ปี แต่ในช่วงอายุ 20 – 25 ปี กลับมีความสนใจน้อยมากซึ่งจากการสอบถามมีความเห็นส่วนใหญ่ว่า ร้านสปาที่มีราคาสูงเกินไปจึงทำให้ไม่นิยมที่จะเข้าร้านสปา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และในช่วง 35 – 45 มีก็มีความเป็นไปได้ว่าไม่มีความต้องการที่จะเข้าร้านสปาเพราะคิดว่าสิ้นเปลือง และอยู่ในวัยที่คิดว่าไม่ต้องการการบำรุงผิวพรรณที่ไม่จำเป็น

จากการสำรวจนี้ทำให้พบเห็นช่องว่างในตลาดธุรกิจสปา ร้าน เพื่อให้สินค้าที่เรียกว่าโฮมสปาได้เป็นทางเลือกแก่ผู้บริโภคในกลุ่ม 20-25 ปี เพราะจากการสำรวจความคิดเห็นแล้วผู้บริโภคมักคิดว่า สินค้าที่มีลักษณะ โฮมสปาจะมีความคุ้มค่าในการบริโภคมากกว่า ซึ่งผลิตภัณฑ์ในโครงการก็เป็นสินค้าโฮมสปาด้วย ดังนั้นเพื่อเป็นการขยายกลุ่มเป้าหมายให้มีขนาดใหญ่ขึ้น จึงวางกลุ่มเป้าหมายโดยให้สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ในโครงการไว้ดังนี้

- ลักษณะทางกายภาพ (Demographic)

เพศ : ทั้งเพศชายและหญิง แต่เน้นทางเพศหญิงมากกว่า เนื่องจากเพศหญิงมักจะเอาใจใส่ต่อผิวพรรณและสุขภาพมากกว่าเพศชาย

อายุ : 20 – 30 ปี เป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก 30 – 35 ปี เป็นกลุ่มเป้าหมายรอง

ระดับฐานะ : มีฐานะในระดับ c+ ขึ้นไป

อาชีพ : แบ่งออกเป็น

- วิทยาลัยศึกษา
- เป็นวัยทำงาน
- เป็นแม่บ้าน มีครอบครัว

- ลักษณะทางจิตวิทยา (Psychographic)

ลักษณะการใช้ชีวิต

- วิถีชีวิต มีชีวิตประจำวันที่เร่งรีบและวุ่นวาย จะเจอสภาพความเครียดเป็นประจำ
- ลักษณะการดำรงชีวิต จากภาระงานที่หนักและการแข่งขันกันสูง ทำให้เกิดพฤติกรรมความต้องการการเป็นส่วนตัวมากขึ้น
- การใช้เวลาว่าง มักใช้เวลาว่างไปกับการดูแลสุขภาพตัวเอง

บุคลิกและลักษณะนิสัย

- เป็นคนรุ่นใหม่ มีทัศนคติที่ดีต่อสินค้าไทย
- ติดตามข่าวสารต่างๆ ปรับตัวและตอบรับสิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ
- ใส่ใจในเรื่องสุขภาพและการบำบัดด้วยตัวเอง
- มีความรู้ ความเข้าใจและความสนใจในการใช้สมุนไพรไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.2 วิเคราะห์การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป้าหมาย

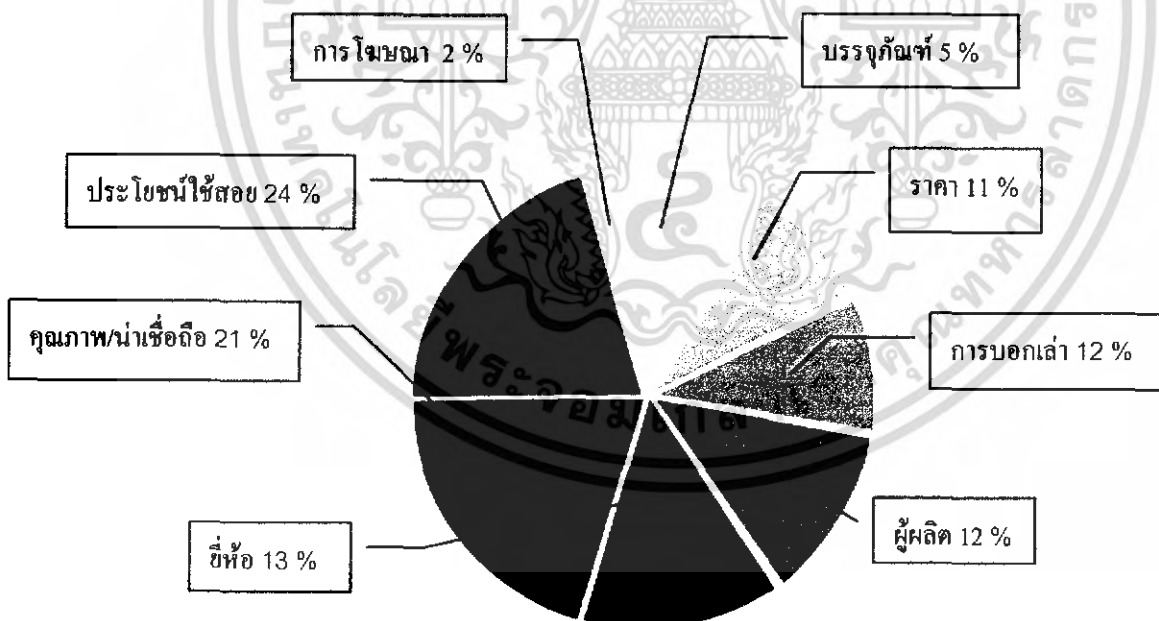
2.5.2.1 ลักษณะพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อของกลุ่มเป้าหมาย

ลักษณะและทัศนคติการบริโภค

กลุ่มเป้าหมายที่กำหนดมานี้ เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่กำลังสำคัญทางเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งเป็นกลุ่มบุคคลที่เกิดในช่วงที่เศรษฐกิจขยายตัว และเปิดกว้างในทุกๆด้านไม่ว่าจะเป็นเรื่องข่าวสาร และเทคโนโลยีใหม่และมีความนิยมที่สำคัญดังนี้

1. เป็นกลุ่มคนที่มีความสนใจหลากหลาย จึงจำเป็นต้องเฉลี่ยความต้องการออกไป โดยเลือกซื้อสินค้าจากแบรนด์ที่ราคาถูกลง แต่มีเอกลักษณ์เด่นชัด
2. ใช้เงินอย่างมีเหตุผล ไม่ฟุ้งเฟ้อ
3. ไม่มุงมายที่จะเลือกซื้อแบรนด์สินค้าจากต่างประเทศ โดยใส่ใจในรูปแบบและความประณีตของสินค้ามากกว่า
4. แบรนด์ที่จะเข้าใจได้จะต้องสะท้อนบุคลิกภาพได้อย่างชัดเจน
5. สินค้าที่กลุ่มเป้าหมายนี้จะยอมเสียเงินจำนวนมากซื้อคือ สินค้าประเภทที่เกี่ยวกับร่างกายและความสวยงาม

ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ



กราฟแสดงปัจจัยที่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายใช้ในการตัดสินใจเลือก

สรุปทัศนคติและพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

- ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย มีการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์โดยเลือกจากคุณประโยชน์เป็นหลัก เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ต้องอยู่ภายใต้ความน่าเชื่อถือเป็นหลักเหมือนกัน ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- มีความต้องการความสะดวกในการใช้สอยที่น่าสนใจ เพราะเป็นผลิตภัณฑ์เป็นสินค้าที่มีความยุ่งยากในการใช้งานเป็นลำดับขั้นไป

2.5.3 สรุปเงื่อนไขความต้องการของผู้บริโภคที่มีผลต่อการออกแบบ ความคาดหวังในตัวบรรจุภัณฑ์

1. สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ภายในได้ว่าเป็นอย่างไร
2. สามารถทราบถึงประโยชน์ที่มีอยู่ในผลิตภัณฑ์ได้อย่างสะดวก
3. ทราบถึงชนิดและสรรพคุณได้อย่างชัดเจน
4. บรรจุภัณฑ์สามารถสื่อถึงลักษณะของผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน
5. สามารถแยกประเภทของผลิตภัณฑ์เพื่อไม่ให้เกิดความสับสนในขณะซื้อและใช้งานได้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6 ข้อมูลและผลการวิเคราะห์ด้านวัสดุ และกรรมวิธีการผลิต

2.6.1 เงื่อนไขความต้องการด้านการผลิต

ในการผลิตสินค้าของศูนย์กลางวัตถุดิบสมุนไพร นั้นหลังจากที่ได้รับซื้อสมุนไพรจากเกษตรกรมาแล้ว ก็ได้มีการดำเนินการผลิตสินค้าโดยแบ่งตามลักษณะของสินค้าดังนี้

1. ขั้นตอนการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทพอก ได้แก่ โคลนพอกหน้า โคลนพอกตัว โคลนพอกเท้า

เตรียมวัตถุดิบ
- ใพล ขมิ้น โคลนสมุนไพร

นำวัตถุดิบที่ได้ไปหมักกับ น้ำผึ้งและน้ำมันเกสรบัวหลวง ประมาณ 10 วัน

นำมาอบให้แห้งสนิท

บรรจุลงบรรจุภัณฑ์

2. ขั้นตอนการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทขัด ได้แก่ โคลนขัดหน้า โคลนขัดตัว โคลนขัดเท้า

- โคลนขัดหน้า

เตรียมวัตถุดิบ
- ใพล ขมิ้น โคลนสมุนไพร

นำมาผสมกับ น้ำผึ้ง หรือ น้ำมะขาม และ
น้ำมันเกสรบัวหลวง จนเป็นเนื้อเดียวกัน

นำส่วนผสมที่ได้ ตั้งไฟกวนจนเหนียว

บรรจุลงบรรจุภัณฑ์

- โคลนขี้ดัว ขี้ดเห่า

เตรียมวัตถุดิบ

- ไขมัน โคโลนสมุนไพร เกลือบริสุทธิ์ น้ำสมุนไพร

นำวัตถุดิบมาผสมกับ น้ำมันเกสรบัวหลวง
จนเป็นเนื้อเดียวกัน

นำส่วนผสมไปหมัก ประมาณ 10 วัน

บรรจุลงบรรจุภัณฑ์

3. ขั้นตอนการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภททำความสะอาด ได้แก่ สบู่สมุนไพร สบู่ใบไม้

- สบู่สมุนไพร

- สบู่ใบไม้

เตรียมวัตถุดิบ

- หัวสบู่ สบู่สมุนไพร(ไขมัน หรือ ทองहनขี้ผึ้ง หรือชาเขียว) ไขมันยางพารา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นำหัวสมุนไพรเขียวไฟอ่อนๆแล้วใส่สมุนไพรที่ต้องการลงไป แต่งกลิ่นและสีตามต้องการ

นำมาตั้งไฟอ่อนๆเพื่อให้สมุนไพรหลวตลอคเวลา จากนั้นคีบใบไม้มาชุบ

นำไปตากให้แห้งสนิทประมาณ 2 – 3 นาที

บรรจุลงบรรจุภัณฑ์

4. ขั้นตอนการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำมันนวด,น้ำแช่ ได้แก่ น้ำมันบำรุงผิวหน้า น้ำแช่อาบ น้ำแช่เท้า น้ำมันนวด

เตรียมวัตถุดิบ

- โพล ขมิ้น น้ำมันสมุนไพรที่ต้องการเป็นส่วนผสมหลัก

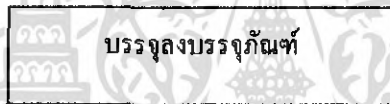
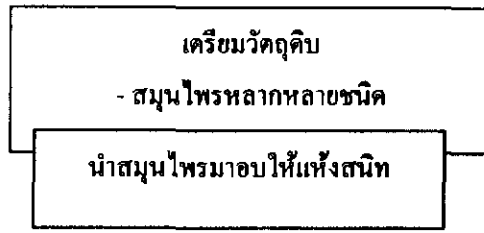
นำมาแช่ด้วยกันไว้จนถึงเวลาของสมุนไพรแต่ละชนิด

นำมาผสมตามแต่ละชนิดของผลิตภัณฑ์ เช่น น้ำแช่จะนำน้ำบริสุทธิ์มาผสม

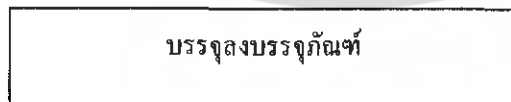
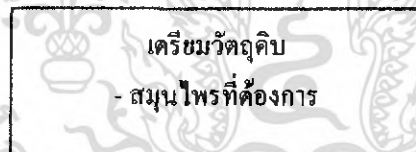
นำมากรองให้สะอาด

บรรจุลงบรรจุภัณฑ์

5. ขั้นตอนการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทประคบ,อบสมุนไพร ได้แก่ ลูกประคบ สมุนไพรอบไอน้ำ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



6. ขั้นตอนการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องคั้นเพื่อสุขภาพ



2.6.2 วัสดุและกรรมวิธีการผลิตที่เกี่ยวข้อง

วัสดุและกรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก

1. โพลีเอทิลีน (Polyethylene-PE)

PE นับเป็นพลาสติกที่นิยมใช้กันมากที่สุด และยังมีราคาถูก ทั้งนี้สืบเนื่องมาจาก PE มีจุดหลอมเหลวต่ำเมื่อเทียบกับพลาสติกอื่นๆทำให้มีต้นทุนในการผลิตต่ำ

นอกจากนี้ยังเป็นเอกลักษณ์ที่แข็งแรงทนทานต่อการขีดข่วน และเมื่อผู้ผลิตได้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

PE แบ่งเป็น 3 ประเภท ตามความหนาแน่น คือ

1. โพลีเอทิลีนความหนาแน่นต่ำ (Low Density Polyethylene หรือ LDPE)

ความหนาแน่น 0.910 – 0.925 กรัมต่อลูกบาศก์เซนติเมตร

2. โพลีเอทิลีนความหนาแน่นปานกลาง (Medium Density Polyethylene หรือ MDPE)

ความหนาแน่น 0.926 – 0.940 กรัมต่อลูกบาศก์เซนติเมตร

3. โพลีเอทิลีนความหนาแน่นสูง (High Density Polyethylene หรือ HDPE)

ความหนาแน่น 0.941 – 0.965 กรัมต่อลูกบาศก์เซนติเมตร

LDPE เป็นพลาสติกที่ใช้กันแพร่หลาย มีชื่อสามัญว่า ถุงเย็น มักใช้ทำถุงฟิล์มหัดและฟิล์มยืด ขวดน้ำดื่ม และฝาขวด เป็นต้น เนื่องจากสามารถขึ้นตัวได้ดี ข้อเสียของ LDPE คือ ไขมันสามารถซึมผ่านได้ง่าย แต่จะทนต่อกรดและด่างต่างๆ ไป นอกจากนี้ LDPE ยังมีคุณสมบัติในการดึงดูดฝุ่นละอองในอากาศ ทำให้มักมีฝุ่นละอองเกาะตามผิวของบรรจุภัณฑ์ที่ทำด้วย LDPE เมื่อตั้งทิ้งไว้นานๆ

LLDPE นิยมใช้เป็นชั้นป้องกันความชื้น โดยมักใช้ในการเคลือบผิว แต่ด้วยจุดอ่อนของ LLDPE ที่มีความหยุ่นของเนื้อพลาสติกมากกว่า LDPE นั้น จึงนิยมผสมเม็ดพลาสติกทั้ง 2 ชนิดเข้าด้วยกันได้พลาสติกชนิดใหม่ที่มีความหนาแน่นสูง นั่นก็คือ HDPE ซึ่งโดยมากจะใช้เป่าขวด เนื่องจากเป็นพลาสติกที่มีความเหนียวและสามารถทนต่อการซึมผ่านได้ดีกว่า

การใช้ HDPE มาแทนที่ LDPE นั้น ทำให้สามารถลดน้ำหนักของขวดลงได้มากกว่า 40 % เนื่องจากสามารถเป่าขวดที่มีผิวบางกว่าได้ นอกจากนี้ HDPE ยังสามารถใช้เป่าเป็นฟิล์ม หรือทำเป็นถาดที่ไม่ต้องการความใสมากนักอีกด้วย

2. โพลีโพรพิลีน (Polypropylene-PP)

PP มักจะรู้จักกันในนามของถุงร้อน มีความใสและสามารถป้องกันความชื้นได้ดี มากกว่าครึ่งของ PP ถูกใช้ไปในรูปของฟิล์ม อย่างไรก็ตาม คุณสมบัติการป้องกันการอากาศซึมผ่านของ PP นั้น ยังด้อยกว่าพลาสติกชนิดอื่น เนื่องจากอุณหภูมิในการหลอมละลายนั้นอยู่ในช่วงสั้น ซึ่งทำให้ PP เชื่อมติดได้ยาก นอกจากนี้ คุณสมบัติเด่นอีกประการของ PP คือ มีจุดหลอมเหลวสูง ทำให้สามารถใช้เป็นบรรจุภัณฑ์อาหารสำหรับการบรรจุในขณะที่ยังร้อนได้อีกด้วย

3. โพลีเอทิลีน เทเรฟทาเลต (Polypropylene Terephthalate-PET)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

PET มีคุณสมบัติที่เด่นในด้านความใสแวววับ ทำให้ได้รับความนิยมในการบรรจุน้ำมันพืชและน้ำดื่ม PET ในรูปของฟิล์มนั้นมีคุณสมบัติการป้องกันการซึมผ่านของอากาศได้ดี จึงมีการนำไปทำเป็นของสำหรับบรรจุอาหารที่มีความไวต่อก๊าซ เช่น อาหารขบเคี้ยว เป็นต้น ฟิล์ม PET ยังทนต่อการขีดข่วนและแรงกระแทกเสียดสีได้ดี จุดหลอมเหลวสูง แต่มีข้อด้อย คือ ไม่มาสารลดปริมาตรได้ด้วยความร้อนและเปิดฉีกยาก ในแง่ของสิ่งแวดล้อม PET เป็นหนึ่งในพลาสติกเพียงไม่กี่ประเภท ที่สามารถเปลี่ยนกลับมาเป็นพลาสติกที่เป็นโมโนเมอร์ (Monomer) และทำการผลิตใหม่ได้ วัสดุ PET มีคุณภาพที่ดีและมีมูลค่าค่อนข้างสูง สามารถนำกลับมาใช้ใหม่เพื่อผลิตสินค้าประเภทอื่นได้

4. โพลีไวนิลคลอไรด์ (Polyvinylchloride-PVC)

PVC เป็นพลาสติกที่สามารถแปรเปลี่ยนคุณสมบัติได้ ทำให้ PVC นิยมใช้ในอุตสาหกรรมประเภทอื่น ๆ มากกว่าอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ แม้ครั้งหนึ่งจะเคยมีข่าวการเลิกใช้ PVC ในบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากมีสารตกค้างของไวนิลคลอไรด์ ซึ่งอาจก่อให้เกิดมะเร็งในตับได้ แต่ด้วยวิวัฒนาการด้านเทคโนโลยีการผลิตในปัจจุบัน ทำให้สามารถผลิต PVC ที่มีไวนิลคลอไรด์ตกค้างได้น้อย การผลิตฟิล์ม PVC นั้นจะยากกว่าฟิล์ม PE หรือ PP จุดเด่นของฟิล์ม PVC คือ ทนต่อน้ำมัน และสามารถป้องกันกลิ่นได้ดี ใส แข็งแรงรวมทั้งทนทานต่อการเสียดสี ความต้านทานของการซึมผ่านของความร้อนอยู่ในระดับปานกลาง อุณหภูมิการใช้งานของ PVC ไม่เกิน 90 องศาเซลเซียส และที่อุณหภูมิเกินกว่า 137 องศาเซลเซียส จะเริ่มเปลี่ยนคุณสมบัติ PVC มักใช้กับบรรจุภัณฑ์แบบการ์ดประเภท บลิสเตอร์ แพ็ค (Blister Pack) เนื่องจากความใสและเหนียว

5. โพลิสไตรีน (Polystyrene-PS)

PS พลาสติกจำพวก PS ใช้ผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์ โดยการอัดขึ้นรูปด้วยความร้อนเป็นรูปถ้วย รูปถาด ในกรณีที่มีการเติมสารฟองตัว PS จะสามารถผลิตออกมาเป็นโฟมที่เรียกว่า EPS ซึ่งนำมาใช้เป็นวัสดุป้องกันการสั่นกระแทกได้ เมื่อทำเป็นฟิล์ม จะมีความใสมาก แต่เนื่องจากฉีกขาดได้ง่าย รวมถึงการป้องกันการซึมผ่านของความชื้นและก๊าซได้ต่ำกว่าการใช้ฟิล์ม PS ดังนั้นการใช้งานจึงถูกจำกัดอยู่เพียงการใช้ห่อสินค้าหรือทำเป็นบลิสเตอร์ แพ็ค เท่านั้น

กรรมวิธีการผลิตขวดพลาสติก

ขวดพลาสติกสามารถผลิตได้หลายวิธี ดังนี้

1. Injection Molding

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คือ การอัดแบบฉีด มีหลักการที่สำคัญ คือ ให้ความร้อนแก่พลาสติกจนหลอมเหลวภายในกระบอกสูบ แล้วใช้แรงอัดเข้าไปในแม่แบบ (Mold) ซึ่งมีการหล่อเย็นเตรียมไว้ เมื่อพลาสติกพองตัวจนเต็มแบบก็จะแข็งตัว จากนั้นจึงเปิดแบบเพื่อนำชิ้นงานออก

2. Blow Molding

ผลิตโดยใช้กรรมวิธีการเป่า กล่าวคือ เมื่อพลาสติกหลอมเหลวแล้ว จะถูกอัดเป็นรูปหลอดที่มีผนังหนา เรียกว่า ขาง (Parison) หลังจากนั้น จึงเป่าลมเข้าสู่หลอด ช่วงที่หลอดอยู่ในแม่พิมพ์(Mold) ด้วยอัตราเร็วและเวลาที่กำหนด โดยที่แม่พิมพ์จะหมุนไปโดยรอบ สามารถทำแม่พิมพ์ให้เป็นรูปต่างๆได้ตามความต้องการ วิธีนี้มีข้อดี คือ มีปริมาณการผลิตที่สูง เครื่องจักรที่ใช้มีราคาไม่สูงนัก และมีให้เลือกหลายชนิด แต่ก็มีข้อเสียที่ว่า เมื่อนำเศษที่เหลือมาหลอมใช้อีก จะได้ขวดที่มีผนังไม่สม่ำเสมอ ขวดที่ได้จากกรรมวิธีการเป่าจะมีรอยแนวจากการประกบแม่พิมพ์ลักษณะเป็นเส้นตรงอยู่โดยรอบขวด

3. Injection Blow Molding

กรรมวิธีในการผลิตแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน คือ ขั้นแรก ทำพลาสติกให้เป็นหลอด(Parison) เช่นเดียวกับวิธี Blow Molding โดยมีการฉีดส่วนเกลียวของขวดด้วย ขั้นที่สอง คือการเป่าหลอดดังกล่าวให้เป็นรูปร่างตามแม่พิมพ์ วิธีทำให้ได้ขวดที่มีขนาดเที่ยงตรงมาก รวมทั้งมีผนังขวดที่สม่ำเสมอ เหมาะกับการผลิตในปริมาณน้อย แต่มีข้อเสีย คือการลงทุนค่าเครื่องจักรที่ค่อนข้างสูง ขวดที่ผลิตด้วยวิธีนี้ จะสังเกตเห็นรูกลมๆอยู่ด้านใต้ของขวด

4. Stretched Blow Molding

วิธีคือ การทำแบบให้มีรูปร่างเหมือนหลอดก่อนจากนั้นหลอมเหลวด้วยความร้อน แล้วเป่าให้มีรูปร่างเหมือนในแบบอีกครั้งหนึ่ง วิธีนี้ช่วยให้ได้ขวดที่มีน้ำหนักเบา แข็งแรง สามารถรับแรงกระแทกได้ดี รวมทั้งคอขวดมีขนาดที่เที่ยงตรงและสม่ำเสมอ วิธีนี้ใช้ทำขวด PET ขนาด 1.5 และ 2 ลิตร สำหรับบรรจุน้ำอัดลม และยังใช้กับพลาสติกชนิดอื่น ได้แก่ PVC , PS และ PP เป็นต้น วิธีกรรมวิธีนี้ได้พัฒนาขึ้นในขั้นแรกเพื่อทำขวด PVC ขนาด 1 ลิตร ซึ่งใช้วัสดุน้อยกว่าขวดที่ผลิตด้วยวิธี Blow Molding ซึ่งมีน้ำหนักมากกว่าถึงร้อยละ 30 ขวดที่ผลิตด้วยวิธี stretched Blow Molding นั้นจะใสกว่าและมีคุณสมบัติในการต้านแรงกระแทกที่สูงกว่า นอกจากนี้ ยังสามารถป้องกันการซึมผ่านของน้ำ และอากาศได้ดีกว่าด้วยเช่นกัน

ประเภทของกระดาษแข็ง

การแบ่งกระดาษแข็งสำหรับการทำกล่องกระดาษแข็งในประเทศไทยจะยึดถือตามสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งระบุไว้ใน มอก.283-2534 เรื่องกระดาษแข็งเพื่อการพิมพ์ (Stand for Printing Paperboard) โดยจะแบ่งกระดาษออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. กระดาษกล่อง (Boxboard) แบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ
 - กระดาษกล่องเคลือบ (Coated boxboard)
 - กระดาษกล่องไม่เคลือบ (Uncoated boxboard)
2. กระดาษการ์ด (Cardboard) แบ่งออกเป็น 4 ชนิด คือ
 - กระดาษการ์ดมานิลาเคลือบ (Coated manila cardboard)
 - กระดาษการ์ดมานิลาไม่เคลือบ (Uncoated manila cardboard)
 - กระดาษการ์ดไอวอรี (Art cardboard)

โดยในมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม มอก.283-2534 ได้ให้นิยามของกระดาษแข็งชนิดต่างๆ ดังนี้

1. กระดาษแข็งเพื่อการพิมพ์ ซึ่งในมาตรฐานนี้จะเรียกว่า “กระดาษแข็ง” หมายถึง กระดาษกล่อง (boxboard) และกระดาษการ์ด (cardboard) ที่ทำขึ้นเพื่อให้ เหมาะสำหรับการพิมพ์ด้านเดียวหรือ 2 ด้าน

2. กระดาษกล่อง หมายถึง กระดาษแข็งหลายชั้น ซึ่งผิวด้านหนึ่งของกระดาษ เหมาะสำหรับการพิมพ์

3. กระดาษกล่องเคลือบ (coated boxboard) หมายถึง กระดาษกล่องที่ผิวหน้าด้านที่ใช้พิมพ์เคลือบด้วยผงสี (pigment) และตัวยึด (binder) เพื่อให้ผิวเรียบ

4. กระดาษกล่องไม่เคลือบ (uncoated boxboard) หมายถึง กระดาษกล่องที่ผิวหน้าไม่ได้เคลือบผงสี และตัวยึด

5. กระดาษการ์ด หมายถึง กระดาษแข็งชั้นเดียวหรือหลายชั้น ซึ่งผิวหน้าทั้ง 2 ด้าน เหมาะสำหรับการพิมพ์

6. กระดาษการ์ดมานิลา (manila cardboard) หมายถึง กระดาษการ์ดหลายชั้นซึ่งผิวหน้าทั้ง 2 ด้าน มีสมบัติเหมือนกันและเหมาะสำหรับการพิมพ์ ส่วนชั้นในมีสมบัติต่างออกไป

7. กระดาษการ์ดมานิลาเคลือบ (coated manila cardboard) หมายถึง กระดาษการ์ดมานิลาที่ผิวหน้าทั้ง 2 ด้านเคลือบด้วยผงสีและตัวยึดเพื่อให้ผิวเรียบ

8. กระดาษการ์ดมานิลาไม่เคลือบ (uncoated manila cardboard) หมายถึง กระดาษการ์ดมานิลาที่ผิวหน้าทั้ง 2 ด้าน ไม่ได้เคลือบด้วยผงสี และตัวยึด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้ในเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ขาดให้เข้าไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. กระดาษการ์ดไอวอรี (ivory cardboard) หมายถึง กระดาษการ์ดชั้นเดียวหรือหลายชั้นที่ทุกชั้นมีคุณสมบัติเหมือนกัน

10. กระดาษการ์ดอาร์ต (art cardboard) หมายถึง กระดาษการ์ดไอวอรี ที่ผิวหน้าเคลือบด้วยผงสีและตัวยึดเพื่อให้ผิวเรียบ

2. กระดาษแข็งสำหรับทำกล่องกระดาษลูกฟูก (Container board)

2.1 Kraft Linerboard ผลิตเยื่อเคมีไม่ฟอก (Unbleached virgin pulp) 100% หรือผสมกระดาษไม่เกิน 25% นอกจากนี้บางเกรดอาจจะใช้เยื่อชั้นบนเป็นเยื่อเคมีฟอกขาว (Bleached virgin pulp)

2.2 Test linerboard ผลิตจากกระดาษกล่องลูกฟูก หรือเศษกระดาษกราฟที่ใช้ในการทำกล่องลูกฟูก บางเกรดอาจจะผสมเยื่อเคมีไม่ฟอก เพื่อเพิ่มความแข็งแรงหรือใช้เยื่อชั้นบน คุณภาพดี เพื่อความสวยงาม

2.3 Corugating Medium หรือ Fluting medium โดยทั่วไปผลิตจากเศษกระดาษล้วน (100% Secondary fibers) หรือเยื่อกึ่งเคมี (Neutral Sulfite Semichemical, NSSC) ปัจจุบันกระดาษแข็งสำหรับทำกล่องลูกฟูกในประเทศไทยจะผลิตเฉพาะ Test linerboard และ Corrugating Medium เท่านั้น โดยมักจะเรียก Test linerboard ชนิดที่มีเยื่อชั้นบนทำจากเยื่อเคมี (chemical pulp) ว่า Kraft Linerboard ซึ่งถือว่าไม่ถูกต้องตามนิยามข้างต้น

3. กระดาษแข็งประเภทอื่นๆ

กระดาษแข็ง (Paperboard) ที่นอกเหนือจากการทำกล่องกระดาษแข็งและกล่องลูกฟูก เช่น กระดาษแข็งสำหรับทำแกน (Core board) กระดาษแข็งสำหรับทำปกหนังสือ (Book binding) กระดาษแข็งสำหรับทำแผ่นยิปซัม (Gypsum linerboard) กระดาษแข็งสำหรับทำกระดาษปิดผนัง (wallpaper)

การพิมพ์ การตกแต่ง และการปิดฉลาก

ระบบการพิมพ์อาจมีอยู่หลายประเภท แต่ที่ระบบการพิมพ์กว่า 80 % ที่ใช้กับบรรจุภัณฑ์จะประกอบด้วย 4 ประเภท ดังนี้

1. แบบถ่ายผ่าน (Relief) ระบบพิมพ์ประเภทนี้ อาจเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า ระบบการพิมพ์พื้นนูน ได้แก่ แบบเฟรกโซกราฟี (Flexo Graphy) แบบเลตเตอร์เพรส ซึ่งเป็นการพิมพ์โดยตรง (Direct Printing)
2. แบบแบนราบ (Plano Graphic) ที่นิยมใช้ ได้แก่ ระบบลิโทกราฟี (Lithography) หรือแบบออฟเซตลิโทกราฟี (Offset Lithography)
3. แบบโรโตกราฟวัวร์ (Rotogravure) หรือแบบเรียกย่อว่า กราฟวัวร์
4. แบบไร้สัมผัส (Non-Contact) หรือแบบไม่ใช้ระบบการกดพิมพ์ เป็นระบบใหม่ที่ได้รับ ความนิยมน้อยในระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี คอมพิวเตอร์ ระบบการพิมพ์แต่ละแบบดังกล่าวนี้จะแตกต่างกันในแง่ของคุณลักษณะ หมึก การส่งผ่านหมึก และการทำให้ติดบนสิ่งพิมพ์ อย่างไรก็ตามระบบการพิมพ์ ทั้งหมด ยกเว้นแบบ ไร้สัมผัสจะต้องใช้ตัวกลางในการส่งผ่านหมึกที่เรียกว่า โมแม่พิมพ์ ซึ่งมีเพลท (Plate) ที่ติดอยู่

การเลือกระบบการพิมพ์ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายๆประการ แต่ปัจจัยที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

1. ปริมาณของงานพิมพ์ จำนวนสีที่พิมพ์ต่อหน่วยพื้นที่ (Impression Work) และ ความละเอียดของงานพิมพ์
2. งานที่ออกแบบ กราฟิกที่ออกแบบบนบรรจุภัณฑ์อาจจะเป็นลายเส้น (Line Work) งานพิมพ์หลายสี (Full Colour) ความเร็วของงานพิมพ์ เป็นต้น จะเลือกใช้ระบบที่แตกต่างกัน
3. สิ่งพิมพ์ (Substrate) วัสดุที่ใช้แปรรูปเป็นบรรจุภัณฑ์และใช้พิมพ์งาน ได้แก่ กระดาษ พลาสติก โลหะ และแก้ว การเลือกใช้วัสดุที่แตกต่างกันจะได้คุณภาพการพิมพ์ที่แตกต่างกัน เนื่องจากความสามารถในการดูดซับสีที่ไม่เหมือนกัน ความนิ่มและความแข็งแตกต่างกัน จึงจำเป็นต้องใช้เครื่องพิมพ์ให้เหมาะสมกับวัสดุแต่ละประเภท
4. รูปทรงสิ่งพิมพ์ ซึ่งอาจจะเป็นม้วนหรือแผ่นตามที่ได้กล่าวมาแล้ว ตัวบรรจุภัณฑ์ที่จะพิมพ์ อาจจะเป็นรูปทรงกลมหรือไม่เป็นรูปทรงเรขาคณิตใดๆเลย
5. ความต้องการคุณสมบัติพิเศษอื่นๆ เช่น ป้องกันน้ำ ป้องกันสารเคมี หรือเป็นฉนวนความร้อน เป็นต้น

เครื่องปิดฉลากแบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ดังต่อไปนี้

- 1) เครื่องปิดฉลากแบบทาขาวแล้วกลิ้งติด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในกรณีบรรจุภัณฑ์เป็นทรงกลม จะใช้ความเป็นทรงกลมให้เป็นประโยชน์ โดยให้ กระป๋องกลิ้งไปตามรางแล้วทากาวลงบนตัวกระป๋อง เมื่อกลิ้งต่อไปกาวบน กระป๋องจะติด เอาฉลากขึ้นมาด้วย เมื่อกลิ้งไปก่อนจะครบรอบของฉลากที่ติดมา นั้นจะมีการทากาวบน ปลายฉลากอีกข้างหนึ่ง เพื่อให้บริเวณปลายอีกข้างของ ฉลากสามารถติดได้แน่นสนิท

2) เครื่องปิดฉลากแบบทากาวที่ฉลากแล้วส่งผ่านไปติด

เครื่องปิดฉลากบนส่วนหน้าหรือส่วนหลังของบรรจุภัณฑ์ จำพวกขวดแก้วหรือ พลาสติก มีหลักการทำงาน คือ ฉลากจะเข้าทากาวด้วยลูกกลิ้งก่อน แล้วจึงนำฉลากมาติด บนภาชนะในตำแหน่งที่ต้องการ เครื่องปิดฉลากแบบนี้มีหลักการทำงานแบ่งเป็น 3 แบบ

3) เครื่องปิดฉลากสติ๊กเกอร์

ตัวฉลากจะมีราคาค่อนข้างแพง แต่มีความสะดวกในการใช้งานไม่ว่าจะติดด้วย มือหรือใช้เครื่องจักรในกรณีใช้เครื่องจักร ฉลากจะพิมพ์มาเป็นม้วนเวียนช่วงระยะเท่าๆกัน สืบเนื่องจากความหนาแน่นและความเหนียวของตัวฉลากกับตัวแผ่นกระดาษที่ปะอยู่ข้าง หลัง เมื่อแผ่นกระดาษหมุนกลับทิศ 180 องศา จะปล่อยให้ฉลากเผยออก แล้วนำไปติด บนบรรจุภัณฑ์ด้วยลูกกลิ้งติดกาว เครื่องจักรติดฉลากประเภทนี้มีราคาไม่สูงนักและ สามารถทำงานได้อย่างสะอาด นอกจากนี้ความเร็วในการติดฉลากยังสามารถทำได้สูงถึง 100 ขวดต่อนาที

2.6.3 วิเคราะห์ และสรุปข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการนั้นมีความแตกต่างกัน ดังนั้นจึงทำการสรุปวัสดุ ของบรรจุภัณฑ์เพื่อความเหมาะสมทางกายภาพและการใช้งาน โดยแบ่งตามลักษณะทางกายภาพได้ ดังต่อไปนี้

1. บรรจุภัณฑ์ประเภทกระป๋อง
2. บรรจุภัณฑ์ประเภทหลอด
3. บรรจุภัณฑ์ประเภทขวด
4. บรรจุภัณฑ์ประเภทซอง
5. บรรจุภัณฑ์ประเภทกล่อง
6. บรรจุภัณฑ์ประเภทกล่องเซตรวม
7. บรรจุภัณฑ์ประเภทกล่อง secondary
8. บรรจุภัณฑ์ประเภท display

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**1.6.3.1 เงื่อนไขการพิจารณาทางด้านวัสดุและกรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทกระปุก
ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง**

1. โคลนพอกตัว 180 กรัม
3. โคลนขัดหน้า 40 กรัม
4. จีฟี่น้ำมัน 80 กรัม

เงื่อนไขความต้องการของวัสดุที่นำมาใช้ผลิต

1. สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ข้างใน ได้สะดวก
2. ป้องกันความชื้นได้
3. มีความแข็งแรง
4. ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์
5. สวยงาม คุณมีคุณค่า

ตารางวิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตกระปุกพลาสติก

คะแนน 5 = ดีมาก , คะแนน 4 = ดี , คะแนน 3 = ปานกลาง , คะแนน 2 = พอใช้ , คะแนน 1 = ไม่เหมาะสม

เงื่อนไขในการพิจารณา	PETE	PP	HDPE
1. สามารถมองเห็น ผลิตภัณฑ์ได้ดี	5	5	4
2. ป้องกันความชื้น	3	5	5
3. มีความแข็งแรง	3	4	4
4. ราคาเหมาะสมกับ ผลิตภัณฑ์	4	3	4
5. สวยงาม คุณมีคุณค่า	4	5	5
สรุป	19	20	21

สรุปวัสดุที่เหมาะสมในการนำมาผลิตประเภทกระปุก คือ พลาสติกประเภท HDPE

2.6.3.2 เงื่อนไขการพิจารณาทางด้านวัสดุและกรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทหลอด

ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง

1. โคลนขัดตัว 225 g
2. โคลนขัดเท้า 125 g

เงื่อนไขความต้องการของวัสดุที่นำมาใช้ผลิต

1. สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ข้างใน ได้ดี
2. หลอดบีบสะดวก
3. ป้องกันแสงแดด

5. สวयงาม

ตารางวิเคราะห์การเลือกวัสดุในการผลิตหลอดพลาสติก

คะแนน 5 = ดีมาก , คะแนน 4 = ดี , คะแนน 3 = ปานกลาง , คะแนน 2 = พอใช้ , คะแนน 1 = ไม่เหมาะสม

เงื่อนไขในการพิจารณา	PP	HDPE	PE
1. สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ได้ดี	5	4	5
2. หลอดบีบสะดวก	4	4	5
3. ป้องกันแสงแดด	4	4	4
4. ผลิตง่าย	4	4	5
สรุป	17	16	19

สรุปวัสดุที่เหมาะสมในการนำมาผลิตประเภทหลอดพลาสติก คือ พลาสติกประเภท PE

2.6.3.3 เงื่อนไขการพิจารณาทางด้านวัสดุและกรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทขวด

ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง

1. น้ำมันนวด 30 cc
2. น้ำแช่ 60 cc

เงื่อนไขความต้องการของวัสดุที่นำมาใช้ผลิต

1. สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ข้างในได้
2. ไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์ภายใน

ตารางวิเคราะห์การเลือกวัสดุในการผลิตขวดพลาสติก

คะแนน 5 = ดีมาก , คะแนน 4 = ดี , คะแนน 3 = ปานกลาง , คะแนน 2 = พอใช้ , คะแนน 1 = ไม่เหมาะสม

เงื่อนไขในการพิจารณา	PET	PE	PVC
1. สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ได้พอสมควร	5	5	4
3. ไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์ภายใน	4	5	3
สรุป	9	10	7

สรุปวัสดุที่เหมาะสมในการนำมาผลิตประเภทหลอดพลาสติก คือ พลาสติกประเภท PE

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6.3.4 เงื่อนไขการพิจารณาทางด้านวัสดุและกรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทของ
ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง

1. สบู่ใบไม้

เงื่อนไขความต้องการของวัสดุที่นำมาใช้ผลิต

1. สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ข้างในได้ดี
2. ป้องกันความชื้นได้

ตารางวิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตของพลาสติก

คะแนน 5 = ดีมาก , คะแนน 4 = ดี , คะแนน 3 = ปานกลาง , คะแนน 2 = พอใช้ , คะแนน 1 = ไม่เหมาะสม

เงื่อนไขในการพิจารณา	PS	PP	PVC
1. สามารถมองเห็น ผลิตภัณฑ์ได้ดี	5	5	4
2. ป้องกันความชื้น	3		
สรุป			

สรุปวัสดุที่เหมาะสมในการนำมาผลิตประเภทหลอดพลาสติก คือ พลาสติกประเภท HDPE

2.6.3.5 เงื่อนไขการพิจารณาทางด้านวัสดุและกรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทกล่อง
ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง

1. สบู่ก้อน

เงื่อนไขความต้องการของวัสดุที่นำมาใช้ผลิต

1. มีความแข็งแรง
2. ราคาไม่แพง

ตารางวิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตกล่อง

คะแนน 5 = ดีมาก , คะแนน 4 = ดี , คะแนน 3 = ปานกลาง , คะแนน 2 = พอใช้ , คะแนน 1 = ไม่เหมาะสม

เงื่อนไขในการพิจารณา	กระดาษการ์ดบอร์ด	PVC
1. มีความแข็งแรง	4	5
2. ราคาไม่แพง	5	3
สรุป	9	8

สรุปวัสดุที่เหมาะสมในการนำมาผลิตประเภทกล่อง คือ กระดาษการ์ดบอร์ด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6.3.6 เงื่อนไขการพิจารณาทางด้านวัสดุและกรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทกล่องเซตรวม
เงื่อนไขความต้องการของวัสดุที่นำมาใช้ผลิต

1. มีความสวยงาม
2. มีความแข็งแรง

ตารางวิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตกล่องกระดาษ

คะแนน 5 = ดีมาก , คะแนน 4 = ดี , คะแนน 3 = ปานกลาง , คะแนน 2 = พอใช้ , คะแนน 1 = ไม่เหมาะสม

เงื่อนไขในการพิจารณา	กล่องกระดาษเคลือบ	กล่องกระดาษการ์ดอาร์ต
1.มีความสวยงาม	4	5
2.มีความแข็งแรง	4	5
สรุป	8	9

สรุปวัสดุที่เหมาะสมในการนำมาผลิตประเภทกล่อง คือ กระดาษการ์ดอาร์ต

2.6.3.7 เงื่อนไขการพิจารณาทางด้านวัสดุและกรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทกล่อง
 secondary

เงื่อนไขความต้องการของวัสดุที่นำมาใช้ผลิต

1. มีความสวยงาม
2. มีความแข็งแรง
3. ผลิตได้ง่าย

ตารางวิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตกล่องกระดาษ

คะแนน 5 = ดีมาก , คะแนน 4 = ดี , คะแนน 3 = ปานกลาง , คะแนน 2 = พอใช้ , คะแนน 1 = ไม่เหมาะสม

เงื่อนไขในการพิจารณา	กล่องกระดาษเคลือบ	กล่องกระดาษการ์ดอาร์ต
1. มีความสวยงาม	4	5
2. มีความแข็งแรง	4	5
3. ผลิตได้ง่าย	3	5
สรุป	11	15

สรุปวัสดุที่เหมาะสมในการนำมาผลิตประเภทกล่อง secondary คือ กระดาษการ์ดอาร์ต

2.6.3.8 เงื่อนไขการพิจารณาทางด้านวัสดุและกรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภท display
เงื่อนไขความต้องการของวัสดุที่นำมาใช้ผลิต

1. มีความสวยงาม
2. มีความแข็งแรง
3. ราคาไม่สูง

ตารางวิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตกระดาษ

คะแนน 5 = ดีมาก , คะแนน 4 = ดี , คะแนน 3 = ปานกลาง , คะแนน 2 = พอใช้ , คะแนน 1 = ไม่เหมาะสม

เงื่อนไขในการพิจารณา	กระดาษการ์ดอาร์ต	กระดาษกล่องเคลือบ	กระดาษลูกฟูกสองหน้า ประกบกระดาษพิมพ์
1. มีความสวยงาม	5	4	3
2. มีความแข็งแรง	4	4	4
3. ราคาไม่สูง	4	4	5
สรุป	13	12	12

สรุปวัสดุที่เหมาะสมในการนำมาผลิตประเภทกล่อง secondary คือ กระดาษการ์ดอาร์ต

2.7 เงื่อนไขความต้องการในการออกแบบ

2.7.1 เงื่อนไขความต้องการในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ประเภทพอก

ลักษณะการใช้งาน	2 c 2 p	primary package	secondary package
เปิดฝาผลิตภัณฑ์	Containment	-สามารถบรรจุในปริมาณต่อไปนี้ - 40 กรัม - 100 กรัม - 180 กรัม	มี 3 ชนิด คือ พอกหน้า พอกตัว พอกเท้า
↓ เทสินค้าออกมา			
↓ ผสมกับน้ำ	Protection	- ป้องกันการรบกวนจากความชื้นได้ - มีความแข็งแรงปกป้องสินค้าได้ตลอดอายุการใช้งาน	- ป้องกันการกระแทกได้
↓ นำไปใช้งาน			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	Convenience	<u>ต่อผู้บริโภค</u> - ช่วยให้สามารถควบคุมปริมาณออกมาพอดีกับความ ต้องการได้ - สะดวกต่อการใช้งาน <u>ต่อผู้ผลิต</u> การผลิต - มีรูปแบบเหมาะสมกับการผลิตในระบบอุตสาหกรรม การบรรจุ - สะดวกในการบรรจุด้วยแรงงานคนหรือเครื่องจักร - ลักษณะของบรรจุภัณฑ์สามารถบรรจุเข้าไปได้ง่าย การขนส่ง - สามารถบรรจุลงในกล่องกระดาษมาตรฐานได้เพื่อเพิ่มความสะดวกในการขนส่งสินค้า การจัดจำหน่าย - สามารถจัดวางในชั้นวางจำหน่ายได้สะดวกและเป็นระเบียบ	- แสดงรายละเอียดและสรรพคุณได้อย่างชัดเจน <u>ต่อผู้ผลิต</u> การผลิต - มีรูปแบบเหมาะสมกับการผลิตในระบบอุตสาหกรรม - ราคาไม่สูงมากนัก การบรรจุ - มีขนาดพอเหมาะ สามารถบรรจุลงในกล่องกระดาษมาตรฐานได้เพื่อเพิ่มความสะดวกในการขนส่งสินค้า - สามารถบรรจุลงในกล่องกระดาษมาตรฐานได้เพื่อเพิ่มความสะดวกในการขนส่งสินค้า การจัดจำหน่าย - มีความชัดเจนในรายละเอียดต่างๆ
	Promotion	- รูปทรงที่ดูมีเอกลักษณ์ สะดุดตา จัดจำหน่าย - สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อสินค้าและผู้ผลิต	- มีความน่าสนใจ ดึงดูดสายตา จัดจำหน่าย - บอกสรรพคุณของสินค้าที่สำคัญได้อย่างละเอียดและชัดเจน

2.7.2 เงื่อนไขความต้องการในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ประเภทซัด

ลักษณะการใช้งาน	2 c 2 p	primary package	secondary package
เปิดฝาผลิตภัณฑ์ ↓	Containment	สามารถบรรจุในปริมาณต่อไปนี้ - 40 กรัม - 125 กรัม - 225 กรัม	บรรจุโคลนซัด 2 สูตร คือ ไพลมัม และ ทองพันชั่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้เฉพาะในชั้นเรียนเท่านั้น ไม่อนุญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ในการค้า
 คว้าสินค้าออกมา
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	Protection	- ปกป้องสินค้าจากอากาศภายนอกได้ดี	- ปกป้องจากแสงแดดและอากาศภายนอกได้
	Convenience	<p>ต่อผู้บริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> - สะดวกในการนำสินค้าออกมาใช้งาน - ฝาเปิดง่าย ไม่เลอะเทอะที่ปากขวด <p>ต่อผู้ผลิต</p> <p>การผลิต</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีรูปแบบเหมาะสมกับการผลิตในระบบอุตสาหกรรม <p>การบรรจุ</p> <ul style="list-style-type: none"> - สะดวกในการบรรจุด้วยแรงงานคนหรือเครื่องจักร - ลักษณะของบรรจุภัณฑ์สามารถบรรจุเข้าไปได้ง่าย <p>การขนส่ง</p> <ul style="list-style-type: none"> - สามารถบรรจุลงในกล่องกระดาษมาตรฐานได้เพื่อเพิ่มความสะดวกในการขนส่งสินค้า - สามารถจัดวางในชั้นวางจำหน่ายได้สะดวกและเป็นระเบียบ 	<p>ต่อผู้บริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> - แสดงรายละเอียดและสรรพคุณได้อย่างชัดเจน <p>ต่อผู้ผลิต</p> <p>การผลิต</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีรูปแบบเหมาะสมกับการผลิตในระบบอุตสาหกรรม <ul style="list-style-type: none"> - ราคาไม่สูงมากนัก <p>การบรรจุ</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีขนาดพอเหมาะ สามารถบรรจุลงในกล่องกระดาษมาตรฐานได้สะดวก <p>การขนส่ง</p> <ul style="list-style-type: none"> - สามารถบรรจุลงในกล่องกระดาษมาตรฐานได้เพื่อเพิ่มความสะดวกในการขนส่งสินค้า - มีความชัดเจนในรายละเอียดต่างๆ
	Promotion	<ul style="list-style-type: none"> - แสดงความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าแต่ละชนิดได้ชัดเจน - แสดงรายละเอียดการใช้งานและสรรพคุณได้อย่างชัดเจน 	<ul style="list-style-type: none"> - มีความน่าสนใจ ดึงดูดสายตา จดจำง่าย - บอกสรรพคุณของสินค้าที่สำคัญได้อย่างละเอียดและชัดเจน

2.7.3 เงื่อนไขความต้องการในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ประเภททำความสะอาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะการใช้งาน	2 c 2 p	secondary package
<p>สบู่ก้อน หีบผลิตภัณฑ์ออก</p> <p>↓</p> <p>นำมาถูกับร่างกาย</p> <p>↓</p> <p>วางสินค้าลง</p> <p>สบู่ใบไม้ หีบสินค้ามาที่ละแผ่น</p> <p>↓</p> <p>นำมาขัดถูร่างกาย</p>	Containment	<p>สบู่ก้อน สามารถบรรจุสินค้า 1 ก้อน แยกบรรจุ 3 สูตร คือ ขมิ้น งามค่า มะละกอ</p> <p>สบู่ใบไม้ สามารถบรรจุสินค้าจำนวน 10 แผ่น แยก บรรจุ 3 สูตร คือ มะเขือเทศ แดงกวา ใบ บัวบก</p>
	Protection	<p>การขนส่ง</p> <ul style="list-style-type: none"> - ป้องกันการรบกวนจากความชื้นได้ - ป้องกันการกระแทกได้ดี
	Convenience	<p>ต่อผู้บริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> - สะดวกในการนำสินค้าออกมาใช้งาน <p>ต่อผู้ผลิต</p> <p>การผลิต</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีรูปแบบเหมาะสมกับการผลิตในระบบอุตสาหกรรม - ราคาไม่สูงมากนัก <p>การบรรจุ</p> <ul style="list-style-type: none"> - สะดวกในการบรรจุด้วยแรงงานคนหรือเครื่องจักร - ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ สามารถบรรจุเข้าไปได้ง่าย <p>การขนส่ง</p> <ul style="list-style-type: none"> - สามารถบรรจุลงในกล่องกระดาษมาตรฐานได้เพื่อเพิ่มความสะดวกในการขนส่งสินค้า <p>การจัดจำหน่าย</p> <ul style="list-style-type: none"> - สามารถจัดวางในชั้นวางจำหน่ายได้สะดวกและเป็นระเบียบ
	Promotion	<ul style="list-style-type: none"> - รูปทรงเป็นเอกลักษณ์ แยกชนิดของสินค้าได้ดี ทำให้ผู้บริโภคไม่สับสน - สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อสินค้าและผู้ผลิต - แสดงรายละเอียดและสรรพคุณได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

		อย่างชัดเจน
--	--	-------------

2.7.4 เจาะใจความต้องการในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำแช่

ลักษณะการใช้งาน	2 c 2 p	primary package	secondary package
เปิดฝาผลิตภัณฑ์	Containment	สามารถบรรจุในปริมาณ 60 ซีซี	บรรจุน้ำแช่ 2 ชนิด น้ำแช่ เท้า น้ำช้อาบ
↓	Protection	- ป้องกันการรั่วซึมของสินค้า	- ปกป้องจากแสงแดดได้
เทออกมาผสมกับน้ำ	Convenience	<u>ต่อผู้บริโภค</u> - สะดวกในการเท ช่วยเหลือกะปริมาณได้ดี - มองเห็นปริมาณข้างในได้สะดวก <u>ต่อผู้ผลิต</u> การผลิต - มีรูปแบบเหมาะสมกับการผลิตในระบบอุตสาหกรรม การบรรจุ - สะดวกในการบรรจุด้วยแรงงานคนหรือเครื่องจักร - ขนาดของปากขวดควรเหมาะสมกับหัวที่ใช้ในอุตสาหกรรม การขนส่ง - สามารถบรรจุลงในกล่องกระดาษมาตรฐานได้เพื่อเพิ่มความสะดวกในการขนส่งสินค้า การจัดจำหน่าย - สามารถจัดวางในชั้นวางจำหน่ายได้สะดวกและเป็นระเบียบ	<u>ต่อผู้บริโภค</u> - เปิดหยิบขวดออกมาใช้ได้สะดวก - แสดงรายละเอียดและสรรพคุณได้อย่างชัดเจน <u>ต่อผู้ผลิต</u> การผลิต - มีรูปแบบเหมาะสมกับการผลิตในระบบอุตสาหกรรม - ราคาไม่สูงมากนัก การบรรจุ - มีขนาดพอเหมาะ สามารถบรรจุลงกล่องได้สะดวก การขนส่ง - สามารถบรรจุลงในกล่องกระดาษมาตรฐานได้เพื่อเพิ่มความสะดวกในการขนส่งสินค้า การจัดจำหน่าย - มีความชัดเจนในรายละเอียดต่างๆ
↓			
แช่			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	Promotion	- แสดงความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าแต่ละชนิด ได้ชัดเจน - แสดงรายละเอียดการใช้งานและสรรพคุณได้อย่างชัดเจน	- มีความน่าสนใจ ดึงดูดสายตา จดจำง่าย - บอกสรรพคุณของสินค้าที่สำคัญได้อย่างละเอียดและชัดเจน
--	-----------	--	---

2.7.5 เงื่อนไขความต้องการในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำมันนวด

ลักษณะการใช้งาน	2 c 2 p	primary package	secondary package
เปิดฝาผลิตภัณฑ์ ↓	Containment	สามารถบรรจุในปริมาณ 30 ซีซี	บรรจุน้ำมันนวด 6 สูตร
	Protection	- ป้องกันการรั่วซึม ระเหยของสินค้าได้ดี	- ปกป้องจากแสงแดดได้ - ป้องกันการกระแทกได้

เทออกมาผสมกับน้ำ



แช่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	Convenience	<p>ต่อผู้บริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> - สะดวกในการเท ช่วยเหลือกะปริมาณได้ดี - ช่วยอำนวยความสะดวกในการใช้งาน - มองเห็นปริมาณข้างในได้สะดวก <p>ต่อผู้ผลิต</p> <p>การผลิต</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีรูปแบบเหมาะสมกับการผลิตในระบบอุตสาหกรรม <p>การบรรจุ</p> <ul style="list-style-type: none"> - สะดวกในการบรรจุด้วยแรงงานคนหรือเครื่องจักร - ขนาดของปากขวดควรเหมาะสมกับหัวที่ใช้ในอุตสาหกรรม - สามารถบรรจุลงในกล่องกระดาษมาตรฐานได้เพื่อเพิ่มความสะดวกในการขนส่งสินค้า - สามารถจัดวางในชั้นวางจำหน่ายได้สะดวกและเป็นระเบียบ 	<p>ต่อผู้บริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> - เปิดหยิบขวดออกมาใช้ได้สะดวก - แสดงรายละเอียดและสรรพคุณได้อย่างชัดเจน <p>ต่อผู้ผลิต</p> <p>การผลิต</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีรูปแบบเหมาะสมกับการผลิตในระบบอุตสาหกรรม - ราคาไม่สูงมากนัก <p>การบรรจุ</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีขนาดพอเหมาะ สามารถบรรจุลงกล่องได้สะดวก - สามารถบรรจุลงในกล่องกระดาษมาตรฐานได้เพื่อเพิ่มความสะดวกในการขนส่งสินค้า - มีความชัดเจนในรายละเอียดต่างๆ
	Promotion	<ul style="list-style-type: none"> - แสดงความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าแต่ละชนิดได้ชัดเจน - แสดงรายละเอียดการใช้งานและสรรพคุณได้อย่างชัดเจน 	<ul style="list-style-type: none"> - มีความน่าสนใจ ดึงดูดสายตา จัดจำหน่าย - บอกสรรพคุณของสินค้าที่สำคัญได้อย่างละเอียดและชัดเจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7.6 เงื่อนไขความต้องการในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ประเภทประคบ,อบสมุนไพร

ลักษณะการใช้งาน	2 c 2 p	secondary package
หยิบออกมาไปอุ่น ↓ ใช้งาน ↓ รอให้แห้ง ↓ เก็บ	Containment	บรรจุถูกประคบ 1 ลูกได้
	Protection	- ป้องกันการรบกวนจากความชื้นได้ - ป้องกันการกระแทกได้ - เก็บรักษาหลังการใช้งานได้ดี
	Convenience	<u>ต่อผู้บริโภค</u> - สะดวกในการนำสินค้าออกมาใช้งาน - แสดงรายละเอียดและสรรพคุณได้อย่างชัดเจน <u>ต่อผู้ผลิต</u> การผลิต - ราคาไม่สูงมากนัก - ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ สามารถบรรจุเข้าไปได้ง่าย การขนส่ง - สามารถบรรจุลงในกล่องกระดาษมาตรฐานได้เพื่อเพิ่มความสะดวกในการขนส่งสินค้า การจัดจำหน่าย - สามารถจัดวางในชั้นวางจำหน่ายได้สะดวกและเป็นระเบียบ
	Promotion	- แสดงรายละเอียดและสรรพคุณได้อย่างชัดเจน - มีความน่าสนใจ ดึงดูดสายตา จดจำง่าย

2.7.7 เงื่อนไขความต้องการในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ

ลักษณะการใช้งาน	2 c 2 p	primary package
	Containment	บรรจุได้ 2 ขนาดคือขนาดห่อและขนาด 10 ซอง
	Protection	- ป้องกันการรบกวนจากความชื้นได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	Convenience	<u>ต่อผู้บริโภค</u> - สะดวกในการนำออกมาบริโภค <u>ต่อผู้ผลิต</u> การผลิต - มีรูปแบบเหมาะสมกับการผลิตในระบบอุตสาหกรรม การบรรจุ - ราคาไม่สูงมากนัก - ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ สามารถบรรจุเข้าไปได้ง่าย การขนส่ง - สามารถบรรจุลงในกล่องกระดาษมาตรฐานได้เพื่อเพิ่มความสะดวกในการขนส่งสินค้า การจัดจำหน่าย - สามารถจัดวางในชั้นวางจำหน่ายได้สะดวกและเป็นระเบียบ - มีความชัดเจนในรายละเอียดต่างๆ
	Promotion	- แสดงรายละเอียดและสรรพคุณได้ดี - แสดงความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าแต่ละชนิดได้ชัดเจน

2.7.8 เงื่อนไขความต้องการในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ประเภทของขี้ฉุย

2c 2p	secondary package
Containment	บรรจุสินค้าจำนวน 4 ชนิด
Protection	- ป้องกันการกระแทกได้ - แข็งแรงตลอดอายุการใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Convenience	<p><u>ต่อผู้บริโภค</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - สะดวกในการนำสินค้าออกมาใช้งาน <p><u>ต่อผู้ผลิต</u></p> <p>การผลิต</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีรูปแบบเหมาะสมกับการผลิตในระบบอุตสาหกรรม <p>การบรรจุ</p> <ul style="list-style-type: none"> - สะดวกในการบรรจุด้วยแรงงานคนหรือเครื่องจักร - ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ สามารถบรรจุเข้าไปได้ง่าย <p>การขนส่ง</p> <ul style="list-style-type: none"> - สามารถบรรจุลงในกล่องกระดาษมาตรฐานได้เพื่อเพิ่มความสะดวกในการขนส่งสินค้า <p>การจัดจำหน่าย</p> <ul style="list-style-type: none"> - สามารถจัดวางในชั้นวางจำหน่ายได้สะดวกและเป็นระเบียบ <p><u>ต่อผู้บริโภค</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - แสดงรายละเอียดและสรรพคุณได้อย่างชัดเจน <p><u>ต่อผู้ผลิต</u></p> <p>การผลิต</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีรูปแบบเหมาะสมกับการผลิตในระบบอุตสาหกรรม - ราคาไม่สูงมากนัก <p>การบรรจุ</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีขนาดพอเหมาะ สามารถบรรจุลงในกล่องได้สะดวก <p>การขนส่ง</p> <ul style="list-style-type: none"> - สามารถบรรจุลงในกล่องกระดาษมาตรฐานได้เพื่อเพิ่มความสะดวกในการขนส่งสินค้า <p>การจัดจำหน่าย</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีความชัดเจนในรายละเอียดต่างๆ
Promotion	<ul style="list-style-type: none"> - แสดงรายละเอียดและสรรพคุณได้อย่างชัดเจน

2.7.9 เงื่อนไขความต้องการ ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ประเภทส่งเสริมการขาย

	secondary package
Containment	บรรจุขวดน้ำมีขนาด 3 ชนิดได้
Protection	<ul style="list-style-type: none"> - ป้องกันการรบกวนจากความชื้นได้ - แข็งแรงตลอดอายุการใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Convenience	<p>ต่อผู้บริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> - แสดงรายละเอียดและสรรพคุณได้อย่างชัดเจน <p>ต่อผู้ผลิต</p> <p>การผลิต</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีรูปแบบเหมาะสมกับการผลิตในระบบอุตสาหกรรม - ราคาไม่สูงมากนัก <p>การบรรจุ</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีขนาดพอเหมาะ สามารถบรรจุลงกล่องได้สะดวก <p>การขนส่ง</p> <ul style="list-style-type: none"> - สามารถบรรจุลงในกล่องกระดาษมาตรฐานได้เพื่อเพิ่มความสะดวกในการขนส่งสินค้า <p>การจัดจำหน่าย</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีความชัดเจนในรายละเอียดต่างๆ
Promotion	<ul style="list-style-type: none"> - แสดงรายละเอียดและสรรพคุณได้อย่างชัดเจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บทที่ 3 การพัฒนาการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ

3.1.1 สรุปนโยบายของทางบริษัท

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ในโครงการเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งเกิดมาจากทิศทางของกระแสตลาด ซึ่งมีการกำหนดนโยบายต่างๆดังนี้

ศูนย์พัฒนาวัตถุคิสมุนไพรร

จากกระแสความนิยมการบำบัดเพื่อสุขภาพ สินค้าจากสมุนไพรจึงเริ่มมีการเติบโตมากขึ้น ผู้บริโภคเกิดการตื่นตัวกับสินค้ามากขึ้น จึงทำให้ศูนย์ต้องทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

- พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการใช้สมุนไพรไทยแก่ผู้บริโภค
- ตามนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการส่งเสริมการแพทย์แผนไทย ในอนาคตจึงมีแผนงานที่จะ “ขยายศูนย์ไปทั่ว 4 ภูมิภาคใหญ่ของประเทศ” และความร่วมมือกับห้างบักชีที่มีนโยบายต้องการเผยแพร่การใช้สมุนไพรไทย ทำให้มีช่องทางจำหน่ายที่เพิ่มมากขึ้น
- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและประชาสัมพันธ์สรรพคุณที่ดีของสมุนไพรไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยใช้ชื่อว่า ไทยสเปอะ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและตลาดสินค้าที่กำลังได้รับความนิยมในขณะนี้ โดยมีขอบเขตของโครงการคือ

1. โคนทอกหน้า

primary package
1 โครงสร้างออกแบบ x 1 ขนาด
1 ภาชนะหลัก x 2 เอกลักษณ์ร่วม

secondary package - กล่องกระดาษ
1 โครงสร้าง x 1 ขนาด (มาตรฐาน)
1 ภาชนะหลัก x 2 เอกลักษณ์ร่วม

2. โคนทอกตัว

primary package - ขวด
1 โครงสร้างออกแบบ x 1 ขนาด
1 ภาชนะหลัก x 5 เอกลักษณ์ร่วม

3. โคนทอกท้าย

primary package
1 โครงสร้างออกแบบ x 1 ขนาด
1 ภาชนะหลัก x 1 เอกลักษณ์ร่วม

secondary package - กล่องกระดาษ
1 โครงสร้าง x 1 ขนาด (มาตรฐาน)
1 ภาชนะหลัก x 1 เอกลักษณ์ร่วม

4. โคนขัดหน้า

primary package
1 โครงสร้างออกแบบ x 1 ขนาด
1 ภาชนะหลัก x 1 เอกลักษณ์ร่วม

secondary package - กล่องกระดาษ
1 โครงสร้าง x 1 ขนาด (มาตรฐาน)
1 ภาชนะหลัก x 1 เอกลักษณ์ร่วม

5. โคนขัดตัว

primary package - กระปุกพลาสติก
1 โครงสร้างออกแบบ x 1 ขนาด
1 ภาชนะหลัก x 2 เอกลักษณ์ร่วม

6. โคนขัดท้าย

primary package - กระปุกพลาสติก
1 โครงสร้างออกแบบ x 1 ขนาด
1 ภาชนะหลัก x 1 เอกลักษณ์ร่วม

7. สบู่ไม้

primary package
1 โครงสร้าง x 1 ขนาด (มาตรฐาน)

secondary package - กล่อง
1 โครงสร้างออกแบบ x 1 ขนาด
1 ภาชนะหลัก x 3 เอกลักษณ์ร่วม

8. สบู่

primary package
1 โครงสร้าง(มาตรฐาน) x 1 ขนาด
secondary package - กล่อง
1 โครงสร้างออกแบบ x 1 ขนาด
1 ภาชนะหลัก x 3 เอกลักษณ์ร่วม

ผลิตภัณฑ์สปาฟอก

ผลิตภัณฑ์สปาขัด

9. เซนตวนหน้า

primary package - ขวด
1 โครงสร้างออกแบบ x 1 ขนาด
1 ภาชนะหลัก x 1 เอกลักษณ์ร่วม

secondary package - กล่องกระดาษ
1 โครงสร้างออกแบบ x 1 ขนาด
1 ภาชนะหลัก x 1 เอกลักษณ์ร่วม

10. น้ำมันขวด

primary package - ขวด
1 โครงสร้างออกแบบ x 1 ขนาด
1 ภาชนะหลัก x 3 เอกลักษณ์ร่วม

11. น้ำมันนวด

primary package - กระปุกพลาสติก
1 โครงสร้างออกแบบ x 1 ขนาด
1 ภาชนะหลัก x 1 เอกลักษณ์ร่วม

11. น้ำมันชอมนวด

primary package - ขวด
1 โครงสร้างออกแบบ x 1 ขนาด
1 ภาชนะหลัก x 2 เอกลักษณ์ร่วม

12. สบู่ไมโคร

primary package
1 โครงสร้าง(มาตรฐาน) x 1 ขนาด
secondary package - กล่อง
1 โครงสร้างออกแบบ x 1 ขนาด
1 ภาชนะหลัก x 1 เอกลักษณ์ร่วม

13. สบู่ประคบน้ำ

secondary package
1 โครงสร้างออกแบบ x 1 ขนาด
1 ภาชนะหลัก x 1 เอกลักษณ์ร่วม

14. สบู่ประคบน้ำ

primary package
1 โครงสร้าง(มาตรฐาน) x 1 ขนาด
secondary package - กล่อง
1 โครงสร้างออกแบบ x 1 ขนาด
1 ภาชนะหลัก x 2 เอกลักษณ์ร่วม

15. สบู่ประคบน้ำ

primary package
1 โครงสร้าง(มาตรฐาน) x 1 ขนาด
secondary package - กล่องกระดาษ
1 โครงสร้าง(มาตรฐาน) x 1 ขนาด
1 ภาชนะหลัก x 1 เอกลักษณ์ร่วม

16. เครื่องสำอางเซนุนวด

primary package
1 โครงสร้าง(มาตรฐาน) x 1 ขนาด
secondary package - กล่อง
1 โครงสร้างออกแบบ x 1 ขนาด
1 ภาชนะหลัก x 2 เอกลักษณ์ร่วม

17. เครื่องสำอางเซนุนวด

primary package
1 โครงสร้าง(มาตรฐาน) x 1 ขนาด
secondary package - กล่อง
1 โครงสร้างออกแบบ x 1 ขนาด
1 ภาชนะหลัก x 2 เอกลักษณ์ร่วม

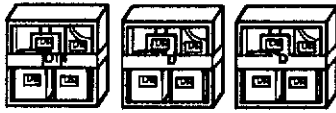
ผลิตภัณฑ์น้ำมันนวด

ผลิตภัณฑ์ชอมนวด

ผลิตภัณฑ์ชอมนวด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

23. ชุดของขวัญของฝาก




ชุดของขวัญประเภทต่างๆ

display package - gift

- 1 โครงสร้างออกแบบ x 1 ขนาด
- 1 กราฟฟิก x 2 เอกลักษณ์งาน


24. ชุด display สบู่ไม้




display package - ก้อน

- 1 โครงสร้างออกแบบ x 1 ขนาด
- 1 กราฟฟิก x 2 เอกลักษณ์งาน

25. ชุด display น้ำดื่มขวด



26. โลโก้



logo design

- 1 กราฟฟิกหลัก x 1 เอกลักษณ์งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านผลิตภัณฑ์

เนื่องจากเป็นสินค้าสปา ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่กำลังได้รับความนิยมในตลาดอย่างมาก ทำให้มีตราสินค้าออกมาเป็นจำนวนมาก การออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงควรสร้างจุดขายโดยดึงเอาจุดเด่นของสินค้ามาเป็นจุดขาย คือ การนำความรู้ของสปาฯซึ่งเป็นวิถีทางการดูแลสุขภาพและความงามแบบองค์รวมของไทย ที่ผนวก หัตถบำบัดคือการนวด วารีบำบัดคือการรักษาโรคด้วยน้ำ สุนทรบำบัดหรือการบำบัดอารมณ์ด้วยกลิ่น และโภชนบำบัดหรือการดูแลสุขภาพด้วยการทานอาหาร เพื่อให้เกิดความสมดุลของธาตุทั้ง 4 ในร่างกาย ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ เพื่อนำมาเป็นจุดสำคัญในการนำเสนอการขาย

3.1.3 สรุปผลทางการตลาด

จากการศึกษาลักษณะของผลิตภัณฑ์ในท้องตลาดแล้ว พบว่า ตราสินค้าที่มีลักษณะเหมือน โดยแบ่งตามความเป็นแหล่งผลิตสมุนไพรกันและมีระดับสินค้าราคาใกล้เคียงกัน มีอยู่สามแห่งที่เป็นคู่แข่งสำคัญคือ

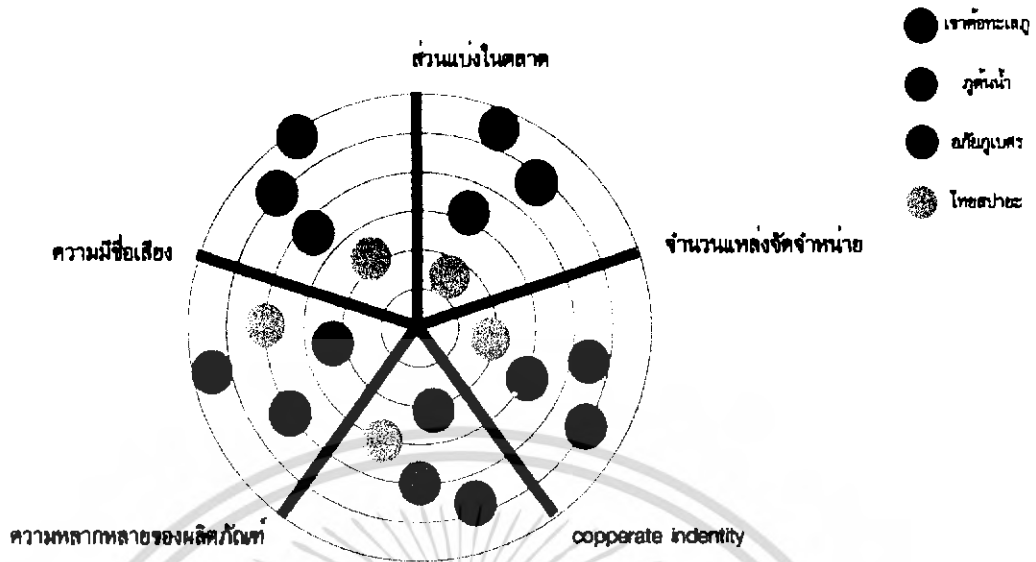
1. เขาค้อทะเลภู
2. ภูคันทันน้ำ
3. อภัยภูเบศร

logo				
Package				
Place	บริเวณพื้นที่ ๑๖ ไร่ของพื้นที่เกษตรกรรมของสวนพฤกษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรวิทยาด่านเกวียน	โครงการส่งเสริมสมุนไพรภูคันทันน้ำมีสาขาสายภายในกรุงเทพฯ 3 แห่ง	ศูนย์บริการผลิตภัณฑ์สมุนไพรอภัยภูเบศร ครอบคลุมพื้นที่เขต อ.สีพูนบุรี จ.สุพรรณบุรี	วังค้อ เป็นศรีราชของมูลนิธิแพทย์แผนโบราณ ซึ่งมีการบริการทั้งยาและอาหารคาว-หวาน มีผู้เชี่ยวชาญดูแล
จุดขาย	ความสดชื่นของสมุนไพรไทย	ความเนิ่นชรรษชาติ ๓๓๕	มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ มีผลิตภัณฑ์สมุนไพร	ความน่าเชื่อถือของสถาบัน

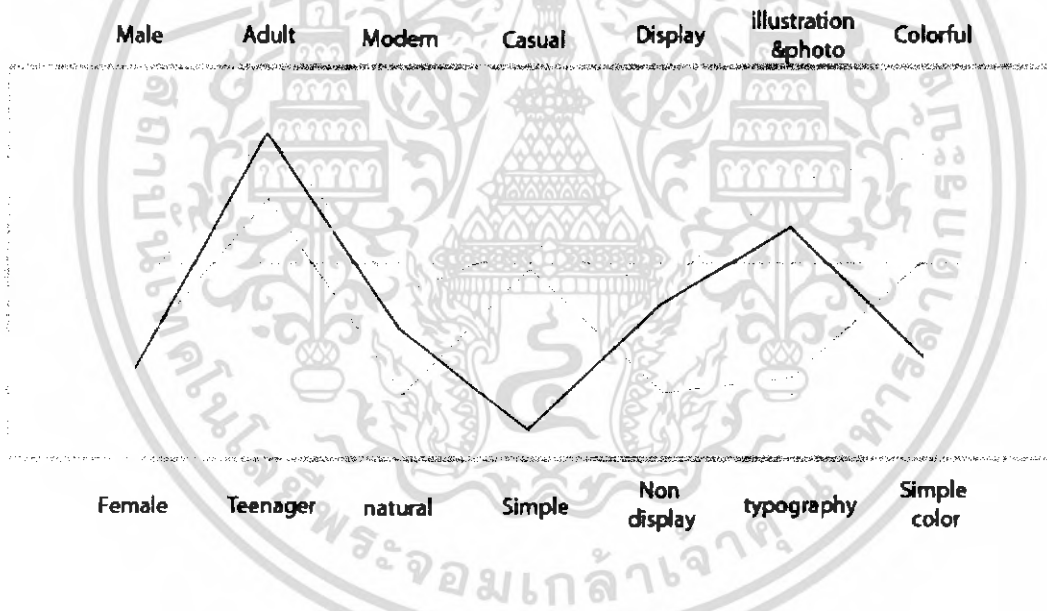
ภาพแสดงลักษณะของคู่แข่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางการเปรียบเทียบด้านบนทำให้เราสามารถสรุปลักษณะของคู่แข่งได้ดังนี้



เนื่องจากไทยสປາຍยังเป็นสินค้าใหม่ที่เพิ่งออกจำหน่ายและยังไม่มีบรรจุภัณฑ์ในสินค้าบางชนิด และเพื่อความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ จึงได้กำหนดการวางตำแหน่งสินค้าไว้กราฟด้านล่าง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.4 สรุปข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผลิตภัณฑ์

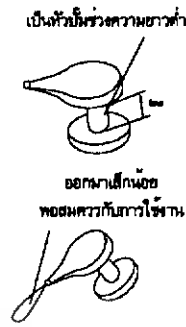
จากปัญหาที่พบในตัวผลิตภัณฑ์ทำให้สรุปข้อมูลความต้องการด้านบรรจุภัณฑ์ ไว้ในด้านต่างๆดังนี้

main	convenience	containment	protection	promotion
primary package	อำนวยความสะดวกในการใช้งาน - วัสดุชั้นตอนที่ดูสะอาด - ใช้งานสะดวก - สะดวกในการมองเห็นสินค้าได้ - แสดงลักษณะการใช้งานได้ชัดเจน	บรรจุอยู่ในขนาดที่เหมาะสม	ปกป้องผลิตภัณฑ์ทั้งก่อนใช้งานและหลังใช้งานได้ดี - ป้องกันความชื้น - ป้องกันการแตกหัก - ป้องกันแสง	รูปแบบน่าสนใจ ดูมีคุณค่า
secondary package - ขนาดบรรจุย่อย - ต้องการการปกป้องเป็นอย่างดี	อำนวยความสะดวกในการใช้งาน - สะดวกในนำออกมาใช้งานและการเก็บรักษา - แสดงลักษณะการใช้งานได้ชัดเจน	บรรจุอยู่ในขนาดที่เหมาะสม	ปกป้องผลิตภัณฑ์ทั้งก่อนใช้งานและหลังใช้งานได้ดี - ป้องกันความชื้น - ป้องกันการแตกหัก - ป้องกันแสง	แสดงรายละเอียด, สวรรพคุณของผลิตภัณฑ์
display		บรรจุสินค้าได้เหมาะสม	ปกป้องสินค้าในการขนส่งได้ดี	บ่งบอกเรื่องราวของสินค้าได้ดี
gift set		บรรจุสินค้าได้เหมาะสม	ปกป้องสินค้าในการขนส่งได้ดี	บ่งบอกเรื่องราวของสินค้าได้ดี เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า

การออกแบบโครงสร้างเรื่องฟังก์ชันการใช้งาน ได้ทำการออกแบบเพื่อแก้ปัญหาการใช้งานที่มีปัญหา และยุ่งยากเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการใช้งานแก่ผู้บริโภค โดยได้ทำการออกแบบตามความเหมาะสมของขนาดของผลิตภัณฑ์และการใช้งาน ออกมาเป็นแนวทางและสรุปผลได้ดังนี้

4. สบู่เหลว และ น้ำแช่อาบ ขนาดบรรจุ 60 ซีซี

วิธีการ	เงื่อนไขความต้องการ		รวม
	ความสะดวกในการใช้ได้	ไม่หนักเกินไป	
	★★ ★★	★★ ★	★★★ ★★★ ★
	★★ ★	★★ ★	★★★ ★★★ ★★★
	★★ ★	★★	★★★ ★★★ ★



5. เจลนวดหน้าและน้ำมันนวด ขนาดบรรจุ 30 ซีซี

วิธีการ	เงื่อนไขความต้องการ		รวม
	ความสะดวกในการใช้หน้า	สะดวกใช้งานไม่	
	★★ ★★	★★ ★★	★★★ ★★★ ★
	★★ ★	★★ ★★	★★★ ★★★ ★★★

ปากขวดกลมเจาะรูเล็กๆ
เพื่อให้หน้าออกมาที่สะดวก

ความกลมจะช่วยให้
เหมือนเป็นการนวดไปด้วย



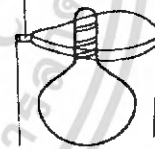
6. ลูกประคบ

วิธีการ	เงื่อนไขความต้องการ			รวม
	ความสะดวกในการใช้หน้า	สะดวกใช้งานไม่	สะดวกในการใช้	
	★★ ★	★★ ★★	★★ ★★	★★★ ★★★ ★★★ ★
	★★ ★★	★★ ★★	★★ ★★	★★★ ★★★ ★★★ ★★★
	★★ ★	★★ ★★	★★ ★	★★★ ★★★ ★★★ ★



ใช้ช่อง standing pouch เช็ดคันทันตรง
และควรระวังลูกประคบไว้

มีริบล็อคเพื่อความสะดวก
และสะดวกในการหยิบใช้



3.1.5 สรุปข้อมูลความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

จากข้อมูลด้านกลุ่มเป้าหมายทำให้สรุปลักษณะต่างๆของกลุ่มเป้าหมายที่มีผลต่อการออกแบบดังนี้

ข้อมูลด้าน demographics

อายุ : 20 – 35 ปี

ระดับฐานะ : มีฐานะในระดับ c+ ขึ้นไป

อาชีพ : กลุ่มเป้าหมายหลัก

พนักงานบริษัท/ราชการ/รัฐวิสาหกิจ/เอกชน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มเป้าหมายรอง
แม่บ้าน/นักศึกษา
การศึกษา : ปริญญาตรีขึ้นไป

ข้อมูลด้าน psychographics

- การใช้เวลาว่าง มักใช้เวลาว่างไปกับการดูแลสุขภาพตัวเอง
- สนใจในผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติและการบำบัดด้วยตัวเอง
- มีความรู้ ความเข้าใจและความสนใจในการใช้สมุนไพรไทย
- ติดตามข่าวสารต่างๆ ปรับตัวและตอบรับสิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ

วิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภคที่มีผลต่อการออกแบบ

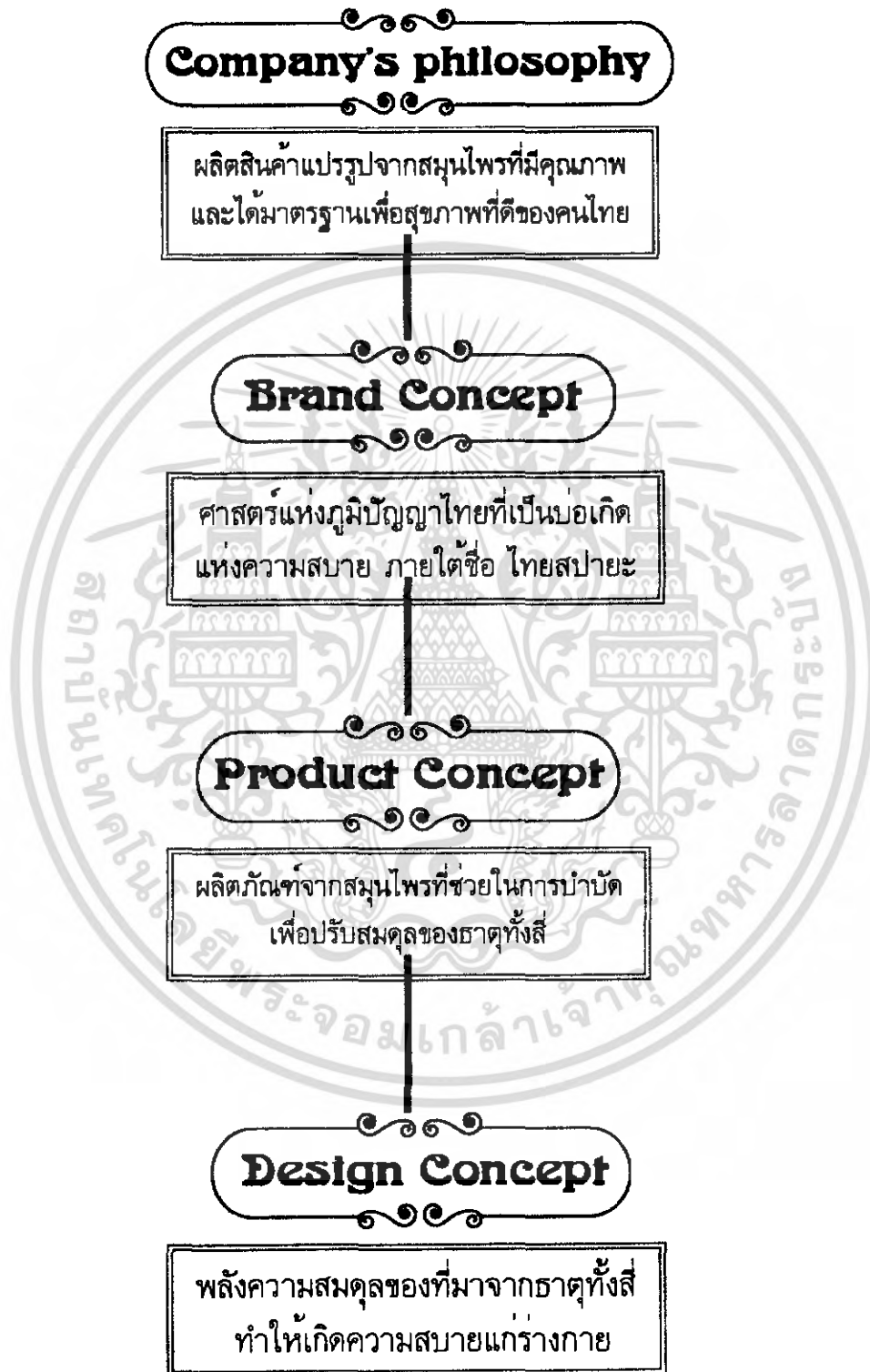
- ต้องการทราบรายละเอียดที่ชัดเจน ในการใช้ และประโยชน์ที่จะได้รับจากผลิตภัณฑ์
- ต้องการความสะดวกในการใช้งาน
- ต้องการการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ ไม่ให้เกิดความเสียหาย
- ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์มีภาพลักษณ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวง่ายแก่การจดจำ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 การพัฒนาแนวความคิดและการออกแบบ

การวิเคราะห์ข้อมูลและรวบรวมข้อมูลต่างๆ จากข้อมูลทางการตลาด ทำให้สรุปแนวทางการออกแบบดังนี้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.1 ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นต้น ได้แบ่งขั้นตอนออกเป็น 2 แบบคือ

1. การออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ ในการออกแบบ โดยยึดออกแบบบรรจุภัณฑ์ประเภทขวดและกระปุกเป็นหลัก ซึ่งเป็นบรรจุภัณฑ์หลักของผลิตภัณฑ์ในโครงการ โดยแบ่งแนวทางออกเป็น 3 แนวทางที่สอดคล้องกับแนวทางการออกแบบที่ได้วางเอาไว้

แนวทางการออกแบบที่ 1 design route : balance of life ได้แนวทางมาจากการผลิตภัณฑ์ที่ต้องการรักษาความสมดุลของร่างกายไว้ โดยแตกแนวทางย่อยออกเป็น 2 แนวทาง

1. ส่วนเติมเต็ม - ความเป็นผลิตภัณฑ์ที่ส่วนเติมเต็มที่ขาดหายไปของร่างกาย



ได้นำเอาลักษณะของรูปทรงที่มีการต่อเนื่องกัน มาจับคู่กัน ในระหว่างบรรจุภัณฑ์เดียวกันแต่ขนาดต่างกัน เพื่อสื่อถึงการต่อกันของส่วนที่หายไปของแต่ละบรรจุภัณฑ์ให้แต่ละคู่เป็นส่วนเติมเต็มของกันละกัน

2. symmetry - การเท่ากันของพลังจากธาตุทั้ง 4 ในร่างกายเพื่อความสมดุล



ได้ลักษณะของรูปทรงมาจากรูปทรงเรขาคณิตที่มีรูปแบบง่าย ๆ ดูสบายไม่ซับซ้อน มีความเหมือนกันของลักษณะบรรจุภัณฑ์ 2 ขนาด แต่กลับด้านหรือลดทอนขนาด เพื่อสื่อถึงความเป็นของคู่กัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

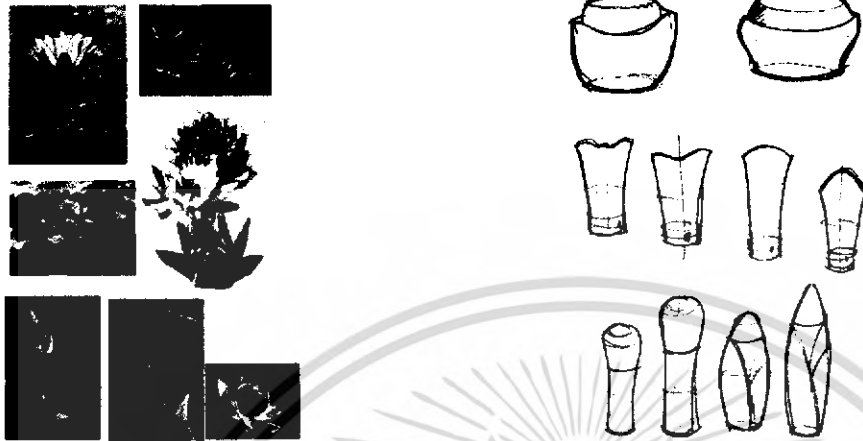
เงื่อนไขการพิจารณา	ส่วนเติมเต็ม	symmetry
แบ่งแยกประเภทได้ชัดเจน	4	3
เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	3	4
โดดเด่น สะดุดตา	5	3
มีเอกลักษณ์ต่างจากคู่แข่ง	4	3
รวม	16	13

จากการวิเคราะห์ถึงรูปแบบของทั้งสองแนวทาง ภายใต้เงื่อนไขที่ได้วางเอาไว้ ทำให้สรุปเลือกแบบแนวทางของ ส่วนเติมเต็ม ไปทำการพัฒนาต่อ แต่จะนำลักษณะของภาพรวมของความสมดุลมาสอดคล้องเข้ากับแนวทางที่จะพัฒนาต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางการออกแบบที่ 2 design route : feeling from nature ได้แนวทางมาจากความเป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากส่วนผสมของธรรมชาติ โดยแตกแนวทางย่อยออกเป็น 3 แนวทาง

1. original flower – มาจากส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ซึ่งสกัดมาจากดอกไม้เป็นส่วนใหญ่



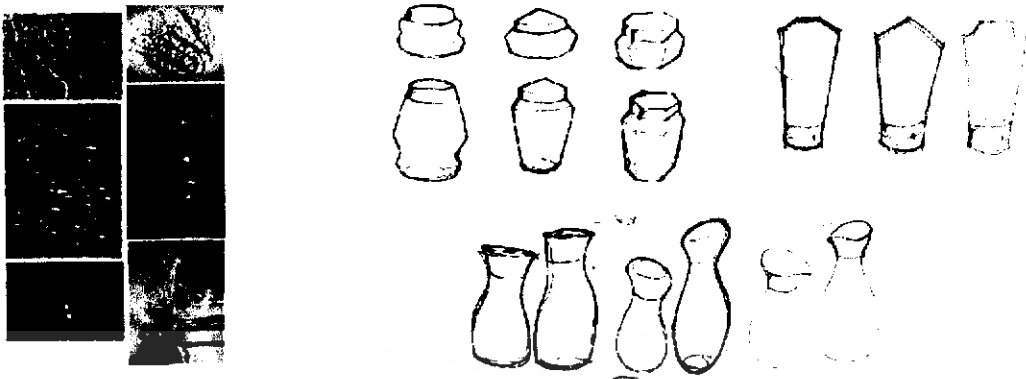
ได้นำลักษณะของดอกไม้มาเป็นรูปทรงในการออกแบบ โดยจับเอาลักษณะการบานออกของดอกไม้และลักษณะของเกสรดอกไม้มาเป็นรูปทรง เพื่อต้องการสื่อถึงความเป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากเนื้อแท้ของธรรมชาติ

2. touch – มาจากวิธีการใช้งานของผลิตภัณฑ์ซึ่งต้องมีน้ำเข้ามาเกี่ยวข้อง



นำเอารูปร่างของกระกระจายของน้ำ มาเป็นรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ เพื่อสื่อถึงความอ่อนโยน ค่อยๆ เคลื่อนไหวเหมือนน้ำ และช่วยแบ่งแยกลักษณะของบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิดได้

3. feeling – มาจากลักษณะของผลิตภัณฑ์โดยเนื้อแท้



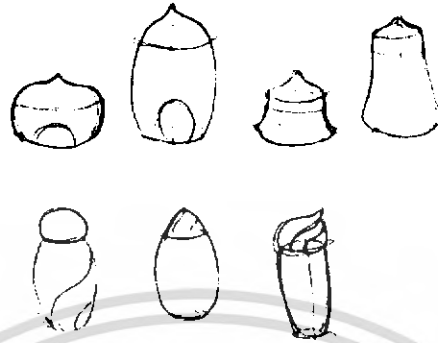
โดยดึงเอาความรู้สึกที่มาจากพื้นฐานของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด เช่น ของเหลว เป็นผลึก ออกมาเป็นรูปทรงบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้เห็นความแตกต่างกันแต่ละชนิด

เงื่อนไขการพิจารณา	Original flower	touch	feeling
แบ่งแยกประเภทได้ชัดเจน	4	3	5
เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	5	4	3
โดดเด่น สะดุดตา	4	3	5
มีเอกลักษณ์ต่างจากคู่แข่ง	5	3	4
รวม	18	13	17

จากการวิเคราะห์ถึงรูปแบบของทั้งสองแนวทาง ภายใต้เงื่อนไขที่ได้วางเอาไว้ ทำให้สรุปเลือกแบบแนวทางของ original flower ไปทำการพัฒนาต่อ แต่จะนำลักษณะของภาพรวมของความเป็นธรรมชาติมาสอดแทรกเข้าไปกับแนวทางที่จะพัฒนาต่อไป

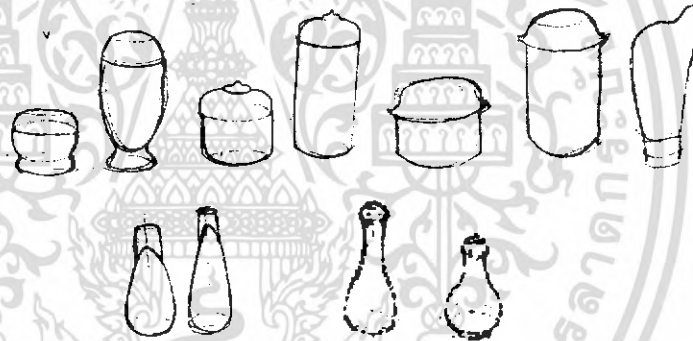
แนวทางการออกแบบที่ 3 design route : way to thai happy มาจากชื่อตราสินค้าของผลิตภัณฑ์
 การแพทย์แผนไทยถือเป็นความรู้แบบภูมิปัญญาไทยอย่างหนึ่ง

1. feeling to – มาจากความรู้สึกลึกลับถึงความสบายแบบไทย



นำเอาลักษณะของรูปแบบของรูปทรงของสิ่งๆ ที่ทำให้รู้สึกถึงความสบายแบบไทยๆ เช่น บ้าน
 ทรงไทย พัด เป็นต้น เพื่อสื่อถึงความเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์แบบภูมิปัญญาไทย

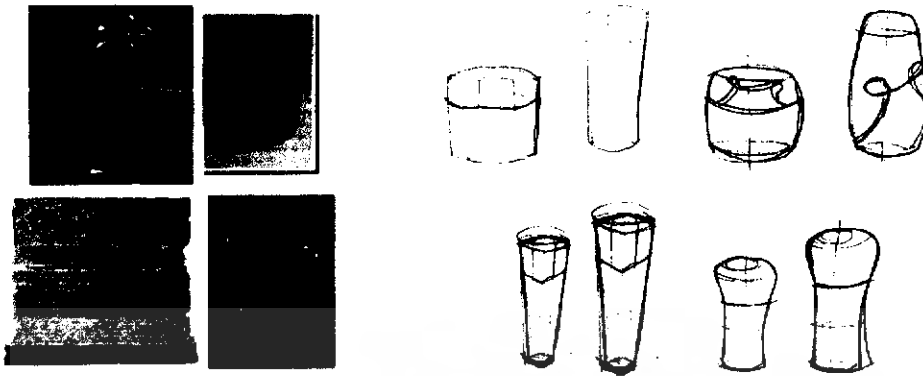
2. accessory – รูปทรงของภาชนะไทยโบราณ ซึ่งสื่อถึงเอกลักษณ์ศิลปะความเป็นไทย



นำเอารูปทรงของภาชนะใส่ของโบราณ มาเป็นแนวทางในการออกแบบ โคนจับเอา
 ลักษณะของความเป็นไทยที่มียอดอยู่บนหัวออกมา เพื่อสื่อถึงความเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทาง
 ความงามแบบไทยออกมา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. knowing - ความรู้ทางการแพทย์แผนไทย



นำเอาเครื่องใช้ที่เกี่ยวข้องกับความรู้การแพทย์แผนไทยมาเป็นรูปทรงที่ใช้ในการออกแบบ เช่นการฉีกหม้อยา ยันต์ เพื่อสื่อถึงความเป็นผลิตภัณฑ์จากความรู้แบบไทยๆ

เงื่อนไขการพิจารณา	Feeling to	acessary	knowleage
แบ่งแยกประเภทได้ชัดเจน	4	4	3
เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	3	5	4
โดดเด่น สะดุดตา	3	4	3
มีเอกลักษณ์ต่างจากคู่แข่ง	3	4	5
รวม	13	17	15

จากการวิเคราะห์ถึงรูปแบบของทั้งสามแนวทาง ภายใต้เงื่อนไขที่ได้วางเอาไว้ ทำให้สรุปเลือกแบบแนวทางของ acessary ไปทำการพัฒนาต่อ แต่จะนำลักษณะของภาพรวมของความเป็นธรรมชาติมาสอดแทรกเข้าไปกับแนวทางที่จะพัฒนาต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปผลการวิเคราะห์ในงานออกแบบโครงสร้างขั้นต้น (primary design sketch)

จากการวิเคราะห์และสรุปแบบตามเงื่อนไขต่างๆข้างต้นแล้ว ได้สรุปผลในการเลือกแบบเพื่อพัฒนาต่อไปในขั้นตอนไปคือ

แนวทางการออกแบบที่ 1 design route : balance of life

สรุปแนวทางคือ ส่วนเติมเต็ม

แนวทางการออกแบบที่ 2 design route : feeling from nature

สรุปแนวทางคือ original flower

แนวทางการออกแบบที่ 3 design route : way to thai happy

สรุปแนวทางคือ accessory

โดยทำการพัฒนาแบบต่อไปในขั้นต่อไปคือจากแนวทางแต่ละแนว โดยผสมผสานรูปแบบภายในแต่ละแนวทางนั้น เพื่อพัฒนา

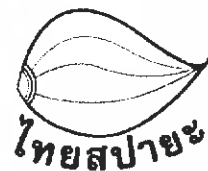
2. การออกแบบกราฟฟิกของบรรจุภัณฑ์ แบ่งการออกแบบเป็น 2 อย่างคือ โลโก้ และ กราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์

- การออกแบบโลโก้ จากความต้องการของบริษัทซึ่งต้องการสื่อภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ช่วยปรับความสมดุลของธาตุทั้งสี่ในร่างกาย ในการออกแบบจึงได้ทำการกำหนดแนวทางจากความต้องการของผลิตภัณฑ์โดยกำหนดภาพลักษณ์โดยรวมคือ

“ ผลิตภัณฑ์สำหรับการบำบัดจากสมุนไพรเพื่อรักษาความสมดุลในร่างกายโดยวิธีทางของการแพทย์แผนไทย ” และได้กำหนดแนวทางการออกแบบออกเป็น 3 แนวทางคือ

แนวทางการออกแบบที่ 1 ความสมดุล โดยตีความหมายของความสมดุลแบบไทย

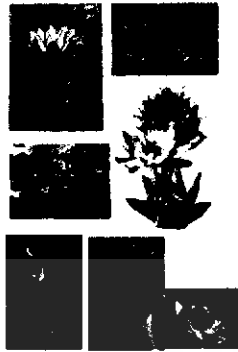
Keyword : ความไม่มีโรค ความสบาย บ้าน หัก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางการออกแบบที่ 2 สมนุไพร โดยตีความหมายของส่วนผสมของผลิตภัณฑ์

Keyword : ยา พืช ดอกไม้



ไทยสพายะ



ไทยสพายะ



ไทยสพายะ

แนวทางการออกแบบที่ 3 การแพทย์แผนไทย โดยตีความหมายสิ่งที่พบเห็น

Keyword : หม้อยา ไม้กวานยา ศ้ายันต์



ไทยสพายะ






ไทยสพายะ



ไทยสพายะ

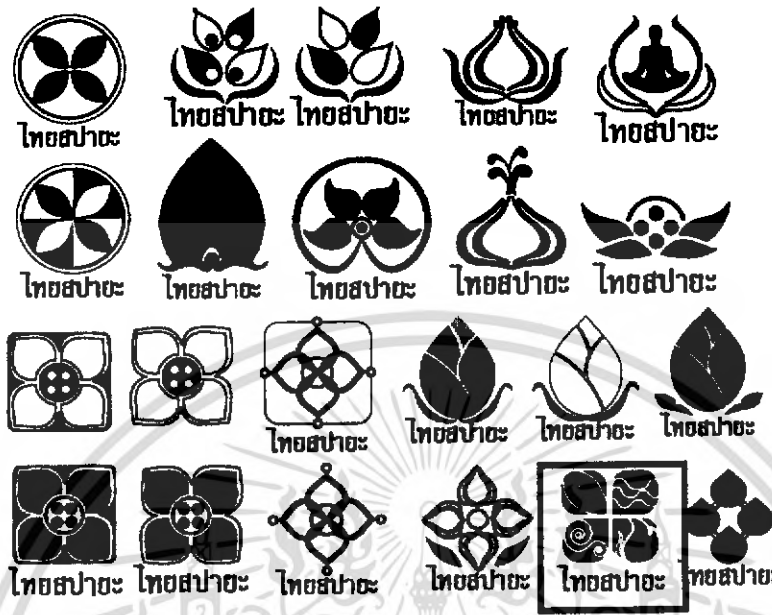
จากแนวทางที่ออกแบบมาทั้งสามแนวทางนั้น ได้ทำการสรุปแนวทางการออกแบบเพื่อพัฒนาต่อตามตารางดังต่อไปนี้

เงื่อนไขในการพิจารณา	 ไทยสพายะ	 ไทยสพายะ	 ไทยสพายะ
แสดงถึงภาพลักษณ์ของตราสินค้าได้ดี	4	4	5
สื่อสารกับผู้บริโภคได้ดี	3	5	3
โดดเด่น สะดุดตา	4	4	3
รวม	11	13	11

จากการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าว ได้สรุปแนวทางการออกแบบคือแนวทางของความเป็นธรรมชาติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หลังจากได้แนวทางการออกแบบมาแล้ว ได้ทำการออกแบบโลโก้ซึ่งต้องการสื่อถึงความ
 ความเป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติที่ต้องการปรับสมดุลของธาตุทั้ง 4 ในร่างกาย จึงได้ทำการออก
 แบบ โดยให้เห็นถึงภาพลักษณ์ที่ชัดเจนในเรื่องธาตุทั้ง 4 ออกมาดังนี้



จากการกำหนดภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ จึงได้ทำการเลือกแบบที่ได้ทำเครื่องหมายไว้ ซึ่งเป็นแบบที่สื่อถึงความ เป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติมากที่สุด เพื่อทำการพัฒนาแบบต่อไป

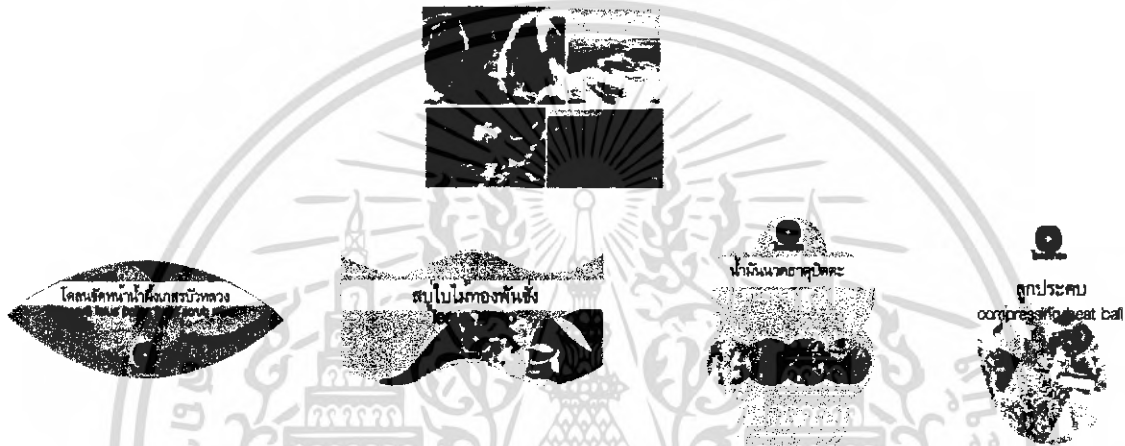
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- การออกแบบกราฟฟิก จากข้อมูลที่ได้สรุป ได้กำหนดลักษณะรูปแบบของกราฟิกออกเป็น 3 แนวทางเพื่อให้สอดคล้องกับโครงสร้างได้ดังนี้

แนวทางการออกแบบที่ 1 design route : natural

ออกแบบ โดยดึงเอาความเป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ โดยใช้ลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับธาตุทั้ง 4 คือ ดิน น้ำ ลม ไฟ มาเป็นตัวแบ่งประเภทของผลิตภัณฑ์ มาเป็นแนวทางในการออกแบบ โดยได้แตกแนวย่อยในการออกแบบเป็น 3 แนวทางคือ

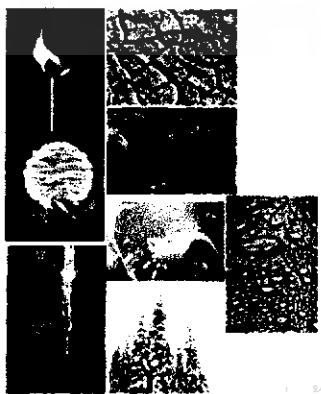
1. original โดยดึงเอาภาพของส่วนของผลิตภัณฑ์มาใช้ในการออกแบบ เพื่อต้องการสื่อถึงความเป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติโดยเนื้อแท้ ที่มีคุณภาพและดูน่าเชื่อถือ



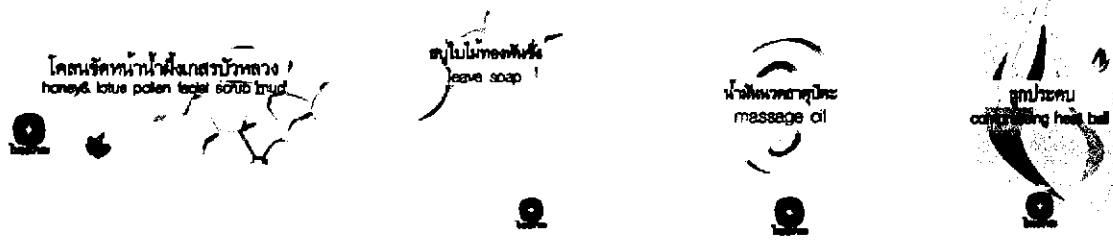
โดยใช้รูปแบบของลักษณะของรูปร่างของความเป็น ดิน น้ำ ลม ไฟ ออกมาเป็นลักษณะรูปแบบของฉลาก เพื่อช่วยแยกความแตกต่างของชนิดผลิตภัณฑ์แต่ละตัว

2. feeling มาจากการใช้งานของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดว่าให้ความรู้สึกแบบใดบ้าง โดยแบ่งหมวดการใช้งานออกเป็น

- การใช้งานที่ให้ความรู้สึกแห้ง → ดิน
- การใช้งานที่ให้ความรู้สึกเปียก → น้ำ
- การใช้งานที่ให้ความรู้สึกกลิ่น → ลม
- การใช้งานที่ให้ความรู้สึกความร้อน → ไฟ

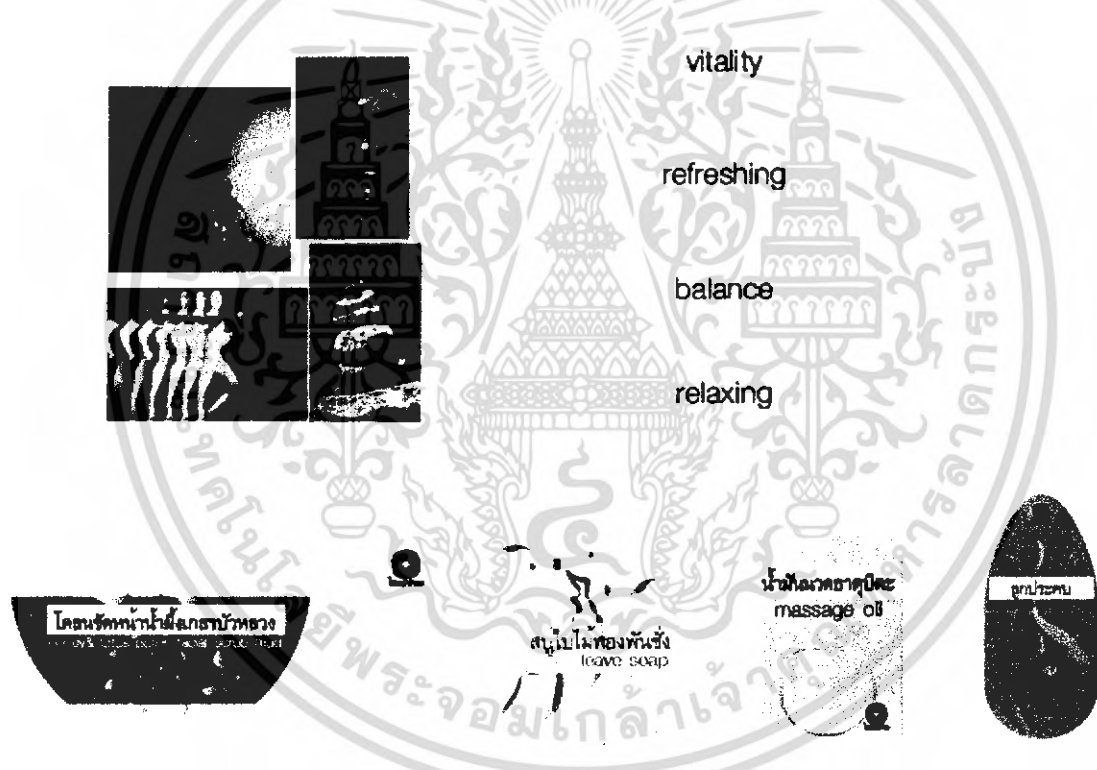


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ออกแบบโดยใช้เส้นกราฟฟิกที่ต้องการสื่อถึงชนิดของผลิตภัณฑ์ แสดงลักษณะธรรมชาติของผลิตภัณฑ์ออกมา ภายใต้ลักษณะของความเป็นธาตุทั้ง 4 เอาไว้

3. touch มาจากอารมณ์ที่ได้มาจากของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด ว่าสามารถสื่อถึงอารมณ์แบบใดได้บ้าง และได้ทำการแยกอารมณ์ของผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้



ออกแบบ โดยต้องการสื่อถึงอารมณ์ของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด ว่าสามารถกระตุ้นอารมณ์ด้านใดได้บ้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขการพิจารณา	Original	Feeling	Touch
มีความเป็นเอกลักษณ์	3	4	4
ช่วยแยกประเภทของสินค้าได้ดี	3	5	4
โดดเด่น สะดุดตา	3	4	4
สรุป	9	13	12

จากการวิเคราะห์ถึงรูปแบบของทั้งสามแนวทาง ภายใต้เงื่อนไขที่ได้วางเอาไว้ ทำให้สรุปเลือกแบบแนวทางของ feeling ไปทำการพัฒนาต่อ แต่จะนำลักษณะของภาพรวมของความเป็นธรรมชาติมาสอดแทรกเข้าไปกับแนวทางที่จะพัฒนาต่อไป

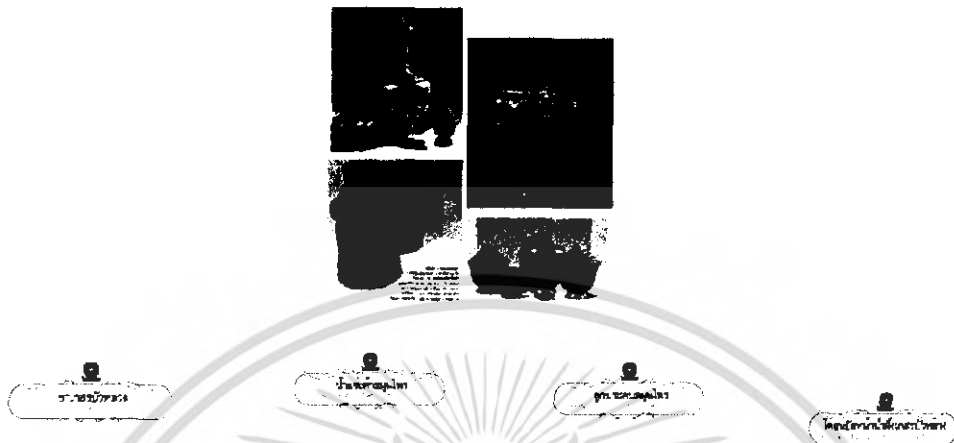
แนวทางการออกแบบที่ 2 design route : the way to thai happy มาจากลักษณะของความรู้ความเป็นไทยที่สื่อถึงภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่มาจากความรู้ดั้งเดิม

1. feeling to จากเรื่องความรู้ทางการแพทย์โบราณเรื่อง สัปายะ ที่แบ่งวิธีการบำบัดออกเป็น 4 เรื่อง คือ 1. หัตถบำบัด 2. วาริบำบัด 3. สุนทรบำบัด 4. โภชนบำบัด โดยดึงเอาข้าวของที่ใช้ในการบำบัดออกมาสื่อถึงการ ใช้งานของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด

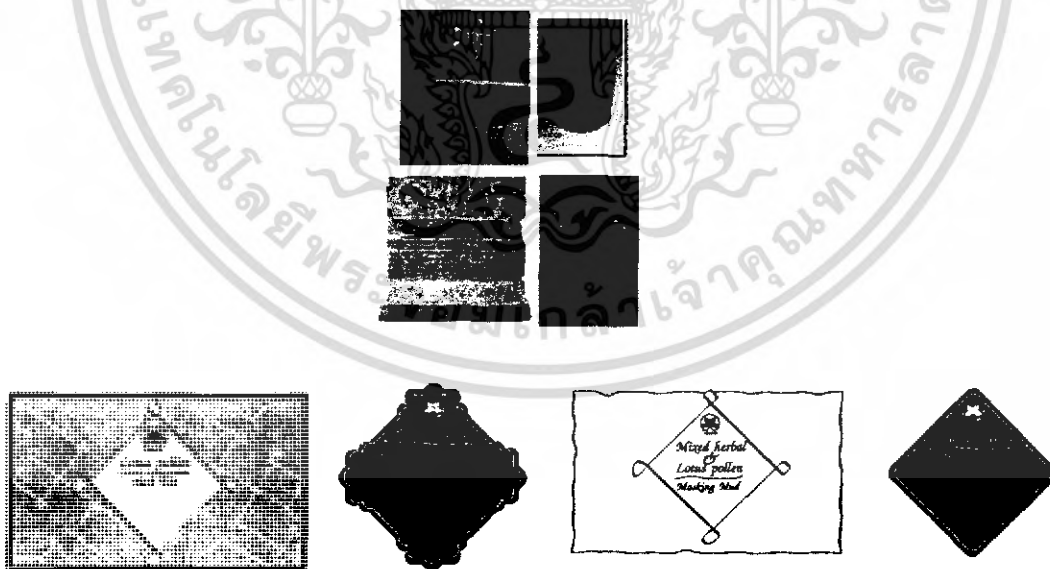


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ลักษณะความเป็นไทย ได้นำเอาลักษณะลายเส้นที่มาจากศิลปะแบบไทยๆออกมาใช้ เพื่อสื่อถึงความเป็นผลิตภัณฑ์ที่คู่มิคุณค่า โดยแบ่งแยกผลิตภัณฑ์ตามลักษณะของดิน น้ำ ลม ไฟ โดยนำภาพจากธรรมชาติที่ปรากฏอยู่บนภาพวาดไทย นำมาประยุกต์ให้เข้ากับผลิตภัณฑ์



3. ความน่าเชื่อถือ ได้นำลวดลายบนผ้ายันต์ และบนไม้กวาดแบบโบราณ เพื่อสื่อถึงความเป็นผลิตภัณฑ์ที่น่าเชื่อถือ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขการพิจารณา	ภูมิปัญญา	ลักษณะไทย	ความน่าเชื่อถือ
มีความเป็นเอกลักษณ์	4	4	5
ช่วยแยกประเภทของสินค้าได้ดี	5	3	3
โดดเด่น สะดุดตา	4	4	3
สรุป	13	11	11

จากการวิเคราะห์ถึงรูปแบบของทั้งสามแนวทาง ภายใต้เงื่อนไขที่ได้วางเอาไว้ ทำให้สรุปเลือกแบบแนวทางของ ภูมิปัญญาไทย ไปทำการพัฒนาต่อ แต่จะนำลักษณะของภาพรวมของความเป็นธรรมชาติมาสอดแทรกเข้าไปกับแนวทางที่จะพัฒนาต่อไป

สรุปผลการวิเคราะห์ในงานออกแบบกราฟิกขั้นต้น (primary design sketch)

จากการวิเคราะห์และสรุปแบบตามเงื่อนไขต่างๆข้างต้นแล้ว ได้สรุปผลในการเลือกแบบเพื่อพัฒนาต่อไปในขั้นตอนไปคือ

การออกแบบโลโก้ ได้ทำการสรุปแบบเพื่อพัฒนาในขั้นตอนไปคือ



ไทยสพาสะ

การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

แนวทางการออกแบบที่ 1 design route : natural

สรุปแนวทางคือ feeling

แนวทางการออกแบบที่ 2 design route : way to thai-happy

สรุปแนวทางคือ ภูมิปัญญาไทย

โดยทำการพัฒนาแบบต่อไปไปในขั้นต่อไปต่อจากแนวทางแต่ละแนว โดยผสมผสานรูปแบบภายในแต่ละแนวทางนั้น เพื่อพัฒนา

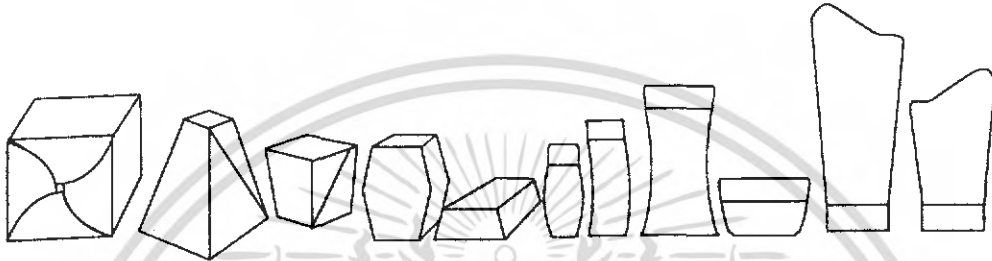
3.2.2 ขั้นตอนการพัฒนาแบบ design development ของแบบร่างครั้งที่ 1

ในขั้นตอนพัฒนาการออกแบบนั้น จะเป็นขั้นตอนการนำแบบที่ได้เลือกไว้แต่ละแนวทาง มาทำการปรับเปลี่ยนให้มีความเหมาะสมและลงตัวมากขึ้น โดยการพัฒนาแบบตามแนวทางแต่ละอัน ได้ทำความแยกลักษณะของการพัฒนาออกเป็นดังนี้

1. ออกแบบโครงสร้าง

แนวทางการออกแบบที่ 1 design route : balance of life

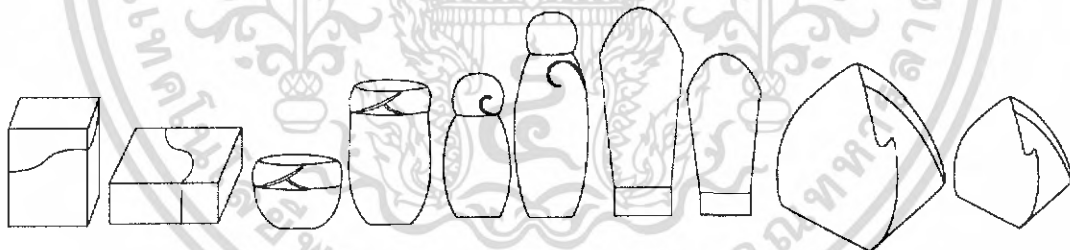
แนวทางคือ ส่วนเติมเต็ม



โดยนำรูปทรงที่มีรูปร่างลักษณะของการต่อกัน เพื่อสื่อถึงการเป็นส่วนเติมเต็มด้านความต่อเนื่อง ช่วยในการลำดับขั้นตอนในการใช้งาน

แนวทางการออกแบบที่ 2 design route : feeling from nature

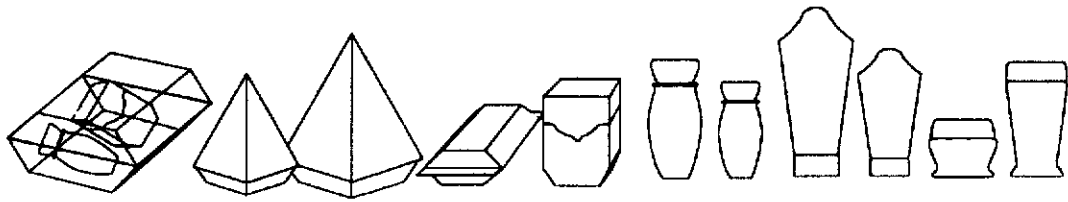
สรุปแนวทางคือ original flower



โดยจับเอาลักษณะของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด มาแสดงลักษณะบนบรรจุภัณฑ์นั้นๆ เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และช่วยแยกผลิตภัณฑ์ออกเป็นหมวดหมู่เพื่อสะดวกในการแยก

แนวทางการออกแบบที่ 3 design route : way to thai happy

สรุปแนวทางคือ accessory



นำเอกลักษณ์ของภาษาชาวไทยมาพัฒนาให้เกิดรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้ดูมีคุณค่า

เงื่อนไขในการพิจารณา

จากการวิเคราะห์ถึงการใช้งานของผู้บริโภคตั้งข้างต้นแล้ว ทำให้พิจารณาถึงการช่วยแยกลักษณะของการใช้งานผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด และเรียงลำดับการใช้งานได้ จึงนำการเรียงลำดับการใช้งานของผลิตภัณฑ์มาเป็นข้อพิจารณาเลือกแบบ

วิธีการ	พอก	ขัด	อาบ	แช่	นวด/ประคบ

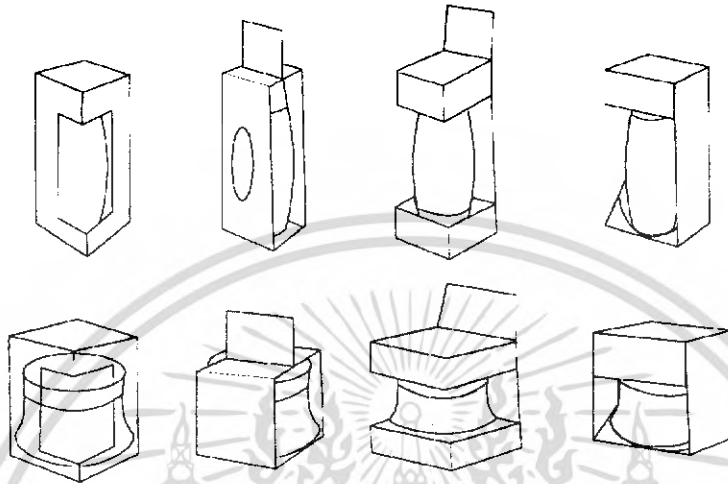
จากการเรียงลำดับแล้วพบว่า แบบแนวทางของส่วนเติมเต็ม เป็นแบบที่มีการเรียงลำดับได้ดีที่สุด จึงทำการพัฒนาแบบต่อไปอีก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ ได้แยกการออกแบบเป็น 2 ลักษณะตามหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์

คือ

- บรรจุภัณฑ์เพื่อการคิสเพลย์ ออกแบบเพื่อเพิ่มพื้นที่ให้กับการเขียนรายละเอียดสินค้า และช่วยประชาสัมพันธ์สินค้าไปในตัวด้วย

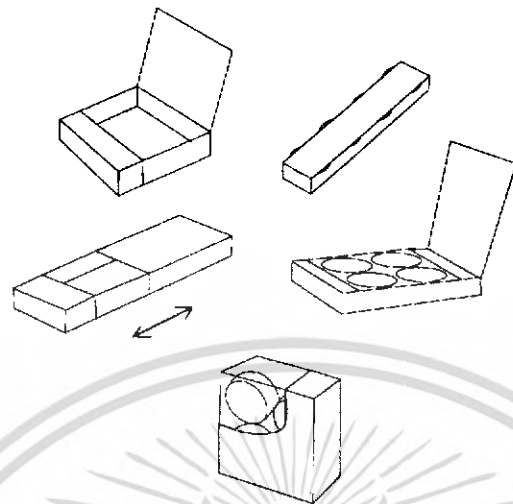


เงื่อนไขการพิจารณา	1	2	3	4
มีความเป็นเอกลักษณ์	3	4	5	4
มีพื้นที่บอกรายละเอียดสินค้าได้ดี	5	3	3	5
โดดเด่น สะดุดตา	3	4	4	4
สรุป	11	11	11	13

จากการวิเคราะห์ถึงเงื่อนไขต่างๆแล้ว พบว่าแบบที่ 4 มีความเหมาะสมตามเงื่อนไขมากที่สุด จึงทำการเลือกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- บรรจุภัณฑ์เพื่อการปกป้อง สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ต้องการการปกป้องให้กับผลิตภัณฑ์ภายใน และมีพื้นที่บอกเล่ารายละเอียดของสินค้า

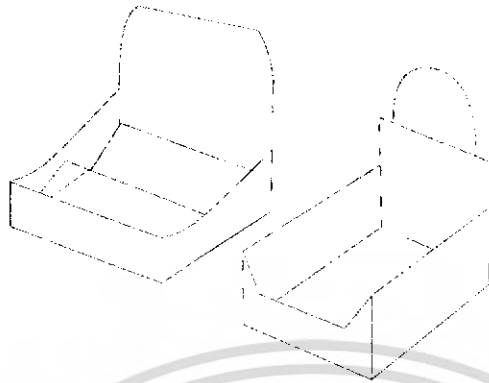


เงื่อนไขการพิจารณา	1	2	3	4	5
ช่วยปกป้องสินค้าได้ดี	3	4	4	3	4
มีพื้นที่บอกรายละเอียดสินค้าได้ดี	4	3	5	4	3
โดดเด่น สะดุดตา	3	4	4	4	4
สรุป	10	10	13	11	11

จากการวิเคราะห์ถึงเงื่อนไขต่างๆแล้ว พบว่าแบบที่ 3 มีความเหมาะสมตามเงื่อนไขมากที่สุด จึงทำการเลือกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงสร้างกล่องคิสเพลย์



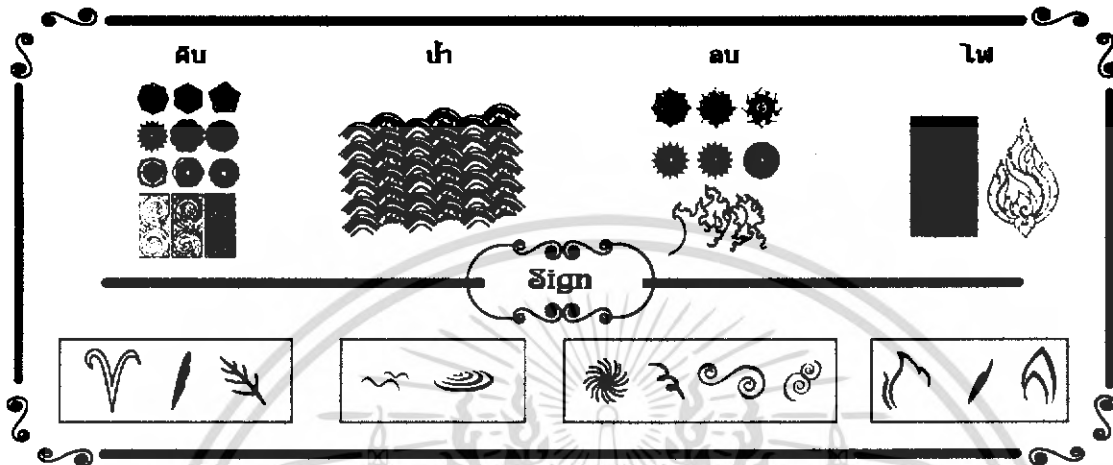
เงื่อนไขการพิจารณา	1	2
โดดเด่น สะดุดตา	5	4
เก็บรักษาง่าย	3	5
รวม	8	9

จากการวิเคราะห์ถึงเงื่อนไขต่างๆแล้ว พบว่าแบบที่ 2 มีความเหมาะสมตามเงื่อนไขมากที่สุด จึงทำการเลือกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ออกแบบกราฟฟิก

- การพัฒนาโลโก้ จากแบบที่เลือกไว้ ได้นำมาพัฒนาโดยนำเรื่องราวทั้ง 4 มาสื่อถึงภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ โดยนำรูปแบบสัญลักษณ์ของดินน้ำลมไฟ มาจากลักษณะของศิลปะในแบบไทยและแบบสากล มาสื่อสารออกมาในรูปแบบต่างๆดังนี้



จากการวิเคราะห์ถึงรูปแบบทั้ง 4 แล้วพบว่า
 แบบที่ 1 มีความเป็นไทยอยู่มาก และมีรายละเอียดสื่อสารยาก
 แบบที่ 2 ลักษณะเส้นดูบอบบาง และเน้นจุดตรงกลางมากเกินไป แต่รายละเอียดเข้าใจง่าย
 แบบที่ 3 เห็นรายละเอียดของรูปชัดเจน มีการแบ่งแยกให้เห็นชัดเจน
 แบบที่ 4 รายละเอียดมีมากเกินไป ทำให้เกิดการสื่อสารลำบาก
 จึงทำการสรุปแบบที่ได้ทำการเลือกคือ แบบที่ 3 ซึ่งเป็นแบบที่มีความชัดเจนในการสื่อสารที่สุด และได้นำแบบมาพัฒนาต่อ จนเกิดรูปแบบใหม่ขึ้นมา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการพัฒนาแบบ ได้นำเอารูปแบบของลายเส้นที่แสดงถึงลักษณะของธาตุทั้ง 4 โดยใช้กรอบที่แตกต่างกันเพื่อแยกรายละเอียดให้ออกจากกันได้ง่าย โดยมีรายละเอียดของแต่ละแบบดังนี้

แบบที่ 1 ใช้การแยกโดยโทนสีที่สื่อถึงลักษณะของธาตุทั้ง 4 โดยใช้กรอบที่แสดงถึงรูปแบบความเป็นธรรมชาติ ใช้รูปทรงของกลีบดอกไม้สื่อออกมา

แบบที่ 2 รูปทรงเรขาคณิตเพื่อสื่อถึงความเป็นผลิตภัณฑ์ที่ดูน่าเชื่อถือ และมีความสมดุลกัน

แบบที่ 3 นำเอาเส้นของลักษณะผ้ายันต์มาใช้ เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่มาจาก

การแพทย์แผนไทย มาจากศาสตร์ลี้ลับโบราณ

สรุปการพัฒนาแบบโลโก้

จากการสรุปภาพลักษณ์ของสินค้าไว้ข้างต้น “ผลิตภัณฑ์สำหรับการบำบัดจากสมุนไพร เพื่อรักษาความสมดุลในร่างกายโดยวิธีทางของการแพทย์แผนไทย” จึงทำการวิเคราะห์ พบว่าแบบที่ 3 มีความสอดคล้องกับภาพลักษณ์ที่ได้วางเอาไว้มากที่สุด



- การพัฒนากราฟฟิก จากการสรุปแบบที่ได้มาจากแนวทาง 2 แบบแล้ว จึงทำการวิเคราะห์ เพื่อสรุปแบบกราฟฟิกในขั้นสุดท้าย ภายใต้เงื่อนไขที่ได้วางเอาไว้ โดยพิจารณาตามในตารางดังต่อไปนี้



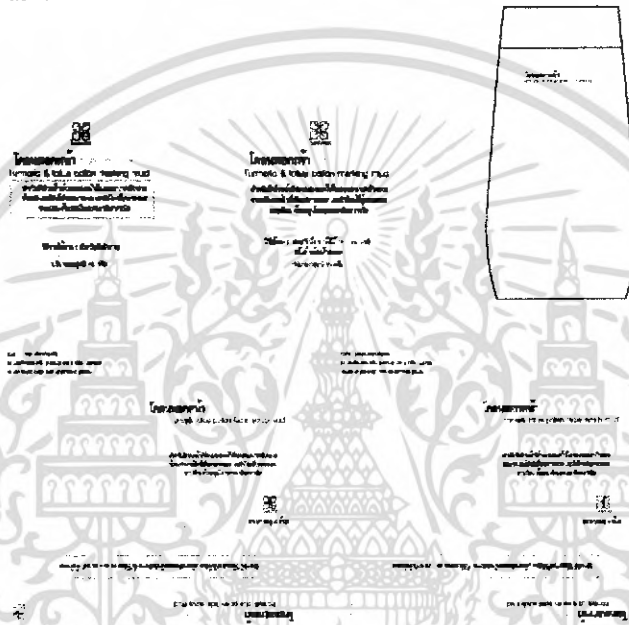
เงื่อนไขการพิจารณา	1	2
สื่อถึงความเป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ	5	4
แบ่งแยกชนิดผลิตภัณฑ์ชัดเจน	4	5
สื่อความหมายต่อผู้บริโภคได้ง่าย	4	3
รวม	13	12

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปแนวทางการออกแบบในหมวดต่างๆของผลิตภัณฑ์ในขั้นตอนแบบร่างครั้งที่ 1

จากการออกแบบและวิเคราะห์ผลที่ออกมา ได้สรุปเลือกแนวทางของแบบที่ดีที่สุดในแต่ละการออกแบบ แล้วจึงนำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบมาใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์ในหมวดของโครงการ โดยเรียงลำดับตามการใช้งานของผลิตภัณฑ์ออกมาได้ดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ในหมวดพอก เป็นผลิตภัณฑ์ในขั้นตอนแรกสุด โดยได้สรุปแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ออกเป็น 2 ขนาดเพื่อความสะดวกในการใช้งานของผู้บริโภค ส่วนกล่อง secondary ออกแบบให้มีลักษณะการปกป้องที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ที่มีความอ่อนบาง และมีพื้นที่บอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์

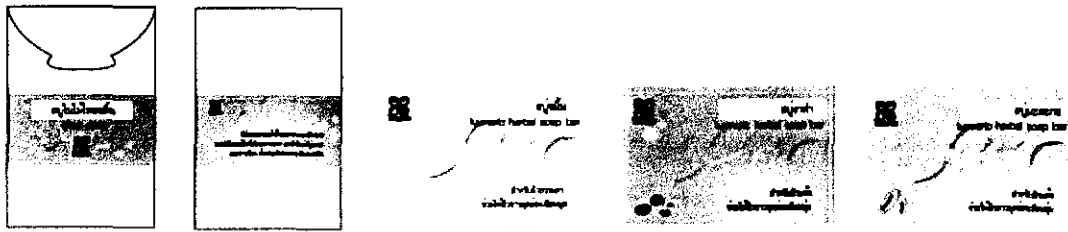


2. ผลิตภัณฑ์ในหมวดขัด โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์มี 2 แบบตามขนาด และมีกล่อง secondary เพื่อการเพิ่มพื้นที่ในการประชาสัมพันธ์สินค้า ออกแบบ โดยให้กล่องสามารถช่วย display สินค้าไปในตัวด้วย

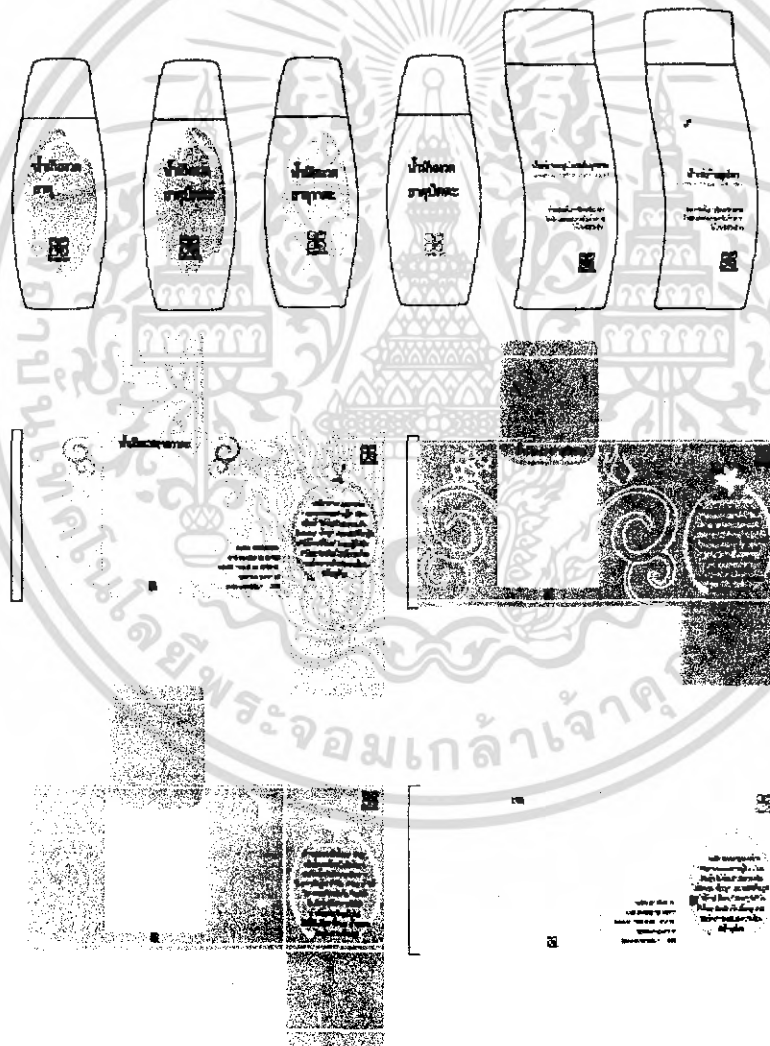


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ผลิตภัณฑ์ประเภทสบู่ ลักษณะของบรรจุภัณฑ์เลือกใช้วัสดุที่แข็งแรง และมีโครงสร้างแบบง่าย ๆ โดยเน้นให้เห็นถึงความสวยงามของผลิตภัณฑ์

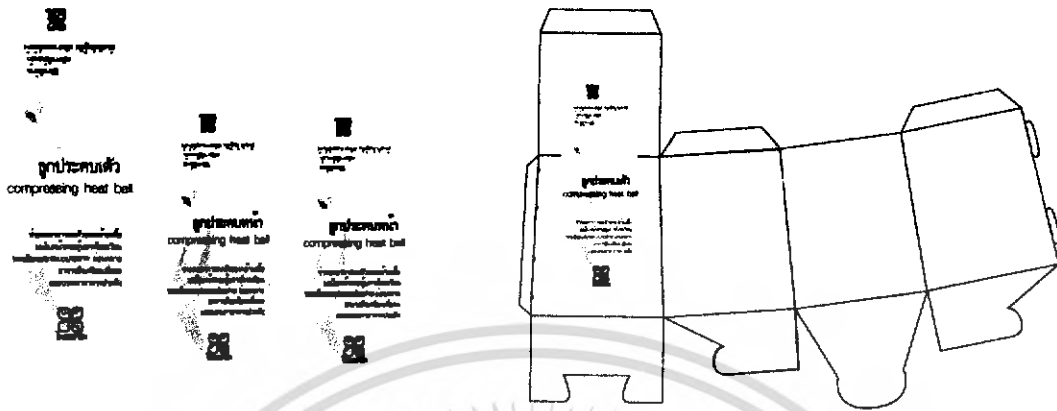


4. ผลิตภัณฑ์ประเภทแชมพู โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์มี 2 ขนาด โดยใช้กล่อง secondary มาเป็นตัวช่วยในการบอกรายละเอียดสินค้า

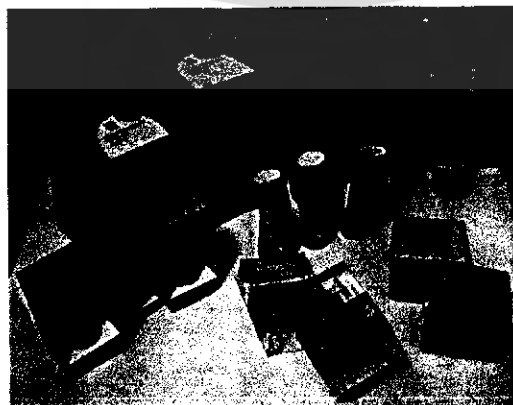


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. ผลิตภัณฑ์ประเภทประคบ ใช้โครงสร้างของกล่องที่ดูแข็งแรง และเลือกใช้วัสดุที่ช่วยในการเก็บรักษาได้ดี



6. กล่อง display ใช้รูปแบบของโครงสร้างที่ดูเรียบง่าย แต่จะเน้นไปที่การมีพื้นที่ประชาสัมพันธ์มากที่สุด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้เฉพาะในครั้งนี้นั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อเสนอแนะของอาจารย์สำหรับผลงานในขั้นตอนแบบร่างครั้งที่ 1

1. บรรจุภัณฑ์ยังสื่อความหมายได้ไม่ดี
2. กราฟฟิกยังไม่สามารถแบ่งประเภทของผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน
3. โครงสร้างยังไม่ช่วยเรียงลำดับการใช้งานได้ดี
4. รูปแบบกราฟฟิกยังไม่สวยงามพอกับคู่แข่งที่มีในท้องตลาด

3.2.3 ขั้นตอนการออกแบบแบบร่างครั้งที่ 2

จากแนวทางที่ได้ทำการออกแบบ ได้เลือกแนวทางออกมาพัฒนาต่อ โดยพัฒนาแบบที่ได้ โดยออกแบบโครงสร้างทั้งหมดตามแนวทางเดียวกันเพื่อความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้า วิเคราะห์จากแนวทางทั้งสามแนวทาง ดังต่อไปนี้

แนวทางที่ 1 design route : feeling from nature

แนวทางของ original flower

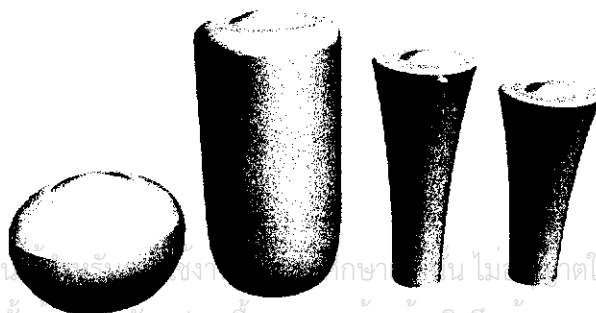
ออกแบบโดยจับเอาลักษณะของรูปทรงของดอกไม้ ลักษณะการบาน โดยแบ่งการออกแบบออกเป็น 2 ลักษณะคือ โครงสร้างขวดและ โครงสร้างกล่อง

- โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ประเภทกระปุก, ขวด

แบบที่ 1 ได้จับเอาลักษณะของกลีบดอกไม้ โดยแต่ละชนิดจะใช้เส้นที่ค่อยๆ โค้ง จน โค้งมากที่สุด สื่อถึงการค่อยๆ บานออกของดอกไม้ เพื่อช่วยเรียงลำดับการใช้งานของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด

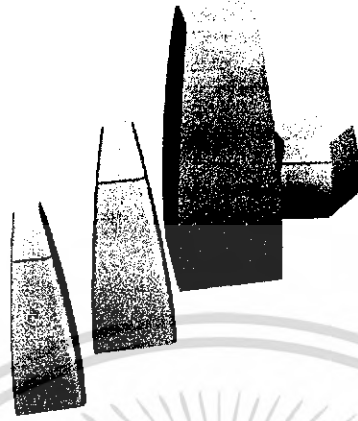


แบบที่ 2 นำเอาลักษณะของเกสรดอกไม้ ออกมา เพื่อสื่อถึงลักษณะการบานที่จะค่อยๆ เผลย เกสรออกมา สื่อถึงความเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นเนื้อแท้ของธรรมชาติออกมา โดยลักษณะของ จุดด้านบนจะค่อยๆ เล็กกลงไปพร้อมกับรูปฟอร์มของเส้นด้านข้าง จากเส้น โค้งเข้าค่อยๆ โค้งออก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ไม่สามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามเผยแพร่เนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบที่ 3 นำเอาลักษณะของรูปทรงของดอกไม้มาลดทอนให้เกิดความเหลี่ยม โดยเรียงลำดับการใช้งานจากรูปทรงที่เหลี่ยมมาก ไปจนรูปทรงที่เหลี่ยมน้อย โดยคงรูปร่างของลักษณะของดอกไม้เอาไว้



เงื่อนไขการพิจารณา	1	2	3
แบ่งแยกประเภทได้ชัดเจน	3	4	3
เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	5	5	4
โดดเด่น สะดุดตา	4	4	3
มีเอกลักษณ์ต่างจากคู่แข่ง	4	4	5
รวม	16	17	15

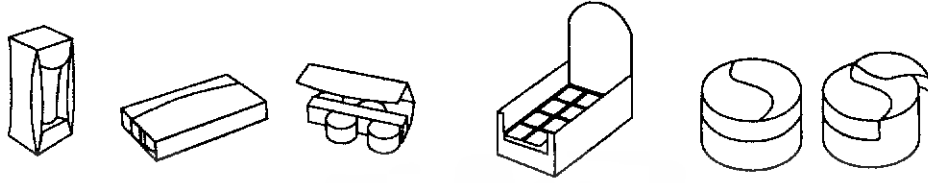
จากการวิเคราะห์ถึงเงื่อนไขต่างๆแล้ว พบว่าแบบที่ 2 มีความเหมาะสมตามเงื่อนไขมากที่สุด จึงทำการเลือกแบบไปพัฒนาต่อไป



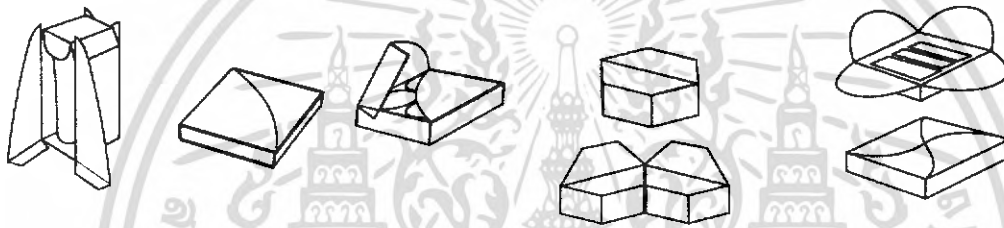
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- โครงสร้างบรรจุภัณฑ์กล่อง

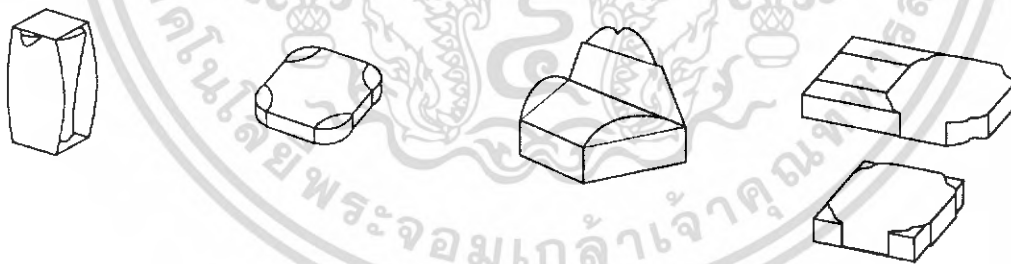
แบบที่ 1 ออกแบบโดยสื่อถึงกลิ่นดอกไม้ที่ค้อยห่อหุ้มเกสรดอกไม้ที่บอบบางอยู่ด้านใน เพื่อต้องการแสดงให้เห็นถึงความเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่า ออกแบบโดยใช้โครงสร้างที่มีลักษณะเหมือนการห่อหุ้ม และใช้เส้นโค้งเพื่อแสดงลักษณะของกลิ่นดอกไม้ออกมา



แบบที่ 2 ออกแบบโดยสื่อถึงการผลิบานของดอกไม้ ออกแบบโดยใช้โครงสร้างของดอกไม้ โดยเน้นวิธีการเปิดที่เหมือนการผลิบานออกมา เหมือนกับการเปิดเหรียญที่มีค่าอยู่ด้านใน

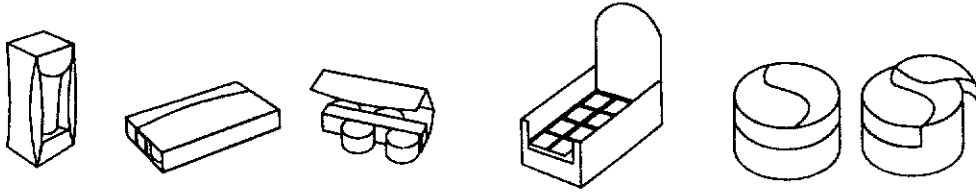


แบบที่ 3 ใช้ลักษณะของรูปร่างของดอกไม้ ออกมาเป็นโครงสร้างที่ดูง่าย แต่จะเน้นที่การห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ด้านใน โดยใช้การเว้าโค้งเข้าไป



เงื่อนไขการพิจารณา	1	2	3
มีพื้นที่ในการแสดงรายละเอียด	4	3	3
แข็งแรง	5	4	3
โดดเด่น สะดุดตา	4	5	4
สื่อถึงภาพลักษณ์ของสินค้าได้	4	4	3
รวม	17	16	13

จากการวิเคราะห์ถึงเงื่อนไขต่างๆแล้ว พบว่าแบบที่ 1 มีความเหมาะสมตามเงื่อนไขมากที่สุด จึงทำการเลือกแบบ



แนวทางที่ 2 design route : way to thai-happy

แนวทางของ knowledge

- โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ประเภทกระปุก,ขวด

แบบที่ 1 ออกแบบโดยนำเอาลักษณะของภาชนะใส่ยาโบราณ มาใช้ในการออกแบบ โดยต้องการสื่อให้ เป็นความเป็นสูตรโบราณผลิตภัณฑ์ที่ดูมีความขลัง เก๋ไก๋

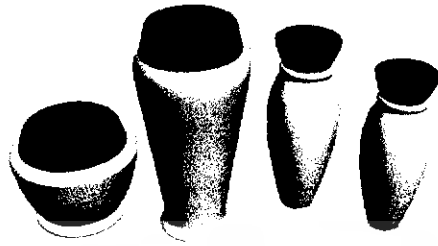


แบบที่ 2 ออกแบบโดยนำเอาลักษณะภาชนะใส่ของแบบโบราณ โดยจับลักษณะปลายยอดของภาชนะมาแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ที่สื่อสารถึงความเป็นไทยได้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบที่ 3 ออกแบบ โดยนำเอาลักษณะของการปิดฝา การหนีกฝาแบบยาโบราณมาสื่อถึง
ความเป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากยาโบราณ



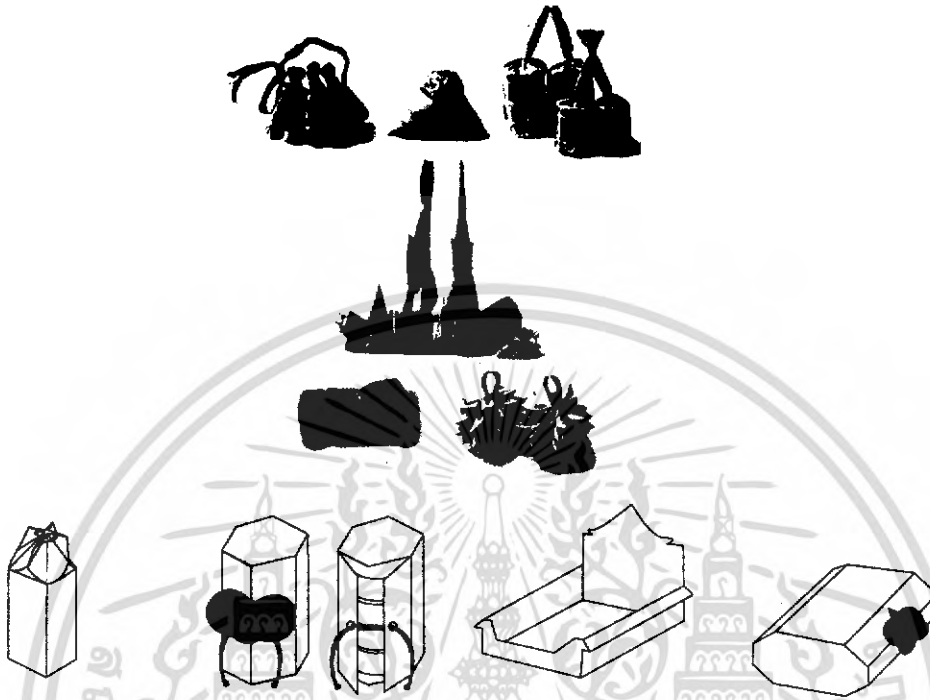
เงื่อนไขการพิจารณา	1	2	3
แบ่งแยกประเภทได้ชัดเจน	4	4	3
เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	3	5	4
โดดเด่น สะดุดตา	3	4	3
มีเอกลักษณ์ต่างจากคู่แข่ง	3	4	5
รวม	13	17	15

จากการวิเคราะห์ถึงเงื่อนไขต่างๆแล้ว พบว่าแบบที่ 2 มีความเหมาะสมตามเงื่อนไขมากที่สุด จึงทำการเลือกแบบ

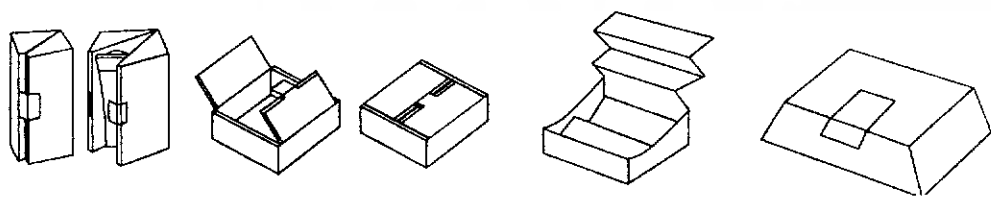
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- โครงสร้างกล่อง

แบบที่ 1 ออกแบบโดยใช้ลักษณะของการห่อหุ้มแบบโบราณมาจับลักษณะ เพื่อทำการพัฒนาออกเป็นกล่อง โครงสร้างของผลิตภัณฑ์

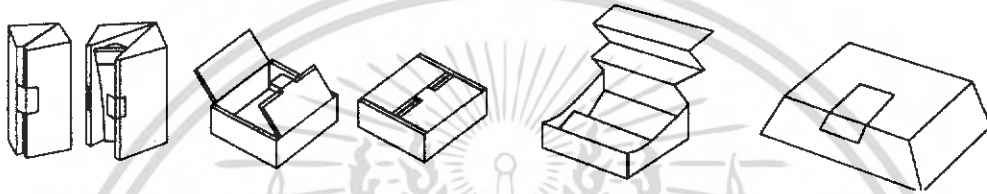


แบบที่ 2 นำเอารูปแบบสมุดโบราณ การผนึกยาแบบโบราณ การเก็บรักษา มาเป็นรูปแบบ โครงสร้างของกล่อง เพื่อสื่อถึงความเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความขลัง น่าเชื่อถือ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบที่ 3 ใช้ลักษณะของภาชนะมาเป็นโครงสร้างในการออกแบบ โดยสื่อถึงความเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่า โดยเน้นโครงสร้างที่เป็นการครอบ



เงื่อนไขการพิจารณา	1	2	3
มีพื้นที่ในการแสดงรายละเอียดได้ดี	3	4	4
แข็งแรง	3	5	4
โดดเด่น สะดุดตา	5	4	4
สื่อถึงภาพลักษณ์ของสินค้าได้	4	3	4
รวม	17	16	13

จากการวิเคราะห์ถึงเงื่อนไขต่างๆแล้ว พบว่าแบบที่ 1 มีความเหมาะสมตามเงื่อนไขมากที่สุด จึงทำการเลือกแบบ

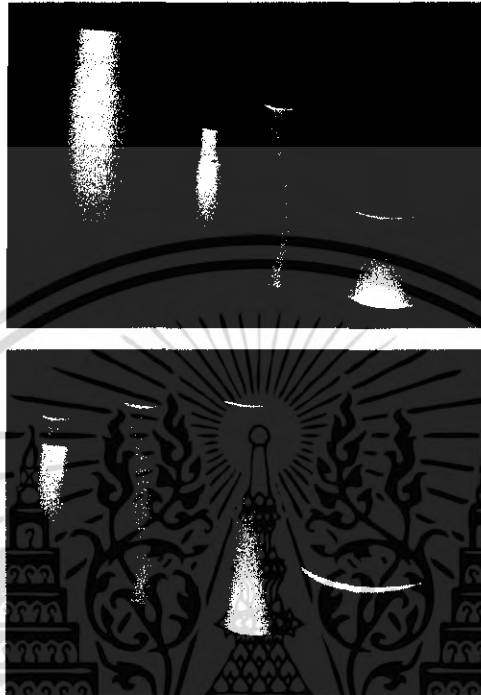
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางที่ 3 design route : balance of life

แนวทางของ ส่วนเคมเต็ม

- โครงสร้างขวด

ออกแบบโดยใช้ลักษณะของรูปทรงที่ดูเรียบง่าย มาต่อกันให้เกิดจังหวะต่อเนื่องกัน

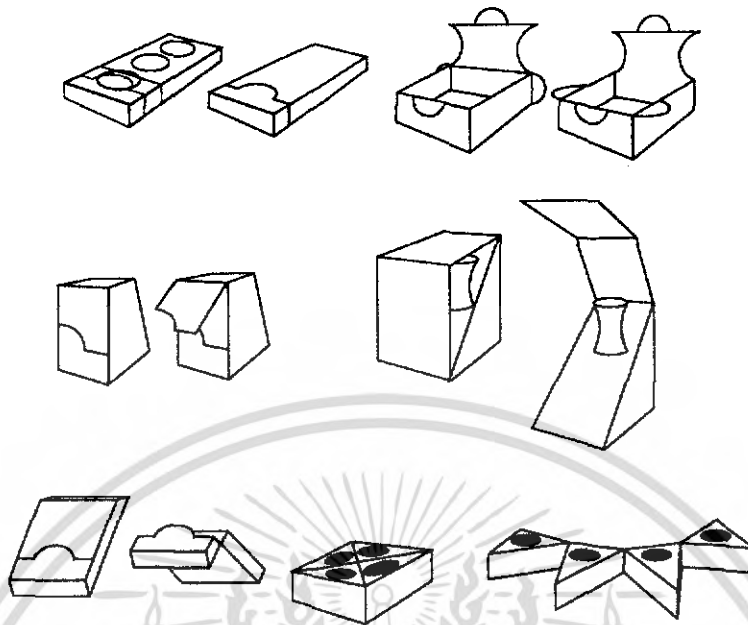


เงื่อนไขการพิจารณา	1	2
แบ่งแยกประเภทได้ชัดเจน	3	4
เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	5	5
โดดเด่น สะดุดตา	4	4
มีเอกลักษณ์ต่างจากคู่แข่ง	4	4
รวม	16	17

จากการวิเคราะห์ถึงเงื่อนไขต่างๆแล้ว พบว่าแบบที่ 1 มีความเหมาะสมตามเงื่อนไขมากที่สุด จึงทำการเลือกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- โครงสร้างกล่อง



เงื่อนไขการพิจารณา	1	2	3
แบ่งแยกประเภทได้ชัดเจน	3	4	3
เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	5	5	4
โดดเด่น สะดุดตา	4	4	3
มีเอกลักษณ์ต่างจากคู่แข่ง	4	4	5
รวม	16	17	15

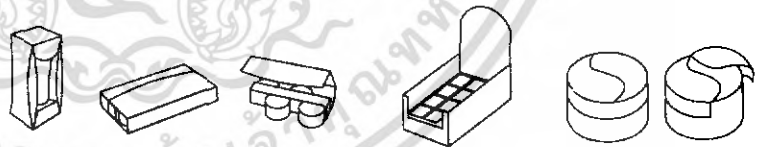
จากการวิเคราะห์ถึงเงื่อนไขต่างๆแล้ว พบว่าแบบที่ 2 มีความเหมาะสมตามเงื่อนไขมากที่สุด จึงทำการเลือกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการสรุปแบบในแนวทางต่างออกมาแล้ว ได้นำแบบที่ได้มาทั้งหมด มาวิเคราะห์รวมอีกครั้งหนึ่ง เพื่อที่จะทำสรุปแบบที่ดีที่สุดออกมา ภายใต้เงื่อนไขที่วางไว้ ได้ทำการวิเคราะห์ตามตารางได้ดังนี้

เงื่อนไขการพิจารณา	Feeling From nature	Way to thai-happy	Balance of life
มีความเป็นเอกลักษณ์ร่วม	4	3	4
สื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้ดี	5	5	4
โดดเด่น สะดุดตา	4	4	3
มีเอกลักษณ์ต่างจากคู่แข่ง	4	4	3
รวม	17	16	15

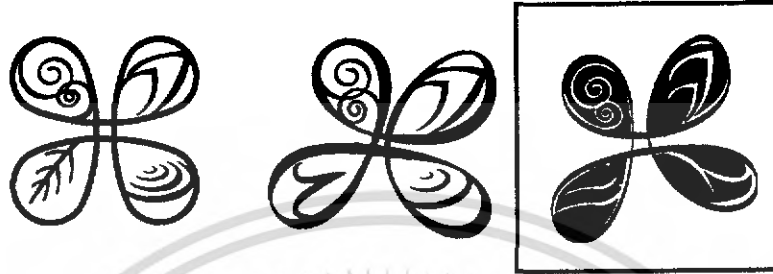
จากการวิเคราะห์ถึงเงื่อนไขต่างๆแล้ว พบว่าแบบที่ 1 มีความเหมาะสมตามเงื่อนไขมากที่สุด จึงทำการเลือกแบบออกมาใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ออกแบบโลโก้

จากแบบที่ได้ทำการเลือกมา ได้นำมาพัฒนาการต่อเพื่อให้เห็นภาพลักษณ์ขององค์กรมากขึ้น โดยดึงเอาเส้นที่แสดงถึงลักษณะของผ้าขันค้อออกมาดัดแปลง ให้มีความอ่อนช้อยมากขึ้น และช่วยสื่อถึงความเป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากความรู้แบบไทย โดยให้น้ำหนักเส้นที่ไม่เท่ากันสื่อถึงความอ่อนช้อย แสดงถึงความเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม



หลังจากได้ทำการพัฒนาออกมาแล้ว ได้สรุปแบบที่ดีที่สุดออกมา เป็นแบบที่แสดงภาพลักษณ์ออกมาได้ชัดเจนที่สุด ต่อจากนั้นก็ ได้ทำการเลือกใช้สีเพื่อให้อเข้ากับภาพลักษณ์ขององค์กรมากขึ้น โดยสีที่ดึงออกมาใช้ เป็นสีที่ได้มาจากลักษณะความเป็นไทย ภาพวาดฝาผนัง โทนสีที่พบเห็นได้จากลักษณะไทยต่างๆ ออกมาเป็นสีดังนี้



จากการวิเคราะห์แล้วพบว่า แบบสีม่วงสามารถสื่อสารถึงผลิตภัณฑ์ได้ดีที่สุด เพราะเป็นสีที่แสดงถึงความเป็นผู้หญิงและความงามมากกว่าสีอื่นๆที่สุด จึงได้ทำการสรุปแบบออกมาเพื่อใช้กับการออกแบบกราฟฟิกในขั้นต่อไป

- ออกแบบกราฟฟิก

จากแนวทางที่วางไว้ข้างต้นได้ทำการแตกแนวทางย่อยออกมาใหม่เพื่อความใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์มากขึ้น โดยออกแบบตามแนวทางได้ดังนี้

แนวทางที่ 1 design route : natural

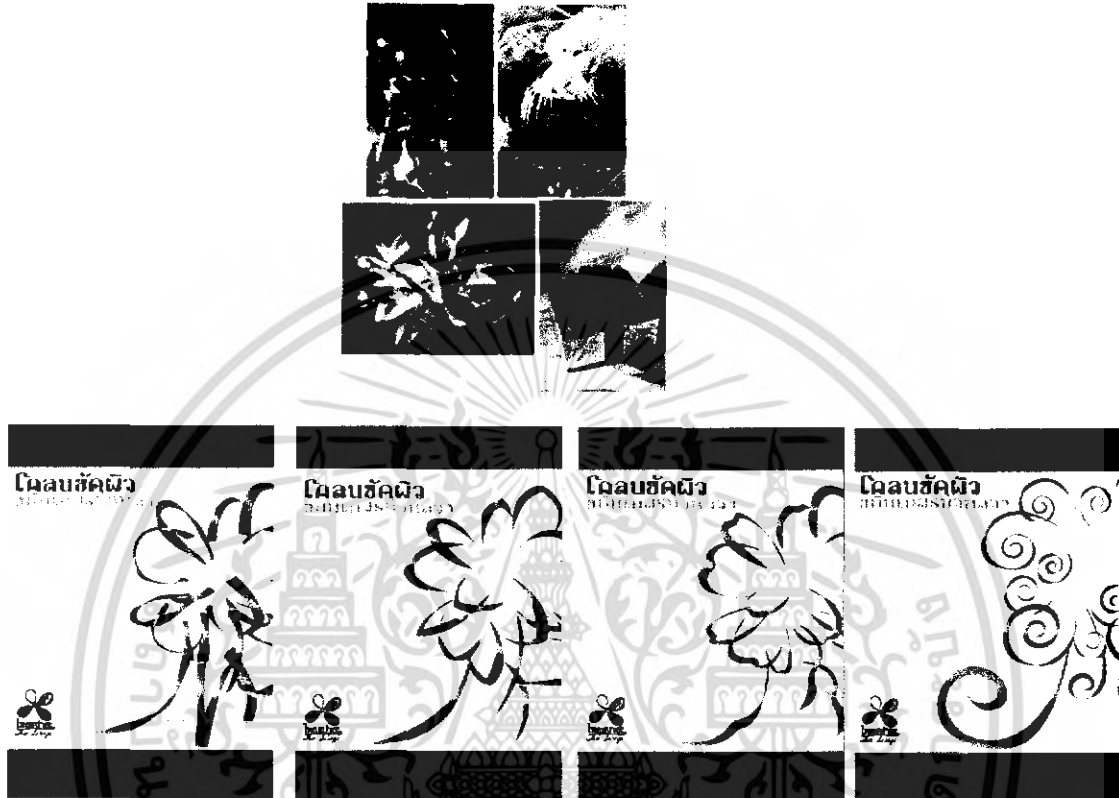
แนวทางย่อย flower boutique ออกแบบโดยนำเอาลักษณะการมารวมตัวกันของดอกไม้มาเป็นรูปแบบของกราฟฟิกที่ใช้ โดยจับเอารูปแบบของดอกไม้ที่รวมกันเป็นชุดๆมาสื่อถึงความสวยงามของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการให้ผู้บริโภคได้รับ



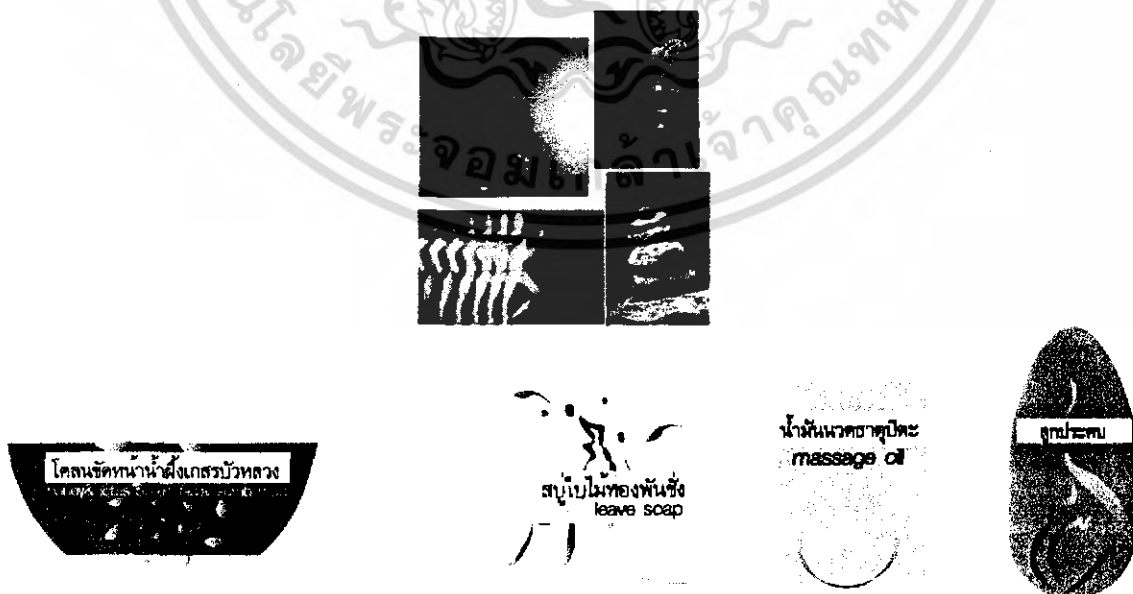
โดยแบ่งรูปแบบของดอกไม้ออกเป็นสองลักษณะ โดยใช้ดอกไม้ที่เป็นส่วนผสมหลักอยู่บริเวณด้านนอก และดอกไม้ที่เป็นส่วนผสมที่เปลี่ยนไปตามแต่ละประเภทของผลิตภัณฑ์อยู่ด้านใน

แนวทางย่อยที่ 2 a gift bow

ออกแบบโดยจับเอาลักษณะของใบหูของขวัญ มาทำเป็นลายกราฟฟิก โดยนำรูปทรงของสัญลักษณ์ดิน น้ำ ลม ไฟ ที่ปรากฏบนโลโก้มาใช้เข้าคู่กันเพื่อความเป็นเอกลักษณ์ โดยลักษณะของเส้นริบบิ้นจะแสดงออกมาตามชนิดของแต่ละผลิตภัณฑ์นั้นๆ



แนวทางย่อย touch มาจากอารมณ์ที่ได้มาจากของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด ว่าสามารถสื่อถึงอารมณ์แบบใด ได้บ้าง และได้ทำการแยกอารมณ์ของผลิตภัณฑ์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขการพิจารณา	Flower bouquite	Gift a bow	Touch
มีความเป็นเอกลักษณ์	4	4	5
ช่วยแยกประเภทของสินค้าได้ดี	5	3	3
โดดเด่น สะดุดตา	4	4	3
สรุป	13	11	11

จากการวิเคราะห์ตามเงื่อนไขที่ได้วางไว้ ได้ทำการสรุปแนวทางที่จะนำไปพัฒนาต่อคือ แนวทางของ flower boutique

แนวทางที่ 2 design route : way to thai happy

แนวทางย่อย feeling to

จากเรื่องความรู้ทางการแพทย์โบราณเรื่อง สัปายะ ที่แบ่งวิธีการบำบัดออกเป็น 4 เรื่อง คือ 1. หัตถบำบัด 2. วารีบำบัด 3. สุนทรบำบัด 4. โภชนบำบัด โดยดึงเอาข้าวของที่ใช้ในการบำบัดออกมา สื่อถึงการใช้งานของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด



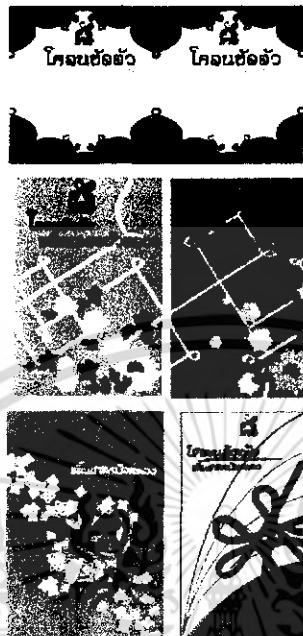
แนวทางย่อย ภูมิปัญญาไทย

ออกแบบ โดยนำเอาลักษณะลายเส้นที่เป็นเอกลักษณ์แบบไทย โดยแบ่งแยกผลิตภัณฑ์ตามลักษณะของดิน น้ำ ลม ไฟ โดยนำภาพจากธรรมชาติที่ปรากฏอยู่บนภาพวาดไทย นำมาประยุกต์ให้เข้ากับผลิตภัณฑ์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของบริษัทฯ ใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรรมใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางย่อย ความน่าเชื่อถือ ได้นำลวดลายบนผ้ายันต์ และบนไม้กวาดแบบโบราณ เพื่อสื่อถึงความเป็นผลิตภัณฑ์ที่น่าเชื่อถือ



เงื่อนไขการพิจารณา	ภูมิปัญญา	ลักษณะไทย	ความน่าเชื่อถือ
มีความเป็นเอกลักษณ์	4	4	5
ช่วยแยกประเภทของสินค้าได้ดี	5	3	3
โดดเด่น สะดุดตา	4	4	3
สรุป	13	11	11

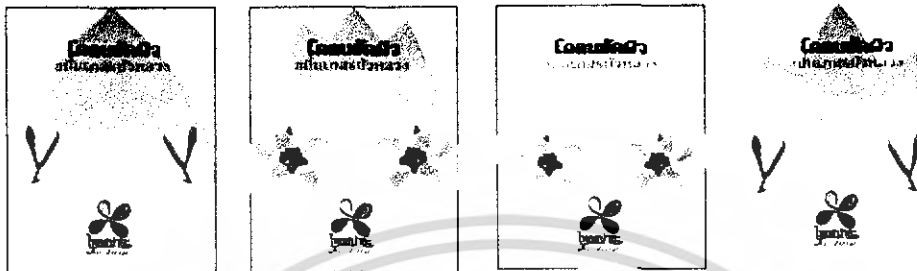


จากการวิเคราะห์ตามเงื่อนไขที่ได้วางไว้ ได้ทำการสรุปแนวทางที่จะนำไปพัฒนาต่อคือ แนวทางของ ภูมิปัญญาไทย

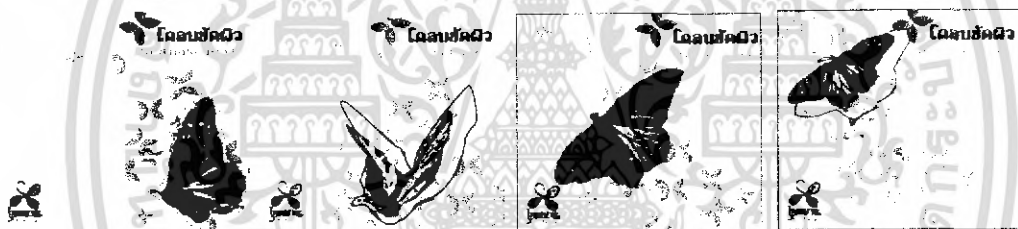
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. rhythm จับเอาลักษณะของจังหวะที่มักพบเห็นตามธรรมชาติ เพื่อช่วยแสดงการแบ่งประเภทของผลิตภัณฑ์ได้โดยแยกแนวทางย่อยออกเป็น 2 แบบคือ

- การบานของดอกไม้ ออกแบบโดยใช้รูปทรงจังหวะของการบานของดอกไม้มาเป็นไดคัทของฉลากเพื่อช่วยเรียงลำดับเรื่องการใช้งานในขั้นตอน



- การคอมดอกไม้ของผีเสื้อ ใช้จังหวะการเข้ามาของผีเสื้อเมื่อต้องการคอมดอกไม้ โดยใช้กราฟฟิกที่แสดงการเคลื่อนไหวของผีเสื้อด้วยภาพที่รวมกัน แล้วค่อยๆกระจายออกเป็นจังหวะไปพร้อมกับภาพผีเสื้อที่ค่อยๆบินจากไป ที่จะช่วยแบ่งขั้นตอนในการใช้งานได้



เงื่อนไขการพิจารณา	Blossom	flying
มีความเป็นเอกลักษณ์	4	4
ช่วยแยกประเภทของสินค้าได้ดี	5	3
โดดเด่น สะดุดตา	4	4
สรุป	13	11

จากการวิเคราะห์ตามเงื่อนไขที่ได้วางไว้ ได้ทำการสรุปแนวทางที่จะนำไปพัฒนาคือแนวทางของ blossom









เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้สรุปมาแล้ว พบว่าในการจำแนกผลิตภัณฑ์มีหลายขั้นตอน จำเป็นต้องมีสิ่งที่จะช่วยแยกประเภทของผลิตภัณฑ์ในหลายๆด้าน จึงนำด้านการแยกประเภทผลิตภัณฑ์ ด้านการใช้งานเกี่ยวกับร่างกาย มาวิเคราะห์เพื่ออีกทางหนึ่ง เพื่อแยกประเภทสินค้าได้ง่ายขึ้นโดยแบ่งการออกแบบออกเป็น 3 แบบคือ

1. แบ่งแยกผลิตภัณฑ์ด้วยลักษณะของสี โดยใช้สีที่มาจากความรู้สึกของผู้บริโภค โดยทัศนคติของผู้บริโภค พบว่าสามารถทำการแบ่งแยกสี โดยสีที่เหมาะสมกับหน้าคือ สีชมพู ซึ่งมาจากทัศนคติที่ผู้หญิงชอบที่จะแก้มเป็นสีชมพูแบบผิวสุขภาพดี สีผิวที่เหมาะสมคือ สีเหลือง ซึ่งได้มาจากทัศนคติโบราณว่า สีเหลือง ที่มาจากความเชื่อโบราณที่ว่า ผิวเหลืองผ่องอำพัน ส่วนสีของเท้า สีที่เหมาะสมคือ สีฟ้า คือสีที่แสดงถึงความสะอาด

2. สัญลักษณ์ โดยใช้สัญลักษณ์ของความเกี่ยวข้องของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดมาแสดง โดยชัดเจน โดยแยกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ด้วยภาพกราฟฟิกที่แสดงการใช้งาน

3. สัญลักษณ์ ที่มาจากส่วนผสมหลักของผลิตภัณฑ์ นำมาเป็นตัวแทนของประเภทของสินค้า โดยใช้รูปทรงของกลีบดอกไม้ ที่สื่อถึงลักษณะตามร่างกาย และใส่รายละเอียดของการทำงานของผลิตภัณฑ์ลงไป

face	body	foot
		
		
		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขการพิจารณา	1	2	3
มีความเป็นเอกลักษณ์	4	4	5
ช่วยแยกประเภทของสินค้าได้ดี	5	3	3
โดดเด่น สะดุดตา	4	4	3
สรุป	13	11	11

จากการวิเคราะห์ตามเงื่อนไขที่ได้วางไว้ ได้ทำการสรุปแนวทางที่จะนำไปใช้กับภาพกราฟฟิคคือ แบบแนวทางการใช้สี

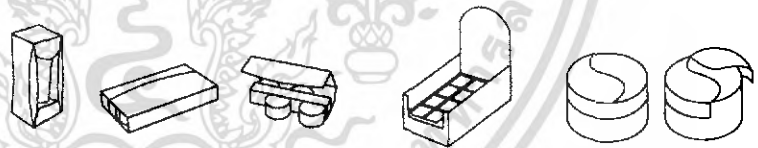
สรุปผลการวิเคราะห์ในการออกแบบขั้นต้นของแบบร่างครั้งที่ 2

จากการวิเคราะห์และสรุปแบบตามเงื่อนไขต่างๆข้างต้นแล้ว ได้สรุปผลในการเลือกแบบเพื่อพัฒนาต่อไปในขั้นตอนไปคือ

- ออกแบบโครงสร้าง

แนวทางที่ 1 design route : feeling from nature

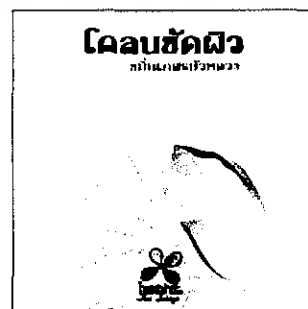
แนวทางของ original flower



- ออกแบบกราฟฟิค

แนวทางที่ 1 design route : natural

แนวทางย่อย flower boutique

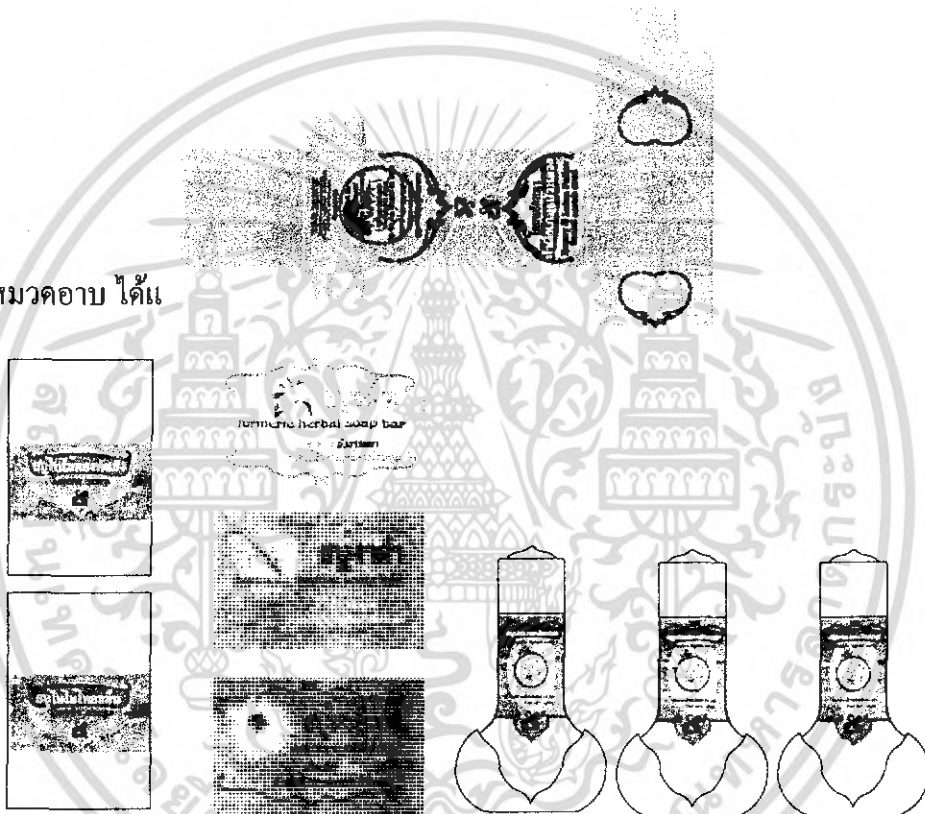


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. หมวดขัด ได้แก่ โคลนขัดผิว โคลนขัดตัว โคลนขัดเท้า



3. หมวดอาบ ได้แก่

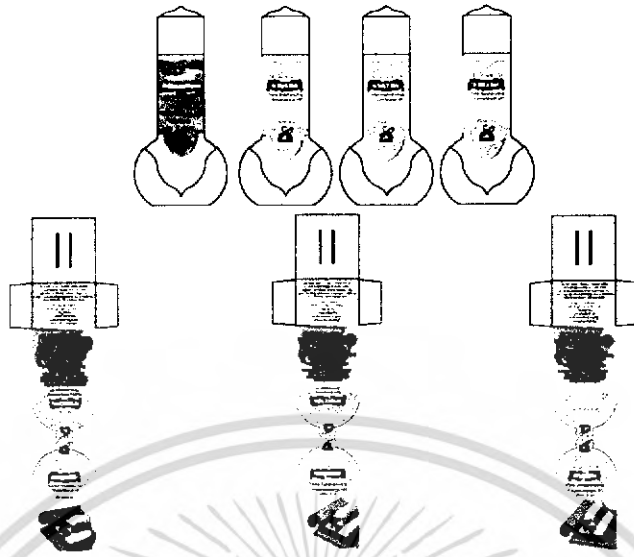


4. หมวดแช่อาบ ได้แก่ น้ำแช่อาบ น้ำแช่เท้า



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

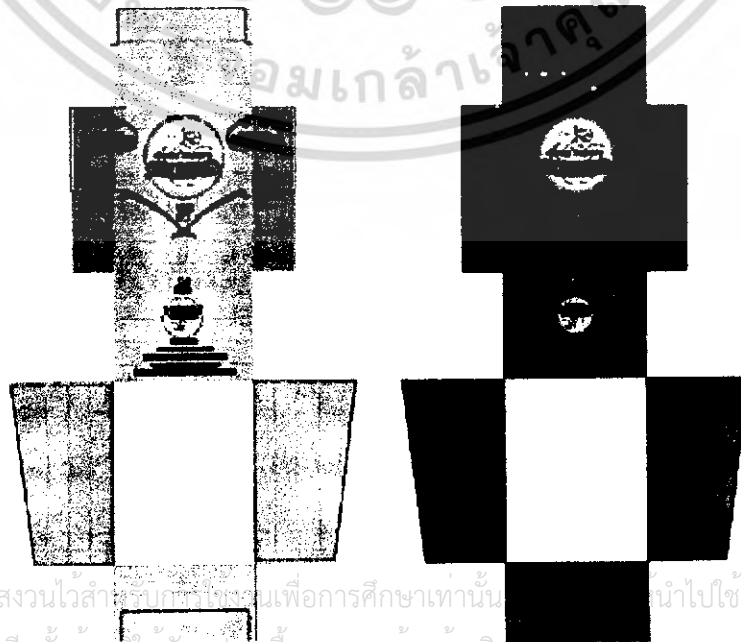
5. หมวดขวด เจลขวดหน้า น้ำมันขวด ขี้ผึ้งขวดเท้า



6. หมวดกระดาษ

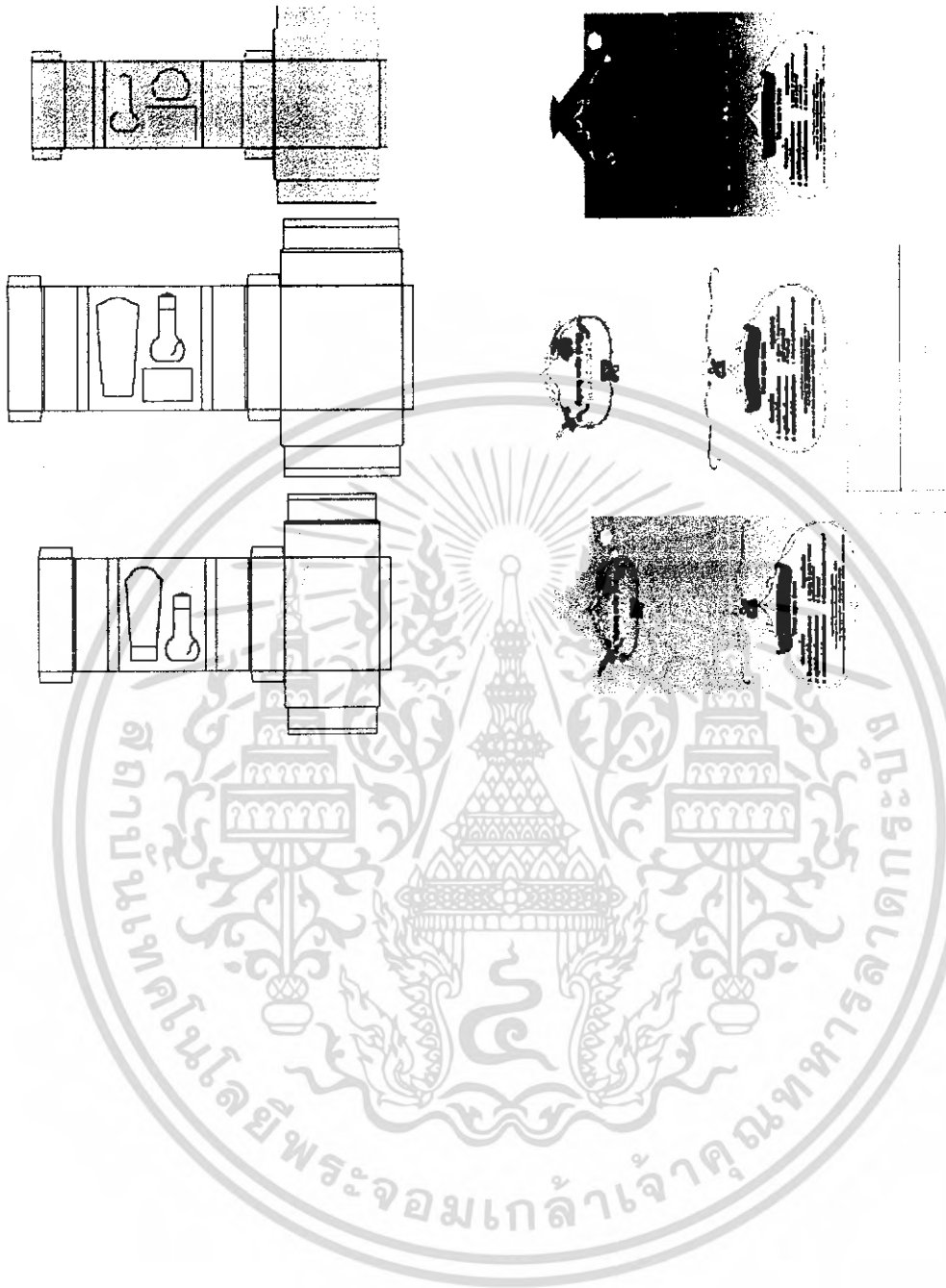


7. กล่อง display



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับนักเรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. กล่อง gift set



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

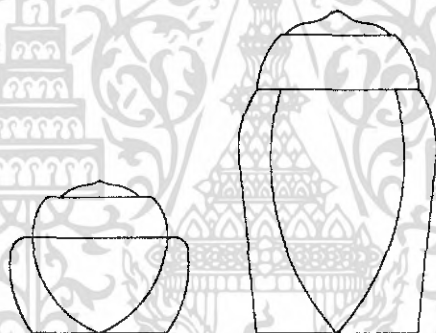
3.3 การวิเคราะห์การออกแบบและประเมินค่า

จากการพัฒนาแนวความคิดและการออกแบบที่กล่าวมาทั้งหมดนั้น สามารถนำมาสรุปผลการออกแบบ ทั้งทางด้านโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์และด้านกราฟฟิก ได้ดังนี้

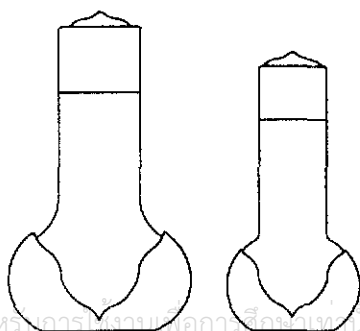
การสรุปผลทางด้านรูปแบบโครงสร้าง สามารถแบ่งได้เป็นประเภทใหญ่ๆคือ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ขวด, กระจุกและ โครงสร้างกล่อง

1. โครงสร้างกระจุก,ขวด แบ่งออกเป็น 30 กรัม 180 กรัม , 30 ซีซี 60 ซีซี

- โครงสร้างกระจุก ขนาด 30 กรัมและ 180 กรัม เป็นโครงสร้างของโคลนขัดหน้าและโคลนพอกตัว ซึ่งได้เลือกรูปแบบตามลักษณะการใช้งานไว้ ออกแบบโดยรูปแบบมาจากภาษาแบบไทยโบราณ ซึ่งถือเป็นเอกลักษณ์ไทยอย่างหนึ่ง โดยรูปแบบที่ได้นำมานั้น ได้ลดทอนบริเวณด้านหน้าของบรรจุภัณฑ์ทำให้เกิดผิวเรียบขึ้น เพื่อสร้างพื้นที่ในการแปะฉลาก เนื่องจากความต้องการของบรรจุภัณฑ์ต้องสามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ด้านในได้ จึงเลือกใช้การแปะฉลากที่ช่วยให้มองเห็น ได้ชัดเจนขึ้น และได้เลือกใช้พลาสติกประเภท PETE ซึ่งมีลักษณะมองเห็นผลิตภัณฑ์ด้านในได้



- โครงสร้างขวด ขนาด 30 ซีซีและ 60 ซีซี สำหรับสบู่เหลว น้ำแช่อบ น้ำมันนวด ออกแบบโดยใช้รูปแบบของภาษาไสยาโบราณ ซึ่งมีรูปทรงที่เป็นเอกลักษณ์ไทย โดยทำการช่องร่องบริเวณด้านล่างของขวด ซึ่งทำให้เกิดรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์มากขึ้น โดยใช้วัสดุประเภท PETE ที่มีความใส เพราะผลิตภัณฑ์ต้องการการมองเห็นและเลือกใช้ฝาปั๊มกับขวดขนาด 60 ซีซีซึ่งเป็นสบู่เหลวและน้ำแช่ ต้องการการควบคุมปริมาณในการนำออกมาใช้งานได้สะดวก และในขวดขนาด 30 ซีซีซึ่งเป็นขวดน้ำมันนวด จะใช้ฝากายในที่มีลักษณะกลม มีการเจาะรูเพียงเล็กน้อยเพื่อควบคุมการไหลออกได้ดีและช่วยนวดด้วยความกลมของฝาด้วย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับอาจารย์และบุคลากรในหน่วยงานที่ออกคำสั่งเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. โครงสร้างกล่อง แบ่งลักษณะความต้องการออกเป็น 4 แบบ คือ

- โครงสร้างกล่องเพื่อการปกป้อง

1. สำหรับผลิตภัณฑ์โคลนพอกหน้า พอกตัว ชาสมุนไพรและเครื่องดื่มสมุนไพร ออกแบบโดยคำนึงถึงเรื่องการปกป้อง primary package ด้านในเพราะความอ่อนบางของบรรจุภัณฑ์ชั้นต้น โดยคำนึงถึง โครงสร้างที่ดูแข็งแรงปกป้องในการขนส่ง ได้ดีและมีพื้นที่ในการบอกเล่ารายละเอียดของสินค้าได้ดี โดยเฉพาะ โคลนพอกได้เลือกใช้กระดาษการ์ดอาร์ตที่พิมพ์ได้ 2 หน้าซึ่งเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ซึ่งเกี่ยวข้องกับความสะดวกและต้องการบอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ได้ดี

2. สำหรับสบู่ใบไม้ ออกแบบ โดยให้มีรูปแบบที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการหยิบใช้ผลิตภัณฑ์ออกมา และเลือกใช้วัสดุที่แข็งแรงและปกป้องผลิตภัณฑ์จากสิ่งแวดล้อมภายนอกได้ โดยเลือกใช้วัสดุประเภท pvc sheet เพราะสามารถพับขึ้นรูปได้ง่าย สะดวกในการผลิตและขนส่ง

- โครงสร้างกล่องเพื่อการประชาสัมพันธ์ สำหรับ โคลนขัดหน้า จี๊ฉิ่งน้ำมันนวด และน้ำมันนวด จากลักษณะการขายขององค์กรซึ่งเน้นการขายตามงานแสดงสินค้า การออกแบบจึงเน้นการช่วย display สินค้าได้ดี และมีพื้นที่บอกรายละเอียดสินค้าได้ มองเห็นชัดเจน และดูสะอาด โดยโครงสร้างสามารถมองเห็นบรรจุภัณฑ์ด้านในได้ดี เลือกใช้กระดาษการ์ดอาร์ตเพื่อความสวยงามในการพิมพ์

- โครงสร้างกล่อง display สำหรับกล่องสบู่ใบไม้และน้ำมันนวด ออกแบบ โดยให้มีพื้นที่ในการบอกเล่าเรื่องของสินค้าได้ดี มีความแข็งแรงทั้งในการขนส่งและเก็บรักษา ออกแบบ โดยใช้รูปทรงของแบบบ้านไทยโบราณซึ่งสื่อถึงความเป็นผลิตภัณฑ์ที่ดูสบายๆตามชื่อของตราสินค้า มีความสวยงาม สะดุดในการมองเห็นในหลายๆมุมมอง โดยเลือกใช้กระดาษการ์ดอาร์ตซึ่งพิมพ์สีได้สวยงาม

- โครงสร้างกล่อง giftset ออกแบบ โดยเน้นเรื่องการปกป้องสินค้าและการบอกเล่าเรื่องของสินค้า โดยใช้โครงสร้างสอง โครงสร้างมารวมกัน โดยนำเอารูปแบบของสมุดใบลานมาเป็นรูปแบบในการออกแบบโครงสร้าง โครงสร้างด้านในจะเน้นการปกป้องสินค้าด้านใน และ โครงสร้างด้านนอกเน้นการบอกเล่าเรื่องราวของสินค้า โดยใช้กระดาษอาร์ตสำหรับการพิมพ์เพื่อความสวยงามของผลิตภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมให้คู่มือคุณค่า

การสรุปผลทางด้านรูปแบบกราฟิก ออกแบบโดยแบ่งแยกผลิตภัณฑ์ออกเป็นหมวดๆ ได้ ดังนี้

1. การแบ่งแยกประเภทของการใช้งานที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานตามร่างกาย โดยใช้ลักษณะของโทนสีที่มาจากทัศนคติของผู้บริโภคทั่วไป พบว่าสามารถทำการแบ่งแยกสี โดยสีที่เหมาะสมกับน้ำคือ สีชมพู ซึ่งมาจากทัศนคติที่ผู้หญิงชอบที่จะแก้มเป็นสีชมพูแบบผิวสุขภาพดี สีผิวที่เหมาะสมคือ สีเหลือง ซึ่งได้มาจากทัศนคติโบราณว่า สีเหลือง ที่มาจากความเชื่อโบราณที่ว่า ผิวเหลืองผ่องอำพัน ส่วนสีของเท้า สีที่เหมาะสมคือ สีฟ้า คือสีที่แสดงถึงความสะอาด



2. การแบ่งแยกผลิตภัณฑ์ออกเป็นหมวดหมู่

- หมวดพอก ออกแบบโดยใช้ลักษณะของพื้นหลังและบริเวณตัวอักษรที่มีลักษณะการนูนขึ้นออกมาเพื่อสื่อถึงการใช้งานในการพอกและรูปภาพกราฟฟิกที่แสดงถึงการ ใช้งานที่เกี่ยวข้องกับการพอก โดยแยกลักษณะด้วยเส้นกราฟฟิกที่บอกถึงส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ด้านใน

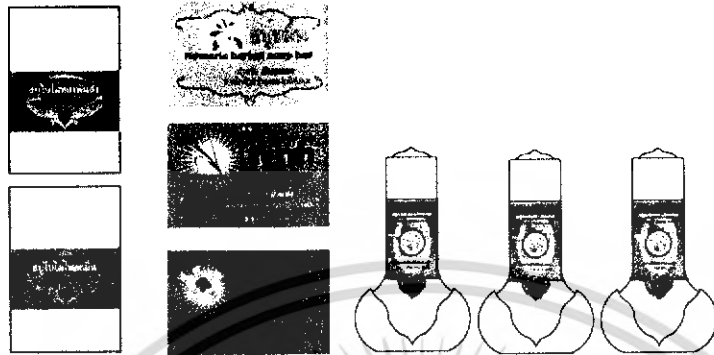


- หมวดขัด ออกแบบโดยใช้ลักษณะของพื้นหลังและบริเวณตัวอักษรที่มีลักษณะแตกออกมาเพื่อสื่อถึงการ ใช้งานในการขัด และรูปภาพกราฟฟิกที่แสดงถึงการ ใช้งานที่เกี่ยวข้องกับการขัด โดยแยกลักษณะด้วยเส้นกราฟฟิกที่บอกถึงส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ด้านใน

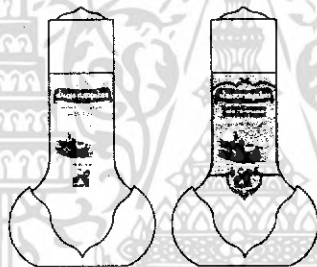


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- หมวดอาบ ออกแบบโดยใช้รูปภาพกราฟฟิกที่แสดงถึงการใช้งานที่เกี่ยวข้องกับการอาบ โดยแยกลักษณะด้วยเส้นกราฟฟิกที่บอกถึงส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ด้านใน



- หมวดแช่ ออกแบบโดยใช้รูปภาพกราฟฟิกที่แสดงถึงการใช้งานที่เกี่ยวข้องกับการแช่ โดยแยกลักษณะด้วยเส้นกราฟฟิกที่บอกถึงส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ด้านใน



- หมวดนวด ออกแบบโดยใช้เส้นกราฟฟิกที่แสดงถึงการใช้งานที่เกี่ยวข้องกับการนวด โดยแยกลักษณะด้วยเส้นกราฟฟิกที่บอกถึงส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ด้านใน



- หมวดประคบ ออกแบบโดยใช้รูปภาพกราฟฟิกที่แสดงถึงการใช้งานที่เกี่ยวข้องกับการประคบ โดยแยกลักษณะด้วยเส้นกราฟฟิกที่บอกถึงส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ด้านใน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้ หากมีผู้ใดนำเอกสารนี้ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บทที่ 4 ผลงานการออกแบบขั้นสุดท้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1 ภาพแสดงแผ่นนำเสนอผลงานและแบบแสดงรายละเอียด

สรุปผลงานผู้คิด

ดำเนินการในรูปแบบธุรกิจเอกชน ภายใต้การออกทุนสนับสนุนจากรัฐ
 ภายใต้การพัฒนากลยุทธ์ภายใต้โครงการด้านนวัตกรรม โดยเริ่มตั้งแต่ปี 2558 ถึงปี 2563
 5 ปีงบประมาณ

- พัฒนาระบบการรวมศูนย์ไว้ในด้านผลิตภัณฑ์ การผลิตและบริการ
- พัฒนาระบบบริหาร และพัฒนาระบบ เพื่อสร้างมาตรฐานและยกระดับคุณภาพของศูนย์วิจัย
- ส่งเสริมให้มีการใช้ศูนย์วิจัยและพัฒนาในการดูแลรักษาสุขภาพของประชาชน

จากกระแสความนิยมสถาบันไทย
 เกิดกระแสธุรกิจสถาบันไทยในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก
 ส่งผลให้ตลาดในประเทศขยายตัวปีละไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20-30


ไทยสไปอะ

ใช้จุดขายคือ “ความงามอย่างไทย” รูปแบบ
 ของบรรจุภัณฑ์จึงมีการใช้ภาพไทยมาผสม
 ผสมกัน

ต้องการรูปแบบที่ร่วมสมัยมากขึ้น

สรุปผลงานผู้คิด

- งานชุมชนแพทย์แผนไทย




Marketing Position

New marketing

- พัฒนาระบบผลิตภัณฑ์ใหม่คุณภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดและแข่งขันกับคู่แข่งที่มีประสิทธิภาพอย่างรวดเร็ว
- เพิ่มการจำหน่ายในร้านเครือข่ายที่กำลังมีมากขึ้น
- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อความต้องการของผู้บริโภค เพื่อส่งเสริมให้เกิดการใช้สมุนไพรไทยมากขึ้น

- งานมิวดีแอนด์สไปอะ



Packaging & Graphic

- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ เพิ่มคุณค่าแก่สินค้าและช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือของผู้บริโภคเพื่อยกระดับสินค้าให้สูงขึ้น
- ออกแบบกราฟิกที่ช่วยในการสื่อสารถึงสินค้าแก่ผู้บริโภคได้ดี มีความเป็นเอกลักษณ์ เพื่อให้ท่านแก่การจดจำและเข้าใจได้อย่างชัดเจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Design Requirement

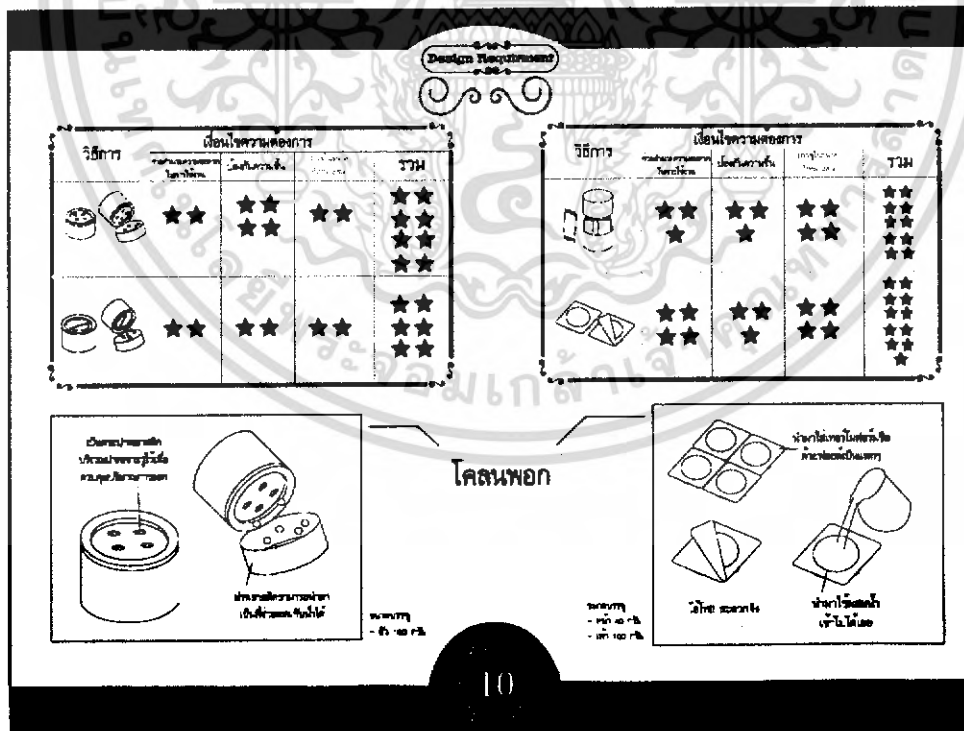
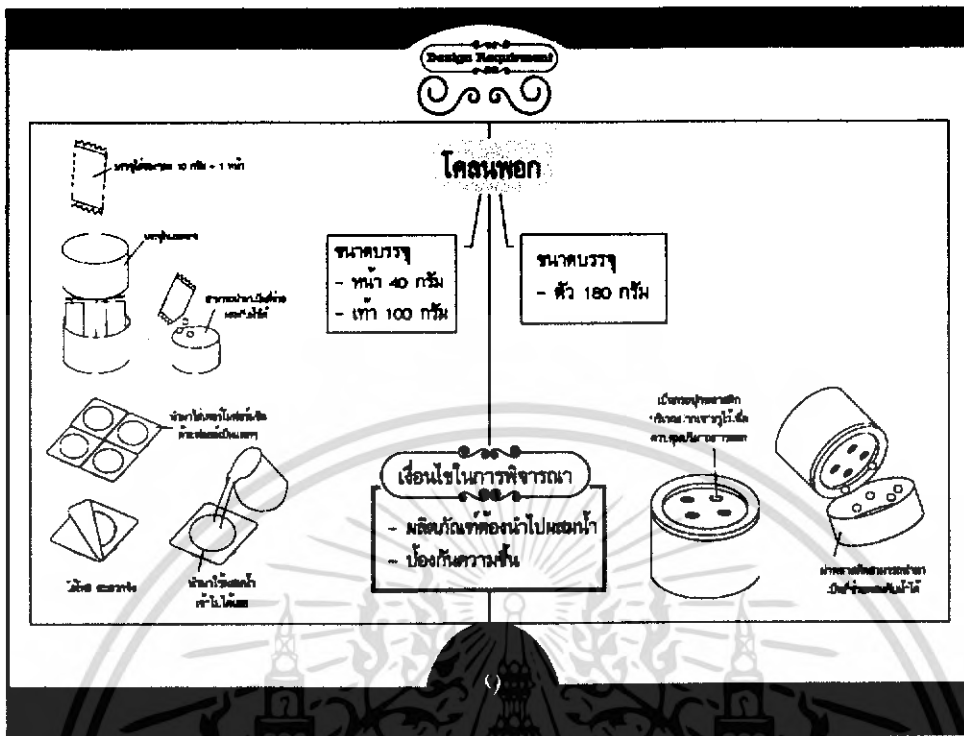
Product	Convenience	Containment	Protection	Promotion
in primary	██████	████	██████████	██████
in secondary	██████████	████	██████	██████
in primary	██████████	████	██████	██████
in secondary	██████████	████	██████	██████
in display	██████	████	██████████	██████
in gift set	██████████	████	██████	██████

Product	Convenience	Containment	Protection	Promotion
██████	████	██████	██████	██████████
██████	████	██████	██████	██████████
██████	████	██████	██████	██████████
██████	████	██████	██████	██████████
██████				██████████
██████				██████████

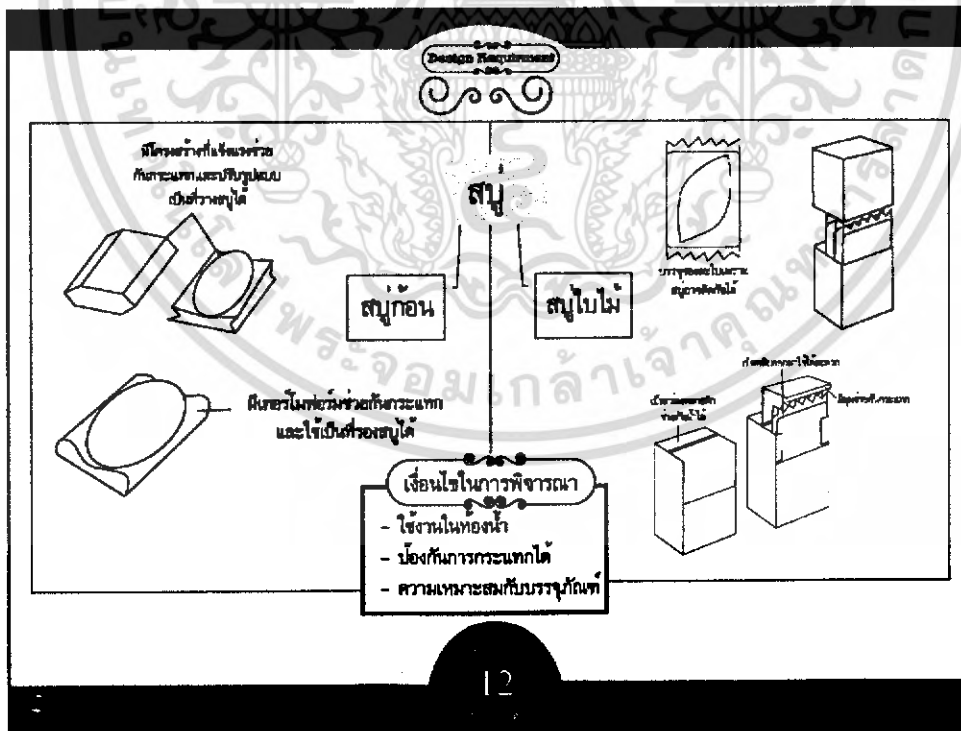
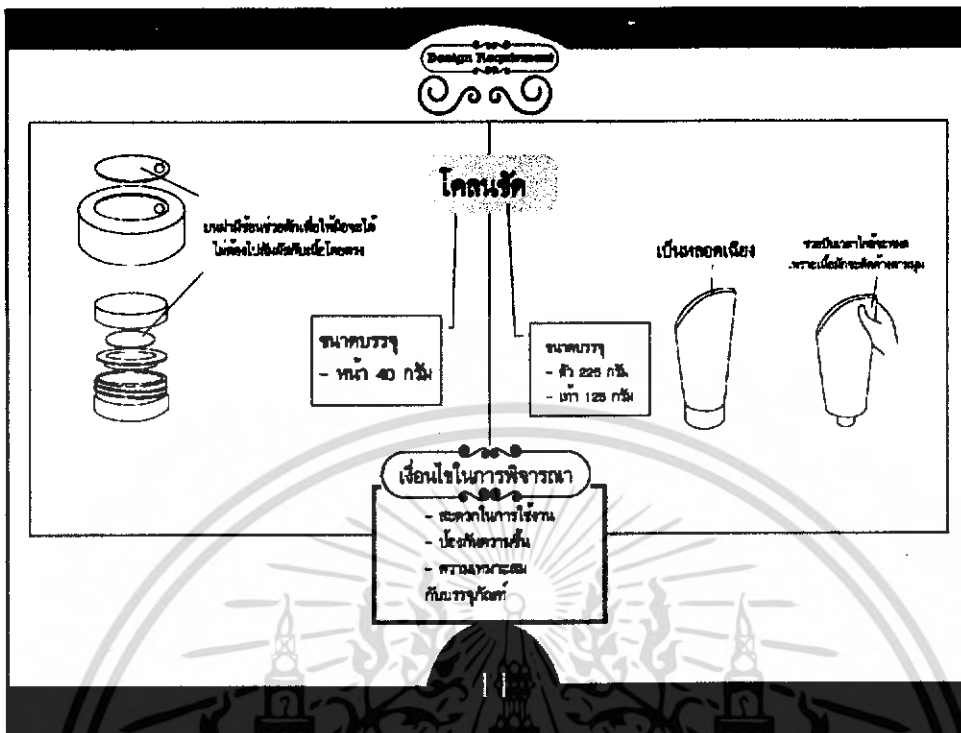
Design Requirement

main	convenience	containment	protection	promotion
primary package	<ul style="list-style-type: none"> ง่ายต่อการใช้งาน ช่วยเสริมความแข็งแรง ใช้งานสะดวก สะดวกในการขนส่งสินค้าได้ แสดงสินค้าให้เด่นชัด 	บรรจุสินค้าได้อย่างเหมาะสม	<ul style="list-style-type: none"> ปกป้องสินค้าที่อ่อนไหว แสดงให้เด่นชัด ป้องกันการแตก ป้องกันการเสก 	รูปแบบงานดีไซน์ที่โดดเด่น
secondary package	<ul style="list-style-type: none"> ง่ายต่อการใช้งาน สะดวกในการขนส่งสินค้าได้ แสดงสินค้าให้เด่นชัด 	บรรจุสินค้าได้อย่างเหมาะสม	<ul style="list-style-type: none"> ปกป้องสินค้าที่อ่อนไหว แสดงให้เด่นชัด ป้องกันการแตก ป้องกันการเสก ป้องกันการเสก 	แสดงงานดีไซน์ที่สวยงามและชัดเจน
display		บรรจุสินค้าได้อย่างเหมาะสม	ปกป้องสินค้าในการขนส่งได้	แบบงานดีไซน์ที่โดดเด่น
gift set		บรรจุสินค้าได้อย่างเหมาะสม	ปกป้องสินค้าในการขนส่งได้	แบบงานดีไซน์ที่โดดเด่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Design Requirement

วิธีการ	เงื่อนไขการทดสอบ				วิธีการ	เงื่อนไขการทดสอบ			
	ไม่มีการทดสอบ	การเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย	การเปลี่ยนแปลง	รวม		ไม่มีการทดสอบ	การเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย	การเปลี่ยนแปลง	รวม
	★★ ★★	★★ ★	★★ ★★	★★★ ★★★ ★★★ ★★★ ★★★		★★ ★★	★★ ★	★★ ★★	★★★ ★★★ ★★★ ★★★ ★★★
	★★ ★	★★ ★★	★★ ★	★★★ ★★★ ★★★ ★★★ ★★★		★★ ★	★★ ★★	★★ ★	★★★ ★★★ ★★★ ★★★ ★★★

สัญลักษณ์

สัญลักษณ์

สัญลักษณ์

13

Design Requirement

เงื่อนไขในการพิจารณา

- ช่วยควบคุมปริมาณได้ดี
- ป้องกันการรั่วซึม

เป็นต้นฉบับที่ความสะอาด

ออกแบบให้พอดี
ทดสอบหาปริมาณการใช้งาน

ใช้ปากปากและตัดเส้น

ช่วยควบคุมปริมาณ

สัญลักษณ์

เป็นต้นฉบับที่ความสะอาด

ช่วยควบคุมปริมาณ




ขนาดปากปากและตัดเส้น

side view

14

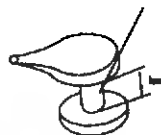
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Design Requirement


วิธีการ	เงื่อนไขความต้องการ		
	ราคาสูง-ปานกลาง	ปลอดภัย	รวม
	★★ ★★	★★ ★	★★ ★★ ★
	★★ ★	★★ ★	★★ ★★ ★★
	★★ ★	★★	★★ ★★ ★

หน้า
ขนาดกระดาษ ๓๐ ซม.

เป็นอุปกรณ์ที่สะดวก



ออกมาเล็กน้อย
สอดคล้องกับการใช้งาน



15


Design Requirement

เงื่อนไขในการพิจารณา


- ช่วยอำนวยความสะดวกในการใช้งาน
- ควบคุมปริมาณได้

หน้าพื้นที่ ๓๐ ซม.



ปากขวดจะเรียวเล็ก
เพื่อใช้โถงออกมาที่ละเม็ด



ตามช่องจะพอดี
เกล็ดเป็นกรวยลงมือ





- จะทำเป็นโถง
เพื่อควบคุมปริมาณ
ออกมาทีละเม็ด

16


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Design Requirement


วิธีการ	เงื่อนไขความต้อการ		
	ระดับความพอใจใช้งาน	ความพึงพอใจ	รวม
	★★ ★★	★★ ★★	★★ ★★ ★
	★★ ★	★★ ★★	★★ ★★ ★★ ★★

ข้อควรระวัง

ปากของแหวนจะงอขึ้น เพื่อให้ได้ขนาดที่พอดีกับ



การสวมแหวนต้องพอดีกับนิ้วการถอดไม่คว



17


Design Requirement

เงื่อนไขในการพิจารณา

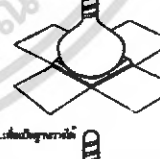
- ใช้งานเสร็จแล้วต้องวางให้แห้งก่อนถึงจะเก็บได้
- ขอให้ทันสมัยกับในยูนิฟอร์มหรือมีลวด

ข้อควรระวัง

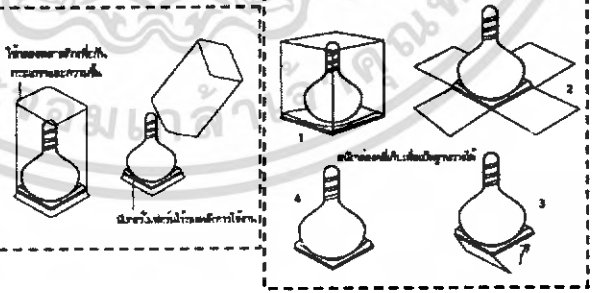
ปากของแหวนจะงอขึ้น เพื่อให้ได้ขนาดที่พอดีกับ



การสวมแหวนต้องพอดีกับนิ้วการถอดไม่คว






ลูกประคบ



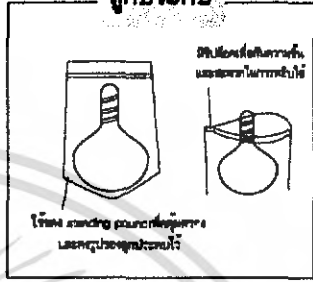
18

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

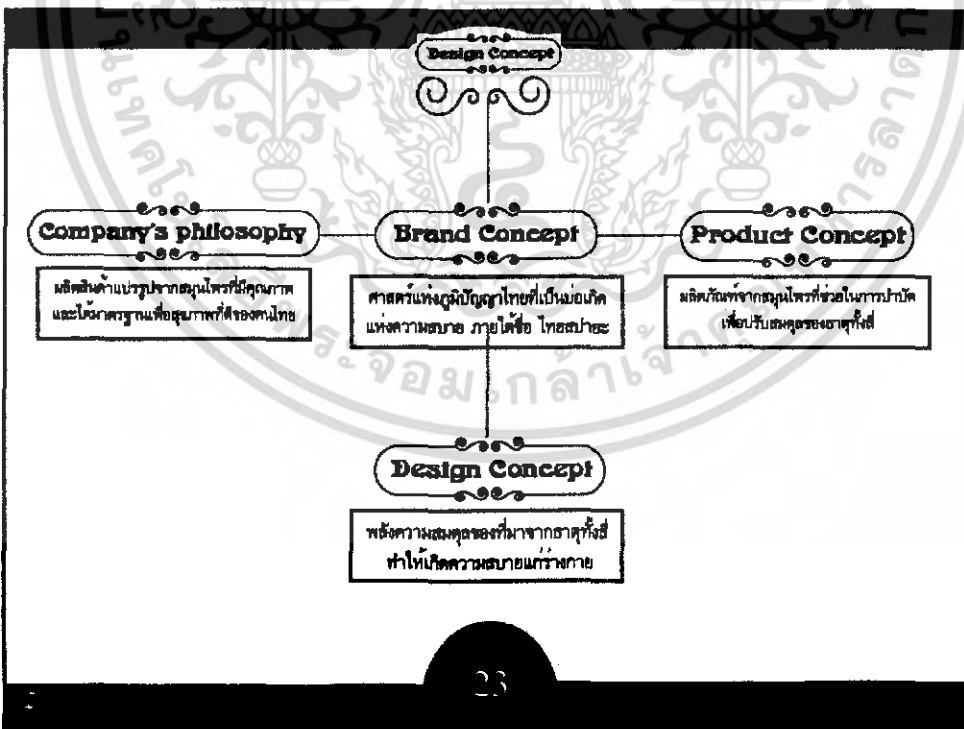
Design Requirement

วิธีการ	เงื่อนไขความต้องการ			
	มีลักษณะที่ การโยกโย่งได้	มีลักษณะการขึ้น ลงที่เร็ว	มีน้ำหนัก ที่เบา	รวม
	★★ ★	★★ ★★	★★ ★★	★★ ★★ ★★ ★★ ★
	★★ ★★	★★ ★★	★★ ★★	★★ ★★ ★★ ★★ ★★
	★★ ★	★★ ★★	★★ ★	★★ ★★ ★★ ★★ ★

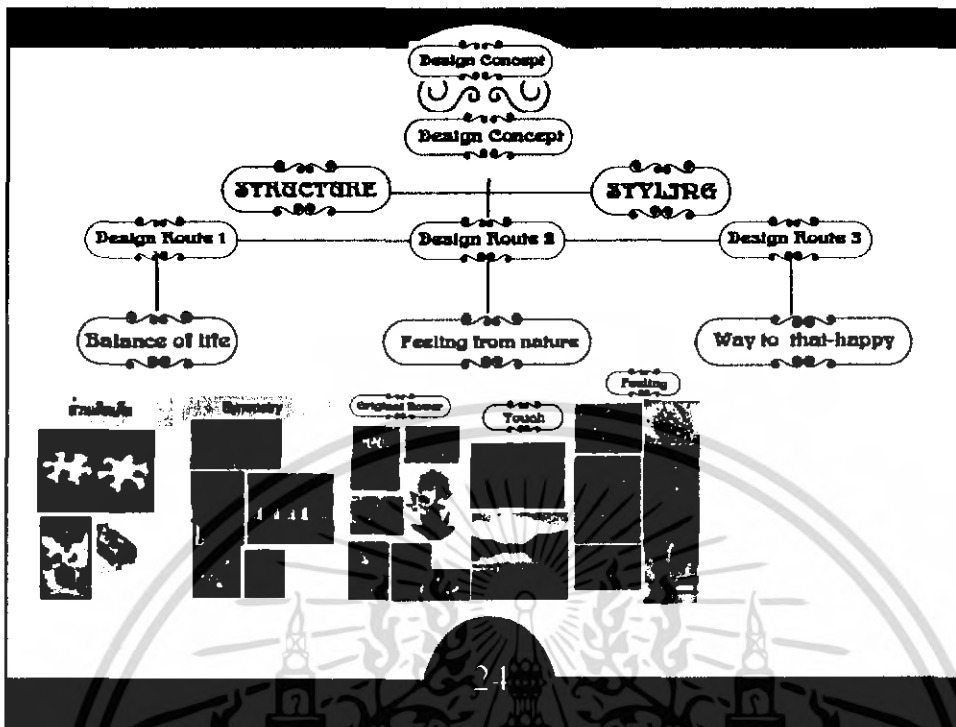
ดูประกอบ



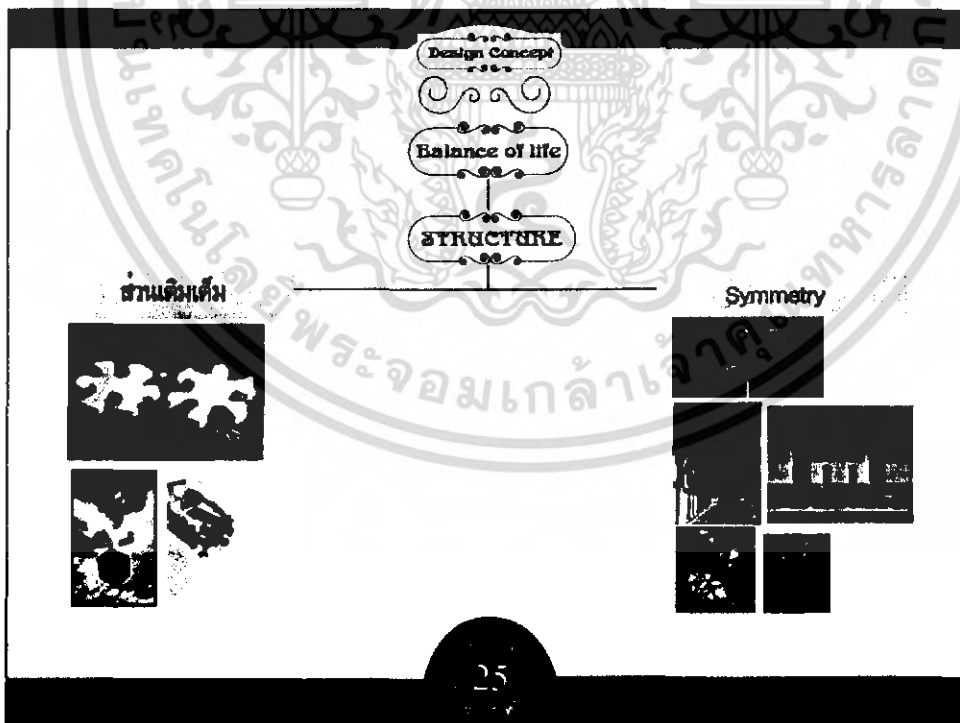
19



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

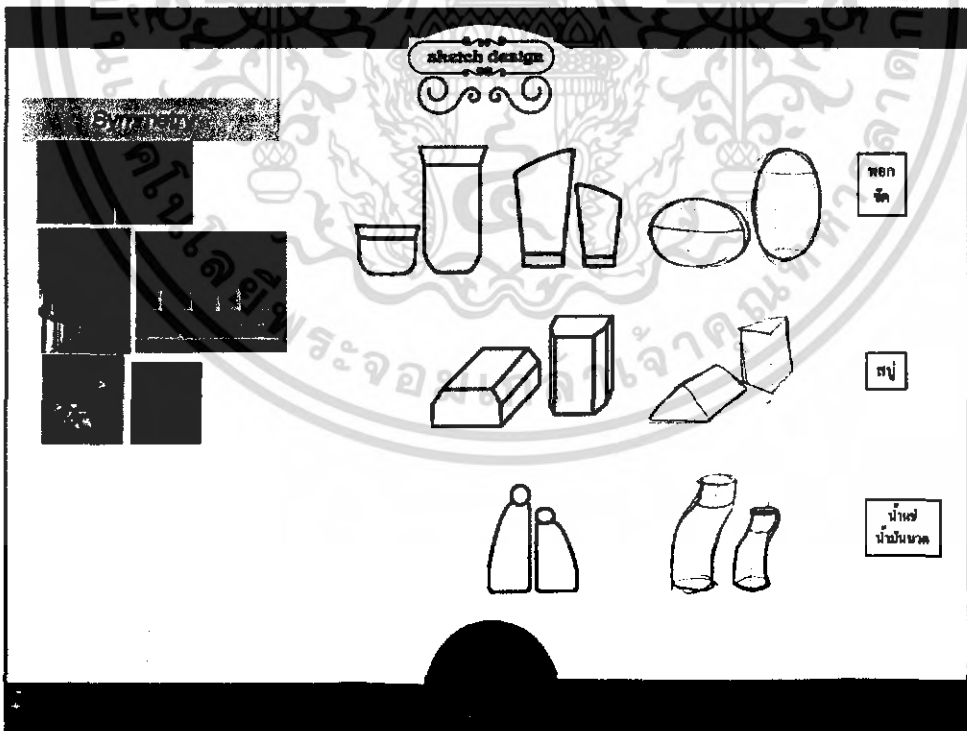
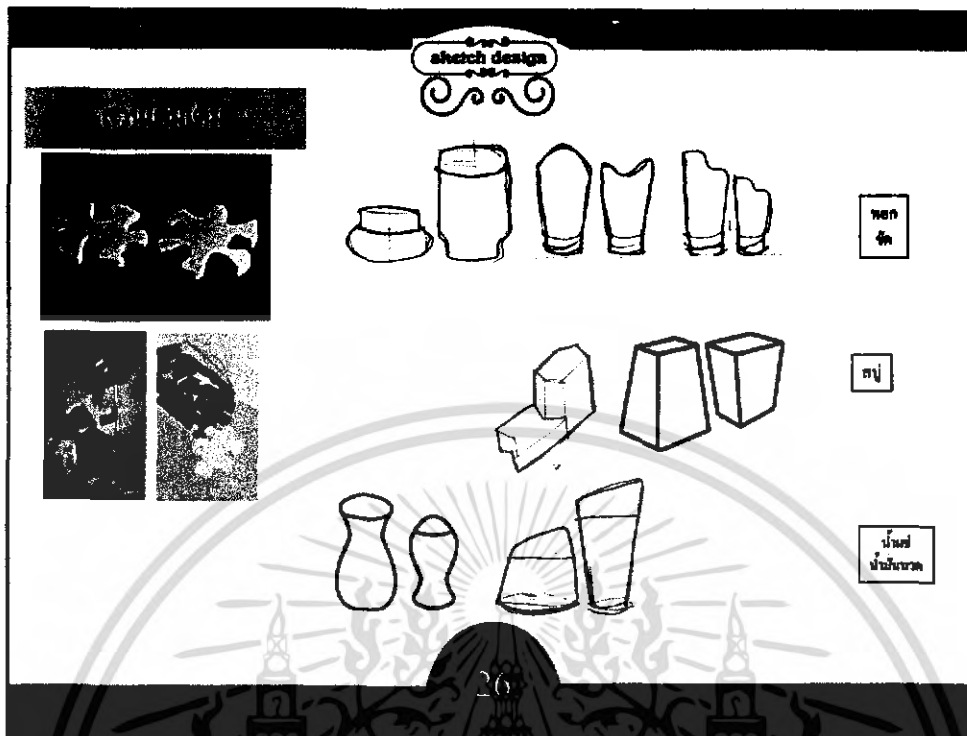


24



25

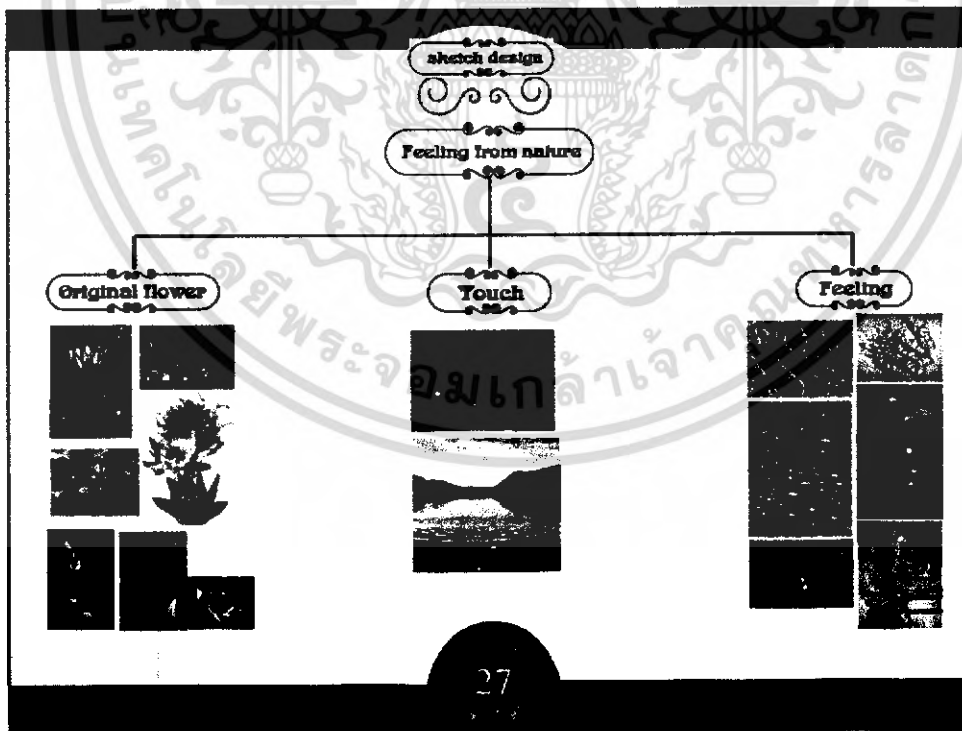
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



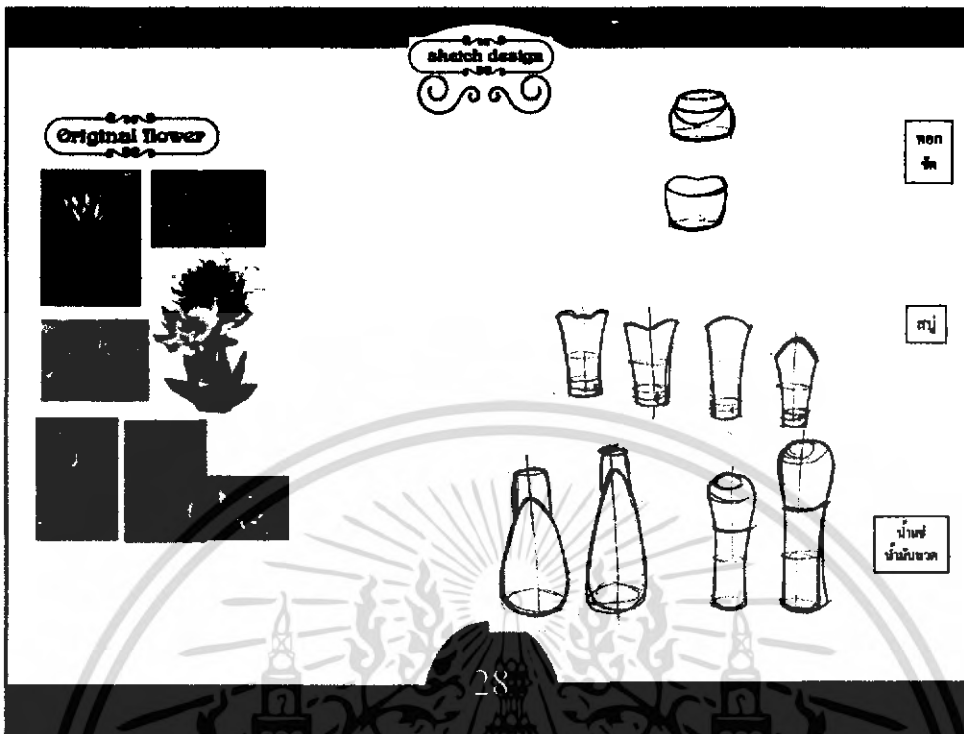
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

sketch design

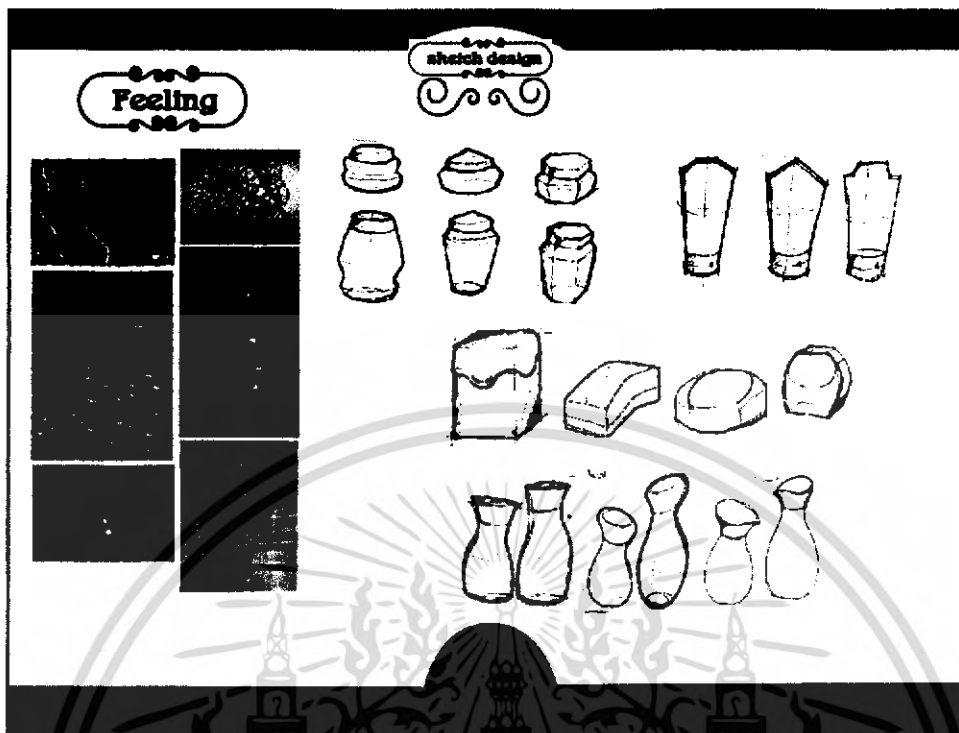
เลื่อนใจการพิจารณา	15	10
แปลงเอกประเภทได้ชัดเจน	4	3
เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	3	4
โดดเด่น สะดุดตา	5	3
มีเอกลักษณ์ต่างจากคู่แข่ง	4	3
รวม	16	13



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

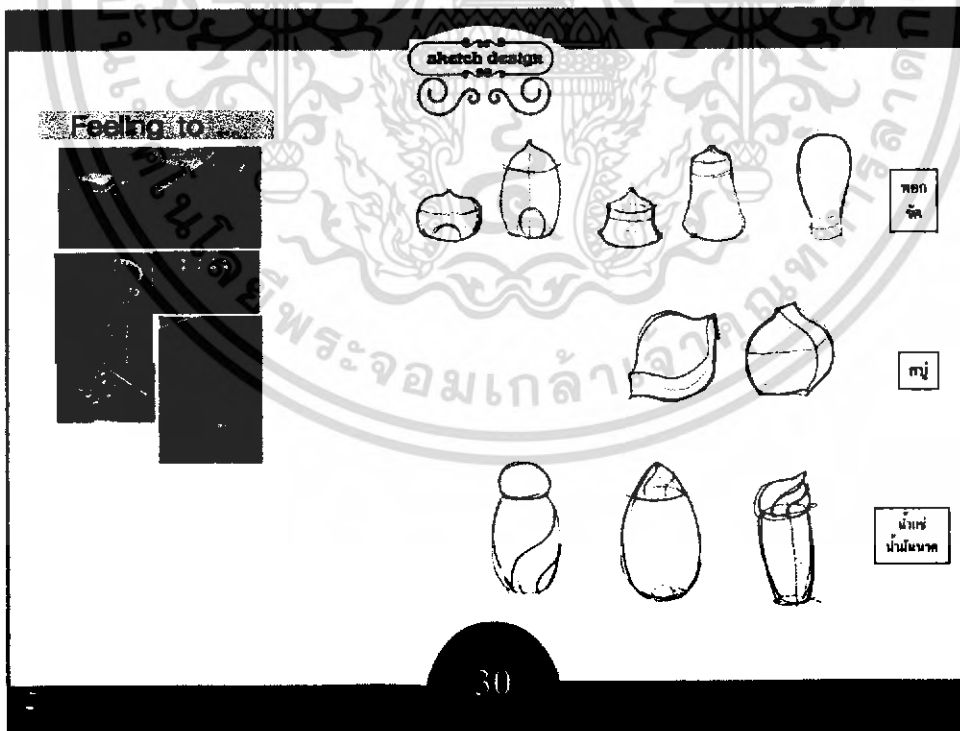
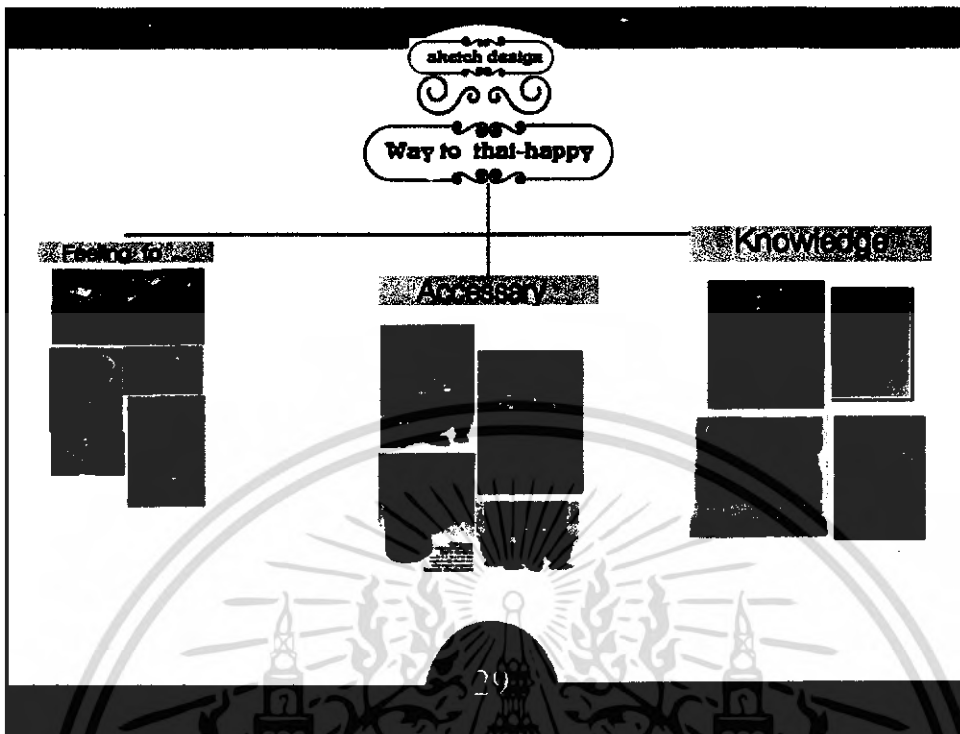


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เลือกพิจารณา	Original Flower	Touch	Feeling
แบ่งแยกประเภทให้ชัดเจน	4	3	5
เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	5	4	3
โดดเด่น สะอาด	4	3	5
มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวสูง	5	3	4
รวม	18	13	17

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

sketch design

เงื่อนไขการพิจารณา	Feeling	Accessory	Knowledge
แบ่งแยกประเภทให้ชัดเจน	4	4	3
เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	3	5	4
โดดเด่น ตกจุดตา	3	4	3
มีเอกลักษณ์ต่างจากคู่แข่ง	3	4	5
รวม	13	17	15

33

develop design

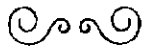
1

2

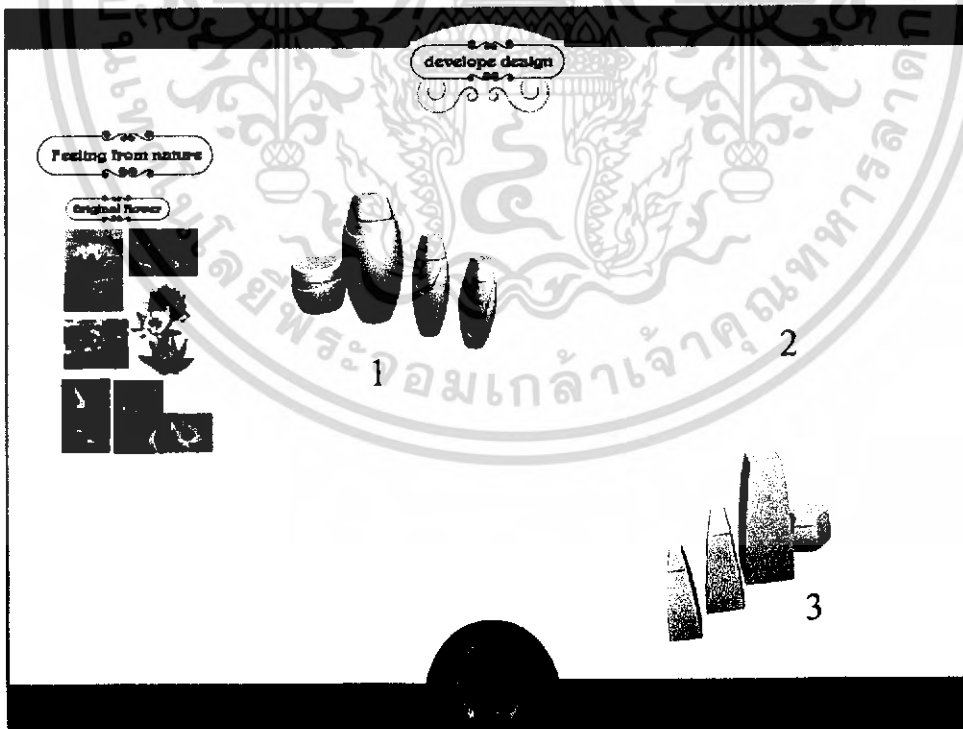
3

31

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้





เดือนวิชาการพิจารณา	1	2	3
แปลงสภาพประเภทไฟล์ทอน	3	4	3
เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	5	5	4
โดดเด่น กระจุกตา	4	4	3
มีองค์ประกอบที่มาจากทุกฝั่ง	4	4	5
รวม	16	17	15

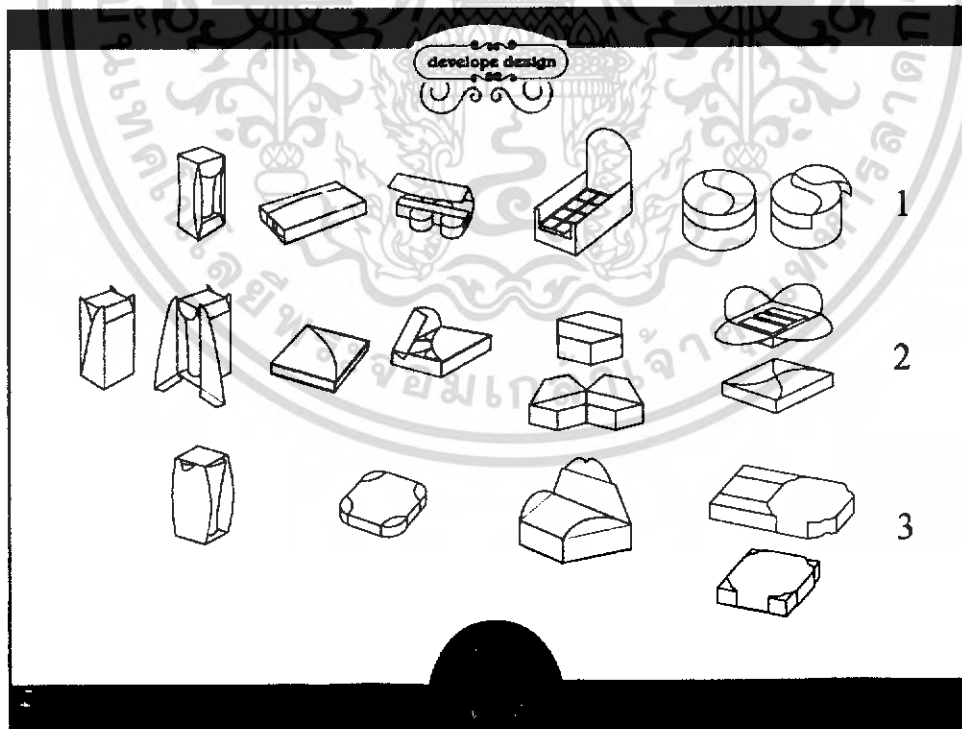


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

๑๑๑

เดือน วิชาการ พิจารณา	1	2	3
แบบสอประเภท ใต้พื้น	3	4	3
เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	5	5	4
โดดเด่น สะอาด	4	4	3
มีเอกลักษณ์ต่างจากคู่แข่ง	4	4	5
รวม	16	17	15



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

develop design

ส่วนประกอบ	1	2	3
มีดที่ใช้ในการแกะรอย ละเอียดได้	4	3	3
สีผง	5	4	3
โคมไฟ	4	5	4
พลังงานทดแทนของกิน ได้	4	4	3
รวม	17	16	13

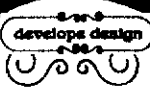
develop design

Way to thai-happy

Accessory

32

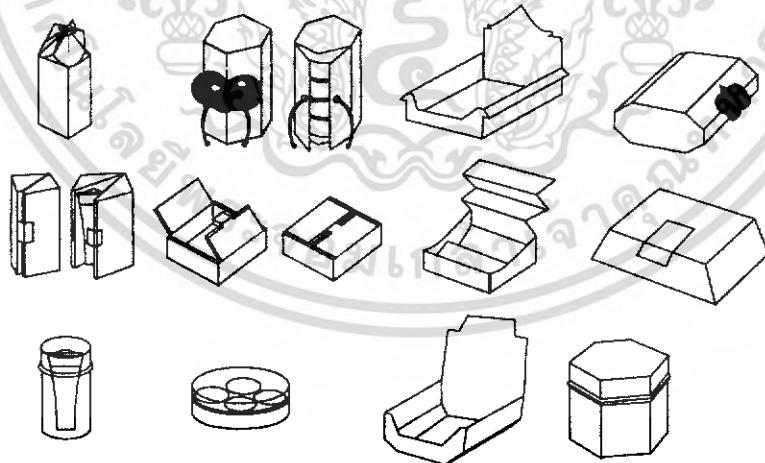
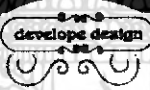
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบเปิดอื่น

เงื่อนไขการพิจารณา	1	2	3
แบ่งขายประเภทผลิตภัณฑ์	4	4	3
เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	3	5	4
โดดเด่น แตกต่าง	3	4	3
มีเอกลักษณ์จำเพาะกลุ่ม	3	4	5
รวม	13	17	15

เปิด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

develop design

เดือนใบการศึกษามา	1	2	3
มีชิ้นที่ในการแสดงรายละเอียดได้ดี	3	4	4
แข็งแรง	3	5	4
โดดเด่น ธรรมดา	5	4	4
สื่อถึงการศึกษาค้นคว้าของสินค้าได้	4	3	4
รวม	17	16	13



develop design



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Fix design

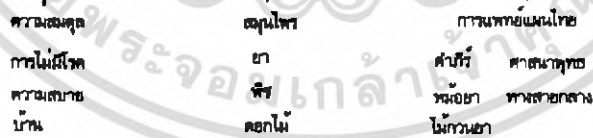
เงื่อนไขการพิจารณา	1	2	3
มีความเป็นเอกลักษณ์ร่วม	4	3	4
สื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้	5	5	4
โดดเด่น สะดุดตา	4	4	3
มีเอกลักษณ์ต่างจากคู่แข่ง	4	4	3
รวม	17	16	15



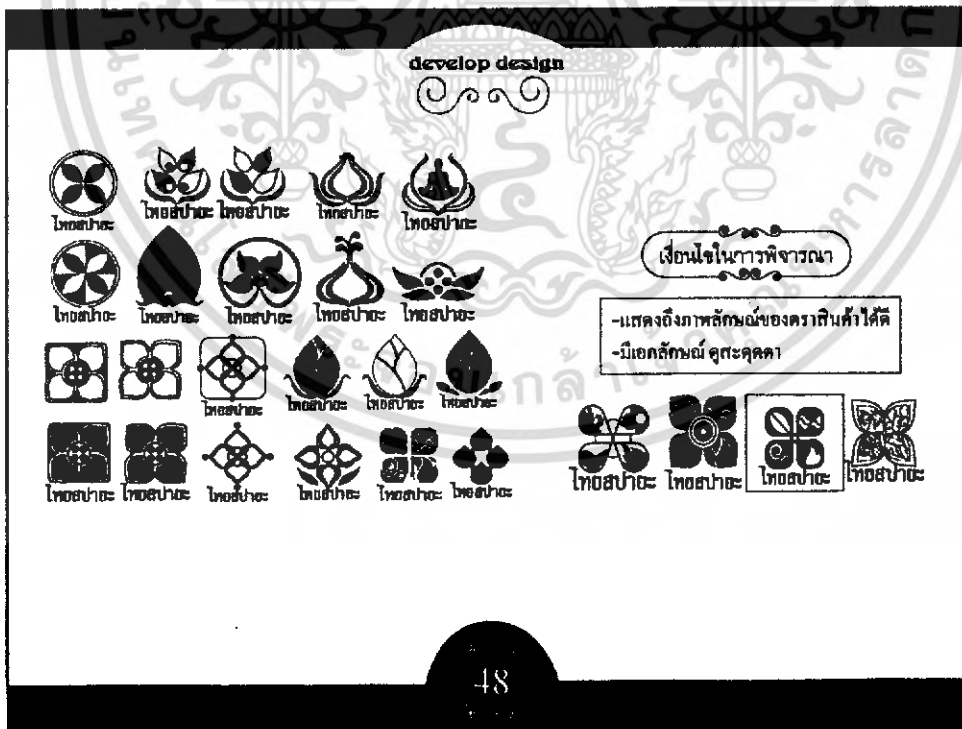
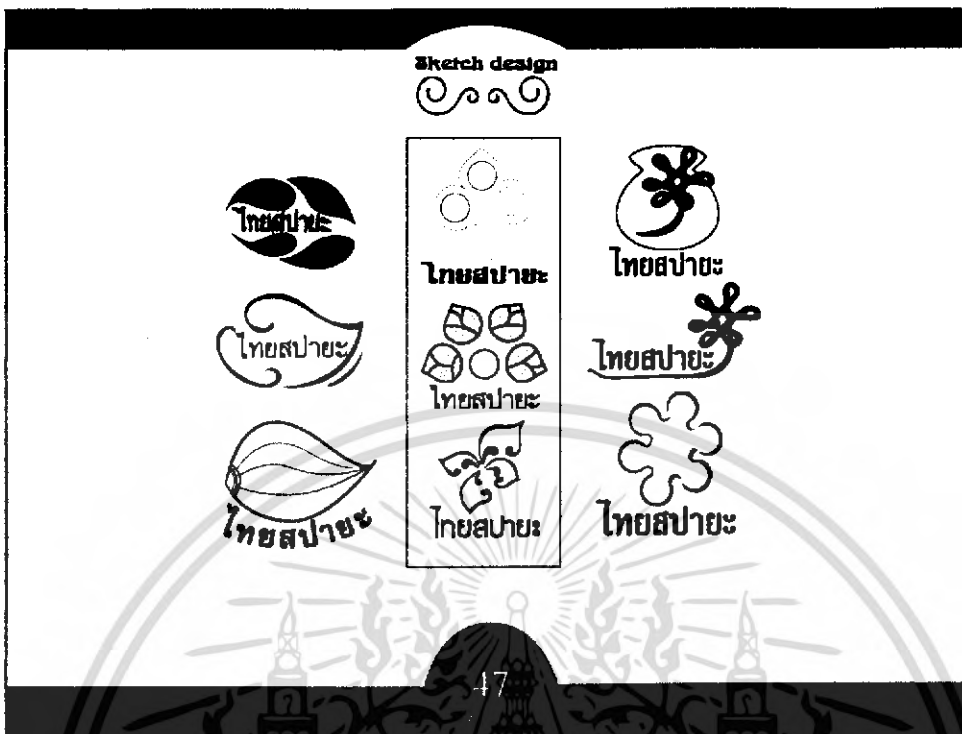
Sketch design

ไทยสพายะ

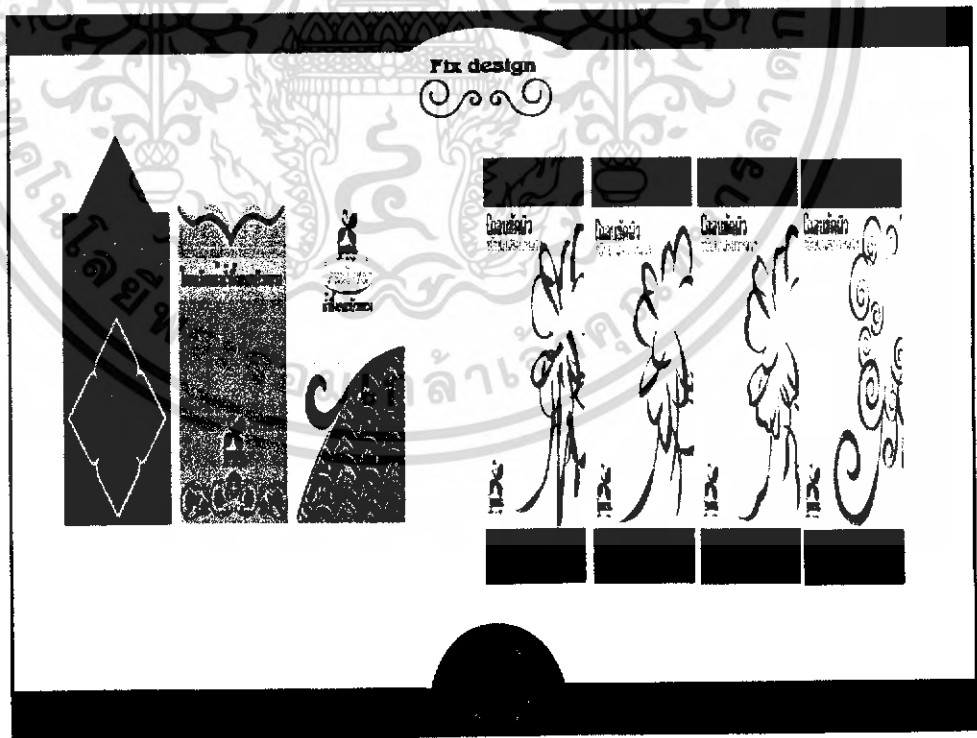
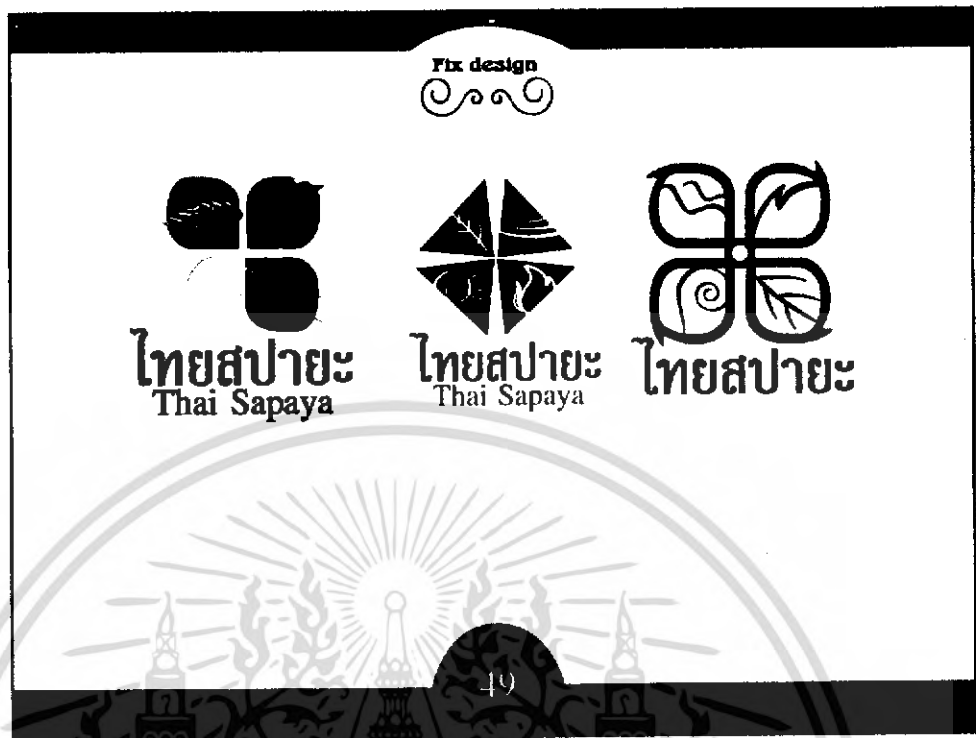
ผลิตภัณฑ์สำหรับการบำบัดจากสมุนไพรเพื่อรักษาความเครียดในทางกายโดยวิถีทางของแพทย์แผนไทย



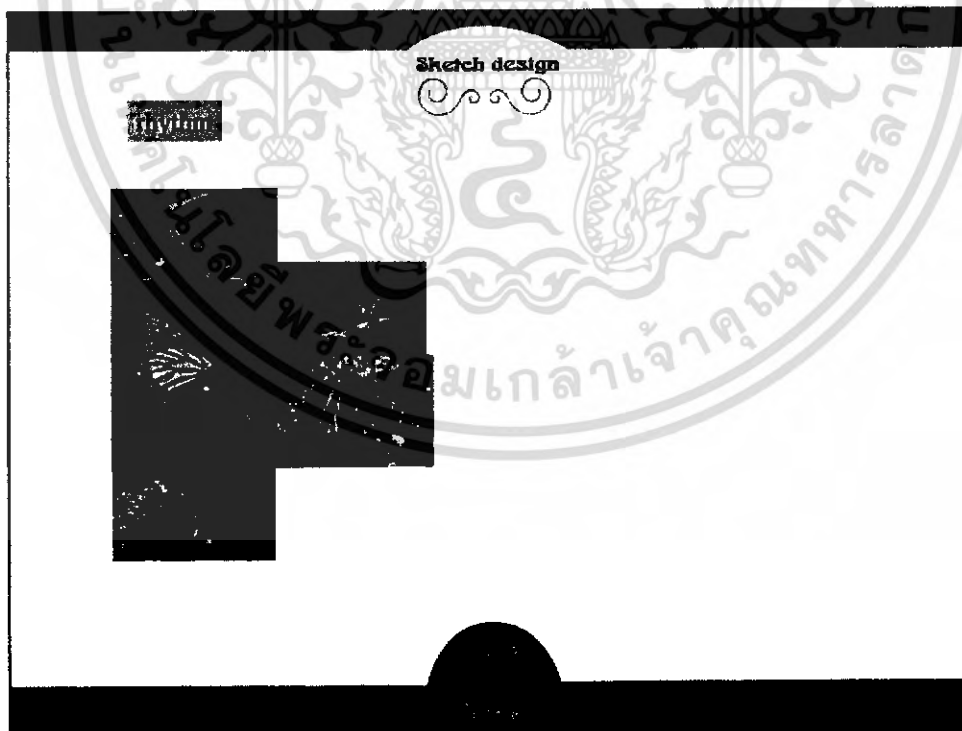
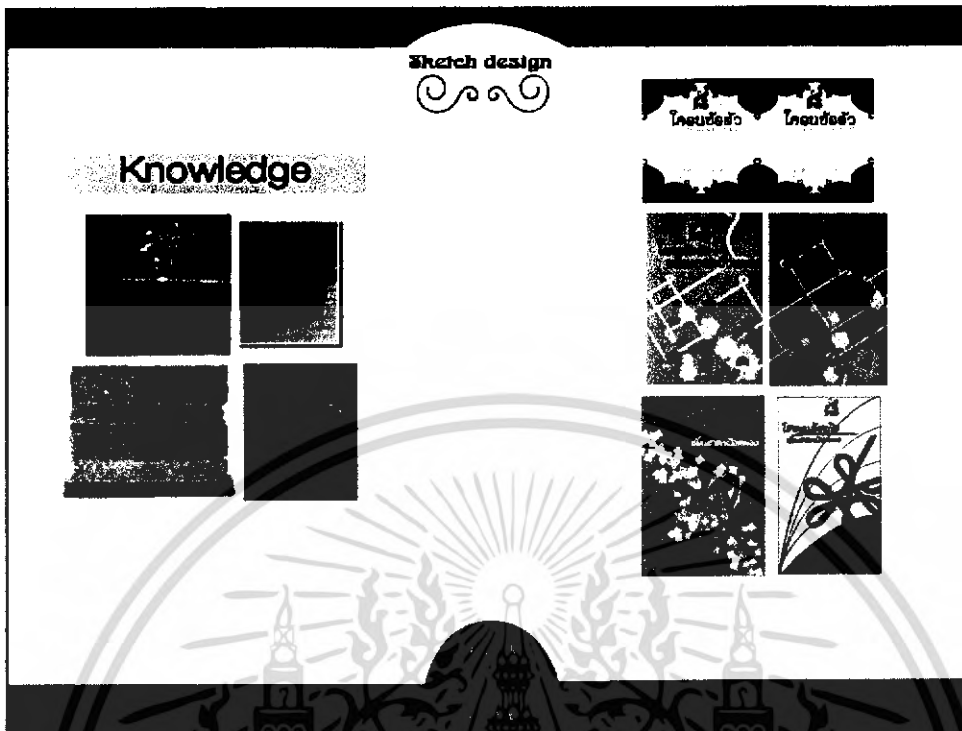
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

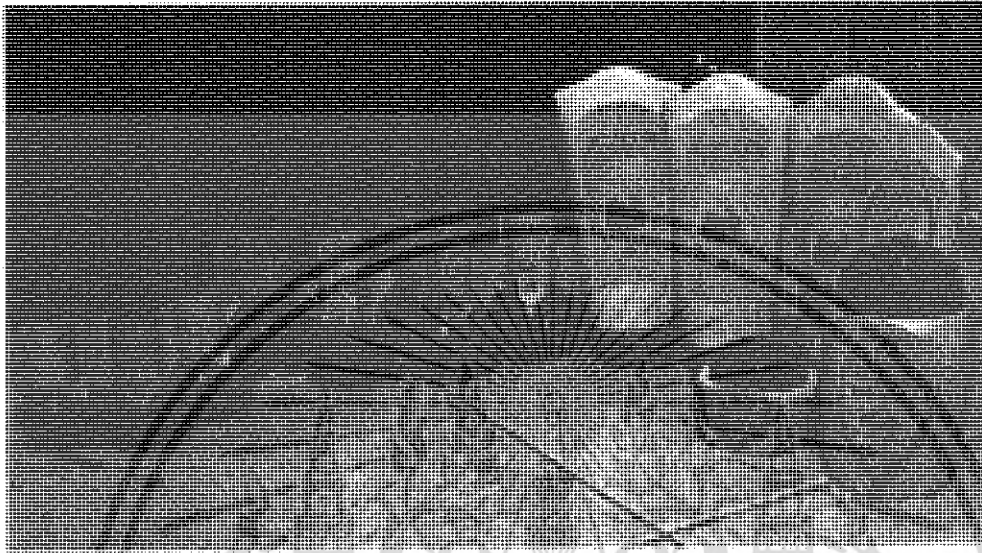


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 ภาพแสดงหุ่นจำลองในขั้นตอนสุดท้าย

ภาพถ่ายหุ่นจำลองในขั้นตอนสุดท้ายสามารถแบ่งตามหมวดของผลิตภัณฑ์ต่อไปนี้

1. บรรจุกัญชีประเภทขวด กระปุก



ภาพแสดงหุ่นจำลองขั้นตอนสุดท้ายในบรรจุกัญชีประเภทขวด กระปุก

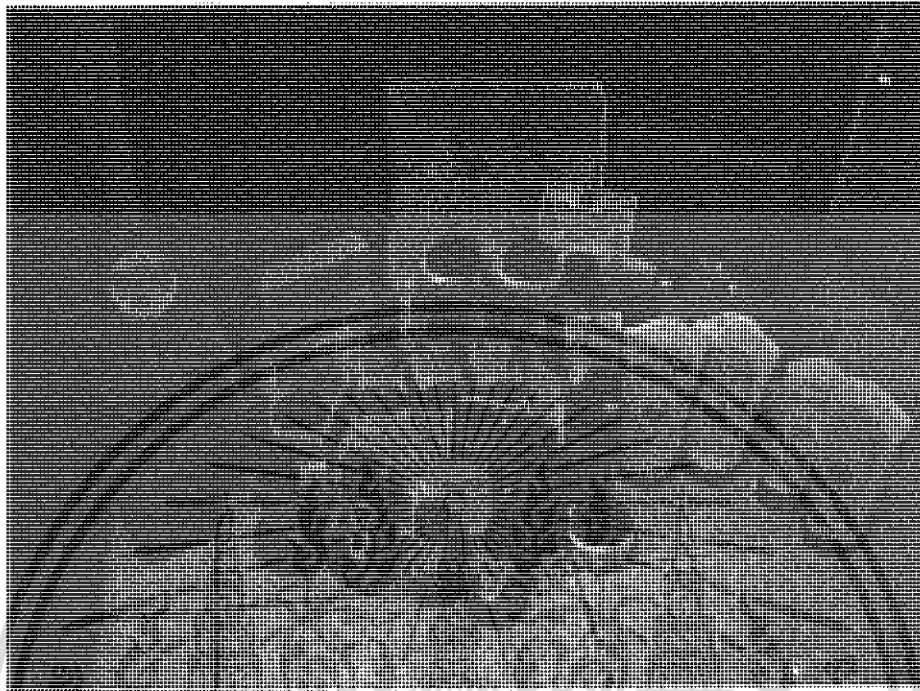
2. บรรจุกัญชีประเภทกล่อง



ภาพแสดงหุ่นจำลองขั้นตอนสุดท้ายในบรรจุกัญชีประเภทกล่อง

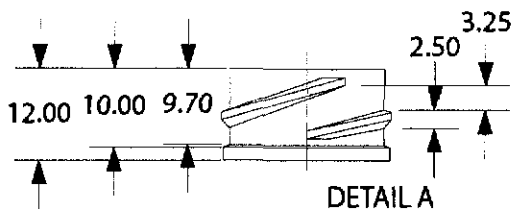
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. บรรจุกิจกรรมทั้งหมดของโครงการ

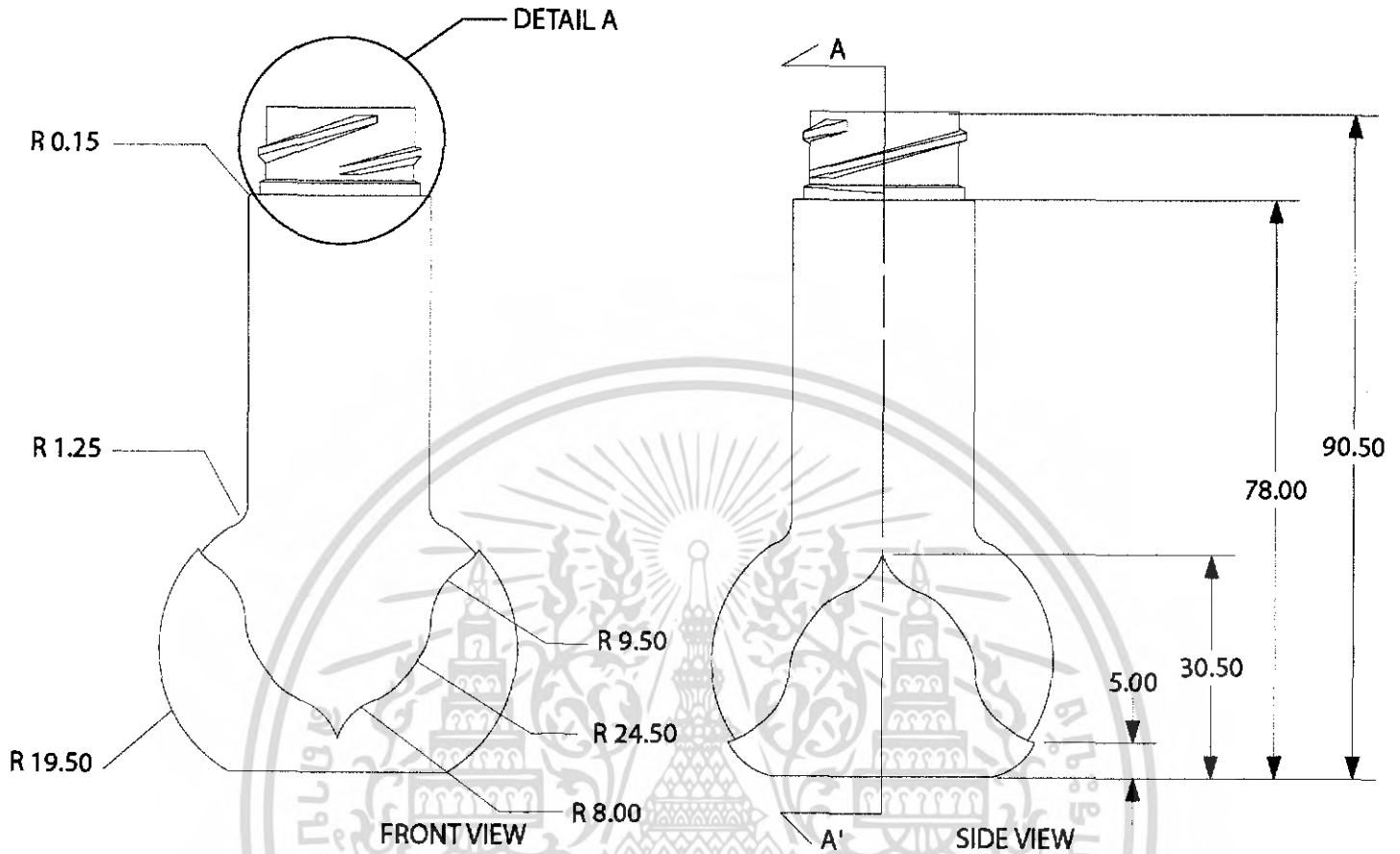


ภาพแสดงหุ่นจำลองปั้นคอนกรีตท้ายในบรรจุกิจกรรมทั้งหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

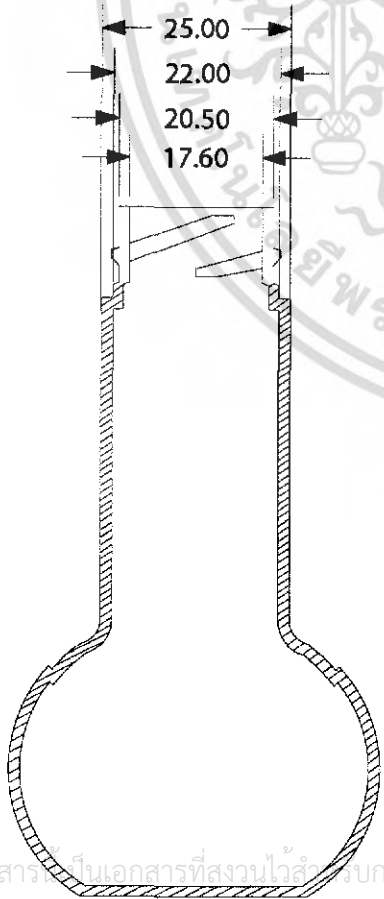


DETAIL A



FRONT VIEW

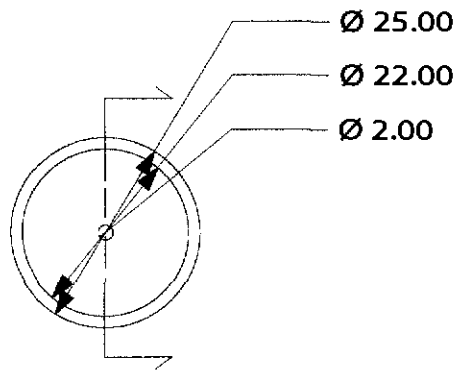
SIDE VIEW



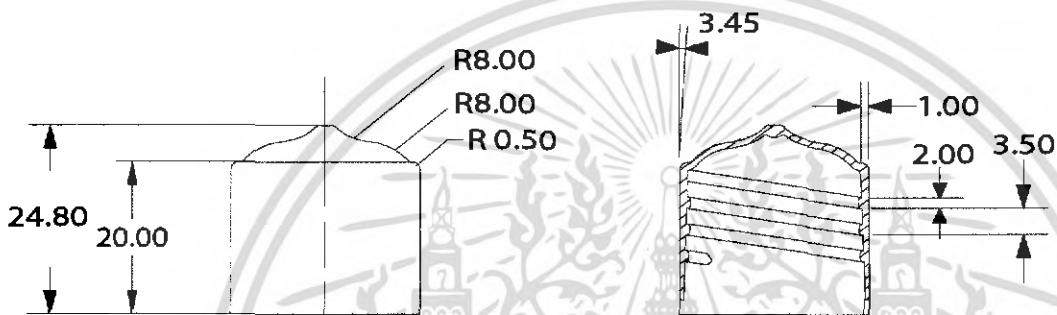
SECTION A-A

PART A	
UNIT : mm	SCALE 1:1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ยัดพิมพ์ไปใช้ประโยชน์ทางการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น ผู้ออกพิมพ์ให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

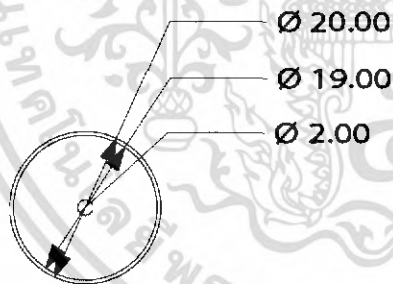


TOP VIEW

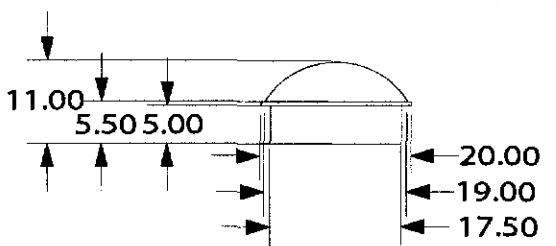


FRONT VIEW

SIDE VIEW



TOP VIEW



FRONT VIEW

PART B C

UNIT : mm

SCALE 1:1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ยัดเห็นไปใช้ประโยชน์ทางการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1 สรุปผลในการออกแบบและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการ

สรุปผลทางการออกแบบ

กราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์ยังไม่สามารถแบ่งแยกประเภทผลิตภัณฑ์ได้ดี

ข้อเสนอแนะของคณะกรรมการ

ควรรู้จักควบคุมอารมณ์ของตัวเองไว้บ้าง

5.2 สรุปผลในการออกแบบและข้อเสนอแนะของนักศึกษา

สรุปผลทางการออกแบบ

การออกแบบกับผลิตภัณฑ์ที่มีการแยกหมวดหมู่ของผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อน ซึ่งต้องทำการค้นคว้าอย่างลึกซึ้งออกมา

ข้อเสนอแนะของนักศึกษา

การทำวิทยานิพนธ์จะต้องทุ่มเทชีวิตและจิตใจอย่างมากในการทำงาน ช่วงชีวิตที่ผ่านมากับวิทยานิพนธ์ได้ทุ่มเทไปอย่างสุดซึ่ง แต่ก็ควรจะมีที่ทำบุญไว้ด้วยเพื่ออุปสรรคจะได้ไม่มาหาตัวอร ในช่วงนี้มาจนเกินไป

บรรณานุกรม

url : http://202.29.50.6/~wat/WBI_edu/agricultural/sopa/lesson4.html

url : <http://www.thaimedicine.com>

สมุนไพรไทย ฐรภิกษณ์นลัน

ศูนย์การบรรจุหีบห่อไทย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติการศึกษา

ชื่อ นางสาววรรณชน ประสิทธิ์พัฒนา

การศึกษาม.ต้น โรงเรียนสตรีมารดาพิทักษ์

การศึกษาม. ปลาย โรงเรียนพระหฤทัยคอนแวนต์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้