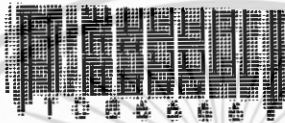


สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

โครงการออกแบบ

กราฟิกและบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสำหรับผู้ชาย "TRUSS"

ของ MISTINE



โดย
นายประหวัม ตราชู 292317

213140
2533-2534

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน **86666**
วัน,เดือน,ปี **30 S.A. 2557**

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต

ภาควิชา ศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2533-2534

๓ ๓

b. 40048137
i.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่ในเชิงพาณิชย์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(ก)

วิทยานิพนธ์
ระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
สาขา ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม



ได้ผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์เรียบร้อยแล้ว

หัวหน้าภาควิชา ศิลปอุตสาหกรรม

คณะสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

หัวข้อวิทยานิพนธ์

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิก เครื่องสำอางสำหรับผู้ชาย "ทรัส"

(GRAPHIC AND PACKAGE DESIGN FOR "TRUSS" MEN PRODUCTS)

นักศึกษา

นายประพัฒน์ ทรายชู

ภาควิชา

ศิลปอุตสาหกรรม

ปีการศึกษา

2533-2534

บริษัท "เบคเตอร์เวย์ (ประเทศไทย) จำกัด" เป็นบริษัทขายเครื่องสำอางระบบไคเร็คเซลล์ โดยผลิตเครื่องสำอางภายใต้แบรนด์ "มีสทิน" ซึ่งมีทั้งสินค้าสำหรับสตรี (เป็นหลัก) บุรุษ และเด็ก ซึ่งในปัจจุบันตลาดสินค้าเครื่องสำอางสำหรับสตรีนั้น เริ่มถึงจุดอิ่มตัว ดังนั้นทั้งบริษัทจึงมุ่งมาสู่ตลาดผู้ชาย เพื่อตอบสนองให้ได้มาซึ่งผลกำไรสูงสุด "มีสทิน" เองก็เช่นกัน จึงมีนโยบายที่จะออกสินค้าสำหรับผู้ชายออกมา แข่งขันกับคู่แข่งอื่น ๆ โดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเป็นสำคัญ ซึ่งจะเริ่มจากการสรุปแนวทางของผลิตภัณฑ์ใหม่ได้ดังนี้

1. แนวทางการสร้างภาพพจน์ที่ดี และด้านความงาม

1.1 ให้ความรู้สึกที่ทันสมัย สดใส น่าสนใจ

1.2 ให้ความรู้สึกที่เป็นผู้ชาย

1.3 ยึดหลักความเป็น CORPORATE IDENTITY เพื่อความน่าสนใจในการที่จะออกผลิตภัณฑ์มาในหลาย ๆ ผลิตภัณฑ์

2. แนวทางในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์

2.1 พิจารณาถึงลักษณะของ PACKAGE ให้สอดคล้องกับความต้องการของแต่ละผลิตภัณฑ์

2.2 ให้มีการใช้งานที่ค่อนข้างสะดวก ไม่ยุ่งยาก

จากแนวทางต่าง ๆ เหล่านี้จึงนำมาค้นคว้าข้อมูลเพื่อวิเคราะห์หาแนวทางที่ดีในการออกแบบ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องสำอางผู้ชายของ "มีสทิน" มีความน่าสนใจ โดยมีการดำเนินการค้นคว้าและวิเคราะห์ผลดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางในการศึกษาวิจัย

1. ศึกษาเกี่ยวกับคุณสมบัติของตัวผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาทำบรรจุภัณฑ์
2. ศึกษาถึงนโยบายการตลาดของบริษัท
3. ศึกษาถึงลักษณะและพฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภค
4. ศึกษาถึงจิตวิทยาการใช้สี และจิตวิทยาสี
5. ศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์คู่แข่งและผลิตภัณฑ์ข้างเคียง
6. ศึกษาเรื่องการออกแบบกราฟิกที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์
7. ศึกษาข้อกำหนดและรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์
8. ศึกษาเกี่ยวกับวัสดุ ตลอดจนกรรมวิธีการผลิตในปัจจุบัน

สรุปผลการวิเคราะห์การออกแบบ

1. บรรจุภัณฑ์สามารถคุ้มครองป้องกันผลิตภัณฑ์ได้
2. บรรจุภัณฑ์สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้
3. มีเอกลักษณ์และสื่อความหมายให้แก่ผู้บริโภค อย่างชัดเจน
4. เป็นการส่งเสริมการจำหน่ายให้มียอดขายสูงขึ้น
5. สร้างภาพพจน์และความทรงจำที่ดีต่อผลิตภัณฑ์

คำนำ

ในปัจจุบันสินค้าทุกประเภท มีการแข่งขันกันค่อนข้างรุนแรง เนื่องจากระบบเศรษฐกิจในประเทศเริ่มกระเตื้องขึ้น ประกอบกับผู้บริโภคเองเริ่มพิถีพิถันในการเลือกซื้อสินค้ามากขึ้น อันเนื่องมาจากมีผู้ผลิตมากมาย ทำให้มีสินค้าให้เลือกมาก ยี่ห้อ ดังนั้น การที่ผู้ผลิตจะทำให้สินค้าที่ผลิตออกมาขายดี จึงเป็นปัญหาที่หนักสำหรับผู้ผลิต

ทุกบริษัทต่างก็แข่งขันกันออกผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ออกมาแข่งขันกันในตลาดทุกบริษัทต่างก็มุ่งซึ่งถึงสรรพคุณ ความดีงาม ของผลิตภัณฑ์ของตนซึ่งเท่านี้ยังไม่เพียงพอ จึงหันมาเน้นที่ตัว PACKAGE และการสร้าง IMAGE ต่าง ๆ ให้กับผู้บริโภค ซึ่งถือได้ว่าเป็นการพัฒนาการตลาดในด้าน PRODUCT และ PROMOTION ซึ่งเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่จะเพิ่มยอดขายให้สูงขึ้น เป็นการสร้าง BRAND IMAGE ผลที่ตามมาคือ อนาคตธุรกิจสามารถสร้างตลาดและกลุ่มลูกค้ามากขึ้น เรียกได้ว่า "เกิดความจงรักภักดีต่อตราหือขึ้น

ดังนั้น นักออกแบบบรรจุภัณฑ์ จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการที่จะผลักดันให้เกิดความจงรักภักดีต่อตราหือขึ้น โดยนักออกแบบผลิตภัณฑ์จะต้องออกแบบโดยใช้ความรู้ด้านโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ผนวก เข้ากับความงาม และลักษณะการใช้สอยต่าง ๆ รวมทั้งความพอใจของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย มาผสมผสานรวมกัน เข้าจนได้บรรจุภัณฑ์ที่สมบูรณ์ออกมา

(นายประพนธ์ ทรายชู)

29 23 17

กิติกรรมประกาศ

โครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสำหรับผู้ชาย TRUSS นั้น สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีนั้น เนื่องจากได้รับความร่วมมือ ช่วยเหลือหลาย ๆ ท่านดังนี้
ขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการทุกท่านที่อนุญาติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์นี้ผ่าน
ขอกราบขอบพระคุณ อ.อรสา อ.ชาลิน และอ.สมชัย สำหรับคำปรึกษาในการทำ วิทยานิพนธ์ในครั้งนี้

ขอบคุณ บริษัทเบตเตอร์เวย์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยมีคุณกัลยา พัฒนเสมากุลเป็น ผู้จัดการผลิตภัณฑ์ที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ "มีสทิน" เป็นอย่างดี รวมทั้ง BA หลาย ๆ ท่าน

ขอบคุณ จิม สำหรับคำปลอบโยนและกำลังใจ ขอขอบคุณมาก

ขอบคุณ ปู หนึ่ง หนึ่ง เซอร์ เจ้ง จ๊ับ ที่มาอยู่เป็นเพื่อนทนความลำบากด้วยกันมาโดยตลอด รักทุกคนมาก

ขอบคุณ โคง สำหรับ ELEVATION อันแสนสวย

ขอบคุณ น้องคุ น้องอ้อพ น้องโพรี ได้รับความเอื้ออาทรจนงานเสร็จลุล่วง ขอขอบคุณมาก

ขอบคุณ พี่บ๊วย ที่นำความกระจ่างแจ้งมาสู่ ขอขอบคุณครับ

ขอบคุณ เพื่อนในหมู่บ้าน จอย บุ่ม ที่อุตสาหมาช่วย

ขอบคุณ หมู่สำหรับความเป็นห่วง และการเดินทางในหลาย ๆ ครั้งขอขอบคุณครับ

ขอบคุณ น้อง ๆ ที่แวะเวียนมาช่วย มาคุยแก้เหงา

ขอบคุณ เพื่อน ๆ คอ.5 ทุก ๆ คน

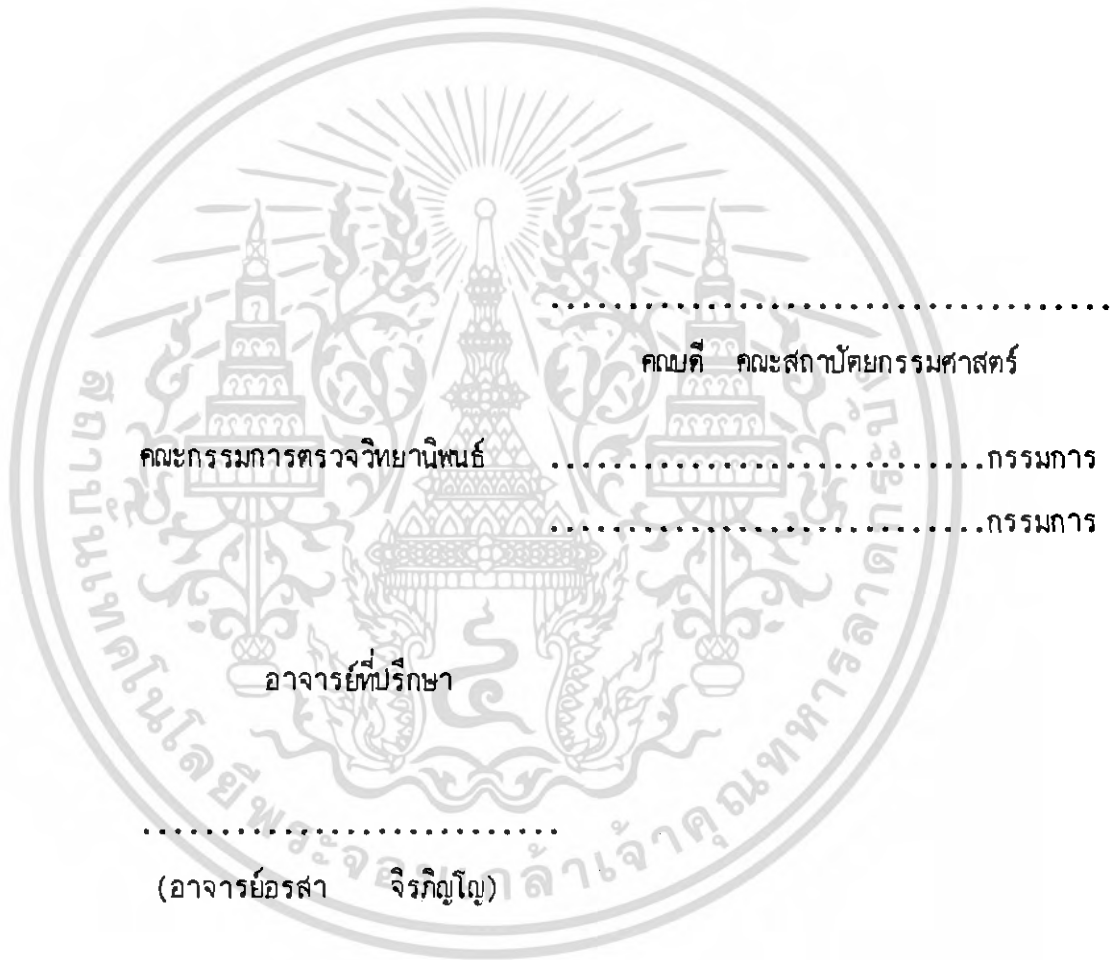
และที่สำคัญที่สุดของกราบขอบพระคุณ พ่อ และแม่ ที่ให้กำเนิดและเลี้ยงดูจนเติบโตมาจนทุกวันนี้ และทุนทรัพย์จำนวนมหาศาล ในการทำวิทยานิพนธ์ ความดีทั้งหมดที่เกิดขึ้นนี้ขอมอบให้ท่านทั้งสองจนหมดสิ้น

ท้ายที่สุดขอบคุณตัวเองที่วิริยะอุตสาห มานะ อุตุน ปากบั่น พยายาม จนวิทยานิพนธ์ ครั้งนี้ลุล่วงไปด้วยดี

ขอบคุณทุกท่านครับ

(๒)

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาตรี สถาปัตยกรรมศาสตร์บัณฑิต



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์ในการออกแบบ

1. ด้านประโยชน์ใช้สอย

- สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ให้คงคุณภาพสมบูรณ์
- ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูงขึ้น
- ประหยัดค่าใช้จ่ายในการผลิตและการใช้วัสดุ
- สร้างความสะดวกสบายในการบรรจุผลิตภัณฑ์
- สร้างความสะดวกสบายในการขนส่ง
- สร้างความสะดวกในการเก็บรักษา
- สร้างความสะดวกในการอุปโภคบริโภค

2. ด้านการสื่อความหมาย

- สร้างความมีเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์
- สร้างความทรงจำที่ถี่แก่ผลิตภัณฑ์และผลิตภัณฑ์
- มีลักษณะเด่นชัด สะดุดตา
- สามารถแสดงให้เห็นถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์

3. ด้านการส่งเสริมการขายและกลยุทธ์ทางการตลาด

- มีแผนการโฆษณา และประชาสัมพันธ์
- สร้างความมั่นใจให้กับตัวแทนจำหน่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

บทคัดย่อ

คำนำ

กิตติกรรมประกาศ

อนุมัติผล

		หน้า
บทที่ 1	บทนำ	
	- ความเป็นมาของผลิตภัณฑ์	4
	- ขอบเขตของโครงการ	5
	- กฎเกณฑ์ในการเลือกสินค้ามาทำวิทยานิพนธ์	7
	- เจาะใจความต้องการและแนวทางการออกแบบ	8
	- ความเป็นไปได้ของโครงการ	17
	- แนวทางการศึกษาวิจัย	18
	- ผลที่คาดว่าจะได้รับ	18
บทที่ 2	2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์	
	- ความเป็นมาของผลิตภัณฑ์	20
	- การแบ่งประเภทของผลิตภัณฑ์	20
	- ลักษณะการใช้งานของผลิตภัณฑ์	22
	- อายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์	23
	- ความจำเป็นในการคุ้มครองผลิตภัณฑ์	24
	- ความต้องการในการคุ้มครองผลิตภัณฑ์	25
	- เจาะใจการตอบสนองความต้องการในการจัดจำหน่าย	29
	2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุและกรรมวิธีการผลิต	
	- ข้อมูลทางด้านการผลิตและวัสดุ	31
	- การวิเคราะห์วัสดุที่ใช้ผลิตขวด	32
	- สรุปผลการวิเคราะห์วัสดุต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิต	33
	- กล้อง และกระดาษ	36
	- สรุปผลการวิเคราะห์รูปแบบและชนิดของกระดาษที่ใช้ในการผลิตกล่อง	38

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	หน้า
- ผาปีดประเภทต่าง ๆ	41
- สรุปผลการวิเคราะห์ วัสดุ และรูปแบบของผาปีด	43
2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคร	
- โอกาสที่จะซื้อผลิตภัณฑ์	51
- กลุ่มผู้บริโภครเป้าหมาย	51
- สาเหตุของการเรียกร้องให้มีการห่อของขวัญ	52
2.4 เงื่อนไขการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคร	
- การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคร	54
- สรุปผลการวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภคร	55
2.5 ข้อมูลด้านการตลาด	
- ลักษณะและแนวโน้มของตลาด	57
- ลักษณะการจัดจำหน่ายเพื่อเป็นของขวัญ	57
- สรุปผลการวิเคราะห์สภาพการตลาดและการแข่งขัน	58
- สรุปสภาพตลาด GIFT GIVING SET	58
- ข้อมูลของผลิตภัณฑ์และคู่แข่ง	60
- สรุปผลการวิเคราะห์การแข่งขันในตลาดของผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ	99
2.6 ข้อมูลเกี่ยวกับกราฟฟิคนบรจรภัณฑ์	
- การพิมพ์ที่ฉวงานพลาสติก	108
- ข้อมูลเกี่ยวกับการแสดงกราฟฟิคนบรจรภัณฑ์	109
- ระบบการพิมพ์	110
- สรุปผลการวิเคราะห์ระบบการพิมพ์	113
- ข้อกำหนดทางกฎหมาย	114
นทที่ 3 การออกแบบ	
- ขั้นตอนการออกแบบ	121
- สรุปผลการวิเคราะห์การออกแบบ	136

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

		หน้า
บทที่ 4	ผลงานการออกแบบ	
	- การปรับปรุงแบบ	138
	- แผ่นเสนองาน	142
	- ภาพถ่าย ทุนจำลอง	
บทที่ 5	- สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะของนักศึกษา	
	- สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะของอาจารย์	

ภาคผนวก

ประวัติการศึกษา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีความรู้ในเรื่องการใช้เครื่องสำอาง แม้โดยทั่วไปอาจมีความรู้ทั่วไปไม่เท่ากัน แต่ในแง่จิตวิทยาผู้บริโภคแล้ว ส่วนนี้ส่งผลมากกว่าคือ การขายจะออกมาในลักษณะ เข้าหาเพื่อนและบอกกันอย่างเพื่อน นี่คือการเข้ามามีบทบาทและทุกบริษัทได้สังเกตเห็นว่าผู้ชายสมัยนี้ เริ่มหันมาให้ความสนใจกับตัวเองมากขึ้น และเห็นเป็นสิ่งจำเป็นไปเสียแล้ว ดังนั้น ผู้บริโภคจึงนำเสนอสินค้าสำหรับผู้ชายออกมามากขึ้น มีการแข่งขันกันมากขึ้นไม่เพียงแต่ด้านคุณภาพ ปริมาณ ราคาของสินค้า แต่ยังรวมถึงการประชาสัมพันธ์ บรรจุกฎภัณฑ์และกราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์ อีกทั้งสื่อต่าง ๆ ในการส่งเสริมการขาย

การออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้นจัดได้ว่าเป็นการพัฒนาการตลาดในด้าน PRODUCT และ PROMOTION ซึ่งเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่จะเพิ่มการจำหน่ายให้สูงขึ้น และเป็นการสร้าง BRAND IMAGE ผลที่ตามมาคือ อนาคตธุรกิจสามารถสร้างการตลาดที่มีกลุ่มลูกค้ามากขึ้น ซึ่งก่อให้เกิดความเจริญเติบโตของธุรกิจและผลกำไรสูงสุด ทั้งนี้การออกแบบจะต้องพิจารณาจุดประสงค์ในการออกแบบคือ

1. เพื่อคุ้มครองป้องกัน (PROTECTION) เพื่อป้องกันสินค้าให้อยู่ในสภาพที่ดีจนถึงมือผู้บริโภค
2. เพื่อส่งเสริมการขาย (PROMOTION) เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อให้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ มาเป็นของตน

ซึ่งจะเห็นได้ว่าการออกแบบบรรจุภัณฑ์มีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ การออกตลาดในแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ จะต้องคำนึงถึงการออกแบบบรรจุภัณฑ์อย่างมาก

บริษัท เบตเตอร์เวย์ (ประเทศไทย) จำกัด
3311 อาคารเบตเตอร์เวย์
ถ.รามคำแหง หัวหมาก บางกะปิ
กรุงเทพฯ 10240
โทร. 374 0278

16 มิถุนายน 2533

เรื่อง ตอรัยรองโครงการ
เรียน คณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์

เนื่องด้วย นายประพัฒน์ ตราวุฒ บัณฑิตศึกษาชั้นปีที่ 5 ภาควิชาศิลปะอุตสาหกรรม
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
โครงการ เสนอวิทยานิพนธ์ ในโครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสำหรับ
ผู้ชาย มีสกิน ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ทางบริษัทนี้จะมีในอนาคต รายละเอียดต่าง
เท่าที่จำเป็นเพื่อนำไปวิเคราะห์ออกแบบวิทยานิพนธ์ตามความประสงค์
จึงเรียนมาเพื่อทราบ

บริษัท เบตเตอร์เวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

(กัญญา พิศนเสมากุล)
ผู้จัดการผลิตภัณฑ์

บริษัท เบตเตอร์เวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

นางเบญจ รุ่งเรือง ได้พิจารณาแล้วให้รับเรื่องเท่าที่ส่งมาวันที่ 16/6/90

ความเป็นมาของผลิตภัณฑ์

บริษัทเบตเตอร์เวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งมีผู้ถือหุ้นประกอบด้วยบริษัทสหพัฒน์ พิบูลย์ ยักษ์ใหญ่แห่งวงการอุปโภคบริโภคถือหุ้นอยู่ 65% และอีก 35% เป็นของคุณอมรเทพ (ผู้จัดการ) ผู้ได้รับสมญานามว่าเจ้าพ่อโคเร็กซ์เซลส์ ทำให้ได้รับการจับตามองอย่างมากจากบรรดาผู้ผลิตสินค้าชนิดเดียวกัน โดยทางบริษัทได้ผลิตสินค้าออกมาภายใต้แบรนด์ "มีสทิน" และมีสทินเป็นเครื่องสำอางระบบโคเร็กซ์เซลส์ที่มาแรงที่สุด สามารถทำให้ตลาดบ่นบ่นอย่างเห็นได้ชัด ด้วยการทำการได้ 150 ล้านบาทในปีแรก โดยทางบริษัทได้ตั้งเป้าหมายที่จะผลิตสินค้าสำหรับผู้หญิงผู้ชายและเด็ก และในปัจจุบันได้ผลิตสินค้าสำหรับผู้หญิงออกมามากมาย สินค้าผู้ชายและเด็กเป็นจำนวนน้อย ดังนั้นทางบริษัทจึงมีนโยบายที่จะผลิตสินค้าสำหรับผู้ชายและเด็กออกมามากขึ้น โดยจะเริ่มที่สินค้าผู้ชายก่อน เนื่องจากได้เล็งเห็นความต้องการของตลาดในปัจจุบัน ซึ่งจะออกสินค้าเป็นชุด ประกอบด้วย

- COLOGNE
- AFTER SHAVE
- ROLL-ON
- LOTION
- TALC (แป้ง)
- FOAM ล้างหน้า

แต่ในปัจจุบันตลาดสินค้าสำหรับผู้ชายมีการแข่งขันกันสูงมากขึ้น จึงต้องการแผนการตลาดที่ดี โดยทางบริษัทได้วางแผน วิเคราะห์ วิจัย กลยุทธ์ทางการตลาดไว้ดังนี้

ขอบเขตของโครงการ

1. ออกแบบผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์	จำนวน	ขนาด	กล่อง	FUNCTION/INFORMATION
- ROLL-ON กลิ่น TRUSS	2	30 มล. 30 มล.	2	<ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นขวดพลาสติก 2. มีรูปทรงที่สะดวกต่อการหยิบใช้ 3. แก้ปัญหาเมื่อใช้ใกล้หมดแล้ว ล้างง่าย 4.ฝา เปิด-ปิด สะดวก
- COLOGNE กลิ่น TRUSS	2	100 มล. 30 มล.	2	<ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นขวดใส 2. มีรูปทรงอำนวยความสะดวกในการใช้งาน 3. มีฝา เปิด-ปิดสะดวก 4. มีลักษณะขวดที่สะดวกต่อการไหลของ COLOGNE 5. มีส่วนบังคับปริมาณการไหลของ
- แป้ง กลิ่น TRUSS	2	100 มล. 30 มล.	-	<ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นกระป๋องพลาสติก 2. มีรูปทรงสะดวกต่อการหยิบใช้ 3. สะดวกต่อการเปิด-ปิด 4. แก้ปัญหาการตกค้างของแป้งในกระป๋อง
- AFTER SHAVE	2	30 มล. 100 มล.	2	<ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นขวดใส 2. รูปทรงสะดวกต่อการใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

				3. มีฝาที่สะดวกต่อการปิด-เปิด 4. มีส่วนบังคับปริมาณการไหล ของ COLOGNE
- LOTION	1	120 มล.	1	1. เป็นขวดพลาสติก 2. รูปทรงสะดวกต่อการใช้งาน ไม่ลื่นหลุด 3. มีส่วนป้องกันการไหลเลอะ LOTION 4. มีฝาที่เทิด-ปิดสะดวก
- FOAM	1	85 มล.	1	1. เป็นหลอดพลาสติก 2. รูปทรงสะดวกต่อการใช้งาน 3. มีฝาที่เปิด-ปิดสะดวกและ สามารถตั้งได้ไม่ล้มง่าย

- ออกแบบชุด GIFT SET ซึ่งประกอบด้วย

- COLOGNE
- AFTER-SHAVE
- ROLL-ON

สามารถจัดรวมผลิตภัณฑ์ที่มีรูปทรงของสินค้า ที่แตกต่างกันให้มีความกลมกลืน ลงตัว

สวยงาม

2. ออกแบบลักษณะของกราฟิกให้มีลักษณะ

2.1 มีความสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ภายใน

2.2 มีความแตกต่างกันในทางกราฟิกของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท แต่ยึดหลัก (CORPORATE IDENTITY) เพื่อให้ผู้ซื้อสามารถแยกประเภทได้ง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ออกแบบโดยคำนึงถึงกลยุทธ์ทางการตลาด
3. ออกแบบให้สามารถผลิตได้ในอุตสาหกรรมในประเทศ
4. ออกแบบโดยคำนึงถึงต้นทุนที่เหมาะสม
5. การออกแบบไม่ควบคุมถึงบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง
6. LOGO โดยให้สอดคล้องกับ CONCEPT ที่วางไว้

สรุป

ออกแบบภาชนะบรรจุทั้งสิ้น	10	ขวด
ออกแบบกล่องทั้งสิ้น	8	กล่อง
ออกแบบ GIFT SET	1	ชุด
ออกแบบ LOGO และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์และกล่อง		

กฎเกณฑ์ในการ เลือกสินค้า เพื่อใช้ในการทำวิทยานิพนธ์

1. เป็นสินค้าที่มีลักษณะต่างกัน ทำให้สามารถออกแบบผลิตภัณฑ์ได้หลายประเภท
2. สินค้าต่างชนิดกันเพื่อสามารถอยู่รวมเป็นชุดเดียวกัน โดยอาศัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์
3. สินค้าที่มี SECONDARY PACK เพื่อสามารถออกแบบทั้ง 3 มิติ และ 2 มิติ
4. เป็นสินค้าชนิดเดียวกันแต่มีขนาดต่างกัน เพื่อให้มีโอกาสจัดกราฟิกได้เหมือนกันบนพื้นที่ต่างกัน
5. เป็นบริษัทที่มาแรงและน่าจับตามองในปัจจุบัน

สรุป

จึงได้เลือกสินค้าดังที่ระบุไว้ในขอบเขตของโครงการ เพื่อนำมาออกแบบตัวบรรจุภัณฑ์เพื่อเป็นการทำงานร่วมกับบริษัท เป็นการศึกษาจากประสบการณ์จริง ทำให้เกิดประโยชน์กับทางบริษัทและทางการศึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการและแนวทางการออกแบบ

1. ROLL-ON

เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการออกแบบ
<p>1.1 ROLL-ON เป็นของเหลวมีลักษณะเหนียว ใส แต่เมื่อใช้ไปนาน ๆ จะข้น ทำให้ไม่มาใช้</p>	<p>1.1 ออกแบบโดยให้มีลักษณะดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ใช้วัสดุที่มีลักษณะทึบแสง เช่น พลาสติก - มีฉลากปิดทับโดยรอบขวด
<p>1.2 การใช้งานจะอยู่บนโต๊ะ เครื่องแปรงหรือบนชั้นในห้องน้ำซึ่งอาจมีการตกลงล้มเสียหาย</p>	<p>1.2 ออกแบบโดยเลือกใช้วัสดุที่ทนต่อแรงกระแทก ตกแล้วไม่แตก เช่น พลาสติก</p>
<p>1.3 การใช้งานสะดวกต่อการเปิด-ปิด</p>	<p>1.3 ออกแบบให้มีการเปิด-ปิด ที่เหมาะสม</p> <ul style="list-style-type: none"> - แบบฝาเกลียวล็อก - แบบฝาเกลียวล็อกโดยอาศัยความฝืดของพลาสติก
<p>1.4 ความสะดวกในการใช้ จับถนัดมือ</p>	<p>1.4 ออกแบบให้ขนาดรูปทรงสอดคล้องกับการใช้งาน โดยคำนึงถึงหลัก</p> <p style="text-align: center;">ERGONOMICS</p>

<p>1.5 ส่วนลูกกลิ้งจะมีน้ำหนักมากเมื่อเทียบกับตัวขวด ดังนั้นเมื่อใช้จนเหลือน้อยจะทำให้ขวดลื่นง่าย</p>	<p>1.5 ออกแบบให้มีส่วนฐานที่กว้างขึ้นเพื่อไม่ลื่นง่ายเมื่อใกล้หมดขวด</p>
<p>1.6 เมื่อวางอยู่ในห้องน้ำอาจเปียกและขาดง่าย</p>	<p>1.6 ออกแบบโดยเลือกใช้วัสดุที่ไม่ขาดง่าย เช่น SHING LABLE หรือใช้วิธี SCREEN ลงบนบรรจุภัณฑ์เลย</p>

2. COLOGNE

เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการออกแบบ
<p>2.1 พฤติกรรมการใช้ COLOGNE ส่วนมากจะวางอยู่บนโต๊ะเครื่องแป้งจึงต้องการความหรูหรา</p>	<p>2.1 ออกแบบโดยใช้วัสดุที่มีราคา มีคุณค่า เช่น แก้ว ใช้สีที่ดูหรูหรา เช่น ดำ</p>
<p>2.2 ลักษณะทั่วไปของ COLOGNE เป็นของเหลวใสสีเหลืองอ่อนต้องการบรรจุภัณฑ์ที่สามารถโชว์ตัวสินค้าภายในได้เพื่อความหรูหราและเพิ่มความน่าเชื่อถือ</p>	<p>2.2 ออกแบบโดยเลือกใช้วัสดุที่มีความใส เช่น แก้ว พลาสติกใส</p>
<p>2.3 COLOGNE มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เพื่อทำให้เกิดความเย็น จึงต้องการบรรจุภัณฑ์ที่สามารถป้องกันการระเหยของแอลกอฮอล์ได้</p>	<p>2.3 เลือกวัสดุที่สามารถป้องกันการระเหยของแอลกอฮอล์ได้ เช่น แก้ว</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีการดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้ของแอลกอฮอล์ได้

<p>2.4 การใช้ COLOGNE จะใช้ครั้งละไม่ มาก</p>	<p>2.4 ออกแบบให้มีส่วนควบคุมปริมาณการไหลของ COLOGNE โดยการเจาะให้เป็นช่อง เล็ก ๆ ให้ COLOGNE ไหลออกมาใน ปริมาณที่สมควร</p>
<p>2.5 COLOGNE เป็นของเหลวใส จึงอาจเกิด การรั่ว ซึม ได้</p>	<p>2.5 ออกแบบให้สามารถมีส่วนป้องกันการไหลซึม โดย</p> <ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มจำนวนเกลียวให้มากขึ้น - ออกแบบให้เข้ากับขวดสัมผัสกันสนิทหรือ มีส่วนเพิ่มความกระชับของฝาแก้วตัวขวด
<p>2.6 การไหลของ COLOGNE ต้องสะดวก</p>	<p>2.6 ออกแบบให้ขวดโค้งไม่มีจุดกักที่ทำให้ COLOGNE เกิดการตกค้าง</p>
<p>2.7 มีขนาดที่จับถนัดมือ ไม่ลื่นหลุด</p>	<p>2.7 ออกแบบให้สามารถจับได้ถนัด โดยคำ นี้ถึงหลัก ERGONOMICS</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. TALC (แป้งทอม)

เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการออกแบบ
3.1 ลักษณะของกระป๋องจับแล้วไม่ลื่นหลุด	3.1 ออกแบบโดยเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมอาจเป็นพลาสติกที่มี TEXTURE ทำให้การใช้งานไม่ลื่นหลุดง่าย หรือออกแบบให้มีส่วนโค้ง เว้าหรือเพิ่ม LIP และคำนึงถึงหลัก ERGONOMICS
3.2 การใช้งานอาจอยู่บนโต๊ะเครื่องแป้งหรือชั้นวางของในห้องน้ำ อาจเกิดการตกหล่นเสียหาย	3.2 ออกแบบโดยเลือกใช้วัสดุที่ทนต่อการกระทบกระแทก เช่น พลาสติก
3.3 แป้งมีลักษณะเป็นผง เวลาใช้อาจเกิดจุดกัก ทำให้มีแป้งตกค้างอยู่ เป็นการสิ้นเปลือง	3.3 ออกแบบให้กระป๋องมีไหลที่ลาดลงจากส่วนฝา เพื่อการไหลลื่นของแป้ง
3.4 การใช้งานอาจวางอยู่ในห้องน้ำทำให้ฉลากอาจเปียก ฉีกขาดง่ายทำให้เกิดภาพพจน์ที่ไม่ดี ไม่น่าเชื่อถือ	3.4 ออกแบบโดยใช้วัสดุที่เหมาะสม ไม่ฉีกขาดง่าย เช่น SHINK LABEL หรือใช้วิธี SCREEN ลงไปบนบรรจุภัณฑ์
3.5 สะดวกต่อการใช้งาน	3.5 ออกแบบโดยคำนึงถึงหลัก ERGONOMICS
3.6 มีการเปิด-ปิด สะดวก	3.6 ออกแบบให้ฝาเปิด-ปิด สะดวก โดยฝาแบบหมุนเปิด-ปิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	<p>- แบบมีฝาเปิด-ปิด</p> <p>- แบบฝาพลิก</p>
--	---

4. AFTER SHAVE

เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการออกแบบ
4.1 AFTER SHAVE เป็นของเหลว ใส่สามารถแตงใส่ได้ ต้องการบรรจุภัณฑ์ที่แสดงให้เห็นผลิตภัณฑ์ภายใน เพื่อความหรูหราและก็น่าเชื่อถือ	4.1 ออกแบบโดยเลือกใช้วัสดุที่ใส สามารถโชว์สินค้าภายในได้ เช่น แก้ว และพลาสติกใส
4.2 AFTER SHAVE มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์เพื่อความเย็น ซึ่งระเหยได้ ต้องการบรรจุภัณฑ์ที่สามารถป้องกันการระเหยของแอลกอฮอล์ได้	4.2 ออกแบบโดยเลือกใช้วัสดุที่สามารถป้องกันการระเหยของแอลกอฮอล์ได้ดี เช่น แก้ว พลาสติก
4.3 การใช้งานอาจอยู่บนโต๊ะเครื่องแป้งหรือในห้องน้ำ อาจเกิดการตกหล่นเสียหาย	4.3 ออกแบบโดยเลือกใช้วัสดุที่สามารถทนต่อการกระทบกระแทก เช่น พลาสติก

<p>4.4 AFTER SHAVE : มีราคาค่อนข้างสูง ต้องการบรรจุภัณฑ์ที่มีราคา หรุหระ</p> <p>4.5 AFTER SHAVE เป็นของเหลว ใส่เมื่อเวลาใช้ทำให้ไม่สามารถกะปริมาณได้</p>	<p>4.4 ออกแบบโดยเลือกใช้วัสดุที่หรุหระ เช่น แก้ว หรือการใช้สีที่หรุหระ เช่น ดำ</p> <p>4.5 ออกแบบให้มีส่วนช่วยบังคับปริมาณการไหลของ AFTER SHAVE โดยการเจาะเป็นรูที่ฝาขวด</p>
<p>4.6 มีฝาที่เปิด-ปิด สะดวกขณะใช้งาน</p>	<p>4.6 - ฝาเกลียว</p> <p>- ฝาแบบกดปิดโดยอาศัยความฝืดของพลาสติก</p> <p>- ฝาหลิป</p>
<p>4.7 AFTER SHAVE เป็นของเหลวอาจ</p>	<p>4.7 ออกแบบให้มีส่วนป้องกันการไหลและโดย</p> <p>- เพิ่มจำนวนรอบของเกลียว</p> <p>- ออกแบบให้ฝากับขวดสัมผัส</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.8 จับถนัดมือ สะดวกต่อการใช้งาน	กันสนิมหรือมีส่วนเพิ่มความกระชับระหว่าง ฝากับตัวขวด 4.8 ออกแบบโดยคำนึงถึงหลัก EPONOMICS
----------------------------------	---

5. LOTION

เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการออกแบบ
5.1 คุณสมบัติของ LOTION เป็นของเหลว มีความข้น ทำให้การไหลเป็นไปได้ช้า	5.1 ออกแบบให้มีส่วนโค้งมนบริเวณไหลขวดเพื่อช่วยให้การไหลของ LOTION สะดวกขึ้น
5.2 LOTION เป็นของเหลวเมื่อเวลาเท เนื้อ LOTION อาจออกมามากเกินไป ความต้องการ	5.2 ออกแบบให้มีส่วนบังคับปริมาณการไหลของ LOTION โดยเจาะเป็นรูที่ฝา
5.3 LOTION เป็นของเหลวจึงอาจเกิดการซึมไหล เลอะเทอะ	5.3 ออกแบบให้มีส่วนป้องกันการไหลเลอะเทอะของ LOTION ที่บริเวณฝาคขวด - เพิ่มจำนวนรอบของเกลียว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>5.4 มีการเปิดปิดที่สะดวกต่อการใช้</p> <p>5.5 LOTION มีความสิ้นขณะใช้งานอาจเกิดการตกหล่นเสียหายได้</p> <p>5.6 รูปทรงจับถนัดมือ สะดวกต่อการใช้งาน</p>	<p>- ออกแบบให้ฝาและตัวขวดสัมผัสกันสนิท หรือมีส่วนเพิ่มความกระชับระหว่างฝาและตัวขวด</p> <p>5.4 ออกแบบให้ฝาสามารถเปิด-ปิด สะดวก</p> <ul style="list-style-type: none"> - ฝาเกลียว - ฝาฟิลิป - ฝาแบบกดล๊อค <p>5.5 ออกแบบโดยเลือกใช้วัสดุที่ทนต่อการกระทบกระแทกได้ เช่น พลาสติก</p> <p>5.6 ออกแบบโดยคำนึงถึงหลัก ERGONOMICS</p>
--	--

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. FOAM สร้างหน้า

เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการออกแบบ
6.1 FOAM สร้างหน้ามีลักษณะชั้น การใช้งานต้องใช้วิธีการบีบ ต้องการวัสดุที่เหมาะสมกับการใช้งาน	6.1 ออกแบบโดยเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมต้องมีความยืดหยุ่นดี เช่น พลาสติก PP
6.2 FOAM สร้างหน้าจะใช้ปริมาณไม่มากในแต่ละครั้ง	6.2 ออกแบบให้มีส่วนบังคับปริมาณการไหลของ FOAM โดยทำคอหลอดให้เล็กให้สามารถบีบเนื้อ FOAM ออกมาได้ตามความต้องการ
6.3 FOAM สร้างหน้ามีความชันมากการไหลของเนื้อ FOAM จึงไม่สะดวก	6.3 ออกแบบให้มีฝาอยู่ด้านล่าง เมื่อวางเนื้อ FOAM จะไหลลงสู่ด้านล่างเมื่อใช้งาน เนื้อ FOAM จะไหลออกมาทันทีที่บีบ
6.4 ลักษณะการตั้งอาจล้มได้ง่าย	6.4 ออกแบบให้มีฝาด้านกว้าง เพื่อไม่ให้ล้มง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ความเป็นไปได้ของโครงการ

1. ความเป็นไปได้ทางนโยบาย

ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสำหรับผู้ชาย กำลังมีการแข่งขันกันอย่างสูงในตลาดปัจจุบัน บรรจภัณฑ์เป็นส่วนสำคัญอย่างมากในการขาย

ทางบริษัทเบตเตอร์เวย์ (ประเทศไทย) จำกัด มีนโยบายที่จะออกสินค้าชนิดใหม่สำหรับผู้ชายซึ่งจะใช้ชื่อใหม่แต่ยังคงภายใต้แบรนด์ มีสทิน โดยใช้ชื่อของกลิ่นเป็นชื่อของสินค้า ซึ่งทางบริษัทมีนโยบายที่จะออกมา 1 กลิ่นคือ TRUST และต้องการบรรจภัณฑ์ที่รับกับความต้องการของตลาดซึ่งสอดคล้องกับการทำวิทยานิพนธ์นี้

2. ความเป็นไปได้ด้านเศรษฐกิจ

ปัจจุบันตลาดเครื่องสำอางสำหรับผู้ชาย มีการแข่งขันสูงมากขึ้นทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุด และยังทำให้เงินตราในระบบเศรษฐกิจดีขึ้น

3. ความเป็นไปได้ด้านสังคมและสภาพแวดล้อม

ทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพชั้นกระตุ้นให้ผู้ผลิตสินค้ารายอื่น ๆ เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาบรรจภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานขึ้น ผู้บริโภคตื่นตัวกับการออกแบบบรรจภัณฑ์ภายในประเทศ

4. ด้านการออกแบบ

การออกแบบบรรจภัณฑ์ต้องออกแบบให้เป็นที่พึงพอใจกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายและในด้านการผลิตก็ต้องสามารถผลิตได้ง่ายและรวดเร็ว โดยคำนึงถึงเครื่องจักรที่มีอยู่และในโครงการนี้จะได้ออกแบบบรรจภัณฑ์ในลักษณะต่าง ๆ กันทั้งขวดและกล่อง ดังนั้น การออกแบบจึงต้องอาศัยข้อมูล ประกอบกับการศึกษาวิจัยเป็นอย่างมาก

ซึ่งทางบริษัทเบตเตอร์เวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ให้ความสำคัญร่วมมือต่าง ๆ เป็นอย่างดี ดังนั้นโครงการวิทยานิพนธ์นี้จึงมีโอกาสเป็นไปได้อย่างสูง

สรุป

โครงการวิทยานิพนธ์นี้ สอดคล้องกับนโยบายทุกด้าน สมควรทำอย่างยิ่ง

86666

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางการศึกษา วิจัย

1. ศึกษาถึงโครงสร้างขงวคในลักษณะต่าง ๆ กันรวมทั้งกล่งในลักษณะต่าง ๆ
2. ศึกษาถึง FUNCTION การใช้งานของสินค้าชนิดต่าง ๆ
3. ศึกษาถึงลักษณะการบรรจุและเครื่องจักรที่ใช้ในการบรรจุเพื่อให้งานออกแบบสามารถผลิตได้จริงโดยเครื่องจักรที่มีอยู่
4. ศึกษาถึงระบบการพิมพ์ต่าง ๆ
5. ศึกษาถึงพฤติกรรม และจิตวิทยาของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย
6. ศึกษาแนวทางการตลาด
7. ศึกษาถึงรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่ง

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. บรรจุภัณฑ์สามารถส่งเสริมคุณค่าของผลิตภัณฑ์ และสร้างความเชื่อถือให้กับผู้บริโภค
2. สามารถสร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้า ตลอดจนทำให้ผู้ซื้อเกิดความทรงจำในตัวผลิตภัณฑ์ และแบรนด์ของสินค้า
3. บรรจุภัณฑ์สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จนถึงมือผู้บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกรนำไปใช้

ความเป็นมาของผลิตภัณฑ์

ในปัจจุบันตลาดสินค้าเครื่องสำอาง เป็นสินค้าชนิดหนึ่งที่มีการแข่งขันกันอย่างมาก ทุกบริษัทต่างต้องการให้เกิดความเจริญเติบโตของบริษัทและผลกำไรสูงสุด ดังนั้นจึงพยายามผลิตสินค้าที่ดีและมีคุณภาพออกสู่ตลาด จึงทำให้เกิดการแข่งขันมากขึ้น

และปัจจุบันตลาดสินค้าเครื่องสำอางได้ขยายกลุ่มเป้าหมายออกมาสู่ผู้ชายมากขึ้น โดยทุกบริษัทต่างผลิตสินค้าสำหรับผู้ชายออกมาด้วยหวังที่จะครอบครองส่วนแบ่งของตลาดให้ได้มากที่สุด

บริษัท เบตเตอร์เวย์(ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่ทำการจำหน่ายผลิตภัณฑ์แบบโคเร็กเซลล์ โดยผลิตสินค้าหลักเป็นเครื่องสำอางภายใต้แบรนด์ "มีสทิน" ซึ่งทางบริษัทเล็งเห็นถึงความสำคัญของตลาดสินค้าสำหรับผู้ชายเหมือนกัน จึงได้มีโครงการที่จะออกสินค้าสำหรับผู้ชายออกมาช่วงชิงความเป็นหนึ่งในตลาด ดังนี้

- COLOGNE
- AFTERSHAVE COLOGNE
- AFTER SHAVE LOTION
- DEODORANT ROLL-ON
- TALC
- CLEANSING FOAM

โดยการเปิดตัวสินค้าสำหรับผู้ชายนั้น จะออกมาพร้อม ๆ กัน หลาย ๆ ผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดจุดสนใจ และความน่าเชื่อถือ โดยใช้ชื่อ TRUSS ภายใต้แบรนด์ MISTINE เพื่อให้รู้สึกเข้มแข็ง และเป็นผู้ชายมากขึ้น

การแบ่งประเภทของผลิตภัณฑ์

ขนาดและราคาของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่จะนำมาออกแบกรูปภาพและบรรจุภัณฑ์ เป็นเครื่องสำอางซึ่งการใช้งานส่วนใหญ่จะอยู่บนชั้นในท้องน้ำ หรือบนโต๊ะเครื่องแป้งในห้องนอน โดยมีการแบ่งประเภทและขนาดคือ

1. ประเภทผลิตภัณฑ์ทั่วไป

COLOGNE	2 ขนาดคือ	30 มล. และ	89 มล.
	ราคา	179 บาท และ	350 บาท
DEODORANT ROLL-ON	2 ขนาดคือ	30 มล. และ	50 มล.
	ราคา	70 บาท และ	119 บาท
TALC	2 ขนาดคือ	100 ก. และ	30 ก.
	ราคา	129 บาท และ	50 บาท
AFTER SHAVE (COLOGNE)	2 ขนาดคือ	85 มล. และ	30 มล.
	ราคา	300 บาท และ	159 บาท
AFTER SHAVE LOTION	1 ขนาดคือ	150 มล.	
	ราคา	119 บาท	
CLEANSING FOAM	1 ขนาดคือ	40 ก.	
	ราคา	69 บาท	

2. ประเภทผลิตภัณฑ์เพื่อการบรรจุเป็นชุดของขวัญ

เป็นชุดของขวัญที่ใช้จำหน่ายทั่วไป ไม่จำเพาะเจาะจงเป็นเทศกาลต่าง ซึ่งในการจัด

ชุดของขวัญนั้น ประกอบไปด้วย

- COLOGNE ขนาด 30 มล. ราคา 179 บาท
- DEODORANT ROLL-ON ขนาด 30 มล. ราคา 70 บาท
- TALC ขนาด 30 ก. ราคา 50 บาท

ซึ่งจะขายในราคาประมาณชุดละ 200 บาท

ลักษณะการใช้งานของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ของ TRUSS ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์หลายชนิด ซึ่งแยกตามพฤติกรรมการใช้งานได้ ดังนี้

1. COLOGNE

หยิบ → เปิดฝา → เท → ลงบนฝ่ามือ → ทาส่วนที่ต้องการ → ปิดฝา → เก็บ

2. DEODORANT ROLL-ON

หยิบขวด → เปิดฝา → คว่ำขวด → ทาบนส่วนที่ต้องการ → ปิดฝา → เก็บ

3. TALC

หยิบ → เปิดฝา → เทลงบนฝ่ามือ โดยการใช้ → วางกระป๋อง → ลูบฝ่ามือ → ทาส่วนที่ต้องการ → ปิดฝา → เก็บ

เชยาลงบนส่วนที่ต้องการ → ใช้มือลูบ → ปิดฝา → เก็บ

4. AFTER SHAVE COLOGNE

หยิบ → เปิดฝา → เทลงบนฝ่ามือ → ทาส่วนที่ต้องการ → ปิดฝา → เก็บ

5. AFTER SHAVE LOTION

หยิบ → เปิดฝา → เทลงบนฝ่ามือ → ทาส่วนที่ต้องการ → ปิดฝา → เก็บ

6. CLEANSING FOAM

หยิบ → เปิดฝา → บีบเนื้อ → ขยี้ให้เกิดฟอง → ล้างส่วนที่ต้องการ → ปิดฝา → เก็บ

ออกจากหลอด

จากพฤติกรรมการใช้งานของผลิตภัณฑ์ทั้งหมด มีลักษณะการใช้งานที่คล้ายคลึงกัน การเก็บผลิตภัณฑ์ประเภทนี้จะเก็บใน

- ห้องน้ำ บนชั้นวางของ
- ห้องนอน บนโต๊ะเครื่องแป้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการเรียนการสอน ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์

ชนิดของผลิตภัณฑ์	ขนาด	อายุการใช้งาน
COLOGNE	100 มล.	2 - 3 เดือน/คน
	30 มล.	1 - 1½ เดือน/คน
DEODORANT ROLL-ON	50 มล.	2 - 3 เดือน/คน
	30 มล.	1 - 1½ เดือน/คน
TALC	100 g	2 - 3 เดือน/คน
	30 g	1 เดือน/คน
AFTER SHAVE COLOGNE	100 มล.	2 - 3 เดือน/คน
	30 มล.	1 เดือน/คน
AFTER SHAVE LOTION	150 มล.	3 เดือนขึ้นไป/คน
CLEANSING FOAM	40 g	1 - 1½ เดือน/คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความจำเป็นในการคุ้มครองผลิตภัณฑ์

	COLOGNE	ROLL-ON	AFTER SHAVE	TALC	LOTION	CLEANSING FOAM	GIFT SET
ของเหลวและความชื้นผ่านได้	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
การระเหยของกลิ่น	✓		✓	✓			
อุณหภูมิร้อน-เย็นจัด							
การเสียหายเชิงกล							
- การตก	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
- การกด		✓					
- การบีบ					✓	✓	
- การขนส่ง	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

- หมายเหตุ
- ของเหลวและความชื้น จะทำให้ตัวผลิตภัณฑ์เสียคุณภาพเช่น ในพวก TALC ประกอบกับผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่อาจจะตั้งอยู่ในห้องน้ำ
 - การระเหยของกลิ่น ตัวผลิตภัณฑ์มีกลิ่นหอม ฉะนั้นจึงต้องป้องกันมิให้กลิ่นหึ่งกระจาย จนความหอมหมดลง
 - อุณหภูมิร้อน-เย็นจัด ตัวผลิตภัณฑ์มีกลิ่น ฉะนั้นความร้อนอาจทำให้กลิ่นหึ่งกระจายได้
 - การใช้ก่อนการจำหน่าย เพื่อป้องกันการเปิดใช้ก่อนการจำหน่าย
 - การเสียหายเชิงกล ตัวผลิตภัณฑ์อาจวางอยู่ในห้องน้ำ ซึ่งโดยตัวผลิตภัณฑ์เองบางตัววิธีการใช้ จะต้องบีบ กด ในขณะที่เดียวกันการใช้ก็อาจเกิดการผิดพลาดตกลงเสียหายได้

ความต้องการในการคุ้มครองของผลิตภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์สำหรับเครื่องสำอาง เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการความสวยงาม ทูตี่เป็นสำคัญ
ดังนั้น ลักษณะความต้องการในบรรจุภัณฑ์จึงต้องสนองตอบในเรื่องของความสวยงาม ทูตี่ เป็นหลัก

COLOGNE

คุณสมบัติ COLOGNE เป็นของเหลวใส และสามารถทำให้เกิดสีสันสวยงามได้เวลาใช้ไปนาน ๆ
จะไม่เกิดการเปลี่ยนสี การไหลของเนื้อ COLOGNE เป็นไปได้อย่างสะดวก เนื่องจากมีคุณสมบัติเหมือนน้ำ และเมื่อใช้จนหมดขวดจะไม่เกิดปัญหาเรื่องมีคราบติดอยู่ที่ข้างขวด

ความต้องการในบรรจุภัณฑ์

1. เนื่องจากมีราคาค่อนข้างสูง จึงต้องการบรรจุภัณฑ์ที่มีราคา
2. เนื่องจาก COLOGNE เป็นของเหลวใสที่มีสีสันสวยงาม จึงต้องการบรรจุภัณฑ์
ที่ใส สามารถมองเห็นสีของ COLOGNE ได้ ทั้งนี้เพื่อความสวยงามและความน่า
เชื่อถือ
3. มีฐานขวดที่ค่อนข้างกว้าง เพื่อป้องกันการพลิกคว่ำขณะการใช้งาน
4. มีส่วนบังคับการไหลของเนื้อ COLOGNE เพื่อการกะปริมาณที่พอดี โดยการเจาะ
ช่องที่บริเวณปากขวดให้เล็กลง
5. มีฝาที่สามารถป้องกันการไหลซึมของเนื้อ COLOGNE และการระเหยของกลิ่น
6. มีลักษณะของขวดที่ดูเข้มแข็ง เพื่อความเป็นผู้ชาย

AFTER SHAVE COLOGNE

คุณสมบัติ เป็นของเหลวใสที่สามารถผสมสี ให้เกิดสีสรรต่าง ๆ ได้ลักษณะการไหลเป็นไปได้อย่าง
สะดวก และไม่เกาะติดข้างขวดเมื่อใช้ไปจนใกล้หมด

ความต้องการในบรรจุภัณฑ์

1. เนื่องจากมีราคาค่อนข้างสูง จึงต้องการบรรจุภัณฑ์ที่ดูหรูหรา มีราคา
2. ต้องบรรจุภัณฑ์ที่ ใส สามารถมองเห็นเพื่อ AFTER SHAVE ได้เนื่องจาก AFTER
SHAVE มีสีสรรที่สวยงาม และเพื่อความน่าเชื่อถือในตัวผลิตภัณฑ์

3. มีฐานขวดที่ค่อนข้างกว้าง เพื่อป้องกันการพลิกคว่ำขณะใช้งาน
4. มีส่วนบังคับการไหลของเนื้อ AFTER SHAVE เพื่อการกะปริมาณที่พอดี
5. มีฝาที่สามารถป้องกันการระเหยของกลิ่น และการไหลซึม
6. มีลักษณะที่ดูเข้มแข็งเพื่อความเป็นผู้ชาย

AFTER SHAVE LOTION

คุณสมบัติ เป็นของเหลวที่ค่อนข้างข้น สามารถผสมสีต่าง ๆ ให้เกิดความสวยงามน่าใช้ได้
ลักษณะการไหลเป็นไปได้อย่างช้า เมื่อใช้จะเกิดการบวมแดงที่บริเวณด้านข้าง

ความต้องการในบรรจุภัณฑ์

1. ต้องการบรรจุภัณฑ์ที่ ทึบ เนื่องจากเวลาใช้ไปนาน ๆ จะเกิดการบวมแดงที่ข้างขวดทำให้ดูไม่น่าใช้
2. ต้องมีหลอดขวดที่ค่อนข้างโค้งมน เพื่อการไหลที่สะดวกของเนื้อโลชั่น และป้องกันการเกิดจุดกักของ LOTION
3. มีส่วนบังคับการไหลของ LOTION เพื่อปริมาณที่พอดี
4. มีฐานขวดที่ค่อนข้างกว้าง เพื่อป้องกันการพลิกคว่ำขณะที่ใช้งาน
5. มีลักษณะที่ดูเข้มแข็ง เพื่อความเป็นผู้ชาย

DEODORANT ROLL-ON

คุณสมบัติ เป็นของเหลวที่มีความข้นขึ้น ลักษณะการไหลเป็นไปได้อย่างช้า และเมื่อใช้ไปนาน ๆ จะเกิดปัญหาเรื่องการบวมแดงที่บริเวณด้านข้างของขวด

ความต้องการในบรรจุภัณฑ์

1. ต้องการบรรจุภัณฑ์ที่ทึบ เนื่องจากเมื่อใช้ไปนาน ๆ จะเกิดการบวมแดงที่ข้างขวดทำให้ดูไม่น่าใช้
2. การใช้งานอาจอยู่ในห้องน้ำจึงต้องการบรรจุภัณฑ์ที่ป้องกัน น้ำซึมผ่าน
3. ต้องการบรรจุภัณฑ์ที่สามารถทนต่อการ ตก หล่น เนื่องจากการใช้งานอาจอยู่ในห้องน้ำที่เปียก ลื่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. มีฐานขาคือก่อนข้างกว้างเพื่อกันขาคล้มในขณะที่ใช้ใกล้หมต
5. มีหัวลูกกลิ้งที่มีน้ำหนักเบาทำให้ส่วนหัวไม่หนัก ไม่เกิดการล้มคว่ำขณะการใช้งาน
6. มีลักษณะที่ดูเข้มแข็ง เพื่อความเป็นผู้ชาย

TALC

คุณสมบัติ เป็นผงสีขาวที่มีความเบา เกิดการฟุ้งกระจายได้ง่าย มีน้ำหนักค่อนข้างเบา ขณะใช้ จะเกิดการบวมเกาะที่ข้างกรรป่อง เมื่อโดนน้ำจะละลาย และถ้าโดยความชื้นจะจับกันเป็นเม็ด

ความต้องการในบรรจุภัณฑ์

1. ต้องการบรรจุภัณฑ์ที่ทึบ เพื่อความนำใช้จนหมดกรรป่อง เนื่องจากผงแป้งจะเกาะที่ขอบกรรป่องเป็นคราบ
2. มีส่วนบังคับปริมาณของแป้งเพื่อความพอดีในการใช้
3. มีฝาที่ป้องกันการซึมของน้ำ และไอน้ำเนื่องจากการใช้งานอาจอยู่ในห้องน้ำ
4. บรรจุภัณฑ์ที่ต้องทนต่อการตก หล่น เนื่องจากการใช้งานอาจอยู่ในห้องน้ำที่เปียก ลื่น
5. แก้ปัญหา เรื่องจุดกักของแป้ง
6. มีลักษณะที่ดูเข้มแข็ง เพื่อความเป็นผู้ชาย

CLEANSING FOAM

คุณสมบัติ เนื้อ FOAM จะมีความชื้น ลักษณะคล้ายครีม ซึ่งลักษณะการใช้งานต้องบีบ เพื่อให้เนื้อ FOAM ไหลออกมาเนื้อ FOAM จะเกาะติดกับข้างหลอดในขณะที่ใช้งานใกล้หมต

ความต้องการในบรรจุภัณฑ์

1. ต้องการบรรจุภัณฑ์ที่มีความยืดหยุ่น เพราะการใช้งานต้องบีบ หรือ กด
2. มีฝาที่กว้างเพื่อการตั้งที่สะดวก และไม่ล้มง่าย
3. ต้องบรรจุภัณฑ์ที่ทึบ เนื่องจาก FOAM จะเกาะติดกับผนังของหลอดทำให้ดูไม่น่าใช้
4. มีลักษณะที่ดูเข้มแข็ง เพื่อความเป็นผู้ชาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปความต้องการในบรรจุภัณฑ์และกราฟิกของเครื่องสำอางผู้ชาย TRUSS

1. บรรจุภัณฑ์ต้องแสดงออกถึงความสนุกสนาน ทันสมัย นำมาใช้
2. มีการใช้งานที่สะดวก
3. ตอบสนองความต้องการของผลิตภัณฑ์ในแต่ละชนิด
4. มีความเป็นผู้ชาย
5. ยึดหลัก CORPGRATE IDENTITY เพื่อการจจจจจจจจของผู้บริโภค

สรุปความต้องการในบรรจุภัณฑ์ GIFT GIVING SET

1. มีการจัดวางผลิตภัณฑ์ภายในอย่างเป็นระเบียบ สวยงาม
2. สามารถป้องกันการสั่นคลอนของผลิตภัณฑ์ภายใน
3. มีความสวยงาม เหมาะสมที่จะใช้เป็นของขวัญ
4. มีความเป็นผู้ชาย
5. ให้ลักษณะเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับผลิตภัณฑ์ภายใน

เงื่อนไขการตอบสนองความต้องการในการจัดจำหน่าย

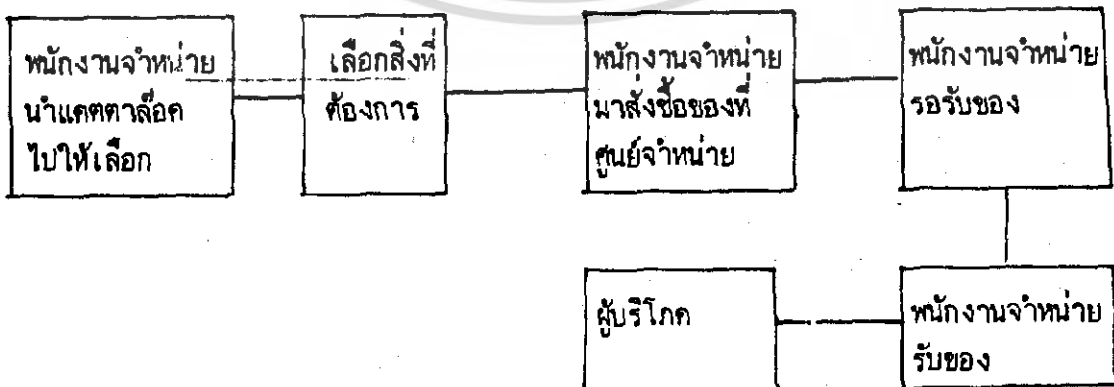
ขั้นตอนในการจัดจำหน่าย

การจัดจำหน่ายในระบบโคเร็กเซิลนั้น เป็นการขายแบบถึงตัวผู้บริโภค โดยผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าได้ โดยผ่านจากพนักงานจำหน่ายซึ่งอาจถือเพื่อน หรือคนใกล้ชิดของผู้บริโภคเอง และ "มีสต็อก" เป็นการขายตรงแบบ SINGLE LEVEL หมายถึง พนักงานขายจะไม่ขึ้นกับหัวหน้ากลุ่ม จะขึ้นตรงกับบริษัทเลย ซึ่งผลตอบแทนที่พนักงานจำหน่ายจะได้รับนั้นจะได้รับเป็น 25% และ 30% ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับยอดของการจำหน่าย นอกจากนี้ยังมีรางวัลรวมทั้งสิทธิพิเศษอื่น ๆ ลักษณะการจัดจำหน่ายนั้นสามารถทำได้คือ



ซึ่งในกรณีสั่งซื้อทางไปรษณีย์นั้น จะเกิดขึ้นเมื่อพนักงานจำหน่ายอยู่ไกลจากศูนย์จำหน่ายหรือพนักงานส่งของเป็นจำนวนมากและไม่มีเวลาที่จะมายังศูนย์จำหน่าย

การจัดจำหน่ายโดยตรงต่อผู้บริโภค



ซึ่งในปัจจุบัน "มีสต็อก" มีศูนย์จำหน่ายถึง 120 เขต ซึ่งทำให้ความสะดวกสบายแก่

เอกสารพนักงานจำหน่าย ในการมาสั่งของยังศูนย์จำหน่ายเองนั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุและการรวมวิธีการผลิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อมูลทางด้านการผลิตและวัสดุ

วัสดุที่ใช้ทำภาชนะบรรจุ และกรรมวิธีการผลิตในปัจจุบัน วัสดุที่นิยมนำมาใช้ในการ
ทำภาชนะบรรจุ ได้แก่

1. พลาสติก
2. แก้ว
3. โลหะ

ซึ่งวัสดุทั้ง 3 ชนิด ต่างก็มีคุณสมบัติต่างกันออกไป ดังนี้

ชนิดของวัสดุ	ลักษณะทางกายภาพ	คุณสมบัติ
พลาสติก	สามารถผลิตได้ทั้งใสและทึบ มีผิวมันและมีน้ำหนักเบา	สามารถผลิตได้หลายรูปแบบ มีราคาถูกผลิตง่าย สามารถกันไอน้ำและความชื้นได้ดีพอสมควร
แก้ว	มีความใส แข็งแต่เปราะแตกได้ง่ายมีน้ำหนักมาก	ไม่ทำปฏิกิริยากับสารเคมีชนิดต่าง ๆ ใส ไม่มีการเปลี่ยนแปลงรูปร่างเมื่อใช้ไปนาน ๆ กันไอน้ำและความชื้นได้ดีให้ความรู้สึกที่ดูมีราคา หุหุหุและน่าใช้
โลหะ	แข็ง มีความแข็งแรงพอสมควร	สามารถพิมพ์บนผิวโลหะในระบบ OFF-SET ผลิตรูปแบบได้น้อยเป็นสนิมเมื่อใช้ไปนาน ๆ สามารถกันความชื้นและไอน้ำได้น้อย

จากคุณสมบัติที่กล่าวมาข้างบน ทำให้สามารถเลือกวัสดุออกมาได้ 2 อย่าง เพื่อใช้ในการพิจารณาตามความเหมาะสมในแต่ละผลิตภัณฑ์ 2 ชนิด คือ

1. แก้ว

2. พลาสติก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เนื่องจากทั้ง 2 ชนิด มีคุณสมบัติที่ใกล้เคียงกัน

หมายเหตุ นำแก้วมาพิจารณาในกรณีที่ต้องการบรรจุภัณฑ์ที่มีความใส

การวิเคราะห์วัสดุที่ใช้ผลิตขวด

จากความต้องการในบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดไม่เหมือนกัน แต่สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทคือ

- พวกที่ต้องการความใส ได้แก่
 - COLOGNE
 - AFTER SHAVE COLOGNE

เนื่องจากคุณสมบัติของทั้ง 2 ชนิดนั้นเป็นของเหลวใส จึงต้องการบรรจุภัณฑ์ที่ใสสามารถมองเห็นสีของผลิตภัณฑ์ได้และเพื่อความหรูหรา น่าเชื่อถือ และนำใช้

- พวกที่ไม่ต้องการความใส ได้แก่
 - DEODORANT ROLL-ON
 - TALC
 - AFTER SHAVE LOTION

เนื่องจากขณะที่ใช้จนเหลือไม่มากนัก จะมีคราบมันเนื่องมาจากตัวผลิตภัณฑ์ภายในเกาะอยู่ตามข้าง ๆ ขวดทำให้ดูไม่น่าใช้จึงต้องการบรรจุภัณฑ์ที่ขี้บ เพื่อให้เกิดความน่าใช้

- หลอบบี้ ได้แก่
 - CLEANSING FOAM

เนื่องจากต้องการวัสดุที่มีความยืดหยุ่นสูงและไม่ต้องการความใสและคุณสมบัติอื่น ๆ ที่นอกเหนือจาก 2 ข้อข้างบน เช่น การกันตัวหลังการใช้งาน เป็นต้น

สรุปผลการวิเคราะห์บรรทัดที่ต้องการความใส ไม้แก้ COLOGNE และ AFTER SHAVE
COLOGNE วัสดุที่สามารถทำใสได้ ไม้แก้ แก้ว และ พลาสติก

คุณสมบัติ	ความสำคัญ	แก้ว	พลาสติก
ความทึบทร่า สมารคา	4	4	3
ทนต่อสภาพกรด-ด่าง	3	4	3
ป้องกันไอน้ำซึมผ่าน	3	4	3
ทนต่อแรงกระแทก	2	2	4
ความแข็งของวัสดุ	1	4	3
ต้นทุนการผลิตต่ำ	2	2	4
สรุป		52	49

- 1 = ไม้ตี
2 = ปานกลาง
3 = คิ
4 = คิมาก

จากตารางการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า "แก้ว" เป็นวัสดุที่เหมาะสมที่สุดในการนำมาใช้

สรุปผลการวิเคราะห์บรรทัดที่ต้องการความใส ได้แก่ COLOGNE และ AFTER SHAVE
COLOGNE วัสดุที่สามารถทำใสได้ ได้แก่ แก้ว และ พลาสติก

คุณสมบัติ	ความสำคัญ	แก้ว	พลาสติก
ความทรุหรา สมราคา	4	4	3
ทนต่อสภาพกรด-ด่าง	3	4	3
ป้องกันไอน้ำซึมผ่าน	3	4	3
ทนต่อแรงกระแทก	2	2	4
ความแข็งของวัสดุ	1	4	3
ต้นทุนการผลิตต่ำ	2	2	4
สรุป		52	49

1 = ไม่มี

2 = ปานกลาง

3 = ดี

4 = ดีมาก

จากตารางการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า "แก้ว" เป็นวัสดุที่เหมาะสมที่สุดในการนำมาใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่วางตัวว่าเริ่มธุรกิจจากแบบจำลองธุรกิจเท่านั้น ไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปผลการวิเคราะห์

พวกที่ไม่ต้องการความใส ได้แก่ ROLL-ON และแป้ง AFTER SHAVE LOTION จากการศึกษาถึงคุณสมบัติของพลาสติกที่มีพลาสติก 4 ชนิดที่อยู่ในเกณฑ์การพิจารณา คือ LDPE, HDPE, PP, PVC

คุณสมบัติ	ความสำคัญ	LDPE	HDPE	PP	PVC
ทนต่อสภาพกรด - ด่าง	3	3	3	3	4
		9	9	9	12
การป้องกันไอน้ำซึมผ่าน	3	2	4	3	2
		6	12	9	6
ทนต่อแรงกระแทก	2	4	4	2	2
		8	6	6	6
ความยืดหยุ่นสูง	2	3	3	2	1
		6	6	6	3
ต้นทุนการผลิตต่ำ	2	4	4	2	2
		8	8	4	4
ความแข็งของวัสดุ	1	1	2	3	3
		1	2	3	3
สรุป		38	43	37	34

- หมายเหตุ
- 1 - ไม่มี
 - 2 - ปานกลาง
 - 3 - คี
 - 4 - ดีมาก

จากตารางการวิเคราะห์ สรุปได้ว่า HDPE (HIGHT DENSITY POLYETHYLENE) มีความเหมาะสมที่สุดในการผลิตขวด ที่ไม่ต้องการความใส

การวิเคราะห์วัสดุที่ใช้ผลิตหลอดกบ

จากการศึกษาวัสดุที่ใช้ผลิตหลอดกบในปัจจุบัน พบว่ามีอยู่ 3 ชนิดคือ ลามิเนต พลาสติก และโลหะ

คุณสมบัติ	ความสำคัญ	ลามิเนต	พลาสติก	โลหะ
ให้ภาพพจน์ที่ดี	3	3 9	3 9	1 3
การคืนตัวหลังการใช้งาน	2	2 4	4 8	1 2
ให้ผิวสัมผัสที่ดี	2	2 4	4 8	1 2
ง่ายต่อการผลิต	2	2 4	3 6	3 6
กันอากาศไหลย้อนกลับ	1	3 3	1 1	4 4
ราคาถูก	1	1 1	2 2	4 4
สรุป		25	34	27

- หมายเหตุ
- 1 - ไม่มี
 - 2 - ปานกลาง
 - 3 - คี
 - 4 - คีมาก

จากตารางการวิเคราะห์สรุปได้ว่า พลาสติกเป็นวัสดุที่เหมาะสมที่สุดในการนำมาผลิตหลอดกบ และพลาสติกที่นิยมใช้กันมากคือ LDPE (LOW DENSITY POLYETHYLENE)

กล่อง

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เป็นกล่องนั้น ที่นิยมในปัจจุบันได้แก่

1. กล่องแบบพับ (FOLDING CARTON)

กล่องพับประเภท FOLDING CARTON เป็นกล่องที่นิยมใช้กันมากที่สุดเพราะเหตุผล ดังนี้

- ประหยัดราคาวัสดุและต้นทุนในการผลิต
 - มีความแข็งแรงเพียงพอแก่การใช้งาน
 - สามารถพับแบนราบได้ทำให้สะดวกต่อการขนส่ง
 - พิมพ์ภาพ อักษรและลวดลายได้งดงามเป็นประโยชน์ในการจูงใจลูกค้าเมื่อพบเห็น
- กล่องพับ FOLDING CARTON นี้หากผลิตคราวละจำนวนมาก ๆ ก็จะสามารถผลิตได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับภาชนะทรงแข็งอื่น ๆ แต่ในแง่ของความมั่งคั่งและภูมิคุ้มกัน ค่าแล้วถือว่ากล่องประเภท SET-UP BOX ซึ่งนิยมใช้บรรจุภัณฑ์มีราคาสูงมาก ๆ

นอกจากกระดาษแล้วยังมีการนำพลาสติกแผ่นบาง เช่น CELLULOSESCETATE และ POLYVINYLE CHIORIDE มาใช้สำหรับผลิตกล่อง FOLDING CARTON เนื่องจากสีหรืออาจทำให้ฝาเปิดพลาสติกใส ตลอดจนนำเอาอลูมิเนียมพอยล์มาผนึกอีกชั้น เพื่อความมั่งคั่งในการพิมพ์

2. กล่องแบบแข็ง (SET UP BOX)

กล่องแข็งประเภท SET UP BOX เป็นกล่องแข็งที่ทำสำเร็จเป็นรูปทรงที่จะใช้งาน ไม่สามารถพับแบนราบในขณะที่เก็บหรือขนส่งได้เหมือน FOLDING CARTON

ในการผลิต SET-UP BOX ไม่จำเป็นต้องใช้อุปกรณ์ซับซ้อนและแม่พิมพ์ตัดกระดาษ (DIE) ราคาสูงแต่อย่างใด สามารถผลิตเป็นรูปทรงแปลกไปจากปกติได้ ราคาสูงกว่ากล่องประเภท FOLDING CARTONS ซึ่งมีขนาดเท่ากันแต่ให้คุณสมบัติพิเศษในด้านความแข็งแรง ทนทาน สวยงาม หรือใช้กระดาษคุณภาพพิเศษที่ FOLDING CARTONS ไม่สามารถทำได้ จึงนิยมมากกับผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูง

กระดาษ

กระดาษที่ใช้สำหรับงานพิมพ์บรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธานี สำหรับการปฏิบัติงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- กระจกอาร์ต
- 2. ช่องอาหารและยา
 - กระจกภาพสีขาวมันหน้าเดียว
 - กระจกอาร์ตเทียม
 - กระจกอาร์ต
 - กระจกกราฟฟี่สีครีม
- 3. ฉลาคสินค้า
 - กระจกปัฐพีสี
 - กระจกแวงค์สี
 - กระจกอาร์ต
 - กระจกกราฟฟี่สีครีม
- 4. ดุง
 - กระจกกราฟฟี่ขาว
 - กระจกกราฟฟี่ขาวมันหน้าเดียว
 - กระจกร่วน้ำตาล
- 5. ถ้วย
 - กระจกกราฟฟี่ขาว
- 6. ห่อซองและห่อยา
 - กระจกร่วน้ำตาล
- 7. กล่อง
 - กระจกขาวเคลือบ (กระจกกล่อง)
 - กระจกกราฟฟี่ไลเมอร์บอร์ด
 - กระจกอาร์ตการ์ด
- 8. การ์ดแพก
 - กระจกกล่องหน้าแห้ง
 - กระจกอาร์ตการ์ดด้านเดียว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์วัสดุที่ใช้ในการผลิตกล่อง

จากการศึกษาคุณสมบัติกระดาษที่เหมาะสมในการนำมาผลิตกล่อง พบว่าควรนำมาพิจารณา คือ กระดาษกล่องขาวเคลือบและกระดาษอาร์ตการ์ด

ความสำคัญ		กระดาษกล่องขาวเคลือบ	กระดาษอาร์ตการ์ด
ความละเอียดของเนื้อกระดาษ	3	3	9
ความสามารถในการพิมพ์	3	3	9
ราคาถูก	3	4	12
ความนิยมของผู้ผลิต	3	3	9
สรุป			39

- 1 - ไม่มี
2 - ปานกลาง
3 - ดี
4 - ดีมาก

จากตารางสรุปได้ว่ากระดาษที่เหมาะสมในการนำมาผลิตกล่อง คือ กระดาษอาร์ตการ์ด

รายละเอียดของชนิดของกระดาษจะปรากฏอยู่ในภาคผนวกหน้า 22

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปผลการวิเคราะห์รูปแบบกล่อง SECONDARY PACK

จากการศึกษาวิธีการขึ้นรูปของกล่องกระดาษแข็ง ซึ่งจะต้องนำมาเลือกใช้เพื่อเป็นหลักในการออกแบบ พบว่ามี 2 วิธี คือแบบ FOLDING CARTONS และ SET UP BOXES

คุณสมบัติ	ความสำคัญ	SET UP BOXES	FOLDING CARTONS
ความสวยงามหลากหลายรูปแบบ	4	3	3
ความแข็งแรง	3	12	12
ต้นทุนการผลิตต่ำ	3	3	2
ประหยัดเนื้อที่ในการขนส่ง	2	9	6
ความรวดเร็วในการผลิต	2	2	3
	2	4	6
	2	1	4
	2	2	8
	1	2	3
	1	2	3
สรุป		29	35

หมายเหตุ	4	ดีมาก
	3	ดี
	2	ปานกลาง
	1	ไม่ดี

จากการตารางวิเคราะห์ สรุปได้ว่าเลือกแบบ FOLDING CARTONS เป็นระบบที่เหมาะสมที่สุดในการนำมาใช้

สรุปผลการวิเคราะห์รูปแบบกล่อง GIFT PACK

GIFT PACK เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการความหรูหรา มีความสวยงาม เป็นหลักจาก การศึกษาการขึ้นรูปของกล่อง พบว่ามี 2 วิธี คือ FOLDING CARTON และ SET UP BOXES

ความสำคัญ		SET UP BOXES	FOLDING CARTONS
ความหรูหรา มีราคา	4	4 16	4 16
ความสวยงามหลากหลาย รูปแบบ	4	3 12	3 12
ผลิตง่าย	3	2 6	3 9
ความสะดวกในการขนส่ง	2	2 6	4 8
ความสะดวกในการบรรจุ	1	3 3	3 3
สรุป		43	48

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

จากตารางวิเคราะห์สรุปได้ว่าเลือกแบบ FOLDING CARTON ในการทำ GIFT GIVING SET

ฝาปิดคุณสมบัติที่จำเป็นของฝาปิด

1. ป้องกันผลิตภัณฑ์จากสภาพแวดล้อมภายนอก
2. ฝาปิด จะต้องพอดีกับภาชนะบรรจุ และเปิด-ปิดได้ง่าย
3. สามารถป้องกันความชื้น ออกซิเจน และรักษาความสดให้กับผลิตภัณฑ์บางชนิด
เช่น กาแฟ นมผง
4. ต้อง เป็นวัสดุที่ไม่ทำปฏิกิริยาเคมีกับสิ่งที่บรรจุอยู่
5. ฝาปิดเป็นส่วนของบรรจุภัณฑ์ที่สร้างภาพพจน์ความเหมาะสม และความสวยงาม
ให้แก่บรรจุภัณฑ์

ฝาปิดประเภทต่าง ๆชนิดของฝาปิดพิจารณาตามชนิดของวัสดุ

ชนิดของฝาปิด	ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
ฝาปิดที่เป็นแก้ว	<ol style="list-style-type: none"> 1. ไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์ 2. มีผิวสัมผัสที่ดี 3. เก็บกลิ่นได้ดี 	<ol style="list-style-type: none"> 1. แหกหักได้ง่าย 2. หาซื้ออะไหล่ได้ยาก 3. มีน้ำหนักมาก
ฝาปิดที่เป็นโลหะ	<ol style="list-style-type: none"> 1. สามารถใช้กับภาชนะที่เป็นแก้วหรือโลหะ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ขูดได้ง่าย 2. ไม่สามารถทนความเป็นกรดได้ 3. เกิดสนิมได้ง่าย 4. ข้อจำกัดในการผลิตคือต้องเป็นฝาเกลียวเกลี้ยง ๆ ซึ่งไม่สามารถอำนวยความสะดวกในการใช้งานได้เต็มที่
ฝาปิดพลาสติก	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีน้ำหนักเบา 2. ผลิตง่ายข้อจำกัดการออกแบบน้อย 3. ราคาถูก 4. อายุการใช้งานนานพอควร 	

ฝาปิดพิจารณาตามลักษณะการปิด

ชนิดของฝาปิด	ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
SCREW CAPS	<ol style="list-style-type: none"> 1. สามารถปิดได้สนิทสามารถทำให้เก็บกลิ่น, รส ได้ดี 2. กันซีมเข้าของอากาศได้ดี 3. สามารถเก็บผลิตภัณฑ์ได้นานเมื่อมีการเปิดออกใช้แล้ว 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ใช้เวลาในการเปิด
LVG CAPS	<ol style="list-style-type: none"> 1. สามารถเปิด-ปิด ได้รวดเร็ว 2. กันซีมเข้าของอากาศได้ดี 3. สามารถเก็บผลิตภัณฑ์ได้นานเมื่อมีการ เปิดออกใช้แล้ว 	
PRY OFF	<ol style="list-style-type: none"> 1. เปิด-ปิด ง่าย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เมื่อเปิดใช้แล้ว ปิด-เปิด บ่อย การปิดไม่แน่นสนิทเหมือนเดิม 2. เก็บกลิ่นได้ไม่ดี

หมายเหตุ

1. SCREW CAPS เป็นฝาขวดแบบมีเกลียว ซึ่งเกลียวฝาจะประกบพอดีกับเกลียวขวด ฝาจอาจเป็นโลหะหรือพลาสติก ฝานี้จำเป็นต้องมีวัสดุโคลงข้างเพื่อช่วยให้ปิดสนิทระหว่างฝาและตัวขวด
2. LVG CAPS เป็นฝาที่สามารถเปิด-ปิด ฝาโดยการหมุนฝาไปเพียง $\frac{1}{4}$ รอบเท่านั้นความแตกต่างของฝาแบบ SCREW กับ LVG ต่างกันตรงที่ฝาแบบ SCREW จะมีเกลียวต่อกับเส้นยาว ส่วนฝา LVG จะขาดเป็นช่วง ๆ
3. PRY OFF เป็นฝาที่ใช้หลัก FRICTION ในการปิดไม่มีเกลียว การปิด-เปิดสามารถทำได้โดยง่าย

สรุปผลการวิเคราะห์วัสดุของฝาปิด

จากการศึกษาวัสดุทำฝาเกลียวในปัจจุบันพบว่า มีการใช้วัสดุ 2 ชนิด คือ พลาสติก และ โลหะ

คุณสมบัติ	ความสำคัญ	พลาสติก	โลหะ
ป้องกัน การซึมผ่านของความชื้น	3	4	3
ป้องกันกลิ่น	3	4	3
ทำให้หลายรูปแบบ	3	4	1
มีความเหมาะสมกับภาชนะ	3	4	3
อายุการใช้งาน	2	4	2
ความแข็งแรง	2	3	4
ง่ายต่อการผลิตและตกแต่ง	2	4	2
สรุป		70	52

หมายเหตุ	1	ไม่ดี
	2	ปานกลาง
	3	ดี
	4	ดีมาก

จากตารางสรุปได้ว่า พลาสติกเป็นวัสดุที่เหมาะสมที่สุดในการผลิตฝาเกลียว

สรุปผลการวิเคราะห์การเลือกใช้ชนิดของพลาสติกในการนำฝาบปิด

จากการศึกษาชนิดของพลาสติก สามารถนำมาพิจารณา ดังนี้ HDPE PVC และ PP, LOPE

คุณสมบัติ	ความสำคัญ	HDPE	LDPE	PVC	PP
ทนต่อสภาพทางเคมี	2	3 6	2 4	4 8	4 8
ความแข็งแรง	2	4 8	2 4	3 6	4 8
ความยืดหยุ่น	2	4 8	3 6	3 6	2 4
ทนต่ออุณหภูมิสูง	1	3 3	3 3	2 2	3 3
ทนต่ออุณหภูมิต่ำ	1	3 3	3 3	2 2	3 3
ต้นทุนการผลิตต่ำ	1	3 3	4 4	2 2	2 2
สรุป		31	24	26	28

หมายเหตุ 1 ไม่ดี

2 ปานกลาง

3 ดี

4 ดีมาก

จากตารางการวิเคราะห์สรุปได้ว่า HDPE เป็นวัสดุที่เหมาะสมที่สุดในการทำฝาบปิด

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล รูปแบบของฝาเปิด

COLOGNE, AFTER SHAVE COLGNE

จากการศึกษารูปร่างของฝาเปิด สามารถเลือกนำมาพิจารณาคือ ฝาเกลียวฝา
FLIP TOP และฝาแบบ PRY PFF

ความสำคัญ		SCREW CAPS	FLIP TOP	PRY OFF
ความสวยงาม มีราคา	4	4 16	2 8	4 14
ป้องกันกลิ่น	3	4 12	4 12	3 9
ความสะดวกในการใช้	3	4 6	3 9	4 12
อายุการใช้งาน	2	4 8	3 6	3 6
ง่ายต่อการผลิต	2	4 8	3 6	2 4
สรุป		50	41	47

- 1 - ไม่มี
2 - ปานกลาง
3 - ดี
4 - ดีมาก

จากตารางวิเคราะห์สรุปได้ว่าฝาแบบ SCREW CAPS เป็นฝาที่เหมาะสมที่สุดในการนำมาใช้

AFTER SHAVE LOTION

จากการศึกษารูปแบบของฝาปิด สามารถนำมาเลือกพิจารณา คือ ฝาเกลียว ฝา PRY OFF
ฝา FLIP TOP

ความสำคัญ		SCREW CAPS	PRY OFF	FLIP TOP
ความสวยงาม มีราคา	4	4 16	4 16	2 8
ป้องกันกลิ่น	3	4 12	3 9	3 9
ป้องกันไอน้ำ	3	4 12	3 9	3 9
ความสะดวกในการใช้	3	2 6	4 12	4 12
อายุการใช้งาน	2	4 8	3 6	3 6
ง่ายต่อการผลิต	2	4 8	2 4	2 4
สรุป		60	56	48

1 - ไม่มี

2 - ปานกลาง

3 - ดี

4 - ดีมาก

จากตารางวิเคราะห์สรุปได้ว่าฝาแบบ SCREW CAPS เป็นฝาที่เหมาะสมที่สุดในการนำมา
ใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ROLL ON

จากการศึกษารูปแบบของฝาปิด สามารถนำมาเลือกพิจารณา คือ ฝาเกลียวและฝา PRY OFF

ความสำคัญ		SCREW CAPS	PRY OFF
สวยงาม มีราคา	4	4 16	4 16
ป้องกันกลิ่น	3	4 12	3 9
กันไอน้ำ	3	4 12	3 9
ความสะดวกในการใช้	3	2 6	4 12
อายุการใช้งาน	2	4 8	3 6
ง่ายต่อการผลิต	2	4 8	2 4
สรุป		60	56

1 - ไม่มี

2 - ปานกลาง

3 - ดี

4 - ดีมาก

จากตารางวิเคราะห์สรุปได้ว่า ฝาแบบ SCREW CAPS เป็นฝาที่เหมาะสมที่สุดในการนำมาใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

TALC

จากการศึกษารูปแบบของฝาปิด สามารถนำมาเลือกพิจารณาคือ ฝาเกลียว ฝา PRY OFF และฝาแบบหมุนเปิด

ความสำคัญ		SCREW CAPS	PAY OFF	หมุนเปิด
สวยงาม คุ้มราคาม	4	4 16	4 16	3 12
ป้องกันกลิ่น	3	4 12	3 9	3 9
ป้องกันน้ำ	3	4 12	3 9	3 9
ความสะดวกในการใช้งาน	3	2 6	4 12	4 12
อายุการใช้งาน	2	4 8	3 6	4 8
ง่ายต่อการผลิต	2	4 8	2 4	3 6
สรุป		60	56	56

- 1 - ไม่ดี
 2 - ปานกลาง
 3 - ดี
 4 - ดีมาก

จากการวิเคราะห์สรุปได้ว่า ฝาแบบ SCREW CAPS เป็นฝาที่เหมาะสมที่สุด ในการนำมาใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

FOAM

จากการศึกษารูปแบบของฝาปิด สามารถนำมาเลือกพิจารณา คือ ฝาเกลียวฝา FLIP TOP

ความสำคัญ		SCREW CAPS	FLIP TOP
สวยงาม ภูมิราคา	4	4 16	2 8
ป้องกันกลิ่น	3	4 12	3 9
ป้องกันกลิ่น	3	4 12	3 9
ความสะดวกในการใช้งาน	3	2 6	4 12
อายุการใช้งาน	2	4 8	3 6
สรุป		60	48

1 - ไม่มี

2 - ปานกลาง

3 - ค่อนข้าง

4 - มาก

จากตารางการวิเคราะห์สรุปได้ว่า ฝาแบบ SCREW CAPS เป็นฝาที่เหมาะสมที่สุดในการนำมาใช้งาน

2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โอกาสที่จะซื้อผลิตภัณฑ์

ผู้ซื้อสินค้า หมายถึงผู้ที่ตัดสินใจซื้อสินค้า ในกรณี TRUSS นี้สามารถแบ่งออกได้ เป็น 2 พวกตามจุดมุ่งหมายในการซื้อดังนี้

1. DIRECT CONSUMPTION ซื้อเพื่อใช้เอง ผู้บริโภคจะเลือกซื้อในสิ่งที่ตนพอใจ โดยการพิจารณาในหัวข้อต่าง ๆ ในความคิดของแต่ละบุคคล ซึ่งต้องการสิ่งที่คิดว่าดีที่สุดสำหรับตัวเอง

2. GIFT GIVING กลุ่มนี้ต้องการแสดงความมีน้ำใจ ความสนิทสนมกับผู้รับ ภาพพจน์ที่ต้องการให้ GIFT PACK แสดงออกคือ ความทันสมัยแปลกตา และเป็นของที่มีคุณภาพสูง ทั้งยังต้องการความสะดวกสบายประหยัดเวลา จึงเน้นไปที่ความสวยงามของหีบห่อเป็นสำคัญ

กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

การพิจารณาตัวกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายนั้น อาจศึกษาได้จาก 2 ทางคือ

1. DEMOGRAPHIC (ทะเบียนภูมิหลัง) ซึ่งจะช่วยให้เราทราบถึงพื้นฐานทางเศรษฐกิจ และฐานะทางสังคมของลูกค้า

2. PSYCHOGRAPHICS (ทางจิตวิทยา) ช่วยให้ทราบถึงความรู้สึกความเชื่อ การสร้างภาพพจน์ของสินค้า ให้เป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งเป็นส่วนที่ทำให้การออกแบบประสบความสำเร็จ อีกทั้งยังเป็นการเร่งเร้าการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค การศึกษาทางจิตวิทยานี้ เราจะต้องทราบทั้งรสนิยม ความชอบและลักษณะพิเศษของผู้บริโภค ลักษณะพิเศษของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ ประเภทนั่นเองคือ ความทันสมัย มีรสนิยม ลักษณะการพิจารณาการเลือกผู้บริโภคกลุ่มนี้มักไม่คำนึงถึงราคามากนัก จะอยู่ที่คุณภาพ ภาพพจน์ของสินค้าเป็นสำคัญ

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

DEMOGRAPHIC	- เพศชาย 90% หญิง 10%
	อายุ 15 - 30 ปี
	การศึกษา มัธยมต้นขึ้นไป
	รายได้ 1,500 บาทต่อเดือนขึ้นไปต่อคน
	สถานภาพ ทั้งสมรสแล้ว และโสด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

PSYCHOGRAPHIC

1. ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีรสนิยม ทันสมัย
2. ต้องการผลิตภัณฑ์ที่หรูหรา มีราคา
3. ต้องการความสะดวกรวดเร็ว
4. ต้องการสิ่งที่ดี เท่าที่กำลังจะหาซื้อได้

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายของ GIFT GIVING SET

DEMOGRAPHICS

- เพศ ชาย หญิง (ซื้อใช้เองหรือซื้อให้เป็นของฝาก)

อายุ 15-30 ปี

การศึกษา มัธยมศึกษาขึ้นไป

รายได้ 2,000 บาทขึ้นไปต่อเดือน

สถานภาพ หังโสดและแต่งงานแล้ว

PSYCHOGRAPHICS

1. ต้องการแสดงความมั่นใจ
2. ต้องการแสดงรสนิยมทันสมัย
3. ต้องการผลิตภัณฑ์ที่คุ้มค่างบเงินที่ต้องจ่ายไป หรือต้องการสินค้าที่ดูหรูหรามีราคาดีกว่าที่ต้องจ่ายจริง
4. ต้องการความสะดวกรวดเร็ว

สาเหตุของการเรียกร้องให้มีการห่อของขวัญ

1. ไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามเหมาะสมกับสินค้าที่บรรจุ ทำให้พนักงานต้องหากกล่องที่พอจะทดแทนกันได้ และห่อกระดาษห่อของขวัญเพื่อปกปิดกล่องนั้นและเพื่อความงาม
2. มีบรรจุภัณฑ์เต็มอยู่แล้ว แต่บรรจุภัณฑ์นั้นไม่สามารถปกปิดสิ่งที่จะให้ไว้ได้ เช่น มีการเจาะช่องหรือมีรูปภาพแสดงสินค้าภายในชัดเจนเกินไป
3. สินค้ามันอยู่ในบรรจุภัณฑ์หลาย ๆ บรรจุภัณฑ์จึงจัดการห่อรวมเข้าด้วยกันเป็นชิ้นเดียวเพื่อความสะดวกในการขนย้าย
4. ถ้าสินค้าที่มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามอยู่แล้ว แต่ยังไม่แสดงออกถึงการเป็นของขวัญ ผู้ซื้ออาจเรียกร้องให้มีการห่อรับมันเพิ่มเติม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



2.4 เงื่อนไขการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

เนื่องจากผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์สำหรับใช้ในชีวิตประจำวัน การใช้งานจะเกิดขึ้นประมาณอย่างน้อย 1 ครั้งต่อวัน และจากการสำรวจความต้องการในด้านต่าง ๆ ของผู้บริโภค ทำให้ทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ความสะดวกในการหยิบจับ

เนื่องจากการใช้งานเกิดขึ้นบ่อย ดังนั้นผู้บริโภคจึงต้องการความสะดวกในการหยิบจับ โดยการใช้งานต้องไม่เกิดปัญหาต่าง ๆ ดังนี้

- ขนาดที่ใหญ่หรือเล็กเกินไป

- ความลื่นอันเนื่องมาจากผิวของวัสดุ และรูปทรงของภาชนะบรรจุ
- อันตรายที่อาจเกิดขึ้นจากส่วนของภาชนะบรรจุ

2. ความสะดวกในการเปิด-ปิด

เนื่องจากขณะการใช้งานอาจต้องเกิดการเปิด ปิดบ่อยครั้ง ความสะดวกในการเปิด-ปิด จึงเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค โดยต้องไม่เกิดปัญหาต่าง ๆ ดังนี้

- อันตรายอันอาจเกิดจากส่วนของฝา
- ความลื่นมืออันเกิดจากผิว หรือรูปทรงของฝา
- ขนาดที่ไม่เหมาะสม

3. ความจำเป็นในการจัดวางและเก็บรักษา

ความต้องการของผู้บริโภค ทำให้สรุปถึงตำแหน่งการจัดวางของผลิตภัณฑ์โดยมีลักษณะการใช้งาน ซึ่งทั้งหมดอาจจะอยู่ในห้องน้ำหรืออาจอยู่บนโต๊ะเครื่องแป้ง ยกเว้นกรณีของ FOAM สังกัณห์ที่อยู่ในห้องน้ำ ดังนั้นบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมในตำแหน่งดังกล่าว จึงไม่ควรเกิดปัญหาต่าง ดังนี้

- การรั่วซึมของน้ำ จากภายนอกสู่ภายใน
- ฉลากต้องไม่เปื่อยยุ่ยง่าย
- มีความทรูทร่าเมื่ออยู่บนโต๊ะเครื่องแป้ง

4. ความต้องการของผู้บริโภคสำหรับ GIFT GIVING SET

จากพฤติกรรมการซื้อ และการสำรวจความต้องการของผู้บริโภคทำให้ทราบถึง

ความเหมาะสมสำหรับลักษณะบรรจุภัณฑ์ GIFT GIVING SET ว่าผู้บริโภคมีความต้องการบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่สมบูรณ์ไม่ต้องการห่อของขวัญ หลังการซื้อเพราะต้องการความสะดวกสบาย ตั้งโน้มน้าวผู้ซื้อให้จูงใจให้ความรู้สึกที่สวยงาม ingsuk มีความทันสมัย สามารถนำไปมอบให้กับผู้รับได้ทันที แสดงคุณค่าของสินค้าอย่างชัดเจน

สรุปผลการวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภค

เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับใช้ในชีวิตประจำวัน การใช้งานเกิดขึ้นบ่อยครั้งวันละ 1-2 ครั้ง โดยประมาณ จากการสำรวจความต้องการของผู้บริโภค สามารถสรุปความต้องการต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. ความสะดวกในการหยิบจับ
 - ต้องการรูปทรงที่มีขนาดพอดี
 - ต้องการรูปทรงและวัสดุที่ไม่ทำให้ลื่นหลุดมือง่าย
 - ต้องการความปลอดภัยจากอันตรายที่สามารถเกิดขึ้นได้เมื่อใช้บรรจุภัณฑ์
2. ความสะดวกในการเปิด-ปิด
 - ต้องการรูปทรงที่มีขนาดพอดี
 - ต้องการรูปทรง และ วัสดุที่ไม่ลื่นหลุดมือง่าย
 - ต้องการความง่าย ในการ เปิดปิด
 - ป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นขณะการใช้งาน
3. ความจำเป็นในการจัดวางเก็บรักษา
 - วัสดุที่ดู หรูหรา มีราคาเหมาะสมกับโต๊ะเครื่องแป้ง
 - ป้องกันการรั่วซึมของน้ำ จากภายนอกสู่ภายใน
 - ต้องการความคงทนของฉลาก ไม่หลุดลอกง่าย

สรุปผลการวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภคสำหรับ GIFT GIVING SET

1. มีความสวยงามทันสมัย ให้ความรู้สึกน่าเชื่อถือไว้ใจได้และแสดงภาพพจน์ที่ดีของผลิตภัณฑ์
2. ขนาดของกล่องมีความสะดวกในการเคลื่อนยกขนย้าย
3. มีความสะดวกในการเลือกซื้อและจำหน่ายไม่ต้องการห่อซ้ำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่คุ้มค่างับเงินที่จ่ายไป หรือดูหุรหุรามีคุณค่ามากกว่าราคาที่ต้องการค่าไม่วารณิใดๆ ทั้งสิ้น ย้ำจริง มิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อมูลทางการตลาด

ลักษณะการจำหน่ายในตลาดทั่วไป

เครื่องสำอาง เป็นตลาดที่มีการแข่งขันค่อนข้างรุนแรง ตลาดของสินค้าประเภทนี้มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ และในปัจจุบัน เครื่องสำอางผู้ชายกำลังเป็นที่หมายตาของบริษัทต่าง ๆ เนื่องจากผู้ชายในปัจจุบัน เริ่มให้ความสนใจกับตัวเองมากขึ้น ประกอบกับเศรษฐกิจของประเทศดีขึ้น คนมีรายได้เพิ่มขึ้น ดังนั้นทุกบริษัทจึงเร่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสำหรับผู้ชายออกมา เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด และเพื่อผลกำไรอันสูงสุดของบริษัท

เมื่อทุก บริษัทก็ต่างพยายามผลิตสินค้าผู้ชายออกมา ก็ทำให้เกิดการแข่งขันรุนแรงมากขึ้น ทุกบริษัทก็นำเสนอในสิ่งที่ดีและมีคุณภาพ ซึ่งในความเป็นจริงก็มีได้แตกต่างกันมากนัก ดังนั้นจึงต้องพยายามสร้างจุดเด่นของสินค้าขึ้นมา เพื่อให้เป็นที่สนใจและตรงจุดประสงค์ที่ผู้บริโภคต้องการ การช่วงชิงส่วนแบ่งของตลาด เครื่องสำอาง ผู้ชายในปัจจุบันมีหลายยี่ห้อด้วยกัน เช่น AVON NUTRI AMWAY EVGE MICHELLE โดยมี AVON เป็นคู่แข่งตัวสำคัญ

แนวโน้มของตลาด

แนวโน้มของตลาดเครื่องสำอางผู้ชาย จะต้องมีการขยายตัวออกไปตามการขยายตัวของเศรษฐกิจ และพฤติกรรมของผู้ใช้ เนื่องจากในปัจจุบัน ผู้ชายเริ่มหันมาสนใจกับตัวเองมากขึ้น รวมทั้งทุกบริษัทก็ออกสินค้าสำหรับผู้ชายออกมามากขึ้นทำให้ช่วยกระตุ้นพฤติกรรมกาซื้อของผู้บริโภค

ลักษณะการจัดจำหน่ายเพื่อเป็นของขวัญ

การจัดจำหน่ายเพื่อเป็นของขวัญ โดยการนำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มาจัดรวมกันอยู่ในกล่องที่สวยงาม เพื่อให้เป็นของขวัญ ลักษณะการจัดจำหน่ายลักษณะนี้จะขายในราคาที่ไม่แพงกว่าการแยกซื้อทีละผลิตภัณฑ์ เป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งนิยมที่จะใช้สินค้าจำพวกเครื่องสำอางเป็นของขวัญ ของกำนัล การจัดจำหน่ายประเภทนี้อาจแบ่งได้

- การจัดจำหน่ายเพื่อเป็นของขวัญทั่วไป หมายถึงการไม่จำเพาะเจาะจงว่าเป็นเทศกาลไหน ลักษณะนี้จะขายตลอดปี อาจอยู่ในรูปของการแถม เช่น ซื้อผลิตภัณฑ์ SUN OIL แล้วได้กระป๋ายี่ SUN OIL เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ใดเห็นใบนี้โดยไม่ได้รับอนุญาตให้เผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เทศกาลไหน เช่น ปีใหม่ วาเลนไทน์ เป็นต้น ลักษณะของกล่องและกราฟิก
จะชี้ชัดว่า เพื่อเทศกาลนั้น ๆ

ในปัจจุบันทุกบริษัทต่างก็ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในจุดนี้ เช่นเดียวกันจะ
เห็นได้จาก การที่มีการรวมชุดขายอยู่เสมอ โดยเฉพาะในตลาดโตเร็กซ์เซลส์จะเกิดการขายประ
เภทนี้อยู่เสมอ ซึ่งอาจใช้วิธีการตัดราคา คือซื้อ 2 ชั้น ในกล่องสวยหรู หรือในกระเป๋า ซึ่งถือว่าเป็น
เป็นของแถม ในราคาถูกกว่าซื้อที่จะขึ้นเป็นต้น เมื่อบริษัทต่างก็พยายามนำเสนอในสิ่งที่คือผู้บริโภค
ก็เกิดการแข่งขันกันขึ้น ทั้งทางราคา PACKAGE ภายนอกที่พยายามทำออกมาให้ดูหรูหรามีราคา
เหมาะสมแก่การนำไปเป็นของขวัญ

สรุปผลการวิเคราะห์สภาพตลาดและการแข่งขัน

1. เป็นตลาดซึ่งมีการแข่งขันที่กำลังทวีความรุนแรงมากขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากผู้ผลิต
ต่างหวังซึ่งผลกำไรสูงสุด
2. ลักษณะสินค้าต้องอาศัยความเชื่อถือทางด้านคุณภาพค่อนข้างสูง แต่ทุกบริษัทก็
พยายามผลิตสินค้าที่มีคุณภาพออกสู่ตลาด ดังนั้นกลยุทธ์ทางการตลาด รวมทั้ง
ลักษณะบรรจุภัณฑ์จึงมีผลอย่างมากในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
3. ในเรื่องของ BRAND LOYALTY จะมีบ้างในบางกลุ่มแต่ทั่ว ๆ ไปแล้วขึ้นกับความ
สามารถและจำนวนของพนักงานจำหน่ายในเขตต่าง ๆ
4. การเปิดตัวของผลิตภัณฑ์ที่ดี จะเป็นส่วนช่วยส่งเสริมภาพพจน์ได้ดี
5. ทุกบริษัทเสนอสินค้าที่ดี แต่ผู้บริโภคในแง่เดียวกัน คือความหรูหราประกอบด้วย
กลยุทธ์ทางการตลาดของแต่ละบริษัท เข้าช่วยส่งเสริมสินค้า จึงนับได้ว่าหากใคร
ลงมือก่อนและมีแผนการที่รัดกุมกว่าจะได้เปรียบมาก

สรุปสภาพตลาดของ GIFT PALK

1. เป็นตลาดที่มีการแข่งขันสมบูรณ์ คือถ้าหากผู้บริโภคไม่พอใจสินค้า ก็จะสามารถเลือก
สินค้าประเภทอื่น มาทดแทนได้
2. จัดเป็นสินค้าที่มี IMPULSE BUYING สูง
3. ภาพพจน์ที่แสดงออกของสินค้ามีความสำคัญ เนื่องจากเป็นการแสดงถึงรสนิยมฐานะ
และสภาพพจน์ของผู้ให้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับจารึกใช้เฉพาะเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. กลยุทธ์ทางการตลาดจะมีผลอย่างมากกับสินค้าประเภทนี้ โดยจะสร้างความต้องการในการเลือกซื้อให้ตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ของบริษัทเรา

จากผลการวิเคราะห์ทำให้สรุปได้ว่าลักษณะของ GIFT PACK จะต้องมีความสดใส กุสุมกสนาน เพื่อดึงดูดความสนใจ ภูมิคุณค่าและน่าใช้เหมาะเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับผู้ชาย ให้ความสำคัญสวยงามในการซื้อ คือไม่ต้องการการห่อของขวัญซ้ำอีก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คู่แข่งข้อมูลของผลิตภัณฑ์และคู่แข่งAVON- ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

ยักษ์ใหญ่ในตลาดเครื่องสำอางชายตรงที่มียอดขายนำอยู่ในปัจจุบันประมาณ 700 ล้านบาท โดย AVON ใช้รูปแบบการขายตรงแบบ SINGLE LEVEL โดยผู้ขายตรงจะขึ้นโดยตรงกับบริษัท โดยไม่ขึ้นกับหัวหน้ากลุ่ม จุดเด่นของระบบนี้คือ สามารถทำให้บริษัทดูแลผู้ขายตรงที่เรียกว่า จำหน่ายได้อย่างทั่วถึงโดยตรง

ปัจจุบัน AVON มีสินค้าทั้งหมดประมาณ 500 รายการมีเขตการจำหน่ายถึง 113 เขตทั่วประเทศ เขตหนึ่งรับผิดชอบพนักงานจำหน่ายประมาณ 300-400 คน ปัจจุบันมีพนักงานจำหน่ายประมาณ 40,000 คน

ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสำหรับผู้ชายของแบ่งตามประเภทของผลิตภัณฑ์

COLOGNE

กลิ่น SPORT

ลักษณะบรรจุภัณฑ์

เป็นขวดสี่เหลี่ยมมนด้านข้าง รูปทรงทะมัดทะแมง ขวดใส บรรจุของเหลวสีฟ้าใสไว้ภายใน ใช้ฝา สีส้มมีตัวนูนคำว่า SPORT อยู่บริเวณด้านบนที่มนของ ขวดในแนวตั้งฉากกับความกว้างของขวด

ลักษณะกราฟฟิก

กราฟฟิก เป็นตัวหนังสือสีขาวในแนวตั้งฉากกับความ กว้างของขวดด้วยวิธี SCREEN และขีดสีแดง เล็ก ๆ 2 ขีด ที่บริเวณด้านล่างของขวด

ลักษณะทั่วไป

AVON พยายามเจาะกลุ่มที่นิยมเล่นกีฬาเป็นงาน อติแรก ใช้สีที่รุนแรง คือ ฟ้า ส้ม ทำให้ดูกระฉับ

กระแฉง ๒องไว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลิ่น WILD COUNTRY

ขนาด 100 มล. ราคา 150 บาท



ลักษณะของบรรจุภัณฑ์

เป็นขวดทรงสูง มีช่องคอที่แคบลงโดยที่ส่วนฐานจะกว้างออก เป็นขวดกลมมีการเจาะร่องที่กึ่งกลางของส่วนที่กว้างออกและเว้นช่องว่างไว้ตัดกราฟิก เป็นวงกลมที่ตรงกลางของขวด ขวดใสบรรจุของเหลวสีเหลืองของฝา ทรงกระบอกสีน้ำตาล

ลักษณะกราฟิก

เป็นรูปวงกลม 2 ชั้น ภายในเป็นรูปหัววัว และภายนอกมีเขียนตัวหนังสือ AVON และ WILD COUNTRY ด้วยสีน้ำตาล

ลักษณะทั่วไป

เป็นแบบที่มี CONCEPT ที่ว่า "สำหรับชายแกร่ง ผู้รักการผจญภัย" ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก แต่คงแสดงออกถึงความทรูทร่า เป็นผู้ชาย

จุดเด่น

- ผลิตภัณฑ์มีความเป็นชายอย่างเด่นชัด
- มีฐานขวดที่กว้างทำให้ล้มได้ยาก
- ลักษณะกราฟิก คู่สมเหตุผลกับ CONCEPT

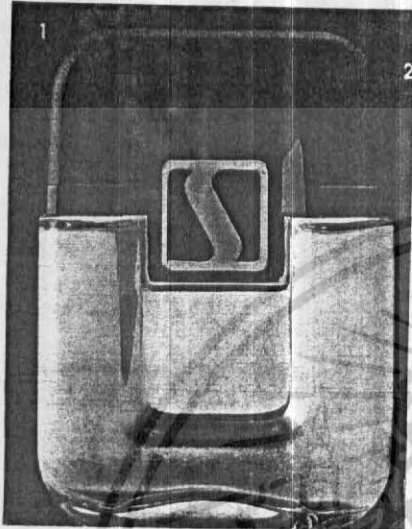
จุดด้วย

- ขวดมีรูปทรงที่ค่อนข้างเขย ไม่สะกดตา
- ลักษณะขวดทรูทร่า และนุ่มนวลเกินกว่า CONCEPT ที่วางไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลิ่น BLACK SUEDE

ขนาด 120 มล. ราคา 375 บาท



ลักษณะของบรรจุภัณฑ์

เป็นขวดทรงสี่เหลี่ยมแบน แบ่งเป็น 2 ชั้น คือ ชั้นนอกจะสูงกว่าชั้นใน เป็นขวดใสบรรจุของเหลวสีเหลืองทองใช้ภายในตัดกับฝาสีดำ ที่เข้ากับลักษณะของขวดมีส่วนที่ยื่นเข้ามาในตัวขวด เพื่อวางกราฟฟิก

ลักษณะกราฟฟิก

เป็นรูปตัว S ในกรอบสี่เหลี่ยมมุมมนตัว S และเม็กรอบเป็นสีเงิน บนพื้นสีดำและตัดขอบอีกชั้นด้วยสีดำ

ลักษณะทั่วไป

"สำหรับชายที่รักความสะอาด เพื่อบุคคลที่ดูดีอย่างมีรสนิยม" คือ CONCEPT ของ BLACK SUEDE ใช้สีน้ำตาลอ่อน เป็นพื้นมีสีเงินและดำ เป็นกราฟฟิก แสดงออกให้เห็นถึงความเรียบง่าย แต่ดูหรูหรา มีราคา

จุดเด่น

- ขวดมีลักษณะที่แปลก น่าสนใจ
- ดูเรียบ และหรูหรา
- มีความกลมกลืนระหว่าง OUT-LINE ของ LOGO และตัวขวด

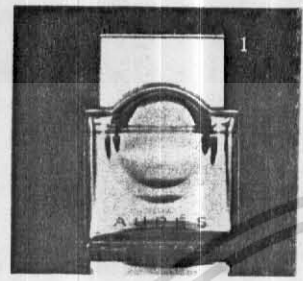
จุดด้อย

- บริเวณส่วนที่ยื่นลงมาอาจแตกหักได้ง่ายในการเปิด-ปิด
- ลักษณะกราฟฟิกดูง่าย เรียบ ไม่น่าตื่นเต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลิ่น AURE'S

ขนาด 115 มล. ราคา 450 บาท



ลักษณะของบรรจุภัณฑ์

เป็นขวดสี่เหลี่ยมแบน แต่มีส่วนบนเป็นวงกลมที่บริเวณส่วนกลางขวดก่อนไปด้านบน ทำส่วน ส่วนของวงกลมเลยขึ้นไปทีบริเวณฝา ซึ่งโค้งเว้าให้รับกับส่วนโค้งที่เลยขึ้นไปพอดี ขวดใสบรรจุของเหลวใสสีเหลืองทอง มีฝาสีทอง

ลักษณะกราฟิก

ตัวหนังสือบน คำว่า AURE'S ที่ส่วนล่างของขวด

ลักษณะทั่วไป

"สำหรับชายผู้ละเอียดละไมกับการใช้ชีวิต" คือ CONCEPT ของ AURE'S ใช้สีทองเป็นสีหลัก ลักษณะกราฟิกและขวด บ่งชี้้อย่างชัดเจนถึงความหรูหรา มีรสนิยม

จุดเด่น

- แสดงออกอย่างเด่นชัดถึงความหรูหรา ฟุ่มเฟือย
- ลักษณะขวดดูเรียบแต่น่าสนใจ

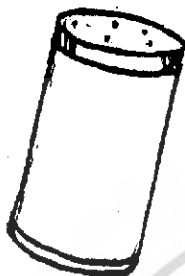
จุดด้อย

- ลักษณะกราฟิก ไม่สอดคล้องกันกับผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น ในกลิ่นเดียวกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แป้ง (TALC)

ขนาดบรรจุ 100 g ราคา 130 บาท



ลักษณะของภาชนะบรรจุ

จะใช้บรรจุภัณฑ์เดียวกับทุกกลิ่น คือ เป็นทรงกระบอก มีฝาเปิด-ปิด แบบหมุนและบังซี ชนิดของกลิ่นโดยฉลากซึ่งจะเปลี่ยนไปตามกลิ่น โดยฉลากเป็นกระดาษ

จุดเด่นของภาชนะบรรจุ

- ครอบป้องกันทรงกระบอกซึ่งหมดปัญหาเรื่องจุดกักของแป้ง
- มีฝาที่เมื่อใช้ไปนาน ๆ จะไม่เกิดการสูญหาย
- ฉลากพิมพ์ OFF SET ซึ่งดูน่าสนใจ

จุดท้อของภาชนะบรรจุ

- ครอบป้องกันลักษณะธรรมดา ไม่น่าสนใจและไม่แตกต่างไปจากคู่แข่งอื่น ๆ
- ลักษณะของฉลากเป็นกระดาษทำให้ไม่ทนต่อน้ำและการฉีกขาด
- ฝาครอบป้องกันไม่มีส่วนปิดทับ อาจทำให้น้ำและไอน้ำเล็ดลอดเข้าไป ใฝ่ง่าย

ลักษณะกราฟิกของแฉ่ง แบ่งตามกลิ่น

WILD COUNTRY

เป็นรูปขนวัว สีน้ำตาล-ขาว รอบกระป๋องและ
มี LOGO ของ WILD COUNTRY อยู่ด้านหน้ากระ
ป๋องเป็นสีค้ำบนพื้นสีเงิน

ลักษณะทั่วไป

มีความสอดคล้องกับ LOGO เป็นอย่างดี ในการ
ใช้ลายเป็นรูปขนวัว เพิ่มความหรูหราด้วยการ
ใช้สีเงิน

จุดเด่น

- มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับ COLOGNE
- แสดงออกถึงความเป็นผู้ชายอย่างเด่นชัด
- ลักษณะกราฟิกทำให้จดจำได้ง่าย

จุดด้อย

- ตัวหนังสืออ่านยากมาก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลิ่น BLACK SUEDE



พื้นสีน้ำตาลอ่อนทั่วทั้งกระป๋อง แก้วเลียนด้วยแถบ
สีคำใหญ่ มีแถบสีเงินเล็ก ๆ อยู่ตรงกลาง เติ
รอบกระป๋องที่บริเวณด้านบนสุด และล่างสุดของ
กระป๋อง LOGO ของกลิ่นแปะอยู่ที่ 1/3 ของกระ
ป๋องก่อนไปด้านบนด้วยตัว สีเงินบนพื้นคำ
และคำว่า BLACK SUEDE ที่ด้านล่างด้วยตัว
ใหญ่ สีคำ

ลักษณะ โดยทั่วไป

มีการแสดงออกของความเป็นชุดชุดเดียวกันกับ
COLOGNE อย่างเด่นชัด ลักษณะทั่วไปยัง
คงต้องการให้หรูหรา มีราคา แต่ค่อนข้างจะ
เรียบง่ายเกินเหตุจนไม่น่าสนใจ

จุดเด่น

- มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันทั้งชุด
- แสดงออกถึงความเป็นผู้ชายได้ตาม CONCEPT

จุดด้อย

- ลักษณะทั่วไปเรียบง่ายจนเกินเหตุ
- ตัว S ที่ LOGO กุ้ง่าย ๆ ไม่น่าสนใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลอน SPORT



พื้นสีส้มตลอดตัวกระป๋อง มีตัวหนังสือคำว่า SPORT
ขนาดใหญ่ในแนวตั้งฉากกับความกว้างของตัวกระ
ป๋อง สีชมพู และตัวขนาดเล็กสีขาวที่ด้านบนของ
ตัวใหญ่ และขีดสีน้ำเงินเล็ก ๆ 2 ขีดที่ด้านล่าง

ลักษณะทั่วไป

ใช้สีส้มเป็นหลัก แสดงถึงความสำเร็จสนุกสนาน
เช่นเดียวกับ COLOGNE ให้เข้ากับ CONCEPT
ของผู้ชายที่เล่นกีฬา มีความกระฉับกระเฉงอยู่
ในตัว

จุดเด่น

- สีที่ใช้คือสีส้ม ทำให้ดูสะดุดตาแตกต่างออกไปจากคู่แข่ง
- มี LOGO ที่ใหญ่ เช่น ได้ชัดเจน

จุดด้อย

- ใช้สีส้มมากเกินไปจนดูไม่มีราคา
- กุสที่ที่ใช้ ส้ม ชมพู ขาว ดูไม่น่าสนใจเท่าที่ควร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลิ่น AURE'S



แถบใหญ่สีเงินอยู่ด้านบนของกระป๋องและมีเส้น
โค้งจากมุมหนึ่งของกระป๋อง ไปอีกมุมหนึ่งในด้าน
ตรงข้าม ภายในเส้นโค้งเป็นสีแดง และภาย
นอกเป็นสีน้ำตาล เส้นโค้งเป็นสีทอง การตัดเส้น
ที่แถบบน รวมทั้งตัว LOGO เป็นสีทอง อยู่ด้านบน
ในแถบสีเงิน

ลักษณะทั่วไป

ใช้สีทองเป็นตัวสืบทอดจาก COLOGNE เพื่อให้
ดูเป็นชุดเดียวกัน เพิ่มความน่าสนใจด้วยสีแดง
และสีน้ำตาล แถบสีเงินแถบใหญ่เพื่อความหรูหรา
มากยิ่งขึ้น ลักษณะทั่วไปยังคงต้องการแสดงออก
ให้เห็นอย่างเด่นชัดถึงความหรูหรา

จุดเด่น

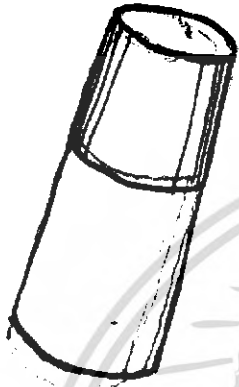
- การใช้สีคู่กลมกลืน และน่าสนใจ
- มีความเป็นผู้ชาย และหรูหราน่าใช้

จุดด้อย

- LOGO สีทองบนสีเงินทำให้อ่านยาก

ROLL-ON

ขนาดบรรจุ 60



ลักษณะของภาชนะบรรจุ

ROLL-ON ทุกกลิ่นของ AVON จะใช้ขวดเหมือนกัน คือเป็นขวดทรงกระบอกสั้น ๆ มีฝาที่ใหญ่และมีการเจาะร่องตลอดฝา มีตัวนูนคำว่า AVON อยู่ด้านบนของฝา หัวลูกกลิ้งเป็นพลาสติกทำให้มีน้ำหนักเบา ลักษณะของกราฟิกจะเปลี่ยนไปตามชนิดของกลิ่น โดยใช้วิธีการ SCREEN

จุดเด่นของภาชนะบรรจุ

- ใช้ SCREEN ทำให้หมดปัญหา เรื่องการเสียหายของฉลาก
- มีการจัดที่ถนัดมือ
- ลูกกลิ้งเป็นพลาสติกทำให้เขาไม่ต้องกังวล เรื่องน้ำหนักส่วนบนมาก ขวดจะสัมผัสง่าย

จุดท้อยของภาชนะบรรจุ

- มีรูปทรงที่ธรรมดา ไม่น่าสนใจ
- ภาชนะบรรจุไม่แตกต่างไปจากคู่แข่ง

ลักษณะกราฟฟิกของ ROLL-ON แบ่งตามกลิ่น

WILD COUNTRY



กราฟฟิกเป็นสีดำบนพื้นขาว สีขาว ฝาสีดำ กราฟฟิกเป็นหัววัว เช่นเดียวกับ COLOGNE และแป้ง

BLACK SUEDE



กราฟฟิกเป็นสีดำบนพื้นสีน้ำตาล LOGO เป็นสีเงินและดำ โดยตัว S และเส้นกรอบเป็นสีเงิน ลักษณะเดียวกับ COLOGNE และแป้งสีดำ

AURE'S



กราฟฟิกสีโทนน้ำตาลตัดขอบสีทอง บนพื้นขาวสีน้ำตาล ฝาสีน้ำตาลเข้ม ลักษณะ LOGO เป็นสีเหลี่ยม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับ
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้าม

การศึกษานี้ ไม่นับว่าไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
กราฟฟิก เส้นโค้งที่กระเบื้อง และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

AFTER SHAVE LOTION

ชื่อ TODAYS MAN

ขนาด 120 มล. ราคา 135 บาท



ลักษณะบรรจุภัณฑ์

เป็นทรงกระบอกกลม สีขาวมีฝาสีน้ำตาลแดง

ลักษณะกราฟิก

แถบสีน้ำตาลแดงด้านบนมีคำว่า AVON ด้วยสีขาว และตัวหนังสือ TODAYS MAN แยกบรรทัดด้วย สีทองและตัวหนังสือ AFTER SHAVE LOTION สีดำ ปริมาตรสีน้ำตาลปิดท้ายด้วยแถบสีน้ำตาลแดง

จุดเด่น

- ลักษณะกราฟิกดูมีพลังและเป็นระเบียบ ให้ความรู้สึกคล้ายยา

จุดด้อย

- ลักษณะขวดไม่น่าสนใจ

- อาจเกิดปัญหาจุดกักของเนื้อ LOTION ได้

- กราฟฟิกดูเฉย ๆ ไม่น่าสนใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นอกจากนี้ AVON ยังมี FOAM ล้างหน้าแต่ไม่บ่งชี้ว่าเป็นของผู้ชาย ส่วนใหญ่จะเฉพาะเจาะจง
ว่าเป็นของผู้หญิงมากกว่า

สรุปลักษณะโดยทั่วไปของ AVON

AVON เป็นบริษัทที่เป็นคู่แข่งที่สำคัญที่สุดในเครื่องสำอางผู้ชาย เนื่องจากมีการแตก
SEGMENT ออกมามากมายตามความต้องการของผู้บริโภค แต่โดยรวม ๆ แล้ว AVON แสดง
ออกถึงความหรูหราเป็นส่วนมาก ไม่ว่าจะเพื่อชายประเภทใด ก็จะทำให้ดูหรูหรา

โดย AVON แบ่งแยก CONCEPT ของแต่ละกลิ่นไว้ดังนี้คือ

- SPORT ผู้ชายที่นิยมการเล่นกีฬา
- AURI'S ผู้ชายที่มรสนิยม มีอารมณ์อันสุทรี
- WILD COUNTRY ผู้ชายลึกลับ ก้าวแกร่ง ทรง
- BLACK SUEDE ผู้ชายที่ใจเย็น สุขุม หนักแน่นและมั่นคง

แม้ว่า AVON จะแยก CONCEPT ออกมาดังกล่าวแต่โดยรวม ๆ แล้ว AVON
ยังคงต้องการแสดงออกถึงความหรูหรามากกว่าที่จะนำเสนอความแปลกใหม่สดใส และสนุกสนาน

ผลิตภัณฑ์ล่าสุดของ AVON ที่ออกมาเพียง 2 กลิ่นคือ WICK COUNTRY และ BLACK
SUEDE

- เจลอาบน้ำ ขนาด 85 ราคา 150 บาท
- บอดี รีเฟรชเชอร์ ขนาด 200 มล. ราคา 220 บาท
- แชมพู ขนาด 150 มล. ราคา 120 บาท

จะเห็นได้ว่า AVON พยายามแตก LINE ของสินค้าสำหรับผู้ชายออกมาอย่าง
มากมายและมีแนวโน้มที่จะออกผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ ๆ ออกมาอีก ดังนั้น MISTINE จึงต้องเร่งออกผลิต
ภัณฑ์ตัวใหม่ออกมา เพื่อช่วงชิงความเป็นหนึ่ง

บทรี - เมติคส์

ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

เป็นธุรกิจขายตรงแบบ MULTI-LEVEL ปัจจุบันบทรี ได้ขยายไลน์ของสินค้าจาก
เครื่องสำอางกลุ่ม สกินแคร์ไปสู่สินค้า คอนซูเมอร์โปรดักต์ อย่างเช่น น้ยาล้างจาน และอาหาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ล่าสุด นูทรี ออกสินค้าใหม่อีกหลายรายการเช่น บราเซียเพื่อสุขภาพ เครื่องสำอาง
กันแดด ชุด U.V โปรเทคชั่น รวมทั้งการออกผลิตภัณฑ์เพื่อตีตลาดสินค้าเครื่องสำอางผู้ชาย อีกด้วย
โดยสิ้นป็นคาดว่า นูทรีจะมียอดขายทำนายไม่ต่ำกว่า 250 ล้านบาท
ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางผู้ชายของ นูทรี ในปัจจุบันมีเนยว COLOGNE ซึ่งใช้ชื่อ BAVARIAN มี
ลักษณะคือ

BAVARIAN

ขนาด 150 มล. ราคา 495 บาท



ลักษณะของภาชนะบรรจุ

เป็นขวดแบน ลักษณะเดียวกับขวดเหล้าแบน
เป็นขวดแก้ว บรรจุของเหลวใสสีเหลืองทอง
ฝาทรงสูง มีส่วนบนเป็นชั้น ๆ สีทอง

ลักษณะของกราฟิก

เป็นกราฟิก รูปผู้ชาย 2 คนลักษณะเป็นควาบอย
นั่งอยู่บนโต๊ะหันหน้าเข้าหากันเป็นลายเส้นสีดำ
และคำว่า BAVARIAN สีเขียวที่ด้านบน

ลักษณะทั่วไป

ใช้แก้วชั้น แสดงถึงความเย็นที่บรรจุภายใน
ลักษณะรวม ๆ แสดงออกถึงความหรูหรา

จุดเด่น

- สื่อถึงความเย็นได้เด่นชัด
- มีการใช้งานที่สะดวก กระชับมือ

จุดด้อย

- จากชื่อ BAVARLAN ลักษณะของ LOGO ทำให้รู้สึกถึงพวกควาบอยซึ่งไม่ค่อยตรงกัน
- ตัวหนังสือสีเขียว บนพื้นสีเหลืองทำให้ไม่เด่นชัดเท่าที่ควร
- รูปแบบยังคงธรรมดาไม่น่าสนใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สวอนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปลักษณะ PACKAGE ของ NUTRI

ลักษณะ PACKAGE คงแสดงออกถึงความหรูหรา นำมาใช้เป็นหลัก เช่นเดียวกับ
บริษัทคู่แข่งอื่น ๆ

AMWAY

ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

AMWAY เริ่มเปิดบริษัทตั้งแต่ ต้นเดือนพฤษภาคม 2530 เริ่มจากผลิตภัณฑ์
ที่นำมาจำหน่ายในปีแรกเพียง 10 รายการและเพิ่มเป็น 200 กว่ารายการในปัจจุบันจากยอดขาย
126 ล้านบาทต่อปี เพิ่มเป็น 700 ล้านบาทต่อปี และมีผู้จำหน่ายอิสระในระบบขายตรงประมาณ
หนึ่งแสนคน ซึ่งถือว่าเป็นตัวเลขที่สูงสุดในปัจจุบัน

AMWAY มิได้ขายที่ขายคือ การรับประกันความพอใจ นั่นหมายถึงว่าผู้บริโภค
ซื้อมาใช้แล้วสามารถคืนได้ถ้าพบว่าสินค้าไม่จริง ไม่ว่าสินค้านั้นจะใช้ไปแล้วมากน้อยเพียงใด
ก็ตาม

ผลิตภัณฑ์หลักของ AMWAY จะประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น
ผงซักฟอก แชมพู สบู่ ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาร่างกาย ผลิตภัณฑ์เพื่อหนุนถนอมความงาม เครื่องประดับ ฯลฯ
และ AMWAY กำลังทำการขยายตลาดออกมามากที่สุดผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางผู้ชาย
ในปัจจุบัน AMWAY ออกผลิตภัณฑ์สำหรับผู้ชายมา 2 กลิ่น คือ TONGA และ IAGOS

COLOGNE

TONGA

ขนาด 118 มล.

ลักษณะของภาชนะบรรจุ

เป็นขวดทรงกระบอก มีฝาที่เล็กกว่าตัวขวดเล็ก
น้อย ตัวขวดใสบรรจุของเหลวใสสีเหลืองทอง
มีฝาเป็นสีทอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกรนำไปใช้



ลักษณะของกราฟฟิค

มีกราฟฟิคเป็นรูปแกะสลักของชนเผ่าในแอฟริกา
ด้วยสีทอง และตัวหนังสือคำว่า AMWAY ด้วยสี
ทองเช่นกัน

ลักษณะโดยทั่วไป

แม้ว่า AMWAY จะนำเสนอ TONGA ในรูปแบบ
ที่แปลกออกไปจากคู่แข่ง แต่ลักษณะของบรรจุภัณฑ์
ยังไม่แปลกตา ไม่น่าสนใจและ AMWAY ยัง
แสดงออกถึงความทู่ทราออกมาให้เห็นเด่นชัด
อีกด้วย

จุดเด่น

- มีกราฟฟิค และชื่อที่น่าสนใจ
- ลักษณะของขวดเป็นทรงกระบอกทำให้ล้ำยาก

จุดด้อย

- บรรจุภัณฑ์มีลักษณะที่ธรรมดา ไม่น่าสนใจ
- ตัวหนังสือสีทองบนพื้นเหลืองทำให้ไม่เด่นชัดเท่าที่ควร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลิ่น TAGOS

ขนาด 100 ราคา 425 บาท



ลักษณะของบรรจุภัณฑ์

เป็นขวดสีเหลี่ยมแบน ลักษณะคล้ายขวดเหล้าแบน
มีฝาสีทองที่เป็นเกลียวตลอดทั้งฝา

ขวดเป็นขวดใสบรรจุของเหลวใสสีเหลืองเข้ม

ลักษณะกราฟิก

กราฟิกเป็นสีทอง คำว่า TAGOS อยู่ส่วนบน
ของขวด และส่วนล่างเป็นชนิดของผลิตภัณฑ์และ
ปริมาณ

ลักษณะโดยทั่วไป

TAGOS พยายามที่แสดงออกถึงความ CLASSIC
ซึ่งทาง AMWAY นำเอาไปเปรียบเทียบกับ ROMAN
แต่ลักษณะ PACKAGE กลับไม่มีความรู้สึกถึง
ROMAN เลย แสดงออกถึงความทรูทรูอย่าง
ชัดเจน

จุดเด่น

- มีความทรูทรู น่าใช้
- มีการใช้งานที่สะดวก

จุดด้อย

- ไม่สื่อถึงความเป็น โรมันดัง CONCEPT
- ลักษณะของขวดไม่แตกต่างไปจากคู่แข่ง
- ขวดแบนทำให้ล้มง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

AFTER SHAVE COLOGNE

กลิ่น IAGOS

ขนาด 100 ml ราคา 400 บาท



ลักษณะของบรรจุภัณฑ์

ลักษณะขวดใช้ขวดเดียวกับ COLOGNE คือขวดเป็นสี่เหลี่ยมแบน ฝาเกลียวสีทองแตกต่างกัน ตรงที่ขวด AFTER SHAVE เป็นขวดผ้า

ลักษณะของกราฟฟิก

ลักษณะกราฟฟิกก็เช่นเดียวกับ COLOGNE คือใช้ตัวหนังสือสีทอง ทำให้ดูแล้วเป็นชุดเดียวกัน

ลักษณะโดยทั่วไป

แสดงออกถึงความหรูหราอย่างเด่นชัด และลักษณะเดียวกันกับ COLOGNE

จุดเด่น

- เช่นแสดงออกถึงความเย็นสบายอย่างชัดเจน
- (ลักษณะเดียวกันกับ COLOGNE)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ขงเคียง

TONGA DEODORANT PRAY

ขนาด 100 ml



ชาวทรงกระบอกสี่เหลี่ยม ผาสีเขียวเข้มมีกราฟิก
ของ TONGA อยู่ด้านหน้าเป็นสีขาว บนพื้นเขียว

จากรูปทรงกระบอกที่ดูตัน ทำให้รู้สึกที่ไม่น่าใช้ และ
ไม่มีราคา

สรุปลักษณะทั่วไปของ AMWAY

AMWAY กำลังขยายตลาดเครื่องสำอางผู้ชาย แต่แนวทางการขยายของ AMWAY
นั้นยังคงจับอยู่ที่ตำแหน่งเดิม คือความหรูหรา คลาสสิก แม้ว่าชุดแรกที่ AMWAY ออกมานั้น (TONGA)
จะมีลักษณะของ PACKAGE ที่ดูธรรมดาไม่น่าสนใจ จนถึงไม่น่าใช้เอาเลย (DEODORANT SPRAY
แต่ IAGOS ก็ทำออกมาได้ดูดีพอสมควร

YVES MICHELLE

ลักษณะทั่วไปของบริษัท

YVES MICHELLE ใช้ระบบการขายตรงแบบ SINGLE LEVEL สินค้าหลักจะเป็น
ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความสวยความงามทั้งทางร่างกาย และ ภายในบ้าน

ปัจจุบัน YVES MICHELLE มีพนักงานจำหน่ายประมาณ 6,000 คน และมีเขต
การจำหน่าย 40 เขตทั่วประเทศ

YVES MICHELLE มีการสร้าง SECMET สินค้าของตนเองให้ชัดเจนมีการ
แบ่งกลุ่มสินค้าเป็นสำหรับวัยรุ่น วัยทำงาน ผู้ใหญ่ โดยในปัจจุบันมีสินค้าทั้งหมด 100 กว่ารายการ

ในปัจจุบันสินค้าเครื่องสำอางผู้ชายของ YVES MICHELLE ในปัจจุบันมีสินค้า
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งไว้ในใบสั่งการเชิงนโยบายเพื่อพิจารณาเท่านั้น เมื่อผู้ซื้อเห็นนำไปใช้ในปัจจุบันมีสินค้า
ไม่ว่าใครจะ... L'HOMME ทั้งสิ้น อีกทั้งยังประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์แต่งตัวของ ROLL-ON และ COLOGNE ซึ่งมีการนำไปใช้

COLOGNE

กลิ่น L'HOMME

12 ราคา 240 บาท

ลักษณะของบรรจุภัณฑ์

ลักษณะขวด COLOGNE ของ YVES MICHELLE นั้นจะใช้ขวดเดียวกันหมดทุกกลิ่น คือขวดมีลักษณะโค้งมนรูปหยดน้ำ เป็นขวดใสบรรจุของเหลวใส สีเหลืองทอง มีฝาทรงสูงสีดำ

ลักษณะของกราฟิก

มีคำว่า YVES MICHELLE ด้วยสีดำอยู่กลางขวด

ลักษณะโดยทั่วไป

YVES MICHELLE ชาย COLOGNE ในราคา ที่ค่อนข้างสูงน่าจะทำขวดแยกประเภทเด่นชัดลักษณะนี้ทำให้คนชายสับสนได้ง่าย และไม่มี GRAPHIC ใด ๆ แสดงให้เห็นว่า COLOGNE ขวดนี้คือ L'HOMME YVESMICHELLE ก็แสดงออกถึงความหรูหรา น่าใช้

จุดเด่น

-

จุดด้อย

- ไม่มีการแยกชื่อกว่ากลิ่นใดเป็นกลิ่นใด
- ไม่มีกราฟิก L'HOMME ปกรากฏอยู่บนขวด
- ลักษณะ PACKAGE เรียบจนรู้สึกธรรมดา
- ลักษณะของขวด ดูไม่เป็นผู้ชาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ROLL-ON

กลิ่น L'HOMME

ขนาด 60 มล. ราคา 130 บาท



ลักษณะของบรรจุภัณฑ์

เป็นขวดทรงกระบอกสูง ฝาหมุนทำให้ดูเพรียวไม่
เทอะทะ

ลักษณะของกราฟฟิค

ใช้สีเขียวสด ทั้งตัวขวดและฝามี LOGO เป็นตัว
LH สีทองอยู่กลางขวดและด้านล่างมีคำว่า L'HOMME
ด้วยสีทองเช่นเดียวกัน

ลักษณะทั่วไป

เป็นบริษัทเดียวที่ใช้สีสดเนื่องจากแตก SEGMENT
เป็นวัยรุ่น จึงใช้สีเขียวเป็นสื่อ แต่ค่อนข้างจะดู
เป็นกลางมากกว่าที่จะเป็นผู้ชาย
ลักษณะรวม ๆ ยังคงเป็นวัยรุ่นที่ค่อนข้างทรูหรา

- จุดเด่น
- เป็นการฉีกออกไปจากคู่แข่งอย่างสิ้นเชิงจากการใช้สี ทำให้ดูน่าสนใจ
 - ลักษณะขวดดูเพรียว ไม่เทอะทะ
 - มีการใช้งานที่สะดวกและถนัดมือ

- จุดด้อย
- สียังไม่ดูเป็นผู้ชายเท่าไรนัก
 - กราฟฟิคดูลอย ๆ ไม่มีจุดสนใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แป้ง (TALC)

กลิ่น L'HOMME

ขนาด 60 ราคา 79 บาท

ขนาด 100 ราคา 139 บาท



ลักษณะของภาชนะบรรจุ

เป็นกระป๋องทรงกระบอก มีฝาแบบหมุนเปิด-ปิด

ลักษณะเดียวกับยี่ห้ออื่น ๆ

ลักษณะของกราฟิก

เป็นพื้นสีเขียวมึลลายเม็ด ๆ เป็นสีคำตลาดกระป๋อง

มี LOGO LH สีทองอยู่กลางกระป๋องคำว่า L'HOMME

อยู่ด้านล่างด้วยสีทองและแถบคาดด้วยสีทองฉลาก

เป็นกระดาษหุ้มตลอด

ลักษณะทั่วไป

มีลักษณะของการวางกราฟิกเหมือน ROLL-ON

ทุกประการ แต่เพิ่มลายจุดสีดำ เข้าไปบนพื้นสีเขียว

จุดเด่น

- สีสรรสดใส คุ้มค่าสนใจ
- กระป๋องทรงกระบอกทำให้หมดปัญหาเรื่องจุดกัก
- มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน กับ ROLL-ON

จุดด้อย

- ฉลากเป็นกระดาษทำให้เกิดการฉีกขาดง่าย ทั้งยังไม่สามารถทนต่อหน้า และไอน้ำได้
- รูปแบบปกติ ไม่แตกต่างไปจากคู่แข่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปลักษณะทั่วไปของ PACKAGE ของ YVES MICHELLE

YVES MICHELLE มีความแตกต่างออกไปจากคู่แข่ง เนื่องจากใช้สีที่สดใสดุจสีรุ้ง และในขณะที่เดียวกันก็ยังคงมีการเพิ่มสีทองให้ดูหรูหราขึ้น แต่เนื่องจากใช้สีเขียว เป็นพื้นทำให้ดูเป็นกลางมากเกินไปที่จะแยกออกเป็นผู้ชาย

การออกแบบคงยี่ห้อหลัก CORPORATE IDENTITYทำให้สามารถแยกชนิดออกได้ง่ายได้ และดูน่าสนใจมากขึ้น

หมายเหตุ

ทั้งนี้ไม่รวม COLOGNE เนื่องจาก YVES MICHELLE ใช้ขวด COLOGNE เหมือนกันในทุกกลิ่นรวมทั้งกราฟฟิค บนขวด



SOCEAR

SOCEAR เป็นบริษัทขายตรงที่ไม่ค่อยมีคนตามมากนัก ไม่เหมือนกับ AVON หรือ AMWAY แต่ SOCEAR ก็ยังคงมีผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสำหรับผู้ชายอยู่เหมือนกัน

COLOGNE

กลิ่น OPIUM

ลักษณะของบรรจุภัณฑ์

ลักษณะขวดเป็นขวดสี่เหลี่ยมแบนคล้ายขวดเหล้า
แบน มีฝาใหญ่สีดำ ขลิบเงินที่ด้านล่างขวดเป็นขวด
ผ้าบรรจุของเหลวใสสีเหลืองทอง

ลักษณะของกราฟฟิก

กราฟฟิกเป็นแถบสี 3 สีตัดกัน ชั้นบนเป็นสีเงินตัว
หนังสือสีดำชั้นกลางเป็นสีดำ มี LOGO สีเงิน
ชั้นล่างเป็นสีแดงตัวหนังสือสีดำ

ลักษณะทั่วไป

ลักษณะรวม ๆ ยังคงต้องการแสดงถึงความหรูหรา
มีราคา แต่เพิ่มความสุขสนานด้วยแถบสีแดงด้าน
ล่าง

- จุดเด่น - มีการใช้สีแดงทำให้ดูสดใส น่าสนใจมากขึ้น
- จุดด้อย - ลักษณะของขวดดูธรรมดา ไม่แตกต่างไปจากคู่แข่งอื่น ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลิ่น GENTIL



ลักษณะของบรรจุภัณฑ์

เหมือน OPIUM

ลักษณะของกราฟฟิก

เป็น STICKER สีทองด้านและ SCREGN

สีทองใส่ลงไป เป็นตัวหนังสือในแนวเอียง

ลักษณะทั่วไป

ยังคงต้องการแสดงออกถึงความหรูหราแต่ลักษณะกราฟฟิกดูธรรมดาจนแทบไม่น่าสนใจ

จุดเด่น

- ขวดผ้าแสดงออกถึงความเย็น

จุดด้อย

- กราฟฟิกดูธรรมดา ไม่น่าสนใจใช้สีทองเป็นหลักใหญ่ จนดูเลี่ยน

สรุปลักษณะ PACKAGE ของ SOLEAR

SOLEAR คงต้องการที่แสดงถึงความหรูหรา เช่นเดียวกับคู่แข่งอื่น ๆ

แต่ลักษณะของ PACKAGE ยังคงดูไม่ดีเท่าที่ควร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

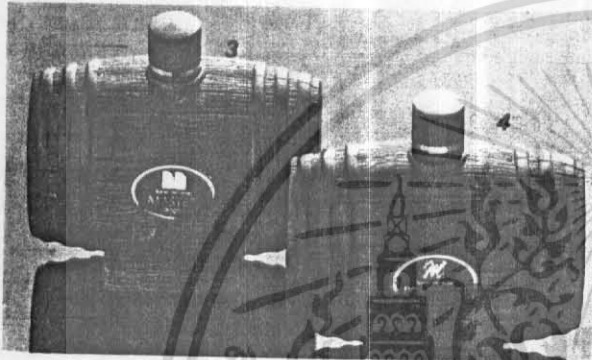
MELANIE

MELANIE เป็นบริษัท ไม่ค่อยบูมเท่าไรนัก สินค้าเครื่องสำอางผู้ชายของ

MELANIE ประกอบไปด้วย

COLOGNE

MASTER

ลักษณะของบรรจุภัณฑ์

ลักษณะเป็นถังเหล้าสีน้ำเงินมีผาด้านบน คาดด้วย
สีเงินที่ส่วนล่างของฝาเป็นขวดทึบ

ลักษณะของกราฟิก

มีคำว่า MASTER และ LOGO อยู่ในวงรี
ที่บริเวณกลางของขวด และ LOGO ทั้งหมด

เป็นสีเงิน

ลักษณะทั่วไป

เป็นขวดที่แปลกที่สุดใน COLOGNE ทั้งหมด
MASTER ก็ยังคงดูหรูหรา เช่นกัน

จุดเด่น - มีความแปลกตาน่าสนใจ

จุดด้อย - ลักษณะของขวดกับฝาดูไม่เข้ากันดี

- มีการใช้งานที่ค่อนข้างยาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แป้ง (TALC)

MASTER



ลักษณะของบรรจุภัณฑ์

เป็นทรงกระบอกเหมือนคู่แข่งอื่น ๆ

ลักษณะกราฟิก

ฉลากเป็นกระดาษสีเทา ด้านล่างเป็นสีดำชั้น
กลางด้วยแถบสีขาวในแนวเอียงมี LOGO MASTER
สีเงินและตัวหนังสือสีขาว

ลักษณะทั่วไป

กราฟิก เหมือนกันกับ COLOGNE แต่ลักษณะ
ของภาชนะบรรจุเป็นคนละทาง

จุดเด่น

- ครอบป้องกันมีปัญหาร่องจุดกัก
- ใช้สีที่แสดงอย่างเด่นชัด ถึงผู้ชาย

จุดด้อย

- ครอบป้องกันแตกต่างไปจากคู่แข่งในปัจจุบัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ROLL-ON

กลิ่น MASTER



ลักษณะของบรรจุภัณฑ์

เป็นทรงกระบอก สีดำ ฝาสีเทา ลักษณะเดียวกับ
กับคู่แข่ง

ลักษณะของกราฟิก

มีกราฟิก MASTER สีขาวบนขวดพื้นสีดำ

ลักษณะทั่วไป

แสดงออกถึงความเป็นผู้ชายจากสี ขาว เทา, ดำ
เหมือนกับแฉ่งทำให้ดูเป็นชุดเดียวกัน ดูสุ่ม เรียบ
มากกว่าที่จะหรุหระ

จุดเด่น

- เป็นเอกลักษณ์เดียวกับกับแฉ่ง
- มักมีการใช้งานที่สะดวก ขวดไม่ลื่นง่าย

จุดด้อย

- สีคูจืดชืด ไม่น่าสนใจ
- รูปแบบยังคงไม่แตกต่างไปจากคู่แข่งอื่น ๆ

สรุปลักษณะ PACKAGE ของ MELANIE

ลักษณะโดยรวม จากการใช้สีทำให้ดูเรียบ ง่าย สุ่ม มากกว่าที่จะหรุหระและ
MENANIE ก็ใช้หลัก CORPORATE IDENTITY ในการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

MISTINE

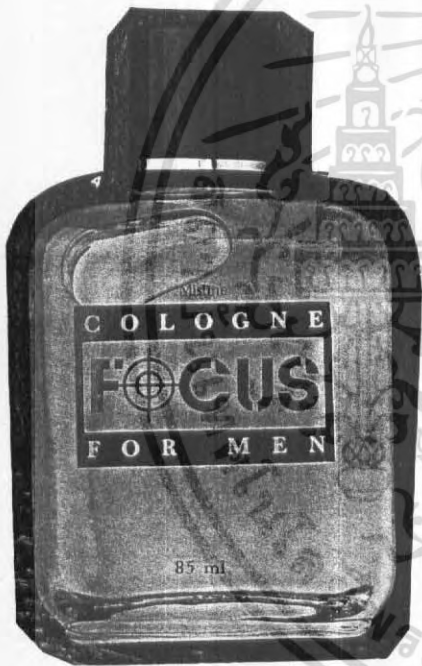
สำหรับ MISTINE แล้วผลิตภัณฑ์สำหรับผู้ชายที่ออกมาช่วงชิงส่วนแบ่งของตลาดที่มีกลุ่มผู้บริโภคเดียวกันกับคู่แข่งนั้น มี 2 กลิ่น คือ FOCUS และ RODEO

COLOGNE

FOCUS

ขนาด 30 มล. ราคา 179 บาท

ขนาด 85 มล. ราคา 350 บาท



ลักษณะของบรรจุภัณฑ์

เป็นขวดสี่เหลี่ยมด้านข้างมน มีฝาเป็นวงกลม ขลิบด้วยสีทองที่ส่วนล่างของฝาขวดใส บรรจุของเหลวใสสีเหลืองทองมีกราฟฟิคที่ด้านหน้าของขวด

ลักษณะกราฟฟิค

คำว่า FOCUS อยู่กลางของกรอบสี่เหลี่ยม ด้านบนเป็นคำว่า COLOGNE และ FOR MEN ที่ด้านล่างกรอบเป็นสี่คำ ตัว FOCUS สีแดง อยู่กลางพื้นที่เจาะว่างไว้

ลักษณะทั่วไป

"กลิ่นหอมอ่อนชวนหลงใหลแฝงไว้ด้วยเสน่ห์อันแสนลึกซึ้งและรสนิยมทรู" คือ คอนเซ็ปของ FOCUS

จุดเด่น - กราฟฟิคดูน่าสนใจและสะดุดตา

จุดด้อย - ลักษณะขวดไม่มีความแปลกใหม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

RODEO

ขนาด 85 มล. ราคา 299 บาท



ลักษณะบรรจุภัณฑ์

เหมือน FOCUS

ลักษณะกราฟิก

ใช้ ความอoyควมม้าเป็นสื่อ คำว่า RODEO ที่ส่วนบนของขวด ด้วยตัวหนังสือที่ดูมันคงมีเส้นบาง ๆ 2 เส้น ที่ด้านบนและล่างความอoyควมม้าอยู่บนใส่สีน้ำตาล

ลักษณะทั่วไป

"กลิ่นหอมอ่อน ๆ เสริมเส้นที่ชายเพื่อความขิดไกลล์ที่มนวล" คือ LONLEPT ของ RODEO ซึ่งยังคงเป็นแนวเดียวกับคู่แข่ง

- จุดเด่น - ความอoyควมม้าบน STICKER ใส่สีน้ำตาลช่วยดึงดูดความสนใจ
- จุดด้อย - ขวดไม่มีลักษณะแปลกใหม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

AFTER SHAVE

ลักษณะของ PACKAGE เหมือน COLOGNE เพียงแต่เปลี่ยนจากคำว่า COLOGNE เป็น AFTER SHAVE ROLL-ON

ลักษณะของบรรจุภัณฑ์

เหมือนกับคู่แข่งทั่วไปคือ เป็นทรงกระบอกกลม ฝาเจาะร่องตลอดฝา เมื่อเปลี่ยนกลิ้ง ก็จะเปลี่ยน ฉลากซึ่งเป็นกระดาษ ไปตามกลิ้งนั้น

FOCUS



ลักษณะกราฟฟิก

เป็นพื้นลายหนังเสือโทนสีน้ำตาลมี LOGO เป็น สีทองอยู่ตรงกลาง แถบคาดสีคำที่ส่วนบนสุดและ ล่างสุด

RODEO



ลักษณะกราฟฟิก

พื้นเป็น 2 ลักษณะมีเส้นสีทองเป็นตัวคั่นพื้นส่วน บนเป็นลายหนังช้าง ส่วนล่างเป็นสีคำมีคำว่า RODEO ที่พื้นบนและรูปคาวบอยขี่ม้าบนพื้นทองอยู่ คาบเดี่ยวระหว่างพื้นบนและล่าง

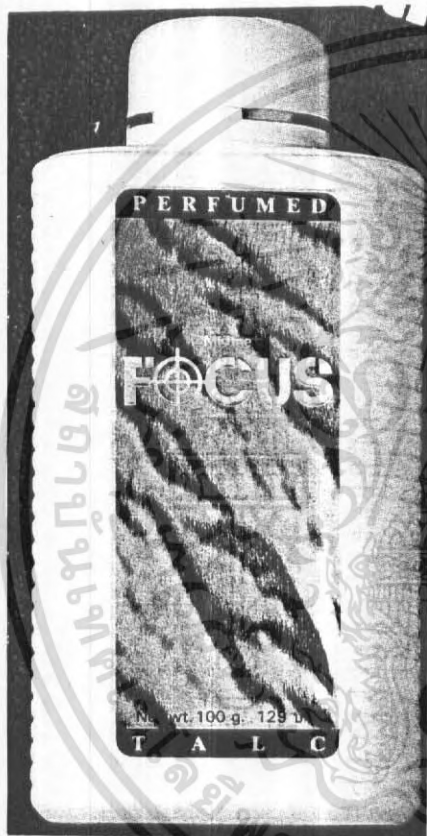
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

TALC

ลักษณะของบรรจุภัณฑ์

มีความแตกต่างจากคู่แข่ง เพราะเป็นทรงแบน มีหยักที่ด้านข้างทั้งสองด้าน มีส่วนเรียบเป็นแนวยาว เพื่อติดกราฟฟิคที่เป็นกระดาษ

FOCUS

ลักษณะกราฟฟิค

มีลักษณะเดียวกับ ROLL-ON

RODEO

ลักษณะกราฟฟิค

มีลักษณะเดียวกับ ROLL-ON

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

FOAM

ลักษณะบรรจุภัณฑ์

เป็นหลอดพลาสติก มีฝากลมหน้าตัด เพื่อการวางที่สะดวก

FOCUS

ลักษณะกราฟิก

เป็นลายหนังสือทั้งหลอด คาคส์คำที่ส่วนบนและล่าง และกราฟิก FOCUS อยู่ในส่วนกลางของหลอด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะการจัดจำหน่าย GIFT GIVING SET

AVON

ประกอบด้วย

COLOGNE

TALC

ROLL-ON

หรือ

FOAM

SOAP

ROLL-ON



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

YVES MICHELLE

ประกอบด้วย COLOGNE
TALC
ROLL-ON



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

MISTINE

ประกอบไปด้วย	TALC
	COLOGNE
	ROLL-ON
หรือ	TALC
	FOAM
	ROLL-ON



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

LOGO

SPORT

AVON

กลิ่น SPORT



กลิ่น BLACK SUEDE

กลิ่น WILD COUNTRY

AURÉ'S

กลิ่น AURE'S

AMWAY

TONGA

กลิ่น TONGA

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อกลิ่น TONGA นั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

IAGOS

IAGOS

BAVARIAN

NUTRI
กลิ่น BAVARIAN

LH
L'HOMME

YEVS MICHELLE
กลิ่น L'HOMME

GENTIL

SOCEAR
กลิ่น GENTIL

OPIUM

กลิ่น OPIUM


MASTER

MELANIE
กลิ่น MASTER

MISIUVE

กลิ่น RODEO

กลิ่น FOCUS

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปผลและวิเคราะห์การแข่งขันในตลาดของผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ

บริษัท	กลิ่น	ลักษณะ
AVON	- SPORT - WILD COUNTRY - BLACK SUEDE - AURE'S	- ทุกระดับกระแวง สดใส - กร้าวแกร่ง เข้มแข็ง - สดชื่น หวานหอม - มีรสนิ่ม หวานหอม
NUTRI	- BAVARIAN	- หวานหอม น่าใช้
AMWAY	- TONGA - IAGOS	- เข้มแข็ง แผลกตา - คลาสสิกและหวานหอม
YVES MICHELLE	- L'HOMME	- สดใส หวานหอม
DPVRST	- OPIUM - TENTIL	- หวานหอมมีราคา - หวานหอมมีราคา
MELANIE	- MASTER	- แผลกตา น่าสนใจ
MISTINE	- RODEO - FOCVS	- หวานหอม น่าใช้ - กร้าวแกร่ง เข้มแข็ง

- จะเห็นได้ว่า AVON มีผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือ AMWAY และ SOCEAR และ MISTINE
- ทุกบริษัทเจาะตลาดที่จุดจุดเดียวกันที่ความหวานหอม ภูมิราคา น่าใช้ซึ่งในจุดนี้ MISTINE ก็มี RODEO และ FOCVS ออกมาตีตลาดแล้ว ดังนั้นจึงควร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์การใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 หมายความว่า... หักห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

DEODORANT ROLL-ON

บริษัท	กลิ่น	ลักษณะ
AVON	- WILD COUNTRY - BLACK SUEDE - AUDE'S	กร้าวแกร่ง, เข้มแข็ง, หรรษา, สุกม มีรสนิยม หรรษา
AMWAY	- TONGA	เข้มแปลก แปลกตา
YVES MICHELLE	- LIHOMME	สดใส หรรษา
MELANIE	- MASTER	เรียบง่าย นุ่มนวล
MISTINE	- RODEO - FOCUS	หรรษา เข้มแข็ง กร้าวแกร่ง เข้มแข็ง

- ทุกบริษัทเน้นที่ความเป็นผู้ชาย และหรรษา ลักษณะเดียวกับ COLOGNE
- ซึ่งในจุดนี้ MISTINE ก็มี RODEO และ ROCUS ไว้รองรับอยู่แล้ว
จึงควรหันไปหาจุดอื่น
- ลักษณะ PACKAGE ของ ROLL-ON นั้น มีลักษณะที่ใกล้เคียงกันในทุกบริษัท
คือเป็นทรงกระบอกธรรมดา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

AFTER SHAVE COLOGNE

บริษัท	กลิ่น	ลักษณะ
AMWAY	- IAGOS	- คลาสสิก หรุทรา
MISTINE	- FOCVS - RODEO	- กร้าวแกร่ง เข้มแข็ง - หรุทรา เข้มแข็ง

- หลายบริษัทในปัจจุบันกำลังขยายแนวรบเครื่องสำอางผู้ชาย AFTER SHAVE COLOGNE กำลังมีแนวโน้ม การแข่งขันที่สูงในอนาคตอันใกล้
- ปัจจุบัน MISTINE เราเล็งเห็นถึงตลาดกลุ่มนี้จึงชิงออก AFTER SHAVE ออกมาก่อน
- แนวโน้ม AFTER SHAVE ที่จะออกมาของบริษัทอื่น ๆ นั้น ก็จะต้องเริ่มออกมาจาก กลิ่น ยี่ห้อเดิมของ COLOGNE
- ดังนั้นจึงไม่แตกต่างไปจาก COLOGNE มากนัก ก็จะเน้นไปที่ความหรุทรา ชูน่าใช้

TALC

บริษัท	กลิ่น	ลักษณะ
AVON	- SPORT - WILD COUNTRY - BLACK SUEDE - AURE'S	- กระฉับกระเฉง สดใส - กร้าวแกร่ง เข้มแข็ง - สุขุม ทรุทธรา - ทรุทธรา น่าใช้
YVES MICHELLE	- L'HOMME	- สดใส ทรุทธรา
MALANIE	- MASTER	- เรียบง่าย นุ่มนวล
MISTINE	- RODEO - FOCVS	- ทรุทธรา เข้มแข็ง - กร้าวแกร่ง เข้มแข็ง

- ทุกบริษัท คงเน้นที่ความเป็นผู้ชายที่ทรุทธรา น่าใช้คู่มือราคา
- PACKAGE ของแถมจะเหมือนกันทุกบริษัทคือเป็นทรงกระบอก
- แต่ MISTINE พัฒนาจากกระป๋องทรงกระบอกไปเป็นกระป๋องเหลี่ยมแบนทำ
ให้ดูแตกต่างออกไปจากคู่แข่งทันได้

VFTER SHAVE LOTION

บริษัท	กลิ่น	ลักษณะ
AVON	TODAYS MAN	เรียบง่าย เข้มแข็ง

- ในปัจจุบันผลิตภัณฑ์ VFTER SHAVE LOTION มีเนื้ว AVON เท่านั้นที่ผลิตออกสู่ตลาด
- แนวโน้มของตลาดในอนาคตคาดว่าทุกบริษัทจะต้องออกผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ออกมาแน่นอน เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ถูกทำให้ความสำคัญมากขึ้นในปัจจุบัน
- ดังนั้น MISTINE จึงออกผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการโกนหนวดเสียก่อน เพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งของตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปและวิเคราะห์แนวทางในการออกแบบ

จากการวิเคราะห์รูปแบบและการแข่งขันของตลาดในปัจจุบัน เห็นได้ว่าทุกบริษัทต่างพุ่งไปที่จุด จุดเดียวกันทั้งหมดคือ ความหรูหรา มีราคา มากกว่าที่จะนำเสนอในด้านความแปลกใหม่

แนวทางการออกแบบ

1. ออกแบบให้มีความแปลกใหม่ ทันสมัยต่างออกไปจากคู่แข่ง
2. เน้นที่ความสนุกสนาน แต่ควมมีราคา มากกว่าความหรูหรา
3. ออกแบบให้บรรจุกัดที่สามารถคุ้มครองเนื้อผลิตภัณฑ์ได้ และสอดคล้องกับการใช้ของผลิตภัณฑ์
4. ใช้สีสีที่หน้าสนใจ สะดุดตา
5. แต่ยังคงให้ความรู้สึกที่เป็นผู้ชาย
6. มีความเป็น CORPORATE IDENTITY

สรุปผลการวิเคราะห์แนวทางในการออกแบบ

1. เป็น GIFT DACK ที่บรรจุผลิตภัณฑ์ TRVSS ซึ่งประกอบไปด้วย
 - COLOGNE ขนาด 30 มล.
 - ROLL-ON ขนาด 30 มล.
 - TALC ขนาด 30 g
2. มีความสวยงามทันสมัย สนุกสนาน อันจะเป็นการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค
3. มีความสะดวกในการเลือกซื้อและจำหน่าย ไม่ต้องการการทอซ้ำเพราะเป็นการสิ้นเปลืองโดยใช้เหตุและเสียเวลา
4. มีคีย์คือ CORPORATE IDENTITY ของสินค้าเพื่อเสริมสร้างความจดจำของผู้บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



2.6 ข้อมูลเกี่ยวกับกราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การพิมพ์ที่ฉีควางพลาสติก

หลังจากที่ตัวภาชนะบรรจุเรียบร้อยแล้ว ก็ต้องมีการตกแต่ง โดยการพิมพ์ลาย หรือ ตัวหนังสือบนพลาสติก ซึ่งมีวิธีทำหลายวิธี เช่น FLEXOGRAPHIC สำหรับแผ่นพิมพ์ วิธี OFF-SET สำหรับกล่องกระดาษ โทษะและ SILK SCREEN สำหรับภาชนะบรรจุชนิดแข็ง เป็นต้น ซึ่งจะต้องเลือกใช้ให้เหมาะสมกับภาชนะบรรจุ

การพิมพ์ลงบนภาชนะบรรจุนั้น บางครั้งต้องมีการเตรียมพื้นผิวของภาชนะบรรจุเสียก่อน เนื่องจากการพิมพ์นั้นพื้นผิวที่จะพิมพ์จะต้องสะอาดและเรียบร้อยที่สุด เพื่อให้สีติดได้ คี ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้เตรียมโดย ไฟฟ้าหรือใช้เปลวไฟเพื่อให้ผิวทศสิทิมกัได้ดีขึ้น ซึ่งพลาสติกประเภทนี้ได้แก่ POLYETHYLENE POLYPROPYLENE และ POLYOXY ME THYLENE แต่ถ้าเป็นพวก THERMOPLASTIC และ THERMO SETTING ส่วนใหญ่สามารถพิมพ์ได้โดยไม่ต้องเตรียมพื้นผิวซึ่งกรรมวิธีที่นิยมกันมากที่สุดคือ SILK SCREEN

นอกจากนี้ยังมีข้อแม้อื่น ๆ เช่น ถ้าต้องการสีทองที่สศไสควรรใช้วิธี HOT STAMPING เป็นต้น

ข้อมูลเกี่ยวกับการแสดงกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

ความจำเป็นในการแสดงกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

1. เพื่อแสดงยี่ห้อของผลิตภัณฑ์และชื่อของผลิตภัณฑ์
2. เพื่อแสดงประเภทของผลิตภัณฑ์ สรรพคุณวิธีใช้ปริมาณสุทธิ ผู้ผลิตและราคา
3. เพื่อความแตกต่างหรือความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง
4. เพื่อสร้างความทรงจำที่ดีแก่ผู้บริโภค
5. เพื่อความสวยงาม และสมบูรณ์ของตัวบรรจุภัณฑ์
6. เพื่อเป็นสื่อโฆษณาประเภทหนึ่ง

วิธีแสดงกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

- การปิดฉลาก
 - ฟิล์มหกรักรูป (SHRINK LABEL)
 - SILK SCREEN
1. การปิดฉลาก แบ่งเป็น
 - กระดาษ
 - STICKER

นิยมใช้กับผลิตภัณฑ์หลายประเภท สามารถเลือกระบบการพิมพ์ให้หลายแบบตามความเหมาะสม ปัญหาคือ เมื่อเก็บไว้นาน ๆ จะเก่าง่ายและมีโอกาสเปื่อยยุ่ยหลุดออก และขึ้นราเมื่อโดนน้ำ ฉลากให้ภาพพจน์ที่ดี และเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์เกือบทุกชนิด

2. ฟิล์มหกรักรูป (LHRING LABEL)

มีความสวยงามและเนื่องจากฉลากกระดาษจะมีปัญหาต่าง ๆ เช่น ฉลากเก่าง่าย โดยน้ำจะเปื่อยยุ่ย เป็นต้น SHRINK LABEL สามารถพิมพ์ได้หลายระบบเช่นกัน การพิมพ์จะพิมพ์จากด้านในจึงสามารถป้องกันการขูดขีด และการขีดที่เกิดจากแสงแดด นอกจากนี้ SHRINK LABEL ยังไม่มีผลกับความชื้นและน้ำด้วย

3. SILK SCREEN

เป็นที่นิยมแพร่หลาย มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ในประเภทต่าง ๆ ที่ลักษณะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อนาฬิกา มีสีไม่มากหรือไม่ใช้ภาพจริง ต้นทุนในการผลิตต่ำ สามารถพิมพ์กับวัสดุทุกชนิด โดยเลือกใช้หมึกพิมพ์ที่มีความเหมาะสม

ระบบการพิมพ์

1. เลตเตอร์เพรส

เป็นการพิมพ์ที่สัมผัสกับกระดาษหรือสัมผัสกับกระดาษหรือวัสดุที่ใช้พิมพ์โดยตรง การถ่ายทอตหมึกจากแม่พิมพ์ลงบนกระดาษ เกิดขึ้นได้โดยการใช้แรงกดให้สัมผัสกัน

สำหรับราคาคิดเป็นตารางนิ้ว นิ้วละประมาณ 4-5 บาท สิ่งพิมพ์ที่ควรพิมพ์ด้วยระบบเลตเตอร์เพรสควรมีลักษณะดังนี้

1. จำนวนพิมพ์ไม่เกิน 2,000 - 3,000 ชุด
2. ไม่ต้องการคุณภาพสูงมาก หรือไม่ต้องการรายละเอียดมาก
3. มีภาพประกอบที่ต้องใช้แม่พิมพ์ที่เป็นบล็อกไม่มาก
4. ไม่เป็นงานพิมพ์หลายสี
5. ต้องมีเวลาพอสมควร เพราะต้องใช้เวลาในการเรียงพิมพ์
6. มีงบประมาณในการพิมพ์จำกัด

ข้อดีของเลตเตอร์เพรส คือ สามารถใช้เครื่องพิมพ์ทำหน้าที่หักสับแผ่น บันทึกลงได้ซึ่งเครื่องพิมพ์ระบบอื่นทำไม่ได้

ตัวอย่างสิ่งพิมพ์ เช่น การ์ด แผ่นฟิล์ม โบสถ์รับเงิน เป็นต้น

2. ออฟเซต

ออฟเซตเป็นระบบการพิมพ์ที่ใช้กันมากที่สุดทั่วโลกในปัจจุบัน เพราะให้งานพิมพ์ที่สวยงาม มีความคล่องตัวในการทำอาร์ตเวิร์ค และการออกแบบมากกว่าและไม่ว่าจะออกแบบอย่างไร การพิมพ์ก็ไม่ยุ่งยากจนเกินไป ประกอบกับความก้าวหน้าในการทำฟิล์มในระบบออฟเซตมีความสวยงามและสะดวกยิ่งขึ้น ยิ่งพิมพ์จำนวนมากค่าพิมพ์ต่อหน่วยก็จะยิ่งถูกลง เพราะมีค่าใช้จ่ายประเภทอาร์ตเวิร์ค ฟิล์มและแม่พิมพ์เพิ่มขึ้น

สิ่งพิมพ์ที่จะพิมพ์ด้วยระบบออฟเซตควรมีลักษณะดังนี้

1. มีจำนวนพิมพ์ตั้งแต่ 3,000 ชุดขึ้นไป
2. มีภาพประกอบมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ต้องการความรวดเร็วในการจัดพิมพ์ เพราะสามารถเร่งขั้นตอนในการเรียงพิมพ์
4. ต้องการความปรารถ สวยงาม
5. เป็นการพิมพ์หลายสี หรือภาพสีที่ต้องการความสวยงาม
6. มีงาน อาร์ตเวิร์คที่มีความยุ่งยากสลับซับซ้อนมาก
7. มีงบประมาณในการจัดพิมพ์เพียงพอ
8. สามารถพิมพ์บนกระดาษได้เกือบทุกชนิด

ตัวอย่างของสิ่งพิมพ์ที่พิมพ์ระบบออฟเซตในปัจจุบัน

- หนังสือพิมพ์
- วารสาร นิตยสาร
- โปสเตอร์
- งานโฆษณา
- งานหนังสือยก
- บรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ ที่พิมพ์บนกระดาษและแผ่นโลหะที่ต้องการความปรารถ สวยงาม

3. กราฟเวียร์

เป็นระบบการพิมพ์แบบแม่พิมพ์ พันธุ์ระบบหนึ่งที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน แต่เนื่องจากแม่พิมพ์มีราคาแพง จึงไม่ค่อยเห็นว่ามีคนนำมาใช้พิมพ์งานทั่วไป แต่กราฟเวียร์สามารถพิมพ์งานที่มีความละเอียดมากได้ดี นอกจากนั้นยังสามารถใช้พิมพ์บนพลาสติกและฟอยด์ได้ดีเพราะใช้หมึกพิมพ์ที่สามารถจับบนพื้นผิว พลาสติก และฟอยด์ได้ดี

ระบบกราฟเวียร์เหมาะสำหรับสำหรับสิ่งพิมพ์ลักษณะดังนี้

1. มีจำนวนพิมพ์มากกว่า 50,000 ชุด
2. ต้องการพิมพ์บนกระดาษ พลาสติก หรือฟอยด์
3. ต้องการความละเอียดของภาพมาก
4. ต้องการงานที่มีคุณภาพ

สิ่งพิมพ์ที่ใช้ระบบกราฟเวียร์ในปัจจุบัน

- หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสารที่มียอดจำหน่ายสูงกว่า 1,000,000 ฉบับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- บรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น ขอบสินค้า ของบุหรี กระดาษหรือพลาสติก บ่อห่อหุ้ม กระดาษหรือสินค้าที่ต้องการคุณภาพสูง
- พรหมปูพื้น วอลล์เปเปอร์ แสตมป์ วัสดุสิ่งทอต่าง ๆ

ในประเทศไทยการพิมพ์ระบบกราเวียร์ยังไม่มีความสะดวก ปรารถนาในการพิมพ์สู้กับต่างประเทศได้แต่ก็สามารถใช้ในการพิมพ์ งานพิมพ์บรรจุภัณฑ์ เช่น ถุงพลาสติกทั่วไปได้เป็นอย่างดี

4. ซิลค์สกรีน

ซิลค์สกรีนแต่เดิมเคยมีปัญหาเรื่องหมึกแห้งช้า แต่ในปัจจุบันมีหมึกพิมพ์ที่แห้งตัวด้วยไวสู่อุลตราไวโอเล็ต (UV) เมื่อพิมพ์แล้วนำไปผ่านรังสีก็จะแห้งทันที

ระบบการพิมพ์ซิลค์สกรีน สามารถดัดแปลงรูปแบบของแม่พิมพ์สกรีนให้สามารถพิมพ์ลงบนวัสดุการพิมพ์ ได้ทุกชนิด โดยการเลือกใช้หมึกพิมพ์ที่ดีเหมาะสมกับวัสดุที่ใช้พิมพ์ เช่น พิมพ์ลงบนพลาสติก ผ้า ไม้ แก้ว กระดาษ เกือบไม่มีข้อจำกัดในระบบนี้ เพราะได้มีการแก้ไขปัญหาดังกล่าวไปแล้ว นอกจากการพิมพ์จำนวนมาก ๆ เท่านั้นเพราะความเร็วยังสู้ระบบอื่นไม่ได้

สิ่งพิมพ์ที่ใช้ระบบซิลค์สกรีน

- โปสเตอร์โฆษณาขนาดใหญ่ที่มีการพิมพ์ไม่มาก
- พิมพ์ลงวอลลายชวคแก้ว ชวคพลาสติก กระเบื้องเคลือบและวัสดุต่าง ๆ เกือบทุกชนิด
- พิมพ์ผ้า เสื้อ และสิ่งทอต่าง ๆ ได้
- แผงวงจรอิเล็กทรอนิกส์
- สิ่งพิมพ์ประเภทที่ต้องการพิมพ์จำนวนน้อย แต่ต้องการความสวยงาม เช่น เมนูอาหาร บัตรอวยพร นามบัตร

จึงกล่าวได้ว่าระบบพิมพ์ซิลค์สกรีน มีความคล่องตัวในการพิมพ์มากกว่าระบบการพิมพ์อื่น ๆ ทั้งสิ้น

	LETTERPRESS	OFF SET	GRAVURE	SILK SCREEN
จำนวนการพิมพ์	1	2	3	3
ต้นทุนการผลิตต่ำ	2	1	1	3
ความสวยงามคมชัด	2	3	3	2
จำนวนสีในการพิมพ์มาก	2	3	3	2
การผลิตง่าย	2	1	1	3
ความสามารถในการแห้งของหมึก	1	3	3	1
ความสามารถในการพิมพ์บนผิวงาน	1	1	1	2

จากตารางจะเห็นได้ว่าวิธีที่เหมาะสมที่สุดกับภาชนะบรรจุได้แก่ SILK SCREEN



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อกำหนดทางกฎหมาย

จากคำจำกัดความของสำนักคณะกรรมการอาหารและยา

"เครื่องสำอาง" หมายถึงวัตถุที่ใช้กับส่วนใดส่วนหนึ่งของร่างกายมนุษย์ด้วยวิธี

ใด ๆ เพื่อให้เกิดความสะอาดหรือความสวยงาม

เครื่องสำอางตามกฎหมายแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทคือ

1. เครื่องสำอางชั้นทะเบียน
2. เครื่องสำอางไม่ชั้นทะเบียน

- เครื่องสำอางชั้นทะเบียน

หมายความว่า เครื่องสำอางที่มีสารควบคุมต้องขออนุญาตชั้นทะเบียนคำรับ เพื่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุขขออนุญาตแล้วจึงจะผลิตหรือนำเข้ามาจำหน่ายได้ ตัวอย่างเช่น น้ำยาคัดผม น้ำยาย้อมผม ครีมนวดผม แชมพูยัดรังแค ยาสีฟันผสม ฟลูออไรด์ ครีมทาผิว เป็นต้น

- เครื่องสำอางไม่ชั้นทะเบียน

หมายความว่า เครื่องสำอางที่ผลิตหรือนำเข้ามาจำหน่ายได้เลย โดยไม่ต้องขออนุญาตจากคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข แต่ต้องปฏิบัติตามกฎหมายเครื่องสำอาง

ทั้งเครื่องสำอางชั้นทะเบียนและเครื่องสำอางไม่ชั้นทะเบียนมีส่วนที่ต้องปฏิบัติเหมือนกันคือ ฉลาก ซึ่งผู้ผลิตสามารถตรวจสอบด้วยตนเองได้

ฉลากเครื่องสำอางต้องใช้ข้อความภาษาไทย อ่านได้ชัดเจนยกเว้นส่วนผสมของเครื่องสำอางอาจใช้ภาษาอังกฤษก็ได้ ภาษาอังกฤษถ้าไม่อาจแปลเป็นภาษาไทยได้ให้เขียนภาษาไทยทับศัพท์ภาษาอังกฤษอย่างหนึ่งอย่างใดก็ได้ และอย่างน้อยต้องมีข้อความต่อไปนี้

1. ชื่อ เครื่องหมายการค้า และประเภทหรือชนิดของเครื่องสำอาง

2. ส่วนผสมของเครื่องสำอางโดยระบุเป็นชื่อสามัญ (GENERIC NAME) ชื่อทาง

เคมี (CHEMICAL NAME) หรือชื่อกลุ่มสาร (CLASS NAME)

เครื่องสำอางตาม (2) ที่มีส่วนผสมของวัตถุที่ใช้ป้องกันแสงแดด วัตถุที่ใช้กันแดด

จำพวกแอนติออกซิแดนต์ วัตถุที่ใช้ระงับเชื้อ หรือวัตถุที่ใช้กันเสีย จะต้องมีข้อความว่า "มีส่วนผสม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของวัตถุที่ใช้ป้องกันแสงแดด วัตถุที่ใช้แก้ไข้แพ้จำพวกแอนติฮิสตามีนส์ วัตถุที่ใช้ระงับเชื้อหรือ
วัตถุที่ใช้กันเสีย" แล้วแต่กรณีด้วย

3. ชื่อผู้ผลิต สถานที่ผลิต ประเทศที่ผลิต ครั้งที่ผลิต วัน เดือน ปีที่ผลิต
ในกรณีที่เป็นเครื่องสำอางที่นำเข้าต้องระบุชื่อผู้นำเข้าและสถานที่นำเข้าในประเทศอีกด้วย

4. วิธีใช้เครื่องสำอาง

5. ปริมาณสุทธิขั้นต่ำ

ฉลากของเครื่องสำอางตามที่มีกรดบอริก (BORIC ACID) เป็นส่วนผสมต้องมีข้อความเป็นคำเตือนว่า

1. ห้ามใช้กับเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 3 ปี

2. ระงับยาก็ให้เข้าจมูกและปาก เพราะอาจเป็นอันตรายได้ เว้นแต่เครื่อง
สำอางชนิดที่ใช้อ้อมบ้านปาก ไม่ต้องมีคำเตือน

ฉลากของเครื่องสำอางต้องปิด ทึบ หรือแสดงไว้ในที่เปิดเผยมองเห็นได้ชัดเจนที่ภาชนะบรรจุและ/หรือหีบห่อของภาชนะบรรจุเครื่องสำอาง

ฉลากของเครื่องสำอางต้องใช้สีของพื้นฉลากและสีของข้อความในฉลากที่ตัดกันซึ่งทำให้ข้อความที่ระบุอ่านได้ชัดเจน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็น เพศ - ชาย,หญิง (ซึ่งใช้เองหรือซื้อเป็นของขวัญ)

อายุ - 15-30 ปี

การศึกษา - มัธยมต้นขึ้นไป

สถานภาพ - โสดหรือแต่งงานแล้ว

รูปแสดงลักษณะกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบ LOGO เบื้องต้น

TRUSS ซึ่งประกอบด้วย

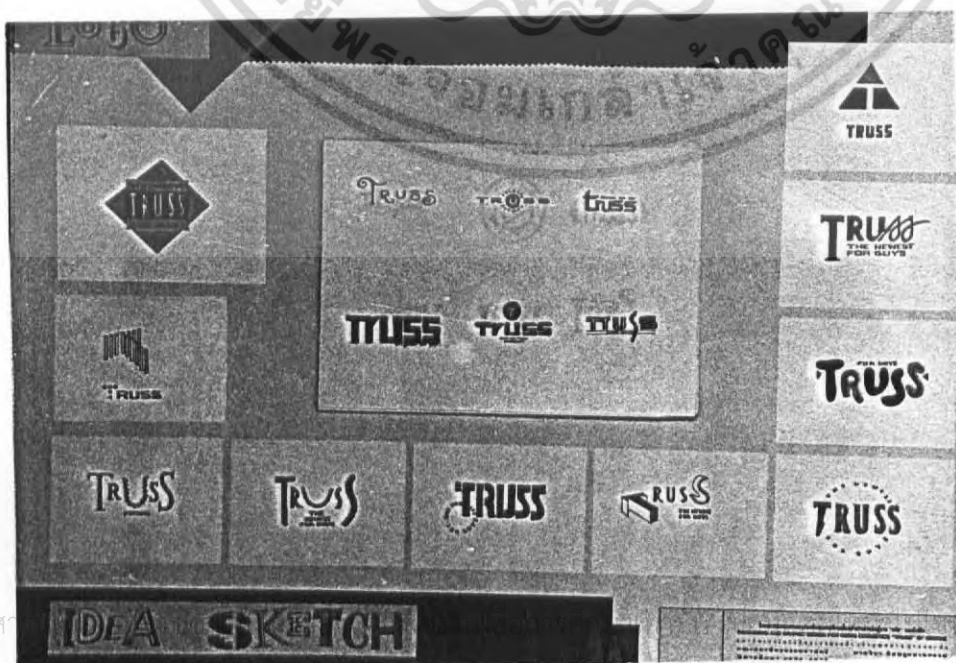
- COLOGNE
- AFTER SHAVE COLOGNE
- AFTER SHAVE LOTION
- DEODORANT ROLL-ON
- TALC
- CLEANSING FOAM

โดยมีแนวทางในการ SKETCH คือ

1. ให้ดูมีความเป็นผู้ชาย
2. ให้ดูวัยรุ่น ทันสมัย สดใสและหรูหราเล็กน้อยเพื่อให้เหมาะกับผู้บริหารโลก
3. มีจุดสนใจเพื่อการจดจำที่ดีและเพื่อการดึงดูดความสนใจ

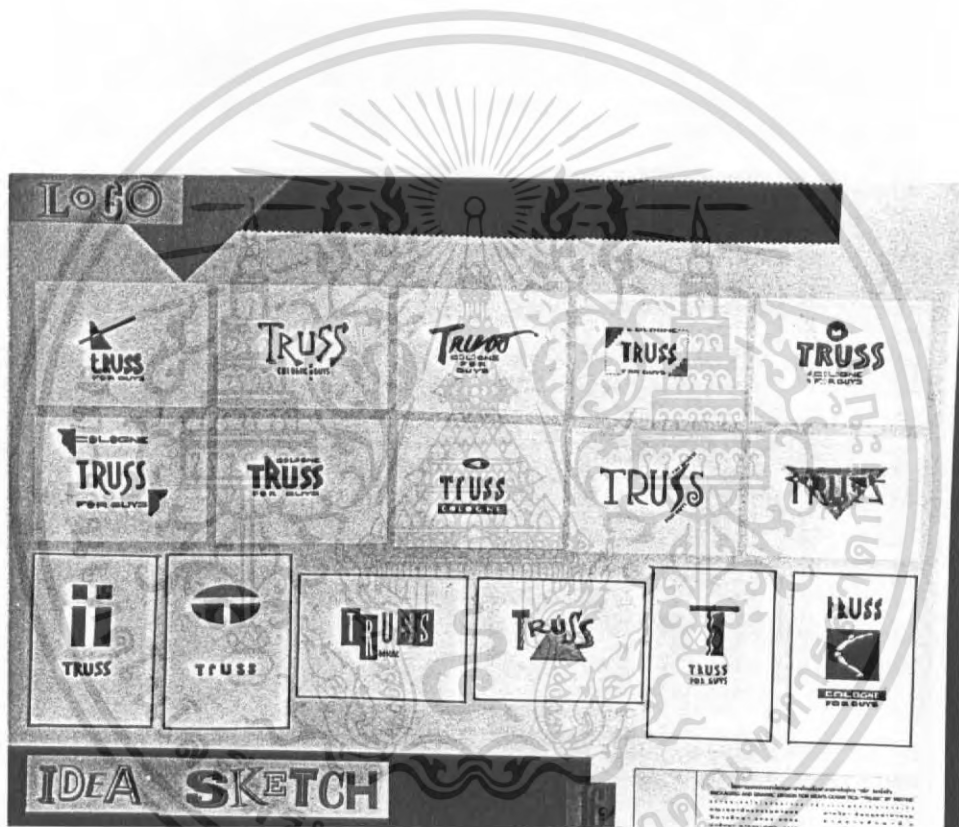
ขั้นแรกได้ทำการ SKETCH LOGO ในลักษณะต่าง ๆ โดยการสำรวจพฤติกรรมของวัยรุ่น เช่น

- ภาพยนต์
- ดนตรี
- แฟชั่น
- กีฬา (ความเข้มแข็ง)

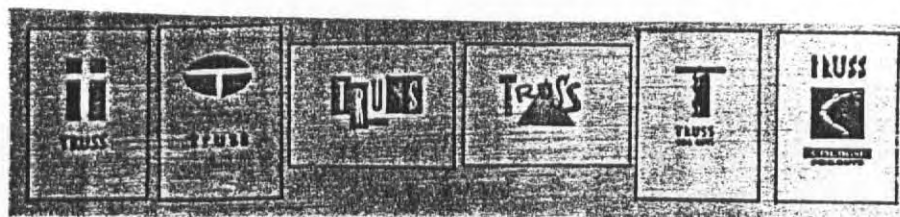


เอกสาร IDEA SKETCH ระเบียบด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น ออกกฎหมายแพ่งและอาญา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
รูปแสดงการ SKETCH บางส่วนของ LOGO

จิวกันนั้นนำแบบ SKETCH ไปสำรวจกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ทำให้สามารถเลือกออกมาได้ 6 แบบด้วยกัน



รูปแสดงแบบที่ได้รับการคัดเลือก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากนั้นก็ SKETCH ขวดโดย SKETCH ให้เป็น CORPORATE กันทีเดียวเป็นชุดซึ่งประกอบไปด้วย

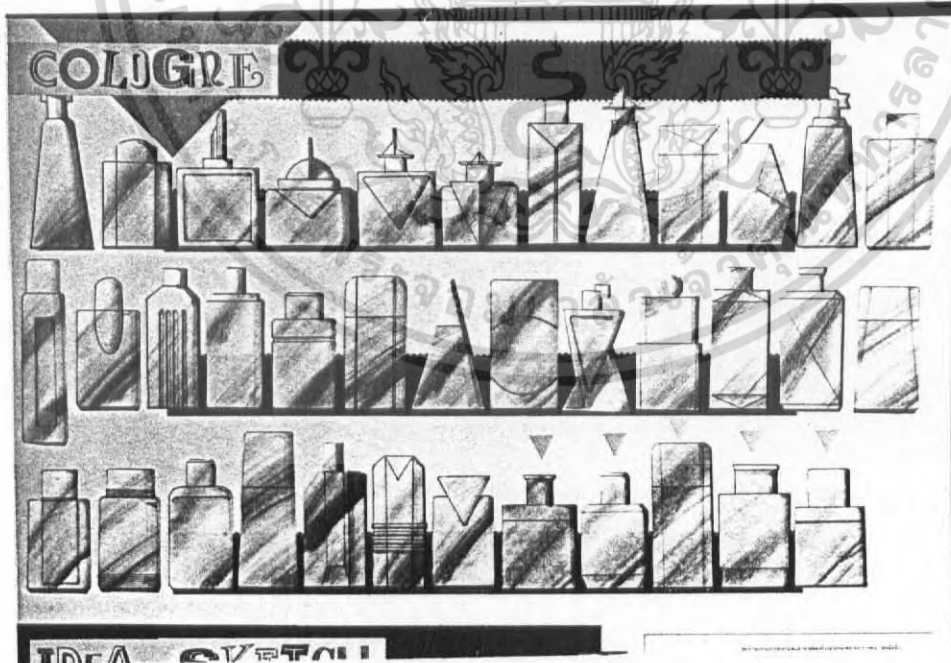
- COLOGNE และ AFTER SHAVE COLOGNE (ใช้ขวดเดียวกันเพื่อ SAFE COST)
- DEODORANT ROLL-ON
- AFTER SHAVE LOTION
- TALC
- CLEANSING FOAM

โดยมีแนวทางในการออกแบบคือ

1. แสดงถึงความเป็นผู้ชาย และหรูหราทันสมัย
2. ตอบสนองความต้องการของแต่ละผลิตภัณฑ์
3. ผลิตง่าย

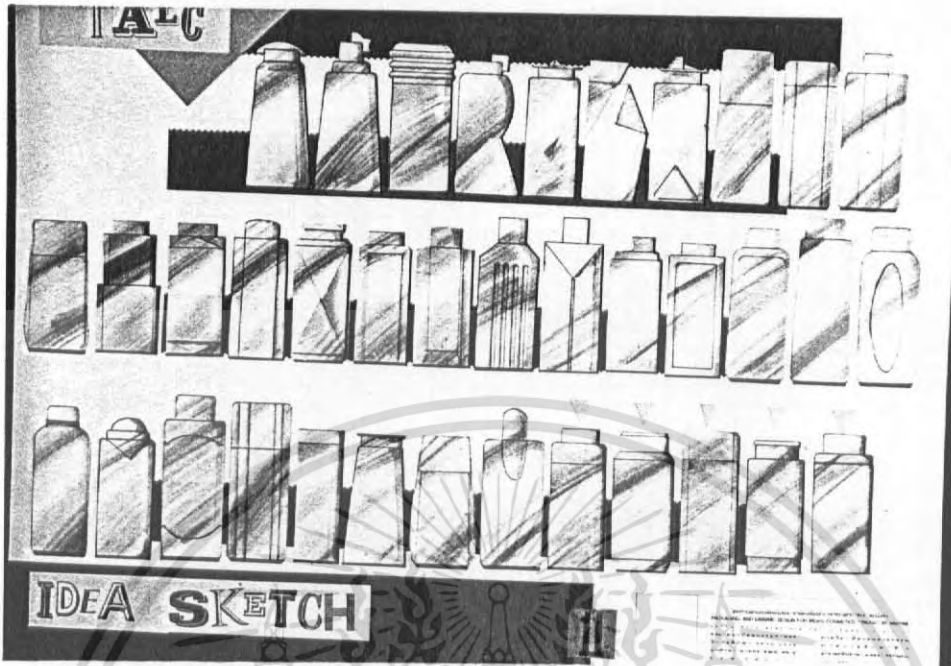
โดยการ SKETCH มีดังต่อไปนี้

COLOGNE



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

TALC

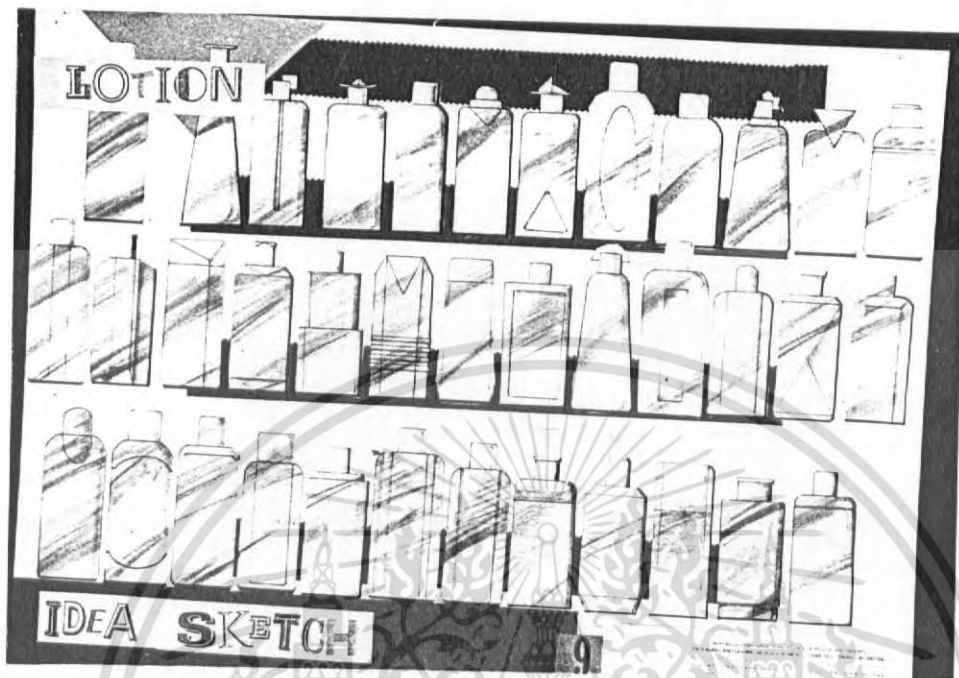


CLEANSING FOAM

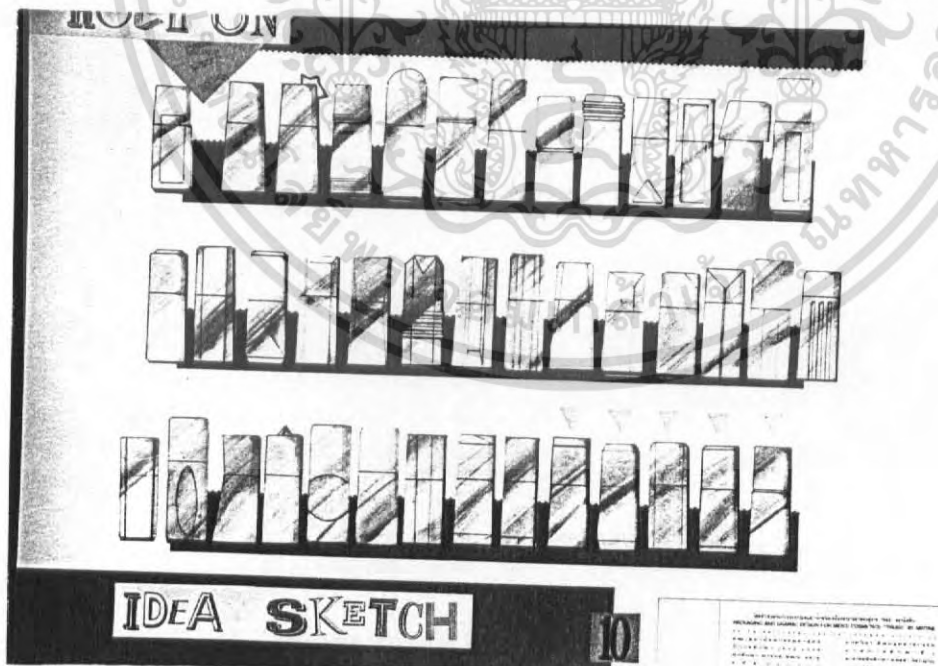


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

AFTERSHAVE LOTION



DEODORANT ROLL-ON



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากนั้นนำไปสำรวจกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ทำให้สามารถเลือกออกมาได้ 5 ชุด ดังนี้

COLOGNE



AFTERSHAVE LOTION



TALC



DEODORANT ROLL-ON

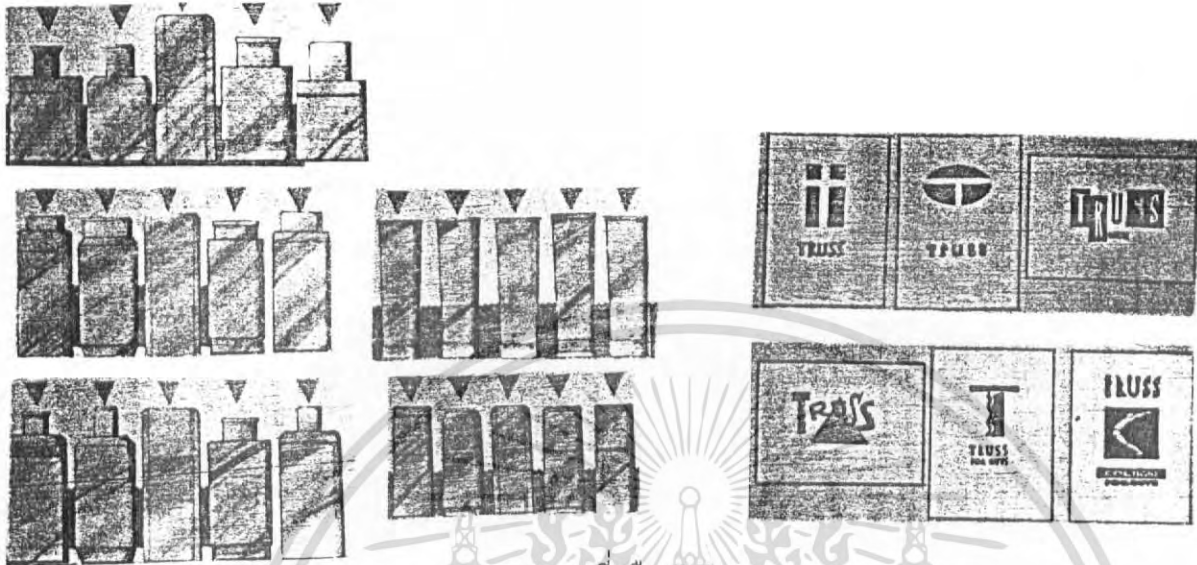


CLEANSING FOAM



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากนั้นนำ LOGO ที่เลือกได้ 6 แบบ กับขวด 5 แบบ มา STUDY ถึงความกลมกลืนระหว่าง LOGO กับตัวขวด โดยการทำ MOCK UP SKETCH



แบบขวดที่เลือกได้

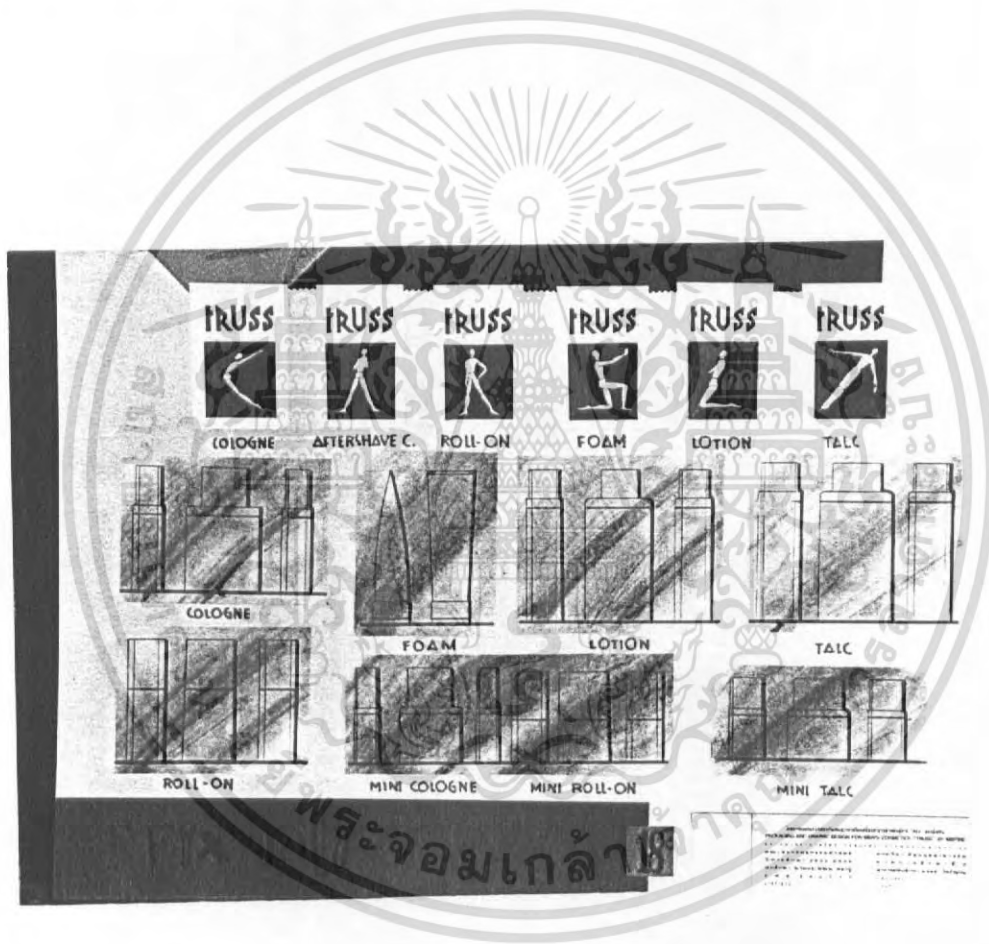


รูปแสดง MOCK UP SKETCH ทั้งหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากนั้นนำ MOCK UP SKETCH ไปสำรวจกับกลุ่มเป้าหมายทำให้สามารถพิจารณาตัดสินใจ LOGO และขวดที่เหมาะสมได้

รูปแสดง LOGO ที่ละขวดที่เลือกได้ โดยลักษณะของ LOGO จะเปลี่ยนไปตามผลิตภัณฑ์คือ COLOGNE ตัวคนตรงกลางจะโค้งตัวเป็นตัว C และเมื่อเป็น AFTERSHAVE คนตรงกลางก็จะเปลี่ยนเป็นตัว A และเช่นเดียวกันกับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ตัวคนตรงกลางก็จะเปลี่ยนท่าท่าที่แสดงถึงตัวอักษรตัวแรกของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่อมาจึงนำ LOGO และขวดที่ได้มาทำการ SKETCH กราฟฟิกและ REFINE สีโดยใช้สีที่แสดง
ออกถึงความสนุกสนาน ทันสมัยและเป็นผู้ชาย ซึ่งได้มาจากการออกแบบสอบถามถึงจิตวิทยาของผู้บริโภค
ที่มีต่อสีในความรู้สึกต่าง ๆ

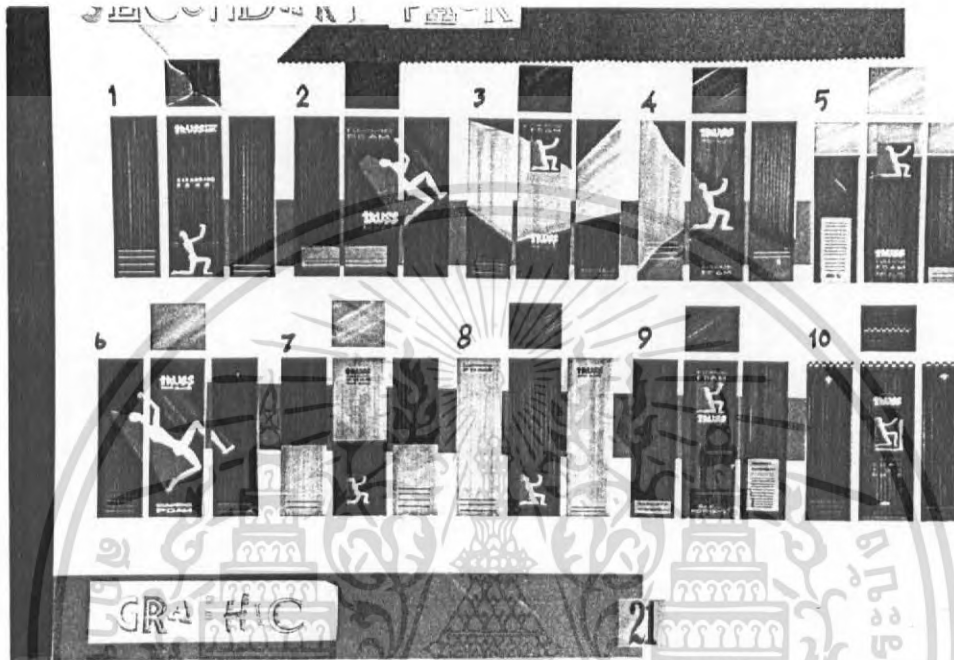
จากนั้นนำไปสำรวจกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายอีกครั้ง จนทำให้สามารถ เลือกแบบได้
รูปแสดงการ REFINE สีและกราฟฟิกบนตัวขวด



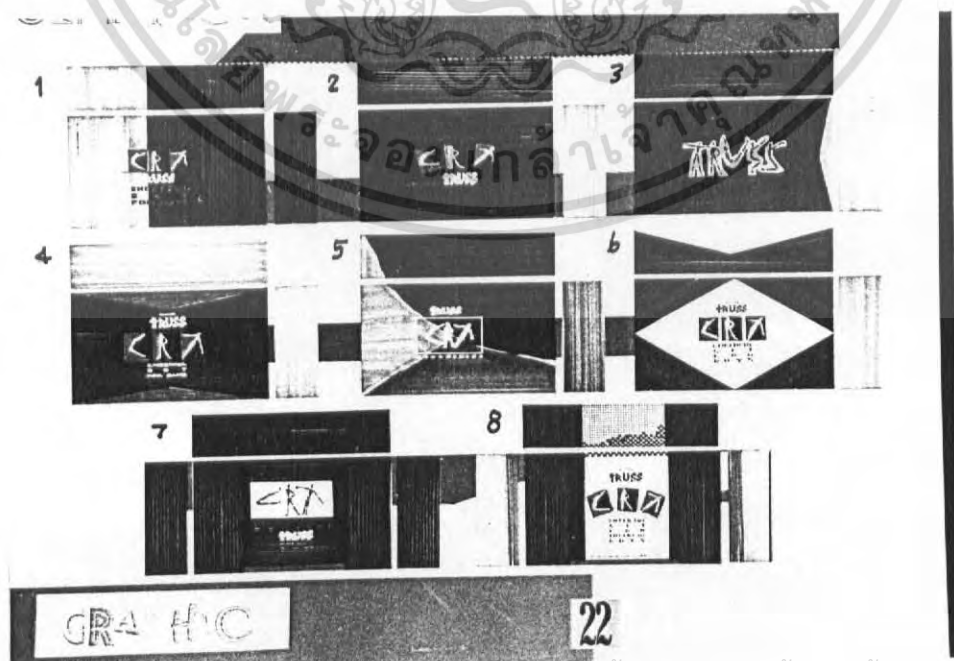
รูปแสดงแบบที่เลือกได้โดยตัวขวดเป็นสีดำ ฝาสีส้ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากนั้นก็ใช้ LOGO และสีที่ FIX และบนขวคมาใช้ในการ SKETCH SECONDARY PACK และสามารถ FIX ได้ในแบบที่ 10



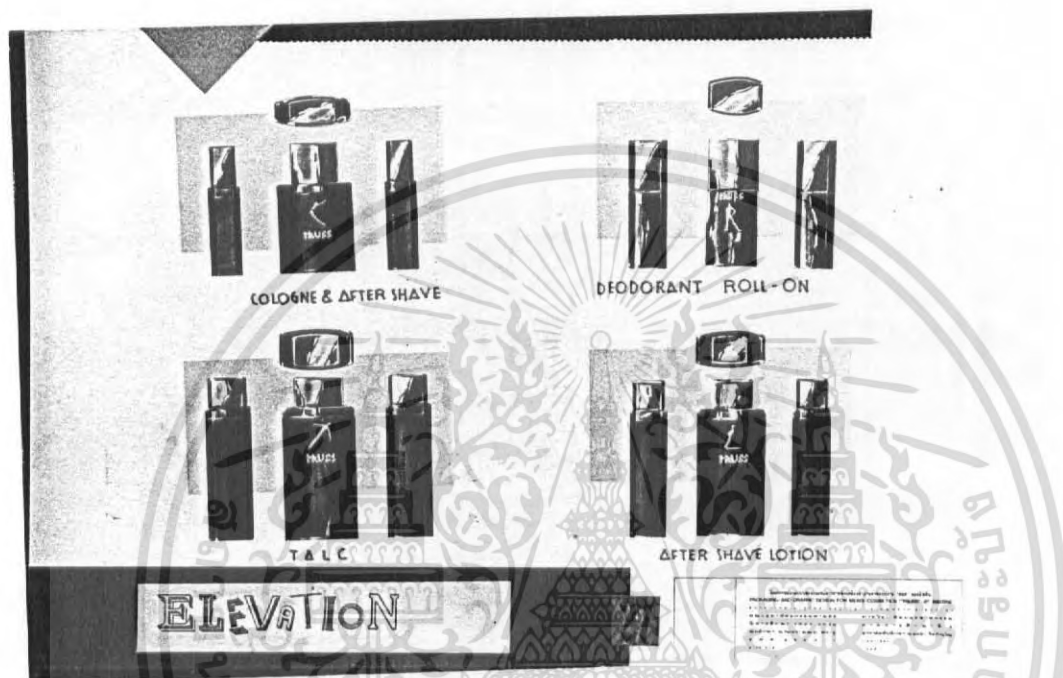
ในลักษณะเดียวกันก็ใช้ LOGO และสีที่ FIX และแบบ SECONDARY PACK ที่ FIX ได้มาใช้ในการ SKETCH กล่อง GIFT PACK และสามารถ FIX ได้ในแบบที่ 10



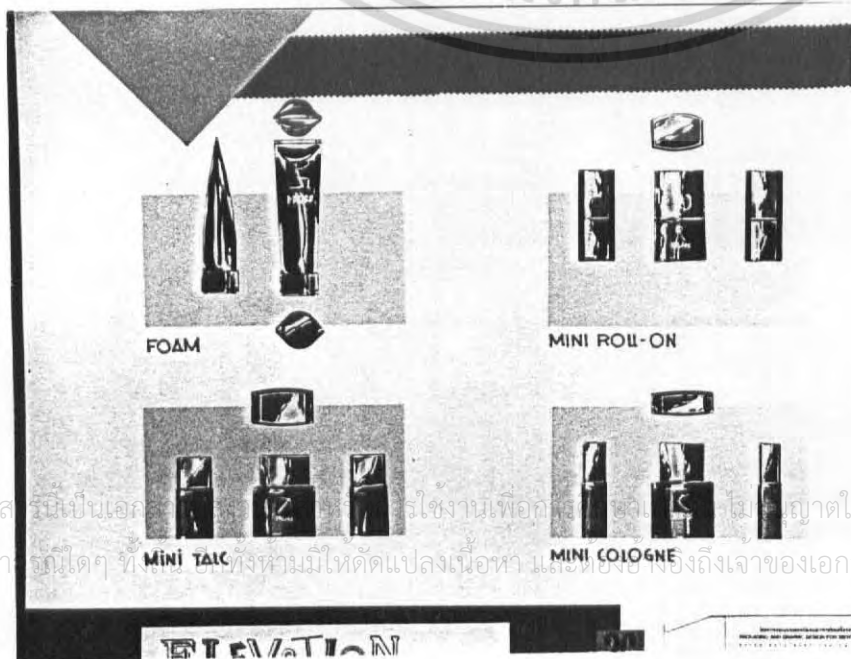
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในขั้นตอนนี้สุดท้ายจึงได้ทำการสรุปขึ้นมาเป็นแบบของสินค้าทุกตัวดังนี้

- ภาพแสดงรูปด้านผลิตภัณฑ์ - COLOGNE และ AFTER SHAVE CLOGNE
- DEODORANT ROLL-ON
 - TALC
 - AFTER SHAVE LOTION



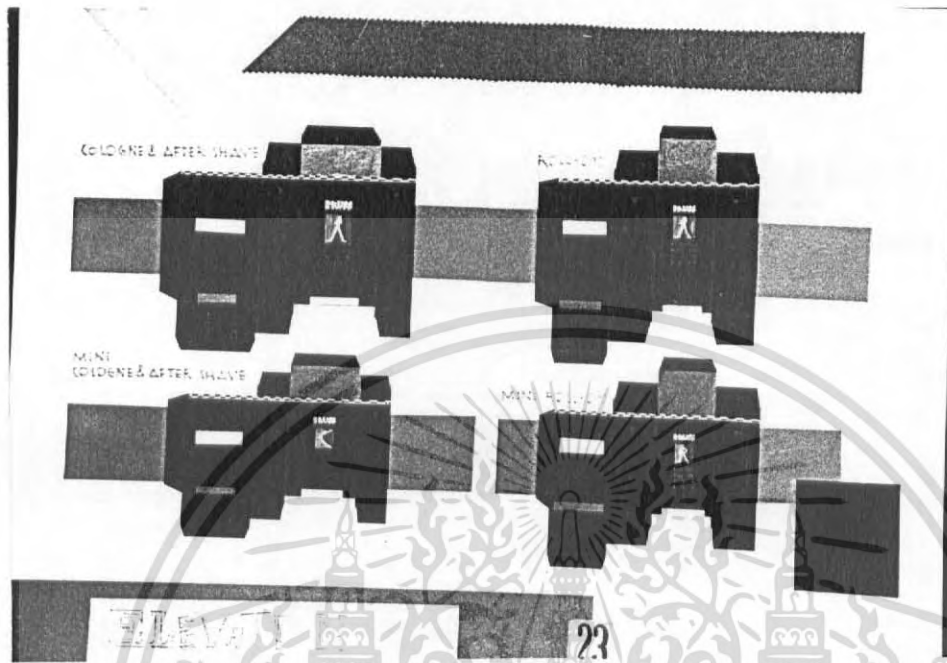
- ภาพแสดงรูปด้านผลิตภัณฑ์ - CLEANSING FOAM
- MINI COLOGNE
 - MINI ROLL-ON
 - MINI TALC



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการเรียนการสอนเท่านั้น ไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่าในรูปแบบใดๆ ทั้งสิ้น หากมีให้ติดต่อขอเปลี่ยนแปลงเนื้อหา และข้อมูลอื่นใดจากเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

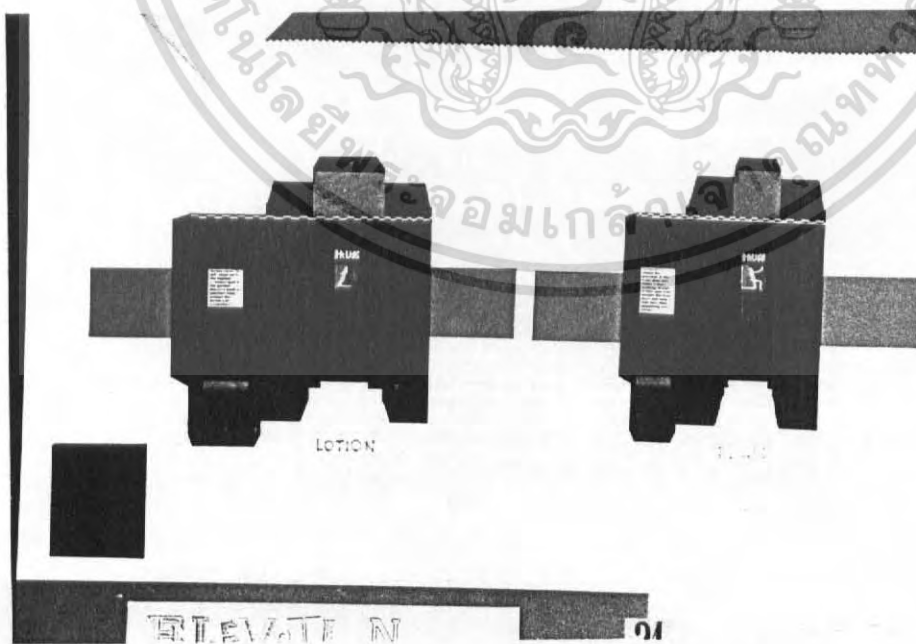
ภาพแสดงภาพคลี่ของกล่อง SECONDARY PACK ของผลิตภัณฑ์

- COLOGNE - MINI COLOGNE
- ROLL-ON - MINI ROLL-ON



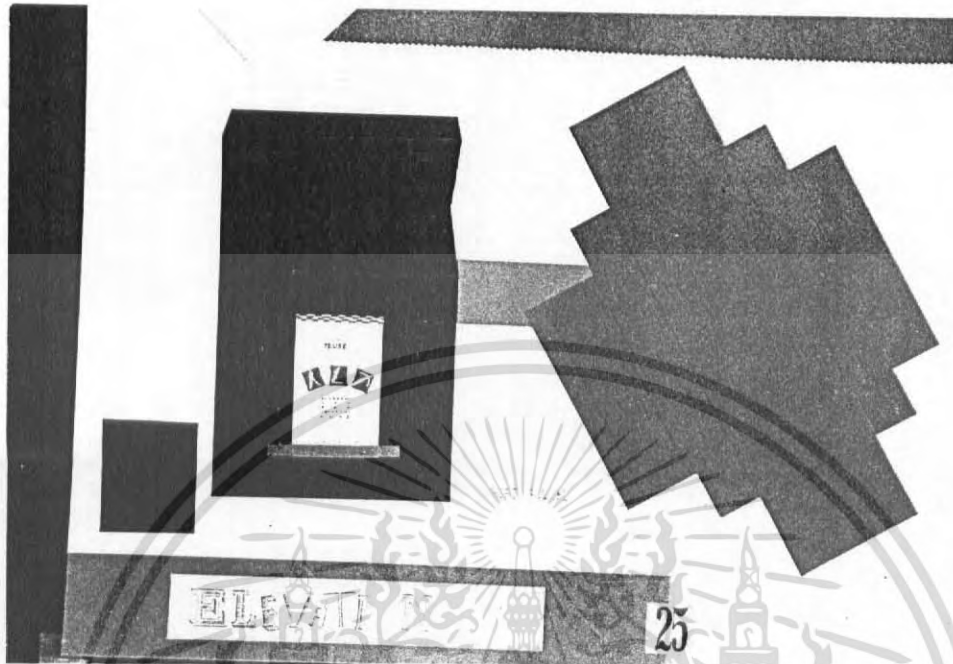
ภาพแสดงภาพคลี่ของกล่อง SECONDARY PACK ของผลิตภัณฑ์

- LOTION
- FOAM



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

GIFT PACK



ELEVA 25



28

บริษัท ทรูเว่ จำกัด
 101/101 หมู่ 10 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงสามเสนนอก เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10710
 โทร 02-2525252 โทรสาร 02-2525253
 www.trueve.com

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพแสดง MODEL



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

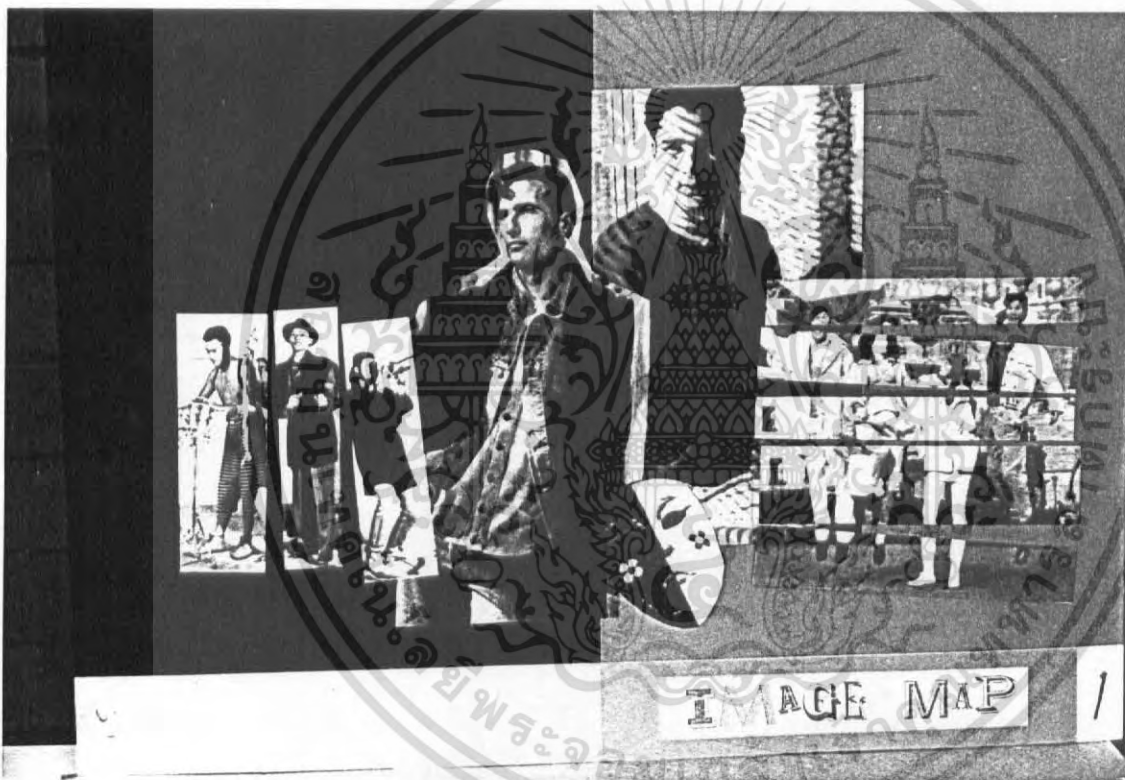


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากแบบร่างที่ผ่านมาอาจารย์ได้ให้ข้อเสนอแนะต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสำหรับผู้ชาย TRUSS ไว้ดังนี้

- กราฟฟิกบนขวดมีจุดที่ต้องสกรีนหลายจุดจนเกินไปทำให้มี COST สูง
- LOGO ใช้สีเยอะทำให้เวลาสกรีนลงบนขวดทำได้ยาก
- กล่อง SECONDARY PACK มีสีมากเกินไป ไม่เหมาะกับ PROCESS SCREEN
- GIFT SET ยังดูไม่มีคุณค่าเหมาะกับการเป็นของขวัญ
- บรรจุภัณฑ์แบ่งมีขนาดเล็กเกินไป
- LOGO คำว่า TRUSS อ่านยากเกินไป

ดังนั้น จึงได้ทำการปรับปรุงแก้ไข โดยยังคงมี TRAGET GROUP เหมือนเดิม

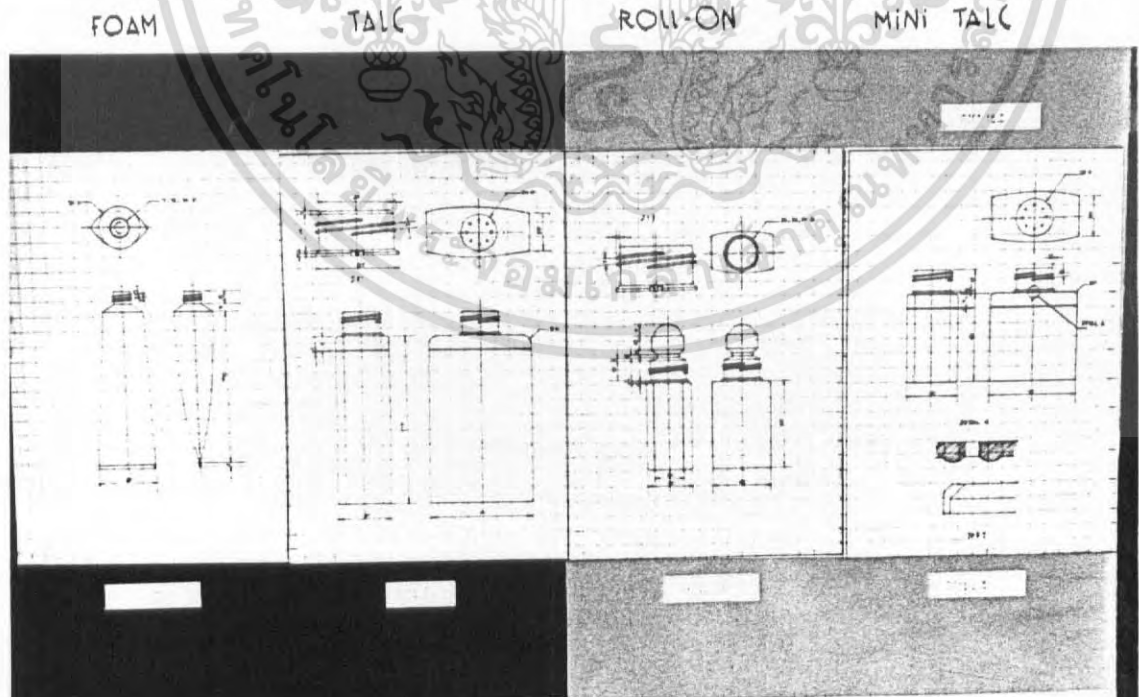
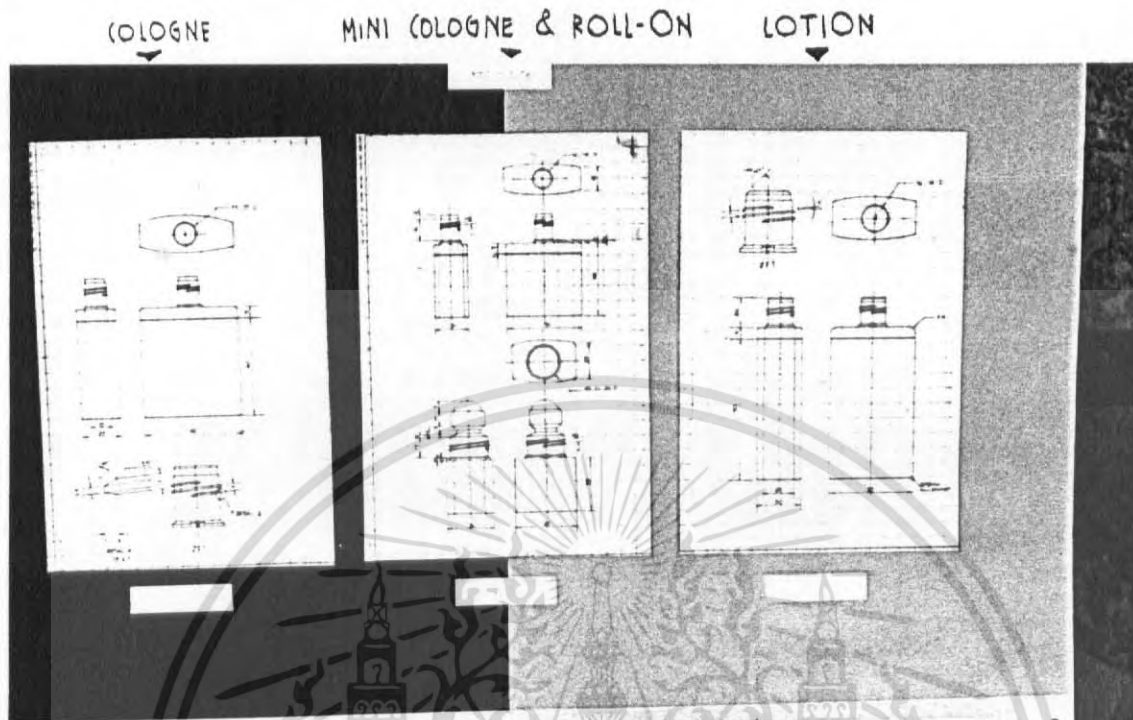


ภาพแสดง IMAGE MAP ของการออกแบบครั้งนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อทำการแก้ไขได้ตามคำแนะนำของอาจารย์เรียบร้อยแล้วจึงเริ่มทำการ REFINEMENT

ภาพแสดง REFINEMENT ของขวดของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ



REFINEMENT 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

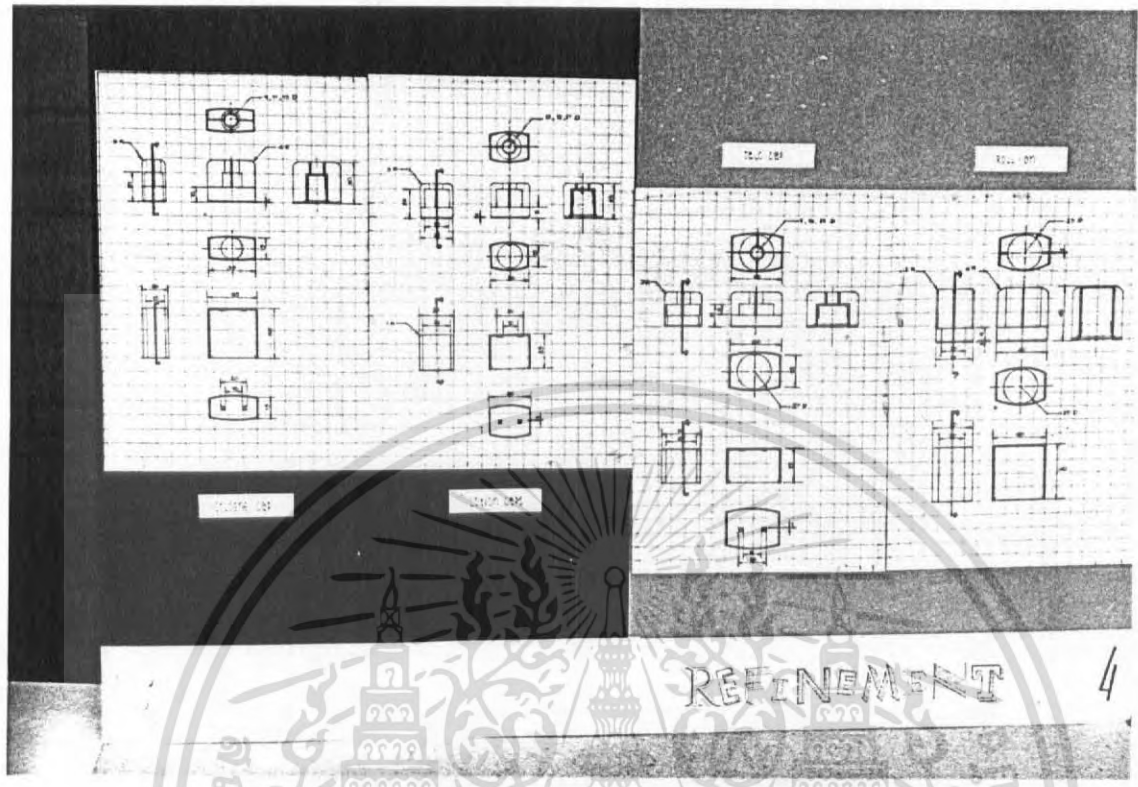
● REFINE OF CAPS

COLOGNE

LOTION

TALC

ROLL-ON



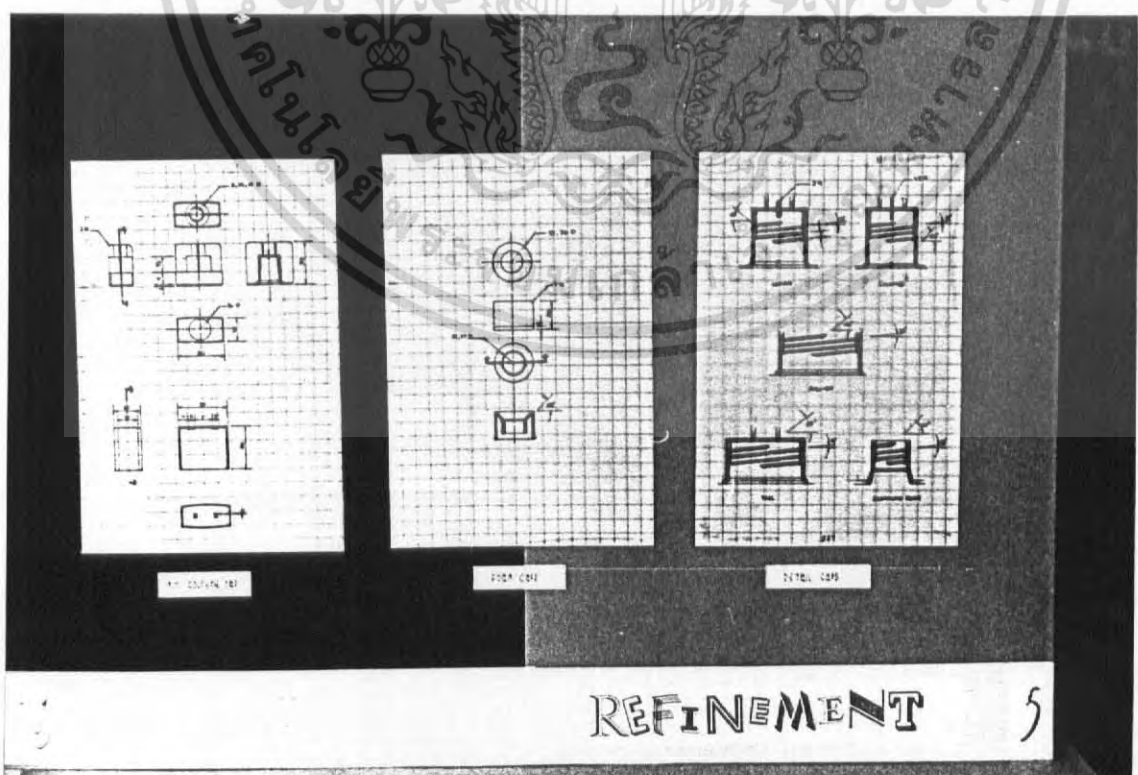
REFINEMENT

4

MINI COLOGNE

FOAM

DETAIL OF CAPS



REFINEMENT

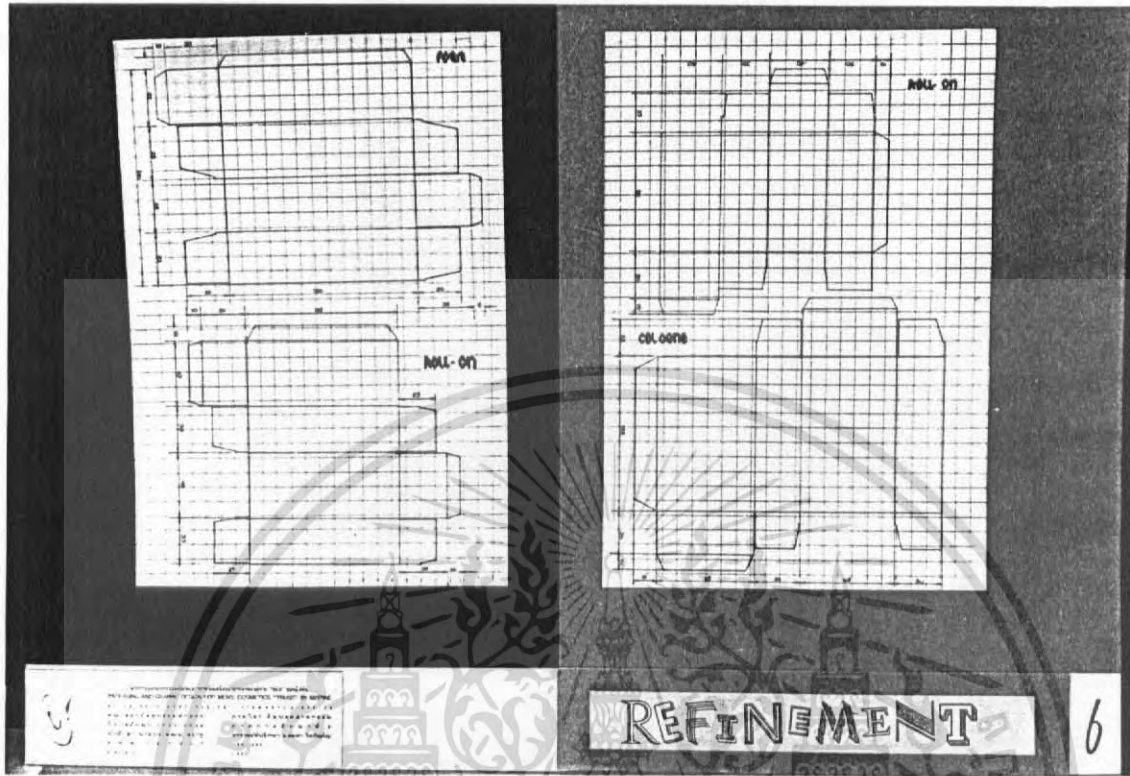
5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพแสดง REFINEMENT ของภาพคลของกล่องของบรรจุภัณฑ์ชนิดต่าง ๆ

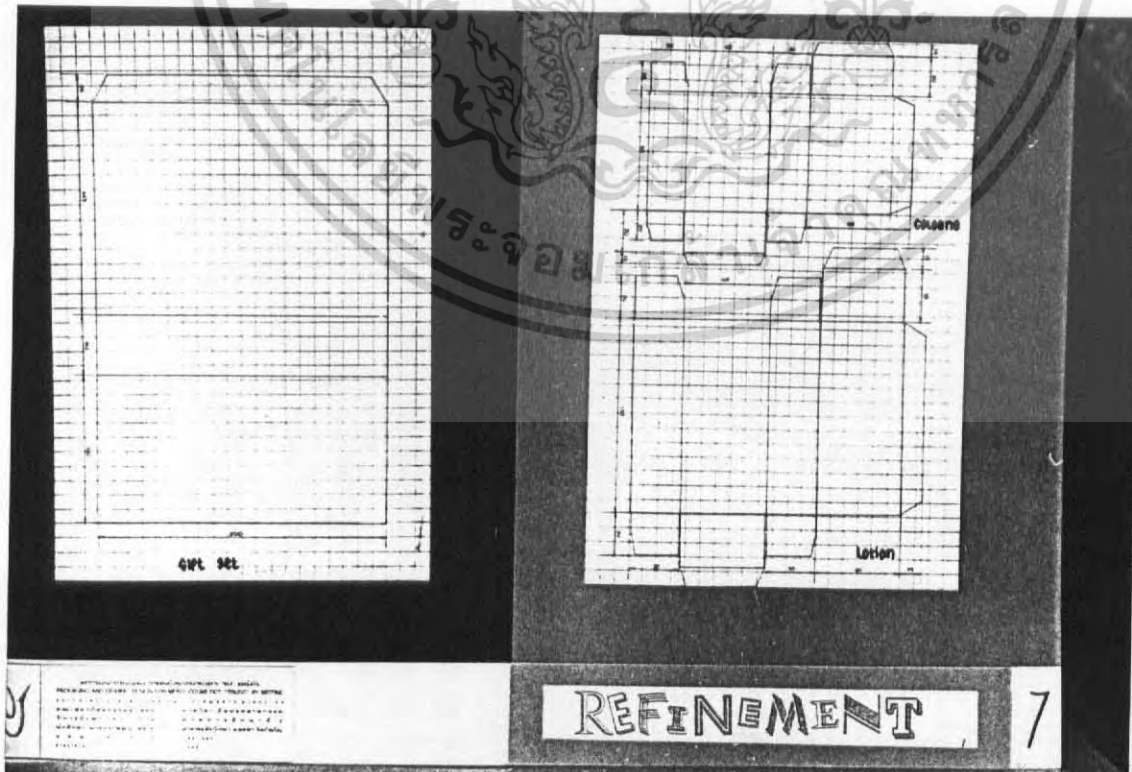
FOAM & ROLL-ON

MINI ROLL-ON & COLOGNE

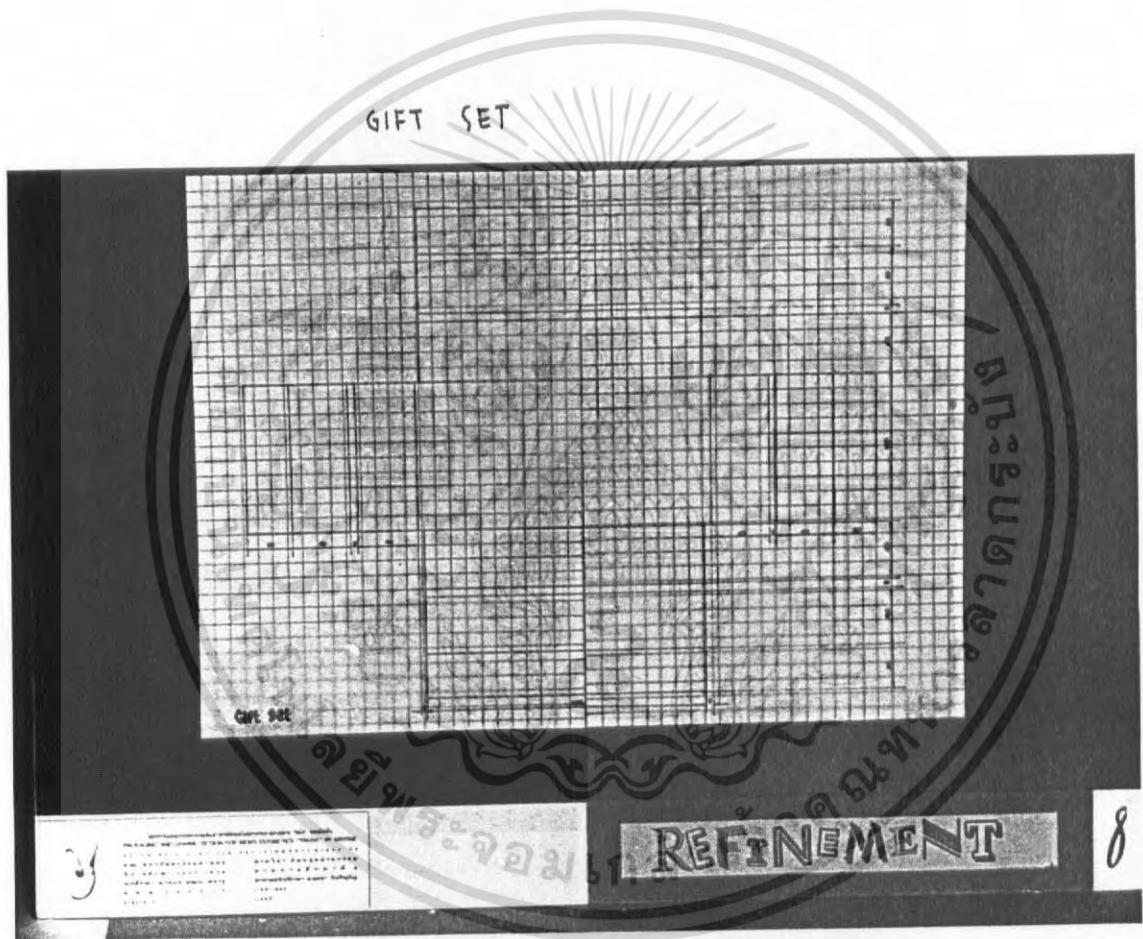


GIFT SET

MINI COLOGNE & LOTION



เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น เมื่อผู้ดูแลเห็นเบาะเบาะหรือข้อผิดพลาดด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

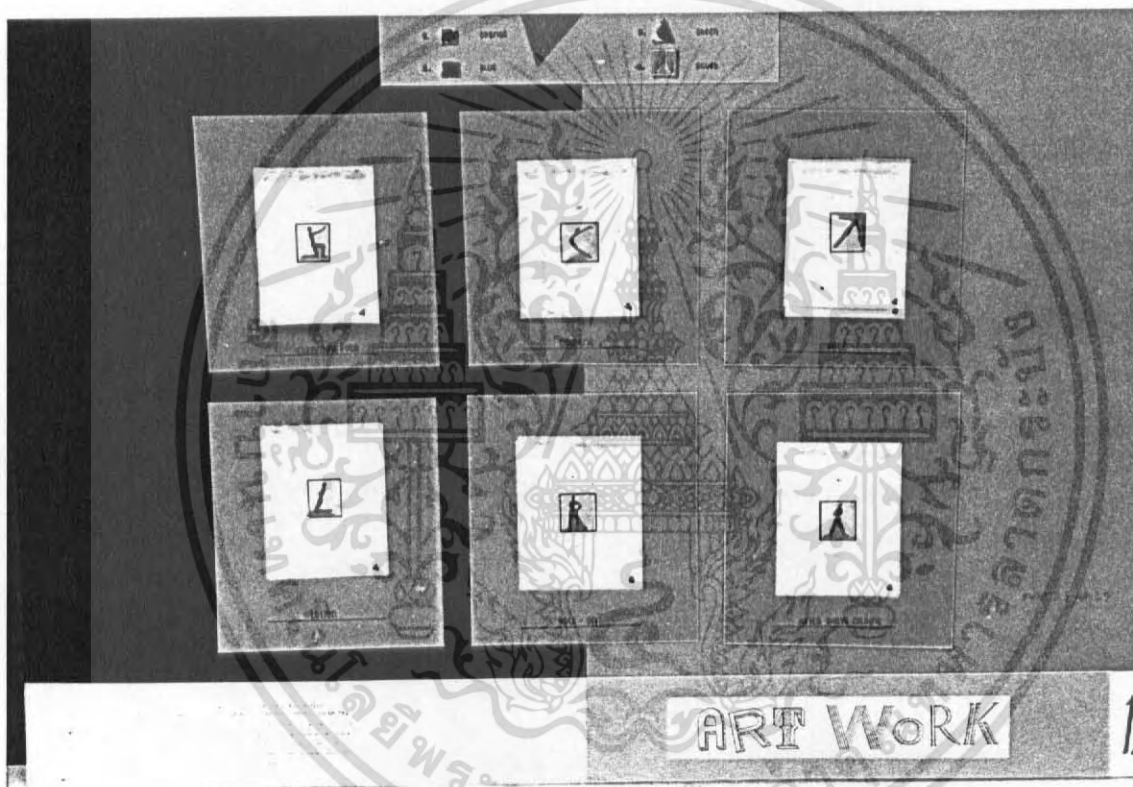
- ภาพแสดง ART WORK ที่ใช้ในการ SCREEN บนบรรจุภัณฑ์

LOGO

FOAM

COLOGNE

TALC



ART WORK

LOTION

ROLL-ON

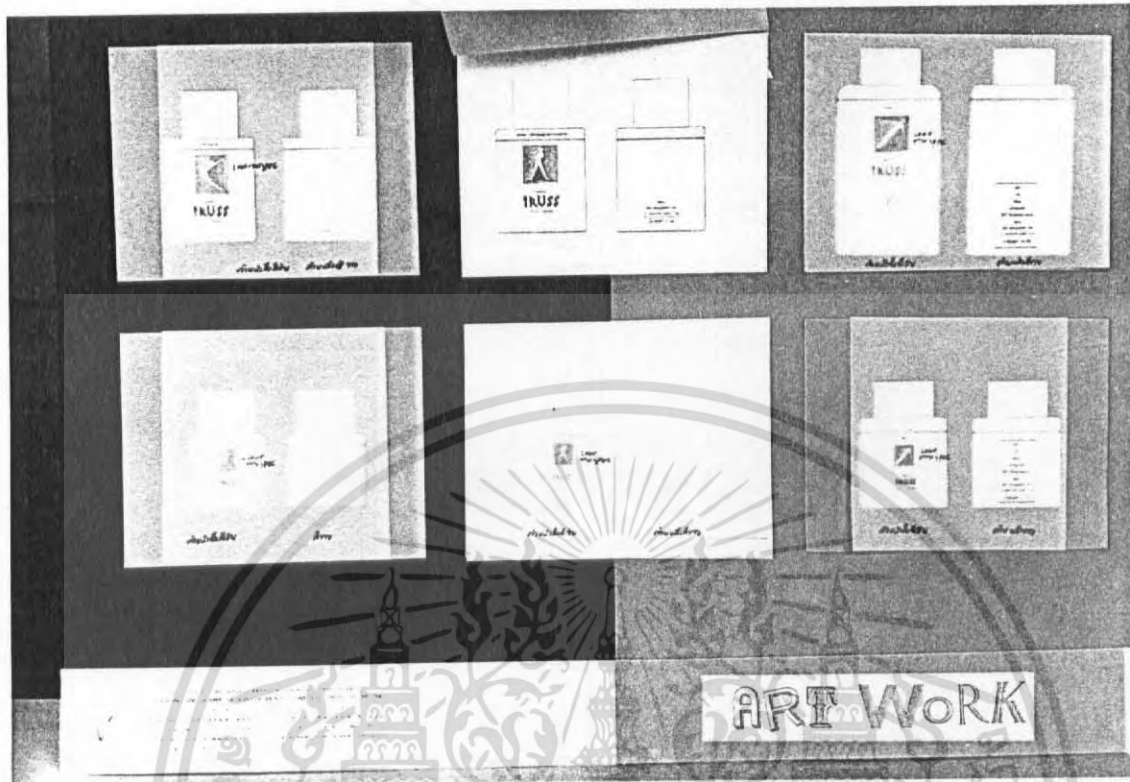
AFTER SHAVE

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

COLOGNE

AFTER SHAVE

TALC



ART WORK

MINI COLOGNE

MINI AFTER SHAVE

MINI TALC

ROLL-ON

LOTION

GIFT SET



ART WORK

15

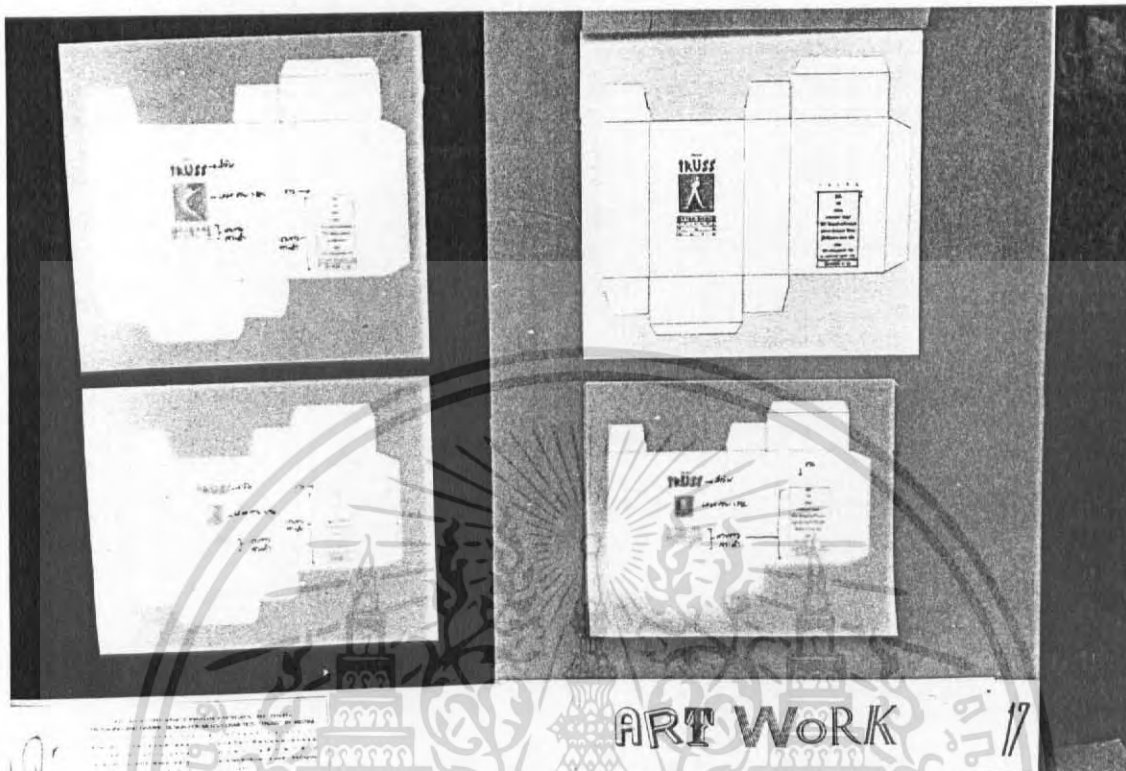
เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาดูงาน เมื่ออนุญาตให้เผยแพร่โดยไม่เสียค่า
 ค่าธรรมเนียมใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

MINI ROLL-ON FOAM

SECONDARY PACK

COLOGNE

AFTER SHAVE



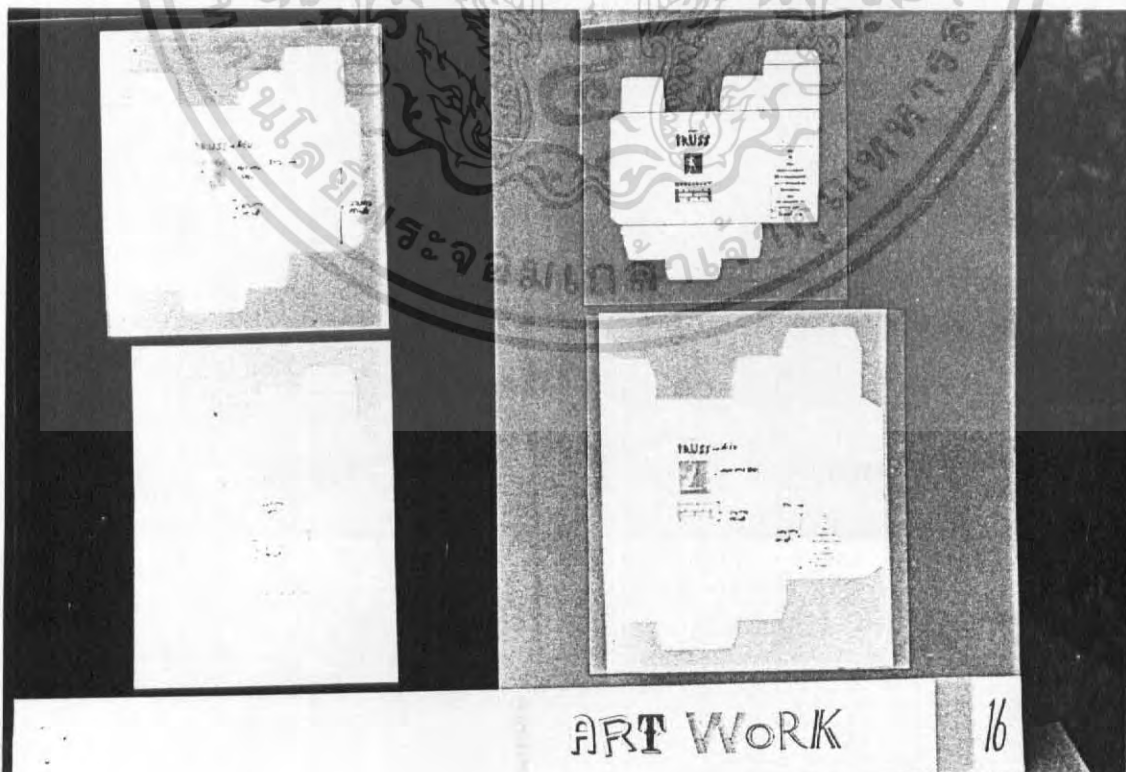
ART WORK 17

MINI COLOGNE

MINI AFTER SHAVE

ROLL-ON

ROLL-ON



ART WORK 16

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า
 ใม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

FOAM

LOTION

- ภาพแสดง ASSEMBLY ของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ

ซึ่งจะประกอบไปด้วย 4 ส่วนคือ

- ตัวขวด
- จุกเพื่อการบังคับปริมาณการไหล
- ฟาชั้นใน
- ฟาชั้นนอก

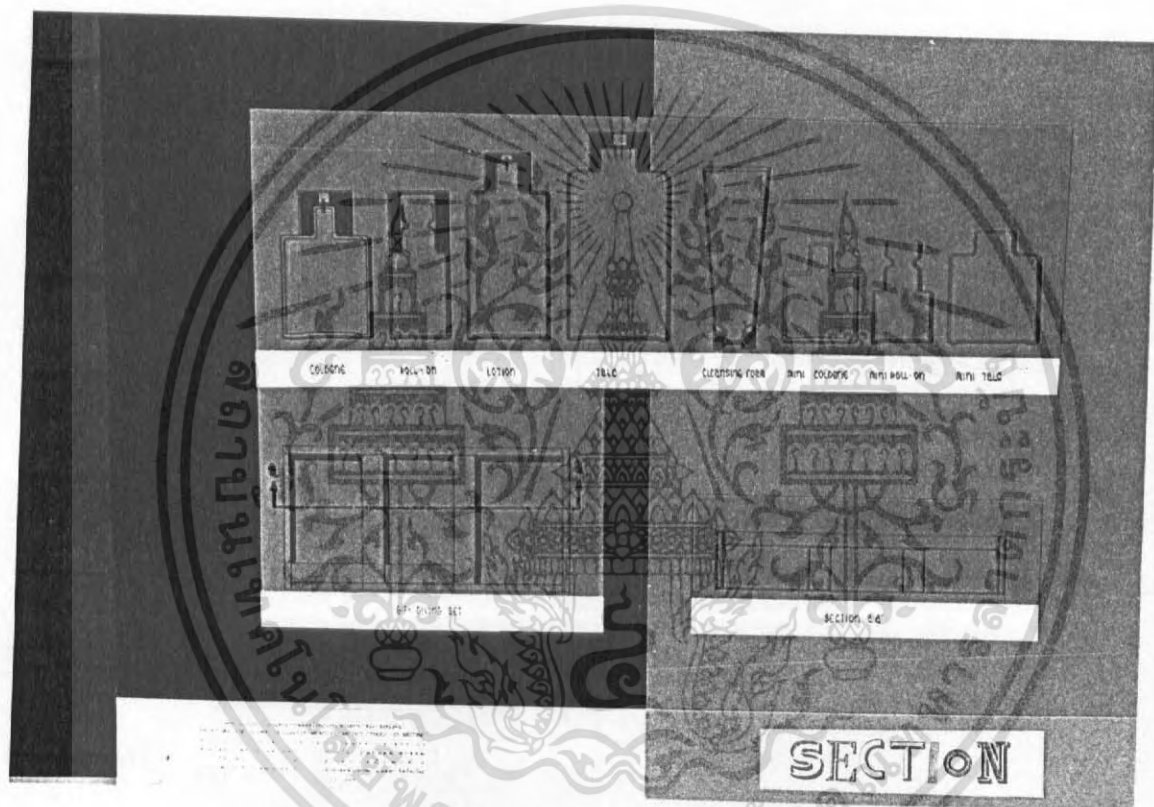
และ ASSEMBLY ตัวกล่องแสดงให้เห็นถึง

- ตัวกล่อง
- กล่องชั้นในเป็นกระดาษลูกฟูกเพื่อป้องกันการกระแทกกระเทือน
- ตัวขวด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ภาพแสดง SECTION ของขวดบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ รวมทั้งกล่อง GIFT SET ซึ่งแสดงให้เห็นแนวการวางของบรรจุภัณฑ์ภายใน

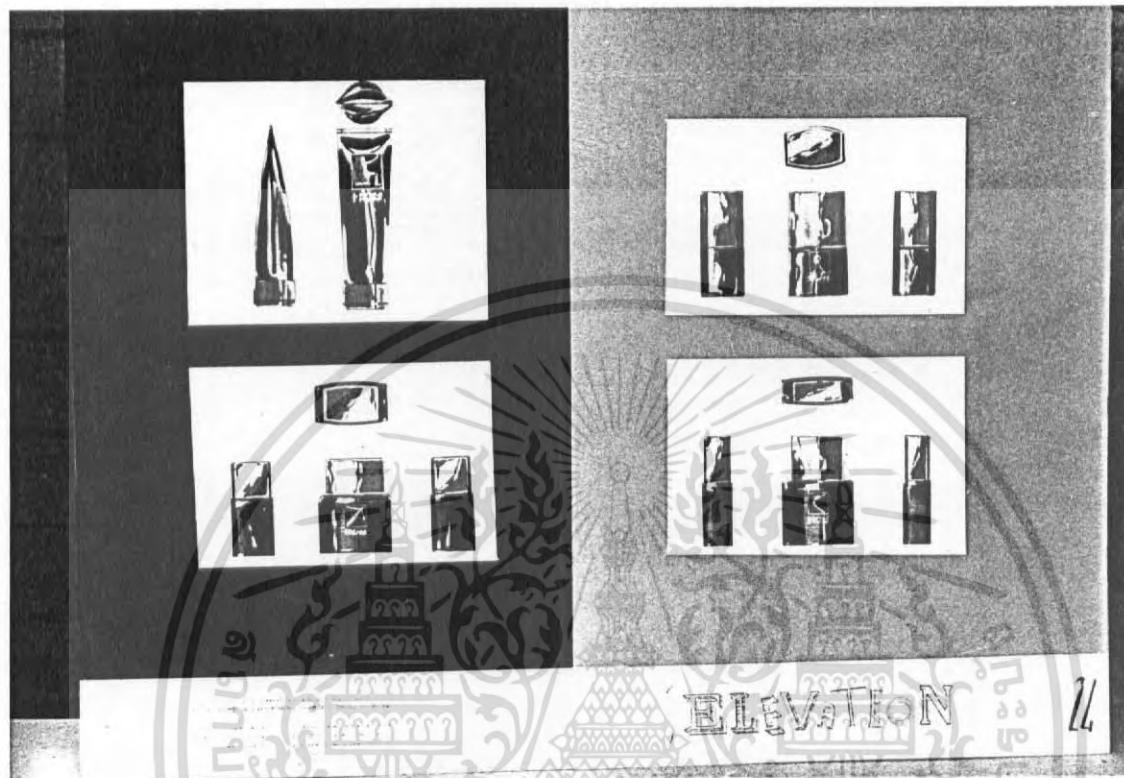


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- จากนั้นจึงสามารถสรุปออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้
- ภาพแสดงรูปด้านของบรรจุภัณฑ์ชนิดต่าง ๆ

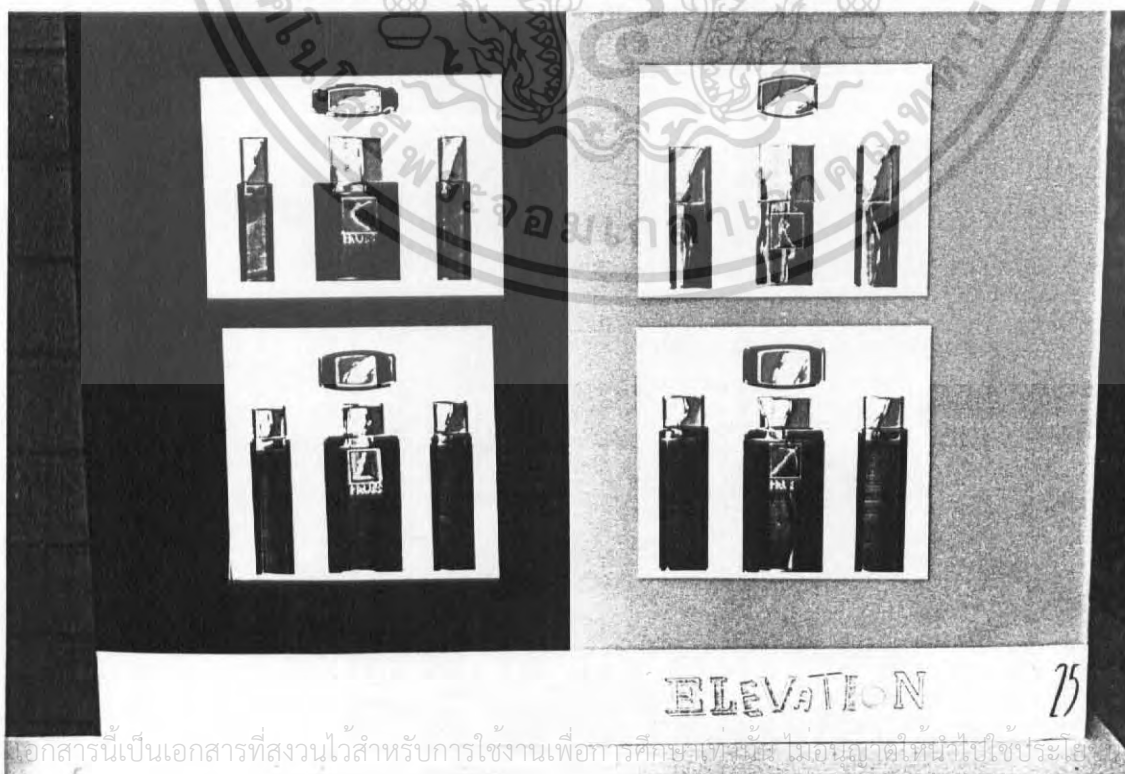
FOAM , MINI TALC

MINI ROLL-ON , MINI COLOGNE



COLOGNE & LOTION

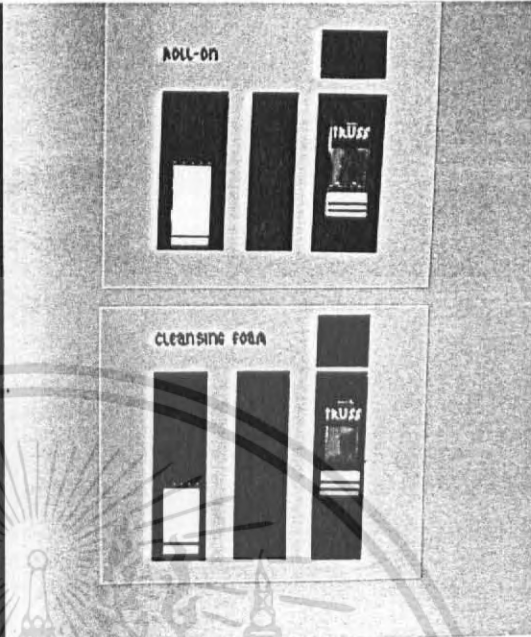
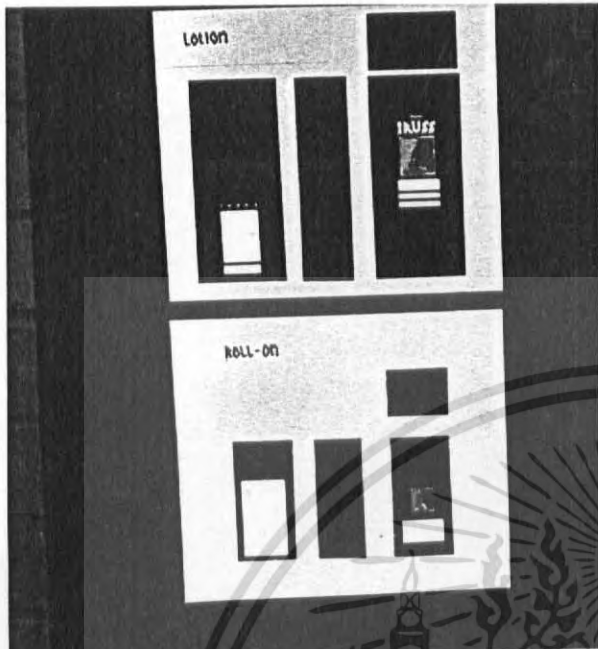
ROLL-ON & TALC



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

LOTION

ROLL-ON

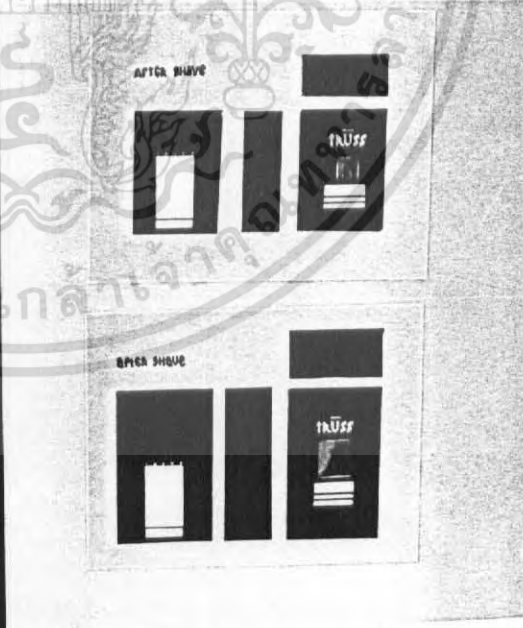


MINI ROLL-ON

FOAM

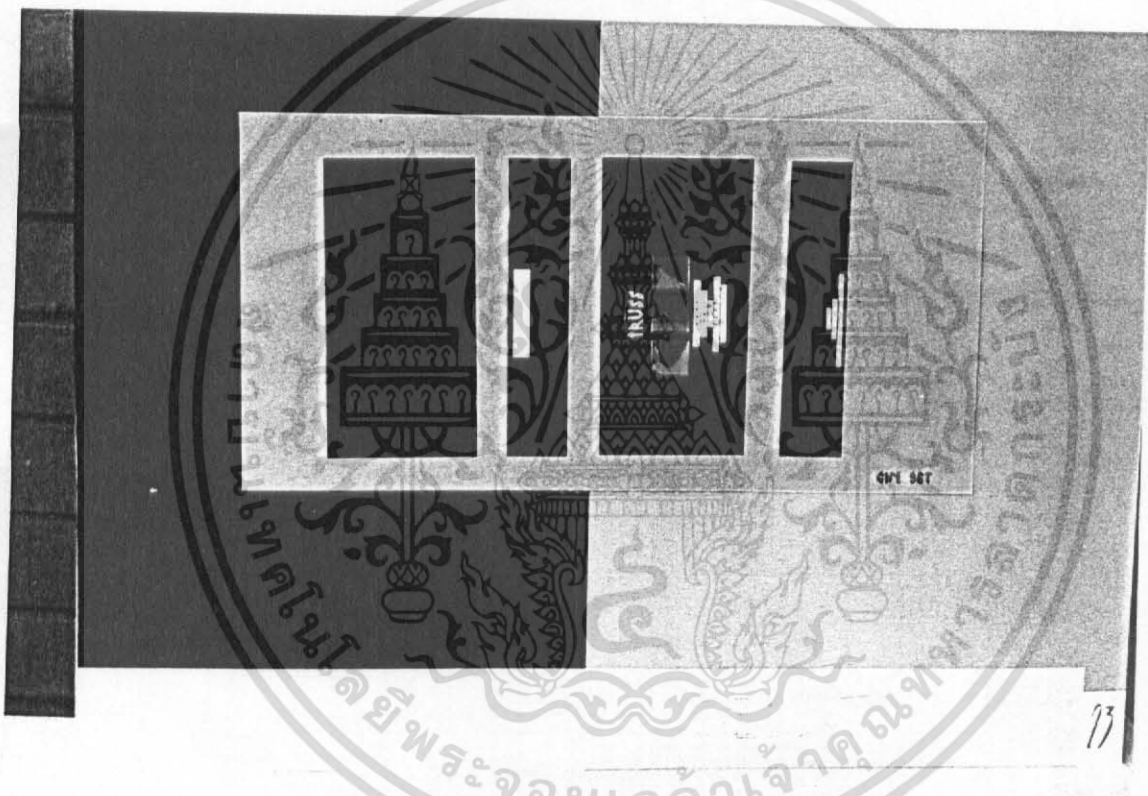
MINI COLOGNE

MINI AFTER SHAVE



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อการเรียนการสอนเท่านั้น หากนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

GIFT SET

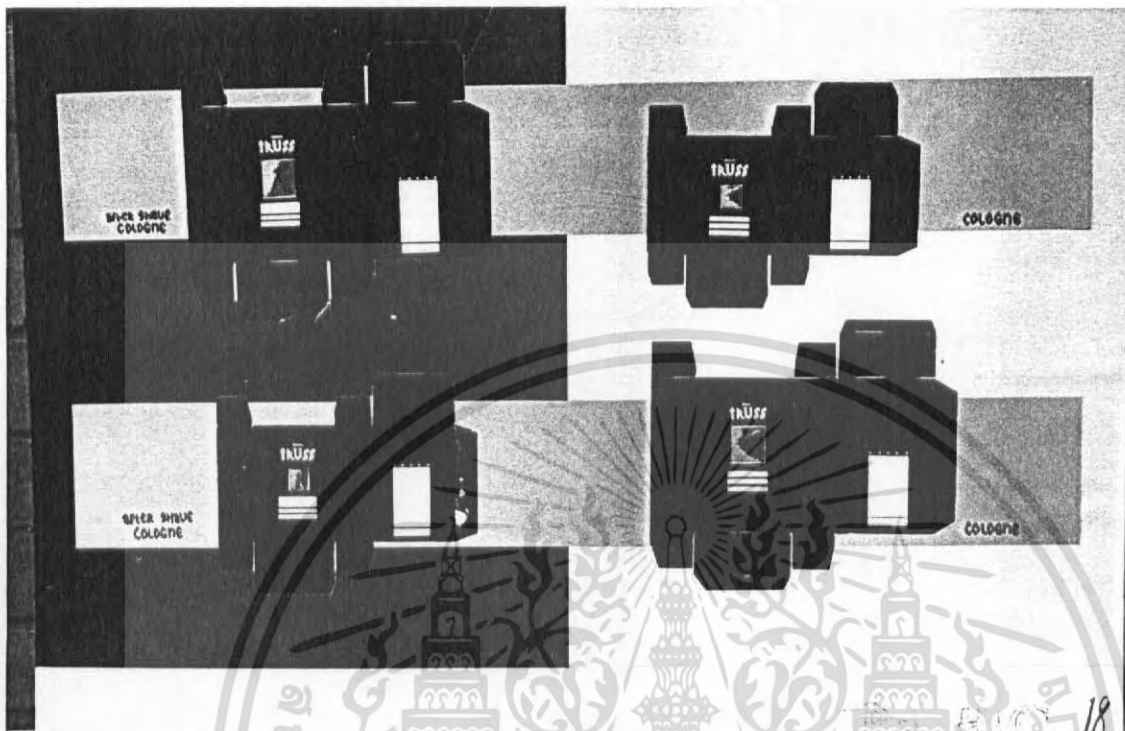


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ภาพแสดงภาพคลี่ของกล่องบรรจุภัณฑ์ชนิดต่าง ๆ

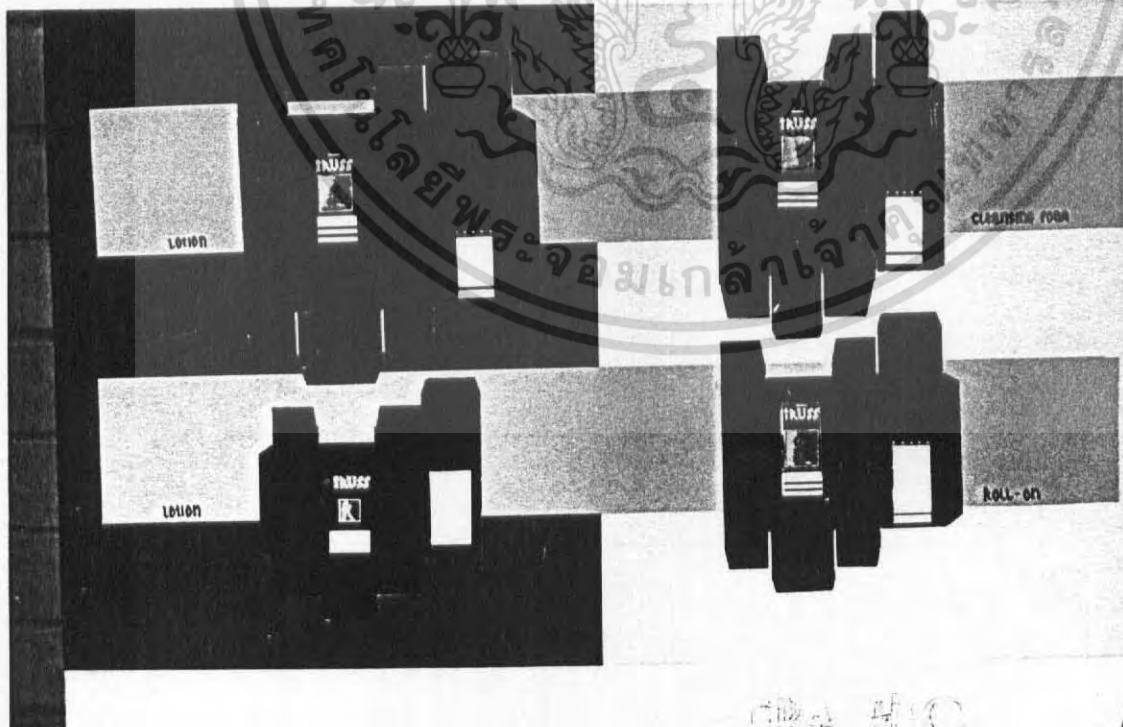
AFTER SHAVE

COLOGNE



ROLL-ON & LOTION

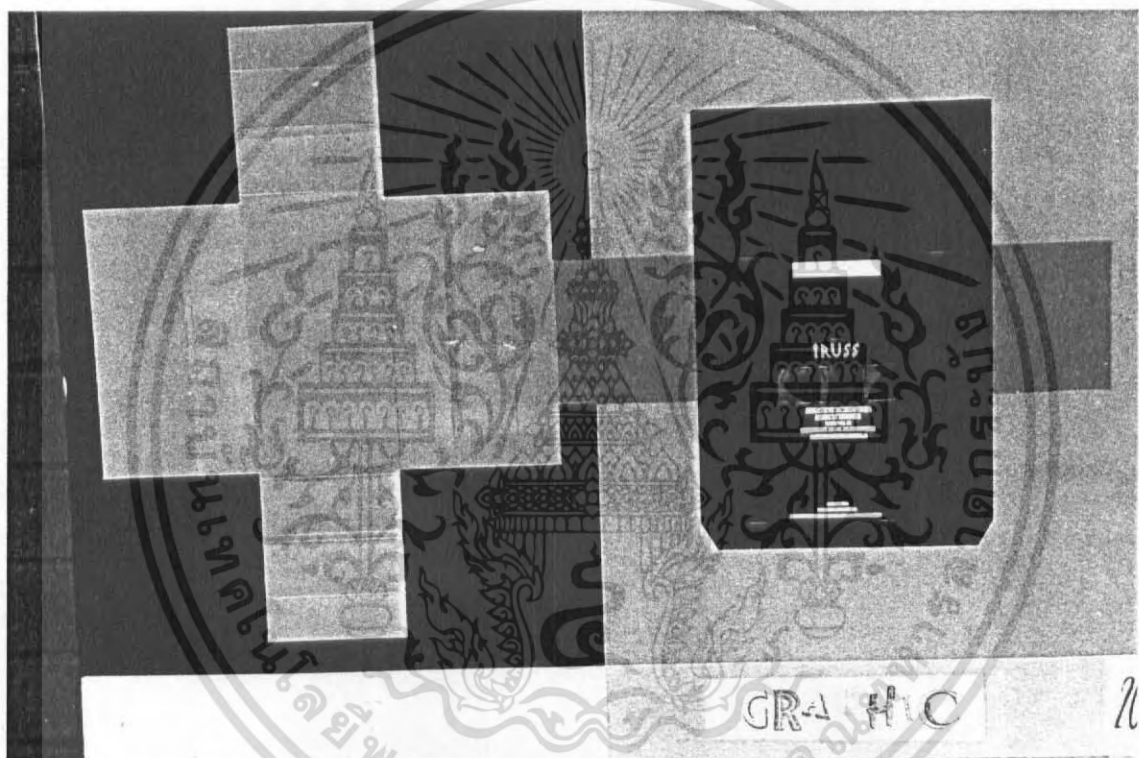
FOAM & ROLLON



GRAPHIC

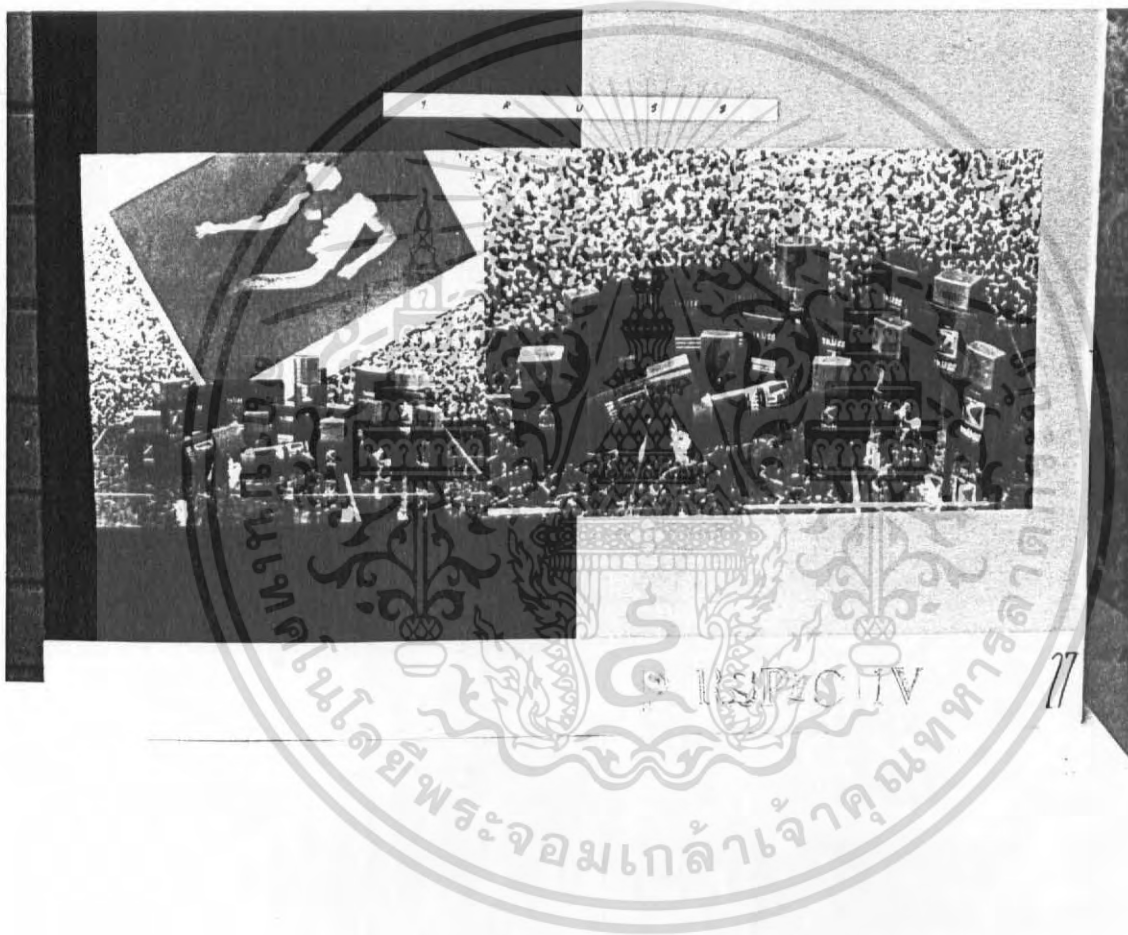
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

GIFT SET



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ภาพแสดงทัศนียภาพของบรรจุกันท์ TRUSS



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

-ภาพแสดงหุ่นจำลองบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง TRUSS



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปผลการออกแบบ

งานหน้าเสนอ

บรรจุภัณฑ์และกราฟฟิก

- COLOGNE ขนาดบรรจุ 85 มล. และ 30 มล.
- AFTER SHAVE COLOGNE ขนาดบรรจุ 85 มล. และ 30 มล.
- AFTER SHAVE LOTION ขนาดบรรจุ 120 มล.
- DEODORANT ROLL-ON ขนาดบรรจุ 50 มล. และ 30 มล.
- TALC ขนาดบรรจุ 100 กรัม และ 30 กรัม
- CLEANSING FOAM ขนาดบรรจุ 40 กรัม

ข้อเสนอแนะของนักศึกษา

งานออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการตลาดเป็นอย่างมาก ดังนั้นผู้ที่สนใจจะเสนอโครงการควรจะศึกษาด้านการตลาดให้มากเพื่อให้งานสมบูรณ์ถูกต้อง เหมาะสมกับกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้จำหน่ายสินค้าได้มากที่สุด และนอกจากนั้นเรื่องของ PROCESS ทำอย่างไรจึงจะใช้ต้นทุนน้อยที่สุด ส่วนเรื่องอื่น ๆ เช่น กฎหมายหรือ FUNCTION การใช้งาน ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ก็เป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงอย่างมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อเสนอแนะของกรรมการวิทยานิพนธ์

เมื่อบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง TRUSS เป็นเครื่องสำอางระบบไคเชคเซลล์ ซึ่งบริษัท-
 ไม่มีความสามารถที่จะทุ่มกับ PACKAGE ได้มากมายนัก จึงน่าจะใช้ PROCESS ที่ถูกเพื่อการ SAFE
 COST นอกจากนี้ FUNCTION ก็น่าจะมีการใช้งานที่สะดวกมากกว่านี้ ยังคงคำนึงถึง ART มาก
 กว่า FUNCTION



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเภทที่ 2 เป็นวัตถุดิบที่ใช้ช่วยให้ส่วนผสมละลายเร็ว และไล่ฟองอากาศให้สะอาด ได้แก่ ARSENIC OXIDE, BORAX, SODIUM NITRATE, SODIUM SULPHATE, POTASSIUM NITRATE และอื่น ๆ

ประเภทที่ 3 เป็นวัตถุดิบที่ใช้สำหรับทำให้เนื้อแก้วเป็นสี และพอกสีแก้วให้สะอาด ได้แก่

วัตถุดิบดังกล่าวข้างต้น ที่เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดเนื้อแก้ว ได้แก่ ทรายขาวและหินปูนเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่จัดหาได้ในประเทศ โดยมีจำนวนไม่จำกัด ขณะนี้ ผลจากการค้นคว้าทดลองปรากฏว่า ได้ทรายจากจังหวัดสงขลาเป็นวัตถุดิบ ขนส่งทางเรือ องค์การแก้วได้ขอสัมปทานไว้แล้วสำหรับหินปูน ใช้มาจากจังหวัดสระบุรี วัตถุดิบทั้งสองอย่างนี้ มีจำนวนเพียงพอที่จะใช้ได้เป็นเวลานาน ส่วนวัตถุดิบจำนวนเคมีภัณฑ์อย่างอื่นที่เป็นส่วนประกอบนั้น ยังต้องสั่งซื้อจากต่างประเทศอยู่ เพราะยังไม่มีผู้ผลิตได้เองภายในประเทศขณะนี้

เมื่อพิจารณาส่วนประกอบของการผลิตแล้ว จะเห็นได้ว่าประกอบด้วยส่วนผสมคือ ใช้วัตถุดิบภายในประเทศประมาณ 85% ในรูปของทรายและหินปูน ส่วนผสมที่เหลืออีกประมาณ 15% เป็นเคมีภัณฑ์ซึ่งสั่งจากต่างประเทศ คือ โซดา แอช, โซเดียมไนเตรท, ซีเลเนียม, โทบอลท์, บอแรกซ์, สังกะสีออกไซด์, หินเขียวหนุมาน นอกจากนี้ยังได้มีการนำเศษแก้วแตกเข้าผสมตามสมควรอีกด้วย เพื่อทุ่นรายจ่าย และให้เป็นตัวนำละลาย

การผลิตแก้วนั้น โดยปกติจะได้ผลิตภัณฑ์เป็นแก้วใส หากต้องการให้แล้วเป็นสี จะต้องผสมด้วยผงตะกั่วแดง หรือกำมะถัน แล้วแต่จะต้องการให้กลายเป็นสีอะไร วัตถุเคมีซึ่งใช้ผสมให้เป็นสีต่าง ๆ เหล่านี้ จำเป็นต้องสั่งซื้อมาจากต่างประเทศ เช่น จากประเทศญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา เยอรมัน ฝรั่งเศส เคนมาร์ค เป็นต้น

เครื่องแก้วประเภทต่าง ๆ ซึ่งผลิตขึ้นได้ในโลกนี้ อาจแบ่งออกได้ดังนี้

1. อุตสาหกรรมผลิตขวดและภาชนะแก้วใส เช่น ขวดขนาดต่าง ๆ ขวดโหล ถ้วยแก้ว ขวดโซดา เรียกว่า แก้วโซดาใส
2. อุตสาหกรรมผลิตขวด และภาชนะที่เป็นสีต่าง ๆ เช่น ขวดเบียร์ ถ้วยแก้ว สีต่าง ๆ เหล่านี้เป็นต้น เรียกว่า แก้วโซดาใส
3. อุตสาหกรรมผลิตหลอดไฟฟ้าและโตะไฟฟ้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. อุตสาหกรรมผลิตหลอดวิทยุ หลอดเครื่องรับโทรทัศน์

5. อุตสาหกรรมผลิตแผ่นแก้วและกระจก เช่น กระจกหน้าต่าง กระจกประตู และกระจกเงา

6. อุตสาหกรรมผลิตแก้วม้ว (POAL CLASS) ซึ่งต้องใช้เครื่องจักรพิเศษ และผลิตได้ยาก การดำริที่จะดำเนินการผลิตแก้วม้วนั้น จำต้องศึกษาถึงความต้องการของตลาด เพราะการใช้แก้วม้วมีจำกัดมาก

7. อุตสาหกรรมผลิตแก้วนิวทรัล (NEUTRAL CLASS) สำหรับใช้ในกิจการแพทย์ เช่น หลอดฉีดยา ขวดน้ำเกลือ เป็นต้น ในโลกนี้มีไม่กี่ประเทศที่ผลิตแก้วชนิดนี้ได้ แต่อย่างไรก็ตามได้มีการค้นคว้าว่าถ้าหากใช้กรรมวิธีชนิดหนึ่งอบแก้วโซดาไคโมธรรมา ให้สามารถใช้บรรจุยาหรือน้ำเกลือได้แล้ว ก็จะช่วยให้อุตสาหกรรมแก้วโซดาไคโมธรรมาเพิ่มผลิตภณฑ์ได้อีก หรือเรียกว่า อุตสาหกรรมผลิตแก้วสเทิน

8. อุตสาหกรรมผลิตแก้วเจียรนัย เป็นแก้วพิเศษ และมีคุณภาพสูง โดยผ่านเครื่องเจียรนัยได้อย่างสมบูรณ์ และมีตลาดอยู่อย่างเพียงพอ

9. แก้วทนไฟ (PYREX) :

หลักการผลิตแก้ว

เมื่อนำส่วนผสมของแก้วมาเผาด้วยความร้อนสูง จนส่วนผสมต่าง ๆ ละลายเป็นน้ำไปแล้ว ก็มีวิธีการทำให้กลายเป็นรูปร่างตามความต้องการด้วยวิธีต่าง ๆ กัน คือ

1. การเป่า (BLOWING) เหมาะสำหรับการทำเครื่องใช้จำพวกขวด โดยการจุ่มหลอดเหล็กลงไปในแก้วที่กำลังละลาย มีน้ำแก้วติดปลายท่อเหล็กขึ้นมาเป่าให้แก้วพองด้วยลมปากหรือเครื่องเป่า เป่าลงในแม่พิมพ์ขนาดต่าง ๆ ที่มีรูปร่างตามที่ต้องการ เมื่อแก้วเย็นก็แกะเอาแม่พิมพ์ออก ก็จะได้ภาชนะแก้วตามที่ต้องการ

2. การกด (PRESSING) เหมาะสำหรับการทำเครื่องใช้ภาชนะแก้วปากกว้าง เช่น ชามแก้ว อ่างแก้ว โถแก้ว โดยเทแก้วซึ่งกำลังละลายลงในแม่พิมพ์ แล้วมีพิมพ์ขนาดเล็กกว่าซ้อนกดลงไปทับแม่พิมพ์เดิม เมื่อแก้วเย็นลง ก็แกะเอาแม่พิมพ์ออกจากกัน

3. การหมุนด้วยลูกกลิ้ง (ROLLING) เหมาะสำหรับการทำแก้วแผ่น โดยเอาแท่งเหล็กกลมจุ่มลงไปลงในน้ำแก้วที่กำลังละลาย พอยกแท่งเหล็กขึ้นมา แก้วก็จะติดขึ้นมาด้วย แล้วกลิ้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผ่านแท่นเรียบรองรับ เพื่อให้แก้วมีความหนาสม่ำเสมอตลอดทั้งแผ่น

กรรมวิธีทั่ว ๆ ไปในการผลิตแก้ว

การผลิตแก้วไม่ว่าจะเป็นการทำภาชนะหรือกระจก มีกระบวนการผลิตคล้ายคลึงกันเป็นส่วนใหญ่ จะต่างกันก็เพียงขนาดของเครื่อง ซึ่งขึ้นอยู่กับสภาพของโรงงาน ลำดับขั้นทั่ว ๆ ไปของการผลิตแก้วมีดังนี้

1. BATCHING OPERATION ชั้นเตรียมผสม การผลิตแก้วเริ่มต้นด้วยการเตรียมส่วนผสมเพื่อทำการผลิต ซึ่งได้แก่ ทรายแก้ว หินปูน โซดาแอช และสารเคมีภัณฑ์อันเป็นส่วนผสมประกอบให้ได้ตามสูตร เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์แก้วตามที่ต้องการ เช่น แก้วโซดาโลมส์สีหรือแก้วโซดาโลมส์ใส ฯลฯ

2. MALTING OPERATION ชั้นหลอมแก้ว ชั้นนี้เป็นชั้นที่สองของขบวนการผลิตเป็นการส่งส่วนผสมที่เตรียมไว้แล้วเข้าเครื่องหลอม อาจจะหลอมด้วยไฟฟ้าหรือน้ำมันเชื้อเพลิง โดยให้ส่วนผสมละลายเป็นของเหลว ให้ได้ความเหนียว ตามต้องการ ตามที่ใช้หลอมมีขนาดต่าง ๆ กัน มีขนาดของความจุตั้งแต่หนึ่งตันต่อหนึ่งเตาต่อวัน เตาหลอมให้ความร้อนสูงถึง 1450° เตาหลอมจะเผาวัตถุดิบที่บ้อนเข้าไป 20-30 นาที แก้วเหลวที่ได้นี้จะมีห้องบังคับให้ไหลลงสู่ส่วนหน้าเตา ซึ่งทำหน้าที่เป็นช่องบ้อนให้ไหลเข้าสู่แบบพิมพ์ต่าง ๆ อีกชั้นหนึ่ง

3. FORMING OPERATION ชั้นทำรูปพรรณ หลังจากส่วนผสมได้ถูกหลอมไฟให้กลายเป็นแก้วเหลว แก้วจะถูกบ้อนเข้าสู่เครื่องเป่า หรือเครื่องอัดแก้ว ซึ่งมีแบบพิมพ์ตามรูปและขนาดที่ต้องการ แก้วที่ผ่านเครื่องเป่าหรือเครื่องอัดแก้วนี้ จะมีรูปร่างตามแบบของแม่พิมพ์ เช่น เป็นรูปขวดหรือถ้วยแก้ว ฯลฯ ขนาดต่าง ๆ กัน ตัวอย่างกรรมวิธีในการทำขวดแก้ว มีดังนี้ เมื่อส่วนผสมซึ่งถูกหลอมเหลวลงสู่แบบพิมพ์ แบบพิมพ์จะประกบกันเป็นรูปปากขวดเสียก่อน จากนั้นแม่พิมพ์รูปปากขวดจะตัวค้ำเข้าเครื่องทำด้วยขวดแก้ว และจะมีลมเป่าให้เป็นรูปขวดตามลักษณะของแบบพิมพ์เมื่อได้รูปขวดแล้ว แบบพิมพ์จะเปิดออกเองโดยอัตโนมัติ และขวดนี้จะถูกส่งเข้าเครื่องจักรเพื่อตกแต่ง คัดเนื้อแก้วให้พอดีกับแบบพิมพ์อีกทีหนึ่ง

4. DECORATING & CUTTING OPERATION ชั้นอบแก้วรูปพรรณ เนื่องจากแก้วที่ทำสำเร็จใหม่มีความร้อนสูง หากปล่อยให้เย็นเร็วเกินไป จะแตกหักที่ จึงต้องมีการทำให้ความร้อนในแก้วลดลงอย่างช้า ๆ จนมีอุณหภูมิใกล้เคียงกับอุณหภูมิของอากาศภายนอก จุดประสงค์เพื่อ

ทำความร้อนเหรียญภายใน ของเนื้อแก้วให้ค่อย ๆ ลดลง วิธีทำคือให้แก้วผ่านเข้าเครื่อง
วิธีทำคือ ให้แก้วผ่านเข้าเครื่องทำความเย็น ซึ่งมีลักษณะเป็นอุโมงค์ ขณะที่แก้วผ่านอุโมงค์
ความร้อนในตัวแก้วจะลดลงตามลำดับเมื่อแก้วผ่านอุโมงค์ออกมา จะมีอุณหภูมิใกล้เคียงกับภาย
นอก กรรมวิธีนี้จะกินเวลาประมาณ 2-3 ชั่วโมง

5. DECORATING AND CUTTING OPERATION ชั้นพิมพ์สี

เป็นกรรมวิธีตกแต่งแก้วให้มีลวดลายและสีตามที่ต้องการก่อนที่จะส่งออกสู่ตลาด โดยให้แก้วผ่าน
เครื่องพิมพ์สี สีที่ใช้เป็นประเภท LOW MELTING-POINT GLASS มีจุดหลอมตัวต่ำ
การพิมพ์สีทำได้ด้วยการอาศัยแม่พิมพ์ตาข่ายเหล็กเนื้อละเอียด และเป็นลวดลายตามที่ต้องการ
ขั้นต่อไปเป็นการอบสีให้แห้งติดกับขวดโดยใช้ความร้อน พอแห้งก็จะให้ลวดลายตามสีนั้น ๆ
ติดสนิทกับเนื้อแก้ว ไม่สามารถล้างออกได้ การพิมพ์สีนี้จะใช้สีอะไรก็ได้ รวมทั้งสามารถทำขอบ
ทองที่ปากด้วยแก้วได้ด้วย

พลาสติก

¹ ปัจจุบันความนิยมในการใช้พลาสติกเป็นวัสดุในการผลิตภาชนะบรรจุ ตลอดจนสิ่งประดิษฐ์อื่น ๆ สำหรับใช้เป็นส่วนประกอบในการบรรจุ มีมากขึ้นผสมลำค้ำ การนำมาใช้ประโยชน์มีให้เห็นได้ในรูปลักษณะต่าง ๆ เช่น ถุง กระสอบ ขวด เชือกและลักษณะพิเศษอื่น ๆ อีกเป็นจำนวนมาก

พลาสติกยังสามารถผลิตเป็นภาชนะได้อย่างรวดเร็ว มีให้เลือกหลายสีและหลายลักษณะ สามารถทำหน้าที่คุ้มครองผลิตภัณฑ์บรรจุอยู่ภายในได้เป็นอย่างดี รูปลักษณะงามตาผู้บริโภค และราคาประหยัด อย่างไรก็ตามในการใช้พลาสติกบรรจุผลิตภัณฑ์นั้น จำเป็นต้องให้ความระมัดระวังในการเลือกใช้วัสดุให้เหมาะสมกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่บรรจุ เพื่อสามารถคุ้มครองรักษาผลิตภัณฑ์ในสภาพสมบูรณ์ คุณภาพน่าพอใจ และปลอดภัยต่อการอุปโภคบริโภค

คุณสมบัตินี้ควรระมัดระวังเมื่อพิจารณาเลือกใช้พลาสติกบรรจุผลิตภัณฑ์ พอสรุปได้ดังนี้

1. ความปลอดภัยจากการเป็นพิษ
2. การระบายอากาศ ไอน้ำ ฯลฯ
3. คุณสมบัติสามารถกันน้ำ
4. ความต้านทานต่ออุณหภูมิต่ำ - สูง
5. ความสะดวกในการผลิตปิด
6. ความสะดวกในการพิมพ์
7. ความต้านทานต่ออินฟ้าอากาศ
8. ความสะดวกในการกำจัดซาก

คุณสมบัติของพลาสติกที่แตกต่างกันเกิดขึ้นจากวิธีการเรียงตัวของโมเลกุลโมโนเมอร์ ดังนั้นจึงสามารถคัดค้านและคัดแปลงคุณภาพของพลาสติกให้เหมาะสมกับการใช้งาน และการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ขึ้นได้ด้วยการกำหนดวิธีการเรียงตัวของโมเลกุลโมโนเมอร์ให้เป็นประโพลิเมอร์

พลาสติกจำแนกออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. THERMOSETTING
2. THERMOPLASTIC

พลาสติกประเภทแรก สามารถให้ความร้อนแล้วผลิตขึ้นเป็นผลิตภัณฑ์ได้เพียงครั้งเดียว เมื่อแข็งตัวแล้วไม่สามารถทำให้หลอมตัวด้วยความร้อนเพื่อผลิตชิ้นใหม่ได้

พลาสติกประเภทที่สอง สามารถใช้ความร้อนทำให้หลอมตัวแล้วผลิตขึ้นเป็นรูปผลิตภัณฑ์ ได้หลายครั้งตามต้องการ

พลาสติกที่ใช้ทำภาชนะบรรจุภัณฑ์ มีหลายชนิด แต่ที่สำคัญและใช้กันมาก มีดังต่อไปนี้คือ

- โพลีเอทิลีน
- โพลีไวนิลคลอไรด์
- โพลีสไตรีน
- โพลีพรอพิรีน
- โพลีคาร์บอเนต
- สไตรีน อีไทรโลไนไตรล์
- เมลามีนฟอร์มาลดีไฮด์

พลาสติกที่ นิยมใช้ทำฝาปิดภาชนะก็คือ

- ยูเรียฟอร์มาลดีไฮด์
- เมลามีนฟอร์มาลดีไฮด์

1. โพลีเอทิลีน

เป็นพลาสติกชนิด THERMOPLASTIC แบ่งออกเป็น 3 ชนิดคือ

- 1.1 ชนิดที่มีความหนาแน่นมาก (HIGH DENSITY POLYETHYLENE)
- 1.2 ชนิดที่มีความหนาแน่นปานกลาง (MEDIUM DENSITY POLYETHYLENE)
- 1.3 ชนิดที่มีความหนาแน่นน้อย (LOW DENSITY POLYETHYLENE)

ทั้ง 3 ชนิดมีคุณสมบัติโดยทั่วไปคือ มีลักษณะใสและมัน ใช้ได้เหมาะสมกับอุณหภูมิถึง 80° เซลเซียส บางชนิดอาจใช้ได้ถึง 100° เซลเซียส หรือสูงกว่า ชนิดที่มีความหนาแน่นน้อยนั้นอ่อนพับได้และเหนียว ส่วนชนิดที่มีความหนาแน่นมากนั้น เนื้อแข็งกว่ามีคุณสมบัติที่แข็งแรง

ทนทานกว่าใช้ได้หลายอุณหภูมิ ทั้ง 3 ชนิดให้ออนำระเหยผ่านได้น้อย ควบน้ำได้น้อย ทนทาน เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่อสารเคมีได้ก็เยี่ยมที่อุณหภูมิปกติ คงขนาดได้ดี เหมาะสำหรับการรวมวิธีผลิตแบบ BLOW MOLDING และ INJECTION MOLDING มีคุณสมบัติพอใช้จนถึงดี สำหรับการรวมวิธีผลิตแบบ THERMOFORMING มีราคาถูก นำไปใช้ทำขวดชนิดที่ได้จากการผลิตแบบเป่า ทำกระปุก หลอดบีบ ถาด กล่อง ครอบ่อง ภาชนะบรรจุ เครื่องดื่ม ฝาปิด ทำภาชนะบรรจุซึ่งผลิตโดยวิธี THERMOFORMING และทำชิ้นส่วนต่าง ๆ

1.1 HIGH DENSITY POLYETHYLENE (HDPE) ดีมาก แต่ใช้ความร้อนทำให้เกิดการเชื่อมปิดได้ยาก ที่ใช้มากที่สุด ได้แก่ ใช้ทำถุงสำหรับบรรจุผลิตภัณฑ์เพื่อการขนส่ง เนื่องจากเป็นพลาสติกที่มีความแข็งแรงสูง

คุณสมบัติ

1. ยอมให้น้ำซึมผ่านได้น้อย การซึมผ่านของแก๊สชนิดต่าง ๆ ก็น้อยกว่า
2. จุดหลอมเหลวและอุณหภูมิที่จะทำให้เกิดการเชื่อมปิดจะสูงกว่า LDPE
3. FLEXIBILITY น้อยกว่า LDPE เจาะทะลุได้ง่ายกว่า
4. ความต้านทานการซึมผ่านของ GREASE และ OIL สูงกว่า LDPE
5. ราคาแพงกว่า

1.2 MEDIUM DENSITY POLYETHYLENE (MDPE) คุณสมบัติอยู่ระหว่างกึ่งกลางของ LDPE และ HDPE

1.3 LOW DENSITY POLYETHYLENE (LDPE) ใช้มากที่สุดในการทำถุง เนื่องจากราคาถูกและใช้ความร้อนทำให้เกิดการเชื่อมปิดได้ดี นอกจากทำเป็นถุงแล้วยังใช้ทำภาชนะบรรจุผลิตภัณฑ์ชนิดที่ต้องการภาชนะบรรจุที่มีความแข็งแรง ใช้งานได้หลายรูปแบบ และราคาถูก อาจใช้ทำ FILM สำหรับห่อชนิดหดตัวได้ (SHRINK WRAPPING) สำหรับ PALLET ที่มีขนาดใหญ่ ๆ ได้ดีมากอีกด้วย

คุณสมบัติ

1. หนตอตัวทำละลายแทบทุกชนิด แต่ที่อุณหภูมิสูงกว่า 140° ฟาเรนไฮต์ จะละลายได้ใน AROMATIC HYDROCARBONS
2. OIL และ GREASE จะทำให้เนียวทางด้านนอก พวก MINERAL OIL

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาจซึมผ่านได้ในเวลา 4-5 วัน

3. ไม่ทำปฏิกิริยากับกรดและด่าง ยกเว้นกรด NITRIC เข้มข้นที่ต้มให้ร้อน
4. เป็นวัสดุขวางกั้นการซึมผ่านของไอน้ำ (MOISTURE BARRIER) ที่ตีมากชนิดหนึ่ง แต่จะยอมให้แก๊สต่าง ๆ ซึมผ่านได้โดยง่าย
5. อุณหภูมิทำให้ POLYETHYLENE ชนิดนี้อ่อนตัว คือ 210° ฟาเรนไฮต์

2. โพลีไวนิลคลอไรด์ ¹

เป็นพลาสติกชนิดเทอร์โมพลาสติก มี 2 ชนิดคือ ชนิดผสมพลาสติกไซค์ (PIASTICLZED) กับชนิดไม่ผสมพลาสติกไซค์ (UNPIASTICIZED) ชนิดผสมพลาสติกไซค์มีความถ่วงจำเพาะ 1.16 - 1.35 ชนิดไม่ผสมพลาสติกไซค์มีความถ่วงจำเพาะ 1.35 - 1.45 คุณสมบัติโดยทั่วไปไม่มีความโปร่งแสง มีหลายสี อุณหภูมิที่เหมาะสมในการใช้คือ ตั้งแต่ต่ำกว่า 0° - 65° เซลเซียส ทั้งขึ้นอยู่กับชนิดและการนำไปใช้งาน ได้มีการปรับปรุงให้มีคุณสมบัติบางอย่างดีขึ้นกว่าเดิม มีความเหนียวและอ่อนจนสามารถพับได้ มีความต้านทานต่อแรงกระแทกได้ตั้งแต่ไม่ถึงจนถึงพอใช้ชนิดที่ใช้กันทั่ว ๆ ไป มีความปานกลางจนถึงแข็ง สำหรับพวกที่ปรับปรุงให้อ่อนจนถึงพับได้นั้น จะมีความต้านทาน ต่อไอน้ำสูง ส่วนพวกที่แข็งจะยอมให้ไอน้ำผ่านได้ปานกลางมีความต้านทานได้ดีต่อค่าง อัลกอฮอล์ น้ำมัน จาระบี แต่ต้านทานต่อสารบางอย่างไม่ได้ วัสดุชนิดนี้มีราคาถูก การผลิตถ้าใช้กับวิธี INJECTION MOLDING จะผลิตได้ยาก เหมาะสำหรับการผลิตแบบ THERMOFORMING นำไปใช้ทำภาชนะบรรจุพวกขวด ถาดอาหาร ถาดบรรจุของ นอกจากนี้ยังนำไปใช้เคลือบทำกระเบื้องอัดดีดด้วย

คุณสมบัติ

1. เป็นวัสดุขวางกั้น (BARRIER) ที่ดีสำหรับน้ำมัน อัลกอฮอล์ และตัวทำละลายจำพวก PETROLEUM แต่ถ้าเป็นชนิดที่มีพลาสติกไซค์ผสมอยู่ สารนี้อาจจะละลายออกมาในตัวทำละลายที่กล่าวนี้ได้
2. เก็บกลิ่นและรสของผลิตภัณฑ์บรรจุอยู่ภายในได้ดี เพราะยอมให้ก๊าซออกซิเจนซึมผ่านได้น้อยมาก

คือ ความต้านทานต่อสารเคมีและแรงเค้นได้ดีเยี่ยม เมื่อทำให้มันคงตัวได้อย่างเหมาะสม ยอมให้ออน้ำระเหยผ่านได้น้อย ตัวเองดูดน้ำได้น้อย ต้านทานต่อความร้อนได้สูง ใช้เป็น ภาชนะบรรจุพวกกล่องที่ผลิตโดยวิธี INJECTION MOLDING ชนิดที่เป็นบานพับ ในตัวเอง ใช้ทำที่ปิด หรือฝาครอบภาชนะบรรจุที่ต้องการให้เห็นของที่บรรจุและไม่ต้องใช้ บานพับต่างหากอีก

โพลีพรอพิลีน ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน แบ่งออกเป็น 2 ชนิดคือ

1. CAST POLYPROPYLENE คุณสมบัติคล้ายโพลีเอทิลีนมาก
2. ORIENTEC POLYPROPYLENE เป็นโพลีพรอพิลีนชนิด CAST ที่นำมาดัด ให้ยืคออกภายใต้อุณหภูมิอื่นหนึ่ง เพื่อให้การเรียงตัวของโมเลกุลเปลี่ยนไปในแบบที่จะทำ ให้แผ่นฟิล์มที่มี TENSILE STRENGTH และ STIFFNESS สูงขึ้นกว่าเดิม

คุณสมบัติ

1. ยอมให้ออน้ำซึมผ่านได้น้อยมาก (เท่า ๆ กับ MDPE)
2. ยอมให้ออกซิเจน คาร์บอนไดออกไซด์และก๊าซชนิดอื่นซึมผ่านได้มาก
3. อาจใช้ความร้อนในการเชื่อมปิดได้ เมื่อใช้ร่วมกับ RESIN ชนิดอื่นที่มีอุณหภูมิ ที่ทำให้เกิดการเชื่อมปิดสูงกว่าโพลีเอทิลีน
4. มีความแข็งแรงดี TENSILE STRENGTH สูง มีความต้านทานต่อการลิกสูง แต่ TEAR STRENGTH ต่ำ
5. ทนความร้อนได้ถึง 250 ° ฟาเรนไฮต์ แต่ไม่ควรใช้ที่อุณหภูมิแช่แข็ง
6. ไม่ทำปฏิกิริยากับกรดและด่างส่วนมาก และมีความต้านทานต่อการซึมผ่านของ GREASE สูงกว่าโพลีเอทิลีน
7. ไม่มีรส ไม่มีกลิ่น
8. ราคาปานกลาง สูงกว่าโพลีเอทิลีนเล็กน้อย

คุณสมบัติ ORIENTEC POLYPROPYLENE

1. อัตราการยอมให้น้ำซึมผ่านเท่ากับครึ่งหนึ่งของ CAST POLYPROPYLENE

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. PVC ชนิดแข็งเป็นวัสดุวางกันที่ตีเพื่อใช้สำหรับความชื้นและแก๊ส แต่เมื่อผ่านการพลาสติกไซต์แล้ว คุณสมบัติอันนี้จะด้อยลง

4. ทนกรดและด่างได้หลายชนิด ยกเว้นกรดจำพวก OXIDIZING ACID แต่สาร PLASTICIZER จะทำปฏิกิริยาได้กับกรดและด่างที่เข้มข้น

5. IMPACT RESISTANCE ต่ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุณหภูมิต่ำ ๆ

6. ราคาอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างต่ำ

3. โพลีสไตรีน¹

เป็นพลาสติกชนิดเทอร์โมพลาสติก มีความถ่วงจำเพาะ 1.04 - 1.08 ได้มาจากถ่านหิน สามารถใช้เครื่องอัดออกมาให้เป็นแผ่นบาง ๆ ได้ แต่ค่อนข้างเปราะ ถ้าไม่ผสมมีความใสมาก มีหลายสี คุณสมบัติทั่ว ๆ ไป เป็นวัสดุที่ใช้ได้จนถึงอุณหภูมิ 90° เซลเซียส ใช้สำหรับงานทั่ว ๆ ไป มีทั้งความแข็งและความโปร่งแสงอยู่ในตัวเป็นวัสดุที่คงขนาดได้ดีเยี่ยม มีความต้านทานต่อแรงยึดได้สูง แต่ทนแรงกระแทกและการพับไม่ได้ดี มีความต้านทานต่อการระเหยของไอน้ำได้สูงปานกลาง มีความต้านทานต่อสารเคมีได้พอใช้จนถึงดี ต้านทานต่อน้ำมันปิโตรเลียมไม่ดี ไม่มีกลิ่นและรส ใช้เป็นภาชนะบรรจุอาหาร ยา และของอื่น ๆ ได้ดีเยี่ยม เป็นวัสดุที่ใช้กันมากในการทำภาชนะบรรจุด้วยวิธี INJECTION MOLDING มีคุณสมบัติสำหรับการผลิตด้วยวิธี THERMOFORMING ราคาถูกมากสำหรับชนิดที่ปรับปรุงให้ดีขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่ง เป็นวัสดุที่มีคุณสมบัติของความแข็งแรงและคงต่อสารเคมีได้ดีขึ้น นำไปใช้สำหรับทำภาชนะบรรจุพวกกล่องที่ได้จากวิธี BLOW MOLDING ส่วนพวกที่ได้มาจากวิธี THERMOFORMING ก็คือพวกภาชนะใส่อาหาร ด้วย นอกจากนี้ยังใช้สำหรับเคลือบขวดแก้วบรรจุน้ำหอมอีกด้วย

4. โพลีพรอพิลีน¹

เป็นพลาสติกชนิดเทอร์โมพลาสติก มีความถ่วงจำเพาะ 0.900 - 0.915 อุณหภูมิที่เหมาะสมในการใช้ตั้งแต่ 0° เซลเซียส ถึง 100° เซลเซียส หรือสูงกว่า ความโปร่งใสและสีที่ได้จากการผลิตอยู่ในลักษณะมัว สำหรับแผ่นบาง ๆ จะใส มีหลายสี คุณสมบัติทั่ว ๆ

2. ยอมให้ก๊าซชนิดต่าง ๆ ซึมผ่านเท่ากับครึ่งหนึ่งของ CAST POLYPROPYLENE แต่ก็ยังมีว่าสูง ถ้าเคลือบด้วย POLYVINYLIDENE CHLORIDE จะเป็นวัสดุกันการซึมผ่านของก๊าซต่าง ๆ ได้ดี
3. การเชื่อมปิดด้วยความร้อนทำได้ยาก เพราะต้องใช้อุณหภูมิสูงมาก
4. STIFFNESS สูงพอ ๆ กับ CELLOPHANE
5. มีความแข็งแรงเป็นเยี่ยม TEHSILE STRENGTH สูงมาก มีความต้านทานต่อการสึกดีมาก ใช้ได้ที่อุณหภูมิต่ำ ๆ แต่ถ้าใช้ที่อุณหภูมิสูงกว่า 250° ฟาเรนไฮต์ไม่ได้
6. ไม่ทำปฏิกิริยา กับกรดและด่างส่วนมาก และไม่ยอมให้ GREASE ซึมผ่าน
7. มีความใสและความมันดีมาก
8. ไม่มีรส ไม่มีกลิ่น
9. ราคาค่อนข้างสูง

การใช้งาน

CAST POLYPROPYLENE ใช้เป็น SEALANT เมื่อไม่ต้องการให้ GREASE ซึมผ่าน แต่ต้องใช้ที่อุณหภูมิสูง นอกจากนี้ยังใช้เป็นวัสดุห่อทางด้านนอก (OVERWRAP) หรือทำเป็นถังเมื่อต้องการภาชนะที่มีความใส ทนต่อสารเคมีและไม่เปลี่ยนรูปร่างเมื่อถูกความชื้น

ORIENTED POLYPROPYLENE ใช้มากในการทำเป็นวัสดุห่อทางด้านนอก (OVERWRAP) ราคาพอกับ CELLOPHANE แต่ ORIENTED POLYPROPYLENE ดีกว่าในแง่ที่ว่า มีรูปร่างคงที่กว่า และไม่เสื่อมคุณภาพเมื่อใช้ไปนาน ๆ ใช้มากในการทำลามิเนตกับ CELLOPHANE หรือ GLASSINE เพื่อทำเป็นภาชนะบรรจุผลิตภัณฑ์จำพวกคุกกี้ ขนมหวานชนิดต่าง ๆ และอาหารว่างบางชนิด หรืออาจจะ LAMINATE กับวัสดุชนิดอื่นเพื่อใช้ทำเป็นภาชนะสำหรับบรรจุเนย กาแฟ ที่ต้องการบรรจุแบบปิดภายใต้สุญญากาศหรือก๊าซบางชนิด หรืออาจใช้เป็นชั้นนอกของถุงแบบปิดตายทั้ง 4 ด้าน ที่ทำจาก ALUMINIUM FOIL ก็ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. โพลีคาร์บอเนต

เป็นพลาสติกชนิดเทอร์โมพลาสติก มีความถ่วงจำเพาะ 1-2 จุดอุณหภูมิที่เหมาะสมในการใช้คือตั้งแต่ -37° - 121° เซลเซียส ขึ้นอยู่กับชนิดและการนำไปใช้งานมีความโปร่งใส มีหลายสีให้เลือกใช้คุณสมบัติทั่วไป มีความเหนียว แข็งและยืดหยุ่นได้ดีเยี่ยม ไม่เปราะขาด คงคุณสมบัติเดิมในช่วงอุณหภูมิกว้าง ยอมให้ออน้ำผ่านหอบประมาณ มีความต้านทานต่อกรดด่างใช้ได้ถึงดี และค่าต่าง ๆ พลาสติกชนิดนี้จะ ค่อนข้างแพง เป็นวัสดุที่ใช้ทำภาชนะบรรจุที่ใช้การขึ้นรูปด้วยความร้อน และทำชิ้นส่วนต่าง ๆ ใช้ทำขวดนมชนิดดี

6. สไตรีน อโครโลไนไตร์

รู้จักกันในชื่อของ ป้องกันการขูดขีดเป็นรอยได้ดี ทนอุณหภูมิได้ดีถึงอุณหภูมิน้ำเดือด สามารถทำให้โปร่งแสงได้

7. เมลามันฟอร์มาลดีไฮด์

เป็นพลาสติกชนิดเทอร์โมเซตติง มีความถ่วงจำเพาะ 1.45 - 1.52 จุดอุณหภูมิที่เหมาะสมในการใช้คือต่ำกว่า 0° - 120° เซลเซียส ความโปร่งใสและสีที่ได้จากการผลิตมีทั้งมีแสงและทึบแสง มีหลายสี คุณสมบัติทั่วไป ของพลาสติกชนิดนี้คือ คงขนาดได้ดี ตัวเองไม่ค่อยยอมน้ำ ทนแรงบิดได้ดี จึงเหมาะแก่การใช้ทำฝาปิด ซึ่งต้านทานแรงกระแทกได้ดี มีคุณสมบัติป้องกันกลิ่นรสได้ดีเยี่ยม ต้านทานต่อด่างได้ดีมากเหมาะในการนำไปทำเครื่องตกแต่ง มีความต้านทานต่อน้ำมัน จาระบี และสารละลาย นำไปใช้ทำฝาปิด ทำภาชนะบรรจุที่ต้านทานต่อสารเคมี ทำภาชนะที่ต้องการความสวยงาม ทำกล่องใส่ของที่มีราคาแพง

8. ยูเรียฟอร์มาลดีไฮด์

เป็นพลาสติกชนิดเทอร์โมเซตติง มีความถ่วงจำเพาะ 1.47 - 1.52 จุดอุณหภูมิที่เหมาะสมในการใช้คือต่ำกว่า 0° - 100° เซลเซียส ความโปร่งใสและสีที่ได้จากการผลิตมีทั้งมีแสงและทึบแสง มีหลายสี คุณสมบัติทั่วไป คือ คงขนาดได้ดีมีคุณสมบัติทางความแข็งแรง แข็ง อม่น้ำได้ปานกลาง ป้องกันกลิ่นและรสได้ดีเยี่ยมมีความต้านทานด่างได้ดีต่ออัลกอฮอล์ จาระบี กรดอย่างอ่อน แต่ต้านทานต่อด่างต่าง ๆ ได้ไม่ดีจนถึงพอใช้ มีรูปร่างดี นำไปใช้ทำฝาปิดภาชนะบรรจุพวกสารเคมี และภาชนะที่ต้องการให้มีรูปร่างสวยงาม ทำกล่องใส่ของที่มี

เอกสารนี้เรวราคาแพงที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หลอดบีบ (COLLAPSIBLE TUBES)

สำหรับการบรรจุผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเหนียว หรือกึ่งเหนียวนั้น หลอดบีบคือภาชนะบรรจุที่นิยมใช้กันอย่างกว้างขวางที่สุด นับตั้งแต่ผลิตภัณฑ์สำหรับการแต่งตัว (TOILETERIES) เครื่องสำอาง ยาสีฟัน ยา และผลิตภัณฑ์สำหรับใช้ภายในบ้าน ในยุโรปยังนิยมใช้สำหรับบรรจุอาหารด้วย

หลอดบีบมีคุณสมบัติบางประการที่แตกต่างจากภาชนะบรรจุอื่น และสามารถพัฒนาให้เข้ากับความต้องการของผู้บริโภค และขบวนการผลิตทางอุตสาหกรรมได้ แม้ว่าลักษณะของหลอดจะขึ้นกับวัสดุที่ทำมาผลิต (เช่น โลหะ พลาสติกหรือลามิเนต) แต่ก็มีข้อดีที่เหมือนกันคือ หลอดบีบไม่แตกหักเสียหาย สะดวกในการพกพาและประหยัดเพราะผู้ใช้สามารถใช้ผลิตภัณฑ์ในปริมาณมากหรือน้อยได้ตามต้องการ โดยไม่มีการสิ้นเปลือง

ปลายหลอดและฝาปิดหลอด สามารถพัฒนาให้ตรงตามความต้องการพิเศษได้ ในปัจจุบันที่ใช้กันอยู่มีดังนี้ คือ

- POINTED CAPS สำหรับปลายหลอดปิด ซึ่งผู้ใช้จะต้องเจาะปลายหลอดก่อนใช้
- RECTAL PLPES NASAL CAPS SPREADER CAPS สำหรับผลิตภัณฑ์กาวยางและกาวอื่น ๆ
- STAND - UP CAPS สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ต้องการความสวยงามและง่ายต่อการเก็บ
- CAPTIVE CAPS เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ผู้ใช้

ครีมทาผิว แชมพู ครีมทากันแดด ยาทาให้ขนร่วง ยาสีฟัน มาสคาร่า ชั่งแต่งรูป หนวด ผลิตภัณฑ์แต่งหน้าเด็ก ยารักษาแผล ครีมโกนหนวด สี กาว ผลิตภัณฑ์เพื่อการหล่อลื่น สีโป้ว น้ำยาอุดกันรั่ว ยาบรรเทาปวด ยาคุมกำเนิด ยาหยอดตา ชั่งรักษาแผลไฟไหม้ ยาทาแก้แมลง สีย้อมหรือแม่แต่ยาขจัดคราบ เหล่านี้นับเป็นเพียงส่วนน้อยของผลิตภัณฑ์ที่ใช้หลอดบีบ

หลอดโลหะ (METAL TUBES)

หลอดโลหะเดิมผลิตจากตีบุก ตะกั่ว และอลูมิเนียม ปัจจุบันผลิตจากอลูมิเนียม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซึ่งมีความแข็งแรง มีน้ำหนักเบา และมีผิวหน้าที่ดีเยี่ยม เหมาะแก่การพิมพ์ ในระยะ 2 -3 ปี
มาจากการเคลือบผิวภายในหลอดได้มีการพัฒนา เพื่อเพิ่มความทนทานให้ผลิตภัณฑ์ทนต่อการครูดหรือ
ค่าง และได้ขยายขอบเขตของการใช้ออกไปถึงการบรรจุผลิตภัณฑ์จำนวนโม่ วัตถุกับสีตก
และขึงทำแผลแบบผสมน้ำชนิดใหม่อีกด้วย

ข้อดีประการหนึ่งที่สำคัญของหลอดโลหะ คือ อากาศเข้าหรือซึมผ่านไม่ได้และ
ไม่มีการถูกกลับ ทำให้ผลิตภัณฑ์คงความใหม่ได้เสมอ แม้จะนาน ๆ ใช้ครั้งก็ตาม

หลอดโลหะขึ้นรูปจากแท่งโลหะ โดยกรรมวิธี EXTRUSION ด้วยความเร็ว
สูง ตัดขอบ ม้วน และทำให้อ่อนตัว เคลือบและทำให้แห้ง จากนั้นจึงพิมพ์ตกแต่งและปิดฝาเป็น
ขั้นตอนสุดท้าย ถ้าจำเป็นต้องเคลือบผิวด้านในหลอดต้องทำก่อนที่จะเคลือบและตกแต่งผิวด้าน
นอกด้วยวัสดุบางชนิด เช่น แลคเกอร์ หรือเรซิน (เช่น ฟีนอลิก ไวนิล หรืออีพอกซี) และ
การเคลือบผิวสามารถปรับปรุงให้เหมาะสมกับความต้องการของผลิตภัณฑ์เฉพาะอย่างได้

การตกแต่งใช้วิธีการพิมพ์ OFF-SET แบบพิมพ์หิน ซึ่งทำให้เกิดข้อจำกัดต่อ
การออกแบบและการใช้สี ใหญ่ของหลอดจำเป็นต้องเคลือบด้วยสารเคมีบางชนิด เพื่อกันไม่
ให้เกิดการหมอง บางครั้งถ้าขบวนการผลิตง่ายและราคาไม่สูงนัก ก็อาจใช้การขัดด้วยแปรง
เพื่อให้ดูเป็นเงางาม

ปลายและฝาปิดหลอดโลหะผลิตจากโพลีเอทิลีน หรือโพลีโพรพิลีน ทั้งชนิดความ
หนาแน่นสูงและต่ำ

การบรรจุผลิตภัณฑ์จะบรรจุทางปลายหลอดด้านล่าง หลังจากนั้นบีบปลายหลอด
ให้แบน ปิดให้สนิทด้วยการพับ 2 ชั้น แล้วจึงร้อยพับให้แน่น บางครั้งผลิตภัณฑ์แข็งเกินกว่าที่จะ
บรรจุในหลอดได้ จะใช้วัสดุอุดกันรั่ว (เช่น ยีเมนต์ ไวนิล แลคเกอร์หรือลาเทกซ์) หยดลง
ที่ปลาย แล้วจึงจี้ร้อยพับให้แน่น

แม้จะมีหลอดพลาสติก หรือหลอดลามิเนตเข้ามาแทนที่ แต่หลอดโลหะก็ยังคงใช้
กันต่อไป โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ยา ซึ่งต้องการคุณสมบัติทางด้านสุขลักษณะความสามารถในการ
ป้องกันผลิตภัณฑ์จากความชื้นและการ OXIDATION

หลอดพลาสติก (PLASTIC TUBES)

หลอดพลาสติกได้รับการพัฒนาขึ้นในปี ค.ศ. 1950 ซึ่งแตกต่างไปจากหลอดโลหะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยสิ้นเชิง ในปี ค.ศ. 1960 มีการใช้กันอย่างกว้างขวางมาก ทนแรกใช้สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทครีมกนอมผิว และแซมพูต่อมาใช้ในผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์เพื่อการแต่งหน้า เช่น ครีมล้างหน้า ครีมลอกหน้า และโลชั่นบังกันแดด ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1970 เป็นต้นมา ยา และผลิตภัณฑ์สำหรับใช้ภายในบ้านก็เริ่มหันมาใช้หลอดพลาสติกบรรจุกันมากขึ้น

หลอดพลาสติกมีน้ำหนักเบา ไม้รั่ว ทนทาน และไม่แตกหักเสียหายอย่างไรก็ตาม เนื่องจากพลาสติกเป็นสารโพลีเมอร์ จึงอาจทำปฏิกิริยากับสารที่มีน้ำเป็นส่วนประกอบ และสารละลายที่ผสมน้ำ หรือน้ำมัน หรือน้ำมันปรุงกลิ่นสารละลายที่ระเหยง่ายและมีกลิ่นหอมต่าง ๆ

อีกประการหนึ่ง หลอดพลาสติกมีข้อแตกต่างกับหลอดโลหะคือ จะคงรูปอยู่ตลอดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ เอื้ออำนวยต่อการตกแต่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องสำอาง และเครื่องแต่งหน้า ซึ่งความสวยงามเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการขาย หลอดพลาสติกผลิตด้วยกรรมวิธี EXTRUSION โดยผลิตส่วนตัวหลอดก่อน แล้วจึงผลิตส่วนหัวติดกับปลายข้างหนึ่งของหลอด

โพลีเอทิลีนทั้งชนิดความหนาแน่นต่ำและสูง เป็นพลาสติกที่นิยมนำมาผลิตหลอดบีบอย่างกว้างขวาง ในสภาวะที่ต้องการความทนทานอย่างสูง เช่น ทนต่อน้ำหอม แอลกอฮอล์ หรือน้ำมันจากถ่านหิน โพลีโพรพิลีนทั้งชนิดความหนาแน่นต่ำและสูง จะถูกนำมาใช้ในการผลิต ถึงแม้จะมีราคาสูงกว่าเล็กน้อย

โดยส่วนมาก หลอดพลาสติกจะเป็นหลอดสีขาวหรือใส ส่วนหลอดสีอื่น ๆ ก็ผลิตได้เช่นกัน

การตกแต่งนิยมใช้การพิมพ์ OFF - SET เป็นมาตรฐาน สามารถพิมพ์ได้ถึง 4 สี การพิมพ์ไล่ระดับสี (SKIN TONES) ซึ่งเคยถูกจำกัดเฉพาะบนภาชนะบรรจุแบบ ปัจจุบันเป็นสิ่งธรรมดาสำหรับหลอดพลาสติก

บางครั้งอาจใช้การพิมพ์แบบ HOT STAMP (ใช้พิมพ์สีแวววาวแบบโลหะ เช่น เป็นจุด หรือลายทางยาว) SILK SCREEN (พิมพ์ได้ถึง 4 สี) หรือการพิมพ์แบบส่งผ่านความร้อน (HEAT TRANSFER) ซึ่งหลอดลายจะถูกพิมพ์บนกระดาษก่อนด้วยวิธี GRAVURE แล้วถ่ายทอกลงบนหลอดด้วยความร้อนและความกดดัน สามารถพิมพ์ได้ถึง 7 สี)

สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลรักษาผมและเครื่องสำอาง โดยส่วนใหญ่นิยมใช้ฝาปิดแบบหมุน ปิค (TWIST-OFF) ราคาถูก ซึ่งผลิตจากโพลีเอทิลีนหรือโพลีโพรพิลีน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเคลือบผิวด้านนอก จะทำให้ผิวมัน และทนต่อการถูกทำลายจากสารต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะเคลือบด้วยอีพอกซี

หลอดคลาไมเนต

หลอดคลาไมเนตได้รับการพัฒนาเพื่อสนองความต้องการของตลาด ในด้านรูปร่างของหลอด ซึ่งเป็นข้อดีของหลอดพลาสติก แต่มีคุณสมบัติในการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงกับหลอดโลหะ

ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1960 เป็นต้นมา สถิติการขายหลอดคลาไมเนต (ซึ่งผลิตจากวัตถุดิบสมัยใหม่ อันประกอบด้วยแผ่นอลูมิเนียมพอยล์ 7 ชั้น กระดาษและแผ่นฟิล์มโพลีเอทิลีนในลักษณะแผ่นเชื่อมติดกันเป็นตะเข็บ) ได้เพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็ว

เหตุผลสำคัญสำหรับความสำเร็จของหลอดคลาไมเนต คือ

1. หลอดคลาไมเนตสามารถดัดแปลงให้เข้ากับความต้องการต่าง ๆ ได้ง่าย
2. หลอดคลาไมเนตให้ความรู้สึกที่ดี และยังคงรักษาความสวยงามได้ตลอดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์

ระยะแรก หลอดคลาไมเนตใช้บรรจุผลิตภัณฑ์ที่มีปริมาณมาก เช่น ยาสีฟัน แต่ปัจจุบันใช้สำหรับบรรจุผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มากมาย นับตั้งแต่ กาว สี จนกระทั่งถึงผลิตภัณฑ์บำรุงเส้นผมและยา เนื่องจากปริมาณการใช้หลอดคลาไมเนตได้เพิ่มขึ้นอย่างมากมาในระยะหลัง ทำให้มีการพัฒนาเครื่องจักรในการปิดหลอด โดยใช้ระบบความถี่เหนือเสียง (ULTRA SONIC) รวมไปถึงเทคนิคใหม่ในการบรรจุหลอดคลาไมเนตและหลอดพลาสติก ซึ่งประหยัดค่าใช้จ่ายมากกว่าการบรรจุหลอดโลหะ ไม่ว่าจะเป็ปริมาณมากหรือน้อย

ส่วนหัวของหลอดคลาไมเนตทำด้วยโพลีเอทิลีน เช่นเดียวกับหลอดพลาสติกถ้าต้องการความคุ้มครองพิเศษสำหรับผลิตภัณฑ์ ที่อาจจะทำปฏิกิริยาต่อหลอดได้ง่าย ก็จะใช้ส่วนหัวที่มีความหนาสูงแทน

หลายปีมานี้ ได้มีการพัฒนาส่วนหัวของหลอดอย่างมาก ในปี ค.ศ. 1983 ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางของหลอดมีตั้งแต่ 1/2 นิ้ว ถึง 1.5/8 นิ้ว

ในการตกแต่งหลอดคลาไมเนต ใช้การพิมพ์แบบ ROTO GRAVURE โดยพิมพ์เป็นแถบยาวต่อเนื่องกับบนแผ่นวัตถุดิบในขั้นตอนการผลิต ส่วนการพิมพ์ OFF-SET ก็ได้เริ่มใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในระยะ 2 - 3 ปี โดยพิมพ์พิมพ์ผิววัตถุที่ยังไม่ผ่านการตกแต่ง ซึ่งช่วยให้การผลิตรวดเร็วขึ้น

สีบนบรรจุภัณฑ์

ภาพพจน์ของสินค้าสามารถแสดงออกได้จากการเลือกใช้สี ซึ่งสีแต่ละสีก็มีผลต่อความรู้สึกที่แตกต่างกันออกไป ประกอบด้วย การเลือกใช้สีไม่มีข้อหลักที่ตายตัว ทั้งนี้การจะศึกษาการใช้สีจึงสามารถศึกษาได้จากจิตวิทยาของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

สีที่นิยมในกลุ่มคนหนึ่งจะไม่เป็นที่นิยมในคนอีกกลุ่มก็ได้ ทั้งนี้ เพศ อายุ สภาพสังคม สถานภาพ สภาพแวดล้อม ศาสนา เชื้อชาติ ส่วนมีส่วนในความนิยมสีต่างกัน แต่ก็มีสีบางสีที่พอจะบอกได้ว่าเป็นสีที่นิยมของคนส่วนใหญ่ แต่ความเข้มของสีที่แตกต่างกันก็ให้อารมณ์ที่ต่างกันด้วย พึงศึกษาถึงชนชาติและวัฒนธรรมของกลุ่มผู้บริโภคที่เราจะเสนอขายสินค้าให้

ในด้านของสัญลักษณ์และจิตวิทยาสีมีความไวต่อความรู้สึก และสัมผัสทางสายตามาก จะใช้ให้ได้ผลต้องใช้สีให้ถูกกับแบบที่ใ้กว้างไว้ ประการแรกคือ เพื่อดึงดูดคนที่กระทำไ้ได้เช่นนี้ ต้องใช้สีที่เห็นสะดุดตาและมีแรงกระตุ้นที่ดี สีที่มองเห็นได้แต่ไกล ๆ จะถูกมองเห็นก่อน ถึงแม้จะในระยะใกล้ ๆ โดยทั่วไป สี PURE จะมีแรงกระตุ้นไวต่อสีเงือขาวหรือดำ (TINT & TONE) สี PURE ที่สังเกตด้วยตายาก อาจจะได้ไม่ชัดเท่าสี PURE ที่เป็นสีเด่นผสม TINT ให้เงือจางลง นอกจากนั้นสีต่าง ๆ ยังให้ความรู้สึกที่ต่างกันออกไปด้วย

การเลือกใช้สี ช่วยในการจำแนกประเภทและแบบที่ต้องการออกแบบสีสามารถเพิ่มความดึงดูดตัวหนังสือให้หน้าสนใจ และชักชวนโดยดึงดูดให้อ่านข้อความบางข้อ ความได้ความรู้สึกของสีสันบนกล่องจะสามารถโยงความรู้สึกไปยังสินค้าภายในบรรจุภัณฑ์ด้วย สีบางสีให้ความรู้สึกหรูหรา สบาย แสดงความเป็นผู้หญิง ผู้ชาย สีที่ใช้กับสินค้าบางชนิดได้ผลดี อาจใช้ไม่ได้กับผลิตภัณฑ์ต่างชนิดกัน สินค้าแต่ละชนิดก็จะมีสีที่เหมาะสมแตกต่างกันไป

คำแนะนำเกี่ยวกับการใช้สี

1. สีที่ใช้ควรเป็นสีที่จางง่าย สามารถทำให้นึกถึงผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ได้ทันที
2. สีบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ควรกระตุ้นประสาททั้ง 5 เพื่อทำให้เกิดความอยากซื้อ
3. การเลือกใช้สีควรเลือกตามลักษณะกลุ่มเป้าหมาย เพศ สังคม เศรษฐกิจ ลักษณะตลาด
4. สีที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์ควรเป็นสีที่เหมาะสมกับผู้บริโภคในทุกสถานการณ์ที่ผู้บริโภค นำออกมาใช้งาน
5. การเลือกใช้สีประกอบบนบรรจุภัณฑ์ 2-3 สีที่เราคุ้นเคยได้ผลดีกว่าสีแปลก ๆ
6. สีที่เลือกใช้นับบรรจุภัณฑ์ควรเลือกใช้สีเพื่อทำการเน้นส่วนที่ต้องการจะเน้นให้เด่นชัด
7. สีที่เลือกใช้จะต้องคู่สีเมื่อพิมพ์ขาว-ดำ หรือเมื่อออกทีวี ขาวดำ หรือลงโฆษณาในนิตยสารอื่น ๆ ด้วย
8. ข้อกำหนดด้านราคามีผลในการกำหนดขอบเขตของสีด้วย
9. การเลือกสีที่ไม่ถูกต้องทำให้ดูน่าเบื่อและกลายเป็นคู่แข่งเสริมคู่แข่งได้
10. สีของผลิตภัณฑ์และสีของบรรจุภัณฑ์ควรเข้ากันได้ดี มิฉะนั้นจะเกิดความขัดแย้งเกิดขึ้นเมื่อเปิดสินค้าออกจากบรรจุภัณฑ์

บทบาทของสีบนบรรจุภัณฑ์ที่มีต่อการขาย

สีของบรรจุภัณฑ์จะมีความสำคัญมากต่อการตัดสินใจซื้อ ในกรณีนี้

1. ความมักคิของลูกค้านำมาตัดสินใจเลือกซื้อ
2. ราคาและคุณภาพของสินค้าคู่แข่งไม่ต่างกันมาก
3. ขอบเขตการจำหน่ายไม่แน่นอน เนื่องจากเหตุผลทั้งสองข้อแรก ทำให้ผู้บริโภค อาจซื้อสินค้าอะไร ๆ มาทดแทนกันได้ ยอดจำหน่ายจึงไม่แน่นอน

ประโยชน์ของสีบนบรรจุภัณฑ์

1. เป็นการเรียกร้องความสนใจ
2. สามารถจดจำได้เมื่อได้เห็นอีกครั้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. จดจำได้ง่าย
4. ทำให้ข้อความชัดเจนอ่านง่าย
5. ให้ผลที่ทางด้านการมองเห็น
6. สามารถบ่งบอกถึงสิ่งที่บรรจุภายใน
7. สามารถกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกในทางที่ดีต่อสินค้า
8. สามารถสนองความรู้สึกในการบริโภคสินค้า
9. ช่วยให้เกิดการยอมรับและความพอใจ
10. ช่วยแยกความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุด
11. สามารถโน้มน้าวและให้ความมั่นใจแก่ผู้บริโภค

สีที่ลูกค้าผู้พบเห็น

สีส้ม	21.4%
สีแดง	18.6%
น้ำเงิน	17.0%
ดำ	13.4%
เขียว	12.6%
เหลือง	12.0%
ม่วง	5.5%
เทา	0.7%

การออกแบบและเลือกใช้ตัวอักษร

เป็นสิ่งซึ่งมนุษย์ติดต่อกลางความหมายในการพูดการมองภาพหรืออากัปกิริยาตัวหนังสือที่ดีควรมีคุณสมบัติที่สำคัญคือ อ่านง่าย

การพิจารณาตัวหนังสือในการออกแบบ

1. ลักษณะรูปร่างหนังสือแต่ละตัวสวยงามน่าพอใจ และมีความสูงความกว้างสมดุลย์สำหรับผู้อ่านทั่วไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. การประสมคำ บรรทัด เป็นหน้า

2.1 การประสมคำ ตัวหนังสือทุกตัวต้องเข้ากันได้ดีมี
ในการออกแบบมีช่องไฟเหมาะสม

2.2 การเรียงเป็นบรรทัดต้องไม่ยาวเกินไป เพราะอ่านได้ไม่สะดวกทำให้
ให้อ่านได้ชำนาญเร็ว

2.3 การจัดบรรทัดเป็นหน้าอย่างวางบรรทัดชิดเกินไปให้อ่านยากและอ่าน
พลาดได้ง่าย ควรที่มีชายหน้าและหลังเพราะอ่านง่ายกว่าง่ายต่อการ
ผลิต

3. CONTRAST ของตัวหนังสือ เกิดจากความหนักเบาของเส้น และความ
อ่อนแก่ของสีพื้นกับตัวอักษร

4. ความเหมาะสมกับผู้อ่านโดยพิจารณาจาก

4.1 คนที่มี PHYSICAL AFFECT ทางสายตา เช่น สายตาสั้น

4.2 สภาพแวดล้อมของที่ใช้อ่าน เช่น มีเสียงรบกวนมากตัวหนังสือที่ใช้
กับโปรสเตอร์กลางแจ้งก็ต้องมี CONTRAST ของตัวหนังสือ
มาก เพื่อแข่งกับสิ่งแวดล้อมนั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระดาษที่ใช้ในการทำกล่อง 1

กระดาษแข็ง (PAPER BOARD) เป็นวัสดุพื้นฐานในการใช้ทำกล่องชนิดพับ (FOLDING CARION) ถาด (TRAYS) กล่องบรรจุขวดน้ำอัดลมกล่องกระดาษชนิดแข็ง (SET UP BOX) และกล่องกระดาษลูกฟูก กระดาษแข็งเป็นกระดาษที่มีความหนาเกินกว่า 0.009 นิ้ว และทำขึ้นด้วยเครื่องทำกระดาษชนิด FOURDRINTER, CYLINDER, INVER FORM และ ULTERFORM และกระดาษแข็งที่ใช้ในอุตสาหกรรมภาชนะบรรจุ ยังแบ่งออกตามลักษณะการใช้งานได้เป็น ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

1. BOXBOARD

เป็นวัสดุพื้นฐานที่ใช้ทำกล่องพับ ถาด และกล่องกระดาษชนิดแข็งกระดาษโครง สำหรับภาชนะบรรจุชนิดพอง (BLISTER CARD) กระดาษ BOXBOARD ยังแบ่งแยกต่อไปเป็น ชนิดย่อยได้อีกดังต่อไปนี้

1.1 COMBINATION BOARD

เป็นกระดาษแข็งชนิดเคลือบด้วย CLAY กระดาษ KRAFT และกระดาษ CHIPBOARD ชนิดทั้งอโต้ กระดาษเหล่านี้ส่วนใหญ่ทำจากเครื่อง LNVERFORM และ ULTRAFORM หรือ CYLINDER ถ้าเป็น CHIPBOARD อาจทำจากกระดาษหนังสือพิมพ์ที่ใช้แล้ว หรือกระดาษชนิดอื่น ๆ โดยส่วนผสมทางเคมีจะทำให้กระดาษแข็งที่ได้มีคุณสมบัติที่สามารถพับงอให้คงรูปตามรอยพับอยู่ได้โดยไม่แตกหรือหัก และมักจะมีกระดาษเคลือบสมบัติที่พอกสีแล้ว และทำจากเยื่อกระดาษใหม่ (VIRGIN PULP) โดยปิดเป็นกระดาษผิวหน้าอยู่ด้านบน กระดาษเหล่านี้ส่วนมากจะราคาถูก

ในตลาดการค้าโดยทั่วไปในประเทศไทย จะมีชื่อเรียกกระดาษเหล่านี้ว่า กระดาษกล่อง หรือกระดาษเทาขาว ซึ่งจะหมายถึง กระดาษที่ด้านหนึ่งเป็นเยื่อกระดาษเก่าจะมีสีเทา และด้านที่ปิดด้วยกระดาษเยื่อใหม่จะมีสีขาว เมื่อทำกล่องจะให้ด้านสีขาวหันออก และโดยทั่วไปแล้วกระดาษกล่องเทาขาวแบบนี้จะมีสองลักษณะคือ มีเคลือบแป้ง (CLAY) และไม่มีเคลือบแป้ง ซึ่งแป้งที่เคลือบนี้จะช่วยในการติดหมึกพิมพ์ คือ ที่มีแป้งเคลือบจะช่วยให้หมึกพิมพ์ไม่ซึมลงในกระดาษ จึงทำให้งานพิมพ์ดูคมชัดยิ่งขึ้น และแบบที่ไม่มีเคลือบก็จะทำให้เกิดผลตรงกันข้าม คือ หมึกพิมพ์จะดูไม่คมชัด และทั้งนี้ในเรื่องของราคาแล้ว แบบมีเคลือบแป้งจะมีราคาสูงกว่าที่ไม่มี

เคลือบแป้งเล็กน้อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขนาดมาตรฐานของกระดาษที่ขายอยู่ทั่วไปคือ 21 นิ้ว × 31 นิ้ว

การใช้งาน

1. ใช้ทำภาชนะบรรจุผลิตภัณฑ์หลายชนิด เช่น อาหารจำพวกธัญพืชที่แห้ง ผงซักซอก สบู่ เครื่องสำอางบางชนิด
2. ถ้าเป็น CYLINDER BOARD ชนิดคุณภาพดี จะใช้ทำเป็นกล่องบรรจุขนมไอศกรีม และอาหารแช่แข็งชนิดแข็ง BOXBOARD ที่ใช้เพื่อวัตถุประสงค์อันนี้ มักได้รับการเคลือบขี้ผึ้งหรือโพลีเอทิลีน เพื่อป้องกันไม่ให้น้ำซึมผ่านได้

1.2 BLEACHED BOARD

กระดาษแข็งชนิดฟอกสี มีที่ใช้ประมาณ 40% ของ BOXBOARD ทั้งหมดเหตุที่ใช้มากเพราะ มีสีขาวสะอาด ผิวกระดาษชนิดนี้ส่วนมากทำจากเยื่อกระดาษใหม่ทั้งหมด ผิวกระดาษมีความมันสูง พิมพ์ติดหมึกง่ายและมีสัญลักษณ์ที่ดี และถ้าผ่านกรรมวิธีพิเศษชนิดต่าง ๆ จะสามารถเพิ่มอัตราการสะท้อนแสง ความบริสุทธิ์และความละเอียดของเนื้อกระดาษได้มากขึ้น หรืออาจเคลือบด้วยพลาสติกบางชนิด เช่น โพลีเอทิลีนเพื่อไม่ให้น้ำซึมผ่านเป็นต้น

อนึ่ง กระดาษแบบฟอกสีมีชื่อเรียกทางการค้าว่า กระดาษการ์คขาว หรือกระดาษการ์คขาวสองหน้า มีราคาสูงกว่ากระดาษเทาขาวมาก

การใช้งาน

ใช้ทำกล่องกระดาษชนิดหีบเพื่อบรรจุผลิตภัณฑ์ ที่ต้องการภาชนะบรรจุที่มีความสวยงามมาก ๆ เช่น เครื่องสำอาง นอกจากนี้ยังอาจใช้ทำกล่องบรรจุนม ไข่ ถ้วยน้ำ ผาปิดจาน และถาด หรือกล่องอาหารแช่แข็ง

2. CONTAINERBOARD

เป็นวัสดุพื้นฐานที่ใช้ทำกล่องกระดาษลูกฟูก กระจบอง และถังที่ทำจากไฟเบอร์ กระจบองชนิด COMPOSITE และกล่องบรรจุเครื่องดื่มบางชนิด CONTAINERBOARD ชนิดที่ใช้มากที่สุดในทางอุตสาหกรรม ได้แก่ชนิดที่ไม่ฟอกสี ซึ่งยังสามารถยังแบ่งย่อยต่อไปได้อีก 4 ชนิด คือ

2.1 KRAFT LINERBOARD

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใช้มากที่สุดในการทำแผ่นกระดาษปะหน้าสำหรับแผ่นกระดาษลูกฟูก ซึ่งกระดาษที่ใช้จะมีน้ำหนักตั้งแต่ 16-110 ปอนด์/ 1000 ตารางฟุต และมีความหนาตั้งแต่ 0.009 นิ้ว-0.03 นิ้ว กระดาษชนิดนี้จะต้องทำจากใบไม้ใหม่อย่างน้อยที่สุด 85%

2.2 JUTE LINERBOARD

มักทำจากเครื่องทำกระดาษชนิด CYLINDER โดยใช้เยื่อกระดาษที่ได้จากกล่องกระดาษลูกฟูกใช้แล้ว ถึงเมล และกระดาษคราฟท์ กระดาษชนิดนี้มิได้มีไฟเบอร์จากปอเป็นส่วนประกอบอยู่ด้วย แต่ชั้นนอกตรงบริเวณใกล้ผิว หรือที่ผิวกระดาษ มักใช้เยื่อกระดาษใหม่ทำ ถ้าต้องการความแข็งแรงขนาดเดียวกันจึงต้องใช้ JUTE LINERBOARD ที่มีน้ำหนักมาตรฐาน สูงกว่า KRAFT LINERBOARD

การเลือกใช้กระดาษปะหน้าแผ่นกระดาษลูกฟูก โดยทั่วไปจะคิดถึงราคาเป็นปัจจัยสำคัญ กระดาษแข็งที่นิยมใช้กันมาก มักเป็นกระดาษที่ผลิตจากวัตถุดิบที่มีราคาถูก และหาได้ง่าย อย่างไรก็ตาม ความเหนียวและความต้านแรงคั้นทะลุก็เป็นคุณสมบัติที่สำคัญสำหรับกระดาษปะหน้า และอีกอย่างหนึ่งก็คือ กระดาษชนิดนี้ควรพิมพ์ได้ดีพอสมควร ดังนั้น ผิวทางด้านที่จะพิมพ์ จะต้องทำจากเยื่อกระดาษที่มีคุณภาพดี

2.3 ลอนลูกฟูกชนิด SEMICHEMICAL

ใช้สำหรับทำแผ่นกระดาษลูกฟูก มักทำจากเครื่องทำกระดาษแบบ FOURDRINTER และทำจากเยื่อกระดาษใหม่ที่ได้จากไม้เนื้อแข็ง

2.4 ลอนลูกฟูกชนิด BOGUS

ทำโดยใช้เครื่องทำกระดาษชนิด CYLINDER และมักทำจากกระดาษที่เคยผ่านการใช้งานมาแล้ว 1 ครั้ง หรือมากกว่า

ลักษณะสำคัญของกระดาษที่จะใช้ทำลอนลูกฟูก คือ ต้องสามารถทำเป็นลอนได้เพื่อความแข็งแรงของกระดาษลูกฟูก และเพื่อช่วยเป็นวัสดุรองรับแรงกระแทกสำหรับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุในกล่อง กระดาษที่ทำลอนลูกฟูกส่วนใหญ่มักจะอมให้น้ำซึมผ่านได้เร็ว เพื่อว่ากระดาษจะสามารถดูดซับไอน้ำและอ่อนตัวลง และขึ้นลอนได้เร็วและหลังจากขึ้นลอนแล้ว กาวที่ใช้ทาเพื่อปะลอนลูกฟูกติดกับกระดาษหน้าจะยังสามารถซึมลงไปใเยื่อกระดาษได้รวดเร็ว

3. CORRUGOTER FIBERBOARD

กระดาษลูกฟูกมีทั้งแบบผนังเดี่ยวและผนังคู่ ถ้าเป็นแบบผนังเดี่ยวจะประกอบด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระดาษปะหน้า 1 แผ่น หากาวติดกับลอนลูกฟูก 1 ชั้น ถ้าเป็นแบบผนังคู่ จะมีกระดาษปะหน้า 2 แผ่น ปิดด้านบนและด้านล่างของลอนลูกฟูก นอกจากนั้นกระดาษลูกฟูก ยังอาจทำแบบมีผนังมากกว่า 2 ชั้นก็ได้ โดยเพิ่มแผ่นกระดาษเรียบและลอนลูกฟูกเข้าไป

กล่อง SET-UP (SET-UP BOXES)

กล่อง SET-UP คือ กล่องที่โดยปกติทำจากกระดาษที่งอไม่ได้ ซึ่งใช้กระดาษที่มีความหนาระหว่าง 0.020 - 0.120 นิ้ว กล่อง SET-UP นี้ จะส่งไปให้ผู้ใช้ในลักษณะแข็ง (RIGID) ในรูปที่พร้อมจะใช้ได้เลย หรืออาจจะส่งไปในรูปที่ผู้ใช้จะต้องนำมาประกอบให้เข้ารูปก่อนนำไปบรรจุ

ในแบบที่ง่ายที่สุดของกล่อง SET-UP คือ กล่องที่มีมุมเป็นมุมฉาก ซึ่งสร้างขึ้นโดยใช้วัสดุสองชิ้นนำมาชนกัน และทำให้แข็งแรงตั้งขึ้นในแนวตั้ง ในการผลิตกล่องตามจะตัดกระดาษแข็งให้เป็นชิ้นแบน ๆ ก่อน และทำรอยให้ได้ขนาดกล่องตามที่ต้องการ ต่อจากนั้นกระดาษแผ่นใหญ่ก็จะถูกตัดให้เป็น INDIVIDUAL BLANKS (แบบกล่องสำเร็จพร้อมที่จะนำไปประกอบ) และตรงมุมจะถูกตัดทิ้ง การทำให้เข้ารูปทำได้โดยการงอด้านข้างให้เป็นมุมฉาก และยึดตรงมุมไว้

การยึดกล่อง SET-UP ปกติใช้กระดาษ 90 ปอนด์ (500 แผ่น 24 คูณ 36 นิ้ว) และอาจใช้ผ้าดิบ คลิปโลหะ และวัสดุอื่น ๆ ยึดมุมกล่องก็ได้ กล่องบางชนิดที่ยึดในตัวโดยมีลิ้นยื่นออกมาจากด้านข้างของกล่อง กล่องแบบซองจดหมาย (ENVELOPE STYLE BOXES) มักจะทำด้วยวิธีนี้ และเพื่อให้สวยงามขึ้นกล่องที่ประกอบแล้วอาจหุ้มด้วย กระดาษผ้า หรือหนังก็ได้

แบบ (STYLES)

โครงสร้างพื้นฐานของกล่อง SET-UP ช่วยให้ออกแบบกล่องและรูปร่างได้หลายอย่างต่าง ๆ กัน กล่อง SET-UP จะเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า รูปทรงกรวย รูปไข่กลม รูปดาวก็ได้ กล่อง SET-UP โดยมากจะออกแบบให้มีสองส่วนคือ ส่วนตัวกล่อง กับส่วนฝานอก จากนั้นยังมีวิธีการตัดแปลงทำกล่องออกเป็นแบบต่าง ๆ คือทำกล่องไม่มีฝาหรือฝาแบน ๆ DIE -CUT OPENINGS หรือแบบอื่น ๆ ส่วนหมุนหรือแบ่งของจะเป็นแบบตรง ๆ หรือเฉียงก็อาจเติมเข้าไปได้ อาจเติมขอบให้ยื่นออกมาทำเป็นถาดฝาปิดแบบพิเศษหรือจะออกแบบให้พิเศษ

การออกไปทำ

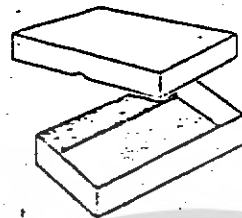
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- แบบที่ธรรมดาที่สุดของกล้อง SET-UP หรือเรียกว่า FULL TELESCOPE TYPE
 (รูป A) คือ แบบที่ฝาปิดคลุมตัวกล้องพอดีในแบบ PARTIAL-TELESCOPE TYPE
 (รูป B) ฝาไม้ล็อกเท่ากับตัวกล้องแบบนี้จะคัดแปลงได้เป็นแบบ NECK หรือ SEOLDER-STYLE
 (รูป C) ซึ่งส่วนนอกของตัวกล้องใหญ่พอดีกับฝา

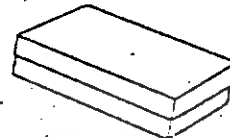
แบบธรรมดาของกล้อง SET-UP อีกแบบ คือ SOLID STYLE BOY
 ที่แสดงให้เห็นในรูป ประกอบด้วยของภายนอกที่ตัวกล้องจะสอดเข้าไปได้พอดีแบบกล้อง SET-UP
 แบบอื่น ๆ ซึ่งรวมถึงกล้องแบบพิเศษบางแบบ ทั้งในรูป C ถึง Q แบบกล้อง SET-UP
 ปลายแบบนี้เปลี่ยนไปจากมูลฐานมาก เพียงพอที่จะจัดกล้อง SET-UP เหล่านี้เป็นแบบพิเศษ
 เช่นกล้องกลมซึ่งใช้ตั้งแต่เป็นกล้องใส่หมวกจนถึงกล้องใส่เครื่องสำอาง เป็นต้น การใช้วัสดุ
 พลาสติกก็มีส่วนเพิ่มการคัดแปลงแบบของกล้องที่มีอยู่แล้วให้มากขึ้น

กล้องแสดงสินค้าโปร่งใสได้เข้ามาครองตลาดสินค้าฟุ่มเฟือยอย่างรวดเร็ว เนื่องจาก
 มาจากความสะดวกง่ายในการผลิตและซื้อได้เปรียบในการขาย การนำเอาพลาสติกมาใช้กับ
 พลาสติกทำกล้องในลักษณะที่เป็นบานพับ ทำกล้องใส่เพชรพลอย และกล้องที่เจาะช่องเหมือน
 หน้าต่างให้เห็นข้างใน ก็เพิ่มขึ้นอย่างมากเช่นกัน โรงงานผลิตกล้อง SET-UP ได้จัดตั้งแผนก
 ผลิตกล้องโปร่งใสขึ้นด้วย เนื่องจากกรรมวิธีการผลิตกล้อง SET-UP ทั้ง 2 ประเภทคล้าย
 คลึงกัน

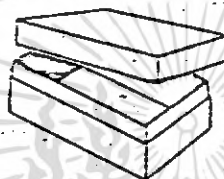
Fig. (a-q). Various styles of set-up boxes.



(a) Full Telescope



(b) Partial Telescope or Shallow Lid



(c) Neck or Shoulder Style



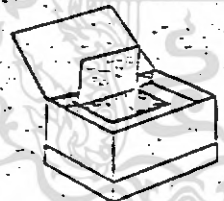
(d) Slide Style



(e) Ended Box



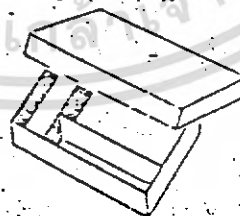
(f) Hinged Cover



(g) Box-in-Box

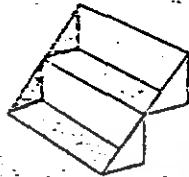


(h) Special Shape

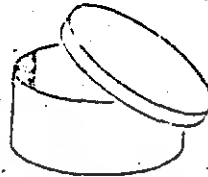


(i) Interior Partition

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



(j) Slanted Side



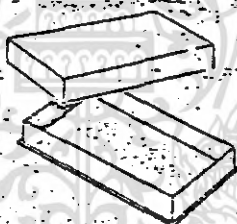
(k) Oval Box



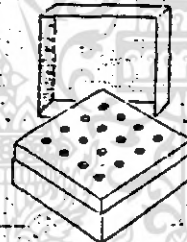
(l) Padded Cover



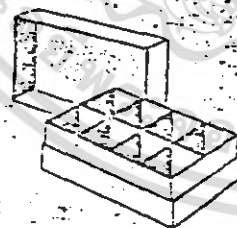
(m) Interior Platform



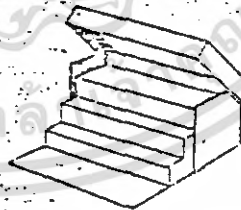
(n) Extension Bottom



(o) Three-Piece



(p) Slotted Partition

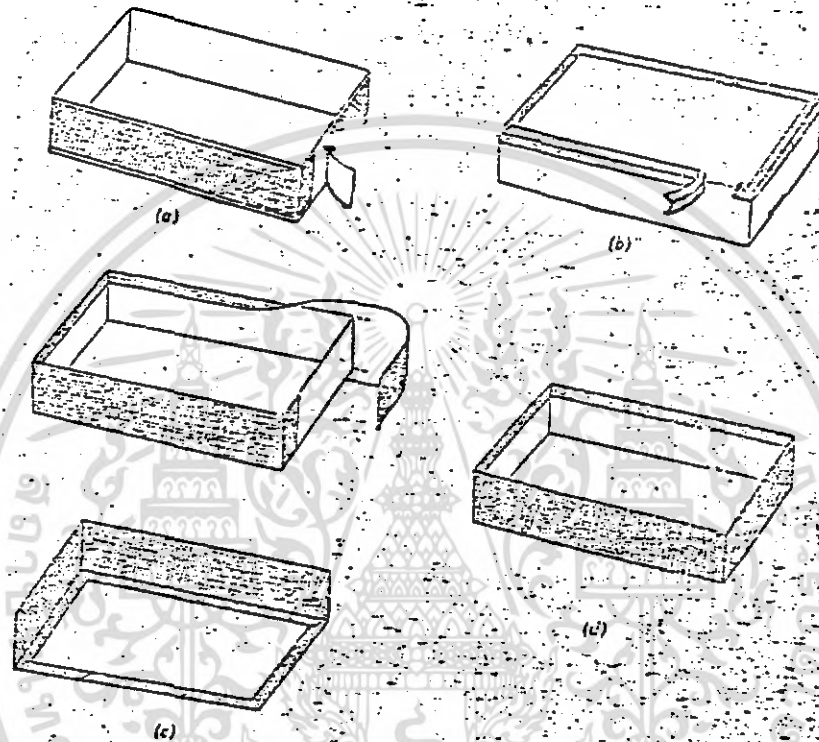


(q) Specialty Box

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัสดุที่ใช้หุ้มและวิธีหุ้ม

วัสดุที่ใช้หุ้มกล่องได้แก่ กระดาษและวัสดุอื่น ๆ จะหุ้มส่วนที่เป็นฝา หรือส่วนประกอบอื่น ๆ ของกล่อง วิธีการหุ้มแบบพื้นฐานมี 4 แบบ คือ (รูป A-B)



1. หุ้มด้วยแถบ คือ วิธีที่ใช้กระดาษหรือวัสดุอื่นหุ้มรอบด้านกล่องทั้ง 4 ด้าน โดยไม่ตลบวัสดุที่หุ้มเข้าข้างในกล่อง (รูป A)

2. กั้น คือ วิธีที่ใช้แถบกระดาษหรือแถบผ้าเล็ก ๆ แถบ ๆ หักครึ่งติดตามขอบกล่องทั้ง 4 ด้านของตัวกล่อง หรือตามส่วนประกอบอื่น ๆ (รูป B)

3. หุ้มด้วยแถบใหญ่ ทำได้โดยใช้กระดาษหรือวัสดุอื่นหุ้มข้างทั้ง 4 ด้าน ของตัวกล่องหรือฝา แล้วพับตลบปิดขอบเข้าไปประมาณ 1/2 นิ้ว เราอาจใช้วิธีหุ้มตัวกล่องหรือฝาหรือทั้ง 2 อย่างได้ โดยการตลบปิดขอบบนหรือตรงใต้กล่อง หรือทั้งข้างบนและข้างใต้ก็ได้ (รูป C)

4. หุ้มทั้งหมดด้วยวัสดุชิ้นเดียว คือ การห่อหุ้มด้วยกระดาษหรือวัสดุอื่นด้วยเครื่องจักรหรือมือ วัสดุห่อหุ้ม เป็นชิ้นเดียวกันตลอดทากาวทั่ววัสดุนั้น (รูป D)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระดาษหุ้มกล่องหรือแถบป้ายจะใช้พิมพ์หิน (LITHOGRAPHED) หรือประทับ
 ประคาศด้วยลวดลายก็ได้ กระดาษที่ใช้ก็คือกระดาษขาว (WHITE LITHO PAPER)
 เบอร์ 60-70 ปอนด์ ขนาดมาตรฐาน 25+38 นิ้ว รีมละ 500 แผ่น

กระดาษหุ้มห่อกล่องอย่างอื่น ๆ มีตั้งแต่กระดาษสี KRAPTS กระดาษตะกั่ว
 ผ้าย้ายเนื้อหยาบ, กระดาษมันที่อัดด้วยเครื่องจักร, แผ่นไมก้า หรือเส้นใยราวจำพวกที่เฟิงกัน
 พบเมื่อไม่นานมานี้ หรือแผ่นกระดาษที่พันด้วยแลคเกอร์ วัสดุพวกนี้ส่วนมากจะมีสีต่าง ๆ ให้
 เลือกมีลายฉลุ และมีลายพิมพ์พื้นผิวหน้าด้วยสีเดียว หรือตัดกันหลายสี

กระดาษที่ไม่ได้อาบน้ำยาปกติกจะมีน้ำหนัก 20-22 ปอนด์ต่อรีม ขนาดมาตรฐาน
 20-26 กระดาษที่อาบด้วยสารเคลือบจะประกอบด้วย กระดาษสมุทที่มีส่วนผสมพิเศษ บวกกับ
 สารเคลือบหนักประมาณ 6 ปอนด์ เมื่อสำเร็จแล้วจะได้กระดาษขนาดหนัก 34 ปอนด์ ต่อรีม

ส่วนที่ควรคำนึงถึงในการออกแบบ

ในการจัดทำกล่องมีข้อควรพิจารณาพื้นฐานในการออกแบบที่สำคัญมากที่สุดอยู่ 3
 ประการคือ

1. รูปร่างและการใช้ประโยชน์
2. สิ่งที่ใช้ทำโครง
3. ความประหยัด

ในการคำนึงถึงความเหมาะสมของกล่องที่จะใช้บรรจุผลิตภัณฑ์ที่กำหนดให้เมื่อเปรียบ
 กับภาชนะชนิดอื่นต้องอาศัยหลัก 3 ประการนี้ ถ้าเห็นว่าใช้กล่องบรรจุผลิตภัณฑ์นั้นเหมาะสมแล้ว ยัง
 จำเป็นต้องอาศัยการวิเคราะห์หลัก 3 อย่างนี้ช่วยในการพิจารณารายละเอียดเฉพาะอย่างของ
 กล่องนี้

รูปร่าง และการใช้ประโยชน์

ข้อที่ประการหนึ่งของกล่อง SET-UP ในด้านรูปร่าง คือ กล่องแบบนี้หุ้มด้วยวัสดุ
 ที่ใช้ประทับได้ซึ่งจะดึงดูดและล่อใจผู้บริโภค โดยเฉพาะกล่องนี้เหมาะสำหรับใส่ของประเภท
 พุ่มเฟือย จุดสำคัญอีกอย่างหนึ่งคือ กล่องแบบนี้ จะทำให้มีรูปและแบบตามต้องการได้ เพื่อเน้น
 รูปร่างโดยทั่วไปของผลิตภัณฑ์นั้น เช่น กล่องลูกกวาด หรือน้ำหอมรูปหัวใจก่อให้เกิดความรู้สึก

เอกสารนี้อธิบายได้ผลิตภัณฑ์นั้นไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หลังจากซื้อสินค้าแล้ว กล่องแบบ SET-UP นี้จะใช้เป็นที่เก็บที่ดูแลรักษาและเป็น ห่อบรรจุที่จะถือไปไหนมาไหน เช่น สินค้าประเภทเพชรพลอย, แฉ่งผัดหน้า, แฉ่งหาตัว คนใช้ จะใช้อยู่นานจนกว่าของภายในกล่องจะหมด ถ้ามีการใช้ของที่บรรจุอยู่บ่อย ๆ ตรงที่เปิดปิดจะ ต้องออกแบบให้แข็งแรงเพื่อให้ใช้ได้นาน ๆ

กล่องแบบ SET-UP ยังใช้ได้ผลดีในการแสดงสินค้าที่บรรจุอยู่ โดยไม่ต้องหยิบ สินค้าออกจากกล่อง ในการแสดงสินค้าตามหน้าต่างหรือเคาน์เตอร์ อาจตัดผากล่องออกหรือ พึงไว้ข้างหลัง เพื่อให้เห็นสินค้าด้านใน หลังจากขายสินค้าแล้ว กล่องแบบ SET-UP เอามา ปิดใหม่ และใช้ได้อีก ในการแบ่งขายสินค้าเช่นที่กล่าวมาแล้ว ถ้าใช้กล่องแบบพับหรือกล่อง ลูก พูก ต้องอาศัยการออกแบบที่ยุ่งยากกว่า

สิ่งที่ใช้เป็นโครง

กล่องแบบ SET-UP เหมาะที่จะทำบรรจุภัณฑ์ที่ต้องใช้วัสดุที่แข็งแรง ความ แข็งแรงของกล่องแบบนี้เนื่องมาจากคุณลักษณะ 2 ประการคือ

1. ความแข็งแรงของกระดาษแข็งที่ไม่งอตัว ซึ่งใช้เป็นวัสดุในการผลิต
2. ลักษณะที่ไม่ไ้กันล้น

จุดอ่อนของกล่องแบบ SET-UP ในด้านโครงสร้างที่พบอยู่บ่อย ๆ คือ ตรงมุม และ (LINES) กล่องมักจะเบี้ยวเสียทรงได้ เมื่อเทปที่ใช้ยึดมุมเบ็ล้อย หรือตรงรอยพับขาด เพราะเวลาพับกระดาษแข็งที่ไม่งอตัวจำเป็นต้องกรีดกระดาษบางส่วน เพื่อให้ได้รอยพับเป็นมุม ฉาก เพื่อช่วยให้จุดอ่อนนี้แข็งแรงขึ้น มีวิธีการออกแบบหลายอย่างที่ใช้ได้ วิธีที่ง่ายที่สุดวิธีหนึ่ง แต่อาจจะเปลืองที่สุด คือ การทำให้มันคงด้วยการหุ้ม จะใช้วิธีการหุ้มแบบใดก็ได้ ดังได้กล่าว ไปแล้ว การใช้วัสดุชนิดอื่นรวมทั้งการใช้แถบเทปนี้จะทำให้ส่วนที่ยึดของและมุมแข็งแรง หรือ อาจจะใช้คัลิปโลหะ หรืออาจจะเปลี่ยนไปใช้กระดาษทั้งอตัวได้ แทนกระดาษที่ไม่งอตัว กล่อง แบบ SENDED BOXES ที่ทำจากกระดาษทั้งอตัวได้ ทัศนปัญหาเรื่องที่ต้องใช้แบบยึดมุม และทำ ให้การเปื้อยขาดที่มุมและขอบลดน้อยลง

การเลือกเกรด (GRADE) ที่เหมาะสมของกระดาษทำกล่องสำหรับที่จะใช้ใน กรณีต่าง ๆ จึงขอแสดงตารางที่คัดจาก "FEDERAL SPECIFICATION PPP-B 096, BOXES PAPERBOARE, SET-UP" ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ระหว่างขนาดความหนาและแรงต้านทานการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แตกของกล่อง (BURSTING STRENGTH) ต่อขนาดของกล่องและน้ำหนักที่บรรจุ ความจำเป็นต้องใช้กระดาษแข็งขนาดใดนั้นการกำหนดขนาดแบบ และชนิดของสิ่งของที่บรรจุต้องตัดสินจากความชำนาญทางด้านนี้ และการทดสอบจากห้องทดลอง

สิ่งจำเป็นสำหรับกระดาษแข็งที่ไม่งอตัว เมื่อเทียบกับขนาดของกล่องและน้ำหนักของวัสดุที่บรรจุอยู่

ยาว (นิ้ว)	ขนาดกล่อง		นน. ของบรรจุ (ปอนด์)	กระดาษแข็งไม่งอตัว	
	กว้าง (นิ้ว)	ลึก (นิ้ว)		ความหนา (นิ้ว)	แรงต้านทางการแยกตัวสำหรับส่วนที่หุ้ม น้อยที่สุด
3 หรือน้อยกว่า	3/4, น้อยกว่า	6, น้อยกว่า	ตั้งแต่ 1/2	0.026	105
ขนาดใดก็ได้	มากกว่า 3/4	ขนาดใดก็ได้	ตั้งแต่ 1/2	0.033	115
ขนาดใดก็ได้	ขนาดใดก็ได้	ขนาดใดก็ได้	1/2 - 5	0.040	130
ขนาดใดก็ได้	ขนาดใดก็ได้	ขนาดใดก็ได้	5 - 10	0.048	175

อาจมีข้อผิดพลาด 5%

ความประหยัด

ในการพิจารณาว่า การใช้กล่อง จะคุ้มหรือไม่ต้องพิจารณาข้อมูลที่สำคัญ

ดังนี้ คือ

1. การขาย
2. ราคากล่องต่อใบ
3. การเก็บรักษาและขนย้าย

รูปการของตลาดอาจเป็นตัวกำหนดการเลือกแบบ SET-UP โดยไม่ต้องคำนึงถึงราคาการผลิตมากกว่าแบบของหีบห่อที่บรรจุมีผลดีในการขาย เช่น กล่องเครื่องสำอาง ราคาการผลิตกล่องต่อใบจะรวมทั้งค่าผลิตและค่าวัสดุด้วย ในเรื่องวัสดุนี้ ได้แก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระดาษทำกล่อง วัสดุที่ใช้ตาม และหุ้มกล่อง วัสดุประกอบเสริม เช่น ส่วนที่หมุนให้สูงหรือกั้นช่อง

การใช้กล่อง SET-UP จำนวนมาก รายจ่ายส่วนใหญ่จะอยู่ที่การเก็บรักษาและการย้าย เนื่องจากพับไม่ได้ แต่ถึงแม้จะเรียงซ้อนได้ก็เสียค่าแรงงานมากในการขนย้ายและเก็บรักษา จึงทำให้ราคากล่องค่อนข้างสูงด้วย ด้วยเหตุนี้ผู้ผลิตสินค้าที่ใช้กล่อง SET-UP พบว่าจะประหยัดเงินได้มาก โดยการผลิตกล่อง SET-UP ในโรงงานตน ขอบเขตของการผลิตกล่องโดยผู้ใช้ขึ้นอยู่กับสภาพ หน่วยงานของผู้ใช้เอง เช่น บริษัทเครื่องสำอางรายหนึ่ง จัดซื้อแบบกล่องที่ตัดและห่อรอยไว้ก่อนแล้ว เมื่อ ถึงเวลาใช้ก็จัดทำกล่องโดยการเอามุมมาติดกัน

ผู้ใช้กล่องจะหาเครื่องผลิตกล่องได้หลายแบบ ถ้าต้องการผลิตกล่อง SET-UP ใช้จะคุ้มค่าก็ ถ้าใช้จำนวนจำกัด และต้องเปลี่ยนแบบและขนาดต่าง ๆ ควรใช้เครื่องจักรอัตโนมัติ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กล่องแบบพับ (FOLDING BOXES)

กล่องพับคือ ภาชนะที่ใช้บรรจุหาโดยการพับตามรอยบนกระดาษแข็ง เรียบ ๆ หรือ พิมพ์ลายกระดาษแข็งนี้จะตัดและทำรอยไว้ก่อน ในขนาดและรูปร่างต่าง ๆ กัน พับเอาไว้และ ผู้ผลิตจะขนส่งในลักษณะแบน ๆ บางครั้งอาจทากาวติดไว้แล้วแต่กล่อง พับให้แบนรายและผู้ใช้ จะนำมาทำให้ตั้งขึ้น บรรจุ และปิดผนึก ความสำเร็จของกล่องแบบพับขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญหลาย ประการ เช่นเดียวกับกล่อง SET-UP กล่องแบบพับนี้สร้างได้หลายแบบกระดาษที่ใช้ทำกล่อง มีขนาด GRADES ต่าง ๆ กันให้เลือก ซึ่งจะนำมาใช้ได้เลย หรือจะเคลื่อนย้ายก่อน หรือนำไปรวมกับสิ่งอื่นเพื่อให้มีคุณภาพเพิ่มขึ้นตามต้องการก็ได้ กล่องแบบพับเป็นหีบที่ประหยัดที่สุดรอง ความต้องการทางเทคนิคและการค้าได้อย่างมากมาย โดยที่ต้นทุนราคาต่อหน่วยต่ำ กล่องแบบ นี้ช่วยให้ประหยัดได้ด้วยการใช้เครื่องจักรจัดเข้ารูปร่างและบรรจุด้วยความเร็วสูง ทำให้ค่าแรงงานผลิตต่อกล่องต่ำ ชี้ให้เห็นอีกข้อที่ว่ากล่องแบบขนส่งทางเรือจากผู้ผลิตไปยังผู้ใช้ในรูปกระดาษ รียบ ๆ หรือทำให้แบน ช่วยประหยัดเนื้อที่ในการเก็บ และค่าขนส่ง

การผลิตกล่องแบบพับมีวิธีการผลิตที่ซับซ้อน 2 ประการ คือ

1. การผลิตกระดาษแข็งที่ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตกล่องทุกชนิด
2. การผลิตกล่อง

อุตสาหกรรมการผลิตกล่องนี้แบ่งเป็นบริษัทที่ผลิตกล่องเพียงอย่างเดียวและบริษัท ที่รวม ทั้งการผลิตกล่องและกระดาษรวมเข้าด้วยกัน เนื่องจากกระดาษแข็งมีอยู่มากมายหลาย ชนิดที่มีคุณลักษณะพิเศษ อย่างน้อยที่สุดผู้ใช้ควรรู้จักแบบพื้นฐาน และคุณลักษณะทั่ว ๆ ไป ของวัตถุดิบพวกนี้ที่ได้อธิบายให้ทราบแล้ว คุณลักษณะของกระดาษแข็งชนิดใดก็ตาม ขึ้นอยู่กับการผลิตทั้ง ระหว่างเวลาการผลิตและในการต่อเติมภายหลัง เช่น การทำผิวให้เรียบหรือการแต่งผิวด้วย วัสดุอย่างอื่น ในทัศนะของการผลิตกระดาษแข็ง ผู้ใช้จะได้ประโยชน์มากถ้าเขาอธิบายให้ผู้ผลิต รู้ว่าจะใช้กล่องในลักษณะใดบ้างและผู้ผลิตเป็นฝ่ายตัดสินใจว่า จะใช้กระดาษแข็งประเภทใดจึงจะ เหมาะกับสินค้าที่เราจะบรรจุลงกล่อง

ในการผลิตกล่องแบบพับนี้ต้องใช้การผลิตเป็นพิเศษและ เฉพาะอย่างวิธีการเหล่านั้น คือ การพิมพ์ การตัด การทำรอย การเล็มวัสดุส่วนที่ไม่ต้องการออกจากแผ่นแบบและติดกาวเมื่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต้องการใช้ นอกจากนี้ยังมีระบบการทำงานเพิ่มเข้ามาในชั้นงานต่าง ๆ จากระบบการผลิตแบบพื้นฐาน งานที่เพิ่มขึ้นมาขึ้นอยู่กับสิ่งที่จะต้องมีเมื่อมีการบรรจุเข้าห่อขั้นสุดท้าย วิธีที่เพิ่มขึ้นคือ การเคลือบ การชุบเทียน หรือเจาะช่องให้เห็นของข้างในและใช้วัสดุโปรงใสปิดและการทูลาย

ผู้ที่ต้องการซื้อกล่องไม่จำเป็นต้องรู้รายละเอียดทางเทคนิคในขั้นตอนการผลิตมากนัก ผู้ใช้ควรคำนึงถึงว่าผู้ผลิตกล่องจะช่วยแก้ปัญหาการบรรจุของตนได้อย่างไร

แบบ (STYLES)

ถึงแม้จะมีการสร้างกล่องแบบพับมากมาย แต่ก็สามารถจัดเป็นหมวดหมู่ได้ 3 ลักษณะใหญ่ ๆ คือ

1. โครงสร้างแบบถาด (TRAY-TYPE CONSTRUCTION)

กล่องแบบนี้มีแผ่นพับกล่องเป็นแผ่นเดียวตลอด และส่วนข้างหัว-ท้ายติดอยู่กับแผ่นพับ ด้านทั้ง 4 จะติดอยู่กับด้านใกล้เคียง โดยมีสันที่หากาวไว้ยื่นออกมาหรือใช้ห่วงเกี่ยวเข้ากับช่องที่กรีดไว้กับด้านใกล้เคียง หรืออาจใช้เครื่องติดอย่างอื่น เช่น แถบกระดาษ หรือหุ้มมุมด้วยโลหะ นอกจากกล่องถาดแบบธรรมดา ๆ แล้ว ยังอาจทำแบบให้ต่างกันไป เช่น ให้ฝายื่นออกจากกล่องด้านข้าง หรือถาด 2 ใบ ใบหนึ่งเล็กกว่าอีกใบหนึ่ง เล็กน้อย อาจใช้เป็นตัวกล่องและฝากล่องได้ ซึ่งเป็นการสร้างกล่องแบบ 2 ชั้น คือ ถาดและกล่อง (คังรูป)

กล่องแบบถาดที่ทำโดยติดกาวที่ตรงมุมทั้งแบบมีฝายื่นและไม่มีฝายื่นติดกับตัวกล่อง แสดงไว้ในรูป A การตัดแปลงแบบกล่องถาดแบบธรรมดา ๆ โดยใช้ลึนแบบ DUST ที่ยื่นออกมาจากด้านหัว-ท้าย และพับทแยง แสดงให้เห็นในรูป B แบบอย่างอื่นต้องติดกาวที่โรงงานผลิตก่อนและต้องมาติดกาวด้วยเครื่องที่โรงงานของผู้ใช้ ผู้ผลิตจะติดกาวที่ด้านข้างทั้งสองก่อนที่จะส่งไปให้ผู้ใช้ในรูปของถาดแบน และผู้ใช้ก็จะจัดการติดและผนึกกล่องด้วยเครื่องมือที่ใช้ติดกล่อง

ถาดแบบที่ใช้มุมเกี่ยวติด (LOCK CORNER) แสดงให้เห็นในรูป A-E แบบโครงสร้างที่ใช้กับแบบติดกาวที่มุมแลตามมุม ก็นำมาใช้ได้กับโครงสร้างของแบบเกี่ยวมุม

กล่องถาดที่มีการบุ นอกจากแบบที่ใช้วัสดุ ปูท้ายติดไว้บนกระดาษแข็งแล้วยังใช้วัสดุอื่นบุไว้ข้างใน เช่น กระดาษไข กระดาษแก้ว กระดาษฟาง หรือใช้วัสดุข้างในที่ทำเป็นคลื่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

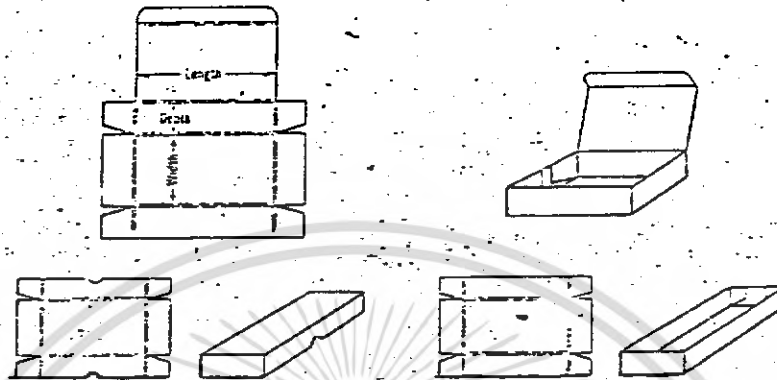
ถูกผูก วัสดุที่ใช้ปูนอาจบดด้วยมือ หรือบดพร้อมกันเมื่อเข้ากล่อง หรือตัวบดและตัวถาดอาจจะติด
ด้วยกัน (กระดาษกล่องและบดติดกัน)

การบดกล่องแบบแยก ทำให้หลังไม่จำกัดการเลือก แบบของกล่องถาดหรือการสร้าง
อย่างไรก็ตาม ถ้าตัวถาดและวัสดุบดติดมาด้วยกัน แบบการสร้างนี้ใช้กันมาก คือ แบบเกี่ยววม



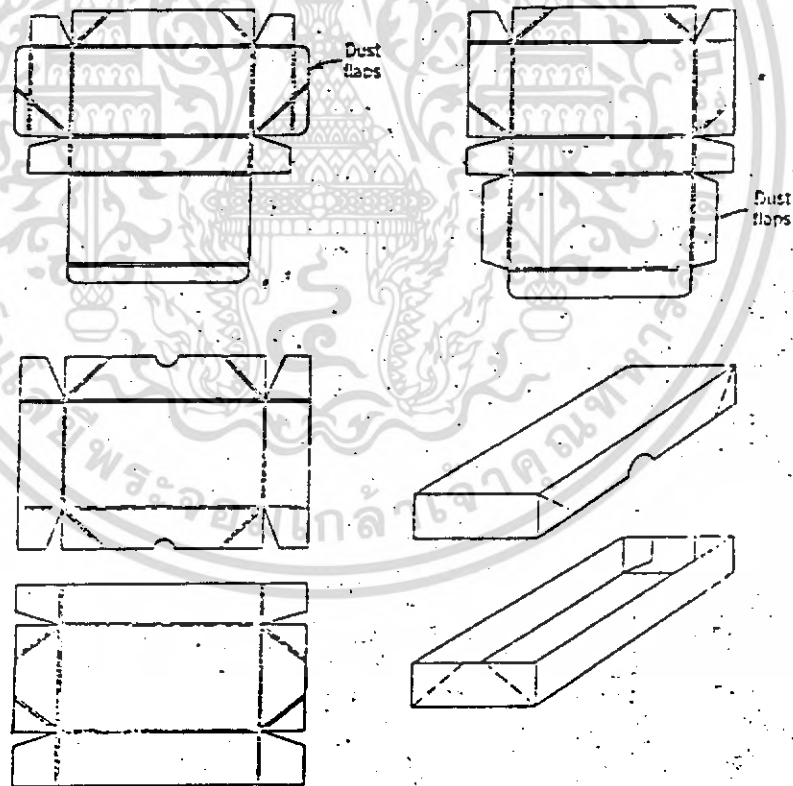
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Fig. Basic tray style constructions. Windows can be incorporated in these styles either in the cover or cover and side panel.



(a)

(a) One- and two-piece "Brightwood" tray constructions

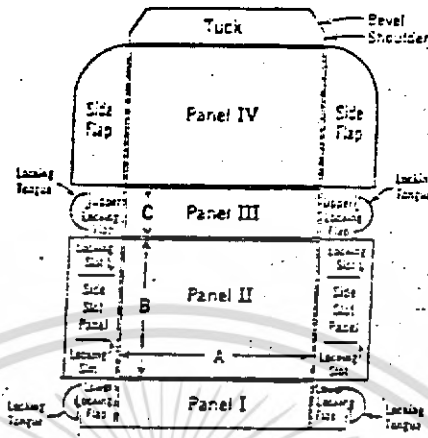


(b)

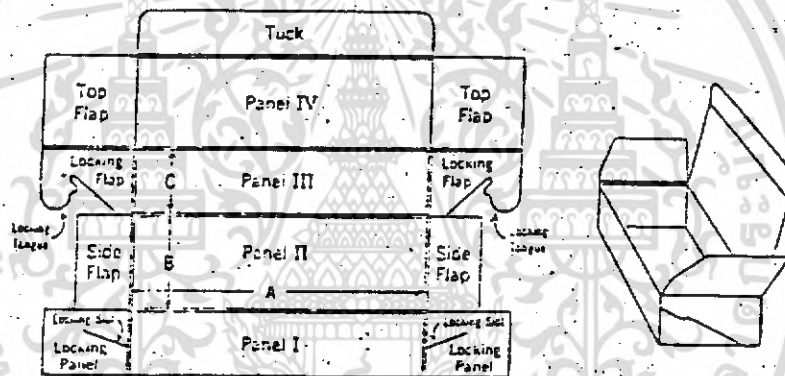
(b) One- and two-piece diagonal fold style trays 92

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

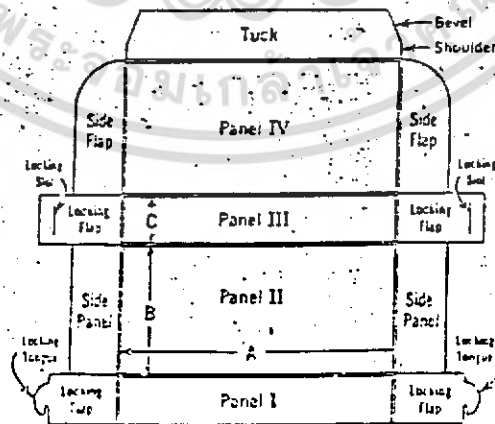
Fig. (a-f). Tray carton styles including two-piece constructions in blank form. Courtesy Folding Paper Box Association of America.



(a) Four corner lock bottom with hinged cover

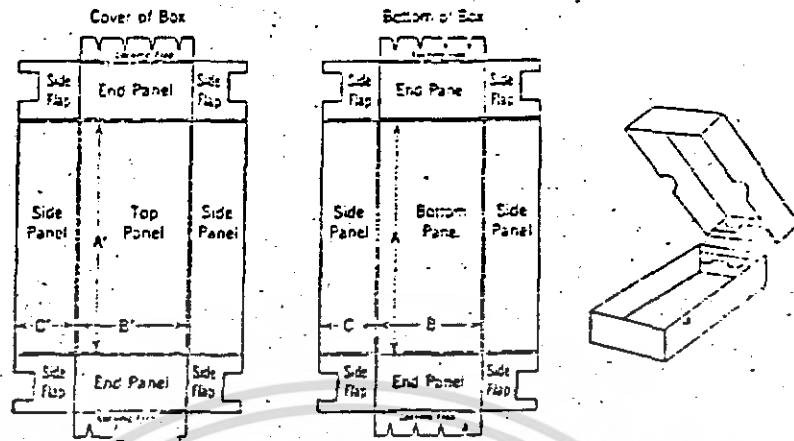


(b) Cracker shell style

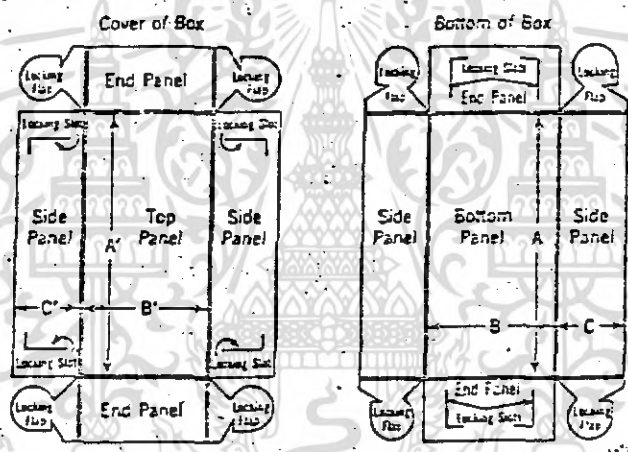


(c) Single lock cake box style

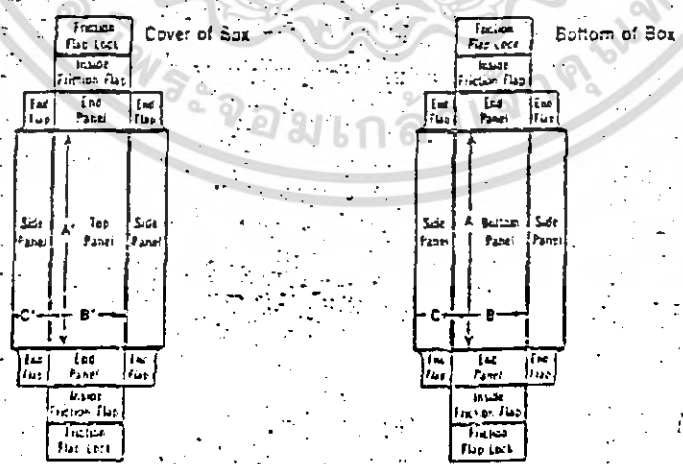
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



(d) Telescope hardware lock end



(e) Telescope lock corner



(f) Two-piece telescope friction end

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. โครงสร้างแบบปลอก (TUBE-TYPE CONSTRUCTION)

กล่องแบบนี้เกือบทั้งหมด ยกเว้นบางชนิด จะมีตะเข็บหรือล้นยาวที่จะติดกาวมาจากโรงงานผลิต คือ เป็นปลอกมาเรียบร้อย โดยปลายข้างหนึ่งของแบบกล่องติดกับขอบด้านตรงข้าม

หัวกล่องตรงด้านเปิดอาจจะเป็นฝาเปิด ปิด ต่อกออกมาจากด้านของตัวกล่องด้านหนึ่ง ล้นที่เป็นฝาเปิด-ปิด นี้มีหลายแบบแต่ที่ใช้กันทั่วไปกับกล่องแบบนี้มี 4 แบบ คือ

1. ฝาปิดแบบสอด (TUCK-END CLOSURE)
2. ฝาปิดแบบเกี่ยว (LOCK-IND CLOSURE)
3. ฝาปิดแบบรวมทั้ง 2 อย่าง
4. ฝาปิดแบบผนึก (SEAL-END CLOSURE)

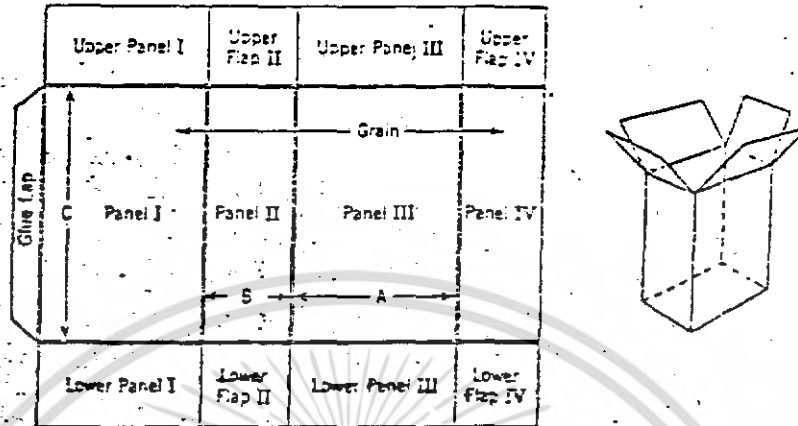
ใน 3 แบบแรก จะปิดฝาได้โดยการสอดหรือเกี่ยวล้นเข้าด้วยกัน ส่วนแบบที่ 4 ฝาปิดด้วยกาว

การบรรจุผลิตผลใส่กล่องแบบปลอกนี้ทำได้โดยการสอด A ในรูป ๖ ถึง แสดงโครงสร้างกล่องแบบผนึก, สอด, และเกี่ยว แบบพวกนี้ส่วนใหญ่ใช้เครื่องมือประกอบได้

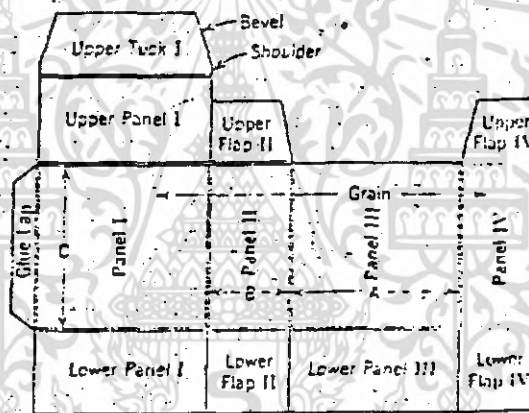
รูป A, B, C แสดงโครงสร้างของกล่องแบบผนึกหลายอย่าง แบบพื้นฐานของโครงสร้างกล่องแบบผนึก เป็นแบบการสร้างกล่องตลอดที่ใช้กันและเป็นวิธีที่ง่ายที่สุดวิธีหนึ่ง รูป D เป็นตัวอย่างหนึ่งของการเปลี่ยนแบบจากแบบพื้นฐานนี้

แบบสอด แสดงให้เห็นในรูป E, F, G และ H มีแบบพื้นฐาน 2 แบบ ในรูปของแบบกล่องที่ยังไม่พับ นั่นคือรูป E และแบบสอดที่ฝาสอดกลับทางกันในรูป ทั้งนี้เป็นแบบยังไม่พับและพับบางส่วน ภาพ E ETALLE แสดงภาพร่างของแบบสอดและแบบรวมแบบสอดเกี่ยว ที่อาจทำได้ในแบบต่าง ๆ

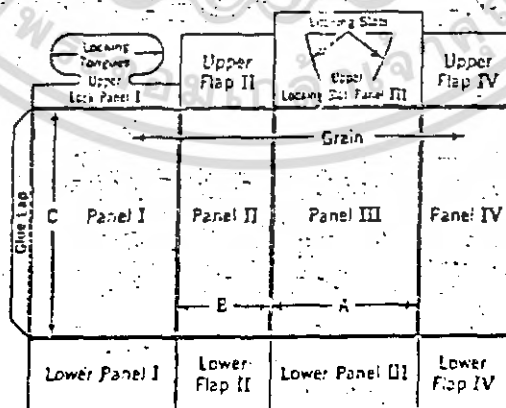
Fig. (a-f). Tubular carton styles. Courtesy Folding Paper Box Association of America.



(a) Full seal-end

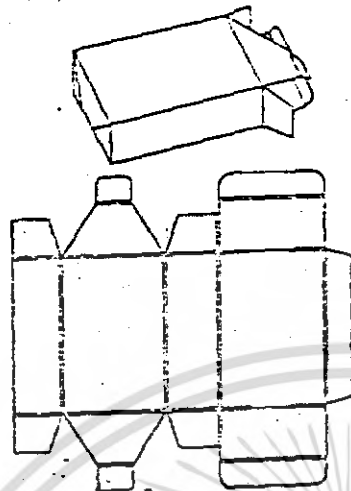


(b) Tuck-end, seal-end

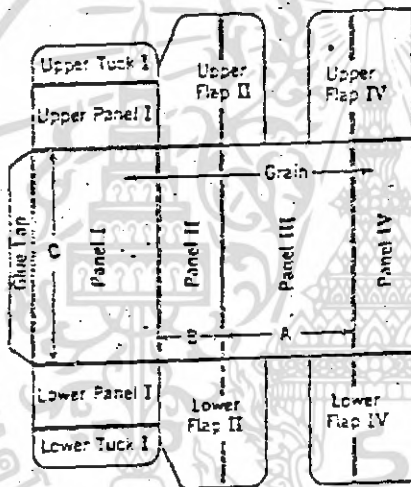


(c) Lock-top, seal-bottom

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

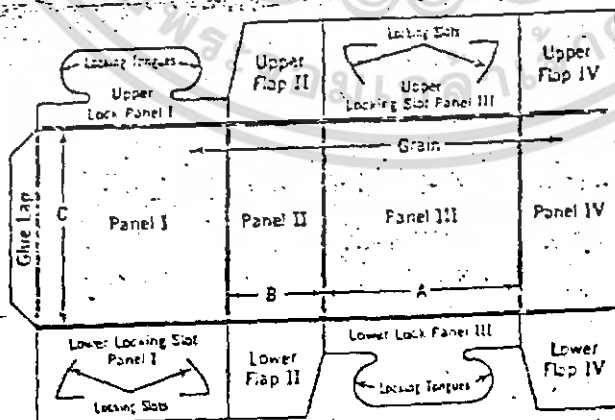


(g) Tuck and lock-end



(h)

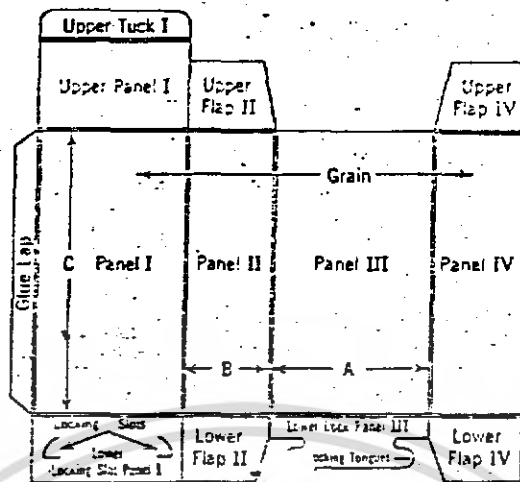
(h) Straight tuck end with full overlapping flap and side tucks



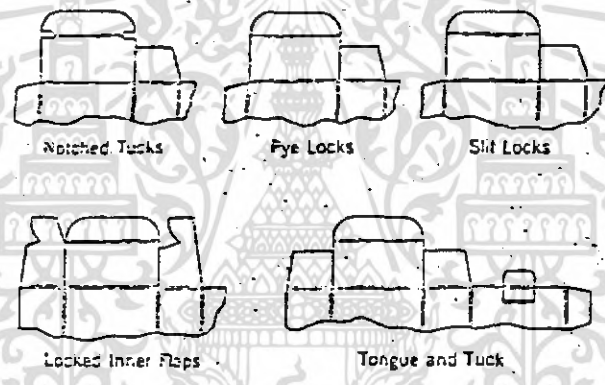
(i)

(i) Lock-end

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



(f) Tuck-top, lock-bottom



(a) Typical modifications of tuck ends



(b) Typical modifications of lock ends

Fig. Tubular carton end modifications. 49

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กล่องแบบปลอกนมฝาปิดแบบเกี่ยว แสดงให้เห็นในรูป I และ J รายละเอียดเพิ่มเติมของแบบเกี่ยวแสดงให้เห็นในรูป DETALL B กล่องหลอดชนิดฝาเกี่ยวมีข้อดี คือประกอบกล่องแบบนี้เข้าด้วยมือได้อย่างรวดเร็ว แต่อย่างไรก็ตามเครื่องจักรประกอบกล่องสำหรับแบบกล่องที่แสดงให้เห็มนั้น และกล่องที่มีฝาปิดแบบเกี่ยวแบบอื่น ๆ มีทั้งแบบประกอบกล่องอย่างเดี่ยว และแบบที่รวมกับเครื่องจักรสอดผลิตภัณฑ์เข้าไปด้วย มีข้อแตกต่างที่สำคัญของฝาปิดแบบเกี่ยว เมื่อเทียบกับความคงทนและกระดาษแข็งที่ใช้

ในรูป C แสดงแบบที่ใช้ฝาแบบสอดและเกี่ยวรวมกัน แบบนี้ใช้สำหรับส่งสินค้า เช่น หนังสือ อาทลี่ยี่ขึ้นเล็ก ๆ และตัวอย่างสินค้าทางไปรษณีย์

3. โครงสร้างแบบพิเศษ (SPECIAL CONSTRUCTION)

การทำกล่องแบบนี้แบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ

- แบบลูกผสม คือ กล่องที่รวมเอาลักษณะโครงสร้างของกล่องแบบปลอก และแบบถาด กล่องบรรจุขวดเบียร์ และเครื่องคัมที่ทำเป็นช่อง ๆ จัดอยู่ในจำพวกนี้
- กล่องที่มีโครงสร้างไม่แน่ชัดว่าจะเป็นแบบปลอก หรือถาด กล่องในกลุ่มนี้ ได้แก่ กล่องชนิดที่แบ่งเป็นช่อง ๆ แบบหลายแบบของพวก DISPLAYS

ข้อควรพิจารณาในการออกแบบ (DESIGN CONSIDERATIONS)

เนื่องจากหีบห่อชนิดพับ (FOLDING CARTON) เหมาะสมที่จะบรรจุวัสดุที่มีปริมาณมาก ฉะนั้นรายละเอียดที่ควรคำนึงในการออกแบบ จึงมิได้ขึ้นกับลักษณะภายนอกและการใช้เท่านั้น แต่ย่อมขึ้นอยู่กับการผลิตด้วย การที่จะเลือกหีบห่อชนิดใดชนิดหนึ่งและกระดาษแข็งที่จะใช้ประกอบหีบห่อ ย่อมต้องคำนึงถึงความแข็งแรงของหีบห่อ รวมทั้งกรรมวิธีประกอบรูปหีบห่อ การบรรจุและเครื่องมือที่จะใช้

ราคารวมในการบรรจุหีบห่อจึงขึ้นอยู่กับปัจจัยต่อไปนี้

1. ราคาซื้อของหีบห่อ ที่สืบเนื่องจากกระดาษ ปริมาณของกระดาษที่ต้องการรวมทั้งกรรมวิธีในการผลิตที่จำเป็นในการประกอบหีบห่อ ตลอดจนขนาดการตกแต่งขั้นสุดท้าย เช่น การพิมพ์การติดกาว เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ราคาบรรจุหีบห่อโดยตรง ซึ่งรวมการประกอบรูปหีบห่อ การบรรจุการฉีกและอื่น ๆ

การเลือกใช้หีบห่อแต่ละประเภท

สินค้าที่แยกหน่วยไม่ได้ (FREE-FLOWING PRODUCT) เช่น สบู่ ผงซักฟอก น้ำตาล ส่วนประกอบขนมเค้ก ฯลฯ มักใช้หีบห่อรูปทรงแบบปลอกในการบรรจุหีบห่อ และใช้การฉีกหั่วท้ายแบบปิดตายด้วยกาว เพื่อป้องกันการรั่วไหล ส่วนผลได้ประเภทคากแห้ง เช่น ลูกพรุน ลูกเกด และผงชูรสประเภทต่าง ๆ ก็มักใช้หีบห่อประเภทนี้บรรจุเช่นกัน

ในกรณีที่ต้องการให้รสชาติอาหาร หรือกลิ่นของสินค้าคงสภาพอยู่ตามเดิม หรือป้องกันสินค้าจากภายนอกซึ่งจะก่อความเสียหายแก่สินค้า เช่น ความชื้น หรือป้องกันการรั่วไหลของสินค้า ในกรณีที่สินค้าเป็นผงละเอียด ก็มักใช้หีบห่อประเภทปลอกบรรจุ หีบห่อ ตลอดจนมีวัสดุชั้นในห่อหุ้มสินค้าเสียก่อนที่จะฉีกกล่อง วัสดุเหล่านี้มีต่าง ๆ เช่น กระดาษไข กระดาษไขแก้ว ในบางกรณีวัสดุเหล่านี้อาจจะมาในรูปถึงที่แยกออกจากกล่องต่างหากถึงนี้จะใช้เครื่องมือประกอบและบรรจุ เช่นเดียวกับหีบห่อ จากนั้นจึงนำถึงมาสอดใส่ในหีบห่อ หรือประกอบรูปหีบห่อรอบถึงนี้อีกที

หีบห่อประเภท TUCK END ที่มีรูปลักษณะเป็นปลอก มักใช้บรรจุสิ่งของที่มีปริมาตรสูง เช่น หลอดยาสีฟัน ครีมโกนหนวด หลอดยาสี และขวด เช่น ขวดยา ขวดยาชักรองเท้า ประเภทน้ำ และเครื่องสำอาง ส่วนหีบห่อรูปทรง TUBULAR ที่มีท้ายเป็น SEAL END และหัวเป็น TUCK-TOP นั้น มักใช้บรรจุสินค้าที่ค่อนข้างมีน้ำหนัก และต้องการหีบห่อที่มี SEAL END เพื่อรองรับน้ำหนักนั้น ๆ

หีบห่อรูปทรงหลอดนี้ เหมาะสำหรับการบรรจุสินค้านานาชนิด ทั้งโดยวิธีใช้แรงงานคน และใช้เครื่องจักรอัตโนมัติ ส่วนหีบห่อประเภทที่มี TUCK-END ส่วนมากมักใช้แรงงานประกอบรูปทรง และบรรจุ หรืออาจใช้วิธีบรรจุหีบห่อแบบกึ่งอัตโนมัติ ส่วนหีบห่อประเภท SEAL END มักใช้เครื่องจักรกลบรรจุหีบห่อทั้งแบบอัตโนมัติและกึ่งอัตโนมัติ แต่ถ้าเป็นรูปทรง LOCK-END ก็ควรใช้แรงงานคนในการประกอบรูปและบรรจุแต่ก็มีกรณีพิเศษที่สามารถใช้เครื่องจักรกลได้

หีบห่อในรูปทรงแบบถาด มีความเหมาะสมที่จะใช้วิธีบรรจุหีบห่อโดยใช้แรงงานและเครื่องจักรกล โดยทั่วไปหีบห่อรูปทรงแบบถาดที่มีการติดกาวที่มุมมักจะใช้บรรจุหีบห่อ (10 ช่อง/1 กล่อง) ส่วนมากหีบห่อประเภทนี้จะประกอบรูปทรงโดยใช้เครื่องจักรกลอัตโนมัติ หรือกึ่งอัตโนมัติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หีบห่อประเภทนี้มีคุณสมบัติพิเศษคือ ความคงทนและแข็งแรงของมุมหีบห่อ และผู้ใช้สามารถประกอบหีบห่อได้เอง

การประกอบรูปหีบห่อรูปทรงแบบฉาก ประเภท LOCK CORNER นั้น คือ ประเภทที่มีด้านหนึ่งจะมีส่วนพิเศษยื่นออกมาที่สามารถสอดเข้าในอีกด้านหนึ่งซึ่งจะต้องมีช่องไว้ให้สอดด้วย หีบห่อประเภทนี้มักใช้บรรจุสินค้าประเภทอาหาร ส่วนกรรมวิธีการบรรจุหีบห่อก็มีทั้งประเภทใช้แรงงานคน และใช้เครื่องจักรกล หีบห่อประเภทนี้มักมีการพิมพ์บนหีบห่อและห้อมด้วยกระดาษแก้ว ซึ่งช่วยให้สิ่งพิมพ์ลงไปในซัดขึ้น

หีบห่อประเภทฉาก ที่มีการเสริมแรงด้วยผนังหนากว่าปกติ มักใช้บรรจุสินค้าที่มีผิวนอกขรุขระ และสินค้าส่วนที่ต้องการพุงให้คงที่ เช่น อะไหล่ และสินค้าประเภทอ่อนนุ่ม เช่น ผ้าเช็ดตัว ผ้าห่ม และผ้าปูที่นอน นอกจากนี้หีบห่อประเภทนี้ยังสามารถใช้ในการได้อีกด้วย เช่น สินค้าประเภทยาอม ของเล่นเด็ก เวชภัณฑ์ และเครื่องสำอางส่วนกรรมวิธีใช้บรรจุหีบห่อ อาจจะมีทั้งประเภทใช้แรงงานคนหรือเครื่องจักรกล

หีบห่อประเภทที่มีลักษณะพิเศษ มักใช้ในกรณีที่สินค้าที่จะบรรจุ นั้นไม่เหมาะสมที่จะบรรจุลงในหีบห่อประเภทฉาก หรือบล็อก หรือไม่มีหีบห่อประเภทใดที่จะเลือกสรรมาใช้ให้ตรงตามความต้องการของโครงสร้างสินค้า หรือการจำหน่าย เช่น หีบห่อที่บรรจุขวด เบียร์ หรือเครื่องดื่มประเภทอื่น จำนวนครึ่งโหล หีบห่อบรรจุน้ำหอมชนิดพิเศษ และหีบห่อที่ประดิษฐ์ขึ้นเพื่อส่งเสริมสินค้าเป็นพิเศษ หีบห่อประเภทพิเศษอื่น ๆ ก็ได้แก่ หีบห่อที่มี FLIP TOP และ SLIDE TOP สำหรับบรรจุหีบห่อ เป็นต้น

ฝาปิด (CAPS)

การใช้แก้ว พลาสติก หรือโลหะทำเป็นภาชนะบรรจุขวด หรือหลอดบีบ COLLOPIBLE TUBES ชนิดต่าง ๆ นั้น วัตถุประสงค์ในการใช้จะบรรจุถึงได้โดยสมบูรณ์หรือไม่นั้น จะขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของฝาหรือจุกที่ใช้ปิดปากขวดหรือหลอดเหล่านั้นด้วยจุดมุ่งหมายของการใช้ฝาชุดก็เพื่อให้เกิดการปิดกันอย่างแนบสนิท (SEAL) ระหว่างฝาชุดและปากขวดหรือคอขวด เพื่อป้องกันไม่ให้ผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายในไหลรั่วออกมาตลอดจนป้องกันการระเหยของกลิ่นหอมจากด้านในของขวดไปยังภายนอก และนอกจากนั้นยังช่วยป้องกันไอน้ำ แก๊ส ผุ่นละออง เชื้อราและเชื้อแบคทีเรียจากบรรยากาศจากภายนอก ไม่ให้ผ่านเข้าไปยังผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายในอีกด้วย

ชนิดต่าง ๆ ของฝาปิด

ฝาปิดถูกจำแนกตามการออกแบบและวัสดุที่ใช้ทำเป็นรูปร่าง

ฝาปิดซึ่งจำแนกตามการออกแบบก็ได้แก่ จุกเกลียว จุกอุด (FRICTION) จุกเพื่อการใช้งาน/ช่วยเท (DISPENSER/APPLICATOR) ในแต่ละแบบยังออกแบบให้แตกต่างกันออกไปอีกมากมาย

ฝาปิดจำแนกตามวัสดุที่ใช้ก็ได้แก่ โลหะ แก้ว พลาสติก จุกคอร์ก รวมทั้งวัสดุที่ใช้บุหรือทำประเก็นอีกหลายชนิด ฝาปิดดังกล่าวนี้อาจนำไปใช้กับแก้ว โลหะกระดาศ พลาสติก แข็งหรือกึ่งแข็งซึ่งใช้ทำภาชนะบรรจุ

ปัจจัยหลักในการออกแบบและคัดเลือกฝาปิด ก็คือ ประสิทธิภาพในการปิดผนึก การปิดและการเปิดออก การนำผลิตภัณฑ์ออกมาใช้ การตกแต่งปัญหาในระหว่างการบรรจุ ความสอดคล้องหรือเข้ากันได้กับผลิตภัณฑ์ รวมทั้งค่าใช้จ่าย

การกำหนดรายละเอียดของปากภาชนะบรรจุ

ปากของขวดจะเป็นส่วนของขวดซึ่งรองรับฝาปิด ซึ่งจะต้องใช้มาตรฐานของปากภาชนะบรรจุ ซึ่งออกโดย THE GLOSS CONTAINER MANUFACTURERS INSTITUTE (G.C.M.L)

ขนาดของปากขวดเกลียวหรือร่องจะบอกเป็นมิลลิเมตร ขนาดหลักซึ่งใช้กำหนดของปากขวดได้แก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระยะ "T"	คือ เส้นผ่าศูนย์กลางกลางภายนอกของเกลียว
"E"	คือ เส้นผ่าศูนย์กลางกลางภายนอกของขวดซึ่งอยู่ที่ฐานของเกลียว
"H"	คือ ความสูงของคอถึงปากขวด
PITCH	คือ จำนวนเกลียวต่อระยะ 1 นิ้ว

นับเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่กำหนดขนาดของ "H" เนื่องจากจุดเกลียวมีความแตกต่างอย่างมากในเรื่องของความสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งฝาปิดพลาสติก ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ชนิดด้วยกันคือ G.C.M.I. , 425, 400, 410, และ 430 จุดเกลียวมาตรฐานซึ่งสามารถสวมพอดีกับปากขวดขนาด 28 มิลลิเมตร เรียกว่า 28 มม. G.C.M.I. - 400 นอกจากนั้นยังบอกรายละเอียดเกี่ยวกับการทำวัสดุที่ใช้หรือรองตลอดจนการตกแต่ง

การปิดขวด

การปิดขวดแบ่งออกได้เป็น 3 แบบคือ

1. การปิดแบบธรรมดา เป็นการปิดภายใต้บรรยากาศปกติ
2. การปิดแบบสุญญากาศ เป็นการปิดโดยดูดเอาอากาศภายนอกออกไปเสียบ้าง และทำให้เกิดสภาวะใกล้เคียงสุญญากาศขึ้นทางด้านใน ซึ่งการปิดแบบนี้จะมีผลทำให้ความต้านทางด้านนอกของขวดสูงกว่าความต้านภายในขวด
3. การปิดแบบใช้แรงดันช่วย เป็นการปิดฝาขวดที่บรรจุผลิตภัณฑ์ที่มีความดันสูงกว่าปกติ เช่น ขวดน้ำอัดลมหรือโซดา

ส่วนประกอบของฝาขวด มี 2 ส่วนคือ

1. ส่วนที่เป็นฝารอบทางด้านบน (CAPS)
2. วัสดุรองล่าง (LINING MATERIALS) ซึ่งประกอบด้วย
 - 2.1 แผ่นปะหน้า (FACING)
 - 2.2 แผ่นรองหลัง (BACKING)

ฝารอบทางด้านบน (CAPS) วัสดุที่นิยมได้แก่

1. โลหะ ได้แก่ TIN PLATE และ ALUMINUM
2. พลาสติก ได้แก่ พลาสติกชนิด THERMOSETTING คือ STYRENE

PHENOLIC และ UREA กับพลาสติกชนิด THERMOPLASTIC คือ POLYETHYLENE

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัสดุรองล่าง (LINING MATERIALS) เป็นส่วนประกอบที่สำคัญที่สุดของขวด และฝาขวด มีหน้าที่ทำให้เกิดการปิดแน่นสนิท วัสดุรองล่างจะต้องทำจากวัสดุที่จะไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ในขวด ส่วนประกอบ 2 ส่วน ของวัสดุรองล่าง คือ แผ่นปะหน้า และ แผ่นรองหลัง

1. แผ่นปะหน้า มักทำจากวัสดุที่สามารถให้การป้องกันผลิตภัณฑ์ตามลักษณะความต้องการของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด เช่น อาจจะต้องป้องกันการผ่านเข้า-ออก ของความชื้น ไม่ฉีกขาดเสียหายมากเมื่อมีการเปิดปิดฝาชั่วคราวบ่อย ๆ ระหว่างการใช้ผลิตภัณฑ์และคุณสมบัติที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ แผ่นปะหน้าจะต้องไม่ทำปฏิกิริยาทางเคมีกับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่

2. แผ่นรองหลัง จะต้องทำจากวัสดุที่มีความยืดหยุ่น (RESILLIANCE) ที่พอสมควร เพื่อเวลาปิดแน่น จะได้มีรูปร่างแบนเดียวกับผิวบนของปากขวด และเมื่อเปิดฝาชวดจะสามารถขยายตัวกลับคืนเข้าสู่รูปร่างเดิมได้ นอกจากความยืดหยุ่นแล้ว แผ่นรองหลัง ยังต้องไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์ด้วย แผ่นรองหลังมักติดแน่นกับด้านใต้ของฝา โดยใช้กาวจำพวก LATEX ติด

วัสดุที่ใช้ทำวัสดุรองล่าง

วัสดุที่ใช้ที่มีธรรมชาติที่สุดสำหรับฝาจุกแบบเกลียวที่เป็นโลหะหรือพลาสติกประกอบด้วยเยื่อกระดาษ หรือกระดาษหนังสือพิมพ์รองด้วยฟิล์มเคลือบด้วยน้ำมัน ไวนิลหรือซาราน เป็นต้น แผ่นกระดาษรองมีความหนาตั้งแต่ 0.03 - 0.05 ในขณะที่ผิวเคลือบหนาประมาณ 0.002 วัสดุรองหลังทำหน้าที่กับการกระแทกบริเวณปากของภาชนะในขณะที่ผิวเคลือบป้องกันผลิตภัณฑ์จากเชื้อโรค และป้องกันผลิตภัณฑ์ไม่ให้ซึมแทรกเข้าไปในแผ่นรองหลัง จะใช้คอร์กเมื่อแผ่นหลังถูกอัดมาก ๆ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ระเหยได้ เช่น น้ำหอม หรือ โคลโลญ์ ผิวหน้าของเส้นมูส่วนใหญ่ อาจถูกหล่อลื่นด้วยไขมันจากอาหาร (FOOD GRADE WAX) เพื่อป้องกันและช่วยลดแรงบิดในการเปิด

นอกจากนั้น วัสดุที่ใช้ในฝาปิด ยังมีระเก็นซึ่งทำจากของแข็ง เช่น ยางธรรมชาติ หรือยางสังเคราะห์ และโพลีเอทิลีน แต่สิ่งสำคัญก็คือ วัสดุที่ใช้ภายใน ควรจะถูกทดสอบเสียก่อน เนื่องด้วยต้องสัมผัสกับผลิตภัณฑ์อยู่ตลอดเวลา เพื่อความเข้ากันได้ระหว่างผลิตภัณฑ์กับวัสดุที่ใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชนิดของฝาปิด

ฝาปิดที่ดีจะช่วยป้องกันผลิตภัณฑ์ไม่ให้ออกมาภายนอก หรือแน่นแต่ป้องกันไม่ให้สิ่งอื่น ๆ เข้าไปภายในภาชนะบรรจุนั้นได้ และยังคงสะดวกต่อผู้ใช้ในการเปิดและปิดฝาปิดแบ่งตามประเภทของการปิดมี 9 ประเภทหลัก คือ

1. แบบเกลียว (SCREW CAPS)
2. แบบฝาจับ (CROWNS)
3. แบบกด (PRESS-ON)
4. แบบใช้การรีด (ROLL-ON CAPS)

นอกจากนี้ยังมีอีกหลายแบบ นอกเหนือจากแบบมาตรฐานเหล่านี้คือ แบบสูญญากาศ แบบกันน้ำ แบบนิรภัย เป็นต้น ส่วนกลุ่มของฝาปิดที่มีกระดาษ ยางและคอร์ก จะใช้ในกรณีที่ต้องการความคุ้มครองเป็นพิเศษ สำหรับผลิตภัณฑ์จำพวกอาหาร นม ไวน์ สุราและยา สำหรับฝาปิดหรือการปิดผนึกเป็นขั้นที่ 2 เช่น การใช้แถบฟิล์มหัดกับฝาปิดมาตรฐาน

ฝาปิดแต่ละแบบจะมีการนำไปใช้ตามแต่แบบของภาชนะบรรจุ และชนิดของผลิตภัณฑ์ ซึ่งในขณะเดียวกันก็จะพิจารณาถึงด้านอื่น ๆ ประกอบไปด้วย เช่น สายการบรรจุ ความสะดวกของผู้ใช้ในการปิดเปิด ความประหยัด รูปร่างหน้าตาและความประทับใจ หรือคุณภาพของผลิตภัณฑ์

1. ฝาปิดแบบเกลียว (SCREW COP)

ฝาขวดแบบมีเกลียว ซึ่งเกลียวฝาจะประกบกันพอดีกับเกลียวขวด ฝาเกลียวอาจทำจากโลหะหรือพลาสติกก็ได้ ทำโดยนำเกลียวบนฝาปิด และทำเกลียวซึ่งสอดคล้องกัน ลงบนปากของภาชนะบรรจุ แล้วปิดด้วยแรงบิดพอควร เพื่อทำให้การปิดผนึกระหว่างเส้นบุหรือปะเก็นของฝาปิดกับส่วนบนของภาชนะบรรจุมีประสิทธิภาพ สิ่งที่สำคัญก็คือส่วนบนของภาชนะบรรจุควร จะวางเรียบ และฝาแบบนี้จำเป็นต้องมีวัสดุรองล่าง เพื่อช่วยให้เกิดการปิดแน่นสนิทระหว่างฝาขวดและตัวขวด การปิดฝาขวดแบบเกลียวจะทำได้ดีมากหรือน้อยเพียงใด จะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ความยืดหยุ่นของวัสดุ รองล่างและความแน่น (TORQUE) ของจุดที่หมุนเข้าไปขณะปิด ฝาปิดแบบเกลียวมีใช้มากที่สุดตั้งแต่ขนาด 18 มิลลิเมตร ถึง 38 มิลลิเมตร ฝาปิดแบบเกลียวอาจเรียกอีกอย่างว่า CONTINUOUS THREAD หรือ CT

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนใหญ่ภาชนะบรรจุที่ใช้ฝาปิดแบบนี้ จะนิยมใช้บรรจุผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปที่เป็นของแห้งทุกชนิด ของเหลว และพวกที่เป็นกาวเหนียว ครีမ် หรือของเหลวข้น (PASTE) ในบางครั้งใช้บรรจุอาหารบางชนิด และผลิตภัณฑ์สำหรับใช้ในบ้าน หรือวัสดุที่เตรียมไว้เพื่อการอุตสาหกรรมซึ่งจะบรรจุในขนาด 1 ควอทซ์ลงไป ฝาปิดแบบนี้สามารถปรับปรุงให้ใช้กับผลิตภัณฑ์ที่ต้องการบรรจุด้วยระบบสุญญากาศได้อีกด้วย

2. ฝาปิดแบบฝาจีบ (CROWN)

ฝาปิดแบบนี้เป็นฝาปิดที่มีความสำคัญอีกแบบหนึ่งของฝาปิดแบบที่มีจีบ เช่น ฝาจีบในขวดน้ำอัดลม ขอบฝาที่ทำด้วยโลหะซึ่งจะถูกอัดให้เป็นลอน และขอบด้านในของฝาจะมีขนาดที่พอเหมาะพอดีในการผนึก ในการปิดฝานั้น ลอนที่ขอบฝาจะถูกอัดเข้ากับแหวนที่ปากขวด จะทำให้เกิดแรงฝืดสูงสุดในการยัดเกาะ ซึ่งต้องการใช้มากในการบิดผนึกขวดที่บรรจุเครื่องดื่มพวกคาร์บอนेट ซึ่งมีแรงอัดอากาศภายในขวดที่มากมาย ฝาจิบนี้ยังสามารถเปิดออกได้ง่าย โดยใช้ที่เปิดขวดธรรมดาเท่านั้น ทั้งนี้ เป็นเพราะความยืดหยุ่นของจีบด้านนอกของฝา และความเรียบลื่นของแหวนรอบคอขวดบรรดาฝาจิบแบบเปิดสะดวกที่สามารถเปิดออกได้โดยการหมุนออก คัดชั้นหรือฉีกออกเหล่านี้ล้วนเป็นการพัฒนาปรับปรุงเพื่อการแข่งขันทางด้านอำนวยความสะดวกสบายให้แก่ผู้ใช้ยิ่งขึ้น

ขบวนการทำฝาจิบมีดังต่อไปนี้

- แผ่นเหล็กวิลลาถูกตัดออกตามขนาดที่กำหนด ตกแต่งตามแบบบนด้านหนึ่งแล้ว เคลือบด้วยแลคเกอร์อีกด้านหนึ่ง
- แผ่นเหล็กจะถูกบ้วนเข้าเครื่องอัดเพื่อเจาะเป็นแบบฝาสำเร็จ
- ใช้วัสดุ หรือแผ่นคอร์กตัดติดด้วยกาว หรือใช้วัสดุจากพลาสติกทำเป็นรูปร่าง ยัดเข้าไป หรือใช้พลาสติกหลอมเหลวฉีดเข้าไป เส้นมุมใบจุกคอร์กต้องใช้แผ่นกระดาษบางของตะกั่วหรือแผ่นกระดาษเคลือบด้วยวัตถุหลอม (IN LITE) เพื่อป้องกันการรั่วของแก๊สและเชื้อโรคเข้าไปภายใน

3. ฝาปิดแบบกด (PRESS ON)

ฝาปิดแบบกดเป็นฝาปิดแบบหนึ่งที่ทำให้ผลดีกว่าฝาปิดโลหะธรรมดา (LID) ซึ่งหลัก การเกี่ยวกับขอบแบบง่าย ๆ คล้ายกับเป็นแหวนรีครอบ ๆ ภายใต้ขอบปากขวดหรือในอีกกรณีหนึ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ก็คือ อาศัยแรงฉุดระหว่างขอบฝาด้านในและขอบขาค้านนอกซึ่งสัมผัสกัน ในภาชนะบรรจุที่ทำจากแก้ว พลาสติก โลหะ แรงฝืดจะเกิดจากผิวที่หยาบด้วยโพลีเอทิลีนหรือโลหะ

ฝาดแบบนี้จะพบมากในตัวถังที่มีการเปิดใช้แล้ว สามารถใช้ต่อไปได้โดยไม่ต้องทำลายถัง ในบางครั้งเยลลี่และตัวกั้นบรรจุในภาชนะบรรจุที่มีการปิดผนึกแบบนี้เช่นกัน

4. ฝาดแบบใช้การรีด (ROLL-ON CAPS)

ฝาดแบบนี้ทำจากอลูมิเนียมซึ่งมีความเหนียวพอที่จะรีดลงบนเกลียวของปากขวด ในขณะที่อยู่ในสายการบรรจุ ฝาดซึ่งไม่มีเกลียวจะถูกลงบนปากขวดเครื่องปิดฝาดัดขวดเอาไว้ เครื่องจักรจะทำการกลิ้งลงบนโลหะรอบ ๆ เกลียวของภาชนะบรรจุและเกลียวของฝาดัดจะพอดีกัน การปิดฝาดแบบนี้ จะสามารถผลิตได้ถึง 1,500 ขวด/นาที ฝาดแบบนี้มักใช้กับขวดแก้วและขวดพลาสติกที่บรรจุเครื่องดื่มผสมคาร์บอน และขวดยา ซึ่งจำเป็นต้องผนึกอย่างหนาแน่น และสามารถทนต่อแรงดันอากาศสูง ๆ ได้ทั้งแรงดันระบบสูญอากาศและแรงอัด

นอกจากฝาดัดทั้ง 4 ประเภทที่ได้กล่าวมาแล้วนั้นยังมีฝาดัดอีกหลายชนิดดังที่จะกล่าวต่อไป

1. ฝาดแบบเป็นร่อง (LUG CAPS)

ฝาดแบบนี้มีลักษณะใกล้เคียงกับฝาดแบบเกลียวมาก แต่แทนที่จะทำเป็นเกลียวจะทำเป็นร่องแทน มักใช้กับภาชนะบรรจุที่มีปากกว้าง และที่ภาชนะบรรจุจะมีเกลียวขวดเป็นช่วงแทนที่จะเป็นเกลียวแบบต่อเนื่อง การปิดฝาดัดจะทำโดยวางฝาดัดลงบนขวดที่มีร่องของฝาดัดอยู่ระหว่างเกลียวที่ขาดเป็นช่วง แล้วปิดฝาดัดกระแทกร่องดังกล่าว สวมพอดีกับร่องเกลียว ฝาดัดแบบเป็นร่องนี้ใช้การหมุนเพียง 1/4 รอบ ในขณะที่ฝาดัดแบบเกลียวใช้การหมุน 1.1/4 ถึง 1.1/2 รอบ แต่ลักษณะปรากฏก็ว่าและสามารถทำการพิมพ์ลงบนด้านข้างของฝาดัดได้ ฝาดัดแบบเป็นร่องส่วนใหญ่จะมีขนาดตั้งแต่ 40 มิลลิเมตร ถึง 49 มิลลิเมตร แต่ก็มีบางอย่างใช้ฝาดัดที่มีขนาดเล็ก คือมีขนาดประมาณ 28 มิลลิเมตร ซึ่งใช้สำหรับขวดซีเอสเมะเชื้อเทศ

2. ฝาดแบบอุด (FRICTION FIT CAPS)

ฝาดัดแบบนี้ไม่มีทั้งเกลียวหรือร่อง จะมีประกอที่ยึดหยุ่นได้บุรอบในของฝาดัดประกอที่ดังกล่าวจะมีเส้นผ่าศูนย์กลางภายในเล็กกว่าเส้นผ่าศูนย์กลางภายนอกของภาชนะบรรจุ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เล็กน้อย การฉีกจะมีชั้นบนผิวบนของภาชนะบรรจุหรือขอบนอกของปากภาชนะบรรจุ การปิด
 ฉีกด้านบน เกิดจากการกดฝาปิดทางด้านบน ประเก็นจะขยายตัวตามความลาดของปากขวด
 ส่วนการฉีกด้านข้าง เกิดจากการบีบปากของภาชนะบรรจุ การบีบด้านข้างทำได้โดยใช้เครื่อง
 ทำเป็นจับ หรือทำให้ยื่นทำให้ประเก็นล่อม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

กองบริการอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม วารสารพลาสติก ฉบับที่ 5 ปีที่ 1

เดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม 2526

สมาคมท่อน้ำ, บรรจุกัดไทย

พินณา จันทวัฒน์, ภาชนะบรรจุและวัสดุที่ใช้ทำภาชนะบรรจุ

อ.คนต์ รัตนทัศน์ เทคโนโลยีเบื้องต้นสำหรับออกแบบผลิตภัณฑ์พลาสติก

อ.อรสา จิรปัญญา เอกสารประกอบการเรียนวิชาออกแบบบรรจุภัณฑ์

นิตยสารคู่แข่ง

นิตยสารมีเดีย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติการศึกษา

อนุบาล - ประถมศึกษา	โรงเรียนวัดศรีนาวา จ.นครนายก
มัธยมศึกษา	โรงเรียนนครนายกวิทยาคม
อุดมศึกษา	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้