

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์กำจัดและดูแลเส้นขน
ของ บริษัท บอดีโกล จำกัด

(Package and Graphic Design for Depilatories Products of BODYGLO co. ltd.)



โดย

นางสาว ประภาวี ศิวเวทกุล

นาง

2/34567

97456-2009

เลขหมู่.....

เลขทะเบียน **71457**

วัน,เดือน,ปี - **9 พ.ค. 2550**

b. 11744819
i.

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต

ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2548-49

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง อนุมัติให้
วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต



อาจารย์ที่ปรึกษา

.....
Signature

อาจารย์ พิมพ์ปราโมทย์ อุไรรงค์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์	โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์ กำจัดและดูแลเส้นขน ของ บริษัทบอดีโกล จำกัด
ชื่อนักศึกษา	น.ส. ประภาวี ศิวเวทกุล
รหัส	44020104
ภาควิชา	ศิลปอุตสาหกรรม
คณะ	สถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา	2548-2549

บทคัดย่อ

ขนส่วนเกินในร่างกาย เป็นสิ่งที่คนส่วนใหญ่ต้องการกำจัดออก เพราะนอกจากจะทำให้แลดูไม่สวยงาม โดยเฉพาะในผู้หญิงแล้ว ยังเป็นที่ระสมของแบคทีเรีย ทำให้เกิดกลิ่นตัว เป็นที่รังเกียจของคนรอบข้างอีกด้วย

ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มผลิตภัณฑ์กำจัดและย้อมเส้นขน สามารถแบ่งได้หลายประเภท ตามลักษณะการใช้งาน หรือตามบริเวณที่ใช้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้บริโภคจะเลือกใช้ตามความพอใจ โดยพิจารณาจากขนาดเส้นขน ปริมาณขน บริเวณที่ต้องการกำจัด และกำลังทรัพย์ ปัจจุบันตลาดผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ยังมีขนาดเล็กไม่ใหญ่มากนัก แต่ก็จัดเป็นตลาดที่มีความน่าสนใจ เพราะในหมู่ของผู้หญิง ความสวยงามนั้น เป็นเรื่องที่สำคัญ “การกำจัดขน” จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่จะทำให้ได้มาซึ่งความสวยงามเกลี้ยงเกลาของผิวพรรณได้ทันที ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความมั่นใจแก่ผู้ที่รักความสวยงามได้เป็นอย่างดี

เมื่อสำรวจสินค้าที่มีวางขายอยู่ในท้องตลาด ส่วนใหญ่เน้นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ หรือสินค้าที่นำเข้ามาบรรจุภายในประเทศเพื่อประหยัดต้นทุน ส่วนสินค้าที่ผลิตขึ้นเองภายในประเทศยังมีไม่มากนัก สินค้าที่มีวางจำหน่ายในท้องตลาดขณะนี้ ไม่ว่าจะสินค้านำเข้า และสินค้าที่ผลิตภายในประเทศ แต่ละแบรนด์ยังขาดความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ มักมีวางจำหน่ายชนิดเดียว เช่น ผลิตภัณฑ์ย้อมสีขนเพียงอย่างเดียว หรือผลิตภัณฑ์แว็กซ์เส้นขนเพียงอย่างเดียว ซึ่งทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ ไม่น่าสนใจ และขาดความน่าเชื่อถือ

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์กำจัดและดูแลเส้นขนของ บริษัทบอดีโกล จำกัด ต้องการนำเสนอการออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์ของสินค้าประเภทนี้ ทั้งชุดให้มีเอกลักษณ์สอดคล้องกัน แต่มีลักษณะย่อยๆ เหมาะสมตามความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ซึ่งสามารถแบ่งได้หลายประเภท และแบ่งชนิดแยกย่อยลงไปได้อีก ตามลักษณะการใช้งาน ตามบริเวณที่ใช้ เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ มีความเชื่อมั่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในมาตรฐานสินค้าที่ผลิตภายใน ประเทศ ตลอดจนมีความสะดวกในการผลิตและการขนส่ง ซึ่งจะมี ทำให้ผลในการเพิ่มยอดขายและผลกำไรต่อผู้ประกอบการ

บริษัทบอดีโกล (Bodyglo) จำกัด เป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ดูแลและกำจัดเส้นขนในประเทศมานาน มุ่งเน้นการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เป็นที่ยอมรับในมาตรฐานสากลได้ เล็งเห็นถึงการขยายตัวของ ความสนใจเรื่องการดูแลและกำจัดเส้นขน เพราะในปัจจุบันหญิงไทยมีพฤติกรรมรักสวยรักงามกันมาก ขึ้น เนื่องจากค่านิยม ของสังคมที่ทำให้ผู้หญิงหันมาดูแลตัวเองมากขึ้น ทำให้ตลาดสินค้าประเภทนี้ เริ่มขยายตัว

บริษัทบอดีโกลได้เริ่มกิจการผลิตจากตลาดขนาดเล็กเมื่อประมาณ 15 ปีที่แล้ว ในปัจจุบันบริษัทได้ทำ การผลิตสินค้าเพื่อส่งไปยังตลาดเสริมสวยต่างๆ โดยมีผู้จัดจำหน่ายอีกทีหนึ่ง ในอนาคตทางบริษัท เล็งเห็นถึงการขยายตัวของตลาดสินค้าประเภทนี้ จึงต้องการเพิ่มช่องทางด้านการจำหน่าย และขยาย การส่งออกมากขึ้น โดยจะเป็นการจัดจำหน่ายเองทั้งในประเทศและส่งออกนอกประเทศ ทั้งนี้บริษัท ตระหนักดีว่าการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกของสินค้า นับเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยเพิ่มคุณค่า ให้กับตัวผลิตภัณฑ์ ทำให้สามารถสื่อสารเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้กับ ตราสินค้า และผลิตภัณฑ์ใหม่ ให้เป็นที่รู้จัก มีความนิยม และเกิดความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค

ผลิตภัณฑ์กำจัดและดูแลเส้นขนของบริษัทบอดีโกล แบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์กำจัดเส้นขน มีผลิตภัณฑ์ชนิดเดียว คือ แวกซ์เย็นกำจัดขน ซึ่งมีหลายสูตร ดังนี้
 - แวกซ์น้ำผึ้ง สูตรดั้งเดิม
 - แวกซ์ส้ม และวิตามินซี
 - แวกซ์ ชาเขียว
 - แวกซ์ ช็อกโกแลต
 - แวกซ์ ราสเบอร์รี่
 - แวกซ์ มังคุด
 - แวกซ์ มะขามและวิตามินซี
2. ผลิตภัณฑ์สำหรับการดูแลหลังการถอนขน มีผลิตภัณฑ์ คือ มาสค์ปรับสภาพผิว ซึ่งมีหลายสูตร ได้แก่
 - มาสค์มะขาม
 - มาสค์ผลไม้วรรวม
 - มาสค์ดอกไม้วรรวม
 - มาสค์สารสกัดใบฝรั่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิก ของโครงการนี้ ได้คำนึงถึงผู้บริโภคเป็นหลัก มีการเลือกใช้กราฟฟิก สี สัน ที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงภาพลักษณ์ของการเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ รวมถึงเรื่องการสื่อความหมายและการแยกสินค้าแต่ละประเภทให้แตกต่างกัน แต่ยังคงเอกลักษณ์ร่วมของผลิตภัณฑ์ทั้งหมด เพื่อการจดจำได้ของผู้บริโภค

เมื่อเริ่มต้นการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกของผลิตภัณฑ์ก็จำกัดและดูแลเส้นขน ปัญหาหลักที่เกิดขึ้นคือการแบ่งประเภทผลิตภัณฑ์ ซึ่งพบว่า การแบ่งประเภททำได้หลายแบบ อาจแบ่งประเภทตามลักษณะการใช้งานเป็นเกณฑ์ ได้แก่ แวกซ์ ครีม โลชั่น หรือแบ่งประเภทตามบริเวณที่ใช้เป็นเกณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์สำหรับแขนขา ไต้วงแขน ใบหน้า ทำให้เกิดปัญหาในการออกแบบกราฟฟิกหลักเพื่อสร้างเอกลักษณ์ร่วม

แนวทางการออกแบบจึงต้องเริ่มต้นด้วย การตัดสินใจว่าจะแบ่งประเภทผลิตภัณฑ์ด้วยเกณฑ์ใดเป็นหลัก แล้วจึงแบ่งย่อยลงไปโดยการใช้อีกเกณฑ์หนึ่ง ในเบื้องต้นได้ตัดสินใจที่จะเลือกใช้องค์ประกอบทางด้านกราฟฟิกเพื่อแยกตามลักษณะบริเวณที่ใช้เป็นหลัก เช่น บริเวณขนที่แขนขา บริเวณใบหน้า บริเวณบิกินี ฯลฯ ต่อไปจึงแบ่งย่อยๆ ตามคุณสมบัติทางกายภาพผลิตภัณฑ์ (ของแข็ง ของเหลว แผ่นแวกซ์) หรือลักษณะวิธีใช้งาน หรือ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ โดยให้คงมีเอกลักษณ์ร่วมกันแต่มีการใช้สัญลักษณ์หรือองค์ประกอบเพื่อสื่อสารให้ทราบถึงลักษณะ และบริเวณที่ใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนำ

สังคมมนุษย์ถือว่า ขน เป็นสัญลักษณ์แห่งความเป็นชาย เนื่องจากฮอร์โมนเพศชายเป็นตัวกระตุ้นให้ขนบริเวณหนวด รักแร้ และหน้าแข้งเจริญงอกงามและหนาตกร ส่วนฮอร์โมนเพศหญิงจะเป็นตัวกระตุ้นการเจริญเติบโตของเส้นผม ทำให้ผู้หญิงมีผมหนากกว่าผู้ชาย ดังนั้นสำหรับเพศหญิง สังคมถือว่าจะต้องมีผมหนาคงเป็นเงาตามตัว แต่มีผิวพรรณเกลี้ยงเกลา โดยเฉพาะขนหน้าแข้งไม่ควรที่จะมีปรากฏให้เห็นจึงจะเรียกว่าเป็นผู้หญิงเต็มตัว

ผู้หญิงที่ธรรมชาติให้ฮอร์โมนเพศชายมาากจะทำให้เกิดขนหน้าแข้ง จึงจำเป็นต้องกำจัดออกเพื่อความสวยงาม สำหรับคนที่รักแร้ มักจะเกิดการหมักหมมและเกิดกลิ่นอับได้ง่าย ดังนั้นสำหรับผู้ที่ไม่สนใจในความสะอาดและสุขภาพจึงนิยมกำจัดออก โดยเฉพาะผู้หญิง ซึ่งต้องการความสวยงามและเกลี้ยงเกลา

ปัจจุบันตลาดผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ยังมีขนาดเล็กไม่ใหญ่มากนัก แต่ก็จัดเป็นตลาดที่มีความน่าสนใจ เพราะในหมู่ของผู้หญิง ความสวยงามนั้นเป็นเรื่องที่สำคัญ “การกำจัดขน” จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่ง ที่จะทำให้ได้มาซึ่งความสวยงามเกลี้ยงเกลาของผิวพรรณได้ทันที ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความมั่นใจแก่ผู้ที่รักความสวยงามได้เป็นอย่างดี

การนำเสนอโครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลและกำจัดเส้นขน ต้องการนำเสนอการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกของสินค้าประเภทนี้ทั้งชุดให้มีเอกลักษณ์สอดคล้องกัน แต่ มีลักษณะย่อยๆ เหมาะสมตามความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ซึ่งสามารถแบ่งได้หลายประเภท และแบ่งชนิดแยกย่อยลงไปได้อีก ตามลักษณะการใช้งาน ความบริเวณที่ใช้ เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ มีความเชื่อมั่นในมาตรฐานสินค้าที่ผลิตภายใน ประเทศ ตลอดจนมีความสะดวกในการผลิตและการขนส่ง ซึ่งจะมีทำให้ผลในการเพิ่มยอดขายและผลกำไรต่อผู้ประกอบ การ

ดังนั้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จึงเป็นหน้าที่ของนักออกแบบ ที่จะพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณทุกคนที่ทำให้วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จไปด้วยดี

ขอขอบคุณ ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม

ขอขอบคุณ อาจารย์ทุกท่านในภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม

ขอขอบคุณ อาจารย์ที่ปรึกษา พิมพ์ปราวินท์ ที่ช่วยดูแล ให้คำปรึกษา และขอบคุณ อาจารย์ในกลุ่มแพคเกจทุกท่าน อ.สมชัย อ.เป็ด อ.ดาว ที่คอยแนะนำ คัดเตือนให้คำปรึกษาในทุกๆ ด้าน

ขอขอบคุณ เพื่อนๆในกลุ่มแพคเกจทุกคน ขอขอบคุณ ย้อย ที่ช่วยคอยดูแลเวลาตกทุกขี้ได้ยาก

ขอขอบคุณ คู่ที่อยู่เคียงข้างกันมาตลอด ขอขอบคุณ กระแต ที่คอยรับฟังเวลาไม่มีเรื่องไม่สบายใจ ขอขอบคุณ นิ่ง ที่คอยให้ฮัมของตลอดเวลา ขอขอบคุณ นะ ยู วิ ที่เอก ถึงกลุ่มแพคเกจจะมีเพียงน้อยนิด แต่รู้สึกดีมากที่ได้มาขึ้นอยู่ตรงนี้

ขอบคุณน้องๆพี่ๆและเพื่อน รหัส 17 และ 42 ขอขอบคุณเพื่อนรหัส แป๊ะ ที่เป็นสุภาพบุรุษ

มากๆ คอยช่วยเหลือกันมาตลอด ขอขอบคุณ น้องแอม น้องก๊อฟ ที่อยู่ด้วยกันจนถึงวินาทีสุดท้ายของการส่งงาน ขอขอบคุณ น้องก๊อปแก๊ป น้องเอ็ม น้องสองห้อย น้องพลอย ที่คอยผลักดันแวะเวียนให้กำลังใจ

ขอขอบคุณ เพื่อนและพี่ศิวิลปากร ที่มาไกลเพื่อมาช่วยเหลือ ขอขอบคุณจ้อยส์ ที่อยู่ด้วยกันตลอดเวลา และขอบคุณทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือจนวิทยานิพนธ์นี้สำเร็จ และสุดท้ายนี้ ขอขอบคุณ เต็ง ขอขอบคุณจริงๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

บทที่ 1 บทนำ	1
บทนำ	1
วัตถุประสงค์ของโครงการ	4
ความเป็นไปได้ของโครงการ	5
ปัญหาเงื่อนไขความต้องการ	6
แนวทางการแก้ปัญหา	10
ปัญหาและแนวทางแก้ปัญหาโดยภาพรวม	10
ปัญหาและแนวทางแก้ปัญหาโดยจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์	12
ขอบเขตของโครงการ	23
ขอบเขตชนิดผลิตภัณฑ์	23
ขอบเขตปริมาณบรรจุ	24
แผนภาพสรุปขอบเขตของโครงการ	27
แนวทางการศึกษาวิจัย	29
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	30
บทที่ 2 การค้นคว้าและสรุปผลข้อมูล	31
2.1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับบริษัทผู้ผลิต – บริษัทบอดีโก	32
2.1.1 ประวัติความเป็นมาและลักษณะธุรกิจของบริษัท	33
2.1.2 รายละเอียดผลิตภัณฑ์ของบริษัท	34
2.2 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเครื่องสำอางกำจัดขน	35
2.2.1 ความเป็นมาของผลิตภัณฑ์	35
2.2.2 ข้อมูลพื้นฐานของผลิตภัณฑ์	36
2.2.3 พฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางกำจัดขน ที่เป็นปัจจัยเกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์	46
พฤติกรรมใช้แว็กซ์อุ่น	46
พฤติกรรมใช้แว็กซ์เย็น	47
พฤติกรรมการใช้ครีมทำให้ขนร่วง	48
พฤติกรรมการใช้แผ่นแว็กซ์	49
พฤติกรรมการใช้ครีมเปลี่ยนสีขน	50
สรุป พฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางกำจัดขน ที่เป็นปัจจัยเกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์	51
2.3 ข้อมูลด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางกำจัดขน	52
2.3.1 ขนาดตลาด ส่วนแบ่งการตลาด และแนวโน้มของตลาดในอนาคต	52
2.3.2 การวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์	52
2.3.3 สถานที่และลักษณะการจัดจำหน่าย	57
2.4 ข้อมูลด้านคู่แข่ง	58
2.4.1 ขนาดของตลาด ส่วนแบ่งการตลาด และแนวโน้มทางการตลาด	58
2.4.2 วิเคราะห์และสรุปข้อดี-ข้อเสียด้านบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์คู่แข่ง	61
2.5 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภค	67
2.5.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภค	67
2.5.2 ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	68

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.3	แบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวจผู้บริโภครวม	70
2.5.4	สรุปข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	73
2.6	ข้อมูลด้านวัสดุและกรรมวิธีการผลิต	80
2.6.1	รายการวิเคราะห์และสรุปการเลือกใช้วัสดุสำหรับผลิตภัณฑ์ในโครงการ	80
2.6.2	การเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ในโครงการ	81
บทที่ 3 การพัฒนาการออกแบบ		89
3.1	เงื่อนไขความต้องการในการออกแบบ	90
3.1.1	เงื่อนไขหรือความต้องการตามรายผลิตภัณฑ์	90
3.2	การพัฒนาแนวความคิดและการออกแบบ	94
3.2.1	องค์ประกอบในการออกแบบด้านโครงสร้าง	94
3.2.2	การศึกษาการใช้งานด้าน Ergonomic	96
3.2.3	การพัฒนาแนวความคิดการอำนวยความสะดวกในแต่ละรายผลิตภัณฑ์	108
3.3	การพัฒนาแบบ	131
3.3.1	การออกแบบโลโก้ของตราสินค้า	131
3.3.2	การพัฒนาโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์	133
3.3.3	การออกแบบรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์	146
3.3.4	การออกแบบกราฟฟิก	153
บทที่ 4 การเสนอผลงานการออกแบบ		159
4.1	ภาพถ่ายย่อแผ่นเสนองาน	160
4.2	ภาพถ่ายหุ่นจำลอง	208
4.3	แบบแสดงรายละเอียด Drawing	212
4.4	ภาพถ่ายย่ออาร์ตเวิร์ค (Artworks)	213
บทที่ 5 บทสรุปผลการออกแบบ		214
5.1	สรุปผลการออกแบบ และข้อเสนอแนะของนักศึกษา	215
5.2	สรุปผลการออกแบบ และข้อเสนอแนะของอาจารย์	216
	บรรณานุกรม	217
	ภาพผนวก	218
	ประวัติการศึกษา	222

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการภาพ

ภาพที่ 1.1	แผนภาพสรุปขอบเขตของโครงการ	38
ภาพที่ 2.1	ลักษณะทางกายภาพ คุณสมบัติและการใช้งานแว็กซ์อ่อน	48
ภาพที่ 2.2	ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์แว็กซ์อ่อน	48
ภาพที่ 2.3	ลักษณะทางกายภาพ คุณสมบัติและการใช้งานแว็กซ์เย็น	49
ภาพที่ 2.4	ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์แว็กซ์เย็น	49
ภาพที่ 2.5	ลักษณะทางกายภาพ คุณสมบัติและการใช้งานแผ่นแว็กซ์	50
ภาพที่ 2.6	ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์แผ่นแว็กซ์	50
ภาพที่ 2.7	ลักษณะทางกายภาพ คุณสมบัติและการใช้งานของครีมทำให้ขนร่วง	51
ภาพที่ 2.8	ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ครีมทำให้ขนร่วง	51
ภาพที่ 2.9	ลักษณะทางกายภาพ คุณสมบัติและการใช้งานของครีมเปลี่ยนสีขน	52
ภาพที่ 2.10	ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ครีมเปลี่ยนสีขน	52
ภาพที่ 2.11	ลักษณะทางกายภาพ คุณสมบัติและการใช้งานผลิตภัณฑ์ของโลชั่นชนิดต่างๆ	53
ภาพที่ 2.12	ลักษณะทางกายภาพ คุณสมบัติและการใช้งานแผ่นครีมปรับสภาพผิวหลังการ โกนขน	55
ภาพที่ 2.13	แผนภาพแสดงขั้นตอนการใช้งานแว็กซ์อ่อน	56
ภาพที่ 2.14	แผนภาพแสดงขั้นตอนการใช้งานแว็กซ์เย็น	57
ภาพที่ 2.15	แผนภาพแสดงขั้นตอนการใช้งานของครีมทำให้ขนร่วง	58
ภาพที่ 2.16	แผนภาพแสดงขั้นตอนการใช้งานแผ่นแว็กซ์	59
ภาพที่ 2.17	แผนภาพแสดงขั้นตอนการใช้งานของครีมเปลี่ยนสีขน	60
ภาพที่ 2.18	แผนภาพสรุป พฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางกำจัดขน ที่เป็นปัจจัยเกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์	61
	4P	62
ภาพที่ 2.19	การจับวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาคุณภาพและราคาเป็นเกณฑ์	63
ภาพที่ 2.20	การจับวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาจากภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เป็นเกณฑ์	64
ภาพที่ 2.21	การจับวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาจากภาพลักษณ์ของแบรนด์เป็นเกณฑ์	65
ภาพที่ 2.22	การจับวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาจากลักษณะกราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์เป็นเกณฑ์	66
ภาพที่ 2.23	ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางกำจัดขนของแบรนด์ที่ทำตลาดในปัจจุบัน	68
ภาพที่ 2.24	จุดขายของผลิตภัณฑ์แบรนด์ต่างๆ ในท้องตลาด	69
ภาพที่ 2.25	ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์แบรนด์ต่างๆ ในท้องตลาด	69
ภาพที่ 2.26	เปรียบเทียบผลิตภัณฑ์แบรนด์ต่างๆ โดยสรุป	70
ภาพที่ 2.27	สรุปข้อดี-ข้อเสียด้านบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์แว็กซ์อ่อนและแว็กซ์เย็น	71
ภาพที่ 2.28	สรุปข้อดี-ข้อเสียด้านบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์แว็กซ์เย็น Honey cold wax และ Bio green tea cold wax	72
ภาพที่ 2.29	สรุปข้อดี-ข้อเสียด้านบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์แผ่นแว็กซ์ชนิดสำหรับแขนขา และชนิดสำหรับใบหน้า	73
ภาพที่ 2.30	สรุปข้อดี-ข้อเสียด้านบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ครีมทำให้ขนร่วง oplica และ oplica sensitive	74
ภาพที่ 2.31	สรุปข้อดี-ข้อเสียด้านบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ครีมทำให้ขนร่วง Moisturising hair removing cream และ Bigini brief hair removal cream	75
ภาพที่ 2.32	สรุปข้อดี-ข้อเสียด้านบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ครีมทำให้ขนร่วง Bigini brief hair removal cream และครีมเปลี่ยนสีขน Developer cream	76
ภาพที่ 2.33	ข้อมูลของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรอง	78
ภาพที่ 2.34	แผนภาพแสดงความสัมพันธ์ของประเภทผู้ใช้งานแยกตามรายผลิตภัณฑ์	85
ภาพที่ 2.35	ปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค	88
ภาพที่ 2.36	ปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์แบรนด์ บอดีโกล และอื่นๆ	89

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.1	แผนภาพแสดงหัวข้อและแนวความคิดที่ใช้ในการศึกษาการใช้งานด้าน Ergonomic สำหรับบรรจุกัมภ์เครื่องสำอางกำจัดขน	106
ภาพที่ 3.2	แผนภาพสรุปลักษณะท่าทางในการปาดหรือทาผลิตภัณฑ์บนแขน-ขา	108
ภาพที่ 3.3	ลักษณะการจับถือเพื่อปาดและทาผลิตภัณฑ์ลงบนแขน-ขา เป็นไปได้ทั้ง แบบที่ 1 แบบที่ 2 และแบบที่ 3	109
ภาพที่ 3.4	ลักษณะการจับถือเพื่อปาดหรือทาบริเวณแขน-ขา แบบที่ 1 (ภาพบน) ลักษณะท่าทางการปาดหรือทา ที่ต้องออกแบบของสาขาของหัวปาดให้เหมาะสม ที่จะทำให้จับถือ โดยหักข้อมือน้อยที่สุด แบบที่ 2 (ภาพกลาง) เป็นการปาดหรือทาในลักษณะใหม่ ทำให้มีการหักข้อมือน้อย แบบที่ 3 (ภาพล่าง) เป็นการปาดหรือทาอีกลักษณะ ที่เกิดการหักข้อมือน้อยเช่นเดียวกัน	110
ภาพที่ 3.5	องศาของหัวปาดที่เหมาะสมคือลักษณะท่าทางการปาดหรือทาแบบที่ 1 ที่จะทำให้จับถือ โดยหักข้อมือน้อยที่สุด คือ 120°	111
ภาพที่ 3.6	แผนภาพสรุปลักษณะท่าทางในการปาดหรือทาผลิตภัณฑ์บริเวณขอบบิกินี และลักษณะการจับถือเพื่อปาดแบบที่ 1 และ 3	112
ภาพที่ 3.7	ลักษณะการจับถือเพื่อปาดบริเวณขอบบิกินีแบบที่ 1 (ภาพบน) และองศาของหัวปาดที่เหมาะสมที่สุดทำให้จับถือ โดยหักข้อมือน้อยที่สุด คือ 150° (ภาพล่าง)	113
ภาพที่ 3.8	ลักษณะการจับถือเพื่อปาดแบบที่ 3 บริเวณขอบบิกินี ซึ่งทำได้ทั้งทำยืน นั่งพื้น และนั่งเก้าอี้	114
ภาพที่ 3.9	ลักษณะการจับถือเพื่อปาดบริเวณใต้วงแขนแบบที่ 1 (ภาพซ้าย) และองศาของหัวปาดที่เหมาะสมที่สุดทำให้จับถือ โดยหักข้อมือน้อยที่สุด คือ 120° (ภาพล่าง)	115
ภาพที่ 3.10	ลักษณะการจับถือเพื่อปาดบริเวณใบบนหน้าแบบที่ 1 (ภาพซ้าย) และองศาของหัวปาดที่เหมาะสมที่สุดทำให้จับถือ โดยหักข้อมือน้อยที่สุด คือ 120° (ภาพล่าง)	116
ภาพที่ 3.11	ตัวเลือกด้านต่างๆ ที่ใช้ในการออกแบบบรรจุกัมภ์สำหรับแก้วช้อน	118
ภาพที่ 3.13	แบบบรรจุกัมภ์แก้วช้อนสำหรับแขนขาที่ได้รับการพิจารณา มี 2 แบบ คือ A5 และ C4	120
ภาพที่ 3.18	แบบบรรจุกัมภ์แก้วช้อนสำหรับใต้วงแขนที่ได้รับการคัดเลือก คือ A8	121
ภาพที่ 3.19	ตัวเลือกด้านต่างๆ ที่ใช้ในการออกแบบบรรจุกัมภ์สำหรับแก้วช้อน	122
ภาพที่ 3.21	แบบบรรจุกัมภ์แก้วช้อนสำหรับแขนขา มี 2 แบบ คือ A11 และ D3	124
ภาพที่ 3.23	แบบบรรจุกัมภ์แก้วช้อนสำหรับแขนขาที่ได้รับการพิจารณา มี 2 แบบ คือ A12 และ D3	125
ภาพที่ 3.26	ตัวเลือกด้านต่างๆ ที่ใช้ในการออกแบบบรรจุกัมภ์สำหรับครีมทำให้ขนร่วง	126
ภาพที่ 3.28	แบบบรรจุกัมภ์ครีมทำให้ขนร่วงสำหรับแขนขาที่ได้รับการคัดเลือก คือ A9	133
ภาพที่ 3.29	แบบบรรจุกัมภ์ครีมทำให้ขนร่วงสำหรับแขนขาที่ได้รับการคัดเลือก คือ A12	133
ภาพที่ 3.30	แบบบรรจุกัมภ์ครีมทำให้ขนร่วงสำหรับบิกินีที่ได้รับการคัดเลือก คือ A9	133
ภาพที่ 3.31	แบบบรรจุกัมภ์ครีมทำให้ขนร่วงสำหรับใบบนหน้าที่ได้รับการคัดเลือก คือ E2	133
ภาพที่ 3.37	ตัวเลือกด้านต่างๆ ที่ใช้ในการออกแบบบรรจุกัมภ์สำหรับครีมฟอกสีขน	134
ภาพที่ 3.38	แบบบรรจุกัมภ์ครีมฟอกสีขนที่เป็นทางเลือกทั้งหมด	137
ภาพที่ 3.39	แบบบรรจุกัมภ์ครีมฟอกสีขนสำหรับแขนขาที่ได้รับการคัดเลือก คือ A9 และ B9	138
ภาพที่ 3.40	แบบบรรจุกัมภ์ครีมฟอกสีขนสำหรับใบบนหน้าที่ได้รับการคัดเลือก คือ	139
ภาพที่ 3.41	ตัวเลือกแบบบรรจุกัมภ์ผลิตภัณฑ์โลชั่น 4 แบบ	140
ภาพที่ 3.42	ภาพแสดงตัวเลือกของการออกแบบ โลโก้ของตราสินค้า 6 แบบ	142
ภาพที่ 3.43	ภาพแสดงแบบของตราสินค้า	142
ภาพที่ 3.44	ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างในชั้นตอนสุดท้ายของผลิตภัณฑ์แก้วช้อนสำหรับแขน-ขา	143
ภาพที่ 3.45	การพิจารณาการใช้งานระหว่างหัวปาดแบบที่ 1 กับหัวปาดแบบที่ 2	144
ภาพที่ 3.46	การทดลองใช้หัวปาดแบบที่ 1 กับจานทรงโค้ง พบว่าสามารถปริมาณของเหลวออกมาและควบคุมได้ง่าย	145
ภาพที่ 3.47	ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างในชั้นตอนสุดท้ายของผลิตภัณฑ์แก้วช้อนสำหรับใต้วงแขน	145
ภาพที่ 3.48	ภาพแสดงการพิจารณาระหว่างแบบ A11 กับแบบ D3	146
ภาพที่ 3.49	ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างในชั้นตอนสุดท้ายของผลิตภัณฑ์แก้วช้อนสำหรับแขน-ขา	147
ภาพที่ 3.50	ภาพแสดงการพิจารณาระหว่างแบบ A12 กับแบบ D3	148

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.51	ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างในขั้นตอนสุดท้ายของผลิตภัณฑ์เว็ทซ์เอ็นสำหรับไควงแขน	149
ภาพที่ 3.52	ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างในขั้นตอนสุดท้ายของผลิตภัณฑ์ครีมทำให้ขนร่วงสำหรับ แขนขา	150
ภาพที่ 3.53	ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างในขั้นตอนสุดท้ายของผลิตภัณฑ์ครีมทำให้ขนร่วงสำหรับใต้ วงแขน	151
ภาพที่ 3.54	ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างในขั้นตอนสุดท้ายของผลิตภัณฑ์ครีมทำให้ขนร่วงสำหรับบิกินี	152
ภาพที่ 3.55	ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างในขั้นตอนสุดท้ายของผลิตภัณฑ์ครีมทำให้ขนร่วงสำหรับ ใบหน้า	153
ภาพที่ 3.56	ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างในขั้นตอนสุดท้ายของผลิตภัณฑ์ครีมฟอกสีขนสำหรับแขนขา	154
ภาพที่ 3.57	ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างในขั้นตอนสุดท้ายของผลิตภัณฑ์ครีมฟอกสีขนสำหรับ ใบหน้า	155
ภาพที่ 3.58	ภาพแสดงแผนผังแนวความคิดการออกแบบรูปลักษณะบรรจุภัณฑ์	156
ภาพที่ 3.59	ภาพแสดงแนวทางการออกแบบรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์	156
ภาพที่ 3.60	ภาพแสดงแนวทางการออกแบบรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์	157
ภาพที่ 3.61	ภาพแสดงแนวทางการออกแบบรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์	157
ภาพที่ 3.62	ภาพแสดงแนวทางการออกแบบรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์	158
ภาพที่ 3.63	ภาพแสดงแนวทางการออกแบบรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์	158
ภาพที่ 3.64	ภาพแสดงการพัฒนาแนวทางการออกแบบรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์	159
ภาพที่ 3.65	ภาพแสดงการพัฒนาแนวทางการออกแบบรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์	159
ภาพที่ 3.66	ภาพแสดงการพัฒนาแนวทางการออกแบบรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์	160
ภาพที่ 3.67	ภาพแสดงการพัฒนาแนวทางการออกแบบรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์	160
ภาพที่ 3.69	ภาพแสดงการพัฒนาแนวทางการออกแบบรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์	161
ภาพที่ 3.71	ภาพแสดงการพัฒนาแนวทางการออกแบบรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์	162
ภาพที่ 3.72	ภาพแสดงการออกแบบกราฟฟิกแนวทางที่ 1 การเปิดออก ปอกออก ผ่าออก ให้เห็นเนื้อในที่ แท้จริง	163
ภาพที่ 3.73	ภาพแสดงการออกแบบกราฟฟิกแนวทางที่ 2 การเปิดผลิตภัณฑ์ ผลิตใบ ตามธรรมชาติ	164
ภาพที่ 3.74	ภาพแสดงการออกแบบกราฟฟิกแนวทางที่ 3 การเปลี่ยนแปลง ไปสู่สิ่งที่ดี	164
ภาพที่ 3.75	ภาพแสดงตารางการแบ่งชนิดของผลิตภัณฑ์ด้วยสี	165
ภาพที่ 3.76	ภาพแสดงผลงานการออกแบบในขั้นตอนสุดท้าย	165
ภาพที่ 3.78	ภาพแสดงผลงานการออกแบบในขั้นตอนสุดท้าย	166
ภาพที่ 3.79	ภาพแสดงผลงานการออกแบบในขั้นตอนสุดท้าย	167
ภาพที่ 3.80	ภาพแสดงผลงานการออกแบบในขั้นตอนสุดท้าย	167
ภาพที่ 3.81	ภาพแสดงผลงานการออกแบบในขั้นตอนสุดท้าย	168
รูปที่ 4.1	แผ่นภาพแสดงที่มาของโครงการ	170
รูปที่ 4.2	แผ่นภาพแสดงข้อมูลของบริษัทผู้ผลิต	170
รูปที่ 4.3	แผ่นภาพแสดงลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย	171
รูปที่ 4.4	แผ่นภาพแสดงข้อมูลทางด้านการตลาดและจุดขายของผลิตภัณฑ์	171
รูปที่ 4.5	แผ่นภาพแสดงขอบเขตในการออกแบบของโครงการ	172
รูปที่ 4.6	แผ่นภาพแสดงองค์ประกอบของการออกแบบ	172
รูปที่ 4.7	แผ่นภาพแสดงองค์ประกอบของการออกแบบ	173
รูปที่ 4.8	แผ่นภาพแสดงองค์ประกอบของการออกแบบด้าน Ergonomic	173
รูปที่ 4.9	แผ่นภาพแสดงแผนผังในการศึกษาการใช้งานด้าน Ergonomic	174
รูปที่ 4.10	แผ่นภาพแสดงการศึกษาเรื่องรูปทรงที่จับถนัดมือที่เหมาะสมกับการใช้งานผลิตภัณฑ์ใน โครงการ	174
รูปที่ 4.11	แผ่นภาพแสดงการศึกษาขนาดและสัดส่วนของส่วนต่างๆของร่างกายของผู้หญิง	175
รูปที่ 4.12	แผ่นภาพแสดงการศึกษาลักษณะการจับถือของผลิตภัณฑ์	175

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปที่ 4.52	แผ่นภาพแสดงเงื่อนไขและความต้องการของผลิตภัณฑ์ครีมทำให้ขนร่วง	195
รูปที่ 4.53	แผ่นภาพแสดงองค์ประกอบในการออกแบบของผลิตภัณฑ์ครีมทำให้ขนร่วง	196
รูปที่ 4.54	แผ่นภาพแสดงทางเลือกในการออกแบบของผลิตภัณฑ์ครีมทำให้ขนร่วง	196
รูปที่ 4.55	แผ่นภาพแสดงทางเลือกในการออกแบบของผลิตภัณฑ์ครีมทำให้ขนร่วง	197
รูปที่ 4.56	แผ่นภาพแสดงทางเลือกในการออกแบบของผลิตภัณฑ์ครีมทำให้ขนร่วง	197
รูปที่ 4.57	แผ่นภาพแสดงแนวทางในการออกแบบโครงสร้างของผลิตภัณฑ์ครีมทำให้ขนร่วงสำหรับ บริเวณต่างๆ	198
รูปที่ 4.58	แผ่นภาพแสดงทางเลือกในการออกแบบลักษณะหัวปากของผลิตภัณฑ์ครีมทำให้ขนร่วง	198
รูปที่ 4.59	แผ่นภาพแสดงการพัฒนาโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ครีมทำให้ขนร่วงสำหรับบริเวณแขนขาและ ใต้วงแขน	199
รูปที่ 4.60	แผ่นภาพแสดงการพัฒนาโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ครีมทำให้ขนร่วงสำหรับบริเวณบิกินีและ ใบบน	199
รูปที่ 4.61	แผ่นภาพแสดงองค์ประกอบในการออกแบบของผลิตภัณฑ์ครีมฟอกสีขน	200
รูปที่ 4.62	แผ่นภาพแสดงการทดสอบวิธีการใช้งานของผลิตภัณฑ์ครีมทำให้ขนร่วง	200
รูปที่ 4.63	แผ่นภาพแสดงทางเลือกในการออกแบบของผลิตภัณฑ์ครีมฟอกสีขน	201
รูปที่ 4.64	แผ่นภาพแสดงทางเลือกในการออกแบบของผลิตภัณฑ์ครีมฟอกสีขน	201
รูปที่ 4.65	แผ่นภาพแสดงทางเลือกในการออกแบบของผลิตภัณฑ์ครีมฟอกสีขน	202
รูปที่ 4.66	แผ่นภาพแสดงการพัฒนาโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ครีมฟอกสีขนสำหรับบริเวณแขนขา	202
รูปที่ 4.67	แผ่นภาพแสดงการพัฒนาโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ครีมฟอกสีขนสำหรับบริเวณใบบน	203
รูปที่ 4.68	แผ่นภาพแสดงวัสดุและกรรมวิธีการผลิตของผลิตภัณฑ์ในโครงการ	203
รูปที่ 4.69	แผ่นภาพแสดงวัสดุและกรรมวิธีการผลิตของผลิตภัณฑ์ในโครงการ	204
รูปที่ 4.70	แผ่นภาพแสดงองค์ประกอบของการออกแบบด้าน Image	204
รูปที่ 4.71	แผ่นภาพแสดงแผนผังแนวทางในการออกแบบด้าน Image	205
รูปที่ 4.72	แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบด้านรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์	205
รูปที่ 4.73	แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบด้านรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ แนวทางที่ 1	206
รูปที่ 4.74	แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบด้านรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ แนวทางที่ 2	206
รูปที่ 4.75	แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบด้านรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ แนวทางที่ 3	207
รูปที่ 4.76	แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบด้านรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ แนวทางที่ 4	207
รูปที่ 4.77	แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการพัฒนารูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์	208
รูปที่ 4.78	แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการพัฒนารูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์	208
รูปที่ 4.79	แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการพัฒนารูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์	209
รูปที่ 4.80	แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการพัฒนารูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์	209
รูปที่ 4.81	แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการพัฒนารูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์	210
รูปที่ 4.82	แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการพัฒนารูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์	210
รูปที่ 4.83	แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการพัฒนารูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์	211
รูปที่ 4.84	แผ่นภาพแสดงรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์	211
รูปที่ 4.85	แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบกราฟฟิกของบรรจุภัณฑ์ แนวทางที่ 1	212
รูปที่ 4.86	แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบกราฟฟิกของบรรจุภัณฑ์ แนวทางที่ 2	212
รูปที่ 4.87	แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบกราฟฟิกของบรรจุภัณฑ์ แนวทางที่ 3	213
รูปที่ 4.88	แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบแบ่งชนิดของผลิตภัณฑ์	213
รูปที่ 4.89	แผ่นภาพแสดงการพัฒนาแบบกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์	214
รูปที่ 4.90	แผ่นภาพแสดงการพัฒนาแบบกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แก้วช้อนและแก้วเย็น	214
รูปที่ 4.91	แผ่นภาพแสดงการพัฒนาแบบกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ครีมทำให้ขนร่วง	215
รูปที่ 4.92	แผ่นภาพแสดงการพัฒนาแบบกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ครีมฟอกสีขน	215
รูปที่ 4.93	แผ่นภาพแสดงการพัฒนาแบบกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แก้วช้อน	216
รูปที่ 4.94	แผ่นภาพแสดงการพัฒนาแบบกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ประเภท โลชั่น	216

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปที่ 4.95	แผ่นภาพแสดงตัวอย่างการพัฒนาแบบกราฟฟิคบรรจุภัณฑ์(กล่อง)และกราฟฟิค Information	217
รูปที่ 4.95	แผ่นภาพแสดงตัวอย่างการพัฒนาแบบกราฟฟิคบรรจุภัณฑ์(กล่อง) และ กราฟฟิค Information	217
รูปที่ 4.96	ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ	218
รูปที่ 4.97	ภาพแสดงผลิตภัณฑ์แก้วช้อน	218
รูปที่ 4.98	ภาพแสดงผลิตภัณฑ์แก้วเขียน	219
รูปที่ 4.99	ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ครีมเปลี่ยนสีขน	219
รูปที่ 4.100	ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ครีมทำให้ขนร่วง	220
รูปที่ 4.101	ภาพแสดงผลิตภัณฑ์แผ่นแก้ว	220
รูปที่ 4.102	ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ประเภทโลชั่น	221



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการตาราง

ตารางที่ 1.1	การแบ่งชนิด (การเรียกชื่อ) ผลิตภัณฑ์กำจัดและดูแลเส้นขน โดยสามารถแบ่งตามบริเวณที่ใช้และวิธีการใช้ได้เป็นเกณฑ์	20
ตารางที่ 2.1	แว็กซ์อุ่น กับ แว็กซ์เย็น (Liquid wax Roll on)	71
ตารางที่ 2.2	แว็กซ์เย็น (Honey cold wax และ Bio green tea cold wax)	72
ตารางที่ 2.3	แผ่นแว็กซ์ชนิดสำหรับแขนขา และชนิดสำหรับใบหน้า	73
ตารางที่ 2.4	ครีมทำให้ขนร่วง oplica และ oplica sensitive	74
ตารางที่ 2.5	ครีมทำให้ขนร่วง Moisturising hair removing cream และ Bigini brief hair removal cream	75
ตารางที่ 2.6	ครีมทำให้ขนร่วง Bigini brief hair removal cream และครีมเปลี่ยนสีขน Developer cream	76
ตารางที่ 2.7	สรุปลักษณะของผู้บริโภคและพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์	83
ตารางที่ 2.8	รายการผลิตภัณฑ์แยกตามลักษณะการใช้งาน	86
ตารางที่ 2.9	รายการผลิตภัณฑ์แยกตามความถี่ในการใช้งาน	87
ตารางที่ 2.10	วิเคราะห์และสรุปผล การเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ขวดใส	92
ตารางที่ 2.11	วิเคราะห์และสรุปผล การเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ขวดทึบ	93
ตารางที่ 2.12	วิเคราะห์และสรุปผล การเลือกใช้วัสดุสำหรับกล่องกระดาษ	94
ตารางที่ 2.13	วิเคราะห์และสรุปผล การเลือกใช้วัสดุสำหรับกล่อง secondary package	95
ตารางที่ 2.14	วิเคราะห์และสรุปผล การเลือกใช้วัสดุสำหรับฝาปิดบรรจุภัณฑ์	96
ตารางที่ 2.15	วิเคราะห์และสรุปผล การเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ขวดใสสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทโลชั่น	97
ตารางที่ 2.16	วิเคราะห์และสรุปผล การเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ขวดใสสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทโลชั่น	98
ตารางที่ 3.1	ตารางวิเคราะห์ความเหมาะสมของแบบบรรจุภัณฑ์แว็กซ์อุ่นสำหรับแขนขา	120
ตารางที่ 3.2	ตารางวิเคราะห์ความเหมาะสมของแบบบรรจุภัณฑ์แว็กซ์อุ่นสำหรับใต้้วงแขน	121
ตารางที่ 3.3	ตารางวิเคราะห์ความเหมาะสมของแบบบรรจุภัณฑ์แว็กซ์เย็นสำหรับแขนขา	124
ตารางที่ 3.4	ตารางวิเคราะห์ความเหมาะสมของแบบบรรจุภัณฑ์แว็กซ์เย็นสำหรับใต้้วงแขน	125
ตารางที่ 3.5	ตารางวิเคราะห์ความเหมาะสมของแบบบรรจุภัณฑ์ครีมทำให้ขนร่วงสำหรับแขนขา	129
ตารางที่ 3.6	ตารางวิเคราะห์ความเหมาะสมของแบบบรรจุภัณฑ์ครีมทำให้ขนร่วงสำหรับใต้้วงแขน	130
ตารางที่ 3.7	ตารางวิเคราะห์ความเหมาะสมของแบบบรรจุภัณฑ์ครีมทำให้ขนร่วงสำหรับบิกินี	131
ตารางที่ 3.8	ตารางวิเคราะห์ความเหมาะสมของแบบบรรจุภัณฑ์ครีมทำให้ขนร่วงสำหรับใบหน้า	132
ตารางที่ 3.9	ตารางวิเคราะห์ความเหมาะสมของแบบบรรจุภัณฑ์ครีมฟอกสีขนสำหรับแขนขา	138
ตารางที่ 3.10	ตารางวิเคราะห์ความเหมาะสมของแบบบรรจุภัณฑ์ครีมฟอกสีขนสำหรับใบหน้า	139
ตารางที่ 3.11	ตารางวิเคราะห์การเลือกชื่อผลิตภัณฑ์	141
ตารางที่ 3.11	ตารางวิเคราะห์การเลือกแบบโลโก้ของตราสินค้า	142

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทนำ

ขนส่วนเกินในร่างกาย... เป็นสิ่งที่คนส่วนใหญ่ต้องการกำจัดออก เพราะนอกจากจะทำให้แลดูไม่สวยงาม โดยเฉพาะในผู้หญิงแล้ว ยังเป็นที่สะสมของแบคทีเรีย ทำให้เกิดกลิ่นตัว เป็นที่รังเกียจของคนรอบข้างอีกด้วย

ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มผลิตภัณฑ์กำจัดและข้อมเส้นขน สามารถแบ่งได้หลายประเภท ตามลักษณะการใช้งาน หรือตามบริเวณที่ใช้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้บริโภคจะเลือกใช้ตามความพอใจ โดยพิจารณาจากขนาดเส้นขน ปริมาณขน บริเวณที่ต้องการกำจัด และกำลังทรัพย์ ปัจจุบันตลาดผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ยังมีขนาดไม่ใหญ่มากนัก แต่ก็จัดเป็นตลาดที่มีความน่าสนใจ เพราะในหมู่ของผู้หญิง ความสวยงามนั้นเป็นเรื่องที่สำคัญ “การกำจัดขน” จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่ง ที่จะทำให้ได้มาซึ่งความสวยงามเกลี้ยงเกลาของผิวพรรณได้ทันที ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความมั่นใจแก่ผู้ที่รักความสวยงามได้เป็นอย่างดี

เมื่อสำรวจสินค้าที่มีวางขายอยู่ในท้องตลาด ส่วนใหญ่เน้นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ หรือสินค้านำเข้า มาบรรจุภายในประเทศเพื่อประหยัดต้นทุน ส่วนสินค้าที่ผลิตขึ้นเองภายในประเทศยังมีไม่มากนัก สินค้าที่มีวางจำหน่ายในท้องตลาดขณะนี้ ไม่ว่าจะสินค้านำเข้า และสินค้าที่ผลิตภายในประเทศ แต่ละแบรนด์ยังขาดความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ มักมีวางจำหน่ายชนิดเดียว เช่น ผลิตภัณฑ์ข้อมเส้นขนเพียงอย่างเดียว หรือ ผลิตภัณฑ์แว็กซ์เส้นขนเพียงอย่างเดียว ซึ่งทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ ไม่น่าสนใจ และขาดความน่าเชื่อถือ

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์กำจัดและดูแลเส้นขนของบริษัทบอดี้ โกลจำกัด ต้องการนำเสนอการออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์ของสินค้าประเภทนี้ให้ดูให้มีเอกลักษณ์ สดุดคล้องกัน แต่มีลักษณะย่อยๆ เหมาะสมตามความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ซึ่งสามารถแบ่งได้หลายประเภท และแบ่งชนิดแยกย่อยลงไปได้อีก ตามลักษณะการใช้งาน ตามบริเวณที่ใช้ เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ มีความเชื่อมั่นในมาตรฐานสินค้าที่ผลิตภายใน ประเทศ ตลอดจนมีความสะดวกในการผลิตและการขนส่ง ซึ่งจะมีทำให้ผลในการเพิ่มยอดขายและผลกำไรต่อผู้ประกอบการ

บริษัทบอดี้โกล (Bodyglo) จำกัด เป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ดูแลและกำจัดเส้นขนในประเทศมานาน มุ่งเน้น การผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เป็นที่ยอมรับในมาตรฐานสากลได้ เล็งเห็นถึงการขยายตัวของความสนใจ เรื่องการ ดูแลและกำจัดเส้นขน เพราะในปัจจุบันหญิงไทยมีพฤติกรรมรักสวยรักงามกันมากขึ้น เนื่องจาก ค่านิยม ของสังคมที่ทำให้ผู้หญิงหันมาดูแลตัวเองมากขึ้น ทำให้ตลาดสินค้าประเภทนี้เริ่มขยายตัว

บริษัทบอดีโกลได้เริ่มกิจการผลิตจากตลาดขนาดเล็กเมื่อประมาณ 15 ปีที่แล้ว ในปัจจุบันบริษัทได้ทำการผลิตสินค้าเพื่อส่งไปยังตลาดเสริมสวยต่างๆ โดยมีผู้จัดจำหน่ายอีกทีหนึ่ง ในอนาคตทางบริษัทเล็งเห็นถึงการขยายตัวของตลาดสินค้าประเภทนี้ จึงต้องการเพิ่มช่องทางด้านการจำหน่าย และขยายการส่งออกมากขึ้น โดยจะเป็นการจัดจำหน่ายเองทั้งในประเทศ และส่งออกนอกประเทศ ทั้งนี้บริษัทตระหนักดีว่าการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกของสินค้า นับเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับตัวผลิตภัณฑ์ ทำให้สามารถสื่อสารเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้กับตราสินค้าและผลิตภัณฑ์ใหม่ ให้เป็นที่รู้จัก มีความนิยม และเกิดความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค

ผลิตภัณฑ์กำจัดและดูแลเส้นขนของบริษัทบอดีโกล แบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์กำจัดเส้นขน มีผลิตภัณฑ์ชนิดเดียว คือ **แว็กซ์เย็นกำจัดขน** ซึ่งมีหลายสูตร ดังนี้
 - แว็กซ์น้ำผึ้ง สูตรดั้งเดิม
 - แว็กซ์ส้ม และวิตามินซี
 - แว็กซ์ ชาเขียว
 - แว็กซ์ ช็อกโกแลต
 - แว็กซ์ ราสเบอร์รี่
 - แว็กซ์ มังคุด
 - แว็กซ์ มะขามและวิตามินซี
2. ผลิตภัณฑ์สำหรับการดูแลหลังการถอนขน มีผลิตภัณฑ์ คือ **มาสค์ปรับสภาพผิว** ซึ่งมีหลายสูตร ได้แก่
 - มาสค์มะขาม
 - มาสค์ผลไม้วรรณ
 - มาสค์ดอกไม้วรรณ
 - มาสค์สารสกัดใบฝรั่ง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิก ของโครงการนี้ ได้คำนึงถึงผู้บริโภคเป็นหลัก มีการเลือกใช้กราฟฟิกสีเส้น ที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงภาพลักษณ์ของการเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ รวมถึงเรื่องการสื่อความหมายและการแยกสินค้าแต่ละประเภทให้แตกต่างกัน แต่ยังคงเอกลักษณ์ร่วมของผลิตภัณฑ์ทั้งหมด เพื่อการจดจำได้ของผู้บริโภค

เมื่อเริ่มต้นการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกของผลิตภัณฑ์กำจัดและดูแลเส้นขน ปัญหาหลักที่เกิดขึ้นคือการแบ่งประเภทผลิตภัณฑ์ ซึ่งพบว่าการแบ่งประเภททำได้หลายแบบ อาจแบ่งประเภทตามลักษณะการใช้งานเป็นเกณฑ์ ได้แก่ แว็กซ์ ครีม โลชั่น หรือแบ่งประเภทตามบริเวณที่ใช้เป็นเกณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์

สำหรับแขนขา ได้วางแขน ใบหน้า ทำให้เกิดปัญหาในการออกแบบกราฟฟิกหลักเพื่อสร้างเอกลักษณ์ร่วม

แนวทางการออกแบบจึงต้องเริ่มต้นด้วย การตัดสินใจว่าจะแบ่งประเภทผลิตภัณฑ์ด้วยเกณฑ์ใดเป็นหลัก แล้วจึงแบ่งย่อยลงไปโดยการใช้อีกเกณฑ์หนึ่ง ในเบื้องต้นได้ตัดสินใจที่จะเลือกใช้องค์ประกอบทางด้านกราฟฟิกเพื่อแยกตามลักษณะบริเวณที่ใช้เป็นหลัก เช่น บริเวณขนที่แขน/ขา บริเวณใบหน้า บริเวณบิกินี ฯลฯ ต่อไปจึงแบ่งย่อยๆ ตามคุณสมบัติทางกายภาพผลิตภัณฑ์ (ของแข็ง ของเหลว แผ่นแก้ว) หรือ ลักษณะวิธีใช้งาน หรือ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ โดยให้คงมีเอกลักษณ์ร่วมกัน แต่มีการใช้สัญลักษณ์หรือองค์ประกอบเพื่อสื่อสารให้ทราบถึงลักษณะ และบริเวณที่ใช้

วัตถุประสงค์ของโครงการ

โครงการ ออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์กำจัดและดูแลเส้นขนของบริษัทออดีโกลจำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. พัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์กำจัดและดูแลเส้นขนเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ประกอบการ

ตลาดของผลิตภัณฑ์กำจัดและดูแลเส้นขนในประเทศไทยปัจจุบันนี้ แม้ว่าจะยังเป็นตลาดที่ไม่ใหญ่มากนัก แต่ก็จัดเป็นตลาดที่มีความน่าสนใจ มีศักยภาพที่จะขยายตัวได้อีกมาก “ผลิตภัณฑ์กำจัดขน” จัดอยู่ในหมวดเครื่องสำอาง ซึ่งมีลักษณะพิเศษที่มีความสามารถทำให้ผิวพรรณทั่วร่างกาย มีความสะอาด เปลี่ยงเกล็ด สดชื่นขึ้นได้ทันที ดังนั้นผลิตภัณฑ์กำจัดและดูแลเส้นขนที่มีคุณภาพ มีมาตรฐานการผลิตดี เมื่อได้รับการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกอย่างเหมาะสม จะสามารถเพิ่มคุณค่าของสินค้า สร้างภาพลักษณ์ สร้างความสนใจ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า

2. พัฒนารูปลักษณ์และผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค

การออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์กำจัดและดูแลเส้นขน ให้ดูเป็นชุดเดียวกัน มีเอกลักษณ์ร่วมกัน (corporate identity) และมีชนิดผลิตภัณฑ์ย่อยๆ อีกหลายชนิดที่หลากหลาย เพื่อให้ผู้บริโภคเลือกใช้ให้ตรงกับความต้องการ เป็นการตอบสนองต่อผู้บริโภค นอกจากนี้ยังมีการออกแบบที่คำนึงถึงผู้บริโภค โดยมีโครงสร้างที่ช่วยให้ใช้งานได้ง่าย มีการสื่อสาร วิธีการใช้ที่ถูกต้อง มีข้อความระมัดระวัง ตลอดจนมีความสวยงาม ทันสมัย ทำให้ผู้บริโภค มีความภาคภูมิใจที่ได้ใช้สินค้า เกิดมีความเชื่อมั่นในคุณภาพทั้งตัวสินค้า และบรรจุภัณฑ์ที่มีการออกแบบมาเป็นอย่างดี

ความเป็นไปได้ของโครงการ

ด้านนโยบาย

บริษัทบอดีโกลจำกัด เป็นบริษัทที่ผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทกำจัดและดูแลเส้นขนในประเทศไทย มีแผนการที่จะเปิดตลาดสินค้าประเภทกำจัดและย้อมสีเส้นขนให้กว้างขึ้น เนื่องจากตลาดเกี่ยวกับเส้นขนในปัจจุบันเริ่มมีกระแสความนิยมและความต้องการเพิ่มมากขึ้น ทางบริษัทจึงมีแผนการที่จะผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทกำจัดและย้อมสีเส้นขน ให้ครบวงจร โดยมุ่งเน้นให้สินค้ามีคุณภาพทัดเทียมกับต่างประเทศ แต่ราคาไม่แพงจนเกินไป

ด้านเศรษฐกิจ

เพื่อตอบสนองนโยบายของภาครัฐบาล ที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทย เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศได้รับการยอมรับด้านคุณภาพเป็นมาตรฐาน ทำให้เกิดการหมุนเวียนเงินตราภายในประเทศ และลดการขาดดุลการค้าจากต่างประเทศ

ด้านสังคมและสภาพแวดล้อม

ให้ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพ ซึ่งช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของคนไทยให้ดีขึ้น และเป็น การกระตุ้นให้ผู้ผลิตสินค้ารายอื่นๆ ในประเทศไทย ได้เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ได้ มาตรฐาน เพื่อให้เกิดการพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ภายในประเทศมากขึ้น มีมาตรฐานเท่าเทียมกับ ต่างประเทศ

ด้านการศึกษา

โครงการนี้เป็นแบบฝึกหัดทางการศึกษาที่เปิดโอกาสให้เกิดการฝึกฝนในการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ทั้ง ทางด้านโครงสร้าง การออกแบบกราฟฟิก และการสร้างเอกลักษณ์ร่วม (corporate identity) โดยใช้ ความรู้ที่ได้ศึกษามาประกอบกับข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้อง ทั้งทางด้านวัสดุ กรรมวิธีการผลิต และการวิเคราะห์ ทางการตลาด

ปัญหาเงื่อนไขความต้องการ

ปัญหาเงื่อนไขความต้องการ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการแสวงหาโอกาสในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิก สำหรับผลิตภัณฑ์กำจัดและดูแลเส้นขน ซึ่งเกี่ยวข้องกับหลักการที่ใช้ในกำจัดขนที่ผิวหนังบริเวณต่างๆ ของร่างกายและหรือวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์กำจัดขนต่างๆ

วิธีการจัดขนตามส่วนต่างๆ ของร่างกาย

วิธีการกำจัดขนมีหลายวิธี สามารถเลือกวิธีใดก็ได้ตามความพอใจของผู้ใช้ โดยพิจารณาจากขนาดเส้นขน ปริมาณขน บริเวณที่ต้องการกำจัดขน และกำลังทรัพย์ โดยทั่วไปการกำจัดขนตามส่วนต่างๆ ของร่างกาย มีวิธีการหลักๆ อยู่ 4 วิธี ได้แก่

- การโกนขน
- การใช้ขี้ผึ้งดึงขน
- การใช้สารเคมีถอนขน
- การฟอกสีขน

การโกนขน

- เป็นวิธีที่ง่าย สะดวก และมีราคาถูกที่สุด
- การโกนขนเหมาะสำหรับกำจัดขนบริเวณขา รักแร้และแนวบิกินี
- ก่อนโกนควรทำให้เส้นขนเปื่อยโดยการแช่น้ำและ ใช้สบู่หรือเจลหรือครีมสำหรับก่อนโกนขน ทาเพื่อเพิ่มความชุ่มชื้น และทำให้ขนอ่อนตัว
- อุปกรณ์ที่ต้องใช้ มีดโกน ใบมีดโกน โลชั่นบำรุงผิวก่อนและหลังโกน
- ข้อดี รวดเร็วและไม่เจ็บ ผิวแทบไม่มีอาการสลับคันเลย
- ข้อเสีย ขนจะงอกขึ้นใหม่ภายในเวลาอันรวดเร็ว โดยขนที่ขึ้นใหม่จะแข็งและหนากว่าเดิม ทำให้รู้สึกว่ามีผิวไม่เรียบนุ่มนวลอันเนื่องจากปลายขนที่เพิ่งขึ้นใหม่ ทำให้ต้องโกนทุกวัน และบางครั้งการโกนขีดผิวมากเกินไปจะทำให้เกิดอาการผิวหนังอักเสบตามมา
- ไม่ควรโกนขนก่อนออกกำลังกาย เล่นน้ำทะเล หรืออาบแดดเพราะจะทำให้ผิวหนังที่เพิ่งผ่านการโกนเกิดระคายเคืองได้ หลังการโกนขนอาจทาโลชั่นที่ไม่มีแอลกอฮอล์ตามด้วยแป้งเด็กเพื่อเพิ่มความนุ่มนวลแก่ผิว นอกจากการโกนขนด้วยใบมีดแล้วเครื่องโกนหนวดไฟฟ้าก็ใช้ได้ดีและสะดวก แต่ไม่ควรใช้บริเวณแนวบิกินีเพราะอาจจะกินเกิดอันตรายได้
- ระยะเวลา จะสามารถอยู่ได้ 2-3 วัน

การใช้ขี้ผึ้งดิงขน

- เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า การแว็กซ์ เป็นวิธีการกำจัดขนที่ใช้ได้ดี เหมาะสำหรับใช้กับผิวหนังบริเวณกว้าง เช่น ขนที่ขา แขนวิกินี รวมทั้งขนคิ้ว (บริเวณแขนวิกินีควรโรยแป้งเด็กก่อนใช้ขี้ผึ้งกำจัดขน)
- สารที่ใช้สำหรับดิงขนหลายชนิด ได้แก่ พาราฟินบีแว็กซ์ (paraffin beewax) น้ำมัน หรือไข และเรซิน
- มีให้เลือกทั้งแบบร้อน แบบเย็นและแบบแผ่น
- ข้อดี หลังทำ ผิวจะเรียบและนุ่มนวลกว่าการโกน แต่เจ็บ และอาจมีขนใหม่งอกเข้าไปในผิว
- ระยะเวลา อยู่ได้นาน 6-8 สัปดาห์

แว็กซ์เย็น

- เหมาะสำหรับใช้ที่บ้าน มักขายเป็นหลอด
- วิธีใช้ โดยทาแว็กซ์ และใช้แผ่นแว็กซ์แนบตามบริเวณที่ต้องการกำจัดขน เมื่อแว็กซ์เย็นตัวลง ก็ให้ลอกหรือดึงแว็กซ์ออกในทิศทางตรงกันข้ามกับทิศทางของขน
- ข้อดี การใช้แว็กซ์เย็นจะได้ผลดีกว่าวิธีอื่นๆ สามารถอยู่ได้เป็นระยะเวลานาน แผ่นแว็กซ์สามารถดึงออกได้ทันที และเหมาะกับทุกบริเวณของร่างกาย โดยเฉพาะแขนวิกินี เพราะแผ่นแว็กซ์ทำให้เป็นรูปตามตำแหน่งที่ต้องการได้
- ข้อเสีย เวลาดึงออกต้องทนเจ็บ หลังการดึงแผ่นแว็กซ์ อาจทำให้ผิวหนังมีปัญหาตามมาได้ จึงควรใช้ครีมหรือเซฟโลชั่น ทาผิวหนังจากการแว็กซ์ขนแล้ว
- ระยะเวลา ผลอยู่ยาวนาน 6 สัปดาห์ ขนจึงจะเริ่มงอกขึ้นใหม่อีกครั้ง
- อุปกรณ์ที่ต้องใช้ แว็กซ์เย็น ไม้พาย ผ้า โทนเนอร์เซ็ดหลังแว็กซ์ขน

แว็กซ์อุ่น

- มีประสิทธิภาพดีกว่าแบบเย็น นิยมใช้ตามร้านเสริมสวย
- วิธีใช้ ใช้ความร้อนละลายแว็กซ์ แล้วป้ายทาบริเวณที่ต้องการกำจัดขน แล้วใช้ผ้าชุบน้ำวางทับ เมื่อแว็กซ์แข็งตัว ก็ค่อยๆ ลอกออกในทิศทางตรงข้ามกับเส้นขน ขนก็จะหลุดออกมาด้วย
- เมื่อใช้แว็กซ์แล้ว ผิวหนังอาจจะคาย เคืองอักเสบ แต่ไม่นานก็จะหายไป
- ข้อดี วิธีนี้สามารถกำจัดขนบริเวณที่ไม่ต้องการได้ดี และใช้เวลาไม่นานกว่าขนจะขึ้นใหม่ ขนที่ขึ้นใหม่จะเบาบางลงเรื่อยๆ
- ข้อเสีย เวลาดึงออกต้องทนเจ็บ หลังการดึงแว็กซ์ออก ผิวหนังจะแดง ให้ใช้โลชั่นที่มีส่วนผสมของอะโลเวอราเพื่อป้องกันการอักเสบ
- ระยะเวลา ผลอยู่ยาวนาน 6 สัปดาห์ขนจึงจะเริ่มงอกขึ้นใหม่อีกครั้ง
- อุปกรณ์ที่ต้องใช้ แว็กซ์อุ่น ไม้พาย(สำหรับปาด)

แผ่นแว็กซ์กำจัดขน

- วิธีใช้ ถูแผ่นลอกลงบริเวณที่ต้องการในทิศทางเดียวกับเส้นขน จับปลายด้านหนึ่งของแผ่น ลอกแล้วดึงออกโดยเร็วในทิศทางตรงข้ามกับเส้นขน
- ข้อดี ช่วยชะลอการการเกิดขนใหม่ แลให้ขนที่ขึ้นใหม่เส้นเล็กลง อ่อนนุ่ม
- ระยะเวลา ผลอยู่ยาวนาน 6 สัปดาห์ขนจึงจะเริ่มงอกขึ้นใหม่อีกครั้ง
- อุปกรณ์ที่ต้องใช้ แผ่นแว็กซ์

การใช้สารเคมีถอนขน

- สารเคมีมีผลสลายโปรตีนในเส้นขน ทำให้เส้นขนบวมหัก เหมาะสำหรับการกำจัดขนบริเวณ ขา แขน รักแร้ และบริเวณที่บอบบางมากๆ เช่น บริเวณที่สวมใส่บิกินี ไม่ควรใช้บริเวณใบหน้า
- สารเคมีอาจมีทั้งชนิดผง เจล โลชั่น แอโรซอล โรลออน หรือครีม ครีมที่ใช้ได้ผลส่วนใหญ่ประกอบไปด้วยสารเคมีจำพวกซัลไฟด์ (sulfide) ซึ่งออกฤทธิ์รวดเร็วและได้ผลดี แต่เวลาใช้จะทำให้เกิดก๊าซโซเนาที่ส่งกลิ่นเหม็นและทำให้ผิวหนังระคายเคือง และสารไทโอไกลโคเลต (thioglycolate)
- ระยะเวลา จะใช้เวลาประมาณ 10 วัน ขนจึงจะขึ้นใหม่
- ข้อดี ไม่ทำให้รู้สึกเจ็บ เหมาะสำหรับการกำจัดขนบริเวณ ขา แขน รักแร้ และบริเวณที่บอบบางมากๆ เช่น บริเวณที่สวมใส่บิกินี
- ข้อเสีย ผิวของผู้หญิงบางคนอาจแพ้ครีมกำจัดขนที่มีค่า pH สูง (12.5) ก่อนใช้ให้ทดสอบทาครีมบริเวณข้อพับแขนและทิ้งไว้ห้านาทีจึงล้างออก และมีกลิ่นเหม็น เนื่องจากขนและผิวหนังมีความคล้ายคลึงกัน สารเคมีที่มีผลต่อขนจึงมีผลต่อผิวหนังบริเวณนั้นด้วยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ สารเคมีเหล่านี้กระตุ้นให้เกิดการแพ้ได้บ่อย ก่อนใช้สารเคมีกำจัดขนควรทำการทดสอบอาการแพ้สารเคมีชนิดนั้นก่อน
- อุปกรณ์ที่ต้องใช้ ครีม ที่ปาดครีมและชุดครีมออก

การฟอกสีขน

- เป็นวิธีที่ทำให้สีขนดูอ่อนลง
- สารฟอกสีขนจะมีส่วนผสมของ ไฮโดรเจนเปอร์ออกไซด์ ที่ห้ามแรงเกิน 6 % มักใช้ร่วมกับแอมโมเนียเพื่อช่วยเร่งปฏิกิริยา และเพิ่มกลิ่นหอม

การแบ่งชนิดผลิตภัณฑ์

การแบ่งชนิดและชื่อผลิตภัณฑ์ กำจัดและดูแลเส้นขน สามารถแบ่งตามบริเวณที่ใช้และวิธีการใช้ได้เป็นเกณฑ์ โดยคำนึงถึงข้อเท็จจริงว่า ร่างกายแต่ละส่วนมีความบอบบางของผิวหนัง ลักษณะโค้งเว้า และปริมาณพื้นที่ไม่เท่ากัน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะต้องเลือกชนิดผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมที่จะใช้กำจัดขนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และไม่เป็นอันตรายต่อผิวหนังแต่ละส่วนของร่างกาย ตัวอย่างเช่น ผิวหนังที่ใบหน้า

และบริเวณบิกินี เป็นต้นส่วนผิวหนังที่บอบบาง ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ได้มีเพียง ครีมทำให้ขนร่วงและแผ่นแว็กซ์ เท่านั้น รวมทั้งภายหลังการกำจัดขนควรใช้ครีมปรับสภาพผิวเพื่อบำรุงด้วย ซึ่งแตกต่างกับวิธีการกำจัดขน บริเวณแขนและขา ที่สามารถ ใช้กับผลิตภัณฑ์ได้เกือบทุกประเภท เป็นต้น

ตารางที่ 1.1 การแบ่งชนิด (การเรียกชื่อ) ผลิตภัณฑ์กำจัดและดูแลเส้นขน โดยสามารถแบ่งตามบริเวณที่ใช้ และวิธีการใช้ได้เป็นเกณฑ์

วิธีการใช้	บริเวณที่ใช้	แขน - ขา	ใบหน้า	อก	ส่วนต่างๆของร่างกาย
แว็กซ์อุ่น		●			
แว็กซ์เย็น		●			
แผ่นแว็กซ์		●	●	●	
ครีมทำให้ขนร่วง		●	●	●	
ครีมฟอกสีขน		●			
แผ่นครีมปรับสภาพผิว			●	●	●
เจลสำหรับการโกนขน					●
โลชั่นปรับสภาพผิวก่อนโกนขน					●
โลชั่นปรับสภาพผิวหลังโกนขน					●
มีดโกนขน					●
ใบมีดโกนขน					●

แนวทางการแก้ปัญหา

ปัญหาและแนวทางแก้ปัญหา โดยภาพรวม

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์กำจัดและดูแลเส้นขนของบริษัทอโต้ไกลจำกัด มีการพิจารณาปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหามาจากปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกใน 4 ด้านหลัก ได้แก่

- ด้านการบรรจุ (Containment)
- ด้านการปกป้องคุ้มครอง (Protection)
- ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)
- ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

การบรรจุ (Containment)

เนื่องจากผลิตภัณฑ์กำจัดและย้อมสีขน แต่ละชนิดมีอุปกรณ์ที่ต้องใช้ร่วมกันหลายอย่าง ตลอดจนมีวิธีการใช้และขั้นตอนการใช้ที่ยุ่งยาก จึงต้องใช้บรรจุภัณฑ์หลายประเภทเพื่อบรรจุสินค้าและอุปกรณ์ ซึ่งบรรจุภัณฑ์เหล่านี้จะต้องสอดคล้องกับลักษณะการใช้และปริมาณการใช้งานด้วย

แนวทางการแก้ปัญหา มีการศึกษาวิจัยโดยสอบถามข้อมูลจากผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ได้ข้อมูลโดยละเอียด แล้วนำมาวิเคราะห์ให้ทราบถึงปริมาณการใช้งานที่ตรงตามความต้องการ และการกำหนดปริมาณที่บรรจุต่อหน่วยให้เหมาะสมกับการใช้งาน

การปกป้องคุ้มครอง (Protection)

ความต้องการของบรรจุภัณฑ์ในด้านการปกป้องคุ้มครอง คือ การปกป้องบรรจุภัณฑ์นับตั้งแต่ขั้นตอนเริ่มผลิต ไปจนถึงมือของผู้บริโภค ได้แก่ การขนส่ง การจัดเรียงบนชั้นเพื่อการจำหน่าย การนำไปใช้ เป็นต้น

แนวทางการแก้ปัญหา เลือกใช้วัสดุที่สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน ซึ่งมีลักษณะทางกายภาพแตกต่างกันไปตามชนิดของผลิตภัณฑ์ และออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ให้มีความมิดชิด ป้องกันการรั่วไหลของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน ไม่ให้หกเลอะเทอะทั้งก่อนเปิดและหลังเปิดใช้ และป้องกันสิ่งภายนอกเข้ามาทำความเสียหายให้กับผลิตภัณฑ์ภายใน เช่น อุณหภูมิ ความชื้น แสง ฯลฯ

ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)

ความต้องการของบรรจุกภัณฑ์ในการอำนวยความสะดวก จะเกี่ยวข้องกับการใช้งานเป็นหลัก ดังนั้นในการออกแบบจึงมุ่งเน้นไปเรื่องในการใช้งาน และเนื่องจากผลิตภัณฑ์ประเภทนี้แต่ละชนิดมีอุปกรณ์หลากหลาย รวมทั้งวิธีการใช้และขั้นตอนที่ยุ่งยากซับซ้อน

แนวทางการแก้ปัญหา

- ออกแบบให้บรรจุกภัณฑ์ใช้งานได้ง่ายขึ้น สามารถจับ บีบ ผสม และทำ ได้อย่างสะดวก ลดขั้นตอนที่ยุ่งยากในการใช้งานลง และออกแบบให้ใช้งานได้ตามลำดับขั้นตอน มีการใช้งานที่ต่อเนื่อง
- ออกแบบอุปกรณ์ที่มีหลายชิ้น ให้สามารถนำมาเก็บรวมกันเป็นชิ้นเดียวได้ ทำให้สะดวกในการจัดเก็บอุปกรณ์
- ออกแบบให้บรรจุกภัณฑ์สามารถเก็บอุปกรณ์ไว้ใช้ในครั้งต่อไปได้

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

ในส่วนของ การออกแบบบรรจุกภัณฑ์ที่จะเข้าไปมีส่วนช่วยเหลือในการส่งเสริมการขายนั้น จะเน้นไปในทางด้านบรรจุกภัณฑ์ขั้นที่ 2 (บรรจุกภัณฑ์ทุติยภูมิ) เพราะเป็นส่วนที่ดึงโซวีนร้านค้า

แนวทางการแก้ปัญหา

- ออกแบบให้มีความเป็น Corporate Identity กับผลิตภัณฑ์อื่นในแบรนด์เดียวกัน เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือในตัวสินค้า
- สร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง ด้วยจุดขายที่ง่ายต่อการใช้งาน และสะดวกมากขึ้น
- รูปลักษณ์ของบรรจุกภัณฑ์สามารถสื่อได้ถึงการใช้งาน ว่าเป็นประเภทใด และใช้กับส่วนใดของร่างกาย

ปัญหาและแนวทางแก้ปัญหา โดยจำแนกตามรายการผลิตภัณฑ์

1. หมวดบวงโลเก็ตราสินค้า

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) <ul style="list-style-type: none">○ เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จัก จึงจำเป็นต้องสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นแก่ตัวสินค้า	เลือกซื้อสื่อโดยพิจารณาทางด้านความหมายจากเงื่อนไขต่างๆ ที่สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้า ดังนี้ <ul style="list-style-type: none">○ สื่อถึงผลิตภัณฑ์○ สื่อถึงกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน○ สื่อถึงระดับทางการตลาด

2. หมวดขั้นตอนการกำจัดขน

2.1 เวย์ร้อน (Warm wax)

- Primary package ขวดพลาสติก ขนาดบรรจุ 100 ml
- Secondary package กล่องกระดาษ ขนาดบรรจุ 1 กล่อง
- ลักษณะทางกายภาพ เป็นของเหลวแข็ง เมื่ออุ่นให้ความร้อนจะกลายเป็นของเหลวหนืด
- วิธีใช้
 - อุ่นให้ความร้อนก่อน
 - ปาดหน้าๆ ให้ปกคลุมเส้นขนทั้งหมด
 - แล้วดึงออก
- ระยะเวลา คงอยู่ 6-8 สัปดาห์ ขนจึงจะขึ้นมาใหม่

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
ด้านการบรรจุ <ul style="list-style-type: none">○ ขนาดบรรจุควรสอดคล้องกับความต้องการในการใช้งาน	<ul style="list-style-type: none">○ บรรจุภัณฑ์จึงต้องมีขนาดที่เหมาะสมและมีปริมาณที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย

ด้านการปกป้องคุ้มครอง

- ลักษณะทางกายภาพของแวกซ์อุ่นเป็นของแข็ง แต่เมื่อจะนำมาใช้ก็ต้องนำมาทำให้อุ่นกลายเป็นของเหลวก่อน
- ปกป้องผลิตภัณฑ์จากความเสียหายจากการขนส่ง ขณะจัดเรียงเพื่อจำหน่าย และขณะเก็บรักษา
- เลือกใช้วัสดุที่สามารถทนทานกับความร้อน เพื่อที่จะนำมาอุ่นให้กลายเป็นแวกซ์เหลวได้ หรือใช้วิธีอุ่นแบบใหม่ ด้วยเตาไมโครเวฟ
- ออกแบบรูปทรงบรรจุภัณฑ์ที่สามารถกระจายความร้อนเวลาที่นำไปอุ่น
- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความมิดชิด ป้องกันการรั่วไหลของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน

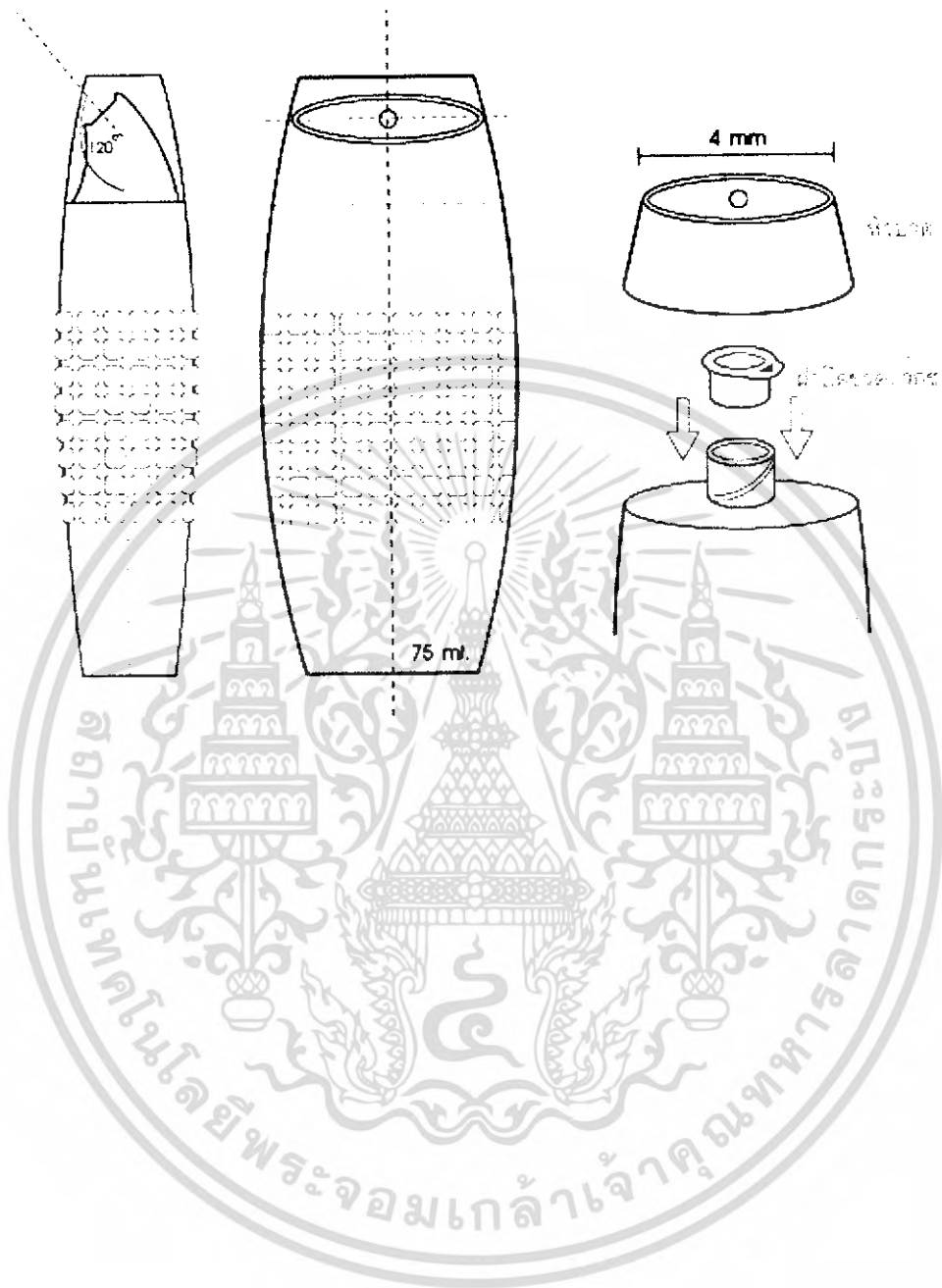
ด้านการอำนวยความสะดวก

- ผลิตภัณฑ์ มีอุปกรณ์หลายชนิด จึงไม่สะดวกต่อการเก็บรักษา ไว้ใช้หลายครั้ง
- พฤติกรรมการใช้งานของผู้บริโภค ในขณะที่ใช้งาน และการจับถือตัวผลิตภัณฑ์
- วิธีการใช้และขั้นตอนยุ่งยาก มีหลายขั้นตอน เช่น เวลาใช้ต้องนำไปอุ่นให้ร้อนจนกลายเป็นของเหลวก่อน แล้วจึงนำไม้มาปาดแวกซ์ลงบนขน ขา แล้วรอให้แห้ง จึงค่อยลอกออก เวลาใช้แวกซ์ จะค่อนข้างหนักเลอะเทอะ ต้องเอาผ้าปูมารอง
- บรรจุภัณฑ์เก็บความร้อนได้ไม่ดี ทำให้แวกซ์ภายในเย็นเร็ว กลายเป็นของแข็งใช้งานไม่ได้
- คุณสมบัติของแวกซ์ ในเรื่องของความเหนียว/ความหนืด ทำให้เกิดปัญหาในขณะที่ใช้งาน
- ออกแบบอุปกรณ์ที่มีหลายชิ้นให้สามารถนำมาเก็บรวมกันเป็นชิ้นเดียวได้ สะดวกในการจัดเก็บ
- ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์สามารถจับถือได้ง่าย รวมทั้งมีส่วนกันลื่น เพื่อให้การใช้งานเป็นไปอย่างสะดวกยิ่งขึ้น
- ออกแบบให้ใช้งานได้ง่ายขึ้น สามารถจับ บีบ และทาได้อย่างสะดวก ลดขั้นตอนที่ยุ่งยาก และออกแบบให้ใช้งานได้ตามลำดับขั้นตอน มีการใช้งานที่ต่อเนื่อง
- ออกแบบให้มีส่วนของหัวปาดที่สามารถใช้งานได้ง่ายขึ้น โดยต้องคำนึงถึงการอุดตันบริเวณส่วนหัวปาด
- ออกแบบในส่วนของที่จับกันความร้อนของแวกซ์ ขณะใช้งาน
- เลือกใช้วัสดุที่สามารถเก็บความร้อนของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ข้างในได้
- ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีรูปทรงที่เหมาะสมกับการไหลของแวกซ์อุ่น โดยเน้นการใช้รูปทรงที่โค้งมน หลีกเลี่ยงการมีเหลี่ยมมุม

ด้านการส่งเสริมการขาย

- ต้องสื่อสารกับผู้บริโภคได้ชัดเจน ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ใช้งานในประเทศไทย และใช้กับส่วนใดของร่างกาย
- ออกแบบรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิก ให้สามารถสื่อได้ถึงการใช้งานอย่างชัดเจน ว่าใช้งานในประเทศไทย และใช้กับส่วนใดของร่างกาย

ภาพแสดงแนวความตติในการออกแบบ



2.2 แวกซ์เย็น (Liquid cold wax)

- Primary package : ขวดพลาสติก ขนาดบรรจุ 75 ml
- Secondary package : กล่องกระดาษ ขนาดบรรจุ 1 กล่อง
- ลักษณะทางกายภาพ : เป็นของเหลวมีความหนืดมาก
- วิธีใช้ : 1. ปาดบางๆไปตามเส้นขนทั้งหมด 2. เอาผ้าแปะลงบนที่ปาด 3. ดึงผ้าออก
- ระยะเวลา : 6-8 สัปดาห์ ขนจะขึ้นมาใหม่

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ

แนวทางการแก้ปัญหา

ด้านการบรรจุ

- ขนาดบรรจุควรสอดคล้องกับความต้องการในการใช้งาน

- บรรจุภัณฑ์จึงต้องมีขนาดและปริมาณบรรจุที่เหมาะสม สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย
- สามารถเก็บเอาไว้ใช้ในครั้งต่อไปได้

ด้านการปกป้องคุ้มครอง

- ลักษณะทางกายภาพของแวกซ์เย็นเป็นของเหลวหนืด ค่อนข้างเหนียว เมื่อหกเลอะเทอะ จะเหนียวเหนอะหนะ

- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มิดชิด ป้องกันการรั่วไหลของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน

ด้านการอำนวยความสะดวก

- ผลิตภัณฑ์มีอุปกรณ์หลายชนิด จึงไม่สะดวกต่อการเก็บรักษา ไว้ใช้งานหลายครั้ง
- พฤติกรรมการใช้งานของผู้บริโภค ในขณะที่การใช้งาน การจับถือตัวผลิตภัณฑ์
- มีวิธีการใช้และขั้นตอนยุ่งยาก หลายขั้นตอน โดยเวลาใช้ต้องนำไม้มาปาดแวกซ์ลงบนขน ขา นำแถบผ้าวางทาบริเวณที่ทาแวกซ์ไว้ แล้วจึงค่อยลอกออก
- คุณสมบัติของแวกซ์ ในเรื่องของความเหนียว/ความหนืด ทำให้เกิดปัญหาในเวลารใช้งาน

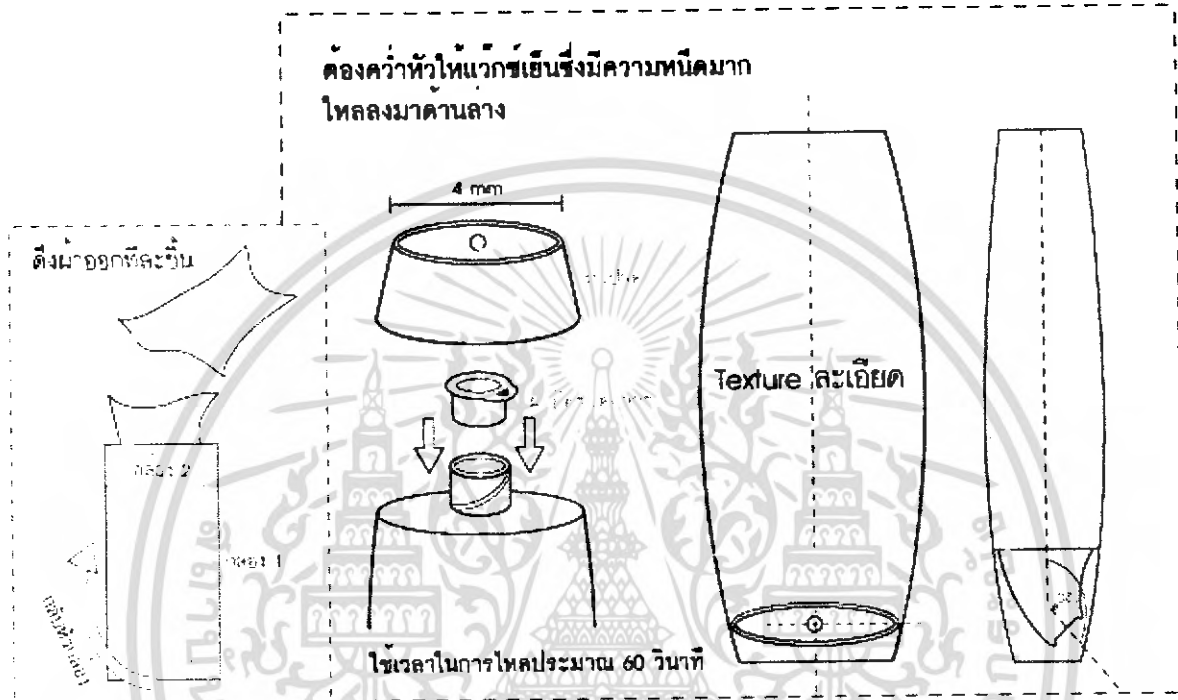
- ออกแบบอุปกรณ์ที่มีหลายชิ้นให้สามารถนำมาเก็บรวมกันเป็นชิ้นเดียวได้ สะดวกในการจัดเก็บ
- ออกแบบให้ใช้งานได้ง่ายขึ้น สามารถจับ บีบ ทา และแปะ ได้อย่างสะดวก ลดขั้นตอนที่ยุ่งยาก และออกแบบให้ใช้งานได้ตามลำดับขั้นตอน มีการใช้งานที่ต่อเนื่อง
- ออกแบบในส่วนของหัวปาดเพื่อความสะดวกในการใช้งานของผู้บริโภค โดยต้องคำนึงถึงการปาด ที่จำเป็นต้องปาดให้บางที่สุด
- ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีรูปทรงที่เหมาะสมกับการไหลของแวกซ์ โดยเน้นการใช้รูปทรงที่โค้งมน หลีกเลี่ยงการมีเหลี่ยมมุม

ด้านการส่งเสริมการขาย

- ต้องสื่อสารกับผู้บริโภคได้ชัดเจน ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ใช้งานในประเภทไหน และใช้กับส่วนใดของร่างกาย

- ออกแบบรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิก ให้สามารถสื่อได้ถึงการใช้งาน ว่าใช้งานในประเภทไหน และใช้กับส่วนใดของร่างกาย

ภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบ



2.3 แผ่นเว็กซ์ (Strips for warm wax)

- Primary package : ของกระดาษ
- Secondary package : กล่องกระดาษ ขนาดบรรจุ 20 แผ่น
- ลักษณะทางกายภาพ : แผ่นขี้ผึ้ง
- วิธีใช้ : 1. แกะด้านกาวยอก 2. ประตามส่วนที่ต้องการ 3. ดึงออก
- ระยะเวลา : 6-8 สัปดาห์ ขนจะขึ้นมาใหม่

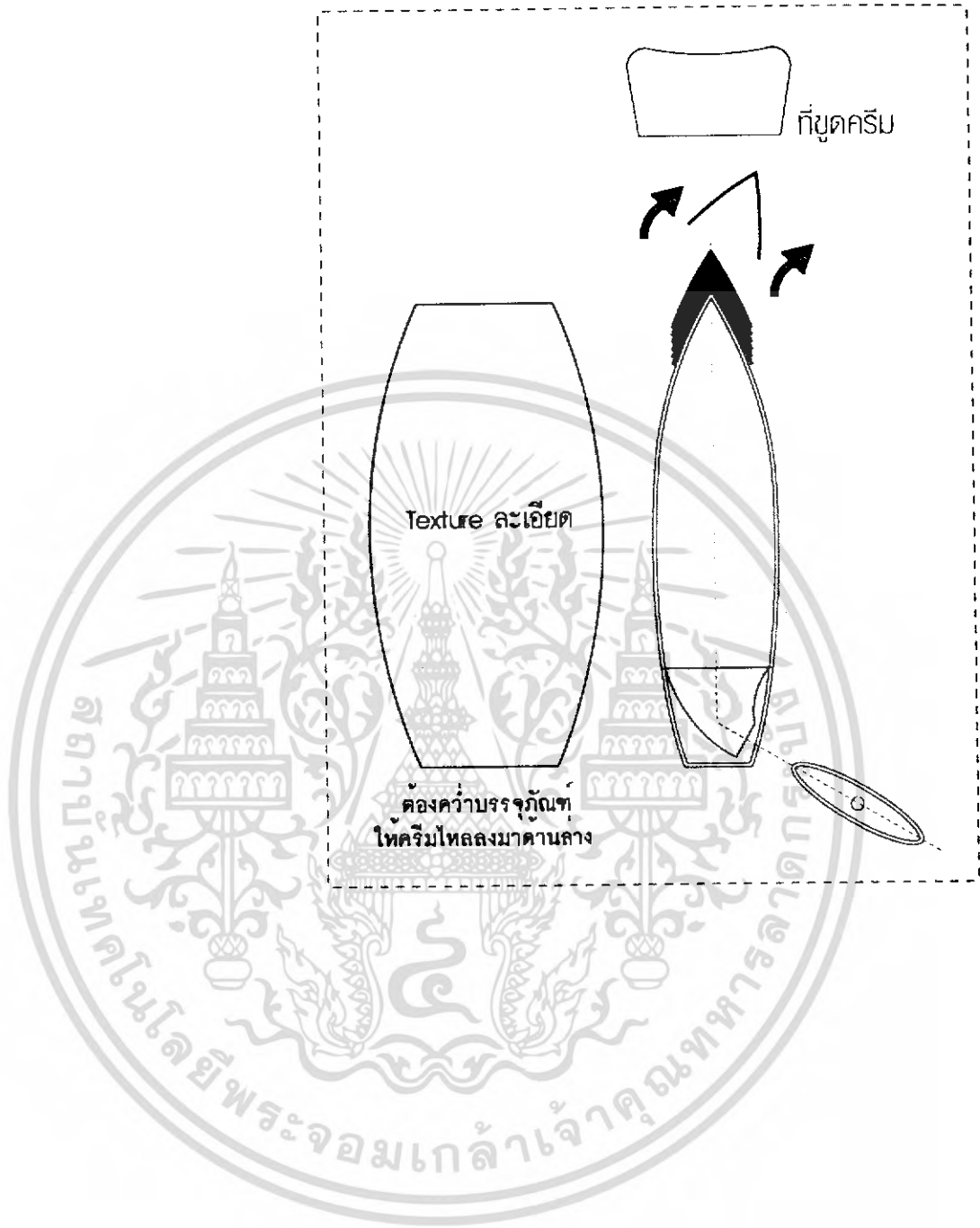
ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
ด้านการบรรจุ <ul style="list-style-type: none">○ ขนาดบรรจุควรสอดคล้องกับความต้องการในการใช้งาน	<ul style="list-style-type: none">○ บรรจุภัณฑ์จึงต้องมีขนาดที่เหมาะสมและปริมาณสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย
ด้านการปกป้องคุ้มครอง <ul style="list-style-type: none">○ ปกป้องผลิตภัณฑ์จากความเสียหายขณะขนส่ง ขณะจัดเรียงเพื่อจำหน่าย และขณะเก็บรักษา	<ul style="list-style-type: none">○ ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์ปกป้องมิดชิด สามารถเก็บแผ่นเว็กซ์ที่เหลือจากการใช้ไว้ได้ เป็นอย่างดี
ด้านการอำนวยความสะดวก <ul style="list-style-type: none">○ ผลิตภัณฑ์ไม่สามารถใช้หมดได้ในเพียงครั้งเดียว แล้วแต่ปริมาณในการใช้ในแต่ละครั้ง	<ul style="list-style-type: none">○ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สามารถหยิบมาใช้ได้เพียงทีละแผ่น
ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย <ul style="list-style-type: none">○ ต้องสื่อสารกับผู้บริโภคได้ชัดเจน ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ใช้งานในประเภทไหน และใช้กับส่วนใดของร่างกาย	<ul style="list-style-type: none">○ ออกแบบรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิก ให้สามารถสื่อได้ถึงการใช้งาน ว่าใช้งานในประเภทไหน และใช้กับส่วนใดของร่างกาย

2.4 ตรีมห่าหัยเบร่ง (Moisturizing Hair Removing Cream)

- Primary package : ขวดพลาสติก ขนาดบรรจุ 150 ml
Secondary package : กล่องกระดาษ ขนาดบรรจุ 1 กล่อง
- ลักษณะทางกายภาพ เป็นครีมค่อนข้างเหนียว
- วิธีใช้ : 1.ปาดหน้าๆให้คลุมเส้นขนทั้งหมด 2. ทิ้งไว้10-15 นาที 3. ปาดครีมออก
- ระยะเวลา : 10 วัน ขนจะขึ้นมาใหม่

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
ด้านการบรรจุ <ul style="list-style-type: none"> ○ ขนาดบรรจุควรสอดคล้องกับความต้องการในการใช้งาน ○ มีการใช้งานบ่อยๆ 	<ul style="list-style-type: none"> ○ บรรจุภัณฑ์จึงต้องมีขนาดและปริมาณบรรจุที่เหมาะสมสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ○ สามารถเก็บเอาไว้ใช้ในครั้งต่อไปได้
ด้านการปกป้องคุ้มครอง <ul style="list-style-type: none"> ○ ปกป้องผลิตภัณฑ์จากความเสียหายขณะขนส่ง ขณะจัดเรียงเพื่อจำหน่าย และขณะเก็บรักษา 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความมิดชิด ป้องกันการรั่วไหลของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน ไม่ให้หกเลอะเทอะ ทั้งก่อนเปิดใช้และหลังเปิดใช้
ด้านการอำนวยความสะดวก <ul style="list-style-type: none"> ○ ผลิตภัณฑ์ มีอุปกรณ์หลายชนิด จึงไม่สะดวกต่อการเก็บรักษา ใช้ในหลายๆครั้ง ○ พฤติกรรมการใช้งานของผู้บริโภค ในขณะที่ใช้งาน และการจับถือตัวผลิตภัณฑ์ ○ คุณสมบัติของครีม ในเรื่องของความเหนียวความหนืด ทำให้เกิดปัญหาในขณะที่ใช้งานพฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้ในเรื่องของการใช้ การจับถือตัวผลิตภัณฑ์ ○ วิธีการใช้และขั้นตอนยุ่งยาก มีหลายขั้นตอน โดยต้องบีบครีมแล้วนำไปปาดมาทาลงบน แขน-ขา ทิ้งไว้ซักพัก แล้วจึงขูดเอาขนออก 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ออกแบบอุปกรณ์ที่มีหลายชิ้นให้สามารถนำมาเก็บรวมกันเป็นชิ้นเดียวได้ สะดวกในจัดเก็บ ○ ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์สามารถจับถือได้ง่าย รวมทั้งมีส่วนกันลื่น เพื่อให้การใช้งานเป็นไปอย่างสะดวกยิ่งขึ้น ○ ออกแบบให้ใช้งานได้ง่ายขึ้น สามารถจับ บีบ และทาได้อย่างสะดวก ลดขั้นตอนที่ยุ่งยาก และออกแบบให้ใช้งานได้ตามลำดับขั้นตอน มีการใช้งานที่ต่อเนื่อง ○ ออกแบบในส่วนของหัวปาดและที่ปาดครีมออก เพื่อให้สามารถใช้งานครีมได้ง่ายขึ้น
ด้านการส่งเสริมการขาย <ul style="list-style-type: none"> ○ ต้องสื่อสารกับผู้บริโภคได้ชัดเจน ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ใช้งานในประเทศไทย และใช้กับส่วนใดของร่างกาย 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ออกแบบรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิก ให้สามารถสื่อได้ถึงการใช้งาน ว่าใช้งานในประเทศไทย และใช้กับส่วนใดของร่างกาย

ภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบ



2.5 ครีมนวดสีผม (Hair lightener developer cream)

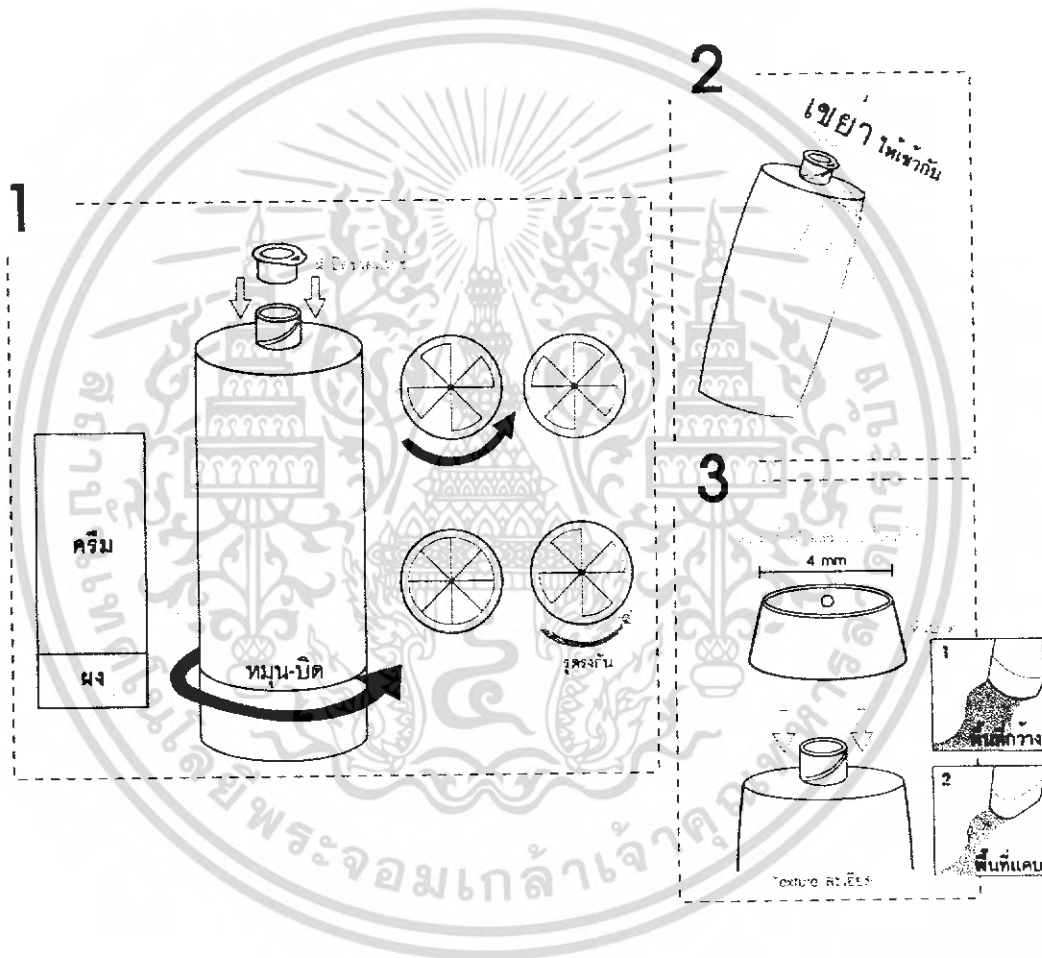
- Primary package : ขวดพลาสติก
- ครีมนวดสีผม ชนิดขวด ขนาดบรรจุ 115 ml
- ผงผสม ชนิดขวด ขนาดบรรจุ 15 g
- Secondary package : กล่องกระดาษ ขนาดบรรจุ 1 กล่อง
- ลักษณะทางกายภาพ : เป็นครีมและผง
- วิธีใช้ : 1. นำผลิตภัณฑ์มาผสมกัน 2. ปาดลงบนส่วนที่ต้องการ 3. ทิ้งไว้ 10-15 นาที 4. ล้างออก
- ระยะเวลา : อยู่ได้เป็นระยะเวลาหลายเดือน

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
ด้านการบรรจุ <ul style="list-style-type: none"> ○ ขนาดบรรจุควรสอดคล้องกับความต้องการในการใช้งาน 	<ul style="list-style-type: none"> ○ บรรจุภัณฑ์จึงต้องมีขนาดและปริมาณบรรจุที่เหมาะสมสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ○ สามารถเก็บเอาไว้ใช้ในครั้งต่อไปได้
ด้านการปกป้องคุ้มครอง <ul style="list-style-type: none"> ○ ลักษณะทางกายภาพของครีมนวดสีผมมีความเป็นกรด ในขณะที่ผงผสม มีส่วนประกอบของแอมโมเนียมไบคาร์บอเนต ○ ปกป้องผลิตภัณฑ์จากความเสียหายขณะขนส่ง ขณะจัดเรียงเพื่อจำหน่าย และขณะเก็บรักษา 	<ul style="list-style-type: none"> ○ เลือกใช้วัสดุที่จะมาเป็นบรรจุภัณฑ์ ซึ่งต้องป้องกันการทำปฏิกิริยากับสารเคมีของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดได้ ○ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความมิดชิด ป้องกันการรั่วไหลของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน ไม่ให้หกเลอะเทอะ ทั้งก่อนเปิดใช้และหลังเปิดใช้
ด้านการอำนวยความสะดวก <ul style="list-style-type: none"> ○ ผลิตภัณฑ์ มีอุปกรณ์หลายชนิด จึงไม่สะดวกต่อการจัดเก็บ ○ อุปกรณ์ประกอบไปด้วย ครีมนวดสีผม ผงผสม ถ้วยสำหรับผสม ที่คน ที่ปาด ○ พฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้ในเรื่องของ การใช้ การจับถือตัวผลิตภัณฑ์ ○ วิธีการใช้และขั้นตอนยุ่งยาก มีหลายขั้นตอน โดยเวลาใช้น้ำมาปาดแล้วล้างบนแขน ขา แล้วนำแถบผ้าวางทาบบริเวณที่ทาแล้วจึงค่อยลอกออก 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ออกแบบอุปกรณ์ที่มีหลายชิ้นให้สามารถนำมาเก็บรวมกันเป็นชิ้นเดียวได้ สะดวกในการจัดเก็บ ○ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มี 2 ส่วนด้วยกัน คือ ส่วนของครีมและส่วนของผง โดยสามารถเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ผสมได้ในตัว โดยการเขย่าให้เข้ากัน ○ ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์สามารถจับถือได้ง่าย รวมทั้งมีส่วนกันลื่น เพื่อให้การใช้งานเป็นไปอย่างสะดวกยิ่งขึ้น ○ ออกแบบในส่วนของหัวปาดที่ทำให้สามารถใช้งานได้ง่ายขึ้น ○ ออกแบบให้ใช้งานได้ง่ายขึ้น สามารถจับ บีบ และทาได้อย่างสะดวก ลดขั้นตอนที่ยุ่งยาก และออกแบบให้ใช้งานได้ตามลำดับขั้นตอน มีการใช้งานที่ต่อเนื่อง

ด้านการส่งเสริมการขาย

- ต้องสื่อสารกับผู้บริโภคได้ชัดเจน ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ใช้งานในประเทศไทย และใช้กับส่วนใดของร่างกาย
- ออกแบบรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิก ให้สามารถสื่อได้ถึงการใช้งานว่าใช้งานในประเทศไทย และใช้กับส่วนใดของร่างกาย

ภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. หมวดที่ใช้ก่อนและหลังการกำจัดบน

3.1 ไลโซโซมบรรจุภัณฑ์ก่อนการกินบน และ ไลโซโซมบรรจุภัณฑ์หลังการกินบน

- primary package : ขวดพลาสติก ขนาดบรรจุ 200 ml
- ลักษณะทางกายภาพ : เป็นของเหลวหนืดน้อย (ไลโซโซม)

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
ด้านการบรรจุ	
<ul style="list-style-type: none">○ ขนาดบรรจุควรสอดคล้องกับความต้องการในการใช้งาน○ ผลิตภัณฑ์มีการแยกชนิดกัน ทั้งก่อนใช้ หลังใช้	<ul style="list-style-type: none">○ บรรจุภัณฑ์จึงต้องมีขนาดที่เหมาะสมและปริมาณสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย○ ออกแบบโดยเลือกบรรจุภัณฑ์โครงสร้างเดียว แต่แยกกราฟฟิคบนขวดและฝาให้แตกต่างตามชนิดของผลิตภัณฑ์
ด้านการปกป้องคุ้มครอง	
<ul style="list-style-type: none">○ ปกป้องผลิตภัณฑ์จากความเสียหายขณะขนส่ง ขณะจัดเรียงเพื่อจำหน่าย และขณะเก็บรักษา	<ul style="list-style-type: none">○ ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีคุณสมบัติในการปกป้องผลิตภัณฑ์ภายในจากสิ่งแวดล้อม
ด้านการอำนวยความสะดวก	
<ul style="list-style-type: none">○ พฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้ในเรื่องของการใช้ การจับถือตัวผลิตภัณฑ์○ คุณสมบัติของครีမ် ในเรื่องของความเหนียว/ความหนืด ทำให้เกิดปัญหาในการใช้งาน	<ul style="list-style-type: none">○ ออกแบบให้สามารถจับถือได้อย่างสะดวก○ ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์ให้ปกป้อง ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ข้างใน เวลาใช้หรือเก็บรักษาไม่ให้เกิดเลอะเทอะ
ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย	
<ul style="list-style-type: none">○ ต้องสื่อสารกับผู้บริโภคได้ชัดเจน ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ใช้งานในประเทศไทย และใช้กับส่วนใดของร่างกาย○ ผลิตภัณฑ์มีการแยกชนิดกัน ทั้งก่อนใช้ หลังใช้	<ul style="list-style-type: none">○ ออกแบบรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิค ให้สามารถสื่อได้ถึงการใช้งาน ว่าใช้งานในประเทศไทย และใช้กับส่วนใดของร่างกาย

ขอบเขตของโครงการ

โครงการ ออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิก สำหรับผลิตภัณฑ์กำจัดและดูแลเส้นขน ของบริษัท บอดี้ไกลจำกัด มีขอบเขตการทำงานของโครงการตามปัจจัยที่เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ ได้แก่

- ขอบเขตชนิดผลิตภัณฑ์
- ขอบเขตปริมาณบรรจุ
- ด้านคุณภาพของบรรจุภัณฑ์

ขอบเขตชนิดผลิตภัณฑ์

วิธีการใช้	บริเวณที่ใช้	แขน - ขา	ใบหน้า	อก	ทุกส่วนของร่างกาย
แว็กซ์อุ่น		●			
แว็กซ์เย็น		●			
แว็กซ์เย็น		●	●	●	
ครีมกำจัดขน		●	●	●	
ครีมฟอกสีขน		●			
แผ่นครีมปรับสภาพผิว			●	●	●
เจลสำหรับการโกนขน					●
โลชั่นปรับสภาพผิวก่อนโกนขน					●
โลชั่นปรับสภาพผิวหลังโกนขน					●
ยัดโกนขน					●
ใบปิดโกนขน					●

นอกจากนี้การออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิก สามารถแบ่งประเภทของผลิตภัณฑ์ได้หลากหลายวิธี ดังต่อไปนี้

- การแบ่งตามบริเวณที่ใช้ แบ่งประเภทผลิตภัณฑ์ เป็น
 - ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับขนบริเวณ แขนและขา
 - ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับขนบริเวณใบหน้า
 - ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับขนบริเวณใต้รักแร้
 - ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับขนบริเวณบิกินี
 - ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับขนทุกส่วนของร่างกาย

- การแบ่งตามวิธีการใช้ แบ่งประเภทผลิตภัณฑ์ เป็น
 - การใช้ขี้ผึ้งดึงขน เป็น แวกซ์เย็น แวกซ์อุ่น และแผ่นแว๊กซ์
 - การใช้สารเคมีถอนขน
 - การฟอกสีขน
 - การโกนขน

ขอบเขตปริมาณบรรจุ

ขอบเขตการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และกราฟฟิก ในด้านที่เกี่ยวข้องกับปริมาณบรรจุหรือขนาดที่เหมาะสม มีดังนี้

1. หมวดที่ใช้กับขนบริเวณแขนและขา

ชื่อผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ
การใช้ขี้ผึ้งดึงขน		
1.1 แวกซ์อุ่น (Warm wax)	ขวด	75 ml.
1.2 แวกซ์เย็น (Liquid cold wax)	ขวด	75 ml.
1.3 แผ่นแว๊กซ์ (Strips for warm wax)	ซอง	1 ซอง
1.4 บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 สำหรับ แวกซ์อุ่น (Warm wax)	กล่อง	1 ขวด
1.5 บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 สำหรับ แวกซ์เย็น (Liquid cold wax)	กล่อง	1 ขวด
1.6 บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 สำหรับ แผ่นแว๊กซ์ (Strips for warm wax)	กล่อง	20 แผ่น
การใช้สารเคมีถอนขน		
1.7 ครีมทำให้ขนร่วงสำหรับขนบริเวณแขนและขา (Moisturizing Hair Removing Cream)	ขวด	150 ml.
1.8 บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 สำหรับ ครีมทำให้ขนร่วงสำหรับขนบริเวณแขนและขา (Moisturizing Hair Removing Cream)	กล่อง	1 ขวด
การฟอกสีขน		
1.9 ครีมฟอกสีขนบริเวณแขนและขา (Hair lightener developer cream) ประกอบด้วย		
- ครีมฟอกสีขน	ขวด	115 ml.
- ผงผสม	ขวด	15 g.
1.10 บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 สำหรับ ครีมฟอกสีขนบริเวณแขนและขา (Hair lightener developer cream)	กล่อง	1 ขวด

2. หมวดที่ใช้กับขนบริเวณใบหน้า

ชื่อผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ
การใช้สารเคมีถอนขน		
2.1 ครีมฟอกสีขนสำหรับขนบริเวณผิวหนัง (Facial Hair lightener developer Cream) ประกอบด้วย		
- ครีมฟอกสีขน	ขวด	25 ml.
- ผงผสม	ขวด	5g.
2.2 บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 สำหรับ ครีมฟอกสีขนสำหรับขนบริเวณผิวหนัง (Facial Hair lightener developer Cream)	กล่อง	1 ขวด
การใช้ซีผึ้งดึงขน		
2.3 แผ่นแว็กซ์เฉพาะส่วนสำหรับขนบริเวณผิวหนัง (Facial Waxing Strips) ประกอบด้วย		
- แผ่นแว็กซ์สำหรับขนบริเวณผิวหนัง	ซอง	1 ซอง
2.4 บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 สำหรับ แผ่นแว็กซ์เฉพาะส่วนสำหรับขนบริเวณผิวหนัง (Facial Waxing Strips)	กล่อง	20 แผ่น

3. หมวดที่ใช้กับขนบริเวณ ไต้วงแขน

ชื่อผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ
การใช้สารเคมีถอนขน		
2.1 ครีมทำให้ขนร่วงสำหรับขนบริเวณใต้แขน (Underarm Hair Removing Cream) ประกอบด้วย		
- ครีมทำให้ขนร่วง	ขวด	60 ml.
2.2 บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 สำหรับครีมทำให้ขนร่วงสำหรับขนบริเวณใต้แขน (Underarm Hair Removing Cream)	กล่อง	1 ขวด
การใช้ซีผึ้งดึงขน		
2.3 แผ่นแว็กซ์เฉพาะส่วนสำหรับขนบริเวณใต้แขน (Underarm Waxing Strips) ประกอบด้วย		
- แผ่นแว็กซ์สำหรับขนบริเวณใต้แขน	ซอง	1 ซอง
2.4 บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 สำหรับ แผ่นแว็กซ์เฉพาะส่วนสำหรับขนบริเวณใต้แขน (Underarm Waxing Strips)	กล่อง	20 แผ่น

4. หมวดที่ใช้กับบนบริเวณบิกินี

ชื่อผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ
การใช้สารเคมีถอนขน		
4.1 ครีมทำให้ขนร่วงสำหรับขนบริเวณบิกินี (Bigini Hair Removing Cream)		
ประกอบด้วย		
- ครีมทำให้ขนร่วง	ขวด	60 ml.
4.2 บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 สำหรับ ครีมทำให้ขนร่วงสำหรับขนบริเวณบิกินี (Bigini Hair Removing Cream)	กล่อง	1 ขวด

การใช้ชี้ฝั่งดึงขน

4.3 แผ่นแว็กซ์เฉพาะส่วนสำหรับขนบริเวณบิกินี(Facial Waxing Strips)		
ประกอบด้วย		
- แผ่นแว็กซ์สำหรับขนบริเวณบิกินี	ซอง	1 ซอง
4.4บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 สำหรับ แผ่นแว็กซ์เฉพาะส่วนสำหรับขนบริเวณบิกินี	กล่อง	20 แผ่น

5. หมวดที่ใช้กับส่วนต่าง ๆ ของร่างกาย

ชื่อผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ
5.1 โลชั่นบำรุงผิวก่อนโกนขน	ขวด	200 ml
5.2 โลชั่นบำรุงผิวก่อนโกนขน สูตร sensitive	ขวด	75 ml
5.3 โลชั่นบำรุงผิวหลังโกนขน ผสมแอลกอฮอล์	ขวด	200 ml
5.4 โลชั่นบำรุงผิวหลังโกนขน ไม่ผสมแอลกอฮอล์	ขวด	200 ml
5.5 โลชั่นบำรุงผิวหลังโกนขน สูตร sensitive	ขวด	75 ml

แผนภาพสรุปขอบเขตของโครงการ

Scope of Design

งาน-ๆ	โตวงแฉน	โบทนา	มิกน

ขั้นปรนงทล้ง
การก่าจตบ

บ้นตอทนการก่าจตบ

บ้นทงกก่อน
การก่าจตบ

แผนภาพสรุปขอบเขตของโครงการ

ภาพที่ 1.1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางการศึกษาวิจัย

ขั้นตอนในการศึกษาวิจัย

โครงการ : ออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์กำจัดและดูแลเส้นขนของบริษัท
บอดีโกลด์จำกัด มีการทำงานในขั้นตอนในการศึกษาวิจัย ดังนี้

3. การนำเสนอโครงการ
4. การกำหนดขอบเขต วัตถุประสงค์ และแนวทางสำหรับการออกแบบ
5. การค้นคว้าหาข้อมูล
6. การวิเคราะห์และสรุปผลข้อมูล
7. การออกแบบ และพัฒนาการออกแบบ
8. การนำเสนอผลงานการออกแบบ
9. การประเมินและสรุปผลการออกแบบ



ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ผลที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ : ออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์กำจัดและดูแลเส้นขนของบริษัทบอดีโกลจำกัด คือ การสร้างงานบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิก ที่มีคุณสมบัติดีเด่นในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. บรรจุภัณฑ์ที่สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. บรรจุภัณฑ์ที่สามารถอำนวยความสะดวกในทุกขั้นตอน ตั้งแต่ การเก็บรักษา การขนส่ง การจัดจำหน่าย และการใช้งานได้
3. บรรจุภัณฑ์ที่มีส่วนช่วยส่งเสริมการจัดจำหน่าย สร้างภาพลักษณ์และสื่อความหมายที่ดีและถูกต้องให้กับตัวผลิตภัณฑ์
4. บรรจุภัณฑ์ที่มีส่วนช่วยเสริมสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ตลอดจนภาพพจน์ที่ดี น่าเชื่อถือ อันจะทำให้ผู้บริโภคยอมรับในผลิตภัณฑ์
5. บรรจุภัณฑ์ที่มีส่วนกระตุ้นให้ผู้ผลิตสินค้ารายอื่นๆ ในประเทศ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของงานออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ให้การยอมรับ และสนับสนุน ทำให้มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของสินค้าภายในประเทศจนมีมาตรฐานทัดเทียมกับสินค้าจากต่างประเทศ

บทที่ 2 การต้นตอและสรุปพลวัตร



การค้นคว้าและสรุปผลข้อมูล ในโครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิก สำหรับผลิตภัณฑ์กำจัดและดูแลเส้นขน ของบริษัทบอดีโกลจำกัด มีหัวข้อในการศึกษาวิจัยเพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนในทุกด้านที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ได้แก่

1. ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับบริษัทผู้ผลิต
2. ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสำหรับกำจัดขนทุกชนิดโดยละเอียด
3. ข้อมูลด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางกำจัดขน
4. ข้อมูลด้านคู่แข่ง
5. ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย
6. ข้อมูลด้านวัสดุและกรรมวิธีการผลิต

2.1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับบริษัทผู้ผลิต – บริษัทบอดีโกล

บริษัท Bodyglo จำกัด เป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ดูแลและกำจัดเส้นขนในประเทศมานาน โดยมุ่งเน้นให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับในมาตรฐานสากล ได้เล็งเห็นถึงการขยายตัวของความสนใจในเรื่องการดูแลและกำจัดเส้นขนของผู้หญิงยุคใหม่มากขึ้น เพราะในปัจจุบันหญิงไทยมีพฤติกรรมรักสวยรักงามมากขึ้น เนื่องจากค่านิยมของสังคมที่ทำให้ผู้หญิงหันมาดูแลตัวเอง ทำให้ตลาดสินค้าประเภทนี้เริ่มขยายตัว

บริษัทบอดีโกลเริ่มการผลิตจากตลาดขนาดเล็ก เมื่อประมาณ 15 ปีที่แล้ว ในปัจจุบันบริษัทได้ทำการผลิตสินค้าเพื่อส่งไปยังตลาดเสริมสวยต่างๆ และมีผู้จัดจำหน่ายอีกที่หนึ่ง ในอนาคตทางบริษัทเล็งเห็นถึงการขยายตัวของตลาดสินค้าประเภทนี้ จึงต้องการเพิ่มช่องทางด้านการจำหน่าย ต้องการขยายการส่งออกมากขึ้น โดยจะเป็นการจัดจำหน่ายเองทั้งในประเทศ และส่งออกนอกประเทศ

ทั้งนี้บรรจุภัณฑ์ของสินค้าจึงเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญที่จะเพิ่มคุณค่าให้กับตัวผลิตภัณฑ์ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สร้างภาพลักษณ์ให้กับ ตราสินค้าและผลิตภัณฑ์ใหม่ และสามารถสื่อสารได้ อย่างครบถ้วนชัดเจน

2.1.1 ประวัติความเป็นมาและลักษณะธุรกิจของบริษัท

นโยบายบริษัท

บริษัท บอดีโกล จำกัด เป็นบริษัทที่ผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทกำจัดและดูแลเส้นขนในประเทศไทย มีแผนการที่จะเปิดตลาดสินค้าประเภทกำจัดและย้อมสีเส้นขนให้กว้างขึ้น เนื่องจากตลาดเกี่ยวกับเส้นขนในปัจจุบันเริ่มมีกระแสความนิยมและความต้องการเพิ่มมากขึ้น ทางบริษัทจึงมีแผนการที่จะผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทกำจัดและย้อมสีเส้นขนให้ครบวงจร โดยมุ่งเน้นสินค้าให้มีคุณภาพทัดเทียมกับต่างประเทศ แต่ราคาไม่แพงจนเกินไป

ตอบสนองต่อนโยบายรัฐบาล

ด้านเศรษฐกิจ เพื่อตอบสนองนโยบายของภาครัฐบาล ที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทย และเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศได้รับการยอมรับด้านคุณภาพเป็นมาตรฐาน ก่อให้เกิดการหมุนเวียนเงินตราภายในประเทศ และลดการขาดดุลการค้าจากต่างประเทศ

ด้านสังคมและสภาพแวดล้อม บริษัททำการผลิตสินค้าเพื่อให้ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพ ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของคนไทยให้ดีขึ้น และเป็นการกระตุ้นให้ผู้ผลิตสินค้ารายอื่นๆ ในประเทศไทย ได้เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน เพื่อให้เกิดการพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ภายในประเทศมากขึ้น มีมาตรฐานทัดเทียมกับต่างประเทศ

ด้านการศึกษา บริษัทสนับสนุนโครงการนี้ให้เป็นแบบฝึกหัดทางการศึกษาที่เปิดโอกาสให้เกิดการฝึกฝนในการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ทั้งทางด้านโครงสร้าง ออกแบบกราฟิก และการสร้างเอกลักษณ์ร่วม (Corporate Identity) โดยใช้ความรู้ที่ได้ศึกษามาประกอบกับข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งทางด้านวัสดุกรรมวิธีการผลิต และการวิเคราะห์ทางการตลาด

2.1.2 รายละเอียดผลิตภัณฑ์ของบริษัท

ผลิตภัณฑ์กำจัดและดูแลเส้นขน ของบริษัทบอดีโกล มี 2 ประเภทหลัก คือ

1. ผลิตภัณฑ์กำจัดเส้นขน มีประเภทเดียว คือ เว็กซ์เย็นกำจัดขน ซึ่งมีหลายสูตรดังนี้
 - เว็กซ์น้ำผึ้ง สูตรดั้งเดิม
 - เว็กซ์ส้ม และวิตามินซี
 - เว็กซ์ ชาเขียว
 - เว็กซ์ ช็อกโกแลต
 - เว็กซ์ ราสเบอร์รี่
 - เว็กซ์ มังคุด
 - เว็กซ์ มะขามและวิตามินซี
2. ผลิตภัณฑ์สำหรับการดูแลหลังการถอนขน มีประเภทเดียว คือ มาสค์ปรับสภาพผิว ซึ่งมีหลายสูตรดังนี้
 - มาสค์มะขาม
 - มาสค์ผลไม้รวม
 - มาสค์ดอกไม้รวม
 - มาสค์สารสกัดใบฝรั่ง

2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องสำอางกำจัดขน

2.2.1 ความเป็นมาของผลิตภัณฑ์

ประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสำหรับกำจัดขน(Depilatories)นั้น สังคมมนุษย์ถือว่า ขน (ยกเว้นผม) เป็นสัญลักษณ์แห่งความเป็นชาย เนื่องจากฮอร์โมนเพศชายเป็นตัวกระตุ้นให้ขนบริเวณหนวด รักแร้ และหน้าแข้งเจริญงอกงามและหนาตัก ส่วนฮอร์โมนเพศหญิงจะเป็นตัวกระตุ้นการเจริญเติบโตของ เส้นผม ทำให้ผู้หญิงมีผมหนาดกกว่าผู้ชาย ดังนั้นสำหรับเพศหญิง สังคมถือว่าจะต้องมีผมหนาดก เป็นเงางาม แต่มีผิวพรรณเกลี้ยงเกลา โดยเฉพาะขนหน้าแข้งไม่ควรที่จะมีปรากฏให้เห็นจึงจะเรียกว่าเป็นผู้หญิง เต็มตัว

ผู้หญิงที่ธรรมชาติให้ฮอร์โมนเพศชายมามากจะทำให้เกิดขนหน้าแข้ง จึงจำเป็นต้องกำจัดออกเพื่อความสวยงาม สำหรับคนที่รักแร้ มักจะเกิดการหมักหมมและเกิดกลิ่นอับได้ง่าย ดังนั้นสำหรับผู้ที่คุณสนใจในความสะอาดและสุขภาพจึงนิยมกำจัดออก โดยเฉพาะผู้หญิงซึ่งต้องการความสวยงามเกลี้ยงเกลาอีกด้วย

วิธีการกำจัดขน มีมาตั้งแต่สมัยโบราณกาลหลายพันปีแล้ว หญิงสาวชาวอียิปต์กำจัดขนบริเวณแขน-ขา โดยการโกนซึ่งทำได้ง่ายและรวดเร็ว ต่อมามีการใช้ *Rhusma turcurum* ซึ่งเป็นสารผสมของปูนขาวและแร่ Arsinical pyrites ในอัตราส่วน 1 : 2 นอกจากนี้มีการใช้ แร่Orpiment ซึ่งประกอบด้วยสารหนูกับกำมะถัน เป็นส่วนใหญ่ ต่อมามีการใช้สารที่มีความเหนียวทาบริเวณที่จะกำจัดขนออก แล้วตามด้วยการดึงลอกสารเหนียวนั้น ขนก็จะหลุดติดออกมาด้วย มีการใช้หินขัดผิว (Pumice stone) ต่อมามีการใช้กระดาษไฟฟ้าจี้ ซึ่งทำได้ยากและราคาแพง จนถึงในปัจจุบันวิธีที่นิยมมากที่สุดเพราะทำได้ง่าย สะดวก และไม่เจ็บ คือ การกำจัดขนด้วยสารเคมี วิธีนี้หญิงชาวตะวันตกนิยมกันมาก ถึงกับมีการผลิตในลักษณะเครื่องสำอางกำจัดขน (Depilatories) ออกจำหน่ายมากมาย จนกระทั่งแพร่หลายมาถึงประเทศไทยในปัจจุบัน¹

¹ ที่มา : เรียบเรียงจาก หนังสือ เครื่องสำอางเพื่อความสะอาด ผู้แต่ง ส.ศ.พิบพธ สัลาพรพิสิฐ สำนักพิมพ์ไอเดียสโตร์ เว็บไซต์ของมูลนิธิการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม

2.2.2 ข้อมูลพื้นฐานของผลิตภัณฑ์

วิธีการกำจัดขน

การกำจัดขน มี 3 วิธี คือ

3. การดึงขนออก (Epilation) เป็นวิธีการกำจัดขนโดยตรงแต่มีความเจ็บปวดมากที่สุด เนื้อเยื่อรอบขนอาจเกิดการชอกช้ำ และการอักเสบตามมาได้ บริเวณของผิวหนังอาจเกิดการบวมแดง และการติดเชื้อได้ง่าย แต่ให้ผลค่อนข้างดี เพราะรากขนจะหลุดออกมาด้วย โอกาสที่ขนใหม่จะงอกจะช้าลงมาก
4. การเดพิเลชัน (Depilation) เป็นการกำจัดขน โดยทำให้ขนหักหรือหลุดออกมาเฉพาะส่วนบนของเส้นขนเท่านั้น ทำได้ 2 ลักษณะ คือ
 - 4.1. เดพิเลชันกายภาพ (Physical Depilation) เป็นวิธีการทางกายภาพไม่ใช่สารเคมี คือ การโกน (Shaving) เป็นวิธีที่ง่าย รวดเร็วและราคาถูก แต่มีข้อเสีย คือ ผิวไม่เรียบนุ่มนวล เพราะปลายขนที่ถูกตัดไปเมื่องอกใหม่จะมีลักษณะแข็งและอาจจะเกิดการแทงกลับเข้าหาผิวหนัง ทำให้ขนมันวาวแทงผิวก่อเกิดความรำคาญ ดึงหรือโกนออกได้ยาก ถ้าโกนชิดผิวมากๆ ผิวหนังอาจเกิดอักเสบและติดเชื้อได้จากบาดแผลที่เกิดจากใบมีด
 - 4.2. เดพิเลชันเคมี (Chemical Depilation) เป็นการกำจัดขนโดยใช้สารเคมี ทำให้เกิดการสลายตัวทางเคมีของเส้นขน โดยไม่ทำอันตรายต่อผิวหนัง
5. การอำพรางสีขน (Dying) เป็นการย้อมสีขน ทำให้สีขนเปลี่ยนไปกับสีผิวหนัง วิธีนี้ไม่จำเป็นต้องเอาขนออก และสามารถใช้ได้เป็นระยะเวลานาน

ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางกำจัดขนชนิดต่างๆ

ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสำหรับกำจัดขน แบ่งชนิดตามการใช้งานได้ ดังนี้

กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในขั้นตอนการกำจัด

การใช้งาน	ชื่อผลิตภัณฑ์
○ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการดึงขนออก (Epilation) ได้แก่ พวกขี้ผึ้งดึงขน	6. แวกซ์อุ่น (Warm wax) 7. แวกซ์เย็น (Liquid cold wax) 8. แผ่นแว๊กซ์ (Strips wax)
○ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการเคปิลเลชัน (Depilation)	9. ครีมทำให้ขนร่วง (Hair removing cream) 10. ครีมสำหรับการโกนขน (Shaving cream)
○ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้การอำพรางสีขน (Dyeing)	11. ครีมเปลี่ยนสีขน (Hair developer cream)

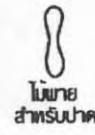
กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในขั้นตอนบำรุงหลังกำจัดขน

การใช้งาน	ชื่อผลิตภัณฑ์
○ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ก่อนการกำจัดขน	12. ครีมปรับสภาพผิวก่อนการกำจัดขน (Pre-shave softener cream)
○ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้หลังการกำจัดขน	13. โลชั่นปรับสภาพผิวหลังการกำจัดขน ชนิดผสมแอลกอฮอล์ (After-shave alcoholic lotion) 14. โลชั่นปรับสภาพผิวหลังการกำจัดขน ชนิดไม่ผสมแอลกอฮอล์ (After-shave lotion) 15. แผ่นครีมปรับสภาพผิวหลังกำจัดขน (After-shave strips lotion)

1. แวกซ์อุ่น



อุปกรณ์ที่ต้องใช้



ลักษณะทางกายภาพ



ภาพที่ 2.1 ลักษณะทางกายภาพ คุณสมบัติและการใช้งานแวกซ์อุ่น

ลักษณะทางกายภาพ : เป็นของแข็งสีเหลืองขุ่น เมื่อได้รับความร้อนจะละลายเป็นของเหลวหนืด สีเหลืองอ่อนและโปร่งแสง

คุณสมบัติและการใช้งาน :

- สามารถป้องกันการซึมผ่านของน้ำได้ (water proof)
- ที่อุณหภูมิปกติเป็นของแข็ง เมื่อได้รับความร้อนละลายเป็นของเหลวหนืด
- เวลานำไปใช้ต้องนำไปอุ่นให้ความร้อนก่อน
- จุดหลอมเหลวต่ำ
- แข็งตัวที่อุณหภูมิของร่างกาย (37°C)
- ไม่เป็นพิษต่อผิวหนัง
- เนื่องจากเป็นการดึงขนออกมาทั้งรากทั้งโคน หลังการใช้งานจะเกิดผื่นแดงๆ ที่รูขุมขน จึงต้องใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงควบคู่ไปด้วย
- ไม่สามารถใช้กับส่วนที่บอบบางมากๆ ได้ จึงใช้ได้เฉพาะ ขนบริเวณขาหรือแขน และขนบริเวณบิกินีเท่านั้น



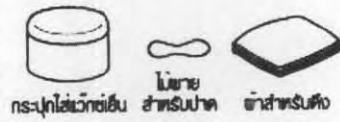
ภาพที่ 2.2 ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์แวกซ์อุ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. แวกซ์เย็น



อุปกรณ์ที่ต้องใช้



กรงุทไส้แว๊กซ์เย็น แปรงยัด ผ้าสำหรับขัด

ลักษณะทางกายภาพ

เหนียวเหนียว

ภาพที่ 2.3 ลักษณะทางกายภาพ คุณสมบัติและการใช้งานแว๊กซ์เย็น

ลักษณะทางกายภาพ : เป็นของเหลวหนืดมาก เมื่อได้รับความร้อน จะหนืดน้อยลง มีสีน้ำตาลโปร่งแสง และมีกลิ่นของน้ำผึ้ง

คุณสมบัติและการใช้งาน :

- สามารถล้างออกด้วยน้ำเปล่า
- ไม่สามารถป้องกันการซึมผ่านของน้ำได้ (non-water proof)
- ที่อุณหภูมิปกติเป็นของเหลวหนืดมาก เมื่อได้รับความร้อนจะหนืดน้อยลง
- เวลาใช้ต้องนำไปอุ่นให้ความร้อนก่อน (อุ่นด้วยไมโครเวฟ หรืออุ่นด้วยน้ำร้อน)
- ไม่เป็นพิษต่อผิวหนัง
- เนื่องจากเป็นการดึงขนออกมาทั้งรากทั้งโคน เวลาใช้เสร็จจะเกิดผื่นแดงๆ ที่รูขุมขน จึงต้องใช้โทนเนอร์ช่วยกระชับรูขุมขนและฆ่าเชื้อโรค
- ใช้ได้เฉพาะขนบริเวณขาหรือแขน และขนบริเวณบิกินี ไม่สามารถใช้กับส่วนที่บอบบางมากๆ

การอุ่นแว๊กซ์เพื่อใช้งาน : อาจอุ่นด้วยเตาไมโครเวฟ หรืออุ่นในน้ำร้อนบนเตาไฟ โดยมีคำแนะนำการใช้กำลังไฟ หรือเวลาที่เหมาะสมดังตาราง

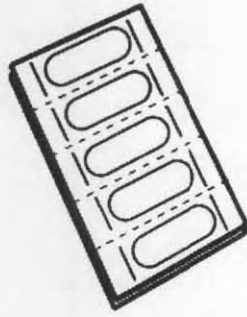
ปริมาณแว๊กซ์	เตาไมโครเวฟ (กำลังไฟ)			อุ่นน้ำร้อน
	900 วัตต์	750 วัตต์	650 วัตต์	
เต็มขวด	50 วินาที	60 วินาที	70 วินาที	5 นาที
3/4 ของขวด	40 วินาที	50 วินาที	60 วินาที	4 นาที
1/2 ของขวด	30 วินาที	40 วินาที	50 วินาที	3 นาที
1/4 ของขวด	20 วินาที	30 วินาที	40 วินาที	2 นาที



ภาพที่ 2.4 ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์แว๊กซ์เย็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. แผ่นแว็กซ์



อุปกรณ์ที่ต้องใช้



ภาพที่ 2.5 ลักษณะทางกายภาพ คุณสมบัติและการใช้งานแผ่นแว็กซ์

ลักษณะทางกายภาพ : เป็นแผ่นแว็กซ์สีเหลือง โปร่งแสง มีแถบกาวด้านเดียว หรือเป็นแผ่นเทปซิลิโคนทาด้วยตัวยาสมกับขี้ผึ้ง

คุณสมบัติและการใช้งาน :

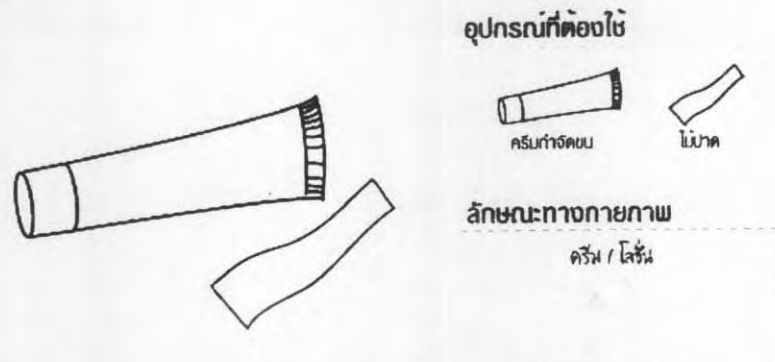
- สามารถป้องกันการซึมผ่านของน้ำได้ (water proof)
- ไม่เป็นพิษต่อผิวหนัง
- เนื่องจากเป็นการดึงขนออกมาทั้งรากทั้งโคน หลังการใช้งานจะเกิดผื่นแดงๆ ที่รูขุมขน จึงต้องใช้โทนเนอร์ช่วยในการกระชับรูขุมขนและฆ่าเชื้อโรค
- สามารถใช้ได้กับส่วนทุกส่วนของร่างกาย



ภาพที่ 2.6 ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์แผ่นแว็กซ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ตรีมหำหับร่วง



ภาพที่ 2.7 ลักษณะทางกายภาพ คุณสมบัตินี้และการใช้งานของตรีมหำหับร่วง

ลักษณะทางกายภาพ : เป็นครีมสีขาวขุ่น ทึบแสง เมื่อสัมผัสกับขนจะทำปฏิกิริยากับขน ทำให้ขนอ่อนตัวจนสามารถขูดออกได้ง่าย มีกลิ่นของสารเคมีจุน มีฤทธิ์เป็นกรด

คุณสมบัติและการใช้งาน :

- สามารถล้างออกด้วยน้ำเปล่า
- ไม่สามารถป้องกันการซึมผ่านของน้ำได้ (non-water proof)
- เมื่อสัมผัสกับขนจะทำปฏิกิริยากับขน ทำให้ขนอ่อนตัวจนสามารถขูดออกได้ง่าย
- ควรทดสอบกับผิวหนังก่อน อาจทำให้เกิดการระคายเคืองและมีผื่นแดง
- เป็นการตัดเอาแค่ส่วนของขนออก ยังเหลือรากและโคนไว้ จึงต้องใช้โลชั่นหรือแผ่นครีมเพื่อปรับสภาพผิวหลังการโกนขน
- ใช้กับทุกส่วนของร่างกาย ขึ้นอยู่กับปริมาณของสารเคมีในครีม



ภาพที่ 2.8 ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ตรีมหำหับร่วง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. ครีมนเปลี่ยนสีขน



ภาพที่ 2.9 ลักษณะทางกายภาพ คุณสมบัติและการใช้งานของครีมนเปลี่ยนสีขน

ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ : มี 2 ส่วน ได้แก่

- ครีมนเปลี่ยนสีขน มีสารสำคัญ คือ ไฮโดรเจนเปอร์ออกไซด์ 3.35% w/w
- ผงเปลี่ยนสีขน มีสารสำคัญ คือ Ammonium Bicarbonate 100% w/w

ลักษณะทางกายภาพ : ครีมนเปลี่ยนสีขนมีลักษณะเป็นครีมสีขาวขุ่น ส่วนผงเปลี่ยนสีขนเป็นผงสีขาวขุ่น ทั้งสองชนิดมีลักษณะทึบแสงและมีกลิ่นฉุนของสารเคมี เมื่อนำมาผสมเข้าด้วยกัน จะมีลักษณะเป็นเนื้อครีม มีฟองบ้างเล็กน้อย และทำให้เกิดปฏิกิริยาในการฟอกสีขน

คุณสมบัติและการใช้งาน :

- สามารถล้างออกด้วยน้ำเปล่า
- ไม่สามารถป้องกันการซึมผ่านของน้ำได้ (non-water proof)
- เมื่อผสมครีมนเปลี่ยนสีขนกับผงเปลี่ยนสีขน ผงจะละลายโดยง่าย และเกิดเป็นฟองครีม
- ก่อนใช้ควรทดสอบกับผิวหนังก่อน เพราะอาจทำให้เกิดการระคายเคืองและมีผื่นแดง
- วิธีนี้เป็นวิธีอำพรางสีขน โดยไม่ได้ตัดหรือดึงเส้นขนออก
- ใช้กับบริเวณใบหน้าและบริเวณแขนขา ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปริมาณของสารเคมี

ภาพที่ 2.10 ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ครีมนเปลี่ยนสีขน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. โลชั่นปรับสภาพผิวก่อนการโกนขน



ภาพที่ 2.11 ลักษณะทางกายภาพ คุณสมบัติและการใช้งานผลิตภัณฑ์ของโลชั่นชนิดต่างๆ

ลักษณะทางกายภาพ : เนื้อเป็นของเหลวสีขาวขุ่น ทึบแสง มีกลิ่นหอม

คุณสมบัติและการใช้งาน :

- สามารถล้างออกด้วยน้ำเปล่า
- ไม่สามารถป้องกันการซึมผ่านของน้ำได้ (non-water proof)
- ใช้ปรับสภาพผิวให้พร้อมสำหรับการโกนขน ช่วยทำให้โกนได้ง่าย ไม่เกิดแผลระหว่างการโกน

7. โฟมสำหรับการโกนขน

ลักษณะทางกายภาพ : เนื้อเป็นโฟมของเหลวกึ่งแข็ง ทึบแสง มีฟองอากาศอยู่ มีความหนืดสูง มีกลิ่นหอม

คุณสมบัติและการใช้งาน :

- สามารถล้างออกด้วยน้ำเปล่า
- ไม่สามารถป้องกันการซึมผ่านของน้ำได้ (non-water proof)
- ทำให้เกิดฟิล์มบางๆระหว่างการโกนขน โดยฟิล์มนี้จะช่วยในการหล่อลื่น
- ลดความเสียดทานของใบมีด
- ทำให้เส้นขนนุ่มขึ้น ง่ายต่อการโกน

8. โลชั่นปรับสภาพผิวหลังการโกนขน

ลักษณะทางกายภาพ : เนื้อเป็นของเหลวเนื้อใส มีแอลกอฮอล์เป็นส่วนผสม กลิ่นหอม

คุณสมบัติและการใช้งาน :

- สามารถล้างออกด้วยน้ำเปล่า
- ไม่สามารถป้องกันการซึมผ่านของน้ำได้ (non-water proof)
- ใช้ปรับสภาพผิวหลังการโกนขน เกิดความรู้สึกสบาย สดชื่น และช่วยปิดรูขุมขนภายหลังจากการโกน ทำให้ผิวหนังไม่มีสิ่งสกปรกมาอุดตันรูขุมขน

9. โลชั่นปรับสภาพผิวหลังการโกนขน (ไม่ผสมแอลกอฮอล์)

ลักษณะทางกายภาพ : เนื้อเป็นของเหลวสีขาวขุ่น เหลวกว่าครีม มีกลิ่นหอม

คุณสมบัติและการใช้งาน :

- เหมาะกับคนที่แพ้แอลกอฮอล์
- สามารถล้างออกด้วยน้ำเปล่า
- ไม่สามารถป้องกันการซึมผ่านของน้ำได้ (non-water proof)
- ใช้ปรับสภาพผิวหลังการโกนขน เกิดความรู้สึกสบาย สดชื่น และลดการระคายเคืองของผิวหนังหลังการโกนขน

10. แผ่นดริ์มปรับสภาพผิวหลังการโกนขน



ภาพที่ 2.12 ลักษณะทางกายภาพ คุณสมบัติและการใช้งานแผ่นดริ์มปรับสภาพผิวหลังการโกนขน

ลักษณะทางกายภาพ : เป็นแผ่นครีม มีหน้าด้านหนึ่งทาด้วยครีม มีกลิ่นหอม

คุณสมบัติและการใช้งาน :

- ใช้ครั้งเดียวทิ้ง
- สามารถล้างออกด้วยน้ำเปล่า
- ไม่สามารถป้องกันการซึมผ่านของน้ำได้ (non-water proof)
- ใช้ปรับสภาพผิวหลังการโกนขน เกิดความรู้สึกสบาย สดชื่น และช่วยปิดรูขุมขนภายหลังการโกน ทำให้ผิวหนังไม่มีสิ่งสกปรกมาอุดตันรูขุมขน

สรุปลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจัดบนชนิดต่างๆ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.4 พฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางทำจดบันทึก เป็นปัจจัยที่ช่วยขงกกับการ ออกแบบบรรจุภัณฑ์

พฤติกรรมการใช้เว็ทซ์วุ่น



ภาพที่ 2.13 แผนภาพแสดงขั้นตอนการใช้งานหวีขุ่น

พฤติกรรมการใช้เว็ทซ์เย็น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พฤติกรรมการใช้แฟ้มแก้ว

พฤติกรรมการใช้แฟ้มแก้ว



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พฤติกรรมการใช้ดรัมเปลี่ยนสีบน



ภาพที่ 2.17 แผนภาพแสดงขั้นตอนการใช้งานของดรัมเปลี่ยนสีบน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุป พฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางกำจัดขน ที่เป็นปัจจัยเกี่ยวข้องกับ การออกแบบบรรจุภัณฑ์

พฤติกรรมการใช้ เครื่องสำอางสำหรับกำจัดขน โดยภาพรวม



ภาพที่ 2.18 แผนภาพสรุป พฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางกำจัดขน ที่เป็นปัจจัยเกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 ข้อมูลด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง กำจัดขน

2.3.1 เขตตลาด ส่วนแบ่งการตลาด และแนวโน้มของตลาดในอนาคต

ปัจจุบันบริษัทบอดีโกล มีตลาดอยู่ในร้านค้า Golden Place ทุกสาขา และร้านค้าปลีกผลิตภัณฑ์คุณภาพ จากสมุนไพรไทย ทั้งในกรุงเทพฯ และ ต่างจังหวัด ขณะนี้ ทางบริษัทฯ ได้เตรียมการทำตลาดในโครงการ สนับสนุนสินค้าไทยของสำนักนายกรัฐมนตรี และติดต่อ องค์การเภสัชกรรมเพื่อทำการตลาดส่งออก

เริ่มทำการศึกษาและมองหาแนวทางทำตลาดในต่างประเทศ โดยเริ่มขอการสนับสนุนจากกรมส่งเสริม อุตสาหกรรม และองค์การเภสัชกรรม เพื่อ Export ตลาดใน USA และ จีน รวมทั้งมี Booth ที่เวสต์เทรค เซ็นเตอร์ เพื่อเจาะตลาดลูกค้าต่างประเทศที่สนใจสมุนไพรไทย

2.3.2 การวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์

4P

Product

What ผลิตภัณฑ์ดูแลและกำจัดเส้นขน

- ผลิตภัณฑ์สำหรับกำจัดเส้นขน
- ผลิตภัณฑ์สำหรับดูแลก่อนและหลังกำจัดเส้นขน

Who ผู้หญิงวัยทำงาน และนักเรียนนักศึกษา เป็นผู้หญิงชอบสิ่งใหม่ หัวสมัยใหม่ ดูแลและใส่ใจในด้าน สุขภาพและความงาม มีระดับรายได้ปานกลางถึงสูง

When มีการใช้ผลิตภัณฑ์ที่แตกต่าง ไปตามส่วนต่างๆของร่างกาย ได้แก่ บริเวณแขนขา ใบหน้า ไต้วงแขน และบิกินี

Where สามารถใช้ได้ด้วยตนเองภายในที่พักอาศัยส่วนตัว

Why ทำให้เกิดความมั่นใจในตนเอง ว่ามีภาพลักษณ์และบุคลิกที่ดี เป็นที่ยอมรับจากคนในสังคม

Price

ราคาอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างสูง เพื่อจะวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ไว้ในระดับค่อนข้างสูง ทำให้ผู้บริโภครู้สึกถึงความเป็นสินค้าที่มีคุณภาพทัดเทียมกับสินค้านำเข้า และมีความน่าเชื่อถือแตกต่างจากยี่ห้ออื่นในท้องตลาด ที่เป็นสินค้าในประเทศ

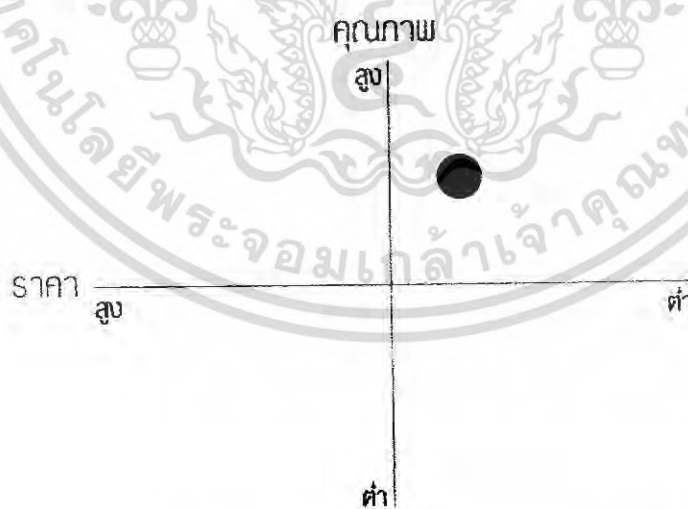
Place

โดยมีการวางจำหน่ายในร้านค้าประเทศ Heath care ต่างๆ เช่น Boot's Watson และในแผนกซูเปอร์มาเก็ตของห้างสรรพสินค้าชั้นนำ โดยจะมีการวางขายผลิตภัณฑ์ในลักษณะ Brand grouping คือ การวางขายสินค้ายี่ห้อเดียวกัน ในชั้นวางขายเดียวกัน เนื่องจากการวางสินค้าประเภทนี้ จะทำให้ผู้บริโภคสนใจเลือกซื้อได้ง่าย ดูมีความน่าเชื่อถือ และมี impact ของ brand ได้มาก

Promotion

ออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เพื่อสร้างแรงจูงใจในการซื้อผลิตภัณฑ์และสร้างทัศนคติที่ดีต่อแบรนด์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

คุณภาพและราคาของผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 2.19 การจัดวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาคุณภาพและราคาเป็นเกณฑ์

การวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาจากคุณภาพและราคาเป็นเกณฑ์ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูง ต้องการสินค้าที่มีคุณภาพดี จึงต้องวางตำแหน่งให้แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไปในท้องตลาด โดยวางตำแหน่งให้เป็นสินค้าที่มีคุณภาพสูง ใช้งานง่าย และมีราคาค่อนข้างสูง

ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 2.20 การจัดวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาจากภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เป็นเกณฑ์

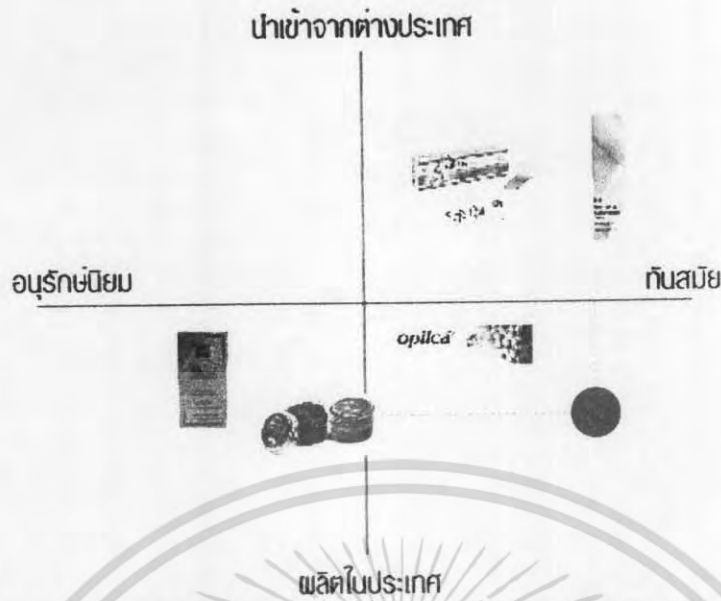
ส่วนใหญ่ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ในท้องตลาด ค่อนข้างจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้รับการเปิดเผย เนื่องจากการจำกัดขณยังถือเป็นเรื่องที่เป็นส่วนตัวค่อนข้างมาก โดยถ้าไม่เข้าไปดูรายละเอียดผลิตภัณฑ์ก็จะไม่รู้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทไหน ถือเป็นจุดด้อยของกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้

ดังนั้นภาพลักษณ์ของกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่สื่อออกมาก็คควรที่จะเป็นกราฟฟิกที่กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าใจได้ง่าย และไม่เปิดเผยจนคนทั่วไปเข้าใจได้ แต่สื่อให้เข้าใจกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเท่านั้น

ส่วนกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่สื่อออกมาก็คควรที่จะเป็นกราฟฟิกที่สื่อไปในแนวทางของเครื่องสำอางเพื่อความสวยงามมากกว่าเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อการจำกัดขณให้เห็นอย่างเด่นชัด โดยอาจสื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจว่าเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับการจำกัดขณด้วยวิธีอื่น เช่น การโฆษณา สื่อประชาสัมพันธ์ หรือบ่งบอกด้วย Typography บนตัวบรรจุภัณฑ์

ภาพลักษณ์ของแบรนด์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

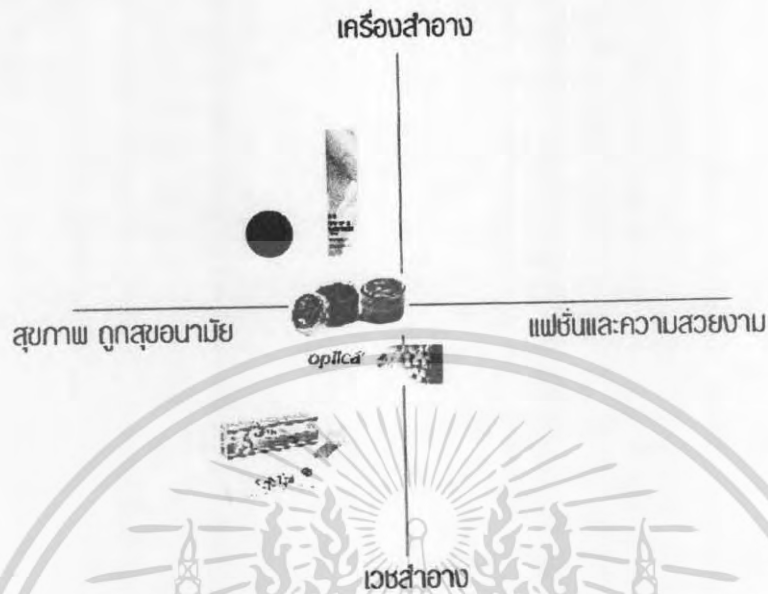


ภาพที่ 2.21 การจัดวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาภาพลักษณ์ของแบรนด์เป็นเกณฑ์

การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์โดยใช้เกณฑ์ความภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และสถานที่ผลิต โดยผลิตภัณฑ์ในท้องตลาดจะแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตภายในประเทศ เช่น พวกจากกลุ่ม otop และบริษัทต่างๆ ซึ่งส่วนใหญ่จะผลิตสินค้าเพียงไม่กี่ชนิดเท่านั้น ทำให้มีทางเลือกน้อย และผลิตภัณฑ์ที่นำเข้ามาขายจากต่างประเทศ เช่น ผลิตภัณฑ์ของร้าน Boot's ซึ่งค่อนข้างครบวงจร มีผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับกำจัดและย้อมสีเส้นขนหลายประเภท ส่วนผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าอื่นๆ จะมีจัดจำหน่ายทั่วไปเพียงไม่กี่ชนิดเท่านั้น

เนื่องจากบริษัท บอดีโกด ซึ่งเป็นผู้ผลิตสินค้า มีนโยบายจะจัดจำหน่ายเอง ภายใต้แบรนด์ใหม่ ดังนั้นการวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ของบริษัท จึงต้องวางตำแหน่งให้แตกต่างจากเจ้าอื่นๆ ในตลาดโดยเลือกที่จะวางตำแหน่งในระดับสูง ดูน่าเชื่อถือ ให้เทียบเท่าผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศ

ลักษณะกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 2.22 การจัดวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาจากลักษณะกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์เป็นเกณฑ์

ลักษณะของกราฟฟิกบนผลิตภัณฑ์ประเภทนี้จะแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ที่มีแนวทางเป็นเวชสำอางกับที่มีแนวทางค่อนข้างไปทางเป็นเครื่องสำอางเพื่อดูแลความสวยงาม

ในปัจจุบัน ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ ไม่ได้กำหนดตามส่วนต่างๆ เพียงแค่ต้องการให้เกิดความเกลี้ยงเกลาเท่านั้น ยังกำหนดเพื่อความมั่นใจและความสวยงามอีกด้วย มีความต้องการเพื่อตามกระแสแฟชั่น ดังนั้นแนวโน้มผลิตภัณฑ์ในตลาดจึงเริ่มเป็นไปด้านแฟชั่นและความสวยงามมากยิ่งขึ้น

ดังนั้น รูปแบบของบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกของผลิตภัณฑ์ประเภทนี้จึงมีการเปลี่ยนแปลงไปตามลักษณะกลุ่มเป้าหมาย โดยมีแนวโน้มที่จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงขึ้น มีการใช้งานที่ง่าย สะดวกรวดเร็ว และดูมีความเป็น fashion on product มากขึ้น

2.3.3 สถานที่และลักษณะการจัดจำหน่าย

ผลิตภัณฑ์กำจัดเส้นขน มีช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เช่นเดียวกับธุรกิจเครื่องสำอางอื่นๆ ได้แก่

16. ในแผนกซูเปอร์มาร์เก็ตของห้างสรรพสินค้าชั้นนำ
17. ร้าน convenience store ที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ในประเภทดูแลความสวยงามของร่างกายโดยเฉพาะ เช่น ร้าน Watson, ร้าน Boot's
18. จำหน่ายผ่านทางร้านค้าเพื่อสุขภาพ ร้านขายยา
19. จำหน่ายผ่านทาง website และ E-Commerce
20. จำหน่ายโดยการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งจัดโดยหน่วยงานราชการต่างๆ
21. มีหน้าร้านหรือตั้งบูธของตนเอง ลูกค้าจะสามารถติดต่อกับบริษัทได้สะดวก
22. การขายแบบไดเรกเชลล์

เนื่องจากผลิตภัณฑ์กำจัดเส้นขนของบริษัทบอดีโกล เป็นสินค้าที่มีการผลิตที่ได้คุณภาพ ได้มาตรฐาน รวมทั้งจะมีการออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์ใหม่ทั้งหมด เพื่อมุ่งเจาะตลาดกลุ่มเป้าหมายในระดับบน หรือสูงขึ้นกว่าเดิม ดังนั้นช่องทางการจัดจำหน่ายของสินค้าใหม่จึงจะมุ่งไปที่กลุ่มเป้าหมายระดับบน โดยวางขายแผนกซูเปอร์มาร์เก็ตของห้างสรรพสินค้าชั้นนำ และร้าน convenience store ที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ในประเภทดูแลความสวยงามของร่างกายโดยเฉพาะ เช่น ร้าน Watson, ร้าน Boot's เป็นหลัก

2.4 ข้อมูลด้านคู่แข่ง

2.4.1 ตลาด และ ส่วนแบ่งการตลาด

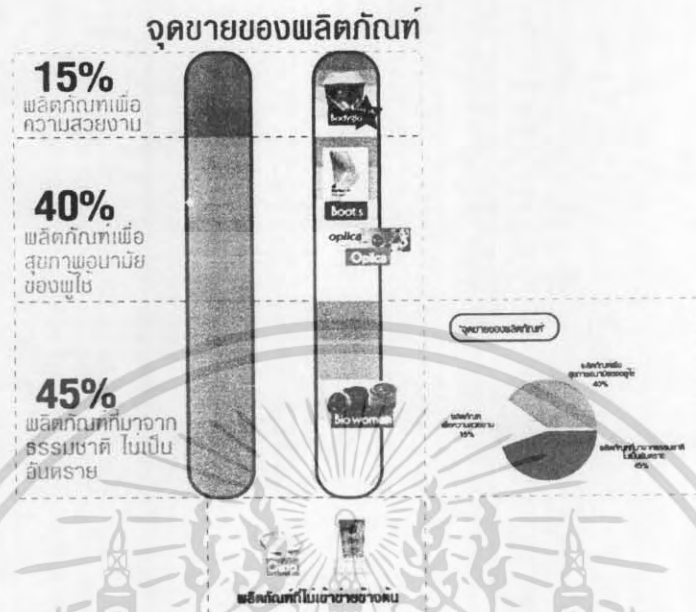
แบรนด์ที่ทำตลาดในปัจจุบัน

ธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางกำจัดขนมีทั้งที่ผลิตภายในประเทศโดยกิจการขนาดเล็กประเภท OTOP และบริษัทผู้ผลิตที่เป็นบริษัทขนาดกลาง ไปจนถึงผลิตภัณฑ์นำเข้าที่ผลิตโดยบริษัทขนาดยักษ์ใหญ่จากต่างประเทศ



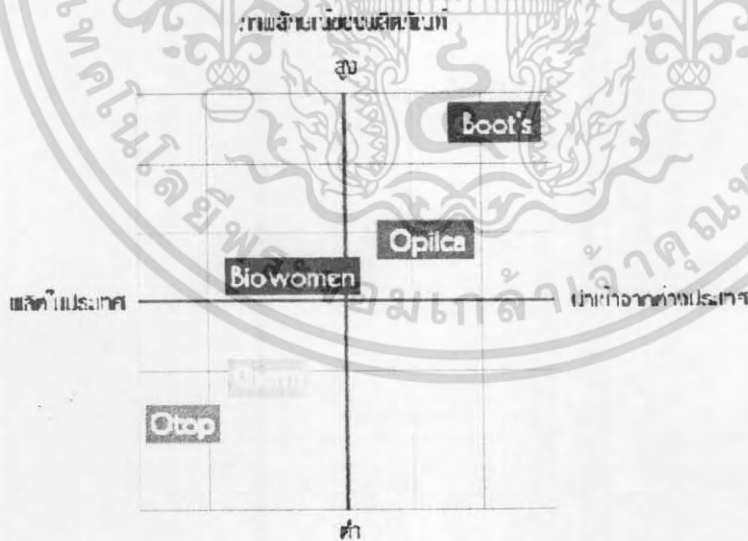
ภาพที่ 2.23 ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางกำจัดขนของแบรนด์ที่ทำตลาดในปัจจุบัน

จุดขายของผลิตภัณฑ์ของแบรนด์ต่างๆ



ภาพที่ 2.24 จุดขายของผลิตภัณฑ์แบรนด์ต่างๆ ในท้องตลาด

ภาพลักษณ์ของแบรนด์ต่างๆ



ภาพที่ 2.25 ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์แบรนด์ต่างๆ ในท้องตลาด

เปรียบเทียบผลิตภัณฑ์แบรนด์ต่างๆ โดยสรุป



ด้านกราฟฟิก

ภาพที่ 2.26 เปรียบเทียบผลิตภัณฑ์แบรนด์ต่างๆ โดยสรุป




เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 แวกซ์เย็น (Honey cold wax และ Bio green tea cold wax)

แวกซ์เย็น (Liquid cold wax)

ตารางวิเคราะห์ ข้อดี-ข้อเสีย ของผลิตภัณฑ์คู่แข่ง

การวิเคราะห์	ด้านโครงสร้าง				ด้านกราฟฟิก					
	ภาพลักษณ์ (Image)	ลักษณะ/รูปทรง (Form)	ลักษณะการใช้งาน (Function)	ลักษณะพิเศษ (Feature)	วัสดุ (Material)	ภาพ (Illustrate)	สี (Colour)	ตัวอักษร (Fonts)	สัญลักษณ์ (Symbol)	การจัดวาง
 <p>ชื่อสินค้า : Honey cold wax ชื่อตรา : Bodygio ราคา : 160 บาท ชนิดบรรจุภัณฑ์ : กระป๋อง-ขวด ขนาดบรรจุภัณฑ์ : 50ml / 5ml *ผลิตภายในประเทศ</p>	<p>ชื่อสินค้า เป็นเอกลักษณ์ ซึ่งมีความสวยงาม แต่ดูถูก เป็นผลิตภัณฑ์ในเครือ และใช้ส่วนผสม</p>	<p>ลักษณะ/รูปทรงเป็นทรงกระบอก สูงเล็กน้อย เป็นกระป๋องพลาสติก</p> <p>ไม่ใส่ภายในกระป๋อง 2 ชั้น ขวดพลาสติกใส</p> <p>ภายใน ไม่ใหญ่พอขนาด</p> <p>ใช้วัสดุที่ทนทานเป็นทรงกระบอก ใช้ส่วนผสมพลาสติก</p>	<p>ใช้กลไกและวัสดุที่ทนทาน</p> <p>ใช้กลไกและวัสดุที่ทนทาน</p> <p>ใช้กลไกและวัสดุที่ทนทาน</p>		<p>เป็นวัสดุพลาสติก ซึ่งใช้กระดาษ</p> <p>ราคา</p> <p>ราคา</p>	<p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p> <p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p> <p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p>	<p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p> <p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p> <p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p>	<p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p> <p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p> <p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p>	<p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p> <p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p> <p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p>	<p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p> <p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p> <p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p>
สรุป					ข้อดี					
<p>ไม่ใส่เงินในการผลิตสินค้า</p> <p>ใช้วัสดุที่ทนทาน</p> <p>ใช้วัสดุที่ทนทาน</p> <p>ใช้วัสดุที่ทนทาน</p>					<p>ราคาถูก ต้นทุนต่ำ เพราะใช้กระดาษพลาสติก</p> <p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p> <p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p> <p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p>					
					ข้อเสีย					
					<p>ราคาแพงและเนื้อกระดาษบาง</p> <p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p> <p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p> <p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p>					

แวกซ์เย็น (Liquid cold wax)

การวิเคราะห์	ด้านโครงสร้าง				ด้านกราฟฟิก					
	ภาพลักษณ์ (Image)	ลักษณะ/รูปทรง (Form)	ลักษณะการใช้งาน (Function)	ลักษณะพิเศษ (Feature)	วัสดุ (Material)	ภาพ (Illustrate)	สี (Colour)	ตัวอักษร (Fonts)	สัญลักษณ์ (Symbol)	การจัดวาง
 <p>ชื่อสินค้า : Bio Green Tea cold wax ชื่อตรา : Bio-woman ราคา : 140 บาท ชนิดบรรจุภัณฑ์ : กระป๋อง-ขวด ขนาดบรรจุภัณฑ์ : 50ml / 5ml *ผลิตภายในประเทศ</p>	<p>ชื่อสินค้า เป็นเอกลักษณ์ ซึ่งมีความสวยงาม แต่ดูถูก เป็นผลิตภัณฑ์ในเครือ และใช้ส่วนผสม</p>	<p>ลักษณะ/รูปทรงเป็นทรงกระบอก สูงเล็กน้อย เป็นกระป๋องพลาสติก</p> <p>ไม่ใส่ภายในกระป๋อง 2 ชั้น ขวดพลาสติกใส</p> <p>ภายใน ไม่ใหญ่พอขนาด</p> <p>ใช้วัสดุที่ทนทานเป็นทรงกระบอก ใช้ส่วนผสมพลาสติก</p>	<p>ใช้กลไกและวัสดุที่ทนทาน</p> <p>ใช้กลไกและวัสดุที่ทนทาน</p> <p>ใช้กลไกและวัสดุที่ทนทาน</p>		<p>เป็นวัสดุพลาสติก ซึ่งใช้กระดาษ</p> <p>ราคา</p> <p>ราคา</p>	<p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p> <p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p> <p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p>	<p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p> <p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p> <p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p>	<p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p> <p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p> <p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p>	<p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p> <p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p> <p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p>	<p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p> <p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p> <p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p>
สรุป					ข้อดี					
<p>ไม่ใส่เงินในการผลิตสินค้า</p> <p>ใช้วัสดุที่ทนทาน</p> <p>ใช้วัสดุที่ทนทาน</p> <p>ใช้วัสดุที่ทนทาน</p>					<p>ราคาถูก ต้นทุนต่ำ เพราะใช้กระดาษพลาสติก</p> <p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p> <p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p> <p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p>					
					ข้อเสีย					
					<p>ราคาแพงและเนื้อกระดาษบาง</p> <p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p> <p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p> <p>ใช้สีน้ำตาลเป็นสีหลัก</p>					




ภาพที่ 2.28 สรุปข้อดี-ข้อเสียด้านบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์แวกซ์เย็น Honey cold wax และ Bio green tea cold wax


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

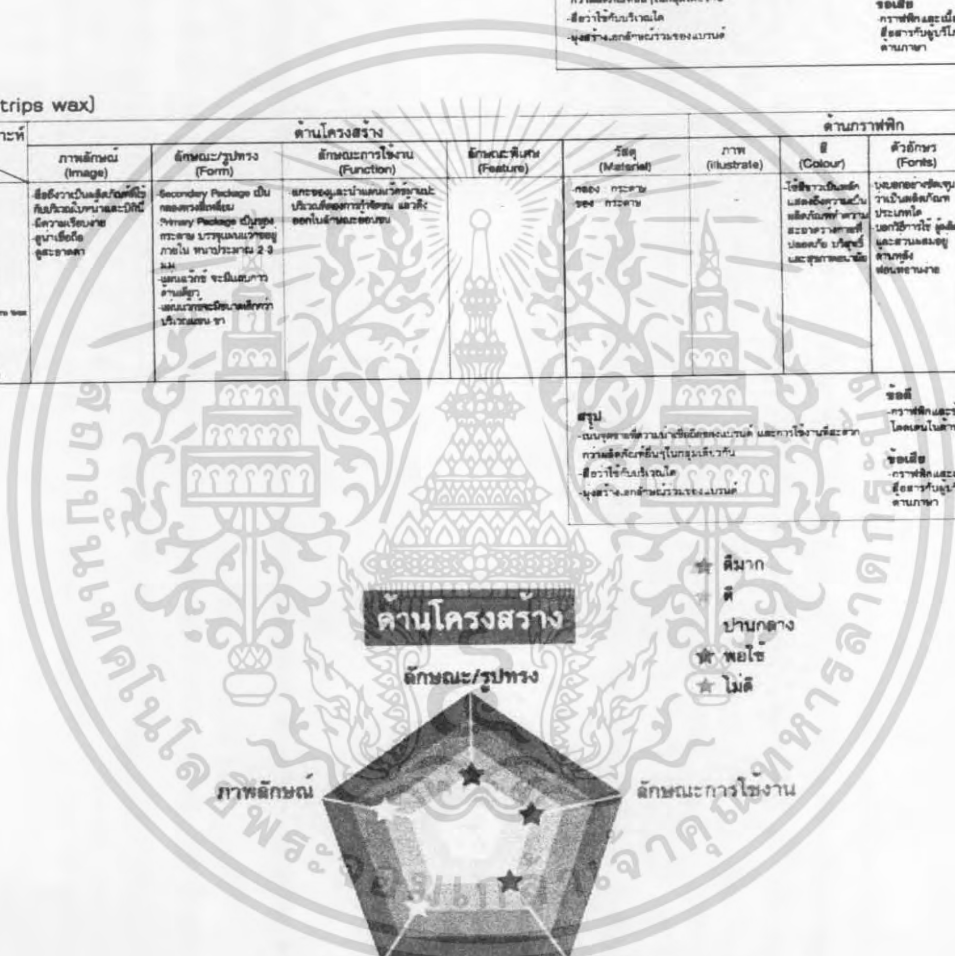
ตารางที่ 2.3 แผ่นเวกซ์ชนิดสำหรับขนขา และชนิดสำหรับใบหน้า

แผ่นเวกซ์ (Strips wax)

การวิเคราะห์	ด้านโครงสร้าง				ด้านกราฟฟิก					
	ภาพลักษณ์ (Image)	ลักษณะรูปร่าง (Form)	ลักษณะการใช้งาน (Function)	ลักษณะพิเศษ (Feature)	วัสดุ (Material)	ภาพ (Illustrate)	สี (Colour)	ตัวอักษร (Fonts)	สัญลักษณ์ (Symbol)	การจัดวาง
 <p>ผลิตภัณฑ์ strips for ขนขา ขน ชื่อตรา : Boots ราคา : 200 บาท ชนิดบรรจุภัณฑ์ : ซอง ขนาดบรรจุ : 36 ซม. **โปรดอ่านฉลากอย่างละเอียด</p>	สื่อโฆษณาเป็นผลิตภัณฑ์ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการใช้งานและประโยชน์ของผลิตภัณฑ์	Secondary Package เป็นกล่องกระดาษ Primary Package เป็นซองกระดาษ โดยแต่ละซองมีขนาด 2-3 ซม. แผ่นเวกซ์ จะมีการสามมิติ และมีการใช้ภาษาไทย และภาษาอังกฤษบนหน้า	แกะซองและนำแผ่นเวกซ์มาแปะบริเวณที่ต้องการกำจัดขน และใช้สก็อตเทปติดลงบน		กล่อง กระดาษ ของ กระดาษ		ใช้สีขาวเป็นหลัก และสีน้ำตาลเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับขนขา ส่วนสีน้ำตาลและสีฟ้าใช้สำหรับผลิตภัณฑ์สำหรับขนหน้า	แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนบนเป็นรูปวงกลม ส่วนล่างเป็นรูปสี่เหลี่ยม และส่วนที่อยู่ด้านล่างมีช่องสำหรับแปะ		จัดวางตัวอักษรอย่างเรียบร้อย เป็นแนวตั้งและแนวนอน ทำให้อ่านง่าย และชัดเจน
สรุป - บรรจุภัณฑ์มีความน่าสนใจและดึงดูด และมีการใช้ภาษาที่ชัดเจน - ภาพสื่อถึงผลิตภัณฑ์ในกล่องเป็นอย่างดี - สีตัวอักษรที่ชัดเจน - วัสดุที่เลือกใช้มีความเหมาะสม							ข้อดี - ภาพที่ชัดเจนและสวยงามดึงดูดสายตาของผู้บริโภค - โดดเด่นในตำแหน่งที่วางจำหน่าย ข้อเสีย - ภาพที่เล็กและเมื่อพาดจากบนบรรจุภัณฑ์ในสาขาจะดูเล็กลง - สีตัวอักษรที่ดูไม่โดดเด่น เนื่องจากมีพื้นหลังที่ซ้ำกัน			

แผ่นเวกซ์ (Strips wax)

การวิเคราะห์	ด้านโครงสร้าง				ด้านกราฟฟิก					
	ภาพลักษณ์ (Image)	ลักษณะรูปร่าง (Form)	ลักษณะการใช้งาน (Function)	ลักษณะพิเศษ (Feature)	วัสดุ (Material)	ภาพ (Illustrate)	สี (Colour)	ตัวอักษร (Fonts)	สัญลักษณ์ (Symbol)	การจัดวาง
 <p>ผลิตภัณฑ์ strips for ขนหน้า ขน ชื่อตรา : Boots ราคา : 150 บาท ชนิดบรรจุภัณฑ์ : ซอง ขนาดบรรจุ : 16 ซม. **โปรดอ่านฉลากอย่างละเอียด</p>	สื่อโฆษณาคือผลิตภัณฑ์ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการใช้งานและประโยชน์ของผลิตภัณฑ์	Secondary Package เป็นกล่องกระดาษ Primary Package เป็นซองกระดาษ โดยแต่ละซองมีขนาด 2-3 ซม. แผ่นเวกซ์ จะมีการสามมิติ และมีการใช้ภาษาไทย และภาษาอังกฤษบนหน้า	แกะซองและนำแผ่นเวกซ์มาแปะบริเวณที่ต้องการกำจัดขน และใช้สก็อตเทปติดลงบน		กล่อง กระดาษ ของ กระดาษ		ใช้สีขาวเป็นหลัก และสีน้ำตาลเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับขนหน้า ส่วนสีน้ำตาลและสีฟ้าใช้สำหรับผลิตภัณฑ์สำหรับขนขา	แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนบนเป็นรูปวงกลม ส่วนล่างเป็นรูปสี่เหลี่ยม และส่วนที่อยู่ด้านล่างมีช่องสำหรับแปะ		จัดวางตัวอักษรอย่างเรียบร้อย เป็นแนวตั้งและแนวนอน ทำให้อ่านง่าย และชัดเจน
สรุป - บรรจุภัณฑ์มีความน่าสนใจและดึงดูด และมีการใช้ภาษาที่ชัดเจน - ภาพสื่อถึงผลิตภัณฑ์ในกล่องเป็นอย่างดี - สีตัวอักษรที่ชัดเจน - วัสดุที่เลือกใช้มีความเหมาะสม							ข้อดี - ภาพที่ชัดเจนและสวยงามดึงดูดสายตาของผู้บริโภค - โดดเด่นในตำแหน่งที่วางจำหน่าย ข้อเสีย - ภาพที่เล็กและเมื่อพาดจากบนบรรจุภัณฑ์ในสาขาจะดูเล็กลง - สีตัวอักษรที่ดูไม่โดดเด่น เนื่องจากมีพื้นหลังที่ซ้ำกัน			



ภาพที่ 2.29 สรุปข้อดี-ข้อเสียด้านบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์แผ่นเวกซ์ชนิดสำหรับขนขา และชนิดสำหรับใบหน้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

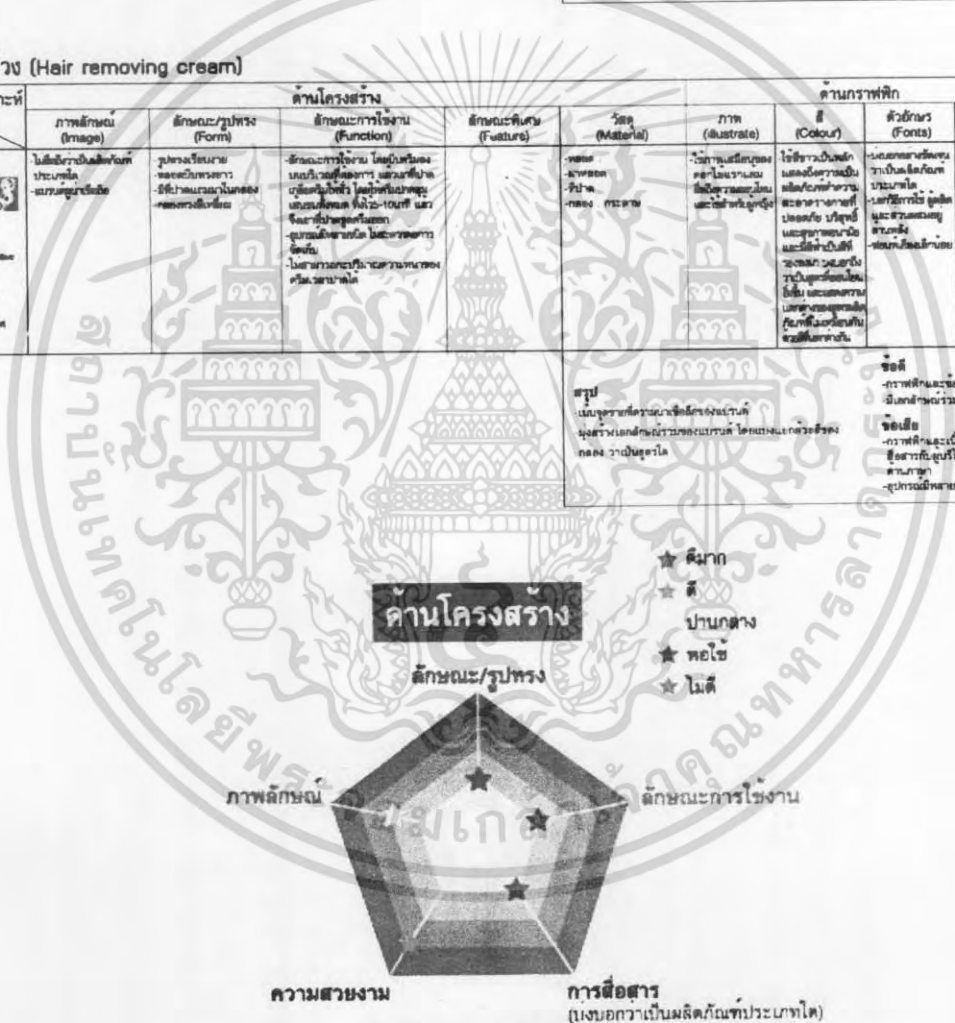
ตารางที่ 2.4 ครีมหักไ้ขนร่วง oplica และ oplica sensitive

ครีมหักไ้ขนร่วง (Hair removing cream)

การวิเคราะห์ ข้อมูลผลิตภัณฑ์	ด้านโครงสร้าง				ด้านกราฟฟิก					
	ภาพลักษณ์ (Image)	ลักษณะ/รูปร่าง (Form)	ลักษณะการใช้งาน (Function)	ลักษณะพิเศษ (Feature)	วัสดุ (Material)	ภาพ (Illustrate)	สี (Colour)	ตัวอักษร (Fonts)	สัญลักษณ์ (Symbol)	การจัดวาง
<p>oplica</p> <p>ผลิตภัณฑ์ : Oplica ราคา : 180 บาท เนื้อบรรจุภัณฑ์ : home ขนาดบรรจุ 75 ml. **ไม่สามารถระบุเป็นแบรนด์</p>	<p>ไม่มีโลโก้ผลิตภัณฑ์ ประเภทใด -แบรนด์ดูน่าเชื่อถือ</p>	<p>รูปร่างรีขนาน -หลอดบีบพลาสติก -มีที่ปั๊มและฝาปิดของ -หลอดทรงสี่เหลี่ยม</p>	<p>-ลักษณะการใช้งาน โดยบีบครีมลง บนบริเวณที่ต้องการ แล้วทาให้บาง เคลือบให้ทั่ว โดยไม่ต้องถูหรือขูด เช็ดจนหมดทิ้งไว้ 5-10 นาที แล้ว จึงล้างออกด้วยน้ำสะอาด -สามารถใช้ซ้ำได้ตามต้องการ -สามารถใช้กับผิวหนัง ไม่ระคายเคือง -ไม่สลายกับผิวหนังตามธรรมชาติ หรือระคายเคือง</p>		<p>-หลอด -พลาสติก -ปั๊ม -กล่อง กระดาษ</p>	<p>ใช้ภาพสีโทนอบอุ่น ดอกไม้ในจานผสม สีที่สื่อความอบอุ่น และใช้สีฟ้าในจุดนี้</p>	<p>ใช้สีขาวเป็นหลัก และใช้สีม่วงเป็น สีหลักในกราฟฟิก และราคาภาษาที่ ใช้คือไทย อังกฤษ และภาษาฝรั่งเศส และใช้สีฟ้าในจุดนี้ และใช้สีฟ้าในจุดนี้ และใช้สีฟ้าในจุดนี้ และใช้สีฟ้าในจุดนี้</p>	<p>-หลอดพลาสติกแบบ วางเป็นสี่เหลี่ยม ประเภทใด -หลอดพลาสติก -หลอดพลาสติก -หลอดพลาสติก</p>	<p>มีรูป หัวเข็ม -หลอดพลาสติก และ -หลอดพลาสติก และใช้สีฟ้าในจุดนี้ ใช้ภาษาฝรั่งเศส ใช้ภาษาฝรั่งเศส</p>	<p>-ใช้วางตัวอักษร ต่างเรื่องต่าง เป็นภาษาที่ ภาษาไทย และ อังกฤษ</p>
<p>สรุป</p> <p>-แบบดูราคาดีมีความน่าเชื่อถือของแบรนด์ -ผู้สร้างผลิตภัณฑ์ร่วมของแบรนด์ โดยแบ่งแกลงวิธีตรง กล่อง วางเป็นจุดชัด</p>						<p>ข้อดี</p> <p>-กราฟฟิกและข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์มีความชัดเจน มีเอกลักษณ์ร่วมของแบรนด์</p> <p>ข้อเสีย</p> <p>-กราฟฟิกและเนื้อหาต่างอยู่บนบรรจุภัณฑ์ไม่สามารถ สื่อสารกับผู้บริโภคได้โดยง่าย เนื่องจากมีจุดต่าง ตามภาษา -อุปกรณ์พิเศษชนิดนี้ ทำให้ไม่สะดวกต่อการจัดเก็บ</p>				

ครีมหักไ้ขนร่วง (Hair removing cream)

การวิเคราะห์ ข้อมูลผลิตภัณฑ์	ด้านโครงสร้าง				ด้านกราฟฟิก					
	ภาพลักษณ์ (Image)	ลักษณะ/รูปร่าง (Form)	ลักษณะการใช้งาน (Function)	ลักษณะพิเศษ (Feature)	วัสดุ (Material)	ภาพ (Illustrate)	สี (Colour)	ตัวอักษร (Fonts)	สัญลักษณ์ (Symbol)	การจัดวาง
<p>oplica</p> <p>ผลิตภัณฑ์ : Oplica sensitive ราคา : 180 บาท เนื้อบรรจุภัณฑ์ : home ขนาดบรรจุ 75 ml. **ไม่สามารถระบุเป็นแบรนด์</p>	<p>ไม่มีโลโก้ผลิตภัณฑ์ ประเภทใด -แบรนด์ดูน่าเชื่อถือ</p>	<p>รูปร่างรีขนาน -หลอดบีบพลาสติก -มีที่ปั๊มและฝาปิดของ -หลอดทรงสี่เหลี่ยม</p>	<p>-ลักษณะการใช้งาน โดยบีบครีมลง บนบริเวณที่ต้องการ แล้วทาให้บาง เคลือบให้ทั่ว โดยไม่ต้องถูหรือขูด เช็ดจนหมดทิ้งไว้ 5-10 นาที แล้ว จึงล้างออกด้วยน้ำสะอาด -สามารถใช้ซ้ำได้ตามต้องการ -สามารถใช้กับผิวหนัง ไม่ระคายเคือง -ไม่สลายกับผิวหนังตามธรรมชาติ หรือระคายเคือง</p>		<p>-หลอด -พลาสติก -ปั๊ม -กล่อง กระดาษ</p>	<p>ใช้ภาพสีโทนอบอุ่น ดอกไม้ในจานผสม สีที่สื่อความอบอุ่น และใช้สีฟ้าในจุดนี้</p>	<p>ใช้สีขาวเป็นหลัก และใช้สีม่วงเป็น สีหลักในกราฟฟิก และราคาภาษาที่ ใช้คือไทย อังกฤษ และภาษาฝรั่งเศส และใช้สีฟ้าในจุดนี้ และใช้สีฟ้าในจุดนี้ และใช้สีฟ้าในจุดนี้</p>	<p>-หลอดพลาสติกแบบ วางเป็นสี่เหลี่ยม ประเภทใด -หลอดพลาสติก -หลอดพลาสติก -หลอดพลาสติก</p>	<p>มีรูป หัวเข็ม -หลอดพลาสติก และ -หลอดพลาสติก และใช้สีฟ้าในจุดนี้ ใช้ภาษาฝรั่งเศส ใช้ภาษาฝรั่งเศส</p>	<p>-ใช้วางตัวอักษร ต่างเรื่องต่าง เป็นภาษาที่ ภาษาไทย และ อังกฤษ</p>
<p>สรุป</p> <p>-แบบดูราคาดีมีความน่าเชื่อถือของแบรนด์ -ผู้สร้างผลิตภัณฑ์ร่วมของแบรนด์ โดยแบ่งแกลงวิธีตรง กล่อง วางเป็นจุดชัด</p>						<p>ข้อดี</p> <p>-กราฟฟิกและข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์มีความชัดเจน มีเอกลักษณ์ร่วมของแบรนด์</p> <p>ข้อเสีย</p> <p>-กราฟฟิกและเนื้อหาต่างอยู่บนบรรจุภัณฑ์ไม่สามารถ สื่อสารกับผู้บริโภคได้โดยง่าย เนื่องจากมีจุดต่าง ตามภาษา -อุปกรณ์พิเศษชนิดนี้ ทำให้ไม่สะดวกต่อการจัดเก็บ</p>				



ภาพที่ 2.30 สรุปข้อดี-ข้อเสียด้านบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ครีมหักไ้ขนร่วง oplica และ oplica sensitive

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.5 ครีมหักใตขนร่วง Moisturising hair removing cream ua: Bigini brief hair removal cream

ครีมหักใตขนร่วง (Hair removing cream)

การวิเคราะห์	ด้านโครงสร้าง				ด้านกราฟฟิก					
	ภาพลักษณ์ (Image)	ลักษณะ/รูปร่าง (Form)	ลักษณะการใช้งาน (Function)	ลักษณะพิเศษ (Feature)	วัสดุ (Material)	ภาพ (Illustrate)	สี (Colour)	ตัวอักษร (Fonts)	สัญลักษณ์ (Symbol)	การจัดวาง
<p>ชื่อผลิตภัณฑ์ : Moisturising Hair Removing Cream</p> <p>ชื่อตรา : Boots</p> <p>ราคา : 210 บาท</p> <p>ชนิดบรรจุภัณฑ์ : face cream</p> <p>ขนาดบรรจุ : 130 ml</p> <p>*ปริมาณสุทธิ 100g/ml</p>	<p>- สีผิวขาวเป็นผลิตภัณฑ์กับผิวขาวและใส</p> <p>- มีความเรียบเนียน</p> <p>- คุมกลิ่น</p>	<p>- รูปร่างเป็นหลอด</p> <p>- หยอดใช้สะดวก</p> <p>- ปลาย รูปร่างปากหลอดมีนิ่มและนุ่ม</p> <p>- กลิ่นหอมอ่อนๆ</p>	<p>- ลักษณะการใช้งาน โดยเน้นที่ส่วนบนบริเวณที่ออกขนมากที่สุด</p> <p>- ใช้เวลาใช้ 15-10 นาที แล้วล้างออกด้วยน้ำเย็น</p> <p>- สามารถใช้กับทุกประเภทผิว</p> <p>- ปลอดภัย</p>	<p>- ปลอดภัย</p> <p>- ใช้ง่าย</p> <p>- ปลอดภัย</p>	<p>- วัสดุเป็นพลาสติก</p> <p>- วัสดุเป็นพลาสติก</p> <p>- วัสดุเป็นพลาสติก</p>	<p>- ภาพเป็นสีขาว</p> <p>- ภาพเป็นสีขาว</p>	<p>- สีขาว</p> <p>- สีขาว</p>	<p>- ตัวอักษรเป็นแบบ</p> <p>- ตัวอักษรเป็นแบบ</p> <p>- ตัวอักษรเป็นแบบ</p>	<p>- สัญลักษณ์เป็นแบบ</p> <p>- สัญลักษณ์เป็นแบบ</p>	<p>- จัดวางสวยงาม</p> <p>- จัดวางสวยงาม</p>
<p>รูป</p> <p>แบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ และการใช้งานที่สะดวก</p> <p>การจัดวางตัวอักษรในกล่องสวยงาม</p> <p>สีผิวขาวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับบริเวณบนและล่าง</p> <p>บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์</p>					<p>ข้อดี</p> <p>- ภาพลักษณ์และชื่อผลิตภัณฑ์มีความชัดเจนโดดเด่นในด้านเอกลักษณ์</p> <p>ข้อเสีย</p> <p>- ภาพลักษณ์และเนื้อหาข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ไม่สามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้ตรง เนื่องจากปัญหาทางด้านภาษา</p> <p>- ผู้บริโภคมีหลายชนิด ทำให้ไม่สะดวกต่อการจัดเก็บ</p>					

ครีมหักใตขนร่วง (Hair removing cream)

การวิเคราะห์	ด้านโครงสร้าง				ด้านกราฟฟิก					
	ภาพลักษณ์ (Image)	ลักษณะ/รูปร่าง (Form)	ลักษณะการใช้งาน (Function)	ลักษณะพิเศษ (Feature)	วัสดุ (Material)	ภาพ (Illustrate)	สี (Colour)	ตัวอักษร (Fonts)	สัญลักษณ์ (Symbol)	การจัดวาง
<p>ชื่อผลิตภัณฑ์ : Moisturising Hair Removing Cream</p> <p>ชื่อตรา : Boots</p> <p>ราคา : 210 บาท</p> <p>ชนิดบรรจุภัณฑ์ : face cream</p> <p>ขนาดบรรจุ : 130 ml</p> <p>*ปริมาณสุทธิ 100g/ml</p>	<p>- สีผิวขาวเป็นผลิตภัณฑ์กับผิวขาวและใส</p> <p>- มีความเรียบเนียน</p> <p>- คุมกลิ่น</p>	<p>- รูปร่างเป็นหลอด</p> <p>- หยอดใช้สะดวก</p> <p>- ปลาย รูปร่างปากหลอดมีนิ่มและนุ่ม</p> <p>- กลิ่นหอมอ่อนๆ</p>	<p>- ลักษณะการใช้งาน โดยเน้นที่ส่วนบนบริเวณที่ออกขนมากที่สุด</p> <p>- ใช้เวลาใช้ 15-10 นาที แล้วล้างออกด้วยน้ำเย็น</p> <p>- สามารถใช้กับทุกประเภทผิว</p> <p>- ปลอดภัย</p>	<p>- ปลอดภัย</p> <p>- ใช้ง่าย</p> <p>- ปลอดภัย</p>	<p>- วัสดุเป็นพลาสติก</p> <p>- วัสดุเป็นพลาสติก</p> <p>- วัสดุเป็นพลาสติก</p>	<p>- ภาพเป็นสีขาว</p> <p>- ภาพเป็นสีขาว</p>	<p>- สีขาว</p> <p>- สีขาว</p>	<p>- ตัวอักษรเป็นแบบ</p> <p>- ตัวอักษรเป็นแบบ</p> <p>- ตัวอักษรเป็นแบบ</p>	<p>- สัญลักษณ์เป็นแบบ</p> <p>- สัญลักษณ์เป็นแบบ</p>	<p>- จัดวางสวยงาม</p> <p>- จัดวางสวยงาม</p>
<p>รูป</p> <p>แบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ และการใช้งานที่สะดวก</p> <p>การจัดวางตัวอักษรในกล่องสวยงาม</p> <p>สีผิวขาวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับบริเวณบนและล่าง</p> <p>บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์</p>					<p>ข้อดี</p> <p>- ภาพลักษณ์และชื่อผลิตภัณฑ์มีความชัดเจนโดดเด่นในด้านเอกลักษณ์</p> <p>ข้อเสีย</p> <p>- ภาพลักษณ์และเนื้อหาข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ไม่สามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้ตรง เนื่องจากปัญหาทางด้านภาษา</p> <p>- ผู้บริโภคมีหลายชนิด ทำให้ไม่สะดวกต่อการจัดเก็บ</p>					



ด้านกราฟฟิก



ภาพที่ 2.31 สรุปข้อดี-ข้อเสียด้านบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ครีมหักใตขนร่วง Moisturising hair removing cream ua: Bigini brief hair removal cream

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ตารางที่ 2.6

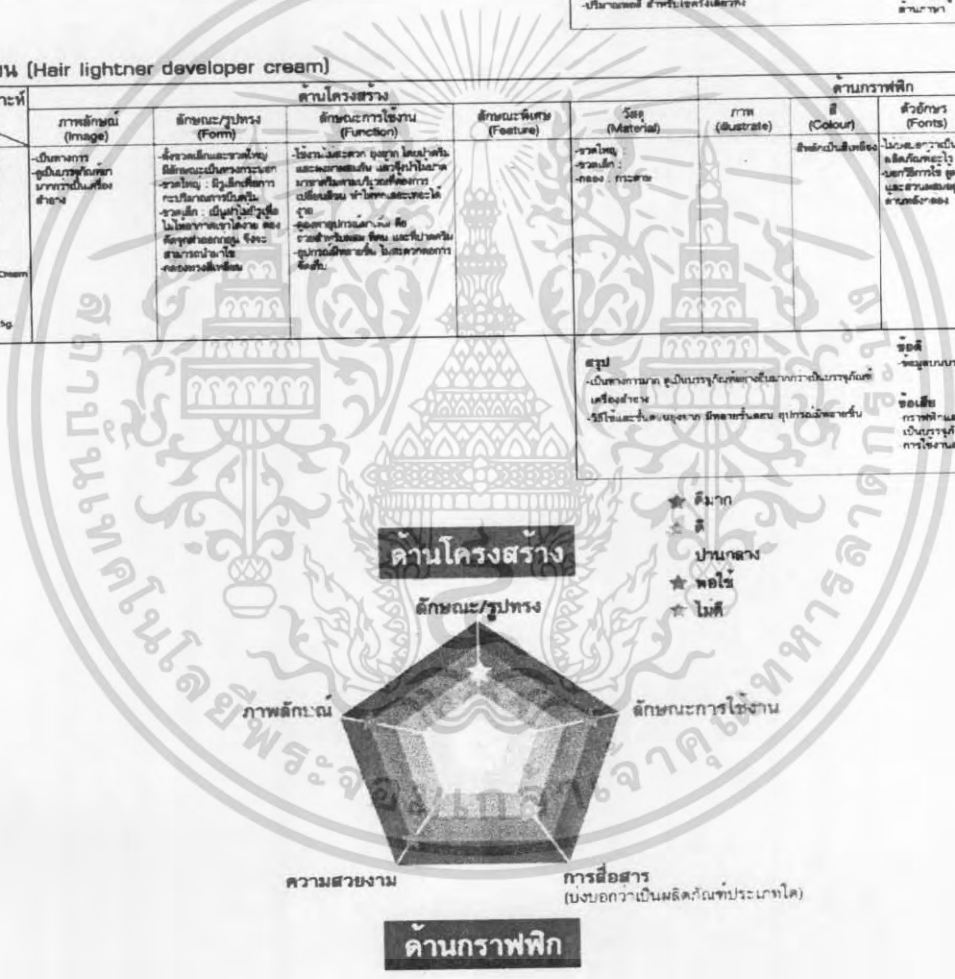
ครีมหักให้ขนร่วง Bigini brief hair removal cream และครีมเปลี่ยนสีขน Developer cream

ครีมหักให้ขนร่วง (Hair removing cream)

การวิเคราะห์	ด้านโครงสร้าง				ด้านกราฟฟิก					
	ภาพลักษณ์ (Image)	ลักษณะ/รูปร่าง (Form)	ลักษณะการใช้งาน (Function)	ลักษณะพิเศษ (Feature)	วัสดุ (Material)	ภาพ (Illustrate)	สี (Colour)	ตัวอักษร (Fonts)	สัญลักษณ์ (Symbol)	การจัดวาง
 <p>ผลิตภัณฑ์ : Bigini Brief Hair Removing Cream Removing Waxing Cream สูตร : Cream ขนาด : 400 กรัม ชนิดบรรจุภัณฑ์ : ขวดพลาสติก 15 ml *ไม่มีสารอันตรายปนเปื้อน</p>	<p>ผลิตภัณฑ์เป็นหลอดบีบหัวบีบหัวบีบหัว มีความเรียบเนียน ดูน่าใช้</p>	<p>เป็นของ มีของดีคืน ของราคาเป็นของดีคืน ขบขบ ส่วนดีของดีคืน เป็นภาพดีดีภาพดี</p>	<p>ใช้งานสะดวก ไม่ดีสำหรับใช้ทาหน้า ใช้ทาหน้าใช้ทาหน้า ไม่ยากกว่าใช้ทาหน้าทาหน้า ใช้ทาหน้าใช้ทาหน้า ใช้ทาหน้า ใช้ทาหน้าทาหน้า ทาหน้า</p>		<p>ของ : ขวดพลาสติก 400 กรัม ไม่มี</p>	<p>ใช้สีขาวเป็นหลัก สีฟ้าใช้ข้างใน ขวด GAG</p>	<p>ใช้สีขาวเป็นหลัก และสีฟ้าตามเป็น สีฟ้าใช้ข้างใน ขวด และสีฟ้าใช้ ขวด และสีฟ้าใช้ ขวด สีฟ้าใช้ ขวด</p>	<p>แบบสวยทันสมัย วางเป็นสีฟ้าใช้ ประเภท : แบบใช้ทาหน้า ขวด และสีฟ้าใช้ ขวด สีฟ้าใช้ ขวด</p>		<p>จัดวางตัวอักษร ตามลักษณะ เป็นภาพดี ภาพดี ใช้ทา ทาหน้า และ สีฟ้าใช้</p>
	<p>สรุป -แบบสวยทันสมัยของแบรนด์ และการใช้วัสดุที่สะอาด -วางเป็นสีฟ้าใช้ข้างใน ขวด -ใช้สีขาวเป็นหลักใช้ข้างใน ขวด -วัสดุพลาสติก 400 กรัม -ไม่มีสารอันตรายปนเปื้อน -ปริมาณพอดี สำหรับใช้ทาหน้า</p>				<p>ข้อดี -กราฟฟิกและรูปทรงบรรจุภัณฑ์มีความชัดเจน -โดดเด่นในด้านเอกลักษณ์แบรนด์ -ใช้สีฟ้าใช้ ขวด ไม่สับสนกับใช้ทาหน้า ข้อเสีย -กราฟฟิกและเนื้อภาพบรรจุภัณฑ์ไม่สามารถ ใช้สำหรับใช้ทาหน้าได้โดยตรง เนื่องจากมีลักษณะ ตามภาพ</p>					

ครีมเปลี่ยนสีขน (Hair lightner developer cream)

การวิเคราะห์	ด้านโครงสร้าง				ด้านกราฟฟิก					
	ภาพลักษณ์ (Image)	ลักษณะ/รูปร่าง (Form)	ลักษณะการใช้งาน (Function)	ลักษณะพิเศษ (Feature)	วัสดุ (Material)	ภาพ (Illustrate)	สี (Colour)	ตัวอักษร (Fonts)	สัญลักษณ์ (Symbol)	การจัดวาง
 <p>ผลิตภัณฑ์ : Developer Cream สูตร : Cream ขนาด : 100 กรัม ชนิดบรรจุภัณฑ์ : ขวดพลาสติก 15ml • 15g *ไม่มีสารอันตรายปนเปื้อน</p>	<p>เป็นทางการ ดูดีบรรจุภัณฑ์ ภาพดีเป็นของ ดีดี</p>	<p>ใช้ขวดเล็กและขวดใหญ่ ใช้ขวดเล็กและขวดใหญ่ ใช้ขวดเล็กและขวดใหญ่ ใช้ขวดเล็กและขวดใหญ่ ใช้ขวดเล็กและขวดใหญ่ ใช้ขวดเล็กและขวดใหญ่ ใช้ขวดเล็กและขวดใหญ่ ใช้ขวดเล็กและขวดใหญ่</p>	<p>ใช้ทาหน้าและทาหน้า ใช้ทาหน้าและทาหน้า ใช้ทาหน้าและทาหน้า ใช้ทาหน้าและทาหน้า ใช้ทาหน้าและทาหน้า ใช้ทาหน้าและทาหน้า ใช้ทาหน้าและทาหน้า ใช้ทาหน้าและทาหน้า</p>		<p>พลาสติก -ขวดเล็ก : 100g -ขวดใหญ่ : 400g</p>		<p>สีฟ้าเป็นหลักใช้ข้างใน ขวด และสีฟ้าใช้ ขวด</p>	<p>แบบสวยทันสมัย วางเป็นสีฟ้าใช้ ประเภท : แบบใช้ทาหน้า ขวด และสีฟ้าใช้ ขวด สีฟ้าใช้ ขวด</p>		<p>จัดวางตัวอักษร ตามลักษณะ เป็นภาพดี ภาพดี ใช้ทา ทาหน้า และ สีฟ้าใช้</p>
	<p>สรุป -เป็นทางการดูดีบรรจุภัณฑ์และใช้วัสดุที่สะอาด -ใช้สีขาวเป็นหลักใช้ข้างใน ขวด -วัสดุพลาสติก 100g -ไม่มีสารอันตรายปนเปื้อน -ปริมาณพอดี สำหรับใช้ทาหน้า</p>				<p>ข้อดี -บรรจุภัณฑ์มีความชัดเจน -โดดเด่นในด้านเอกลักษณ์แบรนด์ -ใช้สีฟ้าใช้ ขวด ไม่สับสนกับใช้ทาหน้า ข้อเสีย -กราฟฟิกและเนื้อภาพบรรจุภัณฑ์ไม่สามารถ ใช้สำหรับใช้ทาหน้าได้โดยตรง เนื่องจากมีลักษณะ ตามภาพ</p>					



ภาพที่ 2.32 สรุปข้อดี-ข้อเสียด้านบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ครีมหักให้ขนร่วง Bigini brief hair removal cream และครีมเปลี่ยนสีขน Developer cream

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภค

2.5.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภค

การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตาม..

- กลุ่ม Generation X (Next Generation หรือ Yuppies) อายุ 34-39 ปี
 - มีการศึกษาดี มีความทะเยอทะยาน
 - มีความระมัดระวังการใช้จ่าย และคิดหน้าคิดหลังก่อนการตัดสินใจ
 - รับและทันต่อเทคโนโลยีใหม่ๆ แต่ไม่ถึงกับคลั่งเทคโนโลยีอย่างไม่มีเหตุผล
 - รู้จักแบ่งชีวิตการทำงานและการพักผ่อนอย่างลงตัว
 - คนในรุ่นนี้ยึดเวลาการมีครอบครัวและการมีลูกออกไป
 - รักอิสระอย่างแท้จริง
- กลุ่ม Generation B (Baby Boomers) อายุ 40-63 ปี
 - ประสบความสำเร็จในชีวิตการงาน
 - ใช้ชีวิตหรูหรา และสินค้าราคาแพง
 - จุดมุ่งหมายในชีวิตคือข้าราชการระดับสูง
 - มีลักษณะครอบครัวขยาย
 - กลัวการเปลี่ยนแปลง
 - นิยมการออมทรัพย์

ความเข้าใจในพฤติกรรมของคนแต่ละเจนเนอเรชั่นเป็นเรื่องที่ช่วยให้นักการตลาดมองเห็นการเปลี่ยนแปลงของลูกค้านแต่ละกลุ่ม และมองเห็นโอกาสทางการตลาดที่เปิดกว้างได้อีกมากต่อให้เปลี่ยนแปลงอีกสักกี่เจนเนอเรชั่นก็ไม่น่าจะเป็นปัญหา หากนักการตลาดรู้เท่าทันและลงมือได้ทันกาลเพื่อรับมือกับสิ่งเหล่านี้

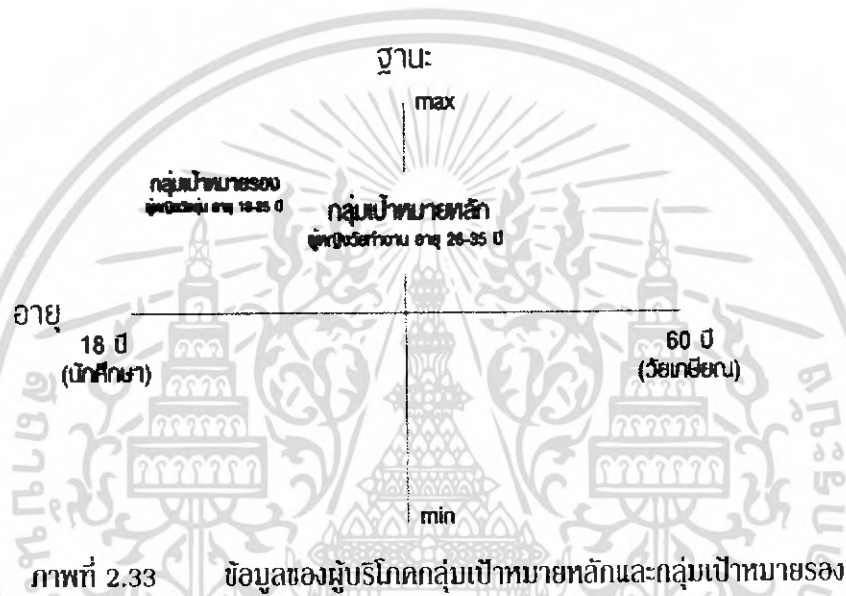
การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามระดับรายได้

การแบ่งผู้บริโภคตามระดับรายได้ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

- กลุ่มผู้บริโภคระดับบน เป็นกลุ่มที่มีการศึกษาระดับปานกลางจนถึงระดับบน มีรายได้สูงโดยประมาณ 20,000 บาทขึ้นไป เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มนี้ มีรสนิยมและมักบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพและภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของตัวเองยิ่งขึ้น

- กลุ่มผู้บริโภคระดับกลาง เป็นกลุ่มที่มีการศึกษาและรายได้ระดับปานกลางเป็นส่วนใหญ่มียาได้ โดยประมาณ 10,000-20,000 บาท ต่อเดือน ซึ่งผู้บริโภคกลุ่มนี้ ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของสินค้าที่ ครองส่วนแบ่งทางการตลาดอยู่ในระดับกลาง เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มนี้ มีกำลังซื้อสินค้าในระดับ ปานกลางที่ไม่แพงจนเกินไป
- กลุ่มผู้บริโภคระดับล่าง เป็นกลุ่มที่มีการศึกษาและระดับรายได้ไม่สูงมากนัก รายได้โดยประมาณ ต่ำกว่า 10,000 บาท ต่อเดือน ผู้บริโภคซื้อสินค้าตามกำลังซื้อของตนเอง ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนแบ่ง ทางการตลาดอยู่ระดับล่าง จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้

2.5.2 ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย



แต่เดิมกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์กำจัดและดูแลเส้นขน รวมทั้งเครื่องสำอางทุกประเภท มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นเพศหญิงทั่วไป ที่มีอายุตั้งแต่ 25 - 40 ปี ซึ่งเป็นผู้หญิงที่อยู่ในวัยทำงาน แต่ในปัจจุบันหญิงไทยมีพฤติกรรมรักสวยรักงามมากขึ้น เนื่องจากค่านิยมของสังคมที่ทำให้ผู้หญิงหันมาดูแลตัวเองกันมากขึ้น ระดับอายุของกลุ่มเป้าหมายจึงลดลงมาที่ กลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยและสาวสังคมยุคใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18 - 35 ปี ผู้หญิงสมัยใหม่ มีค่านิยมรักสวยรักงาม ดูแลใส่ใจในรูปร่างและความสวยงาม ตามแฟชั่นอยู่ เสมอ และไม่ปล่อยปละละเลยในสิ่งเล็กๆน้อยๆ ที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และบุคลิกภาพของตนเอง เพื่อให้เป็นที่ยอมรับจากคนในสังคม

กลุ่มเป้าหมายหลัก

Demographic

เพศ	ผู้หญิง
อายุ	25-39 ปี อยู่ในกลุ่ม Generation Y 25-33 ปี และกลุ่ม Generation X อายุ 34-39 ปี
ระดับรายได้	ระดับกลางถึงสูง คือ ช่วง 10,000-20,000 ไปจนถึง 20,000 บาทขึ้นไป

Psychographic

Life Style	สาวสังคมสมัยใหม่ ที่ต้องการภาพลักษณ์และบุคลิกที่ดี ใส่ใจในการดูแลตัวเอง ในเรื่องของความสวยความงาม มีความมั่นใจในตนเอง บุคลิกคล่องแคล่ว เลือกใช้ในสิ่งที่เหมาะสมกับตนเอง
Activity	ชอบเข้าสังคม ชอบการสังสรรค์ ใช้เวลาว่างในการดูแลตนเอง ด้านสุขภาพและความงาม

กลุ่มเป้าหมายรอง

Demographic

เพศ	ผู้หญิง
อายุ	18-24 ปี อยู่ในกลุ่ม Generation M
ระดับรายได้	ยังไม่มีรายได้ที่ชัดเจนแน่นอน

Psychographic

Life Style	นักศึกษาสมัยใหม่ มีความทันสมัย สนใจในเรื่องของเทคโนโลยี ติดตามแฟชั่น และใส่ใจเรื่องของความสวยความงามอยู่เสมอ ไม่ชอบเหมือนใคร และไม่ยอมให้ใครเหมือน มีความมั่นใจในตนเอง บุคลิกคล่องแคล่ว ตัดสินใจรวดเร็ว
Activity	ชอบการสังสรรค์ ปาร์ตี้ ใช้เวลาว่างในการดูแลตนเอง ด้านสุขภาพและความงาม

2.5.3 แบบสอบถามที่เป็นกรสำรวจผู้บริโภค

แบบสอบถามต่อไปนี้จัดทำขึ้นเพื่อการศึกษาในหัวข้อวิทยานิพนธ์ เรื่อง ผลิตภัณฑ์กำจัดและดองเส้นขน โดย นางสาว ประภาวี ศิวเวทกุล คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม

ข้อมูลของผู้บริโภค

อายุ เพศ ความชอบ ระดับรายได้ การศึกษา

1. เพศ

- ชาย หญิง

2. อายุ

- น้อยกว่า 18 ปี 18-24 ปี 25-33 ปี
 34-39 ปี 40 ปี ขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- น้อยกว่ามัธยมศึกษา มัธยมศึกษา
 ปริญญาตรี ปริญญาตรีขึ้นไป

4. ระดับรายได้

- น้อยกว่า 10000 10000 - 30000
 30000 - 60000 60000 ขึ้นไป

ข้อมูลการใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค

5. ท่านเคยกำจัดขนด้วยวิธีต่างๆหรือไม่

- เคย ไม่เคย

6. ท่านเคยกำจัดขนตามบริเวณใดของร่างกายบ้าง

- บริเวณรักแร้ บริเวณรอบมดลูก
 บริเวณแขนขา บริเวณทรวงอก
 บริเวณใบหน้า บริเวณแผ่นหลัง

7. ท่านกำจัดขนตามบริเวณใดของร่างกายมากที่สุด (ตอบตามอันดับความถี่น้อย ถ้าไม่เคยให้เว้นว่างไว้)

- บริเวณรักแร้ บริเวณรอบมดลูก
 บริเวณแขนขา บริเวณทรวงอก
 บริเวณใบหน้า บริเวณแผ่นหลัง

8. ท่านเคยกำจัดขนด้วยวิธีไหนบ้าง(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- การโกนขน การฟอกสีขน
 การแว็กซ์ขน แวกซ์เย็น แวกซ์ร้อน แล็บแว็กซ์ การกำจัดขนเลเซอร์
 การดึงขน(ใช้แหนบดึง) การใช้เครื่องถอนขน
 การใช้ครีมกำจัดขน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. วิธีที่ท่านคิดว่าได้ผลมากที่สุดและใช้บ่อยที่สุด

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> การโฆษณา | <input type="checkbox"/> การออกสินค้า |
| <input type="checkbox"/> การแวกซ์ขน แวกซ์เย็น แวกซ์ร้อน แมนแวกซ์ | <input type="checkbox"/> การกำจัดขนถาวร |
| <input type="checkbox"/> การดึงขน(ใช้แหนบดึง) | <input type="checkbox"/> การใช้เครื่องถอนขน |
| <input type="checkbox"/> การใช้ครีมกำจัดขน | |

10. ท่านมีความถี่ในการกำจัดขนกี่ครั้งต่อเดือน

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1-2 ครั้ง/6เดือน | <input type="checkbox"/> วันเว้นวัน |
| <input type="checkbox"/> 1-2 ครั้ง/เดือน | <input type="checkbox"/> ทุกวัน |
| <input type="checkbox"/> 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ | <input type="checkbox"/> ไม่เคยกำจัดขนเลย |

11. ท่านกำจัดขนเพื่ออะไร

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> เพื่อความสวยงาม | <input type="checkbox"/> เพื่อความมั่นใจในการออกไปพบปะผู้คน |
| <input type="checkbox"/> เพื่อสุขภาพ อนามัย | <input type="checkbox"/> เป็นอาชีพ เช่น นักมวยน้ำ หรือ อาชีพโชว์สัดส่วน |

12. ปกติท่านใช้ผลิตภัณฑ์ของยี่ห้ออะไร

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> บริษัทใหญ่ๆ เช่น Boots | <input type="checkbox"/> ใช้ผลิตภัณฑ์กำจัดขนเองทางร้าน |
| <input type="checkbox"/> บริษัททั่วไป เช่น บอดีแคร์ บอดีเกิล | <input type="checkbox"/> ไม่เคยใช้เลย |
| <input type="checkbox"/> ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ของ some หรือ otop | |

13. ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ เพราะสาเหตุใ้มากที่สุด (ตอบตามอันดับความสำคัญ)

- | |
|--|
| <input type="checkbox"/> กราฟฟีกที่สวยงาม ชัดเจน สื่อความหมายได้ |
| <input type="checkbox"/> ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ที่เข้าใจง่ายสื่อความหมายชัดเจน |
| <input type="checkbox"/> บริษัทที่เชื่อถือได้ |
| <input type="checkbox"/> คุณภาพของผลิตภัณฑ์ |
| <input type="checkbox"/> วิธีการใช้งานที่ง่าย |

14. เมื่อท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ ท่านสนใจที่ส่วนใดเป็นอันดับแรก

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> กราฟฟีกบนบรรจุภัณฑ์  | <input type="checkbox"/> รูปภาพจริง  |
| <input type="checkbox"/> ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ที่บอกถึงความจริงที่ชัดเจน  | <input type="checkbox"/> โลโก้ชัดเจน  |

15. ถ้ามีผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ออกมา ท่านอยากให้มันเป็นผลิตภัณฑ์อย่างไร

- | |
|---|
| <input type="checkbox"/> เป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติ ไม่เป็นอันตราย |
| <input type="checkbox"/> เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ อนามัยของผู้ใช้ |
| <input type="checkbox"/> เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อความสวยงาม |
| <input type="checkbox"/> เป็นผลิตภัณฑ์ราคาแพง |

16. ท่านมักซื้อสินค้าประเภทนี้ที่ไหน

- ห้างสรรพสินค้า
- ร้านคอนวีนีเยนส์โตร์
- ร้านขายเครื่องสำอางค์ทั่วไป
- ร้านเสริมสวยต่างๆ

17. ท่านคิดว่าควรกำจัดขนเป็นเรื่งน่ายายหรือไม่

- น่ายาย
- ไม่น่ายาย
- เฉยๆ

18. ท่านต้องการให้แก้ปัญหาสำหรับบรรจุกัณฑ์และผลิตภัณฑ์ในด้านใดเป็นอันดับแรก (ตอบตามอันดับมาจบน้อย)

- กราฟฟิกไม่สื่อถึงผลิตภัณฑ์ ว่าใช้งานประเภทไหน และใช้กับส่วนใดของร่างกาย
- การใช้งานของผลิตภัณฑ์ ไม่สะดวกต่อการใช้งาน มีขั้นตอนยุ่งยาก ซับซ้อน

19. ผลิตภัณฑ์ที่ท่านใช้อยู่ในปัจจุบันมีปัญหาในด้านใดบ้าง

- กราฟฟิกไม่สื่อถึงผลิตภัณฑ์ ว่าใช้งานประเภทไหน และใช้กับส่วนใดของร่างกาย
- การใช้งานของผลิตภัณฑ์ ไม่สะดวกต่อการใช้งาน มีขั้นตอนยุ่งยาก ซับซ้อน
- อื่นๆ เช่น.....

20. ปัญหาด้านการใช้งานของผลิตภัณฑ์ประเภทนี้มีอะไรบ้าง

- จับถือลำบาก
- อุปกรณ์มีหลายชิ้น ไม่สะดวกต่อการจัดเก็บ
- เวลาใช้ หักเลอะเทอะง่าย
- วิธีการใช้ และขั้นตอนยุ่งยาก

21. กราฟฟิกที่ควรอยู่บนบรรจุภัณฑ์ประเภทควรเป็นแบบใด

- ภาพจริง
- ภาพเหมือน
- ภาพกราฟฟิก

โลโก้

ภาพที่ไม่เกี่ยวข้องเลย

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือค่ะ

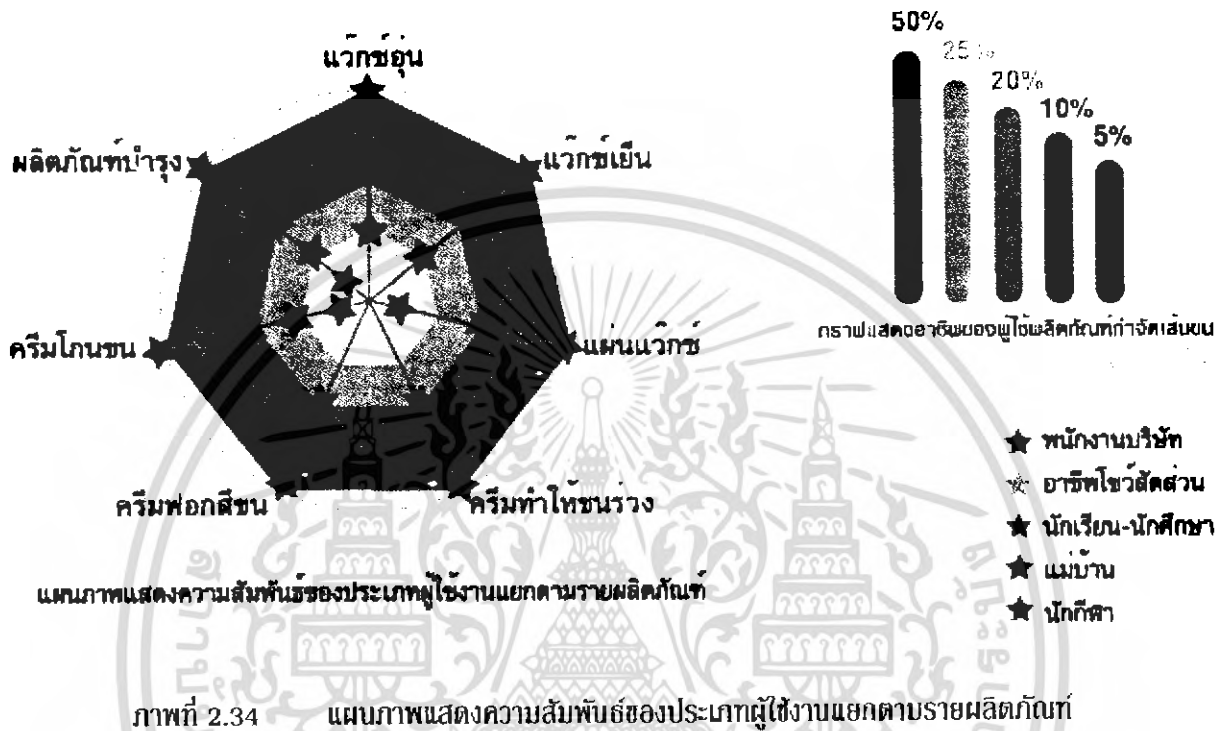
2.5.4 ลักษณะของบุคลิกภาพกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 2.7 สรุปลักษณะของผู้บริโภคและพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์

รายละเอียดผลิตภัณฑ์		ลักษณะของผู้บริโภค		วัตถุประสงค์ของบุคลิกภาพ		ลักษณะเฉพาะ		ลักษณะการใช้งาน		พฤติกรรมการใช้เครื่อง		ความถี่ในการใช้งาน	
		Demographic/psychographic		ลักษณะทั่วไป		ลักษณะเฉพาะ		ลักษณะการใช้งาน		ปริมาณการใช้เครื่อง		ความถี่ในการใช้งาน	
เวกซ์ช้อน -บร. วัฒนวิทย์ -บร. วัฒนที่เยี่ยม-ช่า	เวกซ์ช้อน บร. วัฒนวิทย์ บร. วัฒนที่เยี่ยม-ช่า	Demographic		เพศ : หญิง กลุ่มเป้าหมายหลัก : ผู้หญิงวัยที่ งาม อายุ 26-40 ปี กลุ่มเป้าหมายรอง : ผู้หญิงวัยที่ งาม อายุ 18-25 ปี		เน้นด้านสีที่สว่าง-เงาและสีที่เก๋หรือ พริ้งพริ้ว และ สีที่ทันสมัย-คอนกรีตสีได้ใจ หรือสีที่ไว้สำหรับตัวใช้ไปตลอด-สีที่ทนทาน		ใช้ทั้งห้อง, สีเบวทั้ง		25 ที 75 ที		ใช้เป็นครั้งคราว (6-8 สี/ครั้งต่อปี) ใช้เป็นครั้งคราว (6-8 สี/ครั้งต่อปี)	
		Psychographic		ไลฟ์สไตล์ : คนที่ทันสมัย ชอบใช้ของใหม่ การซื้อ : มักซื้อที่ห้างสรรพสินค้า		เน้นด้านสีที่สว่าง-เงาและสีที่เก๋หรือ พริ้งพริ้ว และ สีที่ทันสมัย-คอนกรีตสีได้ใจ หรือสีที่ไว้สำหรับตัวใช้ไปตลอด-สีที่ทนทาน		สีใหม่ไว้ใช้ได้อีก		15 ที 35 ที		ใช้เป็นครั้งคราว (6-8 สี/ครั้งต่อปี) ใช้เป็นครั้งคราว (6-8 สี/ครั้งต่อปี)	
		Life Style		อาชีพ : นักเรียน, พนักงานออฟฟิศ		เน้นด้านสีที่สว่าง-เงาและสีที่เก๋หรือ พริ้งพริ้ว และ สีที่ทันสมัย-คอนกรีตสีได้ใจ หรือสีที่ไว้สำหรับตัวใช้ไปตลอด-สีที่ทนทาน		ใช้ทั้งห้องเดียวทั้ง		1 ตามเวลาใช้เอง		ใช้เป็นครั้งคราว (6-8 สี/ครั้งต่อปี) ใช้เป็นครั้งคราว (6-8 สี/ครั้งต่อปี) ใช้เป็นครั้งคราว (6-8 สี/ครั้งต่อปี) ใช้เป็นครั้งคราว (6-8 สี/ครั้งต่อปี)	
		Psychographic		อาชีพ : นักเรียน, พนักงานออฟฟิศ		เน้นด้านสีที่สว่าง-เงาและสีที่เก๋หรือ พริ้งพริ้ว และ สีที่ทันสมัย-คอนกรีตสีได้ใจ หรือสีที่ไว้สำหรับตัวใช้ไปตลอด-สีที่ทนทาน		สีใหม่ไว้ใช้ได้อีก		20 ที 20 ที 20 ที 50 ที		ใช้ประจำ (10 วันครั้ง) ใช้ประจำ (10 วันครั้ง) ใช้ประจำ (10 วันครั้ง) ใช้ประจำ (10 วันครั้ง)	
ครีมทาให้ขนร่วง -บร. วัฒนวิทย์ -บร. วัฒนที่เยี่ยม-ช่า	ครีมทาให้ขนร่วง บร. วัฒนวิทย์ บร. วัฒนที่เยี่ยม-ช่า	Psychographic		ไลฟ์สไตล์ : คนที่ทันสมัย ชอบใช้ของใหม่ การซื้อ : มักซื้อที่ห้างสรรพสินค้า		เน้นด้านสีที่สว่าง-เงาและสีที่เก๋หรือ พริ้งพริ้ว และ สีที่ทันสมัย-คอนกรีตสีได้ใจ หรือสีที่ไว้สำหรับตัวใช้ไปตลอด-สีที่ทนทาน		สีใหม่ไว้ใช้ได้อีก		ครีม 20ml. 1pc. 8g. ครีม 60ml. 1pc. 8g.		นานๆใช้ที (อยู่โดยขนตามปกติ) นานๆใช้ที (อยู่โดยขนตามปกติ)	
		Psychographic		ไลฟ์สไตล์ : คนที่ทันสมัย ชอบใช้ของใหม่ การซื้อ : มักซื้อที่ห้างสรรพสินค้า		เน้นด้านสีที่สว่าง-เงาและสีที่เก๋หรือ พริ้งพริ้ว และ สีที่ทันสมัย-คอนกรีตสีได้ใจ หรือสีที่ไว้สำหรับตัวใช้ไปตลอด-สีที่ทนทาน		สีใหม่ไว้ใช้ได้อีก		ปริมาณที่น้อย กับที่ที่ใส่		ใช้ประจำ (2-3 วันครั้ง)	
ครีมส่าหรับกำจัดขน -บร. วัฒนวิทย์ -บร. วัฒนที่เยี่ยม-ช่า	ครีมส่าหรับกำจัดขน บร. วัฒนวิทย์ บร. วัฒนที่เยี่ยม-ช่า	Psychographic		ไลฟ์สไตล์ : คนที่ทันสมัย ชอบใช้ของใหม่ การซื้อ : มักซื้อที่ห้างสรรพสินค้า		เน้นด้านสีที่สว่าง-เงาและสีที่เก๋หรือ พริ้งพริ้ว และ สีที่ทันสมัย-คอนกรีตสีได้ใจ หรือสีที่ไว้สำหรับตัวใช้ไปตลอด-สีที่ทนทาน		สีใหม่ไว้ใช้ได้อีก		ปริมาณที่น้อย กับที่ที่ใส่		ใช้ก่อนหรือหลังกำจัดขน (ตามลักษณะที่ปรากฏที่ สีขาวหรือสีน้ำตาล)	
		Psychographic		ไลฟ์สไตล์ : คนที่ทันสมัย ชอบใช้ของใหม่ การซื้อ : มักซื้อที่ห้างสรรพสินค้า		เน้นด้านสีที่สว่าง-เงาและสีที่เก๋หรือ พริ้งพริ้ว และ สีที่ทันสมัย-คอนกรีตสีได้ใจ หรือสีที่ไว้สำหรับตัวใช้ไปตลอด-สีที่ทนทาน		สีใหม่ไว้ใช้ได้อีก		ปริมาณที่น้อย กับที่ที่ใส่		ใช้ก่อนหรือหลังกำจัดขน (ตามลักษณะที่ปรากฏที่ สีขาวหรือสีน้ำตาล)	

ประเภทผู้ใช้แยกตามรายผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท

จากตารางที่ 2.7 ข้างต้น จะช่วยสรุปลักษณะของผู้บริโภค และพฤติกรรมการใช้ของผู้บริโภค ดังนี้



ประเภทของผู้บริโภคหรือผู้ใช้งาน

ผู้บริโภคสามารถจัดแบ่งตามลักษณะเฉพาะในความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ ออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

- แม่บ้าน : ไม่ชอบใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของสารเคมี นิยมใช้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ มีกำลังซื้อ มีเหตุผลในการซื้อ เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีความคุ้มค่ากับเงินที่เสียไป
- พนักงานบริษัท : เลือกใช้ผลิตภัณฑ์จากสื่อ มีความทันสมัย
- นักเรียน-นักศึกษา : ชอบความแปลกใหม่ ตามแฟชั่น ต้องการวิธีใช้งานง่าย สะดวก รวดเร็ว
- อาชีพชั่วคราว : เช่น นางแบบ ดารา ประชาสัมพันธ์ ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ใช้ได้ผลเป็นเวลานาน เพราะต้องโชว์สัดส่วนทุกวัน
- นักกีฬา : เช่น นักว่ายน้ำ นักยิมนาสติก ฯลฯ ต้องการพกพาไปใช้ในที่ต่างๆได้ ขั้นตอนไม่ยุ่งยาก ใช้งานง่าย สะดวก
-

ลักษณะผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคต้องการ

เนื่องจากผลิตภัณฑ์แต่ละรายการมีผู้บริโภคต่างกลุ่มกัน ดังนั้นลักษณะของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ซึ่งผู้บริโภคต้องการจึงมีความแตกต่างกันไปด้วย จึงเป็นข้อมูลสำคัญที่เป็นประโยชน์ต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค

ผลการวิเคราะห์จากแผนภาพด้านบน ลักษณะผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคต้องการ มีดังนี้

- ผลิตภัณฑ์ประเภทแว็กซ์อ่อน แวกซ์เย็น ผู้ใช้จะต้องการผลิตภัณฑ์ที่ดูเป็นธรรมชาติ ไม่มีสารเคมีเจือปน สามารถอยู่ได้เป็นระยะเวลาานาน
- ผลิตภัณฑ์ประเภทแผ่นแว็กซ์ คริมทำให้ขนร่วง คริมฟอกสีขน จะมีลักษณะที่เป็นแผ่นมากกว่าผลิตภัณฑ์อื่นๆ โดยที่แผ่นแว็กซ์จะสามารถใช้งานได้ง่ายและสะดวกที่สุด รวดเร็วที่สุด
- ผลิตภัณฑ์บำรุง คริมโกนขน ผู้บริโภคจะต้องใช้เกือบทุกคน

ลักษณะการใช้งานของผู้บริโภค

ตารางที่ 2.8 รายการผลิตภัณฑ์แยกตามลักษณะการใช้งาน

ใช้ครั้งเดียวทิ้ง	เก็บไว้ใช้ได้อีก
<ul style="list-style-type: none">- แผ่นแว็กซ์- คริมฟอกสีขน	<ul style="list-style-type: none">- แวกซ์อ่อน (2 - 3 ครั้ง)- แวกซ์เย็น (2 - 3 ครั้ง)- คริมทำให้ขนร่วง (7 - 8 ครั้ง)- คริมสำหรับการโกนขน (2 เดือน)- ผลิตภัณฑ์บำรุงก่อนและหลังการโกนขน (2 เดือน)

ตารางแสดงรายการผลิตภัณฑ์แยกตามลักษณะการใช้งาน

เมื่อพิจารณาลักษณะการใช้งานของผู้บริโภค สามารถแบ่งผลิตภัณฑ์ได้ 2 กลุ่ม ดังนี้

- กลุ่มที่ใช้ครั้งเดียวทิ้ง เหมาะสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ใช้ได้ผลเป็นเวลานาน หรือใช้แล้วผลิตภัณฑ์ไม่สามารถใช้ได้อีก
- กลุ่มที่เก็บไว้ใช้ได้อีก เหมาะสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีการใช้เป็นประจำ หรือใช้ได้ผลเป็นระยะเวลายาว (ประมาณ 2 เดือน)

ความถี่ในการใช้งานของอุปกรณ์

ตารางที่ 2.9 รายการผลิตภัณฑ์แยกตามความถี่ในการใช้งาน

ใช้นานๆครั้ง	ครีมฟอกสีขน
ใช้เป็นครั้งคราว	แว็กซ์อ่อน ,แว็กซ์เย็น ,แผ่นแว็กซ์
ใช้ประจำ	ครีมกำจัดขน ครีมโกนขน และพวกผลิตภัณฑ์บำรุง

ตารางแสดงรายการผลิตภัณฑ์แยกตามความถี่ในการใช้งาน

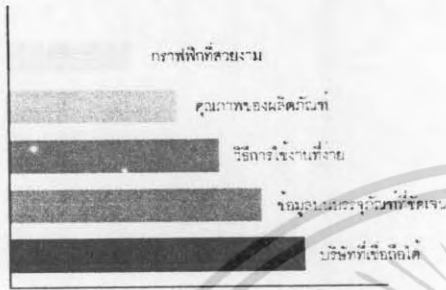
เมื่อพิจารณาความถี่ในการใช้งานของผู้บริโภค สามารถแบ่งผลิตภัณฑ์ได้ 3 พวก ดังนี้

- กลุ่มที่ใช้นาน ๆครั้ง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ประเภทครีมฟอกสีขน จะเป็นการกำจัดขนแบบ อัมพรางสีขน (Dying) ทำให้สามารถอยู่ได้เป็นระยะเวลานานมาก
- กลุ่มที่ใช้เป็นครั้งคราว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ประเภทแว็กซ์ (แว็กซ์อ่อน แว็กซ์เย็น แผ่นแว็กซ์) จะเป็นการกำจัดขนแบบ การดึงขนออก (Epilation) ทำให้สามารถอยู่ได้เป็นระยะเวลาค่อนข้างนาน ไม่ต้องกำจัดขนบ่อยครั้ง
- กลุ่มที่ต้องใช้ประจำ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ประเภทครีมกำจัดขน ครีมโกนขน และพวกผลิตภัณฑ์บำรุง ซึ่งจะเป็นการกำจัดขนแบบเดพิเลชัน (Depilation) ทำให้สามารถอยู่ได้เป็นระยะสั้น ต้องมีการกำจัดขนบ่อยครั้ง

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค

ข้อมูลการใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค

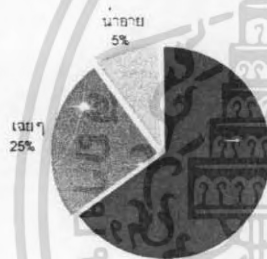
ปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค



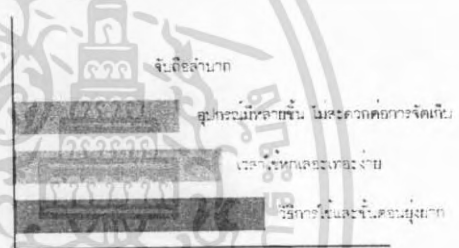
จุดขายของผลิตภัณฑ์



ความรู้สึของผู้บริโภคที่มีต่อการทำจัดจน



ปัญหาด้านการใช้งานของบรรจุภัณฑ์

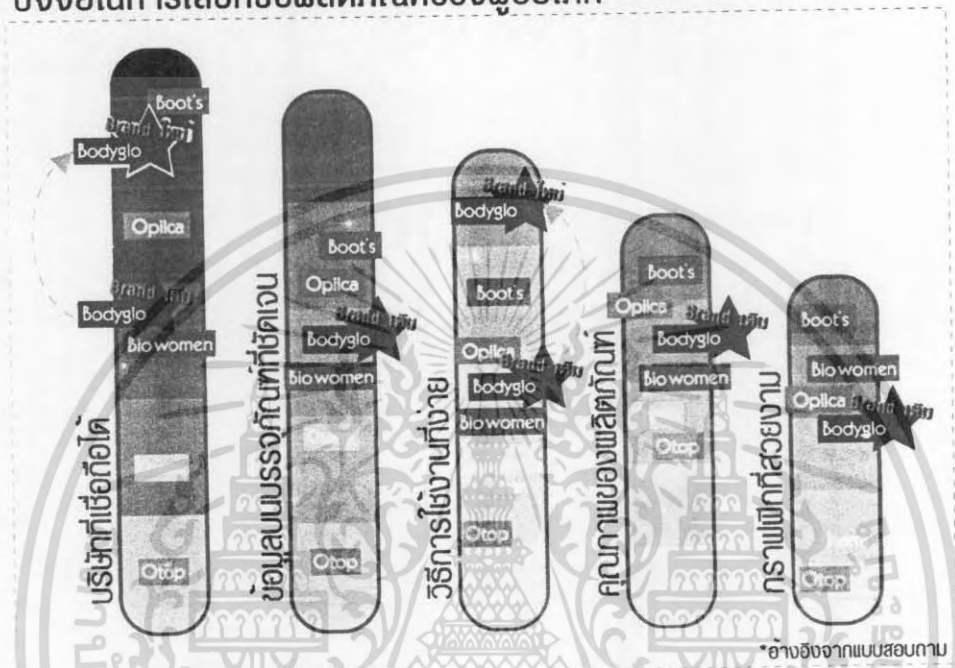


ภาพที่ 2.35 ปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกแบรนด์ต่างๆ

"ปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค"



ภาพที่ 2.36 ปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์แบรนด์ บอดี้ไกล และอื่นๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6 ข้อมูลด้านวัสดุและกรรมวิธีการผลิต

ผลิตภัณฑ์ในโครงการแต่ละชนิด จะมีลักษณะทางกายภาพและคุณสมบัติที่แตกต่างกันไป ดังนั้นผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดในโครงการจึงมีความต้องการบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างกันตามความเหมาะสม ซึ่งจะสามารถช่วยให้สินค้าที่บรรจุภายใน มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน ปลอดภัย จากปัจจัยแวดล้อม ที่อาจจะทำให้สินค้าเสื่อมคุณภาพได้ในขั้นตอนต่างๆ นับตั้งแต่ กระบวนการผลิต การขนส่ง ไปจนกระทั่งถึงการใช้งาน นอกจากนี้ กระบวนการดึงดูดใจผู้บริโภคอีกอย่างหนึ่ง คือกระบวนการพิมพ์ ซึ่งจะช่วยให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ ช่วยกระตุ้นการจดจำทั้งต่อตัวผลิตภัณฑ์และแบรนด์ จึงต้องมีการเลือกการพิมพ์ที่เหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์ด้วย

2.6.1 รายการวิเคราะห์และสรุปการเลือกวัสดุสำหรับผลิตภัณฑ์ในโครงการ

มีการวิเคราะห์เพื่อเลือกวัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ ดังต่อไปนี้

1. บรรจุภัณฑ์ที่ทำการออกแบบใหม่ มีวิเคราะห์และสรุปการเลือกวัสดุสำหรับผลิตภัณฑ์ ดังนี้
 - 1.1 บรรจุภัณฑ์ประเภทขวดใส ได้แก่
 - แวกซ์อ่อนสำหรับบริเวณแขนขา
 - แวกซ์อ่อนสำหรับบริเวณใต้วงแขน
 - แวกซ์เย็นสำหรับบริเวณแขนขา
 - แวกซ์เย็นสำหรับบริเวณใต้วงแขน
 - ครีมฟอกสีขนสำหรับบริเวณแขนขา
 - ครีมฟอกสีขนสำหรับบริเวณใบหน้า
 - 1.2 บรรจุภัณฑ์ประเภทขวดทึบ ได้แก่
 - ครีมทำให้ขนร่วงสำหรับบริเวณแขนขา
 - ครีมทำให้ขนร่วงสำหรับบริเวณใต้วงแขน
 - ครีมทำให้ขนร่วงสำหรับบริเวณบิกินี
 - ครีมทำให้ขนร่วงสำหรับบริเวณใบหน้า
 - 1.3 บรรจุภัณฑ์ประเภทกล่องกระดาษ
 - 1.4 บรรจุภัณฑ์ประเภทกล่อง secondary package
 - 1.5 บรรจุภัณฑ์ประเภทฝาปิดบรรจุภัณฑ์

2. การเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์มาตรฐาน มีวิเคราะห์และสรุปการเลือกใช้วัสดุสำหรับผลิตภัณฑ์

2.1 บรรจุภัณฑ์ขวดใสสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทโลชั่น ได้แก่

- โลชั่นปรับสภาพผิวหลังการกำจัดขน (ผสมแอลกอฮอล์)
- โลชั่นปรับสภาพผิวหลังการกำจัดขน สูตร sensitive (ผสมแอลกอฮอล์)

2.2 บรรจุภัณฑ์ขวดใสสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทโลชั่น ได้แก่

- โลชั่นปรับสภาพผิวก่อนการกำจัดขน
- โลชั่นปรับสภาพผิวก่อนการกำจัดขน สูตร sensitive
- โลชั่นปรับสภาพผิวหลังการกำจัดขน (ไม่ผสมแอลกอฮอล์)
- โลชั่นปรับสภาพผิวหลังการกำจัดขน สูตร sensitive (ไม่ผสมแอลกอฮอล์)

2.6.2 การเลือกวัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ในโครงการ

บรรจุภัณฑ์ขวดใส ได้แก่

- แวกซ์อุ่นสำหรับบริเวณแขนขา
- แวกซ์อุ่นสำหรับบริเวณใต้ดวงแขน
- แวกซ์เย็นสำหรับบริเวณแขนขา
- แวกซ์เย็นสำหรับบริเวณใต้ดวงแขน
- ครีมฟอกสีขนสำหรับบริเวณแขนขา
- ครีมฟอกสีขนสำหรับบริเวณใบหน้า

เงื่อนไขในการพิจารณา

- สามารถปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์ จากปัจจัยภายนอกได้ เช่น แสงแดด ความชื้น อากาศ เป็นต้น
- มีความแข็งแรง ทนทาน
- มีความยืดหยุ่น คืนรูปได้ดี และทนทานต่อแรงบีบ
- ราคาที่เหมาะสม กับต้นทุนการผลิต
- มีความสวยงามของพื้นผิว ทนทานต่อรอยขีดข่วน รวมทั้งเอื้ออำนวยต่อระบบการพิมพ์กราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ หรือการ finishing
- ทนทานต่อความร้อนได้ดี สามารถนำไปอุ่นในเตาไมโครเวฟ หรือต้มในน้ำเดือดได้
- ขวดใส สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในได้

ตารางวิเคราะห์และสรุป การเลือกใช้วัสดุ สำหรับบรรจุภัณฑ์ขวดใส

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

เงื่อนไขในการพิจารณา	ค่าความสำคัญ	PVC	PET	PP
1. การปกป้องผลิตภัณฑ์	5	3	5	5
2. ความแข็งแรง ทนทาน	4	4	5	5
3. ความยืดหยุ่น	5	2	4	5
4. ราคาที่เหมาะสม	3	5	3	4
5. ความสวยงาม	4	4	5	4
6. ทนทานต่อความร้อนสูง	5	3	4	5
รวมคะแนน		87	114	123

สรุป เลือกใช้พลาสติก PP ด้วยวิธีการ Injection Blow mold

ตารางที่ 2.10 วิเคราะห์และสรุปผล การเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ขวดใส

บรรจุภัณฑ์ขวดก๊ีบ ได้แก่

- ครีมทำให้ขนร่วงสำหรับบริเวณแขนขา
- ครีมทำให้ขนร่วงสำหรับบริเวณใต้ดวงแขน
- ครีมทำให้ขนร่วงสำหรับบริเวณบิกินี
- ครีมทำให้ขนร่วงสำหรับบริเวณใบหน้า

เงื่อนไขในการพิจารณา

- สามารถปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์ จากปัจจัยที่อาจทำให้ผลิตภัณฑ์เกิดความเสียหายหรือสูญเสียคุณสมบัติได้ เช่น ความร้อน แสงแดด ความชื้น และอากาศ เป็นต้น
- มีความแข็งแรง ทนทาน
- มีความยืดหยุ่น คืนรูปได้ดี และทนทานต่อแรงบีบ เนื่องจากลักษณะการใช้งานที่จะต้องมีการบีบผลิตภัณฑ์ออกมา
- มีราคาที่เหมาะสม กับต้นทุนการผลิต
- มีความสวยงามของพื้นผิว ทนทานต่อรอยขีดข่วน รวมทั้งเอื้ออำนวยต่อระบบการพิมพ์กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ หรือการ finishing

ตารางวิเคราะห์และสรุป การเลือกใช้วัสดุ สำหรับบรรจุภัณฑ์ขวดทิบ

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

เงื่อนไขในการพิจารณา	ค่าความสำคัญ	PVC	PP	LDPE
1. การปกป้องผลิตภัณฑ์	5	3	5	5
2. ความแข็งแรง ทนทาน	4	4	5	5
3. ความยืดหยุ่น	5	2	4	5
4. ราคาที่เหมาะสม	3	5	3	4
5. ความสวยงาม	4	4	5	4
รวมคะแนน		72	94	98

สรุป เลือกใช้พลาสติก LDPE ด้วยวิธีการ Injection Blow mold

ตารางที่ 2.11 วิเคราะห์และสรุปผล การเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ขวดทิบ

บรรจุกัมภีร์กล้องกระดาษ

เงื่อนไขในการพิจารณา

- สามารถปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์ จากปัจจัยที่อาจทำให้ผลิตภัณฑ์เกิดความเสียหายหรือสูญเสียคุณสมบัติได้ เช่น ความร้อน แสงแดด ความชื้น และอากาศ เป็นต้น
- มีความแข็งแรง ทนทาน
- มีราคาที่เหมาะสม กับต้นทุนการผลิต
- ง่ายต่อการพับขึ้นรูป
- มีความสวยงามของพื้นผิว เอื้ออำนวยต่อระบบการพิมพ์กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์
- มีความหลากหลายในการออกแบบ

ตารางวิเคราะห์และสรุป การเลือกใช้วัสดุสำหรับกล่องแผ่นแก้ว

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

เงื่อนไขในการพิจารณา	ค่าความสำคัญ	กระดาษกล่อง	กระดาษการ์ด	กระดาษลูกฟูก
1. การปกป้องผลิตภัณฑ์	4	5	5	4
2. ความแข็งแรง ทนทาน	4	3	2	5
3. ราคาที่เหมาะสม	5	5	2	2
4. ง่ายต่อการพับขึ้นรูป	5	4	4	2
5. ความสวยงาม	4	4	5	2
6. การออกแบบได้ง่าย	4	5	5	3
	รวมคะแนน	114	98	76

สรุป เลือกใช้กระดาษกล่อง สำหรับกล่องแผ่นแก้ว

ตารางที่ 2.12 วิเคราะห์และสรุปผล การเลือกใช้วัสดุสำหรับกล่องกระดาษ

บรรจุภัณฑ์กล่อง secondary package

เงื่อนไขในการพิจารณา

- สามารถปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์ จากปัจจัยที่อาจทำให้ผลิตภัณฑ์เกิดความเสียหายหรือสูญเสียคุณสมบัติได้ เช่น ความร้อน แสงแดด ความชื้น และอากาศ เป็นต้น
- เหมาะสมกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย
- มีความแข็งแรง ทนทาน
- มีราคาที่เหมาะสม กับต้นทุนการผลิต
- ง่ายต่อการพับขึ้นรูป
- มีความสวยงามของพื้นผิว เอื้ออำนวยต่อระบบการพิมพ์กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์
- มีความหลากหลายในการออกแบบ

ตารางวิเคราะห์และสรุป การเลือกใช้วัสดุ สำหรับบรรจุภัณฑ์กล่อง secondary package

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

เงื่อนไขในการพิจารณา	ค่าความสำคัญ	พลาสติก	กระดาษกล่อง	กระดาษการ์ด
1. การปกป้องผลิตภัณฑ์	4	5	5	4
2. ความแข็งแรง ทนทาน	4	3	2	5
3. ราคาที่เหมาะสม	5	5	2	2
4. ง่ายต่อการพับขึ้นรูป	5	4	4	2
5. ความสวยงาม	4	4	5	2
6. การออกแบบได้ง่าย	4	5	5	3
	รวมคะแนน	114	98	76

สรุป เลือกใช้พลาสติก สำหรับกล่อง secondary package

ตารางที่ 2.13 วิเคราะห์และสรุปผล การเลือกใช้วัสดุสำหรับกล่อง secondary package

วัสดุสำหรับฝาปิดบรรจุภัณฑ์

เงื่อนไขในการพิจารณา

- สามารถป้องกันการรั่วซึมผ่านของอากาศ ความชื้น และทนต่อการเปลี่ยนแปลงอุณหภูมิได้ เพื่อให้สามารถรักษาคุณสมบัติและป้องกันความเสียหายอันเกิดขึ้นกับตัวผลิตภัณฑ์
- แข็งแรงทนทาน
- ง่ายต่อการผลิต
- มีราคาที่เหมาะสม กับต้นทุนการผลิต
- ผลิตได้ง่าย

ตารางวิเคราะห์และสรุป การเลือกใช้พลาสติก สำหรับบรรจุภัณฑ์

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

เงื่อนไขในการพิจารณา	ค่าความสำคัญ	PVC	HDPE	PP
1. การปกป้องผลิตภัณฑ์	5	3	5	5
2. ความแข็งแรง ทนทาน	4	4	4	5
3. ความยืดหยุ่น	5	5	4	4
4. ราคาที่เหมาะสม	3	3	4	4
5. ความสวยงาม	4	4	3	5
6. ไม่ทำปฏิกิริยากับกรด-ด่าง	5	5	1	4
รวมคะแนน		106	90	117

สรุป เลือกใช้พลาสติก PP ด้วยวิธีการ Injection Blow mold

**HDPEจะทำปฏิกิริยากับน้ำหอมบางชนิด จึงไม่ควรใช้

ตารางที่ 2.14 วิเคราะห์และสรุปผล การเลือกใช้วัสดุสำหรับฝาปิดบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ขวดใสสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทโลชั่น ได้แก่

- โลชั่นปรับสภาพผิวหลังการกำจัดขน (ผสมแอลกอฮอล์)
- โลชั่นปรับสภาพผิวหลังการกำจัดขน สูตร sensitive (ผสมแอลกอฮอล์)

เงื่อนไขในการพิจารณา

- สามารถปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์ จากปัจจัยที่อาจทำให้ผลิตภัณฑ์เกิดความเสียหายหรือสูญเสียคุณสมบัติได้ เช่น ความร้อน แสงแดด ความชื้น และอากาศ เป็นต้น
- มีความแข็งแรง ทนทาน
- มีความยืดหยุ่น คืนรูปได้ดี และทนทานต่อแรงบีบ เนื่องจากลักษณะการใช้งานที่จะต้องมีการบีบผลิตภัณฑ์ออกมา
- มีราคาที่เหมาะสม กับต้นทุนการผลิต
- มีความสวยงามของพื้นผิว ทนทานต่อรอยขีดข่วน รวมทั้งเลือกอันวยต่อระบบการพิมพ์กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ หรือการ finishing
- ไม่ทำปฏิกิริยากับกรด-ด่าง และน้ำหอมบางชนิด
- ใส เห็นตัวผลิตภัณฑ์ด้านใน

ตารางวิเคราะห์และสรุป การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ขวดใสสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทโลชั่น

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

เงื่อนไขในการพิจารณา	ค่าความสำคัญ	PVC	HDPE	PP
1. การปกป้องผลิตภัณฑ์	5	3	5	5
2. ความแข็งแรง ทนทาน	4	4	4	5
3. ความยืดหยุ่น	5	5	4	4
4. ราคาที่เหมาะสม	3	3	4	4
5. ความสวยงาม	4	4	3	5
6. ไม่ทำปฏิกิริยากับกรด-ด่าง	5	5	1	4
รวมคะแนน		106	90	117

สรุป เลือกใช้พลาสติก PP ด้วยวิธีการ Injection Blow mole

**HDPEจะทำปฏิกิริยากับน้ำหอมบางชนิด จึงไม่ควรวาง

ตารางที่ 2.15 วิเคราะห์และสรุปผล การเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ขวดใสสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทโลชั่น

บรรจุภัณฑ์ขวดที่สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทโลชั่น ได้แก่

- โลชั่นปรับสภาพผิวก่อนการกำจัดขน
- โลชั่นปรับสภาพผิวก่อนการกำจัดขน สูตร sensitive
- โลชั่นปรับสภาพผิวหลังการกำจัดขน (ไม่ผสมแอลกอฮอล์)
- โลชั่นปรับสภาพผิวหลังการกำจัดขน สูตร sensitive (ไม่ผสมแอลกอฮอล์)

เงื่อนไขในการพิจารณา

- สามารถปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์ จากปัจจัยที่อาจทำให้ผลิตภัณฑ์เกิดความเสียหายหรือสูญเสียคุณสมบัติได้ เช่น ความร้อน แสงแดด ความชื้น และอากาศ เป็นต้น
- มีความแข็งแรง ทนทาน
- มีความยืดหยุ่น คืนรูปได้ดี และทนทานต่อแรงบีบ เนื่องจากลักษณะการใช้งานที่จะต้องมีการบีบผลิตภัณฑ์ออกมา
- มีราคาที่เหมาะสม กับต้นทุนการผลิต
- มีความสวยงามของพื้นผิว ทนทานต่อรอยขีดข่วน รวมทั้งเอื้ออำนวยต่อระบบการพิมพ์กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ หรือการ finishing
- ไม่ทำปฏิกิริยากับกรด-ด่าง และน้ำหอมบางชนิด
- ใส เห็นตัวผลิตภัณฑ์ด้านใน

ตารางวิเคราะห์และสรุป การเลือกโพลิเมอร์จุกขวดสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทโลชั่น

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

เงื่อนไขในการพิจารณา	ค่าความสำคัญ	PVC	HDPE	PP
1. การปกป้องผลิตภัณฑ์	5	3	5	5
2. ความแข็งแรง ทนทาน	4	4	5	5
3. ความยืดหยุ่น	5	5	4	4
4. ราคาที่เหมาะสม	3	3	4	2
5. ความสวยงาม	4	4	3	5
6. ไม่ทำปฏิกิริยากับกรด-ด่าง	5	5	3	4
รวมคะแนน		106	118	114

สรุป เลือกใช้พลาสติก HDPE ด้วยวิธีการ Injection Blow mole

ตารางที่ 2.16 วิเคราะห์และสรุปผล การเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ขวดโพลีเอทิลีนสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทโลชั่น

บทที่ 3 การพัฒนาการออกแบบ



3.1 เจ็อบไอบความต้งการในการออกแบบ

การออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์กำจัดและดูแลเส้นขน ของบริษัทบอดีโกลจำกัดนี้ ได้พิจารณาเงื่อนไขความต้องการซึ่งสรุปมาจากข้อมูลที่ได้ค้นคว้าวิเคราะห์ไว้ละเอียดทุกแง่มุมในบทที่ 2 ทั้งข้อมูลด้านบริษัทผู้ผลิต ด้านตัวผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาด ด้านคู่แข่ง ด้านผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ด้านวัสดุ และกรรมวิธีการผลิต

3.1.1 เจ็อบไอบหรือความต้งการตามประเภทผลิตภัณฑ์

แว็กซ์อุน

เงื่อนไข / ความต้งการ ของแว็กซ์อุน

- ผลิตภัณฑ์มีอุปกรณ์หลายชนิด ทำให้สิ้นเปลืองพื้นที่ภายในกล่อง และจัดเก็บลำบาก
- การออกแบบทางด้านรูปทรงต้องคำนึงถึง



- เลือกขนาดทรงที่ลดมุม เนื่องจาก
 1. การไหลเวียนของของเหลวดี
 2. สามารถกระจายความร้อนได้ดี
 3. พลาสติกบีบง่ายกว่าทรงเหลี่ยม

- ต้องนำเอาผลิตภัณฑ์ไปละลายให้ความร้อน จึงต้องมี information บอด้วย

	ระดับความสูงที่กำหนดไว้			
ปริมาณแว็กซ์	500 กรัม	750 กรัม	1000 กรัม	ขนาดอื่น
ขนาด	50 ซม. x 50 ซม.	50 ซม. x 75 ซม.	75 ซม. x 75 ซม.	5 ซม. x 5 ซม.
ขนาดกล่อง	40 ซม. x 40 ซม.	50 ซม. x 50 ซม.	60 ซม. x 60 ซม.	4 ซม. x 4 ซม.
1.5 ลิตร	30 ซม. x 30 ซม.	40 ซม. x 40 ซม.	50 ซม. x 50 ซม.	3 ซม. x 3 ซม.
1.5 ลิตร	20 ซม. x 20 ซม.	30 ซม. x 30 ซม.	40 ซม. x 40 ซม.	2 ซม. x 2 ซม.

- ใช้พลาสติก PP เพราะสามารถทนความร้อนได้สูง และต้องมีแผ่นจับกันความร้อน

- ด้าน Ergonomic
 - หิ้วบรรจุภัณฑ์
 - จับบรรจุภัณฑ์

บริเวณแขนขา : เลือกหิ้วภาชนะที่มีองศาการจับ 120°
 บริเวณนิ้วมือ : เลือกหิ้วภาชนะที่มีองศาการจับ 90°



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แว็กซ์เย็น

เงื่อนไข / ความต้องการ ของแว็กซ์เย็น

- ผลิตภัณฑ์มืออุปกรณ์หลายชนิด ทำให้สิ้นเปลืองพื้นที่ภายในกล่อง และจัดเก็บลำบาก
- การออกแบบทางด้านรูปทรงต้องคำนึงถึง



เลือกขวดทรงที่ลมนุ่ม เนื่องจาก...

1. การไหลเวียนของของเหลวดี
2. พลาสติกมีบ่งง่ายกว่าทรงเหลี่ยม
3. การจับถือ

- เนื่องจากลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์เป็นของเหลวหนืด จึงออกแบบให้สามารถตั้งคว่ำหัวลงได้ เพื่อให้ของเหลวไหลลงมาที่หัวปาดได้ง่ายขึ้น



- ในส่วนของผ้าดิบ ต้องมีการจัดเก็บให้สามารถหยิบออกมาใช้งานได้ง่าย

- ด้าน Ergonomic
 - หัวปาด : เหมาะสมกับที่ใส่ที่ไร
 - รูปทรง : จับถนัดมือ

- หัวปาด
 - บริเวณแขนขวา : เลือกหัวปาดที่ 3 มืองศาการจับ 120°
 - บริเวณโค้งแขน : เลือกหัวปาดที่ 4 มืองศาการจับ 120°



แบบที่ 3

แบบที่ 4

เตรียมทำหีบร่วง

เงื่อนไข / ความต้องการ ของครีมทำหีบร่วง

- ผลิตภัณฑ์มีอุปกรณ์หลายชนิด ทำให้สิ้นเปลืองพื้นที่ภายในกล่อง และจัดเก็บลำบาก
- การออกแบบทางด้านรูปทรงต้องคำนึงถึง



1. เนื่องจากลักษณะทางกายภาพเป็นครีม ทำให้ต้องเลือกพลาสติกที่สามารถบีบเนื้อครีมออกมาได้ง่าย
2. การจับถือ

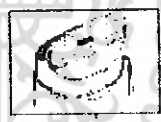
- เนื่องจากลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์เป็นเนื้อครีม จึงออกแบบให้สามารถตั้งคว่ำหัวลงได้ เพื่อให้ของเหลวไหลลงมาที่หัวปากได้ง่ายขึ้น
- บริเวณก้นบรรจุภัณฑ์ต้องมีที่ปิดอุดครีมออก โดยเป็นพลาสติกที่เชื่อมติดกัน ใช้ครั้งเดียวทิ้ง



- ด้าน Ergonomic

หัวปาก : เหมาะสมกับพื้นที่ที่ใช้
รูปทรง : จับถนัดมือ

- หัวปาก
 - บริเวณแขนขา : เลือกหัวปากที่ 1 มืองศกการจับ 120°
 - บริเวณใต้วงแขน : เลือกหัวปากที่ 1 มืองศกการจับ 120°
 - บริเวณข้อมือ : เลือกหัวปากที่ 1 มืองศกการจับ 120°
 - บริเวณใบหน้า : ใช้บรรจุภัณฑ์ pouch



แบบที่ 1

ครีมฟอกสีฟัน

เงื่อนไข / ความต้องการ ของครีมฟอกสีฟัน

- ผลิตภัณฑ์มีอุปกรณ์หลายชนิด ทำให้สิ้นเปลืองพื้นที่ภายในกล่อง และจัดเก็บลำบาก
- การออกแบบทางด้านรูปทรงต้องคำนึงถึง



เลือกขนาดทรงที่กลมมน เนื่องจาก...

1. การไหลเวียนของของเหลวดี
2. พลาสติกมีน้ำหนักน้อยกว่าทรงเหลี่ยม
3. การจับถือ

- ต้องมีการผสมผลิตภัณฑ์เข้าด้วยกัน ระหว่าง เนื้อครีม กับ ผง ให้เข้ากัน

- ด้าน Ergonomic
 - หัวแปด : เหมาะสมกับพื้นที่ที่ใช้
 - รูปทรง : จับถนัดมือ



- หัวแปด
 - บริเวณแขนขา : เลือกหัวแปดที่ 1 มืองศาการจับ 120°
 - บริเวณใบหน้า : เลือกหัวแปดที่ 1 มืองศาการจับ 120°



แบบที่ 1

3.2 การพัฒนาแนวความคิดและการออกแบบ

3.2.1 วงศ์ประกอบในการออกแบบด้านโครงสร้าง

การใช้งานในแง่ Ergonomic

แก้ปัญหา

- ในเรื่องของการเคลื่อนไหวท่าทางขณะการใช้ผลิตภัณฑ์
- ในเรื่องของคุณภาพสัมผัสของการใช้งานระหว่างผู้ใช้งานกับผลิตภัณฑ์

การคำนวณความสะดวกในแต่ละรายละเอียด

ช่วยในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภค ด้วยหลักการ "Combine" "Adjust" "Set"

Image & Graphic Information

บ่งบอก วิถีชีวิตประจำวันของผู้บริโภค และช่วยเป็นแนวทางบ่งบอกถึงการใช้งานสินค้า

สรุปแนวความคิดที่ใช้ในการออกแบบต้นโครงสร้าง

องค์ประกอบของการออกแบบ **เงื่อนไข / ปัญหาในการทำงาน** *แนวความคิดในการแก้ปัญหา*

การใช้งาน Ergonomic	การจับถือ - องศาการจับ - รูปทรงที่จับถนัดมือ	แก้ปัญหา o ในเรื่องของการเคลื่อนไหวท่าทางขณะการทำงานผลิตภัณฑ์ o ในเรื่องของความสัมพันธ์ของการใช้งานระหว่างผู้ใช้งานกับผลิตภัณฑ์	1	
เงื่อนไข / ความต้องการตามรายผลิตภัณฑ์	- แวกซอูน - แวกชเยน - คริมทำโทษขรวง - คริมฟอกสีขน		2	
การอำนวยความสะดวก	ระยะเวลา	- ลดขั้นตอนในการทำงาน	ช่วยในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภค	
	การจัดเก็บ	- จัดเก็บสะดวก - ใช้งานได้ครั้งต่อไป		
ช่วยเป็นแนวทางบ่งบอกถึงการใช้งานสินค้า	- ขั้นตอนการใช้งาน - การประกอบการใช้งานของผลิตภัณฑ์		ภาพลักษณ์ และกราฟฟิกช่วยบอกแนวทางการใช้งานผลิตภัณฑ์	3
วิถีชีวิต	- ไซนส์ลามีคุณค่าทางด้านจิตใจ รู้สึกภูมิใจ - เหมาะกับสถานการณ์ที่เร่งรีบและวิถีชีวิตในเมืองใหญ่			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.2 การศึกษาการใช้งานด้าน Ergonomic

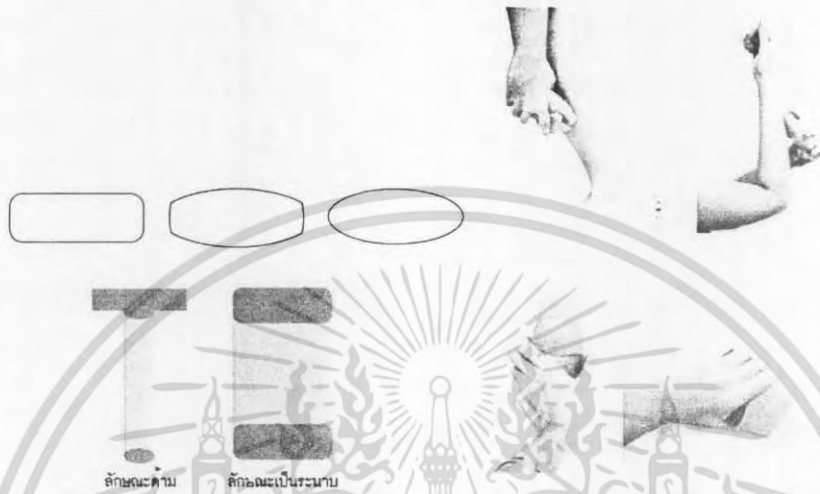
แผนผังการศึกษาการใช้งานด้าน Ergonomic



ภาพที่ 3.1 แผนภาพแสดงหัวข้อและแนวความคิดที่ใช้ในการศึกษาการใช้งานด้าน Ergonomic สำหรับบรรจุกฎเกณฑ์เครื่องสำอางกำจัดขน

การศึกษารูปทรงท่อนักบดมือ

ลักษณะ: ต่ำหรือลักษณะ: เรียบ



จากการศึกษาพบว่า การใช้ที่โกนขนของผู้หญิงจะมีลักษณะแบนเป็นระนาบ เพราะผู้หญิงไม่มีประสบการณ์ในการใช้ที่โกนหนวดเหมือนผู้ชาย ทำให้สามารถบังคับมีดโกนในลักษณะที่เป็นด้ามได้ยากกว่า ทั้งนี้ผู้หญิงมีความจำเป็นต้องโกนในส่วนที่มองไม่เห็น เช่น หลังขา ใต้แขน เป็นต้น ทำให้ลักษณะการจับแบบระนาบมีความถนัดมือและทำให้รู้ทิศทางในการโกนได้ง่ายกว่ามีดโกนในลักษณะด้าม จึงนำเอาผลของการศึกษานี้มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบลักษณะตัวขวดผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับส่วนต่างๆของร่างกาย

Ergonomic ของผู้หญิง

Ergonomic ของผู้หญิง



ขนาดและสัดส่วนของผู้หญิง



ความกว้างในการจับของผู้หญิง



ขนาดของมือของผู้หญิง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การศึกษาลักษณะการจับถือ

มีการศึกษาลักษณะการจับถือเมื่อใช้งานในการปาดผลิตภัณฑ์ลงบนส่วนต่างๆ ของร่างกาย

แบบ-ขา

ลักษณะท่าในการการปาด-ทาผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 3.2 แผนภาพสรุปลักษณะท่าทางการปาดหรือทาผลิตภัณฑ์บนแขน-ขา

ลักษณะการปาดแบบที่ 1

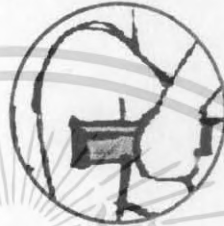


มีลักษณะการปาด-ทา 3 แบบ ดังนี้

แขน-ขา

เพื่อให้เกิดการหักข้อมือน้อยที่สุด
ต้องศึกษาองศาการจับของหัวปาด
ให้สามารถปาดทาได้อย่างเหมาะสม

ลักษณะการปาดแบบที่ 2



เป็นการปาด-ทาในลักษณะใหม่
ทำให้เกิดการหักข้อมือน้อย

ลักษณะการปาดแบบที่ 3



เป็นการปาด-ทาในลักษณะใหม่
ทำให้เกิดการหักข้อมือน้อย

ภาพที่ 3.3 ลักษณะการจับถือเพื่อปาดและทาผลิตภัณฑ์ลงบนแขน-ขา เป็นไปได้ทั้ง แบบที่ 1 แบบที่ 2 และแบบที่ 3

ลักษณะการปาดแบบต่างๆ แขน-ขา

ลักษณะการปาดแบบ



1. แขน



2. ขา:นั่งกับพื้น



3. ขา:นั่งกับเก้าอี้

ลักษณะการปาดแบบ



1. แขน



2. ขา:นั่งกับพื้น



3. ขา:นั่งกับเก้าอี้

ลักษณะการปาดแบบ



1. แขน



2. ขา:นั่งกับพื้น



3. ขา:นั่งกับเก้าอี้

ภาพที่ 3.4

ลักษณะการจับถือเพื่อปาดหรือทาบบริเวณแขน-ขา

แบบที่ 1 (ภาพบน) ลักษณะท่าทางการปาดหรือทา ที่ต้องออกแบบของศาสของหัวปาดให้เหมาะสมที่จะทำให้จับถือโดยหักข้อมือน้อยที่สุด

แบบที่ 2 (ภาพกลาง) เป็นการปาดหรือทาในลักษณะใหม่ ทำให้มีการหักข้อมือน้อย

แบบที่ 3 (ภาพล่าง) เป็นการปาดหรือทาอีกลักษณะ ที่เกิดการหักข้อมือน้อยเช่นเดียวกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ถนัดมากที่สุด = 5 ,ถนัดมาก = 4 ,ถนัดปานกลาง = 3 ,ถนัดพอใช้ = 2 ,ถนัดน้อย = 1

		1. แขน	4	8
		2. ขานั่งทับพื้น	2	
		3. ขานั่งทับเก้าอี้	2	
		1. แขน	4	★
		2. ขานั่งทับพื้น	5	
		3. ขานั่งทับเก้าอี้	5	
		1. แขน	3	10
		2. ขานั่งทับพื้น	3	
		3. ขานั่งทับเก้าอี้	4	
		1. แขน	2	8
		2. ขานั่งทับพื้น	3	
		3. ขานั่งทับเก้าอี้	3	
		1. แขน	1	3
		2. ขานั่งทับพื้น	1	
		3. ขานั่งทับเก้าอี้	1	
		4. แขน	5	13
		5. ขานั่งทับพื้น	5	
		6. ขานั่งทับเก้าอี้	3	

ภาพที่ 3.5 องศาของหัวปาดที่เหมาะสมต่อลักษณะท่าทางการปาดหรือทาแบบที่ 1 ที่จะทำให้จับดีโดยหักข้อมือน้อยที่สุด คือ 120°

บิกินี

ลักษณะท่าในการปาด-ทาทาผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 3.6 แผนภาพสรุปลักษณะท่าทางในการปาดหรือทาทาผลิตภัณฑ์บริเวณขอบบิกินี และลักษณะการจับถือเพื่อปาดแบบที่ 1 และ 3

ลักษณะการปาดแบบต่างๆ ๖ คืบ

ลักษณะการปาดแบบที่ 1



1. ยืน



2. นิ่งกับพื้น



3. นิ่งกับเก้าอี้

ศึกษาองศาที่เหมาะสมกับการจับถือผลิตภัณฑ์

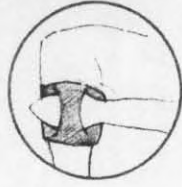
ถนัดมากที่สุด = 5 . ถนัดมาก = 4 . ถนัดปานกลาง = 3 . ถนัดพอใช้ = 2 . ถนัดน้อย = 1

องศา	1. ยืน	2. นิ่งกับพื้น	3. นิ่งกับเก้าอี้	รวม
90°	2	2	2	6
120°	5	3	3	11
135°	4	4	4	12
150°	3	5	5	13
180°	1	1	1	3

ภาพที่ 3.7 ลักษณะการจับถือเพื่อปาดบริเวณขอบบิกินีแบบที่ 1 (ภาพบน) และองศาของหัวปาดที่เหมาะสมที่สุด ทำให้จับถือโดยหักข้อมือน้อยที่สุด คือ 150° (ภาพล่าง)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะการปาดแบบที่ 3



ภาพที่ 3.8 ลักษณะการจับถือเพื่อปาดแบบที่ 3 บริเวณข้อมือข้อมือ ซึ่งทำได้ทั้งทำยืน นั่งพื้น และนั่งเก้าอี้



ไต่วงแบน

ศึกษาองศาที่เหมาะสมกับการจับถือผลิตภัณฑ์

ถนัดมากที่สุด = 5 , ถนัดมาก = 4 , ถนัดปานกลาง = 3 , ถนัดพอใช้ = 2 , ถนัดน้อย = 1

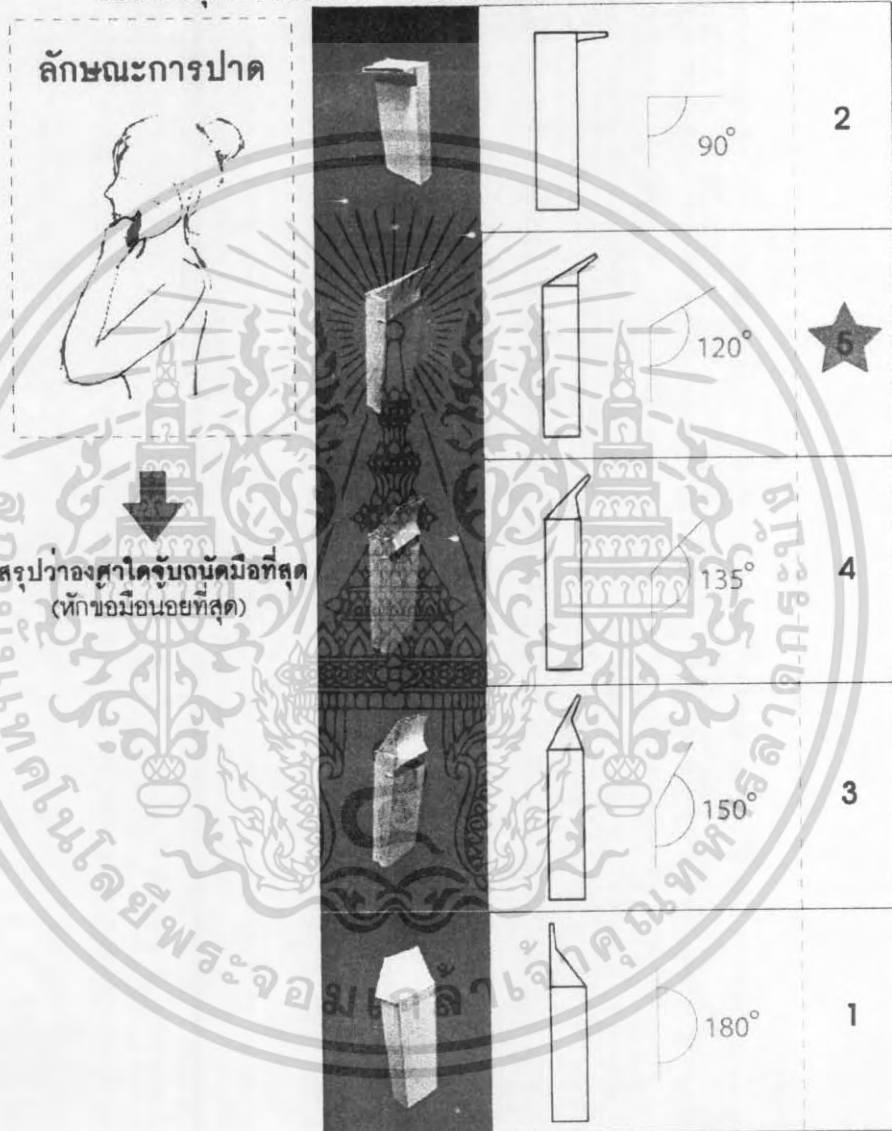


ภาพที่ 3.9 ลักษณะการจับถือเพื่อปาดบริเวณไต่วงแบนแบบที่ 1 (ภาพซ้าย) และองศาของหัวปาดที่เหมาะสมที่สุด ทำให้จับถือโดยหักข้อมือน้อยที่สุด คือ 120 ° (ภาพล่าง)

ใบหน้า

ศึกษาองศาที่เหมาะสมกับการจับถือผลิตภัณฑ์

ถนัดมากที่สุด = 5 , ถนัดมาก = 4 , ถนัดปานกลาง = 3 , ถนัดพอใช้ = 2 , ถนัดน้อย = 1



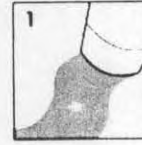
ภาพที่ 3.10 ลักษณะการจับถือเพื่อปาดบริเวณใบหน้าแบบที่ 1 (ภาพซ้าย) และองศาของหัวปาดที่เหมาะสมที่สุดทำให้จับถือโดยหักข้อมือน้อยที่สุด คือ 120° (ภาพล่าง)

การศึกษาลักษณะหัวปาดรูปแบบต่างๆ



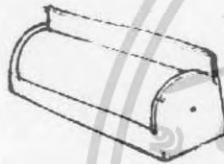
แบบที่ 1

หัวปาดแบบที่ 1 : สามารถควบคุมความหนา-บางของครีมนได้
และยังสามารถปาดในที่กว้างและที่แคบได้



แบบที่ 2

หัวปาดแบบที่ 2 : สำหรับปาดในพื้นที่กว้างและสามารถบีบ
เนื้อผลิตภัณฑ์ออกมาได้ทีละมากๆ



แบบที่ 3

หัวปาดแบบที่ 3 : สำหรับปาดในพื้นที่กว้างและเรียบ
สามารถปาดผลิตภัณฑ์ได้บางที่สุด



แบบที่ 4

หัวปาดแบบที่ 4 : สำหรับปาดในที่โค้ง และสามารถปาด
ผลิตภัณฑ์ได้บางที่สุด

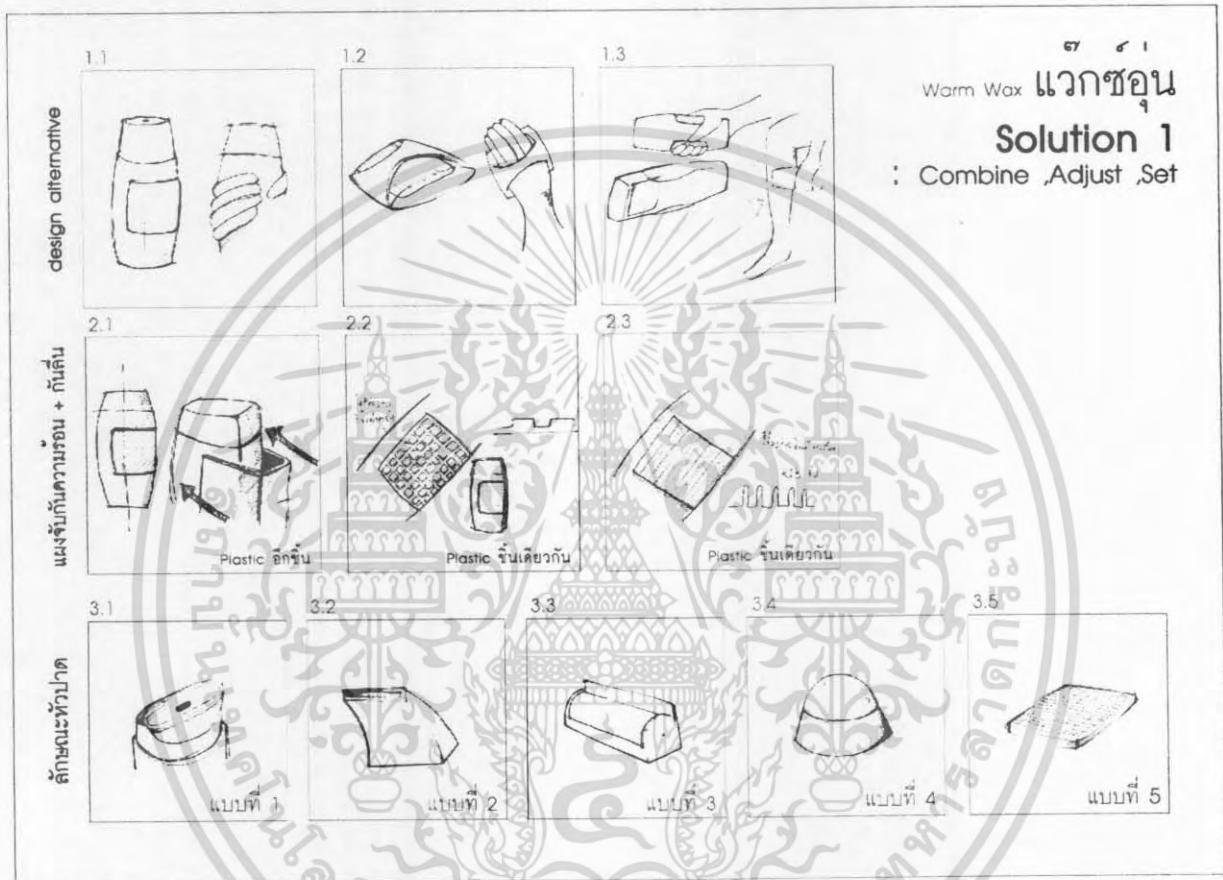


แบบที่ 5

หัวปาดแบบที่ 5 : มีลักษณะเป็นรูตาราง ตัวผลิตภัณฑ์จะออกมาตามรู
จึงสามารถออกมาได้ทีละมากๆ

3.2.3 การพัฒนาแนวคิดในการอำนวยความสะดวกในแต่ละประเภทผลิตภัณฑ์

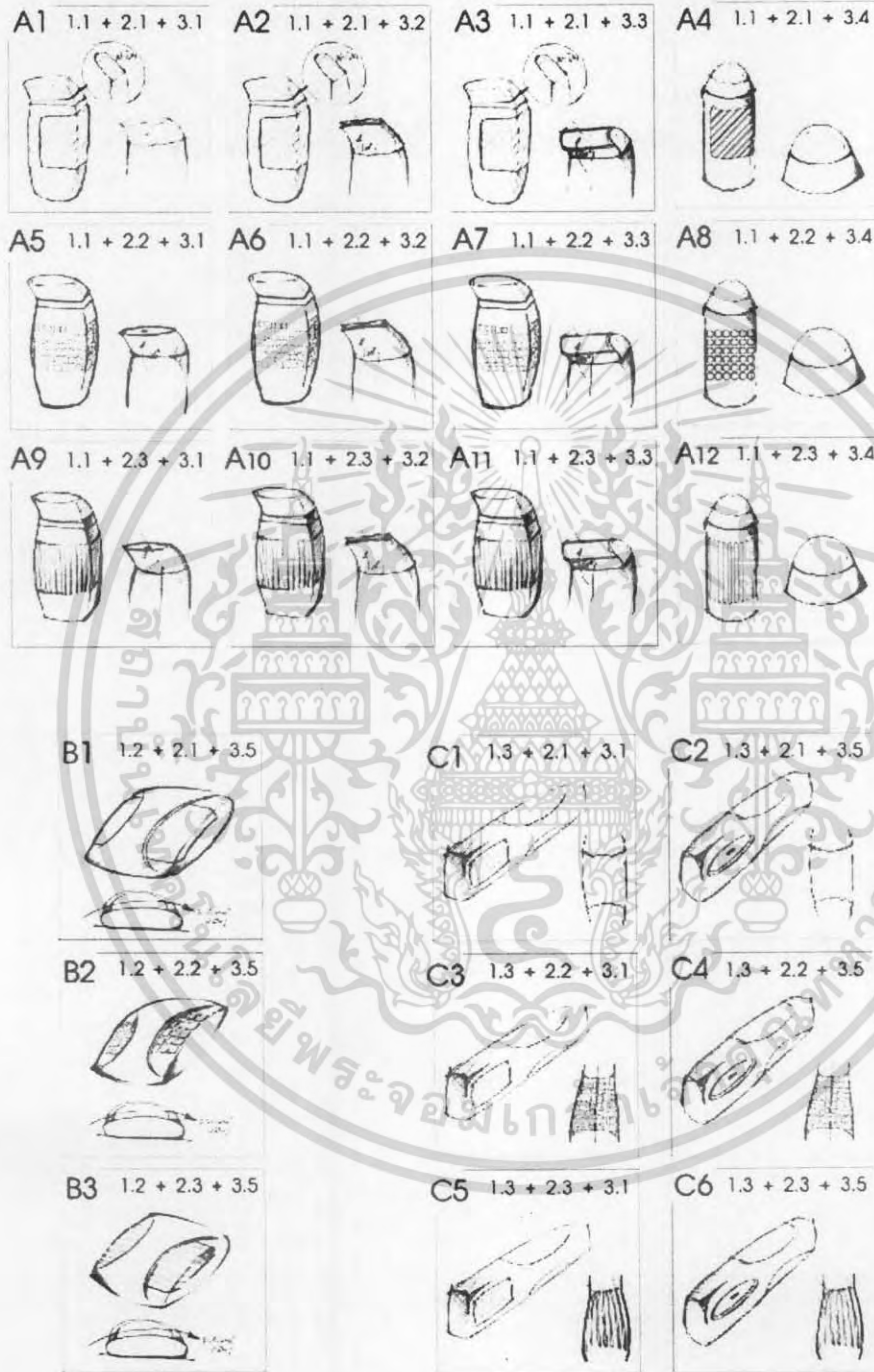
ตัวเลือกที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับแว็กซ์อุ่น



ภาพที่ 3.11 ตัวเลือกด้าบต่างๆ ที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับแว็กซ์อุ่น

แบบทางเลือกทั้งหมดของบรรจุภัณฑ์เว็ทซ์อู่น

Design Alternative



ภาพที่ 3.12 แบบบรรจุภัณฑ์เว็ทซ์อู่นที่เป็นทางเลือกทั้งหมด

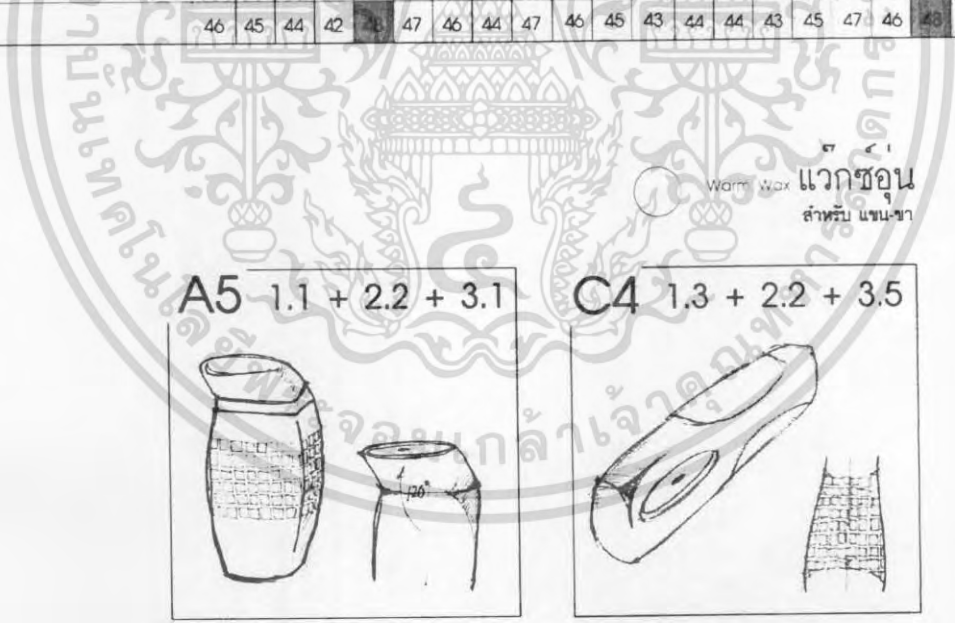
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์แบบบรรจุภัณฑ์เวกซ์อุ่นสำหรับแบบขา

ตารางที่ 3.1 ตารางวิเคราะห์ความเหมาะสมของแบบบรรจุภัณฑ์เวกซ์อุ่นสำหรับแบบขา

๗ ๘ ๙
Warm Wax แวกซ์อุ่น
สำหรับ แบบขา

เงื่อนไข / ความต้องการของผลิตภัณฑ์	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	B1	B2	B3	C1	C2	C3	C4	C5	C6	ของเดิม
สามารถกันความร้อนและกันสนิมได้ดี	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	1
รูปทรงสามารถกระจายความร้อนได้ดี	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4
รูปทรงเหมาะสมกับบริเวณแบบขา	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1
ทั่วไปเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์แวกซ์อุ่น	5	4	3	1	5	4	3	1	5	4	3	1	3	3	3	3	5	3	5	3	5	2
ความสะดวกในการใช้งาน	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	5	5	5	5	5	2
ระยะเวลา(ความรวดเร็วในการใช้งาน)	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
ลดขั้นตอน	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
จัดเก็บสะดวก	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
กลุ่มผู้บริโภคสามารถใช้งานได้ดีที่สุด (ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับผลิตภัณฑ์)	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	1
เหมาะสมกับวิถีชีวิตของกลุ่มเป้าหมาย	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	2
ความสวยงาม	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	1
ผลิตได้ง่าย	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	1	1	2	2	2	2	5
รวม	46	45	44	42	47	46	44	47	46	45	43	44	44	43	45	47	46	45	47	45	47	25



ภาพที่ 3.13 แบบบรรจุภัณฑ์เวกซ์อุ่นสำหรับแบบขาที่ได้รับการพิจารณา มี 2 แบบ คือ A5 และ C4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

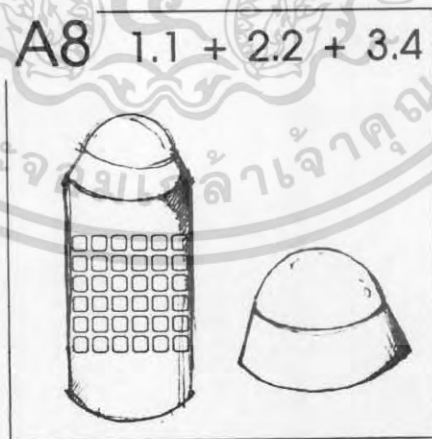
การวิเคราะห์แบบบรรจุภัณฑ์ - แวกซ์อุ่นสำหรับไต้วงแขน

ตารางที่ 3.2 ตารางวิเคราะห์ความเหมาะสมของแบบบรรจุภัณฑ์-แวกซ์อุ่นสำหรับไต้วงแขน

๗ ๘ ๙
Warm Wax แวกซ์อุ่น
สำหรับ ไต้วงแขน

เงื่อนไข / ความต้องการของผลิตภัณฑ์	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	B1	B2	B3	C1	C2	C3	C4	C5	C6	ของเดิม
สามารถกันความร้อนและกันสั่นได้ดี	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	1
รูปทรงสามารถกระจายความร้อนได้ดี	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4
รูปทรงเหมาะสมกับบริเวณไต้วงแขน	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	1
หัวปากเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์แวกซ์อุ่น	4	2	2	5	4	2	2	5	4	2	2	5	2	2	2	2	2	4	2	4	2	2
ความสะดวกในการใช้งาน	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2
ระยะเวลา(ความรวดเร็ว)ในการใช้งาน	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
ลดขั้นตอน	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
จัดเก็บสะดวก	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
กลุ่มผู้บริโภคสามารถใช้งานได้ดีที่สุด (ความสัมพันธ์ระหว่างผู้เข้าผลิตภัณฑ์)	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	2	2	2	2	2	2	1
เหมาะสมกับวิถีชีวิตของกลุ่มเป้าหมาย	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	2
ความสวยงาม	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	1
ผลิตได้ง่าย	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	1	1	2	2	2	2	5
รวม	47	45	45	48	49	47	47	48	46	46	49	40	40	39	35	37	36	38	35	37	25	

๗ ๘ ๙
Warm Wax แวกซ์อุ่น
สำหรับ ไต้วงแขน

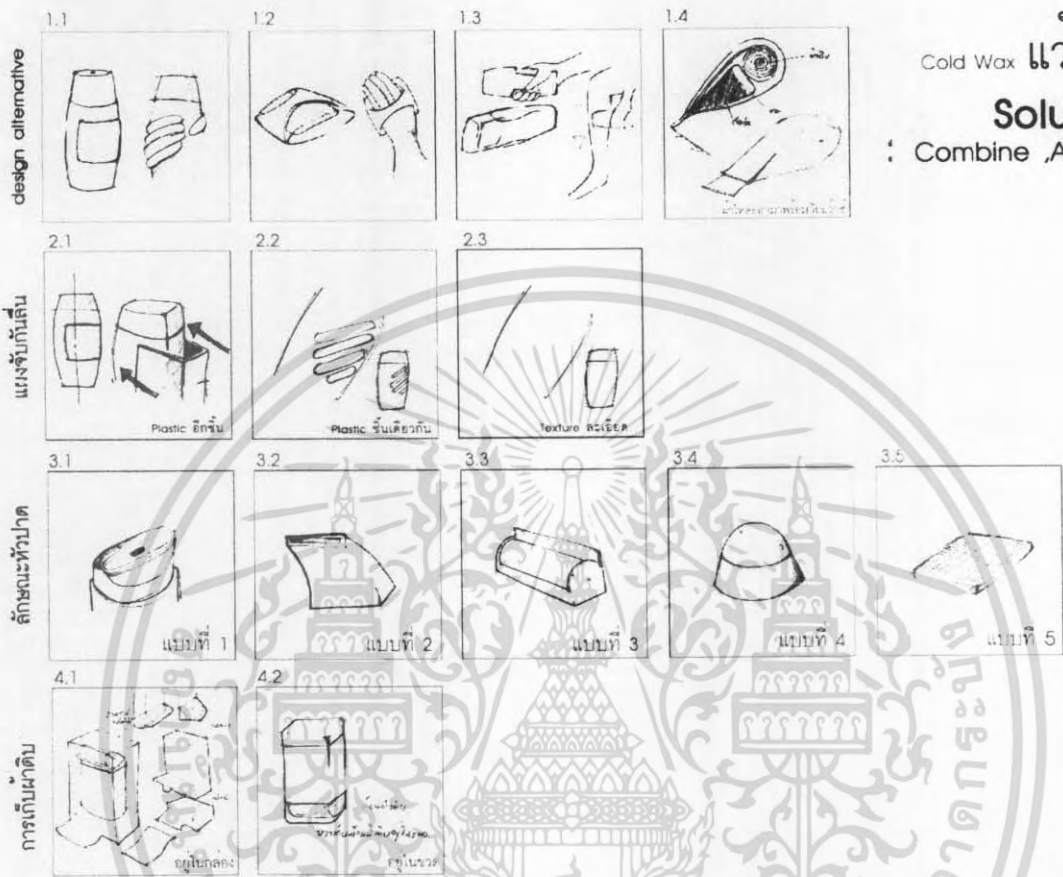


ภาพที่ 3.18 แบบบรรจุภัณฑ์แวกซ์อุ่นสำหรับไต้วงแขนที่ได้รับการคัดเลือก คือ A8

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การพัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์และหีบห่อแว็กซ์เย็น

ตัวเลือกที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับแว็กซ์เย็น



Cold Wax แวกซ์เย็น

Solution 1

: Combine ,Adjust ,Set

ภาพที่ 3.19 ตัวเลือกดานต่างๆ ที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับแว็กซ์เย็น

Design Alternative

Cold Wax แวกซ์เย็น

Solution 1

A1 1.1 + 2.1 + 3.1 + 4.1



A2 1.1 + 2.1 + 3.2 + 4.1



A3 1.1 + 2.1 + 3.3 + 4.1



A4 1.1 + 2.1 + 3.4 + 4.1



B1 1.2 + 2.1 + 3.5 + 4.1



A5 1.1 + 2.2 + 3.1 + 4.1



A6 1.1 + 2.2 + 3.2 + 4.1



A7 1.1 + 2.2 + 3.3 + 4.1



A8 1.1 + 2.2 + 3.4 + 4.1



B2 1.2 + 2.2 + 3.5 + 4.1



A9 1.1 + 2.3 + 3.1 + 4.1



A10 1.1 + 2.3 + 3.2 + 4.1



A11 1.1 + 2.3 + 3.3 + 4.1



A12 1.1 + 2.3 + 3.4 + 4.1



B3 1.2 + 2.3 + 3.5 + 4.1



C1 1.3 + 2.1 + 3.1 + 4.1



C2 1.3 + 2.1 + 3.2 + 4.1



C3 1.3 + 2.1 + 3.3 + 4.1



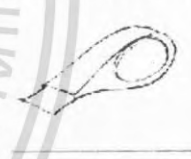
C4 1.3 + 2.1 + 3.4 + 4.1



C5 1.3 + 2.1 + 3.5 + 4.1



D1 1.3 + 2.1 + 3.5 + 4.2



C6 1.3 + 2.2 + 3.1 + 4.1



C7 1.3 + 2.2 + 3.2 + 4.1



C8 1.3 + 2.2 + 3.3 + 4.1



C9 1.3 + 2.2 + 3.4 + 4.1



C10 1.3 + 2.2 + 3.5 + 4.1



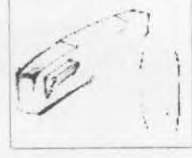
D2 1.3 + 2.2 + 3.5 + 4.2



C11 1.3 + 2.3 + 3.1 + 4.1



C12 1.3 + 2.3 + 3.2 + 4.1



C13 1.3 + 2.3 + 3.3 + 4.1



C14 1.3 + 2.3 + 3.4 + 4.1



C15 1.3 + 2.3 + 3.5 + 4.1



D3 1.3 + 2.3 + 3.5 + 4.2



การวิเคราะห์แบบบรรจุภัณฑ์ แวกซ์เย็นสำหรับขนขา

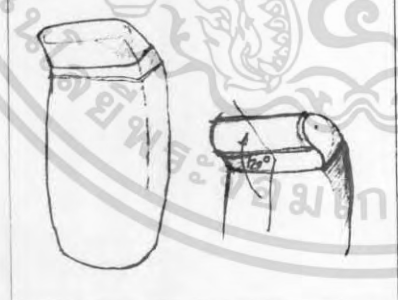
ตารางที่ 3.3 ตารางวิเคราะห์ความเหมาะสมของแบบบรรจุภัณฑ์แวกซ์เย็นสำหรับขนขา

Cold Wax **แวกซ์เย็น**
สำหรับ ขนขา

เงื่อนไข / ความต้องการของผลิตภัณฑ์	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	B1	B2	B3	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	C14	C15	D1	D2	D3	ของเดิม		
สามารถเก็บสินค้าได้ขึ้นตามการใช้งาน	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	1		
รูปทรงของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2		
มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์แว็กซ์เย็น	3	3	4	2	3	3	4	2	3	3	4	2	1	1	1	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	-			
ความสะดวกในการใช้งาน	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	2		
ระยะเวลา(ความรวดเร็วในการใช้งาน)	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	1		
ลดต้นทุน	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	1	
จัดเก็บสะดวก	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	1	
คุณสมบัติความทนทานของวัสดุที่ใช้ผลิต	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	
(ความสัมพันธ์ระหว่างวัสดุกับผลิตภัณฑ์)	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	2
เหมาะสมกับวิถีชีวิตของผู้บริโภค	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	2
ความสวยงาม	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1
ผลิตได้ง่าย	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	1	2	1	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	2	5
รวม	41	42	42	10	41	42	41	41	41	41	40	39	40	38	41	40	41	40	42	42	41	42	41	42	41	42	41	42	41	42	43	43	18			

A11 1.1 + 2.3 + 3.3 + 4.1

D3 1.3 + 2.3 + 3.5 + 4.2



ภาพที่ 3.21 แบบบรรจุภัณฑ์แวกซ์เย็นสำหรับขนขา มี 2 แบบ คือ A11 และ D3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์แบบบรรจุภัณฑ์แก้วซีเอ็นสำหรับไต้หวัน


ตารางที่ 3.4 ตารางวิเคราะห์ความเหมาะสมของแบบบรรจุภัณฑ์แก้วซีเอ็นสำหรับไต้หวัน

Cold Wax แก้วซีเอ็น
สำหรับ ไต้หวัน


เงื่อนไข / ความต้องการของผลิตภัณฑ์	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	B1	B2	B3	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	C14	C15	D1	D2	D3	ของเดิม			
สามารถกันซึมได้ทั้งหมดภายในงาน	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	1		
รูปทรงของกะลามันมีความเหมาะสม	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2		
กำลังของกะลามันมีความเหมาะสม	2	3	2	5	2	3	2	4	2	3	2	5	1	1	1	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	4	4	4	-		
ความสะดวกในการใช้งาน	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	5	1		
ระยะเวลา(ความรวดเร็วในการใช้งาน)	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	1	
ลักษณะเด่น	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	1
จัดเก็บสะดวก	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	1
คุณสมบัติความทนทานใช้งานได้ดีที่สุด	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	2
(คุณสมบัติระหว่างใช้งานผลิตภัณฑ์)																																					
เหมาะสมกับวัสดุของกะลามัน	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	2
ความสวยงาม	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1
เสถียรง่าย	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	1	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	2	5	
รวม	39	40	39	44	40	41	39	42	39	40	39		34	34	32	37	36	36	36	36	37	36	36	36	36	36	37	36	36	36	36	36	36	43	43	18	

Cold Wax แก้วซีเอ็น
สำหรับ ไต้หวัน

A12 1.1 + 2.3 + 3.4 + 4.1



D3 1.3 + 2.3 + 3.5 + 4.2



texture

ภาพที่ 3.23 แบบบรรจุภัณฑ์แก้วซีเอ็นสำหรับขนมชาที่ได้รับพิจารณา มี 2 แบบ คือ A12 และ D3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

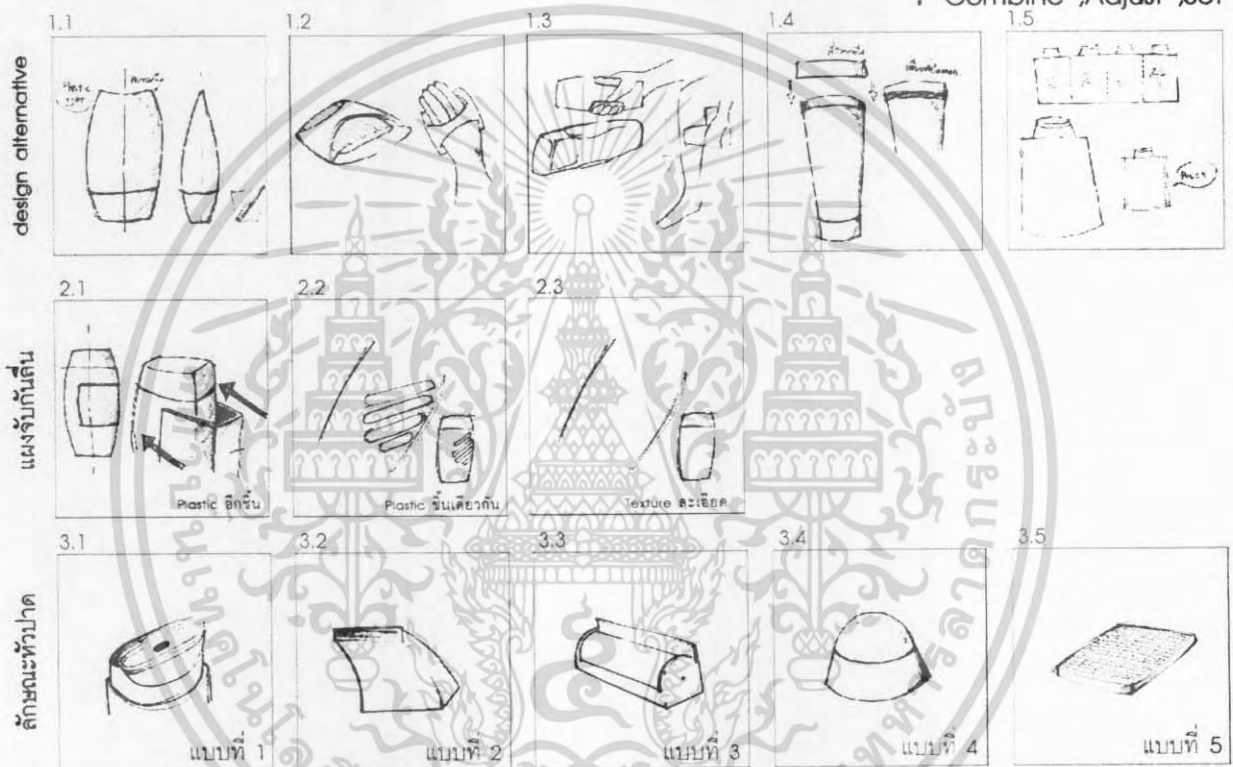
การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และหีบห่อครีมทำเล็บ

ตัวเลือกที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับครีมทำเล็บ

ครีมทำเล็บ

Solution 1

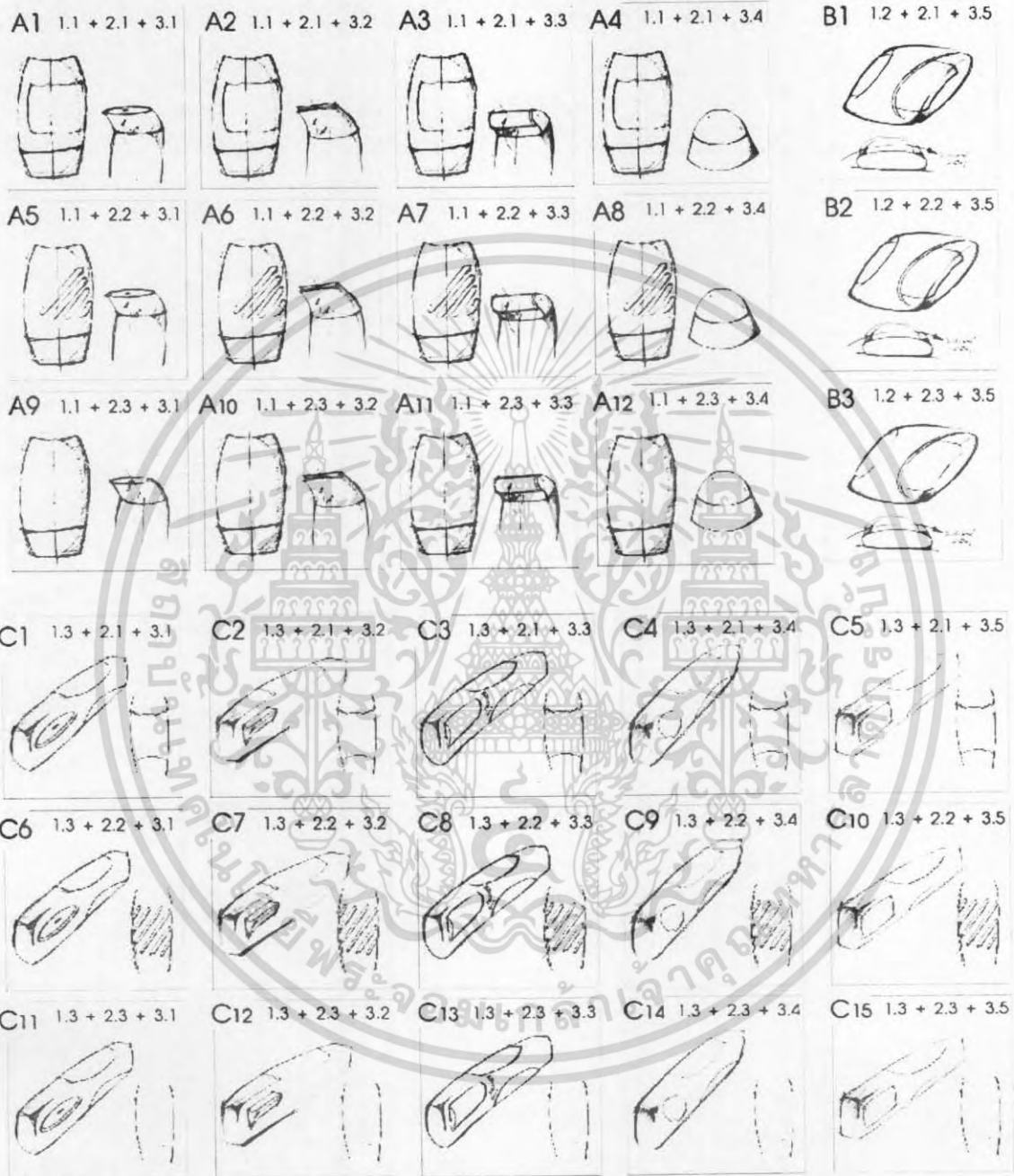
: Combine ,Adjust ,Set



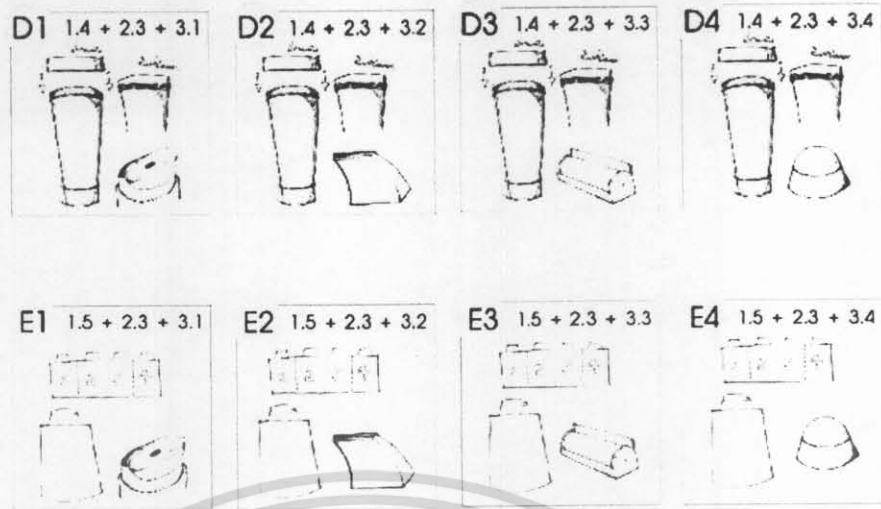
ภาพที่ 3.26 ตัวเลือกรูปแบบต่างๆ ที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับครีมทำเล็บ

แบบทางเลือกทั้งหมดของบรรจุภัณฑ์ที่เตรียมทำให้นรวดเร็ว

Design Alternative



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.27 แบบบรรจุภัณฑ์ครีมทำให้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นทางเลือกทั้งหมด



การวิเคราะห์แบบบรรจุภัณฑ์เตรียมทำพิมพ์ร่างสำหรับโฆษณา

ตารางที่ 3.5 ตารางวิเคราะห์ความเหมาะสมของแบบบรรจุภัณฑ์เตรียมทำพิมพ์ร่างสำหรับโฆษณา

क्रमทำโฆษณา
สำหรับ แบบ-ขา

ข้อบกพร่อง / ความต้องการผลิตภัณฑ์	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	B1	B2	B3	C1	C2	C3	C4	C6	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	C14	C15	D1	D2	D3	D4	E1	E2	E3	E4	รวม		
ความชอบส่วนตัว	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1
ความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
ความเหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ความเหมาะสมในการใช้งาน	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ระยะเวลาในการเตรียมงาน	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1
ต้นทุน	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1
จุดประสงค์	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
จุดประสงค์ตามเงื่อนไขผลิตภัณฑ์	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	
(ตามสิ่งที่เรารวบรวมไว้)																																									
ระยะเวลาในการเตรียมงาน	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	
ความเหมาะสม	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	
ต้นทุน	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5
รวม	40	38	38	38	40	40	40	40	41	39	39	39	35	35	34	41	39	39	39	39	41	39	39	39	39	40	38	38	38	38	40	39	39	37	31	31	31	31	21		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่ควรนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ควรกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.8 ตารางวิเคราะห์ความเหมาะสมของแบบบรรจุภัณฑ์ที่ทำให้ขบเร่งสำหรับใบหน้า

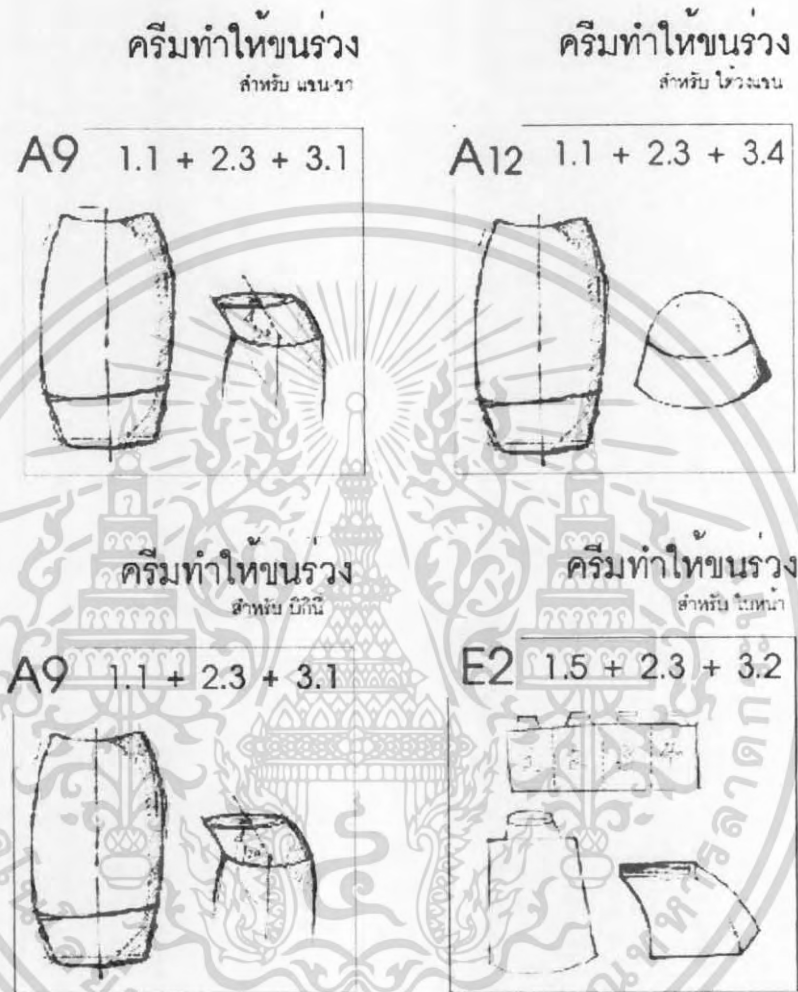
क्रमทำไทนนวน
คำพิบ ใบหน้า

เงื่อนไข / ความต้องการผลิตภัณฑ์	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	B1	B2	B3	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	C14	C15	D1	D2	D3	D4	E1	E2	E3	E4	ของเดิม		
ขนาดกล่องเล็กถึง	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	
ขนาดกล่องใหญ่	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	
น้ำหนักบรรจุภัณฑ์	4	4	2	2	2	4	4	2	2	2	4	4	1	1	1	4	4	2	2	2	4	4	2	2	2	4	4	2	2	4	4	2	2	4	4	5	5	2	2		
ความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	
ความสะดวกในการใช้งาน	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	
ความสวยงาม	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	
ต้นทุน	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	
ความปลอดภัย	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	
คุณสมบัติความทนทาน	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	
คุณสมบัติความทนทาน (รวมฟังก์ชันการใช้งาน)	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	
ความสะดวกในการใช้งาน	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
ความสวยงาม	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
ต้นทุน	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	
ความปลอดภัย	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5
รวม	39	39	37	37	37	39	39	37	36	36	38	38	33	33	32	35	35	33	33	33	36	36	34	34	34	36	36	34	34	34	39	39	37	38	44	43	42	42	21		



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่... ไม่ควรนำออกนอกห้องเรียน... ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า... ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์แบบบรรจุภัณฑ์ครีมทำไขนร่ว



- ภาพที่ 3.28 แบบบรรจุภัณฑ์ครีมทำไขนร่วสำหรับแวนิลที่ได้รับการคัดเลือก คือ A9
- ภาพที่ 3.29 แบบบรรจุภัณฑ์ครีมทำไขนร่วสำหรับไข่หวานที่ได้รับการคัดเลือก คือ A12
- ภาพที่ 3.30 แบบบรรจุภัณฑ์ครีมทำไขนร่วสำหรับบิกินีที่ได้รับการคัดเลือก คือ A9
- ภาพที่ 3.31 แบบบรรจุภัณฑ์ครีมทำไขนร่วสำหรับไขหวานที่ได้รับการคัดเลือก คือ E2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

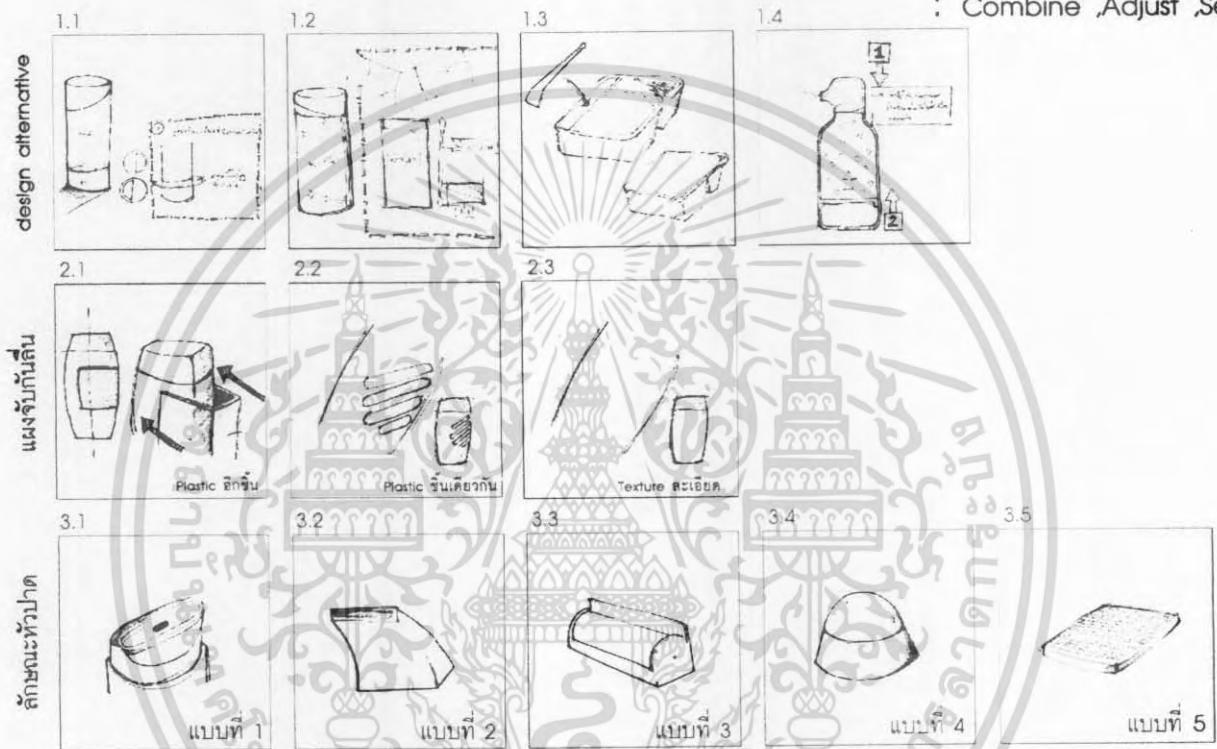
การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และหีบห่อครีมฟอกสีฟัน

ตัวเลือกที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับครีมฟอกสีฟัน

ครีมฟอกสีฟัน

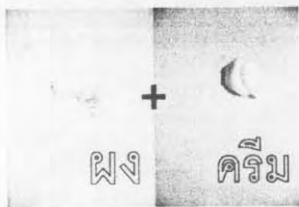
Solution 1

: Combine ,Adjust ,Set



ภาพที่ 3.37 ตัวเลือกรูปแบบต่างๆ ที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับครีมฟอกสีฟัน

การทดสอบ การเขย่า และ การคน



นำมาผสมกัน

1. วิธีเก่า : การคน



ผลลัพธ์ : เนื้อครีมสามารถผสมกันได้เป็นอย่างดี
(เนื้อครีมละเอียดมีฟองเล็กน้อย)



2. วิธีใหม่ : การเขย่า

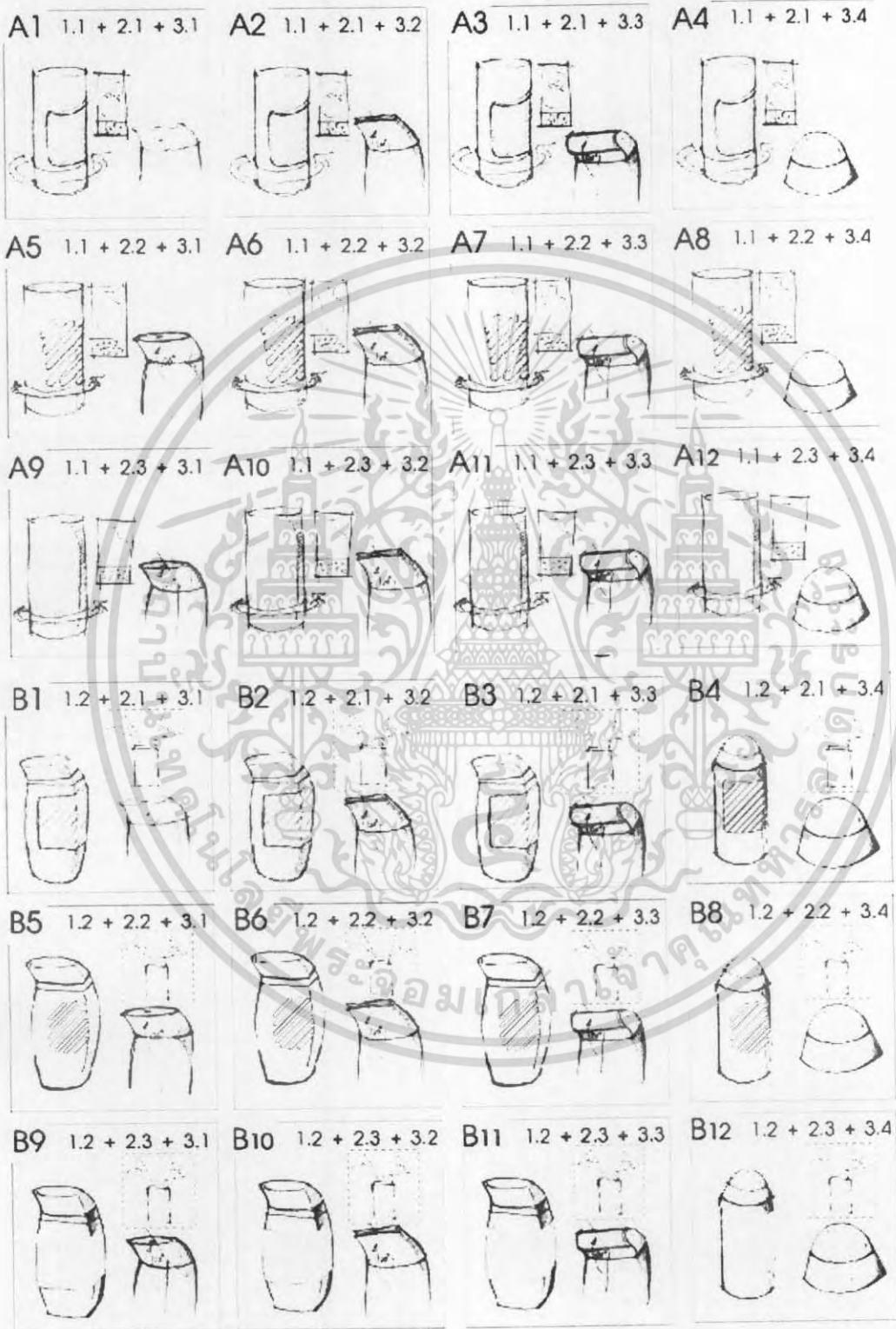


ผลลัพธ์ : เนื้อครีมสามารถผสมกันได้เป็นอย่างดี
(เนื้อครีมละเอียดมีฟองเล็กน้อย)

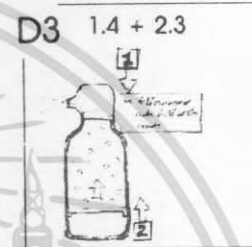
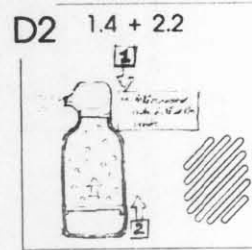
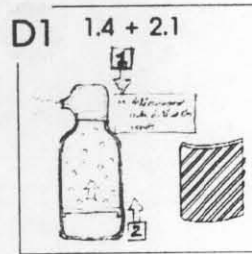
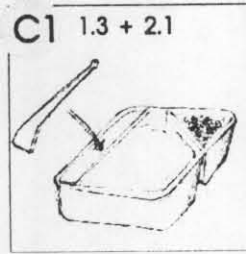
จากการทดลองพบว่า สามารถนำวิธีใหม่ คือ การเขย่ามาใช้ในการผสมผลิตภัณฑ์กับตัวด้วยกัน เป็นการปฏิบัติตามสะดวกในการใช้งานให้กับผู้บริโภค

แบบทางเลือกทั้งหมดของบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มรสเย็น

Design Alternative



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.38 แบบบรรจุภัณฑ์ครีมฟอกสีฟันที่เป็นทางเลือกทั้งหมด



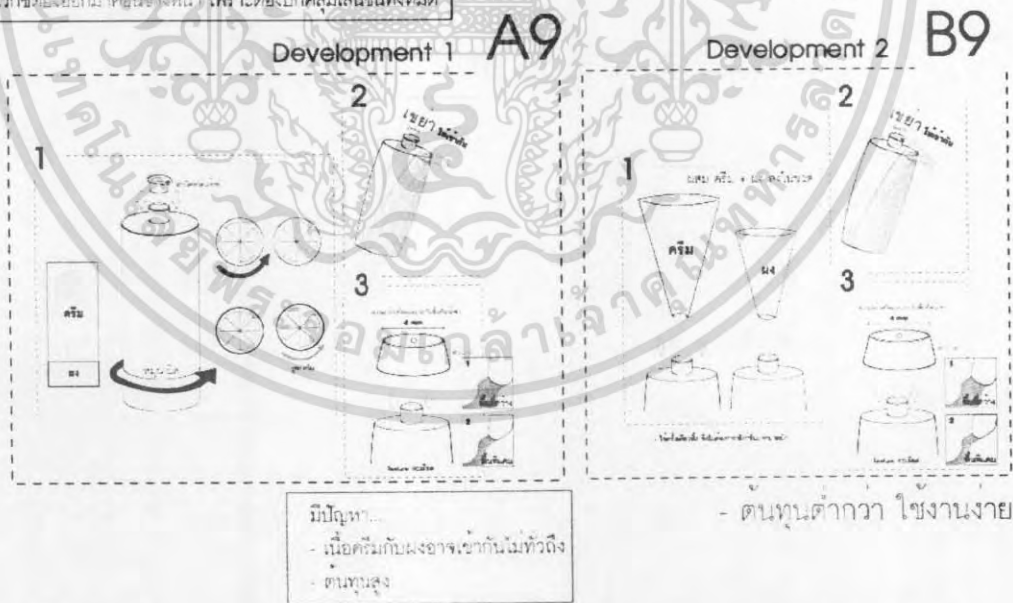
การวิเคราะห์แบบบรรจุภัณฑ์ครีมฟอกสีขนสำหรับขนขา

ตารางที่ 3.9 ตารางวิเคราะห์ความเหมาะสมของแบบบรรจุภัณฑ์ครีมฟอกสีขนสำหรับขนขา

ครีมฟอกสีขน
สำหรับ ขนขา

เงื่อนไข / ความต้องการของผลิตภัณฑ์	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	B10	B11	B12	C1	D1	D2	D3	ของเดิม	
สามารถกันชื้นได้ดี	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	1
รูปทรงเหมาะสมกับมือผู้บริโภค	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
น้ำหนักเหมาะสมกับระดับกิจกรรมที่ผู้ใช้จะสวม	2	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	4	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	-
ความสะดวกในการใช้งาน	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ระยะเวลา(ความรวดเร็ว)ในการใช้งาน	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1
ลดขั้นตอน	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1
จัดเก็บสะดวก	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
ก่อนผู้บริโภคสามารถใช้งานได้ดีที่สุด (ความสัมพันธ์ระหว่างใช้กับผลิตภัณฑ์)	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
เหมาะสมกับวิถีชีวิตของอาสาสมัคร	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2
ความสวยงาม	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
ผลิตได้ง่าย	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	5
รวม	40	38	38	38	40	40	40	40	39	39	39	35	35	34	41	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39	40	38	33	21	

ความต้องการของหัวหน้า
- ใช้สำหรับครีม ซึ่งพื้นที่ลักษณะเรียบแต่ยาว
- เนื้อแก้วต้องเอียงมากสุดในทางขวา เพราะต้องปากกลมเส้นทั้งหมด



ภาพที่ 3.39 แบบบรรจุภัณฑ์ครีมฟอกสีขนสำหรับขนขาที่ได้รับการคัดเลือก คือ A9 และ B9

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

• ตารางที่ 3.10 ตารางวิเคราะห์ความเหมาะสมของแบบบรรจุภัณฑ์ครีมฟอกสีขนสำหรับใบหน้า

ครีมฟอกสีขน
สำหรับ แขนขา

เงื่อนไข / ความต้องการของผลิตภัณฑ์	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	B10	B11	B12	C1	D1	D2	D3	ของเดิม
สามารถกันสิ่งสกปรก	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	1
รูปทรงเหมาะสมกับบริเวณที่ใช้	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
ใช้ผงระคายเคืองกับผิวหนังน้อย	2	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	4	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	-
ความสะดวกในการใช้งาน	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ระยะเวลา(ความรวดเร็วในการใช้งาน)	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1
ลดขั้นตอน	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1
จัดเก็บสะดวก	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
กลุ่มผู้บริโภคสามารถใช้งานได้ดีที่สุด (ความพึงพอใจระหว่างผู้ใช้กับผลิตภัณฑ์)	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
เหมาะสมกับวิถีชีวิตของกลุ่มเป้าหมาย	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2
ความสวยงาม	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
ผลิตได้ง่าย	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	5
รวม	40	38	38	38	40	40	40	40	39	39	39	35	35	34	41	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39	40	38	38	21

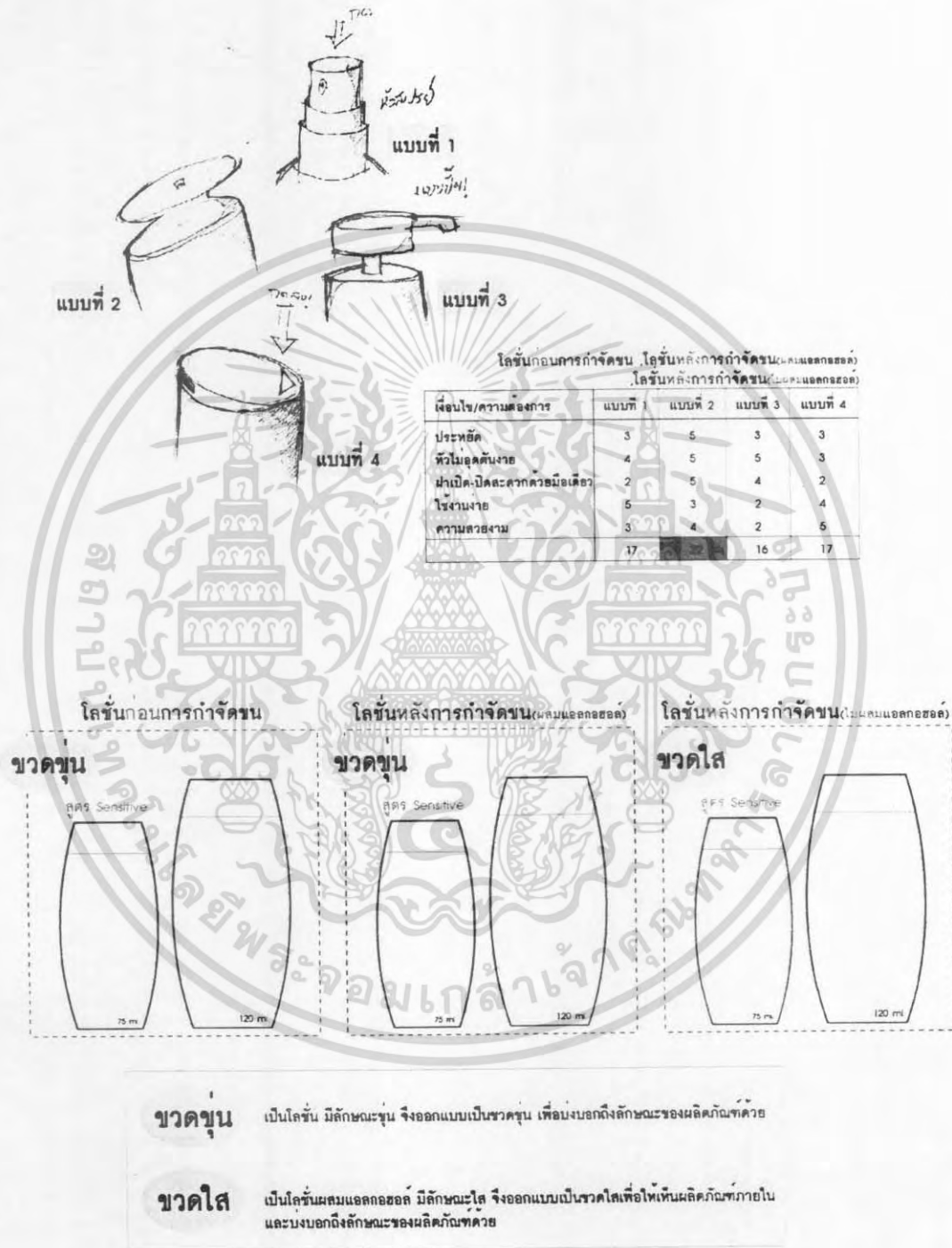


ภาพที่ 3.40 แบบบรรจุภัณฑ์ครีมฟอกสีขนสำหรับใบหน้าที่ได้รับการคัดเลือก คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์โลชั่น

แบบทางเลือกและตารางวิเคราะห์ซองบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์โลชั่น



ภาพที่ 3.41 ตัวเลือกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์โลชั่น 4 แบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการศึกษาไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 การพัฒนาแบบ

3.3.1 การออกแบบโลโก้กับวงตราสินค้า

แนวทางชื่อผลิตภัณฑ์			ความต้องการของชื่อผลิตภัณฑ์
ชื่อผลิตภัณฑ์	อ่านออกเสียง	ความหมาย	
Peel	พีล	ลอก, ปอก	1. สามารถสื่อถึงภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ 2. ทันสมัย เป็นสากล 3. แตกต่างจากคู่แข่ง 4. ใช้ภาษาได้ดี ฟังแล้วไพเราะ 5. จดจำได้ง่าย
Reveal	รี-วีล	เปิดเผย, เผย, แสดง, ความสว่าง	
Pare	แพร์	ปอกเปลือก, ปอก, ตัด	
Bare	แบร์	เผยให้เห็น, เปิด, เผย, เปลือย	
Bloss	บลอส	แย้ม, ผลิ	
Smooth&Skin	สมูท-แอนด์-สกิน	ผิวที่เรียบเนียน	
Kernal	เคอ-เนล	เนื้อในของไม้เปลือกแข็ง	

ตารางที่ 3.11 ตารางวิเคราะห์การเลือกชื่อผลิตภัณฑ์

หมายเหตุ 5 = ดีมาก , 4 = ดี , 3 = ปานกลาง , 2 = พอใช้ , 1 = ไม่ค่อยดี

ความต้องการของชื่อผลิตภัณฑ์	Peel	Reveal	Pare	Bare	Bloss	Smooth&Skin	Kernal
1. สามารถสื่อถึงภาพลักษณ์	5	5	3	3	3	4	5
2. ทันสมัย เป็นสากล	4	4	4	4	4	4	4
3. แตกต่างจากคู่แข่ง	5	4	4	4	3	2	5
4. ใช้ภาษาได้ดี ฟังแล้วไพเราะ	4	4	3	3	3	3	5
5. จดจำได้ง่าย	4	3	4	4	4	4	4
รวม	22	20	18	18	17	17	23

แนวทางการออกแบบโลโก้



ภาพที่ 3.42 ภาพแสดงตัวเลือกของการออกแบบโลโก้ของตราสินค้า 6 แบบ

ตารางที่ 3.11 ตารางวิเคราะห์การเลือกแบบโลโก้ของตราสินค้า

หมายเหตุ 5 = ดีมาก , 4 = ดี , 3 = ปานกลาง , 2 = พอใช้ , 1 = ไม่ค่อยดี

เงื่อนไขในการพิจารณา	แบบที่ 1	แบบที่ 2	แบบที่ 3	แบบที่ 4	แบบที่ 5	แบบที่ 6
1. เหมาะสมกับบุคลิกภาพของตราสินค้า	4	3	3	4	5	5
2. สื่อความหมายชัดเจน	2	3	2	3	4	4
3. สวยงามและง่ายต่อการจดจำ	3	3	3	3	5	5
4. เหมาะแก่การนำไปจัดวางบนสินค้า	4	2	3	5	5	4
รวม	13	11	11	15	19	18



ภาพที่ 3.43 ภาพแสดงแบบของตราสินค้า

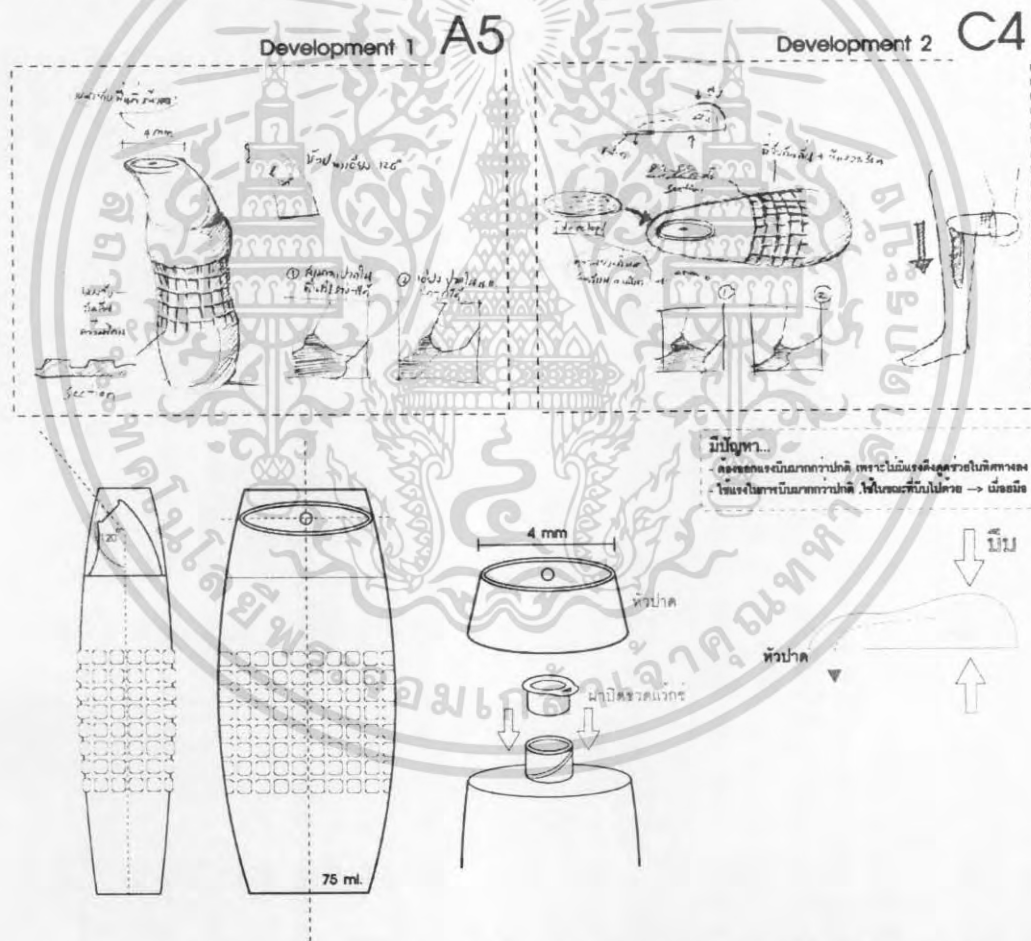
3.3.2 การพัฒนาโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์

การพัฒนาโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์เว็ทซ์วุ้น

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เว็ทซ์วุ้นสำหรับแบนและชา

การพิจารณาระหว่างแบบ A5 กับแบบ C4

จากแบบบรรจุภัณฑ์ที่คัดเลือกไว้พิจารณา คือ แบบ A5 และแบบ C4 จากการพิจารณาพบว่า แบบ A5 มีความเหมาะสมกว่าแบบ C4 เนื่องจากแบบ C4 มีปัญหาในการใช้งาน ต้องออกแรงบีบมากกว่าปกติ เนื่องจากจับถือขวดในแนวนอน ทำให้การไหลของเว็ทซ์ไม่มีแรงดึงดูดช่วยเสริม ต้องออกแรงบีบมากกว่าปกติ เป็นผลทำให้ผู้ใช้เมื่อยมือ



ภาพที่ 3.44 ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างในขั้นตอนสุดท้ายของผลิตภัณฑ์เว็ทซ์วุ้นสำหรับแบน-ชา

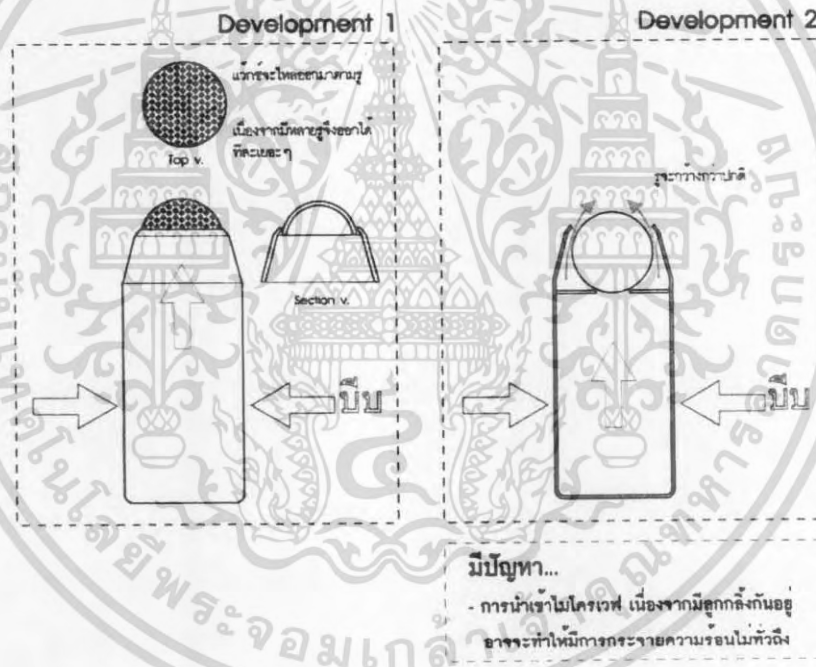
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์แก้วช้อนสำหรับใต้วงแขน

การพิจารณาแบบ A8

ความต้องการของหัวปาดแก้วช้อนที่ใช้สำหรับใต้วงแขน มีเงื่อนไขเฉพาะที่ต้องนำมาพิจารณา คือ บริเวณใต้วงแขนที่ทาจะเป็นพื้นที่ลักษณะโค้ง ดังนั้นหัวปาดที่จะนำมาพิจารณา ต้องสามารถบีบเนื้อแก้วออกมาได้ปริมาณมาก และสามารถทาในพื้นที่ที่มีลักษณะโค้งได้

หัวปาดที่สามารถบีบเนื้อแก้วออกมาได้ปริมาณมากมี 2 แบบ คือ แบบที่ 1 เป็นแบบมีรูพรุน และแบบที่ 2 เป็นแบบลูกกลิ้งที่มีรูหรือช่องว่างมากกว่าปกติ การพิจารณาพบว่าแบบที่ 2 มีปัญหาการใช้งานเมื่อนำเข้าไปอุ่นในไมโครเวฟ ลูกกลิ้งที่กั้นอยู่ อาจทำให้การกระจายความร้อนไม่ทั่วถึง และอาจทำให้เกิดการระเบิดได้



ภาพที่ 3.45 การพิจารณาการใช้งานระหว่างหัวปาดแบบที่1 กับหัวปาดแบบที่2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้มีการทดลองนำหัวปาดแบบที่ 1 ซึ่ง มาใช้ปาดทากับงานทรงโค้ง พบว่าการปาดสามารถควบคุมให้มีปริมาณของเหลวไหลออกมาใน ปริมาณมากบนพื้นที่โค้งได้

ภาพที่ 3.46 การทดลองใช้หัวปาดแบบที่ 1 กับงานทรงโค้ง พบว่าสามารถ ปริมาณของเหลวออกมาและควบคุมได้ง่าย



ภาพที่ 3.47 ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างในขั้นตอนสุดท้ายของผลิตภัณฑ์แว็กซ์อ่อนสำหรับไดวงแขน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

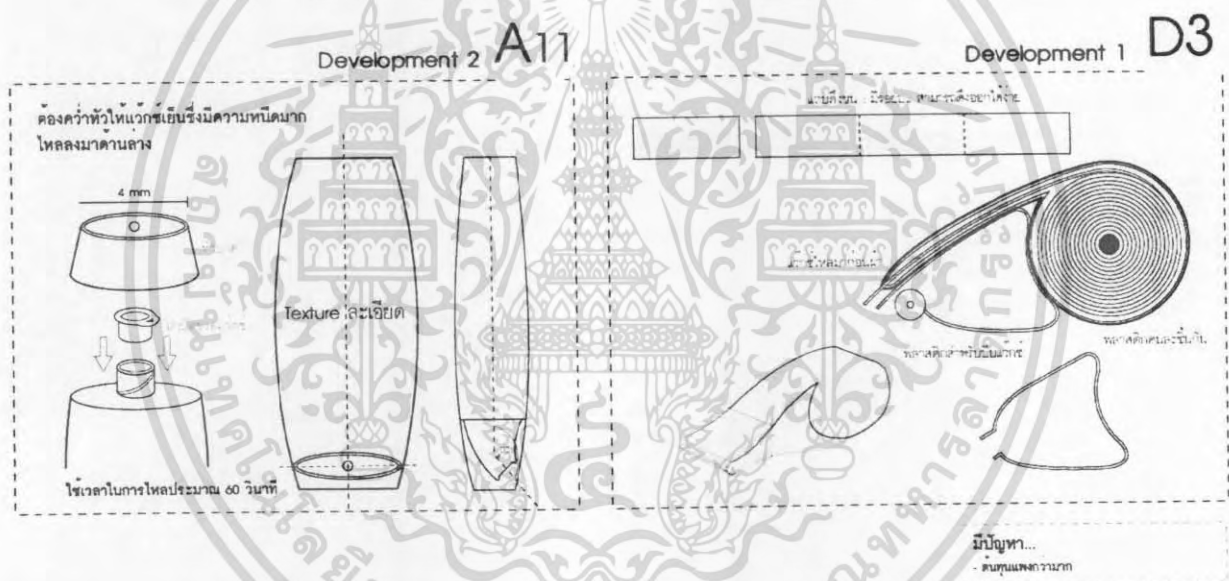
การพัฒนาโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์เว็กซ์เย็น

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เว็กซ์เย็นสำหรับแบบและขา

การพิจารณาระหว่างแบบ A11 กับแบบ D3

ความต้องการของหัวปาดเว็กซ์เย็นที่ใช้สำหรับแขน-ขา จะต้องสามารถใช้งานได้ดีกับพื้นที่เรียบและกว้าง สามารถปาดเนื้อเว็กซ์ได้บริเวณกว้างและบางที่สุด

จากแบบบรรจุภัณฑ์ที่คัดเลือกไว้พิจารณา คือ แบบ D3 และแบบ A11 การพิจารณาพบว่าแบบ D3 มี ปัญหาต้นทุนการผลิตแพงกว่ามาก แบบ A11 จึงมีความเหมาะสมกว่า



ภาพที่ 3.48 ภาพแสดงการพิจารณาระหว่างแบบ A11 กับแบบ D3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.49

ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างในขั้นตอนสุดท้ายของผลิตภัณฑ์แก้วเขียนสำหรับแขน-ขา



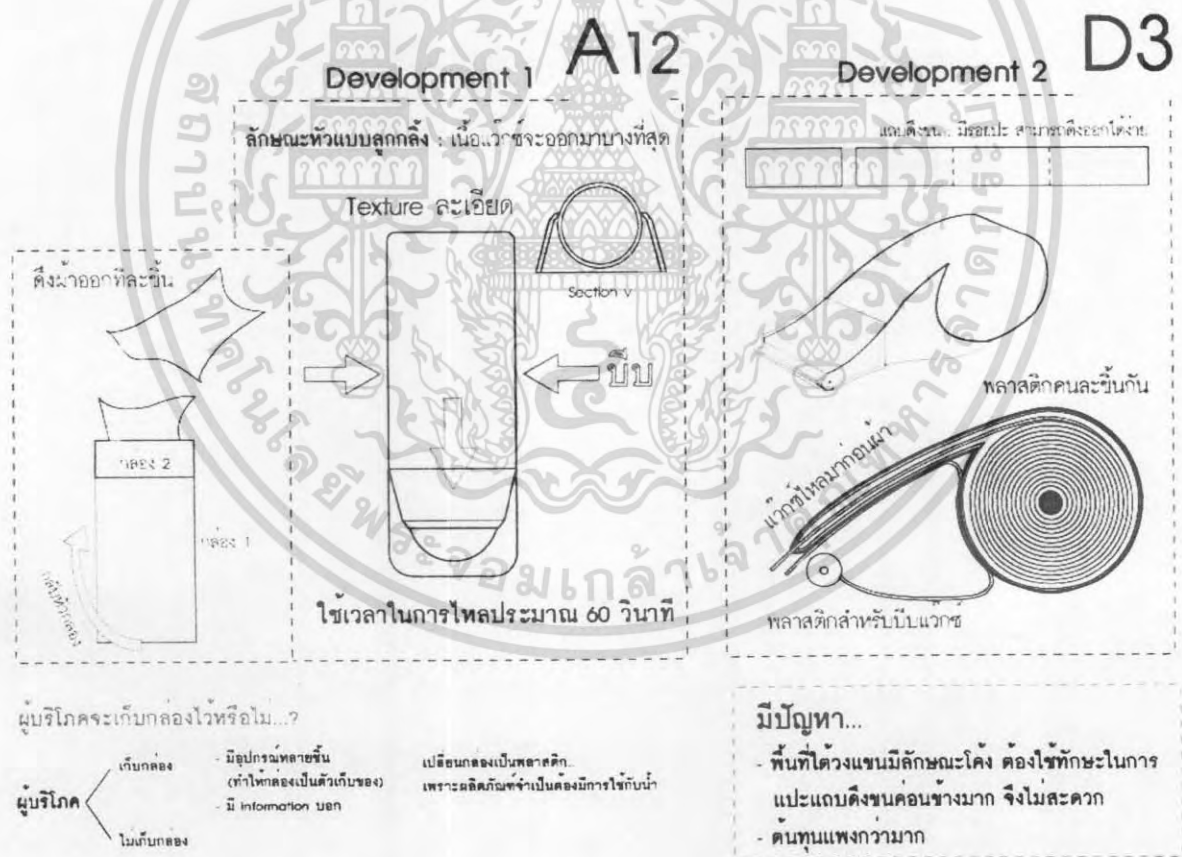
การพัฒนาโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์เว็กซ์เยิน

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เว็กซ์เยินสำหรับแบนและขา

การพิจารณาระหว่างแบบ A12 กับแบบ D3

ความต้องการของหัวปาดเว็กซ์เยินที่ใช้สำหรับได้วงแขน จะต้องใช้งานได้ดีกับพื้นที่มีลักษณะโค้ง สามารถปาดเนื้อเว็กซ์เยินได้บางที่สุด

จากแบบบรรจุภัณฑ์ที่คัดเลือกไว้พิจารณา คือ แบบ A12 และแบบ D3 การพิจารณาพบว่าแบบ D3 มีปัญหาต้นทุนการผลิตแพงกว่ามาก แบบ A12 จึงมีความเหมาะสมกว่า



ภาพที่ 3.50 ภาพแสดงการพิจารณาระหว่างแบบ A12กับแบบ D3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



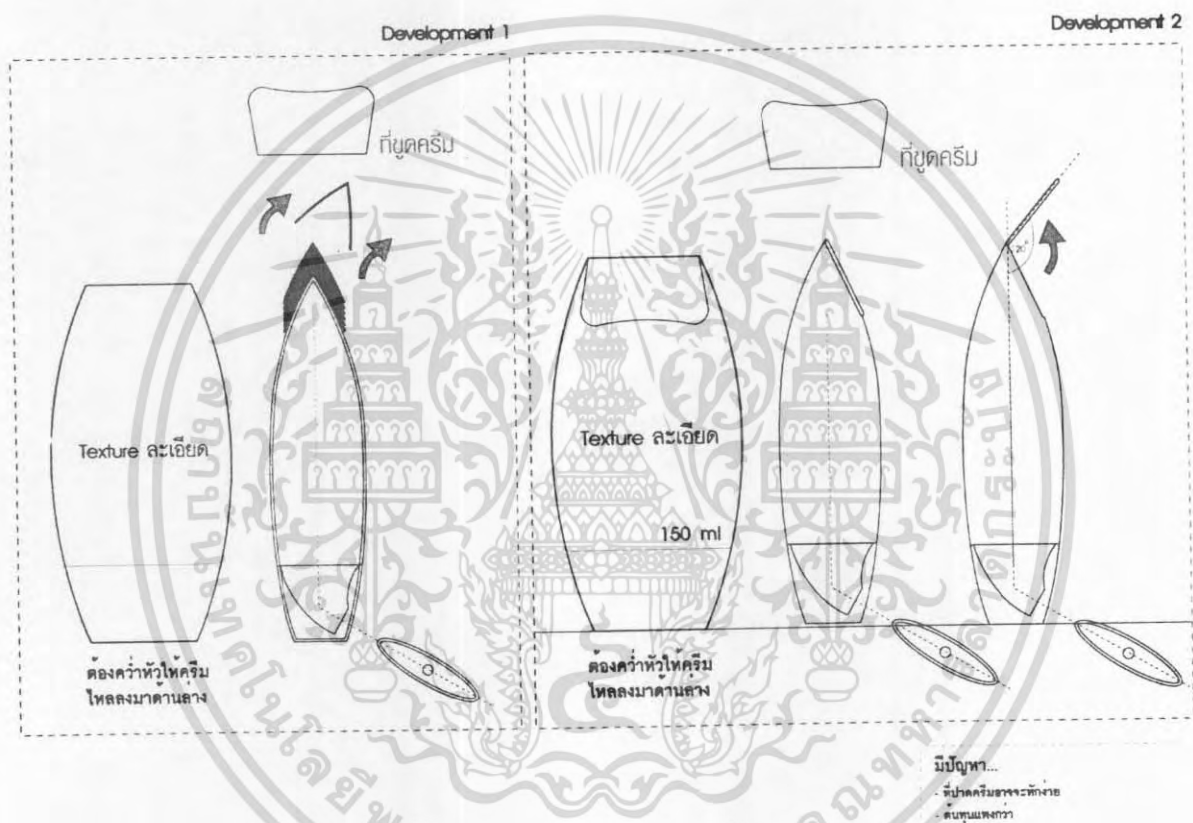
ภาพที่ 3.51 ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างในขั้นตอนสุดท้ายของผลิตภัณฑ์แก้วเขียนสำหรับใต้วงแขน

การพัฒนาโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ครีมทำให้น่าสนใจ

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ครีมทำให้น่าสนใจสำหรับแบนและชา

การพิจารณาระหว่าง development1 กับ development2

จากแบบบรรจุภัณฑ์ที่คัดเลือกไว้พิจารณา คือ development1 กับ development2 การพิจารณาพบว่า development2 มีปัญหาในเรื่องการใช้งานที่ปาดจะหักได้ง่าย development1 จึงมีความเหมาะสมกว่า



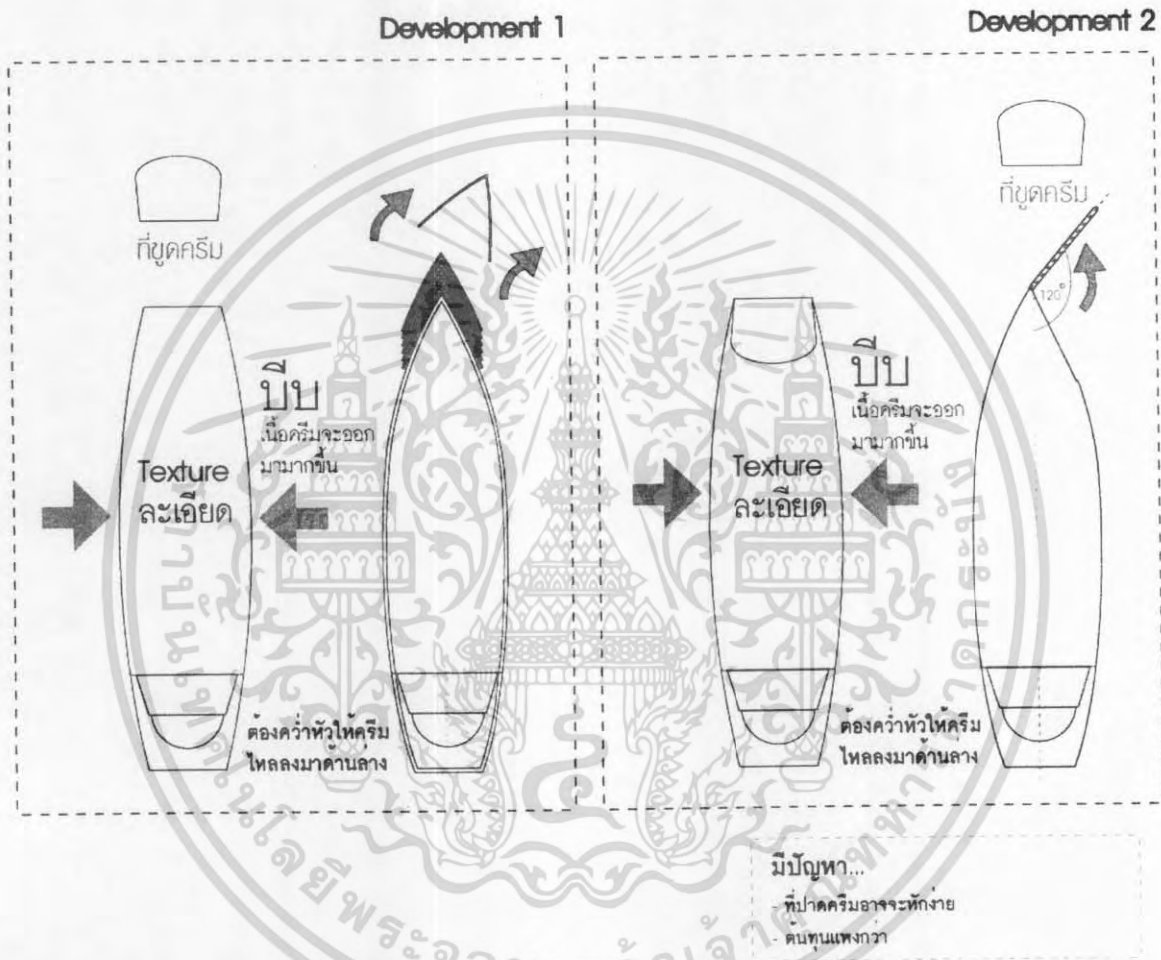
ภาพที่ 3.52 ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างในขั้นตอนสุดท้ายของผลิตภัณฑ์ครีมทำให้น่าสนใจสำหรับแบนและชา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ครีมทำให้นื่องสำหรับตีวงแบบ

การพิจารณาระหว่าง development1 กับ development2

จากแบบบรรจุภัณฑ์ที่คัดเลือกไว้พิจารณา คือ development1 กับ development2 การพิจารณาพบว่า development2 มีปัญหาในเรื่องการใช้งาน ที่ปาดจะหักได้ง่าย development1 จึงมีความเหมาะสมกว่า

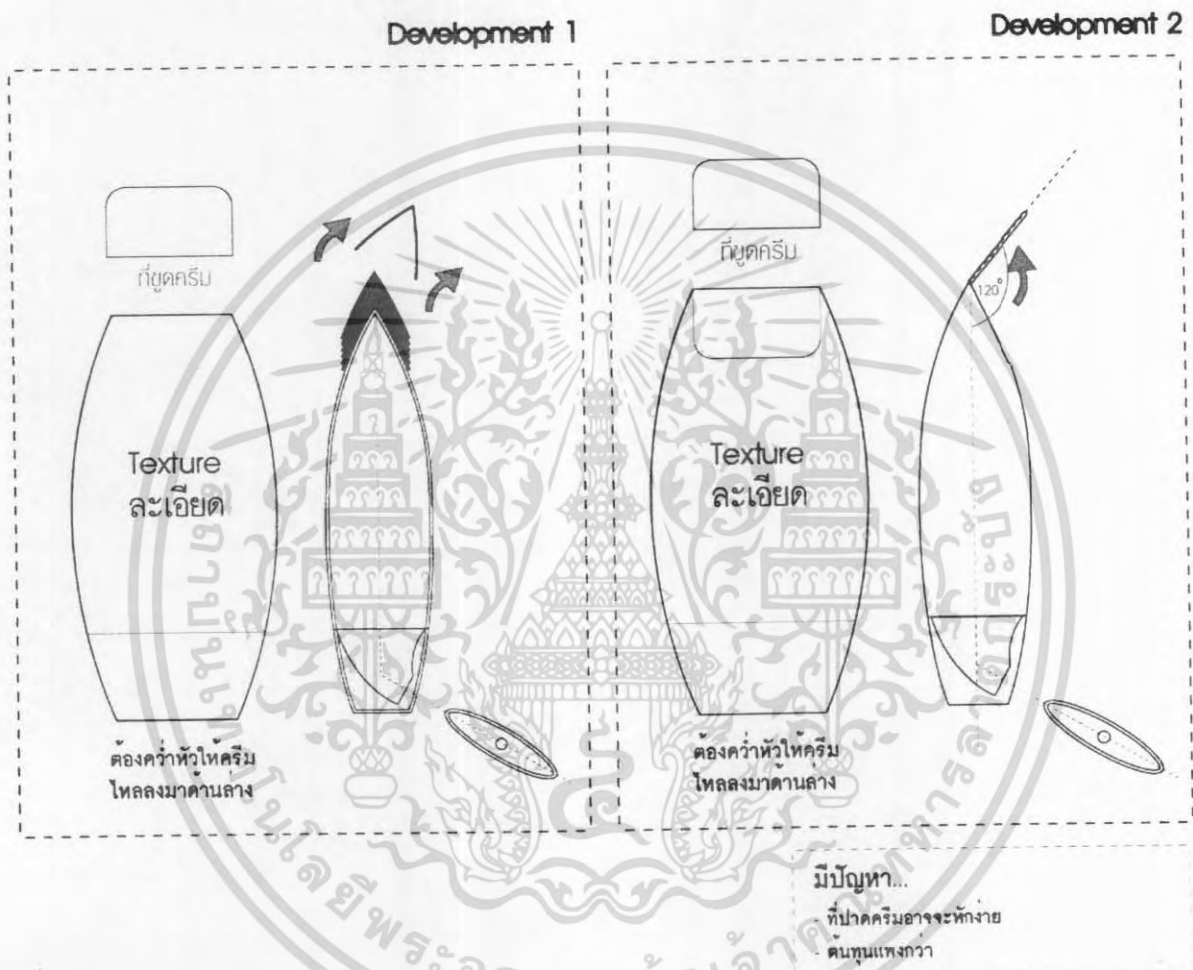


ภาพที่ 3.53 ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างในขั้นตอนสุดท้ายของผลิตภัณฑ์ครีมทำให้นื่องสำหรับตีวงแบบ

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ครีมทำให้ง่ายสำหรับบีบี

การพิจารณาระหว่าง development1 กับ development2

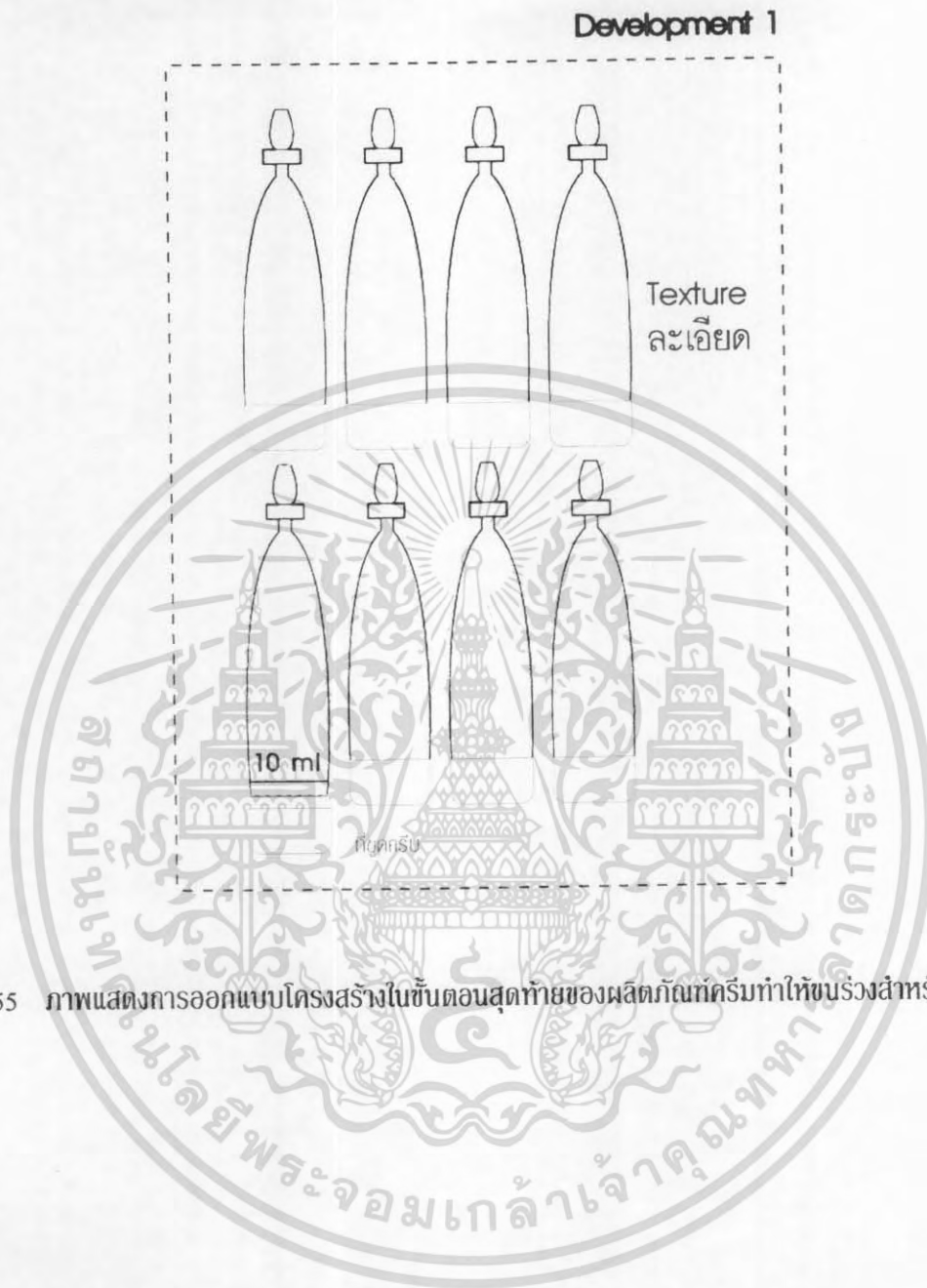
จากแบบบรรจุภัณฑ์ที่คัดเลือกไว้พิจารณา คือ development1 กับ development2 การพิจารณาพบว่า development2 มีปัญหาในเรื่องการใช้งาน ที่ปาดจะหักได้ง่าย development1 จึงมีความเหมาะสมกว่า



ภาพที่ 3.54 ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างในขั้นตอนสุดท้ายของผลิตภัณฑ์ครีมทำให้ง่ายสำหรับบีบี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ครีมทำให้นุ่มสำหรับใบหน้า



ภาพที่ 3.55 ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างในขั้นตอนสุดท้ายของผลิตภัณฑ์ครีมทำให้นุ่มสำหรับใบหน้า

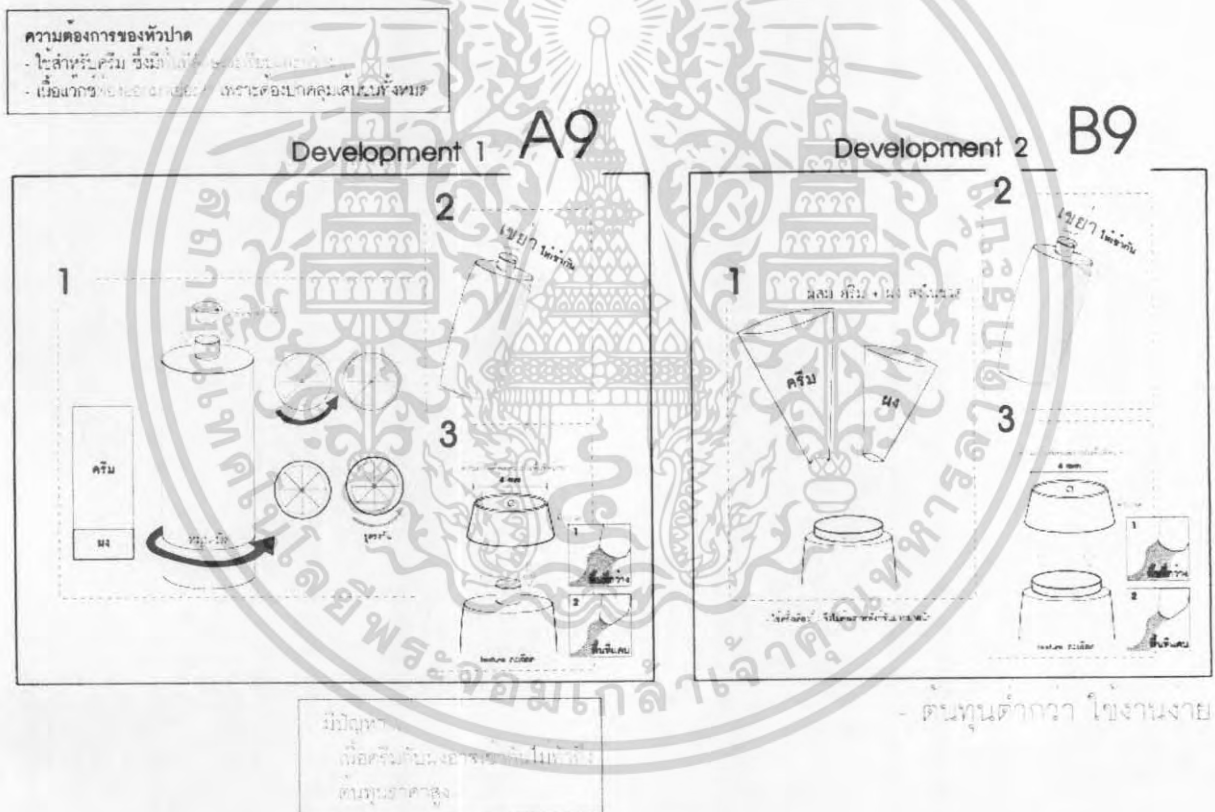
การพัฒนาโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ครีมฟอกสีขน

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ครีมฟอกสีขนสำหรับแบนและบา

การพิจารณาระหว่างแบบ A9 กับแบบ B9

ความต้องการของหัวปาดครีมฟอกสีขนที่ใช้สำหรับแบน-บา จะต้องสามารถใช้งานได้ดีกับพื้นที่เรียบและกว้าง สามารถปาดเนื้อครีมได้บริเวณกว้างและค่อนข้างหนา

จากแบบบรรจุภัณฑ์ที่คัดเลือกไว้พิจารณา คือ แบบ A9 และแบบ B9 การพิจารณาพบว่าแบบ A9 มีปัญหาต้นทุนการผลิตแพงกว่ามาก แบบ B9 จึงมีความเหมาะสมกว่า



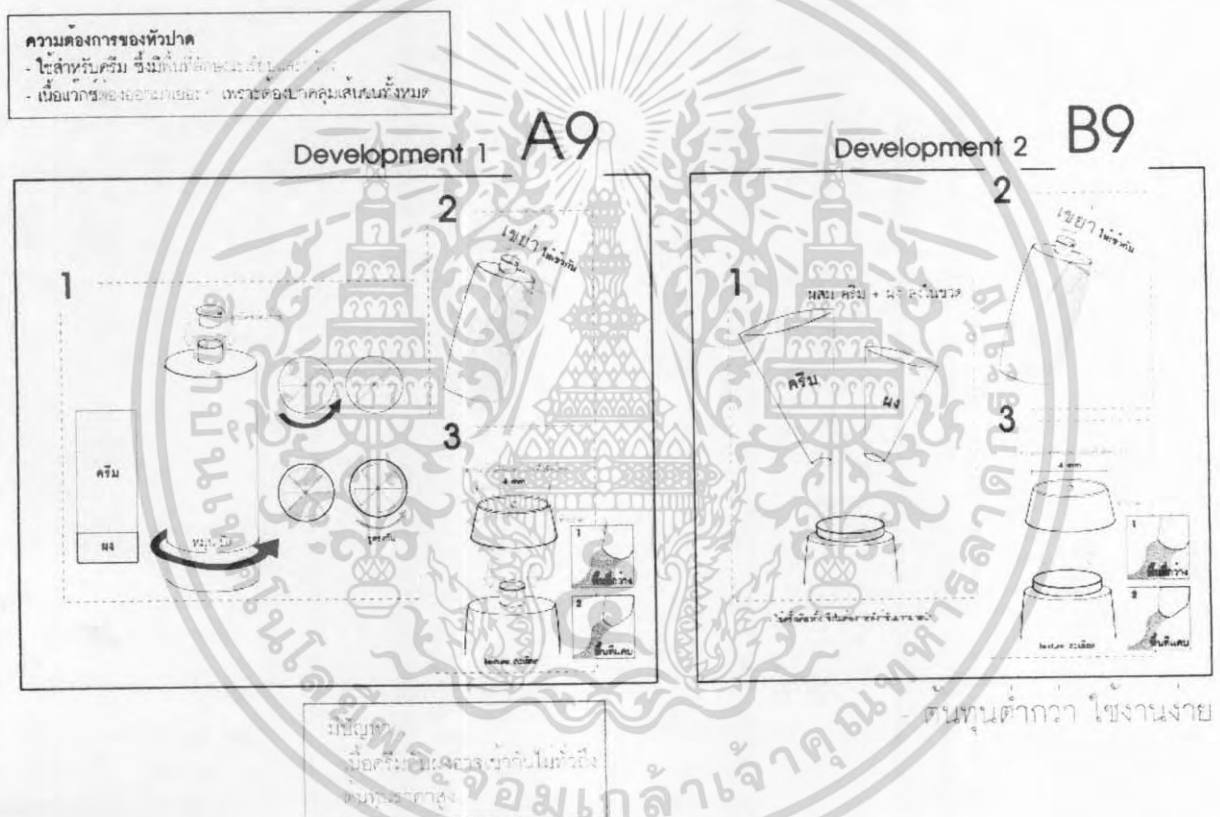
ภาพที่ 3.56 ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างในขั้นตอนสุดท้ายของผลิตภัณฑ์ครีมฟอกสีขนสำหรับแบนบา

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ครีมฟอกสีขนสำหรับใบหน้า

การพิจารณาระหว่างแบบ A9 กับแบบ B9

ความต้องการของหัวปาดครีมฟอกสีขนที่ใช้สำหรับใบหน้า จะต้องสามารถใช้งานได้ดีกับพื้นที่เล็กๆ และโค้ง สามารถปาดเนื้อครีมได้บริเวณเล็กๆ และค่อนข้างหนา

จากแบบบรรจุภัณฑ์ที่คัดเลือกไว้พิจารณา คือ แบบ A9 และแบบ B9 การพิจารณาพบว่าแบบ A9 มีปัญหา ต้นทุนการผลิตแพงกว่ามาก แบบ B9 จึงมีความเหมาะสมกว่า



ภาพที่ 3.57 ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างในขั้นตอนสุดท้ายของผลิตภัณฑ์ครีมฟอกสีขนสำหรับใบหน้า

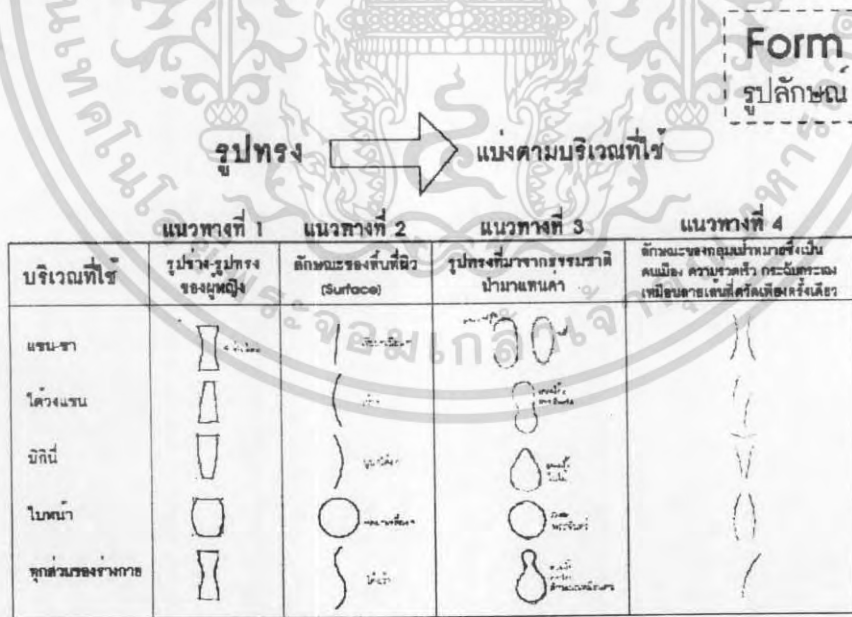
3.3. การออกแบบรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์

การออกแบบรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์ มีแนวความคิดในการออกแบบดังนี้



ภาพที่ 3.58 ภาพแสดงแผนผังแนวความคิดการออกแบบรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์

มีการออกแบบรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ โดยแบ่งออกตามบริเวณที่ใช้ผลิตภัณฑ์ มีแนวทางดังต่อไปนี้



ภาพที่ 3.59 ภาพแสดงแนวทางการออกแบบรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางที่ 1 รูปร่างรูปทรงของผู้หญิง



ภาพที่ 3.60 ภาพแสดงแนวทางการออกแบบรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ แนวทางที่ 1

แนวทางที่ 2 ลักษณะของพื้นที่ผิว

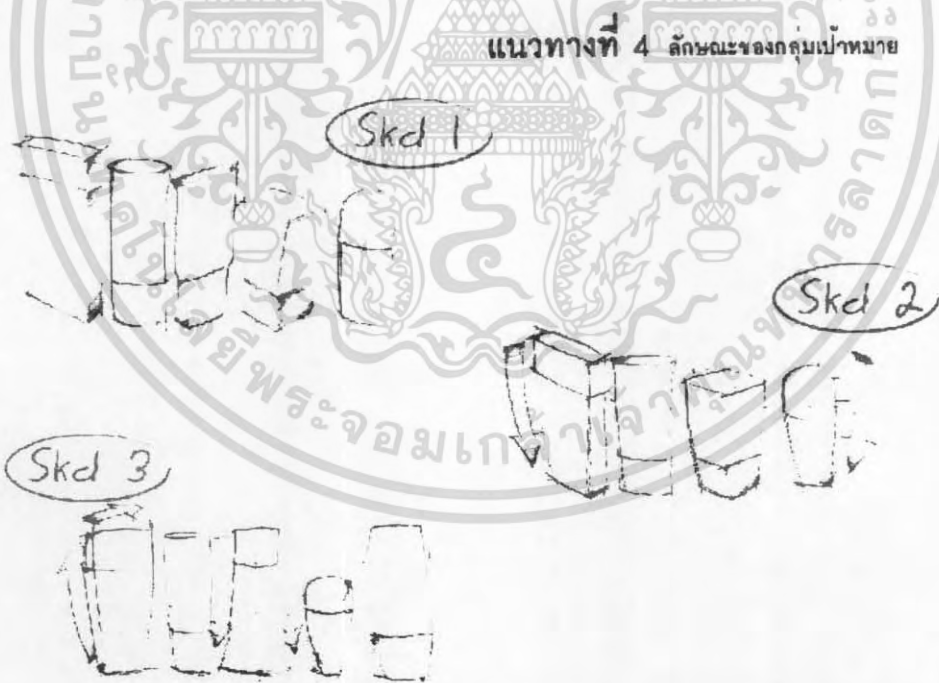


ภาพที่ 3.61 ภาพแสดงแนวทางการออกแบบรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ แนวทางที่ 2

แนวทางที่ 3 รูปทรงจากธรรมชาติ



ภาพที่ 3.62 ภาพแสดงแนวทางการออกแบบรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ แนวทางที่ 3



ภาพที่ 3.63 ภาพแสดงแนวทางการออกแบบรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ แนวทางที่ 4

3.3.4 การออกแบบกราฟฟิก

จากขั้นตอนการออกแบบรูปลักษณ์ ซึ่งได้รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ในโครงการแล้ว จึงทำการออกแบบกราฟฟิก โดยมีแนวความคิดในการออกแบบ ดังนี้

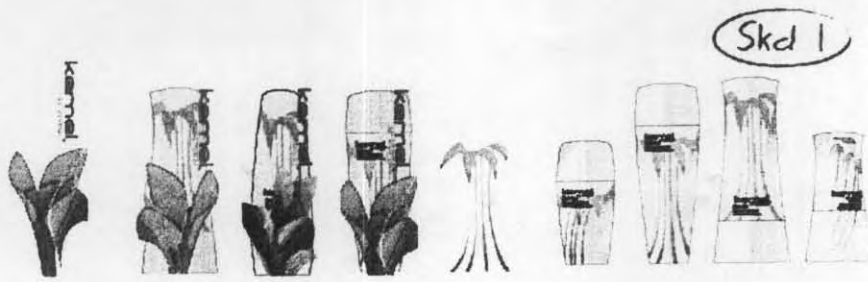
Design Concept : เผยความงามที่อยู่ข้างในตัวคุณ

- แนวทางที่ 1 การเปิดออก ปอกออก ฝานออก ให้เห็นเนื้อในที่แท้จริง
- แนวทางที่ 2 การผลิตผิว ผลิตใบ ตามธรรมชาติ
- แนวทางที่ 3 การเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งที่ดี



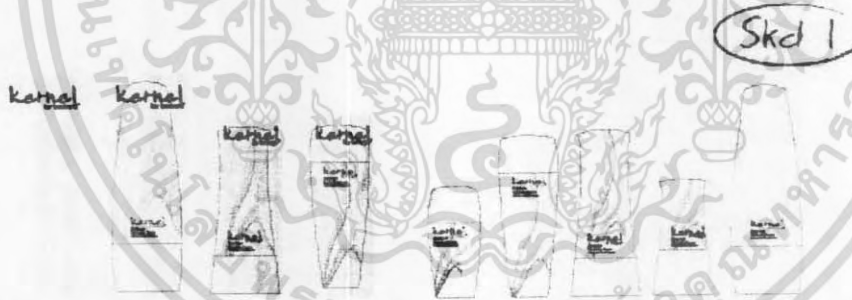
ภาพที่ 3.72 ภาพแสดงการออกแบบกราฟฟิกแนวทางที่ 1 การเปิดออก ปอกออก ฝานออก ให้เห็นเนื้อในที่แท้จริง

Route 2 การผลิตผิว ผัดใบ ตามธรรมชาติ



ภาพที่ 3.73 ภาพแสดงการออกแบบกราฟฟิกแนวทางที่ 2 การเปิดผลัดผิว ผัดใบ ตามธรรมชาติ

Route 3 การเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งที่ดี



ภาพที่ 3.74 ภาพแสดงการออกแบบกราฟฟิกแนวทางที่ 3 การเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งที่ดี

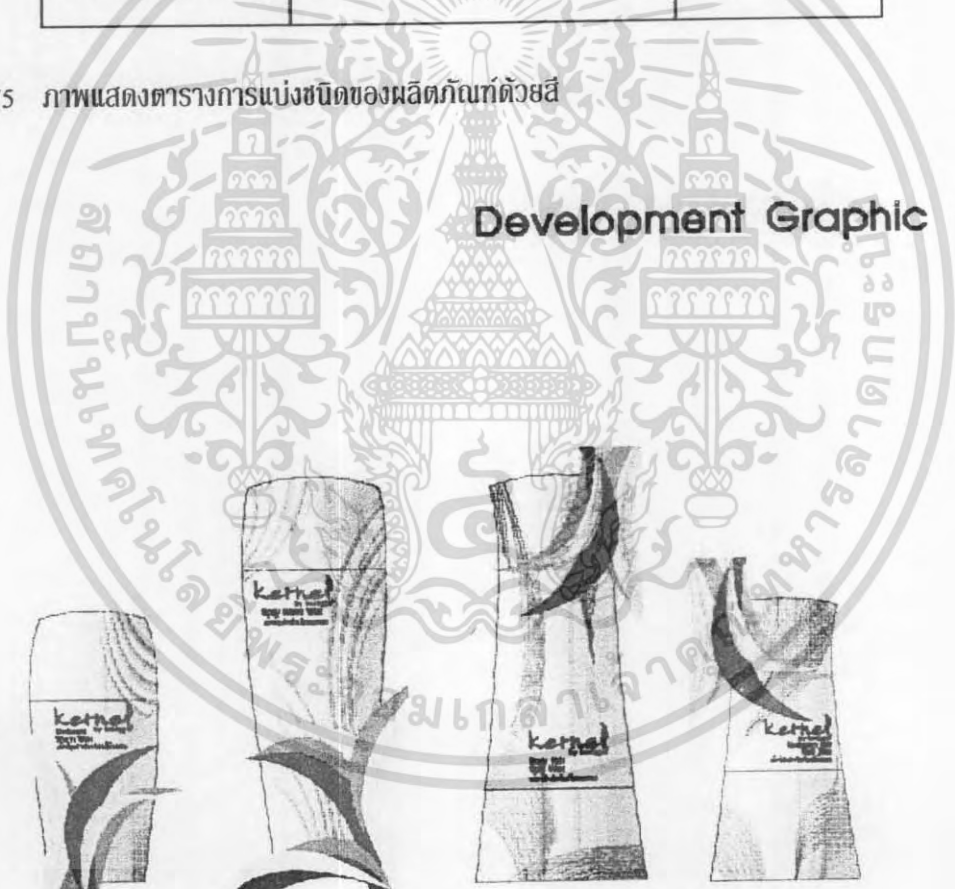
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีการแบ่งชนิดของผลิตภัณฑ์ โดยแบ่งออกด้วยสี ตามจุดเด่นของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด

แบ่งตามชนิดของผลิตภัณฑ์  สี

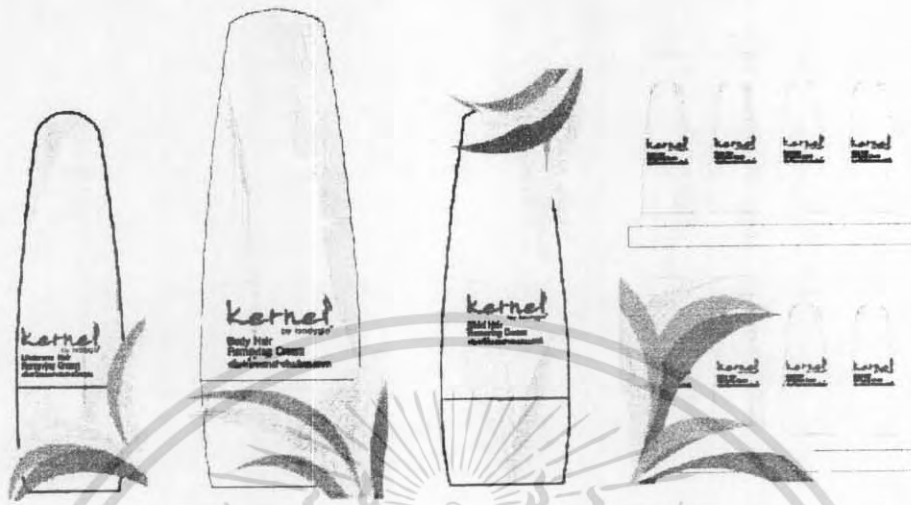
ชนิดของผลิตภัณฑ์	จุดเด่น	Colour
แว็กซ์อ่อน	ต้องนำไปอุ่นให้ความร้อนก่อนใช้	แดง ●
แว็กซ์เย็น	มีลักษณะตรงข้ามกับแว็กซ์อ่อน	ฟ้ามีเงิน ●○
แผ่นแว็กซ์	ลักษณะแผ่นเป็นสีน้ำตาลอ่อน	น้ำตาล ○
ครีมกำจัดขน	เป็นการกำจัดขนแบบsmooth(ไม่เจ็บเลย)	เขียว ●
ครีมฟอกสีขน	ทำให้ขนสีอ่อนและสว่างขึ้น	เหลือง ○
ผลิตภัณฑ์สำหรับทาบำรุง	สามารถใช้ได้กับทุกส่วนของร่างกาย	ชมพู ○

ภาพที่ 3.75 ภาพแสดงตารางการแบ่งชนิดของผลิตภัณฑ์ด้วยสี



ภาพที่ 3.76 ภาพแสดงผลงานการออกแบบในขั้นตอนสุดท้ายของบรรจุภัณฑ์แว็กซ์อ่อน แว็กซ์อ่อนสำหรับไต้หวัน แว็กซ์อ่อนสำหรับชนชา แว็กซ์เย็นสำหรับชนชา แว็กซ์เย็นสำหรับไต้หวัน (เรียงลำดับจากซ้ายไปขวา)

Development Graphic



ภาพที่ 3.77

ภาพแสดงผลงานการออกแบบในขั้นตอนสุดท้ายของ บรรจุภัณฑ์ครีมทำให้ขร่ง
 ครีมทำให้ขร่งสำหรับบริเวณแขนขา ครีมทำให้ขร่งสำหรับบริเวณบิกินี
 ครีมทำให้ขร่งสำหรับบริเวณใต้วงแขน ครีมทำให้ขร่งสำหรับบริเวณใบหน้า
 (เรียงลำดับจากซ้ายไปขวา)

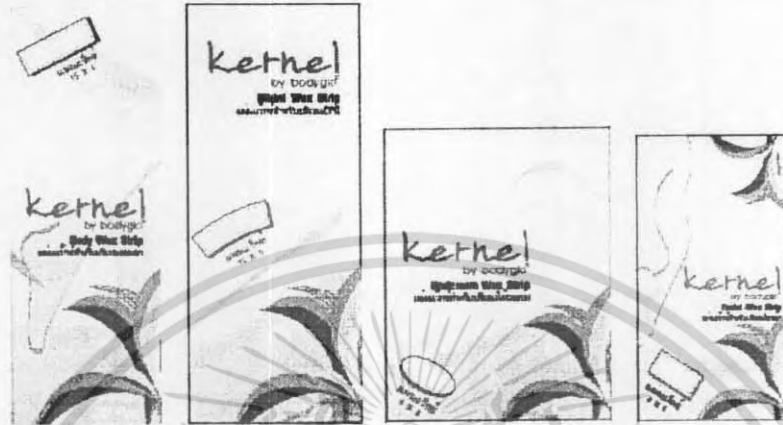
Development Graphic



ภาพที่ 3.78

ภาพแสดงผลงานการออกแบบในขั้นตอนสุดท้ายของ บรรจุภัณฑ์ครีมพอกส้น
 ครีมพอกส้นสำหรับบริเวณใบหน้า (ชาย)
 ครีมพอกส้นสำหรับบริเวณแขนขา (ขวา)

Development Graphic



ภาพที่ 3.79

ภาพแสดงผลงานการออกแบบในขั้นตอนสุดท้ายของ บรรจุกภัณฑ์แผ่นเว็กซ์
แผ่นเว็กซ์สำหรับบริเวณแขนขา แผ่นเว็กซ์สำหรับบริเวณบิกินี
แผ่นเว็กซ์สำหรับบริเวณใต้วงแขน แผ่นเว็กซ์สำหรับบริเวณใบหน้า
(เรียงลำดับจากซ้ายไปขวา)

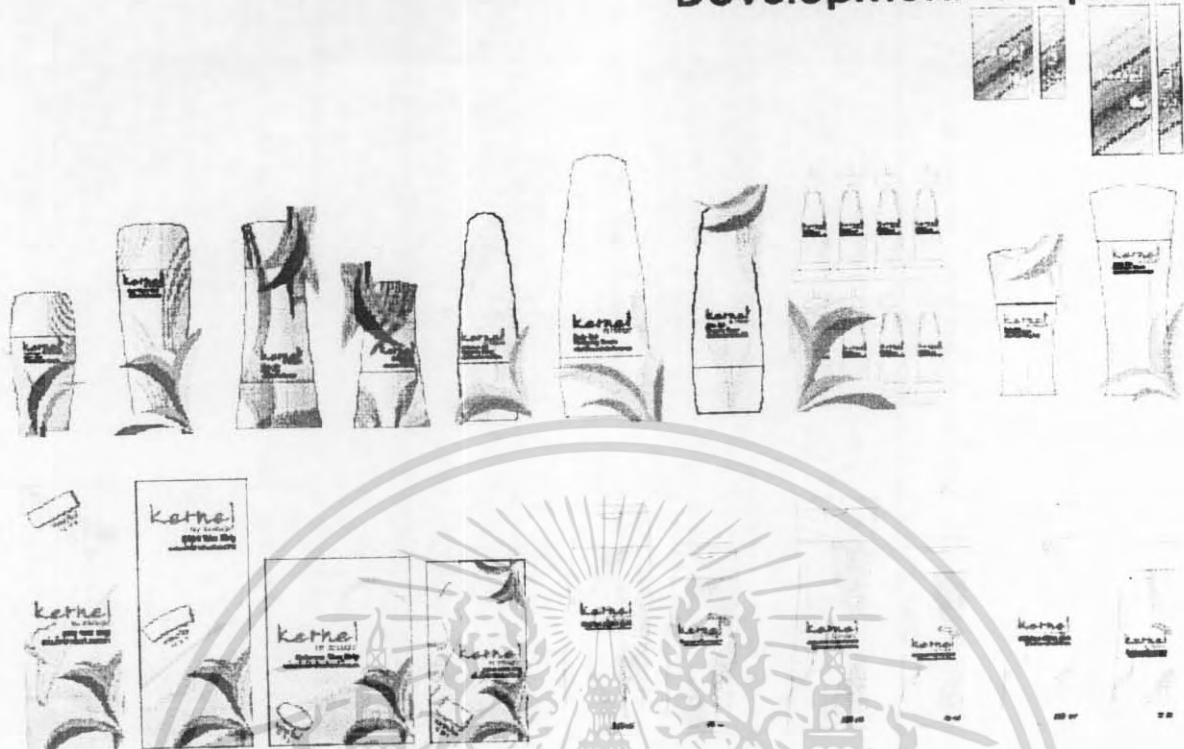
Development Graphic



ภาพที่ 3.80

ภาพแสดงผลงานการออกแบบในขั้นตอนสุดท้ายของ บรรจุกภัณฑ์โลชั่นต่างๆ
โลชั่นบำรุงก่อนการกำจัดขน (ชาย)
โลชั่นหลังกำจัดขนสูตรไม่ผสมแอลกอฮอล์ (กลาง)
โลชั่นหลังกำจัดขนสูตรไม่ผสมแอลกอฮอล์ (ขวา)

Development Graphic



ภาพที่ 3.81

ภาพแสดงผลงานการออกแบบในขั้นตอนสุดท้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4 การเสนอผลงานการออกแบบ



4.1 ภาพถ่ายย่อเพนเสนงาน

1

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิก
ผลิตภัณฑ์ดูแลและกำจัดเส้นขน

ขนส่วนเกินในร่างกาย.... เป็นสิ่งที่หลายคนต้องการกำจัดออก เพราะนอกจากจะทำให้แลดูไม่สวยงาม โดยเฉพาะในผู้หญิงแล้ว ยังเป็นที่ระคายของแบคทีเรีย ทำให้เกิดกลิ่นตัว เป็นที่รังเกียจของคนรอบข้างอีกด้วย

ผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม 'ผลิตภัณฑ์กำจัดและดูแลเส้นขน' ในปัจจุบันมีมากมายหลายประเภท ...ซึ่งในปัจจุบันตลาดประเภทนี้จะไม่ใหญ่มากนัก แต่ก็จัดเป็นตลาดที่มีความน่าสนใจ เพราะในหมู่คนผู้หญิง ความสวยความงามนับเป็นสิ่งที่สำคัญ 'การกำจัดขน' จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่จะทำให้เกิดเกลี้ยเกลาของผิวพรรณสำหรับผู้ที่รักสวยรักงาม และจะช่วยเสริมสร้างความมั่นใจ

รูปที่ 4.1 แผ่นภาพแสดงที่มาของโครงการ

2

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิก
ผลิตภัณฑ์ดูแลและกำจัดเส้นขน

bodyglo®

บริษัท Bodyglo จำกัด เป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ดูแลและกำจัดเส้นขนในประเทศไทยมานาน มุ่งเน้นให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับในมาตรฐานสากล เล็งเห็นถึงการขยายตัวของความสนใจเรื่องการ ดูแลและกำจัดเส้นขน

อดีต	ปัจจุบัน	อนาคต
ส่งไปยังตลาด ร้านเสริมสวยต่างๆ	วางขายในซูเปอร์มาร์เก็ต และผลิตภัณฑ์สำหรับ การบำรุงผิวพรรณ	ขยายตลาดไปยังร้านสปาและร้านเสริมขน ให้ครบวงจร สร้างแบรนด์ลูก ภายใต้แบรนด์ bodyglo แต่จับกลุ่มเป้าหมายใหม่

- ระบุผลิตภัณฑ์ของบริษัท Bodyglo
- ผลิตภัณฑ์กำจัดเส้นขน แบ่งออกเป็น...
 - แก้วขี้ผึ้งกำจัดขน ซึ่งมีหลายสูตรดังนี้
 - แก้วขี้ผึ้ง สูตรดั้งเดิม
 - แก้วขี้ผึ้ง สูตรวิตามินซี
 - แก้วขี้ผึ้ง สูตรชาเขียว
 - แก้วขี้ผึ้ง สูตรกาแฟ
 - แก้วขี้ผึ้ง สูตรมะพร้าว
 - แก้วขี้ผึ้ง สูตรมังคุด
 - แก้วขี้ผึ้ง สูตรมะขามและวิตามินซี
 - ผลิตภัณฑ์สำหรับกำจัดขนและหลังการถอนขน
 แบ่งออกเป็น...
 - มาสค์ปรับสภาพผิว ซึ่งมีหลายสูตรดังนี้
 - มาสค์มะขาม
 - มาสค์ผลไม้มะม่วง
 - มาสค์ดอกมะลิ
 - มาสค์คลอริสทิน

รูปที่ 4.2 แผ่นภาพแสดงข้อมูลของบริษัทผู้ผลิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกผลิตภัณฑ์ชุดและกำจัดเศษมัน

3



bodyglo®

ขยายตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลและกำจัดเศษมันให้ครบวงจร สร้างแบรนด์คลุก ภายใต้แบรนด์ bodyglo แต่จับกลุ่มเป้าหมายใหม่

กลุ่มเป้าหมายใหม่

สาวสังคมยุคใหม่

ระดับอายุของกลุ่มเป้าหมายจึงลดลงมาที่ กลุ่มเด็ก วัยรุ่นวัยใส และสาวสังคมยุคใหม่ อายุ 18 - 30 ปี เป็นผู้หญิงสมัยใหม่ ดูแลใส่ใจในรูปร่างและความสวยงาม สวมแฟชั่นอยู่เสมอ สนใจในภาพลักษณ์และบุคลิกภาพของตัวเอง เพื่อให้เห็นที่ยอมรับจากคนในสังคม

รูปที่ 4.3 แผ่นภาพแสดงลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกผลิตภัณฑ์ชุดและกำจัดเศษมัน

4

จุดขายใหม่

กลุ่มเป้าหมายใหม่

สาวสังคมยุคใหม่

จุดขายที่แตกต่าง

จุดขายหลัก

จุดขายรอง

จุดขายของผลิตภัณฑ์

15%

40%

45%

ด้านโครงสร้าง Quick & Easy ใช้งานง่าย & สะดวกรวดเร็ว

ด้านกราฟิก ผู้ใช้กันที่ชื่นชอบและปลอดภัย ควบคู่กันกับจากธรรมชาติ

รูปที่ 4.4 แผ่นภาพแสดงข้อมูลทางด้านการตลาดและจุดขายของผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5

Scope of Design

	แขน-ขา	โต้วแขน	ใบหน้า	บิกินี
<p>1) โลโก้</p> <p>2) ภาพผลิตภัณฑ์</p> <p>3) ภาพผลิตภัณฑ์</p> <p>4) ภาพผลิตภัณฑ์</p> <p>5) ภาพผลิตภัณฑ์</p>				
<p>6) ภาพผลิตภัณฑ์</p> <p>7) ภาพผลิตภัณฑ์</p> <p>8) ภาพผลิตภัณฑ์</p> <p>9) ภาพผลิตภัณฑ์</p> <p>10) ภาพผลิตภัณฑ์</p>				
<p>11) ภาพผลิตภัณฑ์</p> <p>12) ภาพผลิตภัณฑ์</p> <p>13) ภาพผลิตภัณฑ์</p> <p>14) ภาพผลิตภัณฑ์</p> <p>15) ภาพผลิตภัณฑ์</p>				
<p>16) ภาพผลิตภัณฑ์</p> <p>17) ภาพผลิตภัณฑ์</p> <p>18) ภาพผลิตภัณฑ์</p> <p>19) ภาพผลิตภัณฑ์</p> <p>20) ภาพผลิตภัณฑ์</p>				
<p>21) ภาพผลิตภัณฑ์</p> <p>22) ภาพผลิตภัณฑ์</p> <p>23) ภาพผลิตภัณฑ์</p> <p>24) ภาพผลิตภัณฑ์</p> <p>25) ภาพผลิตภัณฑ์</p>				

รูปที่ 4.5 แผ่นภาพแสดงขอบเขตในการออกแบบของโครงการ

6

องค์ประกอบของการออกแบบ	เงื่อนไข / ปัญหาในการใช้งาน	แนวทางในการแก้ปัญหา
<p>การใช้งาน Ergonomic</p> <p>การจับถือ</p> <p>ลักษณะที่ปวด</p>	<ul style="list-style-type: none"> - องศาการจับ - รูปทรงที่จับถนัดมือ 	<p>แก้ปัญหา Bad movement</p> <p>Bad ergonomic</p>
<p>เงื่อนไข / ความต้องการตามรายผลิตภัณฑ์</p> <p>ระยะเวลา</p>	<ul style="list-style-type: none"> - แวกช่อง - แวกยื่น - คริมทำให้อนไหว - คริมพอกสีชน - ลดขั้นตอนในการใช้งาน 	<p>ช่วยในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภค</p>
<p>การอำนวยความสะดวก</p> <p>การจัดเก็บ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - จัดเก็บสะดวก - ไรไดในครั้งต่อไป 	
<p>ช่วยโดดเด่นการใช้งาน Information</p> <p>Lifestyle</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ด้านขั้นตอนการใช้งาน - ด้านภาพประกอบให้ชัดเจน - ด้านการใช้งาน - ไรแล้วมีคุณค่าทางด้านจิตใจ รู้สึกภูมิใจ - ไรได้เหมาะกับสถานการณ์ที่เร่งรีบ 	<p>Image and Graphic Information</p>

รูปที่ 4.6 แผ่นภาพแสดงองค์ประกอบของการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7

เริ่มต้นการออกแบบ...

การออกแบบแบ่งออกเป็น

PART 1
Ergonomic

PART 2
Function แต่ละรายผลิตภัณฑ์

PART 3
Image & Information

รูปที่ 4.7 แผ่นภาพแสดงองค์ประกอบของการออกแบบ

8

PART 1
Ergonomic

รูปที่ 4.8 แผ่นภาพแสดงองค์ประกอบของการออกแบบด้าน Ergonomic

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

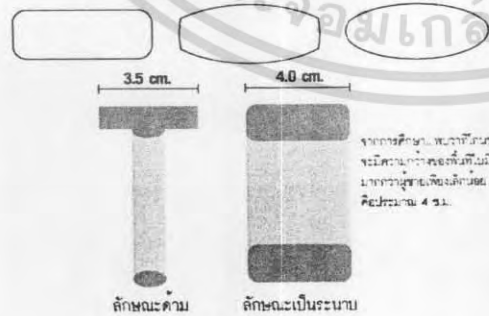
แผนผังการศึกษาการใช้งาน
ด้าน Ergonomic



รูปที่ 4.9 แผนภาพแสดงแผนผังในการศึกษาการใช้งานด้าน Ergonomic

การใช้งานด้าน Ergonomic
การศึกษารูปทรงที่จับถนัดมือ

จากการศึกษาพบว่า... การใช้โทนของรูปร่างจะมีลักษณะแบนเป็นระนาบ เพราะผู้ใช้งานไม่มีประสบการณ์ในการใช้ที่งอมนวดเหมือนผู้ชาย ทำให้สามารถบังคับมือได้บนลักษณะที่เป็นตัว โดยยากกว่า ทั้งนี้ผู้ใช้งานจำเป็นต้องใช้ในสภาวะที่งอไม่ขึ้น เช่นหลังงอ ไตรงแขน เป็นต้น ทำให้ลักษณะการจับแบบระนาบมีความปลอดภัยและทำให้การใช้งานในกรณีของเครื่องมือในลักษณะตัวนี้ จึงนำเอาผลของการศึกษานี้มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบลักษณะตัววัสดุที่ใช้กับงานต่างๆของร่างกาย



รูปที่ 4.10 แผนภาพแสดงการศึกษาเรื่องรูปทรงที่จับถนัดมือที่เหมาะสมกับการใช้งานผลิตภัณฑ์ในโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

11

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิก
ผลิตภัณฑ์และค่าจัดเก็บ

การใช้งานด้าน Ergonomic

การศึกษารูปทรงที่จับถนัดมือ

Ergonomic ของผู้หญิง



ขนาดและสัดส่วนของผู้หญิง

ความกว้างในการจับของผู้หญิง

ขนาดของมือของผู้หญิง

รูปที่ 4.11 แผ่นภาพแสดงการศึกษขนาดและสัดส่วนของส่วนต่างๆของร่างกายของผู้หญิง

12

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิก
ผลิตภัณฑ์และค่าจัดเก็บ

การใช้งานด้าน Ergonomic

การศึกษาลักษณะการจับถือ



รูปที่ 4.12 แผ่นภาพแสดงการศึกษาลักษณะการจับถือของผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

13

การใช้งานด้าน Ergonomic

การศึกษาลักษณะการจับถือ

ลักษณะการปาดแบบ



แบบที่ 1

มีลักษณะการปาด-ทา 3 แบบ ดังนี้
เพื่อให้เกิดการหักข้อมือน้อยที่สุด
ต้องศึกษาองศาการจับของหัวปาด
ให้สามารถปาดทาได้อย่างเหมาะสม

แบบที่ 2



ลักษณะการปาดแบบ

เป็นการปาด-ทาในลักษณะใหม่
ทำให้เกิดการหักข้อมือน้อย

แบบที่ 3



ลักษณะการปาดแบบ

เป็นการปาด-ทาในลักษณะใหม่
ทำให้เกิดการหักข้อมือน้อย

รูปที่ 4.13 แผ่นภาพแสดงลักษณะการจับถือของผลิตภัณฑ์

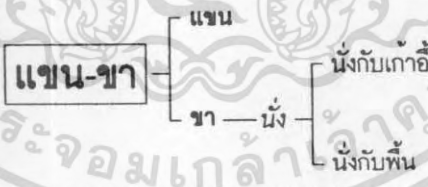
14

การใช้งานด้าน Ergonomic

การศึกษาลักษณะการจับถือ

ลักษณะท่าในการการปาด-ทาผลิตภัณฑ์

แขน-ขา



รูปที่ 4.14 แผ่นภาพแสดงลักษณะท่าในการจับถือของผลิตภัณฑ์สำหรับแขน ขา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การใช้งานด้าน Ergonomic

การศึกษาลักษณะการจับถือ



รูปที่ 4.15 แผ่นภาพแสดงลักษณะท่าในการจับถือของผลิตภัณฑ์สำหรับแขน ขา

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิก
นิเทศศิลป์และกราฟิกดีไซน์

16

ศึกษาองศาที่เหมาะสมกับการจับถือผลิตภัณฑ์

อันดับมากที่สุด = 5, อันดับมาก = 4, อันดับปานกลาง = 3, อันดับพอใช้ = 2, อันดับน้อย = 1

	90°	1. แขน 4 2. ขานั่งกับพื้น 2 3. ขานั่งกับเก้าอี้ 2	8
	120°	1. แขน 4 2. ขานั่งกับพื้น 5 3. ขานั่งกับเก้าอี้ 5	★
	135°	1. แขน 3 2. ขานั่งกับพื้น 3 3. ขานั่งกับเก้าอี้ 4	10
	150°	1. แขน 2 2. ขานั่งกับพื้น 3 3. ขานั่งกับเก้าอี้ 3	8
	180°	1. แขน 1 2. ขานั่งกับพื้น 1 3. ขานั่งกับเก้าอี้ 1	3

แบบที่ 1

เพื่อให้เกิดการหักข้อมือน้อยที่สุด
ต้องศึกษาองศาการจับของหัวปากด
ให้สามารถปาดทาได้อย่างเหมาะสม

รูปที่ 4.16 แผ่นภาพแสดงการศึกษาองศาที่เหมาะสมในการจับถือผลิตภัณฑ์สำหรับแขน ขา

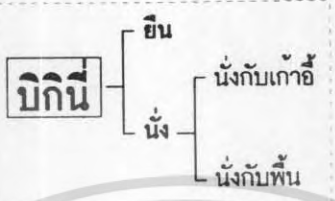
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การใช้งานด้าน Ergonomic

การศึกษาลักษณะการจับถือ

บิกินี

ลักษณะท่าในการการปาด-ทามผลิตภัณฑ์



รูปที่ 4.17 แผนภาพแสดงลักษณะท่าในการจับถือของผลิตภัณฑ์สำหรับบิกินี

ศึกษาองศาที่เหมาะสมกับการจับถือผลิตภัณฑ์

อันดับที่ 1 = 5 อันดับถัดมา = 4 อันดับต่อมา = 3 อันดับต่อไป = 2 อันดับเลย = 1



เพื่อให้เกิดการหักข้อมือน้อยที่สุด
ต้องศึกษาองศาการจับของหัวปาด
ให้สามารถปาดทาได้อย่างเหมาะสม

องศาการจับ	1. ยืน	2. นั่งกับพื้น	3. นั่งกับเก้าอี้	รวม
90°	2	2	2	6
120°	5	3	3	11
135°	4	4	4	12
150°	3	5	5	13
180°	1	1	1	3

รูปที่ 4.18 แผนภาพแสดงการศึกษองศาที่เหมาะสมในการจับถือผลิตภัณฑ์สำหรับบิกินี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การใช้งานด้าน Ergonomic

การศึกษาลักษณะการจับถือ

ไต้วงแขน



ศึกษาลักษณะการจับถือของผลิตภัณฑ์

สรุปว่าองศาใดจับถนัดมือที่สุด (หักข้อมือน้อยที่สุด)

แก้ปัญหา Bad movement Bad ergonomic

รูปที่ 4.19 แผนภาพแสดงลักษณะท่าในการจับถือของผลิตภัณฑ์สำหรับไต้วงแขน

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกผลิตภัณฑ์และค่าจัดเสวน

ศึกษาองศาที่เหมาะสมกับการจับถือผลิตภัณฑ์

อันดับที่สูงสุด = 6 อันดับมาก = 4 อันดับปานกลาง = 3 อันดับพอใช้ = 2 อันดับน้อย = 1



เพื่อให้เกิดการหักข้อมือน้อยที่สุด ต้องศึกษาองศาการจับของหัวปากให้สามารถปาดได้อย่างเหมาะสม

	90°	2
	120°	2
	135°	2
	150°	3
	180°	★

รูปที่ 4.20 แผนภาพแสดงการศึกษองศาที่เหมาะสมในการจับถือผลิตภัณฑ์สำหรับไต้วงแขน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การใช้งานด้าน Ergonomic

การศึกษาลักษณะการจับถือ

ใบหน้า



ศึกษาลักษณะการจับถือของผลิตภัณฑ์

สรุปว่าองศาใดจับถนัดมือที่สุด
(หักข้อมือน้อยที่สุด)

แก้ปัญหา Bad movement
Bad ergonomic

รูปที่ 4.21 แผ่นภาพแสดงลักษณะท่าในการจับถือของผลิตภัณฑ์สำหรับใบหน้า

ศึกษาองศาที่เหมาะสมกับการจับถือผลิตภัณฑ์

อันดับมากที่สุด - 6 อันดับมาก - 4 อันดับปานกลาง - 3 อันดับพอไร - 2 อันดับน้อย - 1



เพื่อให้เกิดการหักข้อมือน้อยที่สุด
ต้องศึกษาองศาการจับของหัวปาด
ให้สามารถปาดทาได้อย่างเหมาะสม







	90°	2
	120°	2
	135°	2
	150°	3
	180°	★

รูปที่ 4.22 แผ่นภาพแสดงการศึกษาองศาที่เหมาะสมในการจับถือผลิตภัณฑ์สำหรับใบหน้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การใช้งานด้าน Ergonomic

การศึกษาลักษณะของหัวปาด

 <p>แบบที่ 1</p>	<p>หัวปาดแบบที่ 1 : สามารถควบคุมความหนา-บางของครีมได้ และยังสามารถปาดในที่กว้างๆ และที่แคบๆ ได้</p> 
 <p>แบบที่ 2</p>	<p>หัวปาดแบบที่ 2 : สำหรับปาดในพื้นที่กว้างๆ และสามารถบีบเนื้อผลิตภัณฑ์ออกมาได้ทีละมาก ๆ</p>
 <p>แบบที่ 3</p>	<p>หัวปาดแบบที่ 3 : สำหรับปาดในพื้นที่กว้างและเรียบ สามารถปาดผลิตภัณฑ์ได้บางที่สุด</p>
<p>รูปที่ 4.23 แผ่นภาพแสดงการลักษณะของหัวปาด</p>	
 <p>แบบที่ 4</p>	<p>หัวปาดแบบที่ 4 : สำหรับปาดในที่โค้ง และสามารถปาดผลิตภัณฑ์ได้บางที่สุด</p>
 <p>แบบที่ 5</p>	<p>หัวปาดแบบที่ 5 : มีลักษณะเป็นรูตาราง ตัวผลิตภัณฑ์จะออกมาตามรู ผลิตภัณฑ์จึงสามารถออกมาได้ทีละเยอะๆ</p>

การใช้งานด้าน Ergonomic

การศึกษาลักษณะของหัวปาด

 <p>แบบที่ 4</p>	<p>หัวปาดแบบที่ 4 : สำหรับปาดในที่โค้ง และสามารถปาดผลิตภัณฑ์ได้บางที่สุด</p>
 <p>แบบที่ 5</p>	<p>หัวปาดแบบที่ 5 : มีลักษณะเป็นรูตาราง ตัวผลิตภัณฑ์จะออกมาตามรู ผลิตภัณฑ์จึงสามารถออกมาได้ทีละเยอะๆ</p>

หัวปาดแต่ละชนิด จะมีการใช้งานที่ไม่เหมือนกัน จึงต้องนำมาพิจารณาเลือก.. หัวปาดที่เหมาะสมกับพื้นที่ต่างๆของร่างกาย

รูปที่ 4.24 แผ่นภาพแสดงการลักษณะของหัวปาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

PART 2 Function แต่ละรายผลิตภัณฑ์

• แวกช้อน	- แขนขา - ไตวงแขน
• แวกช้อน	- แขนขา - ไตวงแขน
• ครีมทำโทษนรวง	- แขนขา - โขนก - ไตวงแขน - นกน
• ครีมฟอกสีขน	- แขนขา - นกน

รูปที่ 4.25 แผ่นภาพแสดงองค์ประกอบของการออกแบบด้าน Function แต่ละรายผลิตภัณฑ์

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิก
ผลิตภัณฑ์และกำลังคน

26

เงื่อนไข / ความต้องการ ของแวกช้อน

- ผลิตภัณฑ์มีอุปกรณ์หลายชนิด ทำให้สิ้นเปลืองพื้นที่ภายในกล่อง และจัดเก็บลำบาก
- การออกแบบทางด้านรูปทรงต้องคำนึงถึง
 - เลือกชุดทรงที่นิยม เนื่องจาก
 1. การไหลเวียนของลมที่ดี
 2. สามารถกระจายความชื้นได้ดี
 3. หลีกเลี่ยงการวางวางทรงเหลี่ยม
- ต้องนำเอาผลิตภัณฑ์ไปละลายให้ความร้อน จึงต้องมี information บอกด้วย

	เวลาในรูป (ชั่วโมง)			
ปริมาณน้ำ	800 ลิตร	750 ลิตร	600 ลิตร	สูงปาน
ถังน้ำ	50 ลิตร	40 ลิตร	30 ลิตร	3 ลิตร
3/4 ถังน้ำ	40 ลิตร	30 ลิตร	20 ลิตร	4 ลิตร
1/2 ถังน้ำ	30 ลิตร	20 ลิตร	10 ลิตร	3 ลิตร
1/4 ถังน้ำ	20 ลิตร	10 ลิตร	40 ลิตร	2 ลิตร
- ใช้พลาสติก PP เพราะสามารถทนความร้อนได้สูง และต้องมีแผงจับกันความร้อน
- ด้าน Ergonomic
 - หัวมือ - หมายเหตุกับที่มือ
 - รูปร่าง - จับถนัดมือ

บริเวณแขนขา	: เลือกหัวมดที่มีองศาการจับ	1.5"
บริเวณไตวงแขน	: เลือกหัวมดที่มีองศาการจับ	1.5"

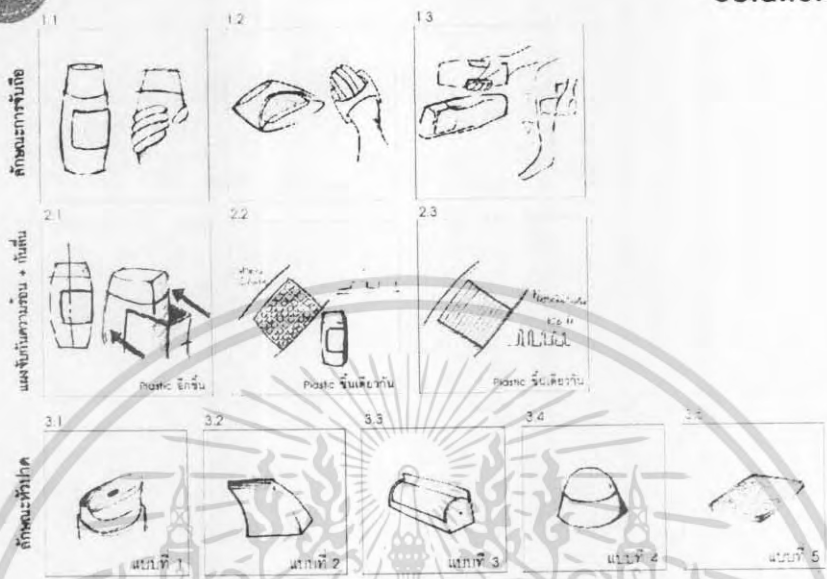
รูปที่ 4.26 แผ่นภาพแสดงเงื่อนไขและความต้องการของผลิตภัณฑ์แวกช้อน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

27

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกผลิตภัณฑ์ชุดและถ้วยชงกาแฟ

Warm Wax
แนวคิด
Solution 1

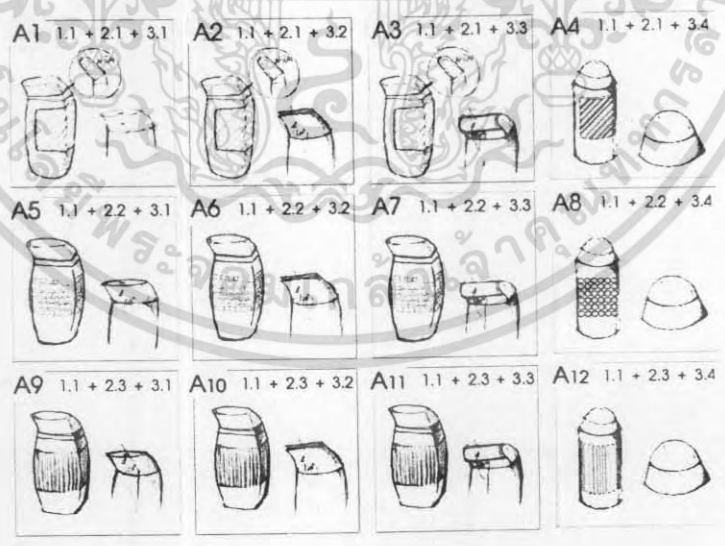


รูปที่ 4.27 แผ่นภาพแสดงองค์ประกอบในการออกแบบของผลิตภัณฑ์แก้วชงอุ่น

28

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกผลิตภัณฑ์ชุดและถ้วยชงกาแฟ

Design Alternative



รูปที่ 4.28 แผ่นภาพแสดงทางเลือกในการออกแบบของผลิตภัณฑ์แก้วชงอุ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Design Alternative

B1 1.2 + 2.1 + 3.5



C1 1.3 + 2.1 + 3.1



C2 1.3 + 2.1 + 3.5



B2 1.2 + 2.2 + 3.5



C3 1.3 + 2.2 + 3.1



C4 1.3 + 2.2 + 3.5



B3 1.2 + 2.3 + 3.5



C5 1.3 + 2.3 + 3.1



C6 1.3 + 2.3 + 3.5



รูปที่ 4.29 แผ่นภาพแสดงทางเลือกในการออกแบบของผลิตภัณฑ์แว็กซ์อุ่น

Warm Wax แวกซ์อุ่น
สำหรับ แขนขา

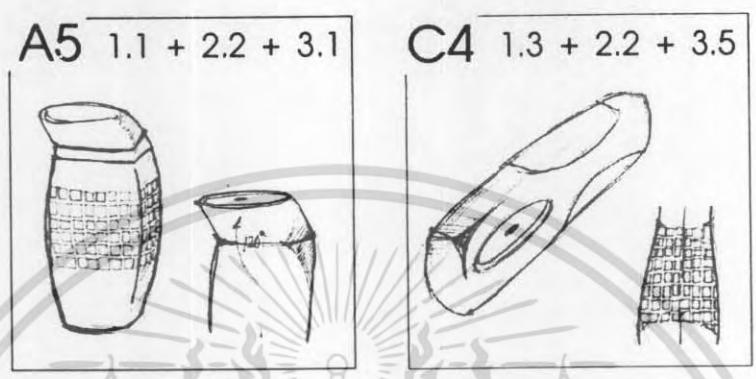
เงื่อนไข / ความต้องการของผลิตภัณฑ์	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	B1	B2	B3	C1	C2	C3	C4	C5	C6	ของเดิม
สามารถกับความระมัดระวังได้ดี	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	1
รูปทรงสามารถกระจายความระมัดระวังได้ดี	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4
รูปทรงเหมาะสมกับวิถีคนแบบชา	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1
น้ำหนักเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์แว็กซ์อุ่น	5	4	3	1	5	4	3	1	5	4	3	1	3	3	3	3	5	3	5	3	5	2
ความสะดวกในการใช้งาน	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	5	5	5	5	5	2
ระยะเวลา(ความรวดเร็วในการใช้งาน)	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
ลดขั้นตอน	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
จัดเก็บสะดวก	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
กลุ่มผู้บริโภคสามารถใช้งานได้ดีที่สุด (ไม่มีที่ Bad Ergo & Bad Movement)	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	1
เหมาะสมกับ Life style	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	2
ความสวยงาม	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	1
ผลิตได้ง่าย	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	1	1	2	2	2	2	5
รวม	46	45	44	42	46	47	46	44	47	46	45	43	44	44	43	45	47	46	45	47	25	

รูปที่ 4.30 แผ่นภาพแสดงตารางเงื่อนไขและความต้องการในการออกแบบผลิตภัณฑ์แว็กซ์อุ่นสำหรับบริเวณแขนขา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Design Selection

๗ ๙ ๑
Worm Wax แวกซูน
สำหรับ แวน-ชา

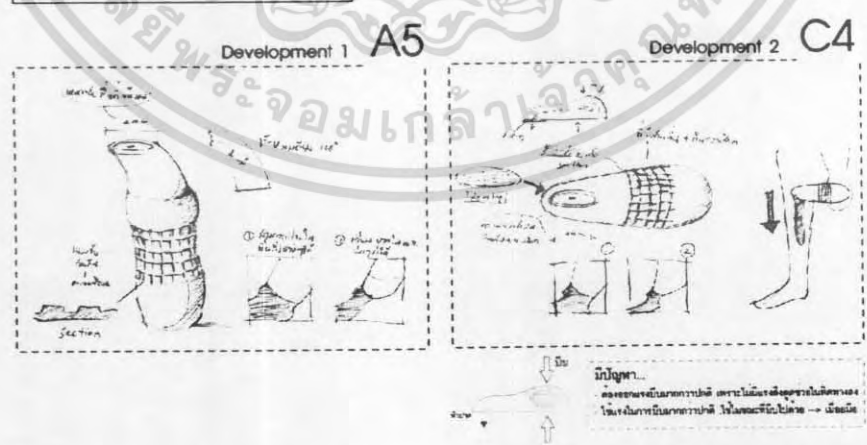


รูปที่ 4.31 แผ่นภาพแสดงแนวทางในการออกแบบโครงสร้างของผลิตภัณฑ์นักช้อปสำหรับบริเวณชนชา

32
โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิก
ผลิตภัณฑ์และกราฟิก

ความหมายของสีปาก
ใช้สำหรับชนชา ซึ่งมีลักษณะเป็นวงกลม
เมื่อวางซ้อนกันจะเกิดเป็นรูปวงกลม
ใช้รังสีด้วย

Design Development



รูปที่ 4.32 แผ่นภาพแสดงการพัฒนาโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์นักช้อปสำหรับบริเวณชนชา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

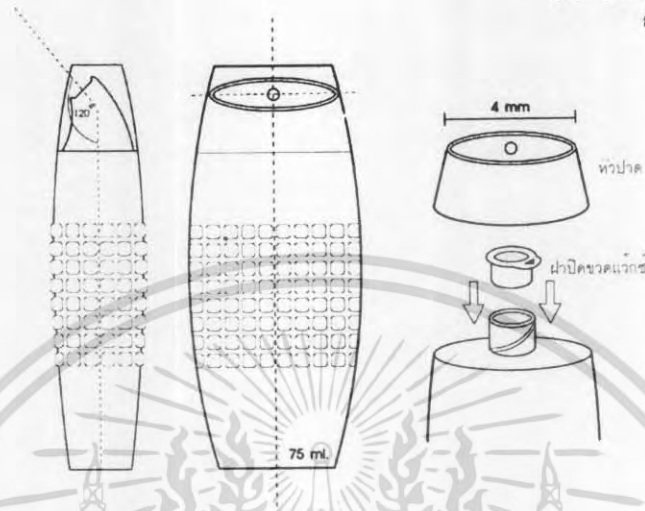
33

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิก
ผลิตภัณฑ์ชุดและเก้าอี้เรียน

Design Selection

Warm Wax แวกซูน
สำหรับ แชน-ชา

A5



รูปที่ 4.33 แผ่นภาพแสดงการพัฒนาโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์แวกซ์อุ่นสำหรับบริเวณแขนขา

34

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิก
ผลิตภัณฑ์ชุดและเก้าอี้เรียน

Warm Wax แวกซ์ูน
สำหรับ ไตวงแขน

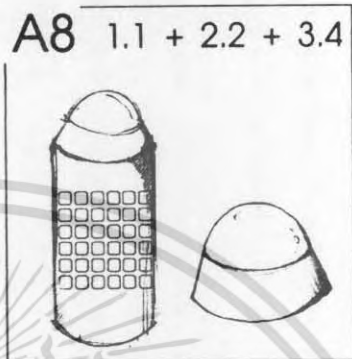
เงื่อนไข / ความต้องการของผลิตภัณฑ์	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	B1	B2	B3	C1	C2	C3	C4	C5	C6	ของเดิม
สามารถทำความสะอาดได้ดี	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	1
รูปทรงสามารถระบายความร้อนได้ดี	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4
รูปทรงเหมาะสมกับบริเวณไตวงแขน	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	2	2	2	2	2	2	1
หัวปิดและฝาปิดกับวัสดุที่ทนความร้อน	4	2	2	5	4	2	2	5	4	2	2	5	2	2	2	2	4	2	4	2	4	2
ความสะดวกในการใช้งาน	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	2	2	2	2
ระยะเวลา(ความรวดเร็ว)ในการใช้งาน	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
ลดน้ำหนัก	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
จัดเก็บสะดวก	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
กลุ่มผู้ใช้สามารถใช้งานได้ดีที่สุด (ไม่มีเกิด Bad Ergo & Bad Movement)	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	2	2	2	2	2	2	1
เหมาะสมกับ Life style	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	2
ความสวยงาม	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	1
ผลิตได้ง่าย	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	1	1	2	2	2	2	5
รวม	47	45	45	48	49	47	47	48	46	46	49	40	40	40	39	35	37	36	38	35	37	25

รูปที่ 4.34 แผ่นภาพแสดงตารางเงื่อนไขและความต้องการในการออกแบบผลิตภัณฑ์แวกซ์อุ่นสำหรับบริเวณไตวงแขน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Design Selection

Warm Wax แวกซอน
สำหรับ ไต้วงแขน

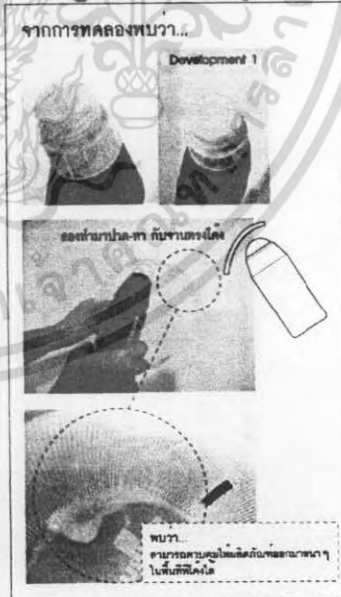
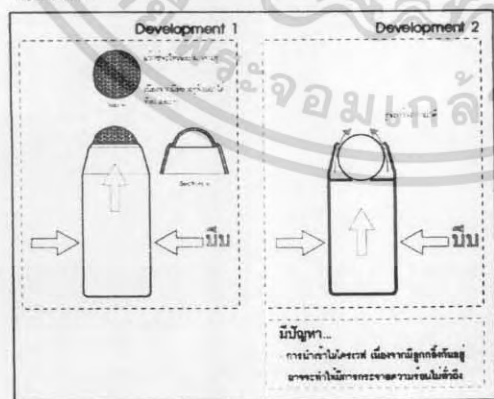


รูปที่ 4.35 แผ่นภาพแสดงแนวทางในการออกแบบโครงสร้างของผลิตภัณฑ์แวกซอนสำหรับบริเวณไต้วงแขน

Design Development

ความต้องการของหัวปิดแวกซอน

- ใช้สำหรับไต้วงแขน จึงต้องมีลักษณะโค้ง
- เนื้อวัสดุของหัวปิดแวกซอน เพราะต้องปกคลุมส่วนโค้งนั้น
- ใช้พลังนิ้วกด

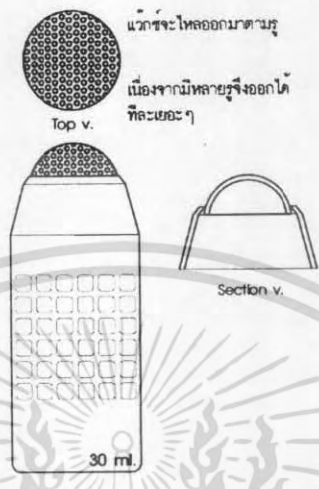


รูปที่ 4.36 แผ่นภาพแสดงการพัฒนาโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์แวกซอนสำหรับบริเวณไต้วงแขน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Design Selection

Warm Wax แวกซ์อุ่น
สำหรับ ไต้วงแขน



รูปที่ 4.37 แผ่นภาพแสดงการพัฒนาโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์แวกซ์อุ่นสำหรับบริเวณไต้วงแขน

เงื่อนไข / ความต้องการ ของแวกซ์เย็น

- ผลิตภัณฑ์มีอุปกรณ์หลายชนิด ทำให้สิ้นเปลืองพื้นที่ภายในกล่อง และจัดเก็บลำบาก
- การออกแบบทางด้านรูปทรงต้องคำนึงถึง
 - เลือกขวดทรงกลมมน เนื่องจาก
 1. การไหลเวียนของแรงเสียดทาน
 2. ทนการตกเป็นสายยาวทรงเหลี่ยม
 3. กวรับมือ
- เนื่องจากลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์เป็นของเหลวหนืด จึงออกแบบให้สามารถดึงตัวหัวลงได้ เพื่อให้อะไหล่ไหลลงมาที่หัวขวดได้ง่ายขึ้น
- ในส่วนเรื่องวัสดุ ต้องมีการจัดเก็บให้สามารถหยิบออกมาใช้งานได้ง่าย
- ด้าน Ergonomic
 - หัวขวด : เหมาะสมกับที่มือจับ
 - รูปทรง : จับถนัดมือ
- หัวขวด
 - บริเวณแขนขา : เลือกหัวขวดที่มีองศาการจับ 120°
 - บริเวณไต้วงแขน : เลือกหัวขวดที่มีองศาการจับ 130°

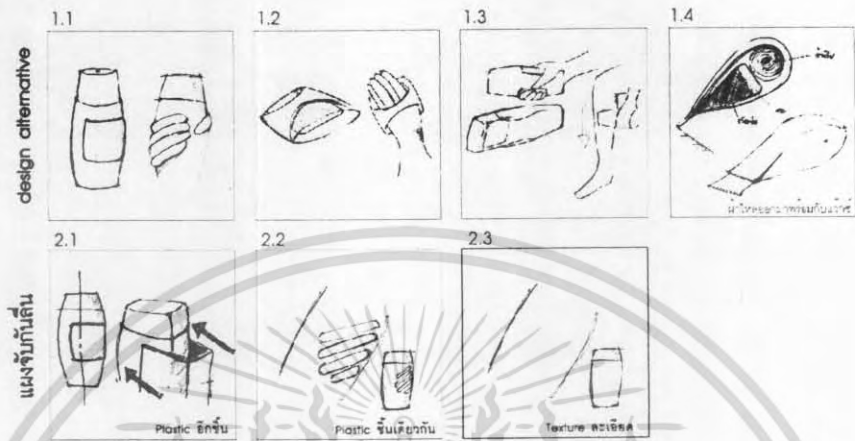
รูปที่ 4.38 แผ่นภาพแสดงเงื่อนไขและความต้องการของผลิตภัณฑ์แวกซ์เย็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

39

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิก
ผลิตภัณฑ์ชาและกาแฟเสวย

Cold Wax แวกซ์เย็น
Solution 1

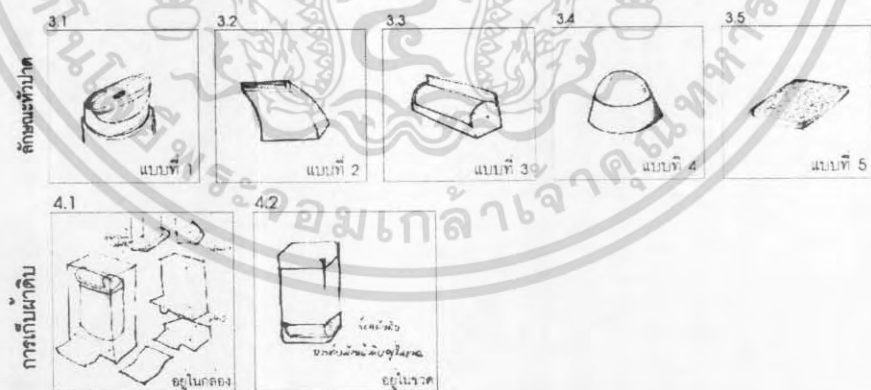


รูปที่ 4.39 ภาพแสดงองค์ประกอบในการออกแบบของผลิตภัณฑ์แวกซ์เย็น

40

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิก
ผลิตภัณฑ์ชาและกาแฟเสวย

Cold Wax แวกซ์เย็น
Solution 1



รูปที่ 4.40 ภาพแสดงองค์ประกอบในการออกแบบของผลิตภัณฑ์แวกซ์เย็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

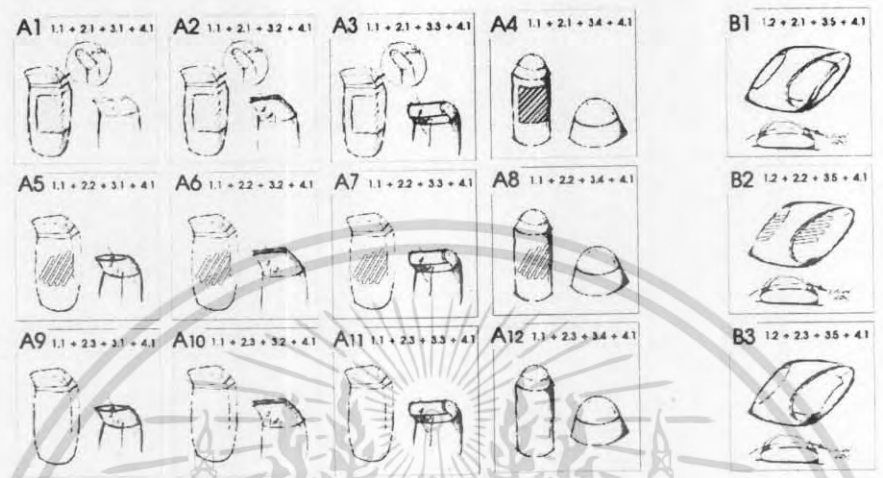
41

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิก
ผลิตภัณฑ์และค่าใช้สอย

Design Alternative

Cold Wax แวกซ์เย็น

Solution 1



รูปที่ 4.41 แผ่นภาพแสดงทางเลือกในการออกแบบของผลิตภัณฑ์แวกซ์เย็น

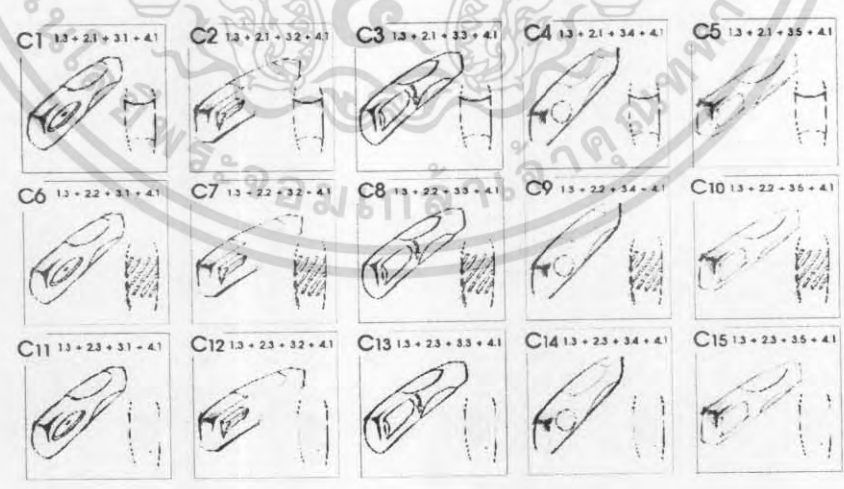
โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิก
ผลิตภัณฑ์และค่าใช้สอย

42

Design Alternative

Cold Wax แวกซ์เย็น

Solution 1



รูปที่ 4.42 แผ่นภาพแสดงทางเลือกในการออกแบบของผลิตภัณฑ์แวกซ์เย็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

43

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิก
ผลิตภัณฑ์และกระดาษพิมพ์

Design Alternative

Cold War แวกซ์เย็น

Solution 1

D1 13 + 21 + 35 + 42



D2 13 + 22 + 35 + 42



D3 13 + 23 + 35 + 42



รูปที่ 4.43 แผ่นภาพแสดงทางเลือกในการออกแบบของผลิตภัณฑ์แวกซ์เย็น

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิก
ผลิตภัณฑ์และกระดาษพิมพ์

44

Cold War แวกซ์เย็น

สำหรับ แชนชา

ประเภท / ส่วนของบรรจุภัณฑ์	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	B1	B2	B3	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	C14	C15	C16	D1	D2	D3	รวม	
ตัวอักษรตัวใหญ่	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	1	
รูปทรงและสีผลิตภัณฑ์	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	
ตัวเลขและสัญลักษณ์อื่น	3	3	4	2	3	3	4	2	3	3	4	2	1	1	1	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	-	
ความสวยงามโดยรวม	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	
ความสะดวกสบายในการใช้งาน	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	
ต้นทุน	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	
สิ่งแวดล้อม	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	
คุณสมบัติพิเศษ	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	
แนวคิด (Bad Idea & Bad Movement) และแนวคิด (Bad Style)	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2
ความแข็งแรง	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1
เนื้อผิว	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	1	2	1	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	5
รวม	41	42	42	41	41	41	42	41	41	41	41	41	40	39	40	39	41	40	41	40	42	41	42	41	42	41	42	41	42	41	42	43	43	38		

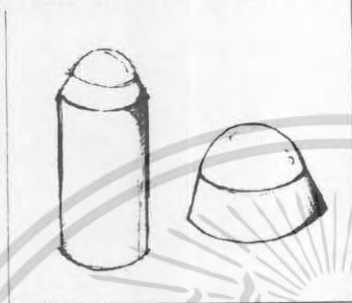
รูปที่ 4.44 แผ่นภาพแสดงตารางเงื่อนไขและความต้องการในการออกแบบผลิตภัณฑ์แวกซ์เย็นสำหรับบริเวณแขนขา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

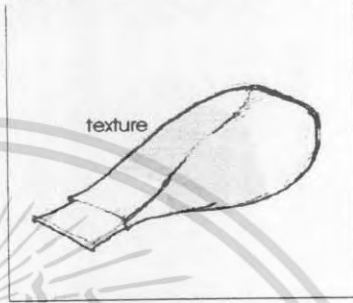
Design Selection

Cold Wax แกกซ์เย็น
สำหรับ ไต้วงแขน

A12 1.1 + 2.3 + 3.4 + 4.1



D3 1.3 + 2.3 + 3.5 + 4.2



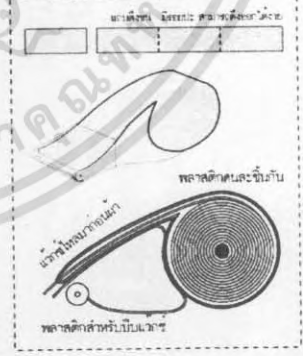
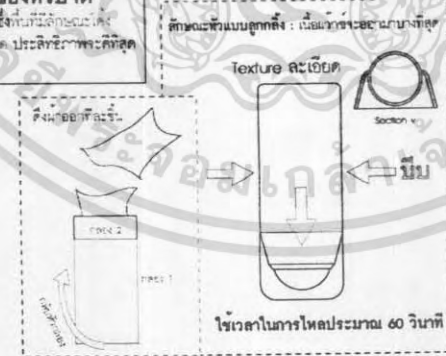
รูปที่ 4.49 แผ่นภาพแสดงแนวทางในการออกแบบโครงสร้างของผลิตภัณฑ์แกกซ์เย็นสำหรับบริเวณไต้วงแขน

Design Development

ความต้องการของหัวปิด
- ใช้สำหรับไต้วงแขน ซึ่งไม่มีลักษณะโค้ง
- เนื้อผ้าต้องแข็งแรง ประสิทธิภาพสูงที่สุด
- ไซริงค์เดียว

Development 1 **A12**

Development 2 **D3**

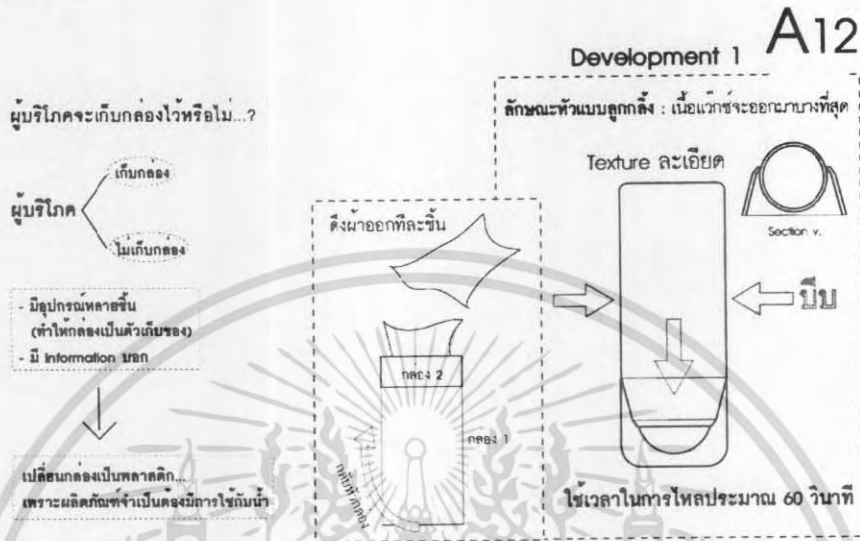


มีปัญหา...
พื้นที่ผิวสัมผัสกับแก๊สสูงเกินไป ต้องใช้ระยะเวลา
และแอมป์ค่อนข้างมาก จึงไม่สะดวก
ต้นทุนแพงเกินไป

รูปที่ 4.50 แผ่นภาพแสดงการพัฒนาโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์แกกซ์เย็นสำหรับบริเวณไต้วงแขน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Design Selection



รูปที่ 4.51 แผ่นภาพแสดงการพัฒนาโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ที่วิกซ์เขียนสำหรับบริเวณใต้วงแขน

เงื่อนไข / ความต้องการ ของครีมทำให้ขนร่วง

- ผลิตภัณฑ์มีอุปกรณ์หลายชนิด ทำให้สิ้นเปลืองพื้นที่ภายในกล่อง และจัดเก็บลำบาก
- การออกแบบทางด้านรูปทรงต้องคำนึงถึง
 1. เนื่องจากลักษณะทางกายภาพเป็นครีม ทำให้ต้องใช้หลอดพลาสติกบรรจุครีมเนื้อครีมออกมาได้ง่าย
 2. การขันมือ
- เนื่องจากลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์เป็นเนื้อครีม จึงออกแบบให้สามารถดึงตัวหัวลงได้ เพื่อให้ออกเหลวไหลลงมาที่หัวปาดได้ง่ายขึ้น
- ที่กันต้องมีที่ขูดปาดครีมออก

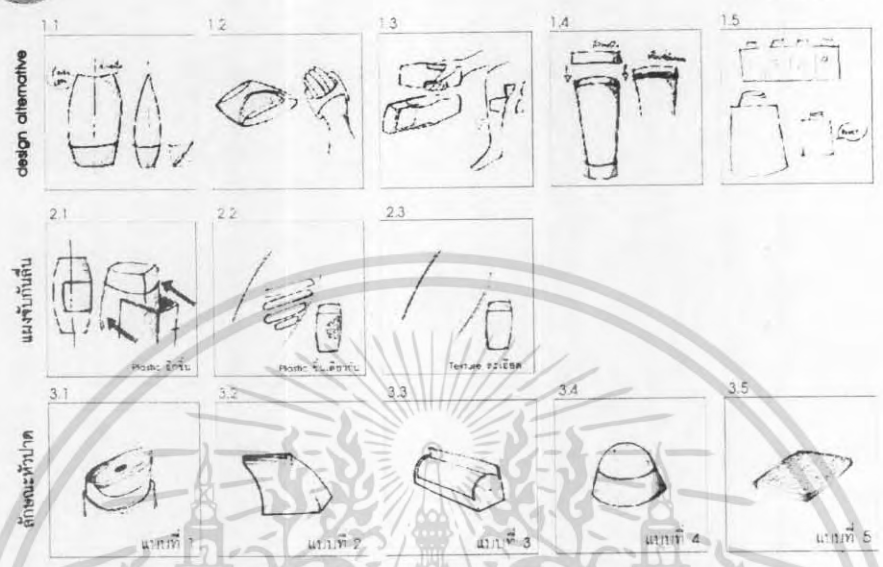
- ด้าน Ergonomic _{หัวปาด : จะผสมกับที่บีบครีม}
_{รูปทรง : ขันมือไม่มี}

- หัวปาด

รูปที่ 4.52 แผ่นภาพแสดงเงื่อนไขและความต้องการของผลิตภัณฑ์ครีมทำให้ขนร่วง

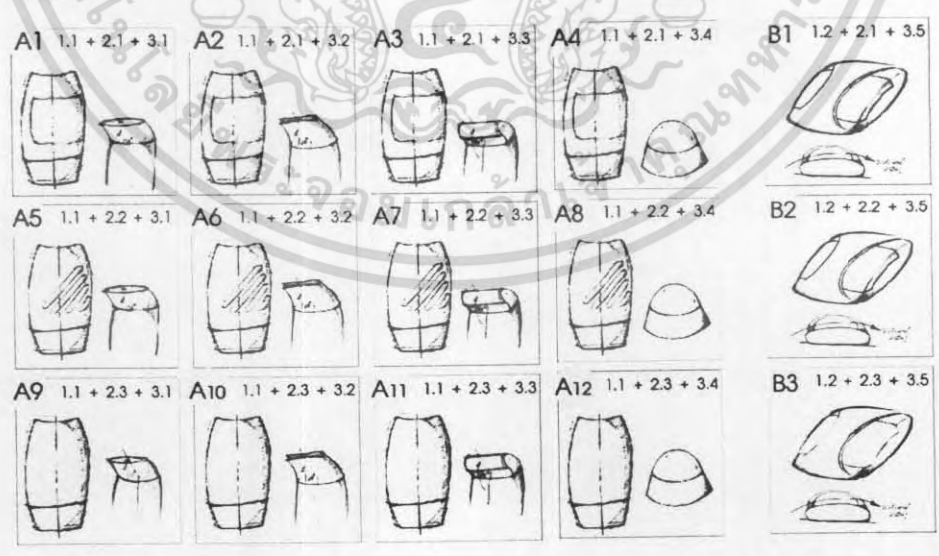
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ครีมทำให้นุ่ม
 Solution 1



รูปที่ 4.53 แผ่นภาพแสดงองค์ประกอบในการออกแบบของผลิตภัณฑ์ครีมทำให้นุ่ม

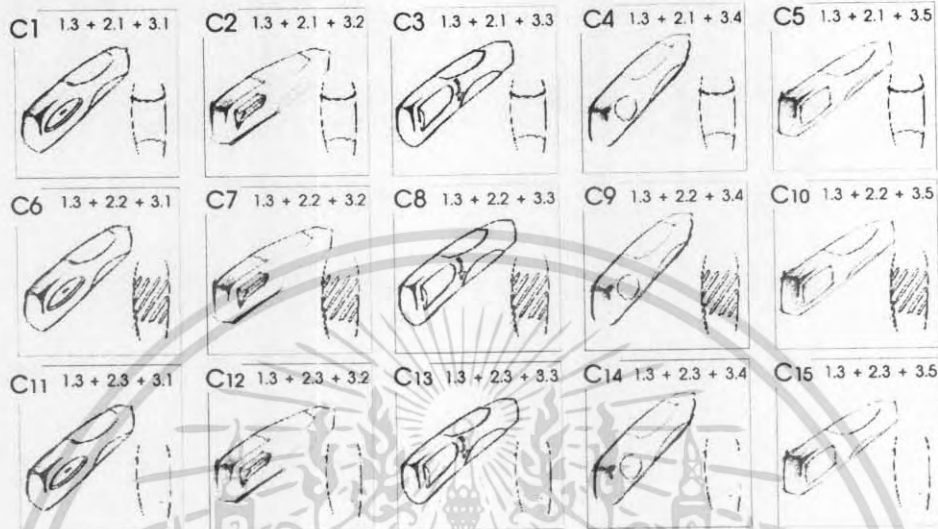
Design Alternative



รูปที่ 4.54 แผ่นภาพแสดงทางเลือกในการออกแบบของผลิตภัณฑ์ครีมทำให้นุ่ม

55

Design Alternative



รูปที่ 4.55 แผ่นภาพแสดงทางเลือกในการออกแบบของผลิตภัณฑ์ครีมทำให้ขบร่วน

56

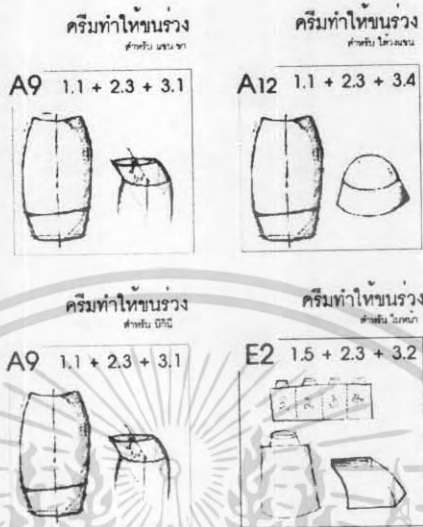
Design Alternative



รูปที่ 4.56 แผ่นภาพแสดงทางเลือกในการออกแบบของผลิตภัณฑ์ครีมทำให้ขบร่วน

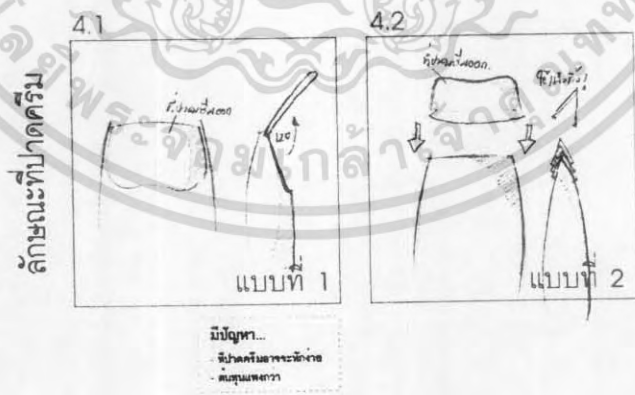
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Design Selection



รูปที่ 4.57 ภาพแสดงแนวทางในการออกแบบโครงสร้างของผลิตภัณฑ์ครีมทำขนมสำหรับบริเวณต่างๆ

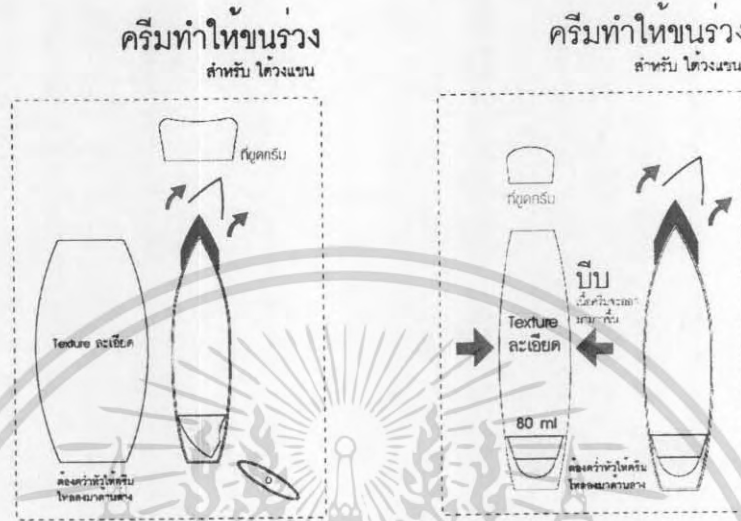
Design Alternative
ลักษณะทั่วไป



รูปที่ 4.58 ภาพแสดงทางเลือกในการออกแบบลักษณะทั่วไปของผลิตภัณฑ์ครีมทำขนม

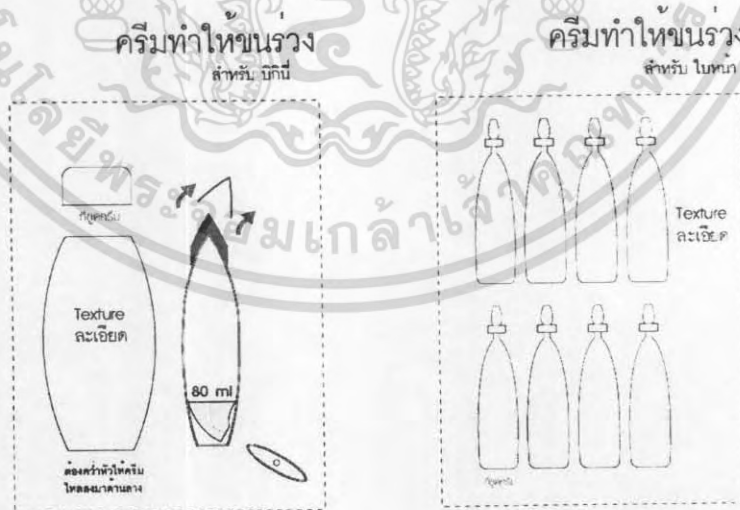
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Design Selection



รูปที่ 4.59 แผนภาพแสดงการพัฒนาโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ครีมทำให้นรวงสำหรับบริเวณแขนขาและใต้วงแขน

Design Selection



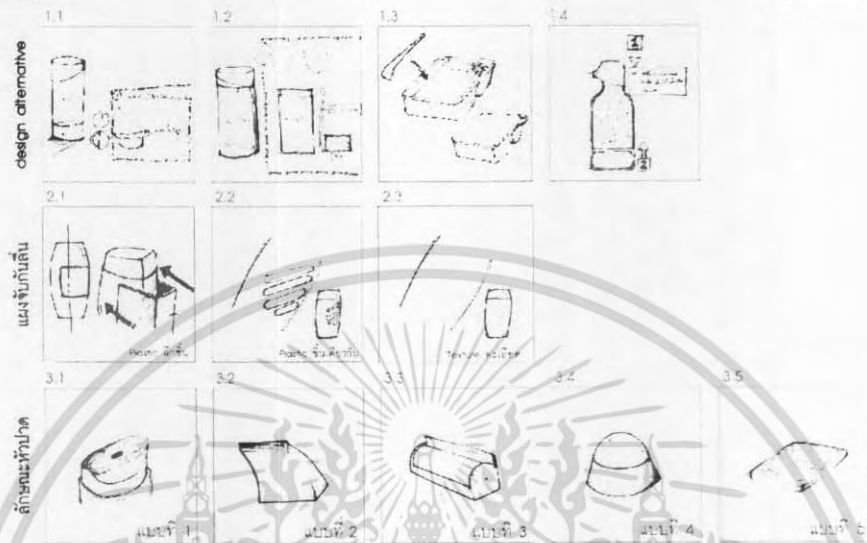
รูปที่ 4.60 แผนภาพแสดงการพัฒนาโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ครีมทำให้นรวงสำหรับบริเวณบิกินีและใบหน้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

61

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกผลิตภัณฑ์ชุดและตัวอักษรเล่น

ครีมฟอกสีขน
Solution 1



รูปที่ 4.61 แผ่นภาพแสดงองค์ประกอบในการออกแบบของผลิตภัณฑ์ครีมฟอกสีขน

62

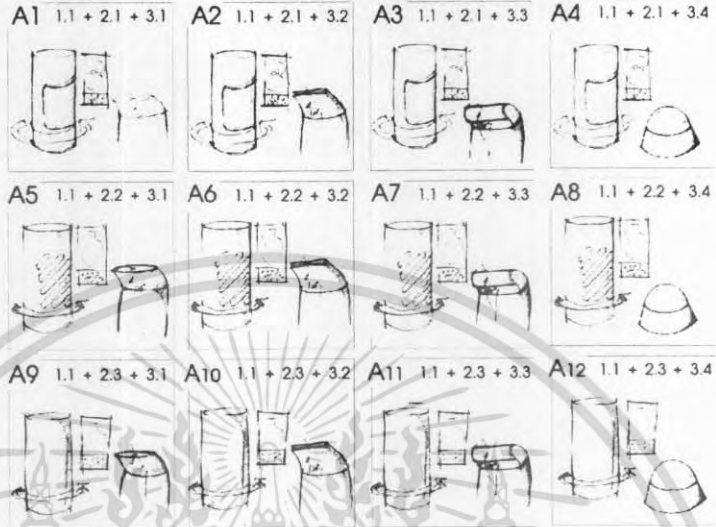
โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกผลิตภัณฑ์ชุดและตัวอักษรเล่น

TEST การเขย่า & การคน



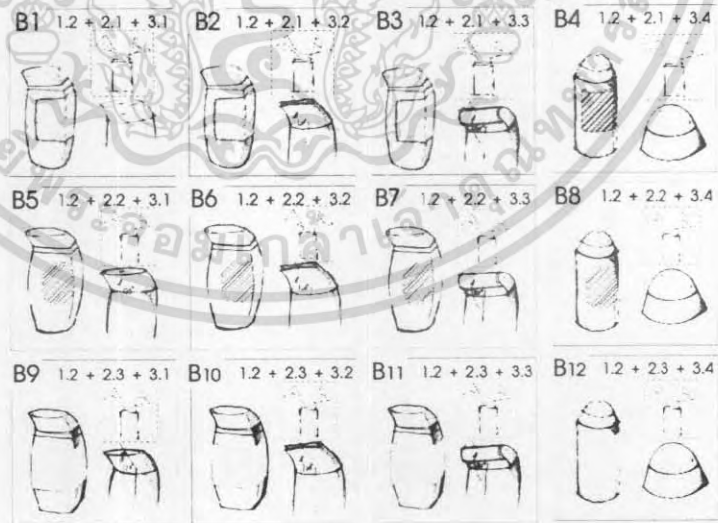
รูปที่ 4.62 แผ่นภาพแสดงการทดลองวิธีการใช้งานของผลิตภัณฑ์ครีมทำให้ขนร่วง

Design Alternative



รูปที่ 4.63 แผ่นภาพแสดงทางเลือกในการออกแบบของผลิตภัณฑ์ครีมฟอกสีฟัน

Design Alternative



รูปที่ 4.64 แผ่นภาพแสดงทางเลือกในการออกแบบของผลิตภัณฑ์ครีมฟอกสีฟัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Design Alternative

C1 1.3 + 2.1



D1 1.4 + 2.1



D2 1.4 + 2.2



D3 1.4 + 2.3



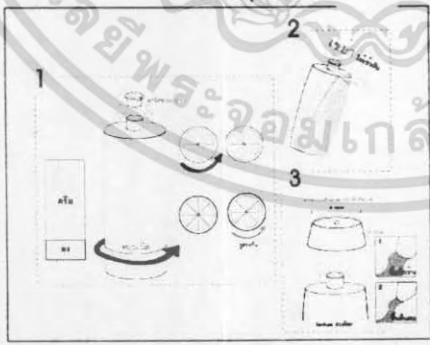
รูปที่ 4.65 แผ่นภาพแสดงทางเลือกในการออกแบบของผลิตภัณฑ์ครีมฟอกสีฟัน

Design Selection

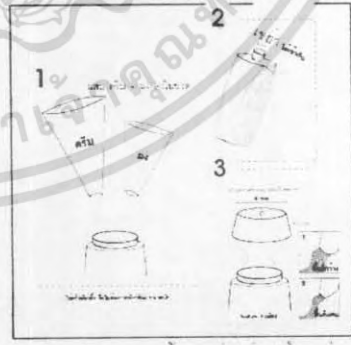
ครีมฟอกสีฟัน
สำหรับ แขนงขา

ความต้องการของตลาด
- ใช้สะดวก รวดเร็ว มีประสิทธิภาพสูง
- เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และประหยัดค่าใช้จ่าย

Development 1 A9



Development 2 B9



มีจุดขาย
เมื่อเทียบกับคู่แข่งที่ในท้องตลาด
คือความสะดวก

- ต้นทุนต่ำกว่า ใช้งานง่าย

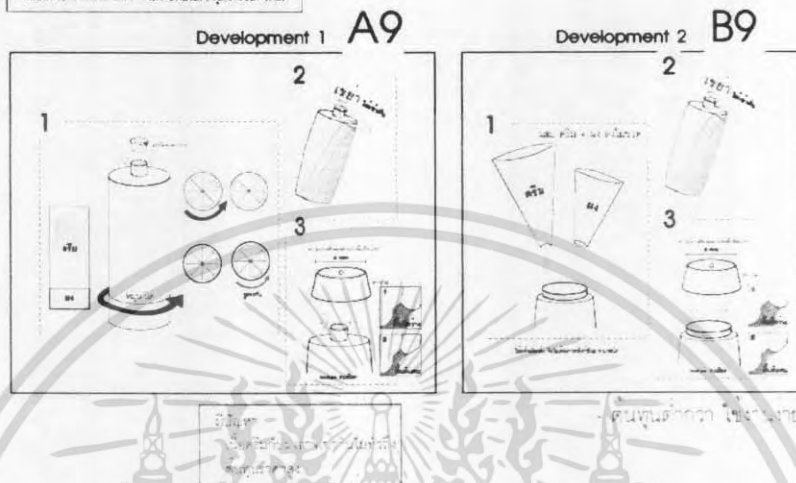
รูปที่ 4.66 แผ่นภาพแสดงการพัฒนาโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ครีมฟอกสีฟันสำหรับบริเวณแขนขา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Design Selection

ครีมฟอกสีฟัน
สำหรับ ไบท์น้า

ความต้องการของบ้าน
ใช้สำหรับฟัน, ซึ่งมีทั้ง ฟอกสีฟันและเคลือบฟัน
เป็นน้ำใช้แปรงฟัน และใช้กับแปรงสีฟัน



รูปที่ 4.67 แผ่นภาพแสดงการพัฒนาโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ครีมฟอกสีฟันสำหรับบริเวณไบท์น้า

Materials + Process

No.	Product Name	Part Name	Material	Process	Colour	Remark
1.	แวกซ์อุ้นสำหรับบริเวณเขนตา ครีมฟอกสีฟันสำหรับบริเวณเขนตา ครีมฟอกสีฟันสำหรับบริเวณไบท์น้า	Bottle	PP	In.B	Clear	Sticker Labe
		Closer1	PP	In	White	-
		ฟอกฟัน	HDPE	In	White	-
		Closer2	PP	In	Clear	-
2.	แวกซ์อุ้นสำหรับบริเวณไต้วงเขน	Bottle	PP	In.B	Clear	Sticker Labe
		Closer1	PP	In	White	-
		ฟอกฟัน	HDPE	In	White	-
		Closer2	PP	In	Clear	-
3.	แวกซ์เย็นสำหรับบริเวณเขนตา	Bottle	PP	In.B	Clear	Sticker Labe
		Closer1	PP	In	White	-
		ฟอกฟัน	HDPE	In	White	-
		Closer2	PP	In	Clear	-
4.	แวกซ์เย็นสำหรับบริเวณไต้วงเขน	Bottle	PP	In.B	Clear	Sticker Labe
		Closer1	PP	In	White	-
		ฟอกฟัน	HDPE	In	White	-
		Closer2	PP	In	Clear	-

รูปที่ 4.68 แผ่นภาพแสดงวัสดุและกรรมวิธีการผลิตของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

Materials + Process

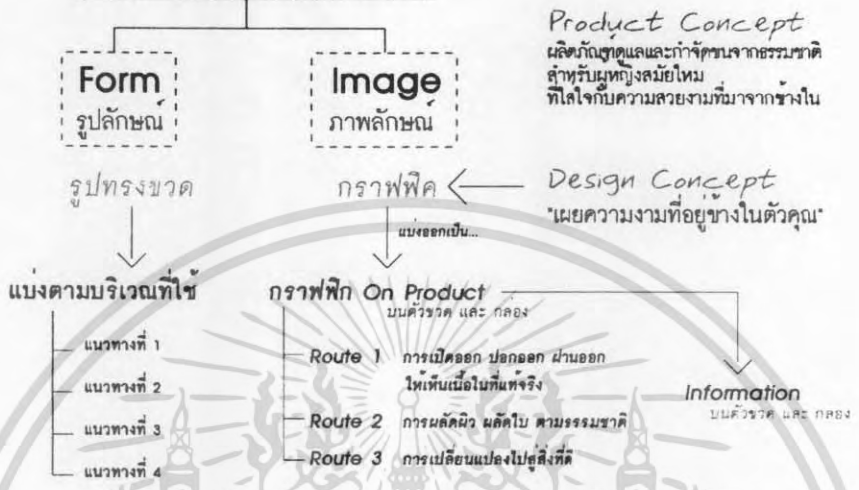
No.	Product Name	Part Name	Material	Process	Colour	Remark
5.	ครีมทำโทษบริเวณสำหรับบริเวณขนตา ครีมทำโทษบริเวณสำหรับบริเวณคิ้ว	Bottle	LDPE	In.B	สีเบจ	Sticker Label
		หัวปาก	HDPE	In	White	-
		Closer	HDPE	In	สีเบจ	-
6.	ครีมทำโทษบริเวณสำหรับบริเวณคิ้ว	Bottle	LDPE	In.B	สีเบจ	Sticker Label
		หัวปากลูกกลิ้ง	HDPE	In	White	-
		Closer	HDPE	In	สีเบจ	-
7.	ครีมทำโทษบริเวณสำหรับบริเวณคิ้ว	Bottle	LDPE	In.B	สีเบจ	Sticker Label
8.	โลชั่นปรับสภาพผิวก่อนการโกนขน โลชั่นปรับสภาพผิวก่อนการโกนขน สูตรSensitive โลชั่นปรับสภาพผิวหลังการโกนขน โลชั่นปรับสภาพผิวหลังการโกนขน สูตรSensitive	Bottle	HDPE	In.B	สีเบจ	Sticker Label
		Closer	PP	In	สีเบจ	-
9.	โลชั่นปรับสภาพผิวหลังการโกนขน (ผสมแอลกอฮอล์) โลชั่นปรับสภาพผิวหลังการโกนขน สูตรSensitive (ผสมแอลกอฮอล์)	Bottle	PP	In.B	Clear	Sticker Label
		Closer	PP	In	Clear	-

รูปที่ 4.69 แผ่นภาพแสดงวัสดุและกรรมวิธีการผลิตของผลิตภัณฑ์ในโครงการ



รูปที่ 4.70 แผ่นภาพแสดงองค์ประกอบของการออกแบบด้าน Image

Design direction



รูปที่ 4.71 แผ่นภาพแสดงแผนผังแนวทางในการออกแบบด้าน Image

Form
รูปลักษณะ

รูปร่าง

แบ่งตามบริเวณที่ใช้

บริเวณที่ใช้	แนวทางที่ 1	แนวทางที่ 2	แนวทางที่ 3	แนวทางที่ 4
รูปร่าง-รูปร่างของหลอด	ลักษณะของพื้นผิว (Surface)	รูปร่างที่มาจากธรรมชาติ นำมาพบค่า	ลักษณะของกุ่มเป้าหมายซึ่งเป็น คนเมือง ความรวดเร็ว กระฉับกระเฉง เหมือนลายเส้นที่คิดเพียงครั้งเดียว	
แขนขา				
โค้งแขน				
บัลลังก์				
ใบหน้า				
ทุกส่วนของร่างกาย				

รูปที่ 4.72 แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบด้านรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

73

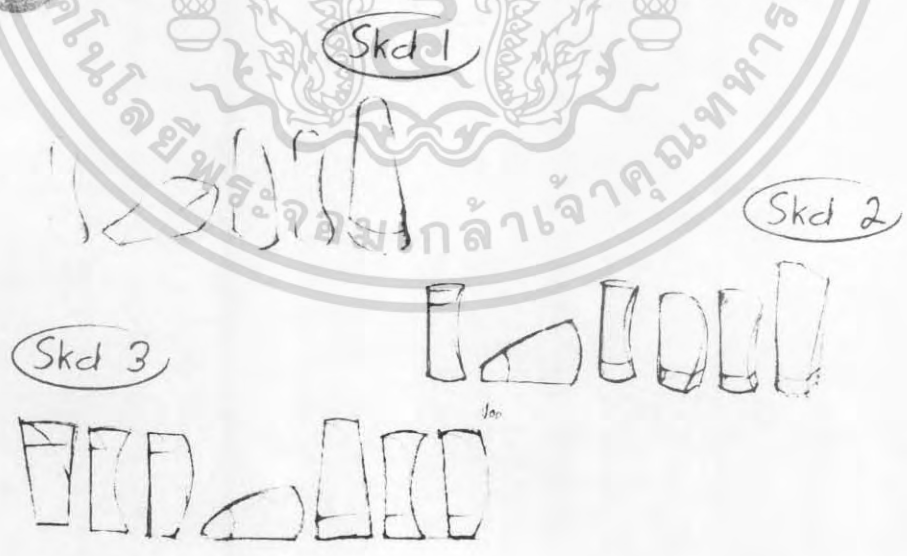
แนวทางที่ 1 รูปร่างรูปทรงของผู้หญิง



รูปที่ 4.73 แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบด้านรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ แนวทางที่ 1

74

แนวทางที่ 2 ลักษณะของพื้นที่ผิว

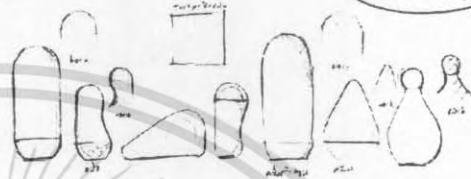


รูปที่ 4.74 แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบด้านรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ แนวทางที่ 2

Skd 1



Skd 2



Skd 3



รูปที่ 4.75 แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบด้านรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ แนวทางที่ 3

Skd 1



Skd 2

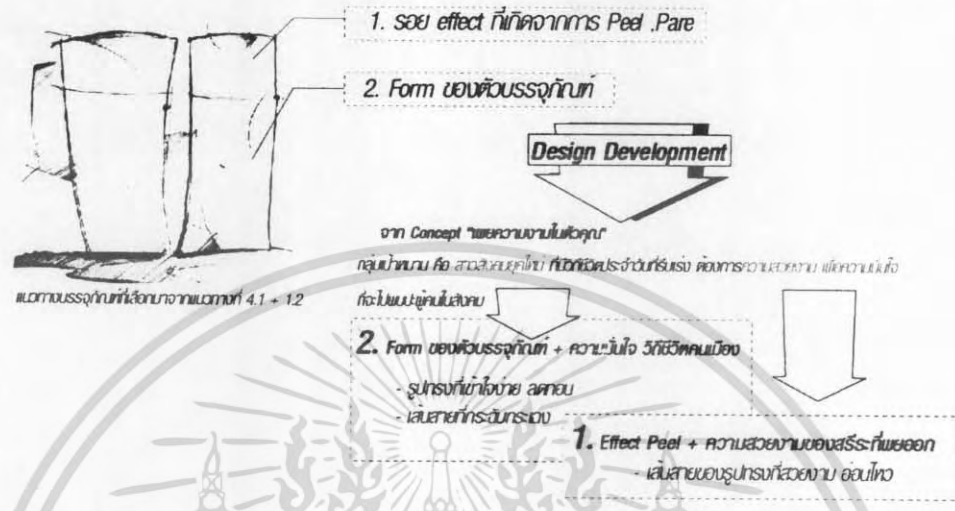


Skd 3

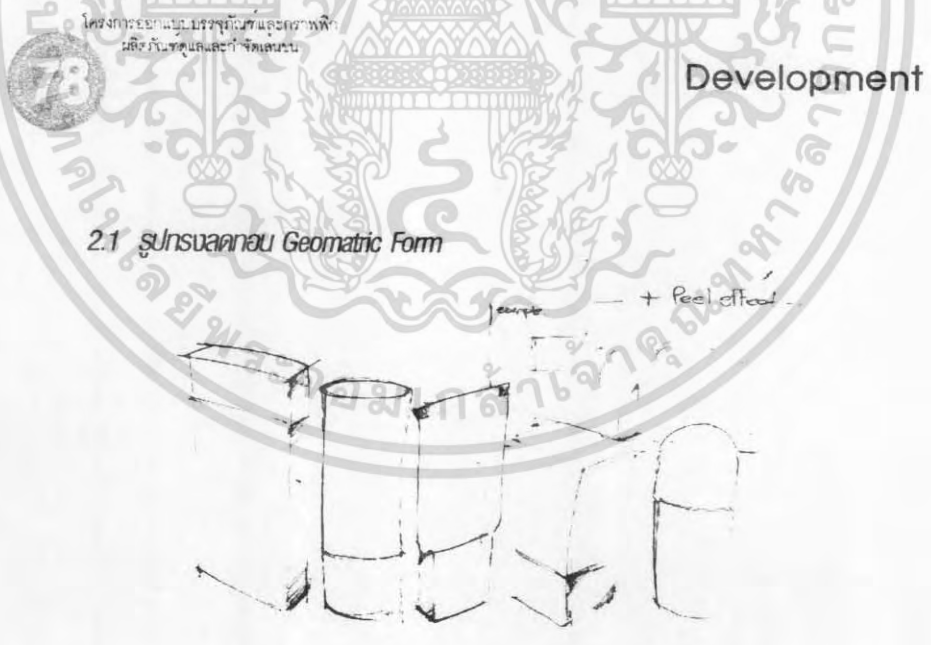


รูปที่ 4.76 แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบด้านรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ แนวทางที่ 4

แนวทางที่เลือกมาจากการสอบถามจากกลุ่มเป้าหมาย . . .
 . . . จะมี Design Direction อยู่ 2 ทาง คือ



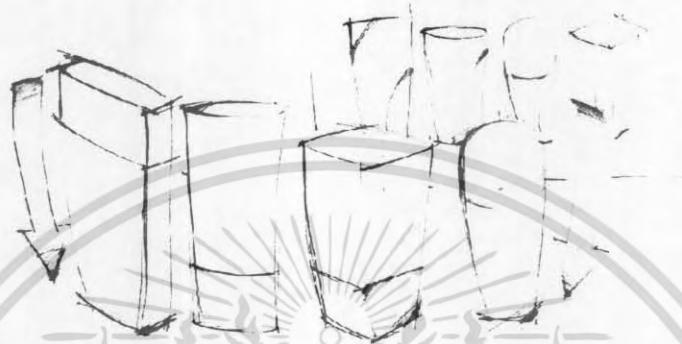
รูปที่ 4.77 แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการพัฒนารูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์



รูปที่ 4.78 แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการพัฒนารูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์

2.2 *sunsu* + เส้นสายที่กระจัดกระจาย

+ Far' effect



รูปที่ 4.79 แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการพัฒนารูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์

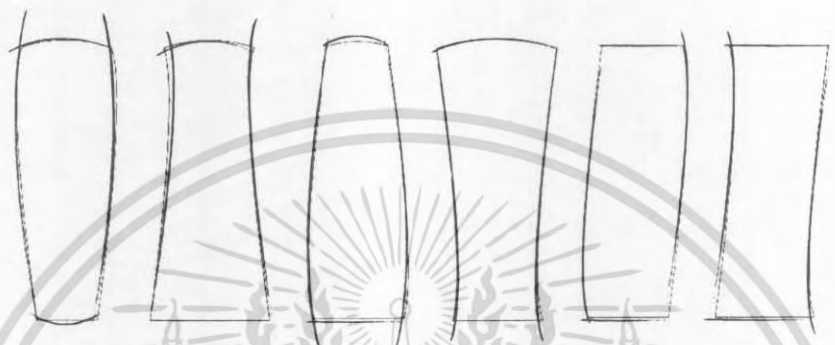
2.3 *sunsu* + Smooth

+ Far' effect



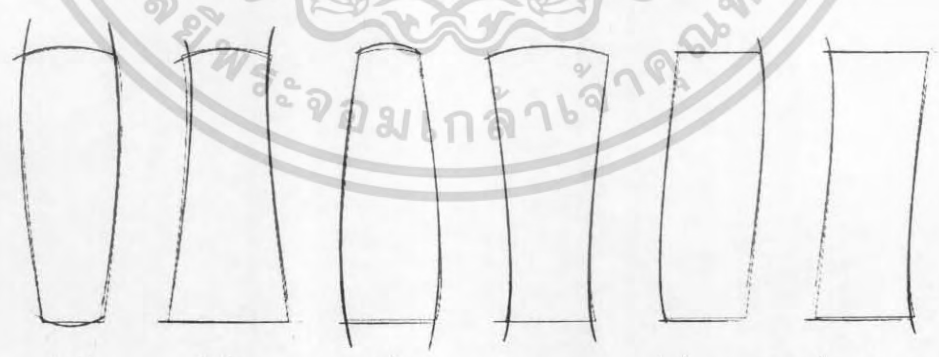
รูปที่ 4.80 แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการพัฒนารูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์

เส้นสายของคนเมือง
ความกระฉับกระเฉง
ความรวดเร็ว
เหมือนเส้นสายที่ควักเพียงครั้งเดียว



รูปที่ 4.81 แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการพัฒนารูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์

ข้อจำกัดทางด้านฟังก์ชัน



แว็กซ์อ่อน แวกซ์เย็น คริมทำไห้นร่วง คริมฟอกสีชน โลชั้นก่อนโกนขน โลชั้นหลังโกนขน

รูปที่ 4.82 แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการพัฒนารูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

83

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิก
ผลิตภัณฑ์ดูแลและกำจัดเส้นผม

Effect Peel
โดยการ ผ่าน ปาด
จากรูปทรงที่รวดเร็ว มั่นใจ
--> เมื่อผ่านออก
กลายเป็นรูปทรงเป็นลอนข้อย
สวยงาม และเนยสิ่งที่ดีที่อยู่ภายใน

เส้นสายของรูปร่าง...รูปทรง
แบ่งตามบริเวณที่ใช่



รูปที่ 4.84 แผ่นภาพแสดงรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Route 1 การเปิดออก ปกออก ผ่านออก
ให้เห็นเนื้อในที่แท้จริง



Skd 1

Skd 2

รูปที่ 4.85 แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบกราฟิกของบรรจุภัณฑ์ แนวทางที่ 1

Route 2 การผลิตผิว ผลิตใบ ตามธรรมชาติ



Skd 1

Skd 2

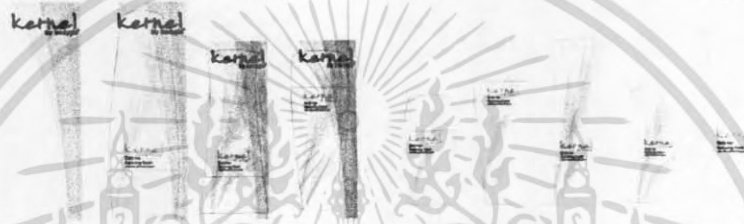
รูปที่ 4.86 แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบกราฟิกของบรรจุภัณฑ์ แนวทางที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Skd 1



Skd 2

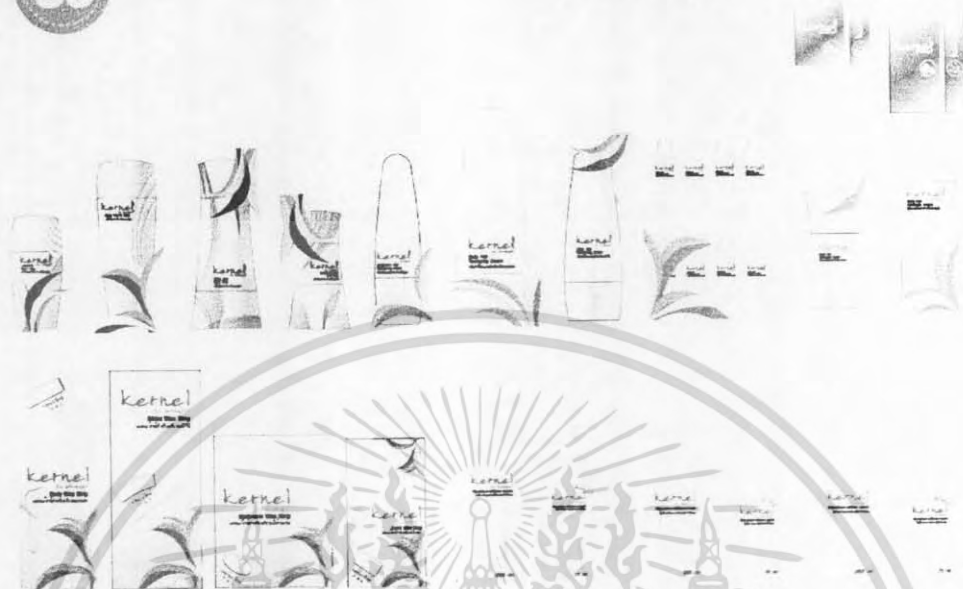


รูปที่ 4.87 ผ่านภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบกราฟิกของบรรจุภัณฑ์ แนวทางที่ 3



ชนิดของผลิตภัณฑ์	จุดเด่น	Colour
แวกซูน	ต้องนำไปอุ่นให้ความร้อนก่อนใช้	แดง <input checked="" type="radio"/>
แวกซิม	มีลักษณะตรงข้ามกับแวกซูน	ฟ้า-เงิน <input checked="" type="radio"/>
แผ่นแวกซ์	ลักษณะแผ่นเป็นลิ้นควาลอน	น้ำตาล <input type="radio"/>
ครีมกำจัดขน	เป็นการกำจัดขนแบบSmooth(ไม่เจ็บเลย)	เขียว <input type="radio"/>
ครีมพอกสีน	ทำให้รณสีอ่อนและสว่างขึ้น	เหลือง <input type="radio"/>
ผลิตภัณฑ์สำหรับการบำรุง	สามารถใช้ได้กับทุกส่วนของร่างกาย	ชมพู <input type="radio"/>

รูปที่ 4.88 ผ่านภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบแบ่งชนิดของผลิตภัณฑ์

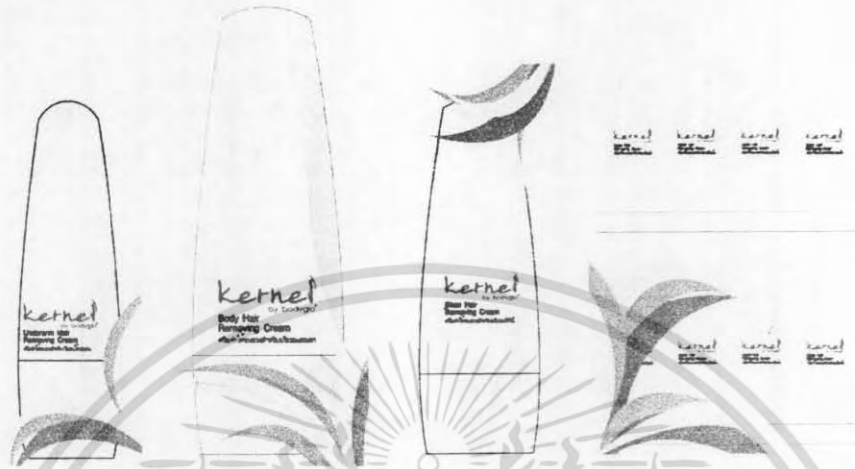


รูปที่ 4.89 แผ่นภาพแสดงการพัฒนาแบบกราฟฟิคบรรจุภัณฑ์



รูปที่ 4.90 แผ่นภาพแสดงการพัฒนาแบบกราฟฟิคบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แวกซ์อุ่นและแวกซ์เย็น

91



รูปที่ 4.91 แผ่นภาพแสดงการพัฒนาแบบกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ครีมทำให้ขบร่วง

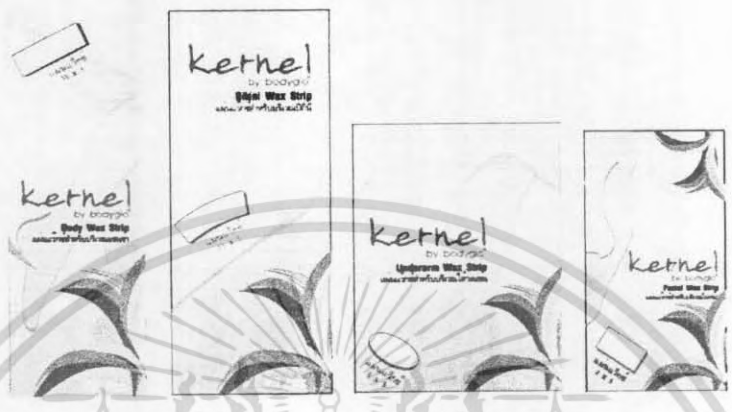
92



รูปที่ 4.92 แผ่นภาพแสดงการพัฒนาแบบกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ครีมฟอกสีขน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

93



รูปที่ 4.93 แผ่นภาพแสดงการพัฒนาแบบกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แผ่นแว็กซ์

94



รูปที่ 4.94 แผ่นภาพแสดงการพัฒนาแบบกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ประเภทโลชั่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

95



รูปที่ 4.95 แผ่นภาพแสดงตัวอย่างการพัฒนาแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์(กล่อง)และกราฟิก Information

96



รูปที่ 4.95 แผ่นภาพแสดงตัวอย่างการพัฒนาแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์(กล่อง) และ กราฟิก Information

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 ภาพถ่ายหุ่นจำลอง

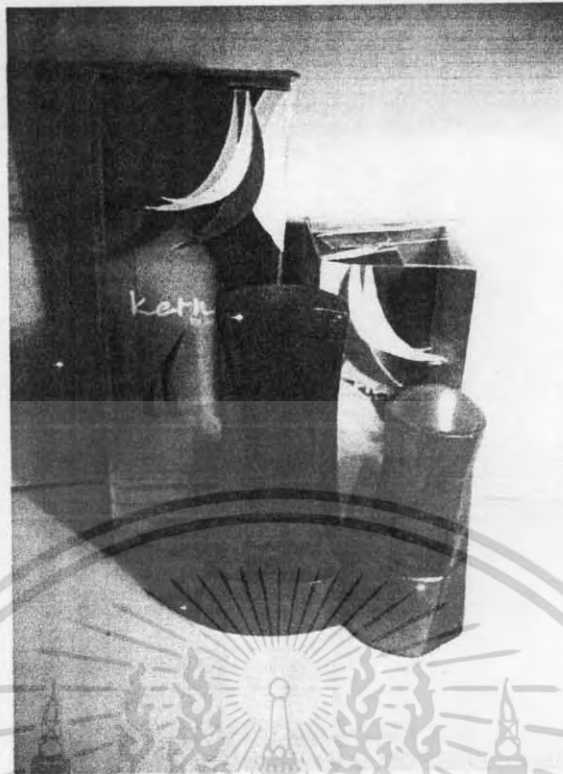


รูปที่ 4.96 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ



รูปที่ 4.97 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์นวิ็กซ์อุ่น

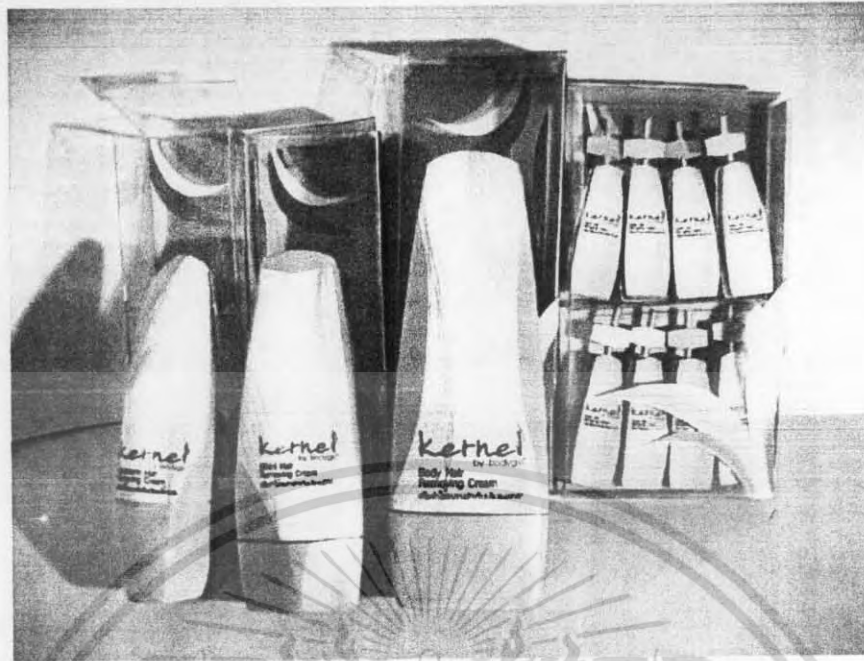
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.98 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์กันแว็กซ์เย็บ



รูปที่ 4.99 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ครีมเปลี่ยนสีขบ



รูปที่ 4.100 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ครีมทำให้ขนร่วง



รูปที่ 4.101 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์แผ่นแว็กซ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.102 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ประเภทโลชั่น



4.3 แบบแสดงรายละเอียด Drawing





Underarm Hair Cold Wax

แวกขนสำหรับบริเวณใต้วงแขน

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์กำจัดขนและดูแลขน
ศรฯ เคอเนล ของ บริษัทบอดี้ไกลจำกัด

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE
DEPARTMENT OF INDUSTRIAL DESIGN
MISS PRAPAWEE SIWAWETKUL CODE 44020104

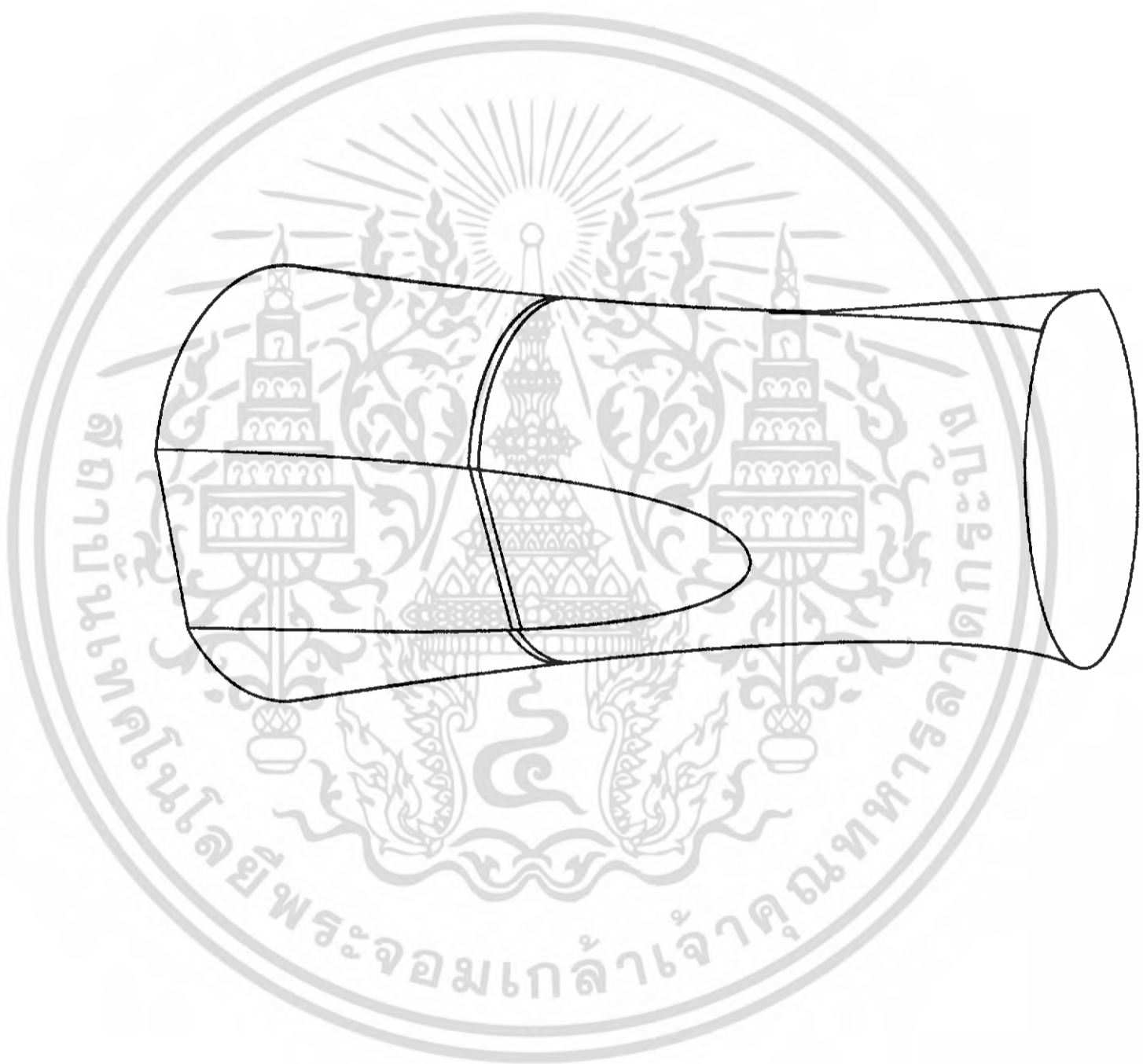
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ถือครองไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น หากมีให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



Index	
Perspective	1
Assembly	2
Elevation	3
Layout Drawing	4
Multiview	5
Part 1 : Bottle	6
Part 2 : Rolling	7
Part 3 : Closer	8

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

PERSPECTIVE

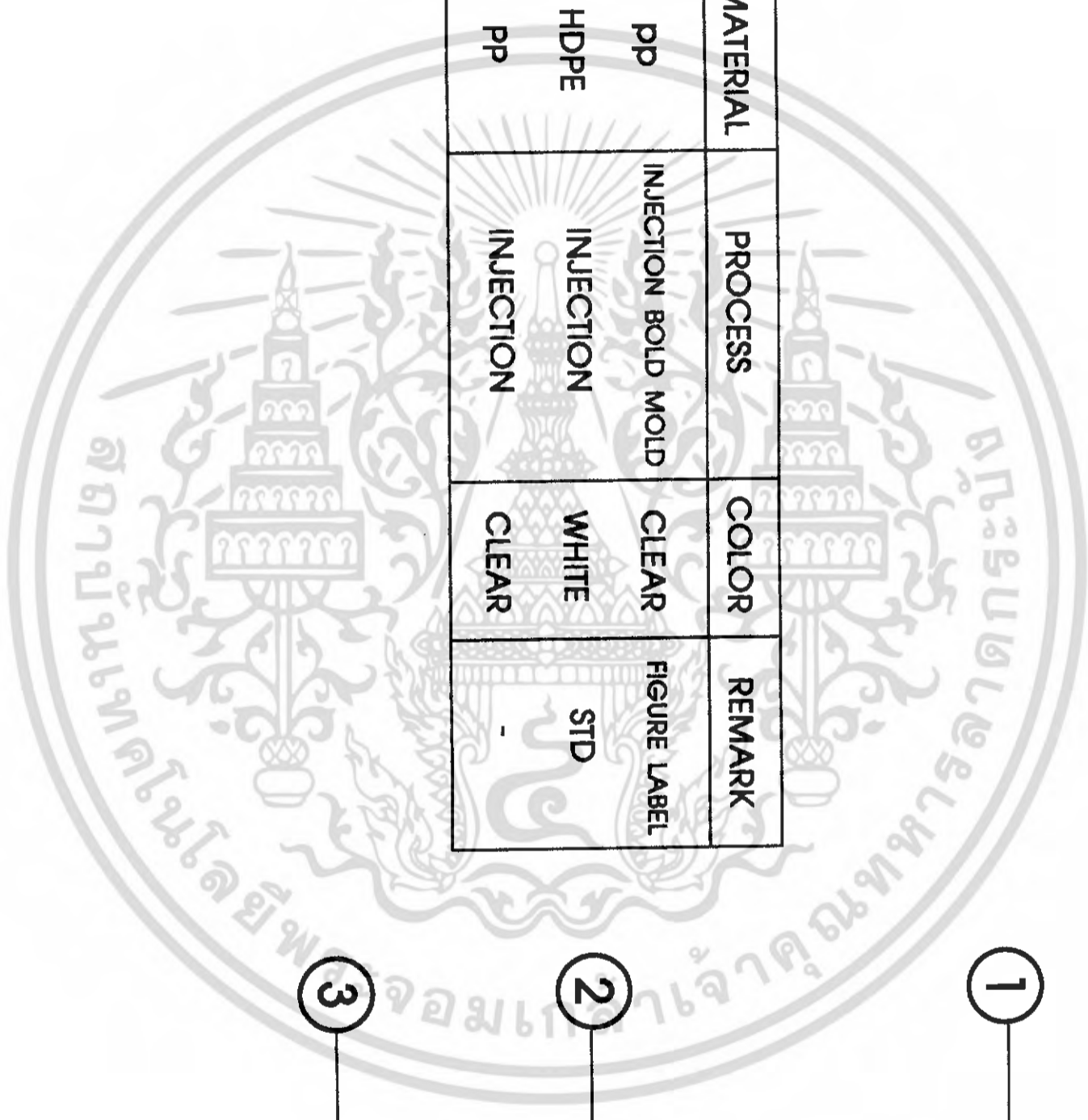
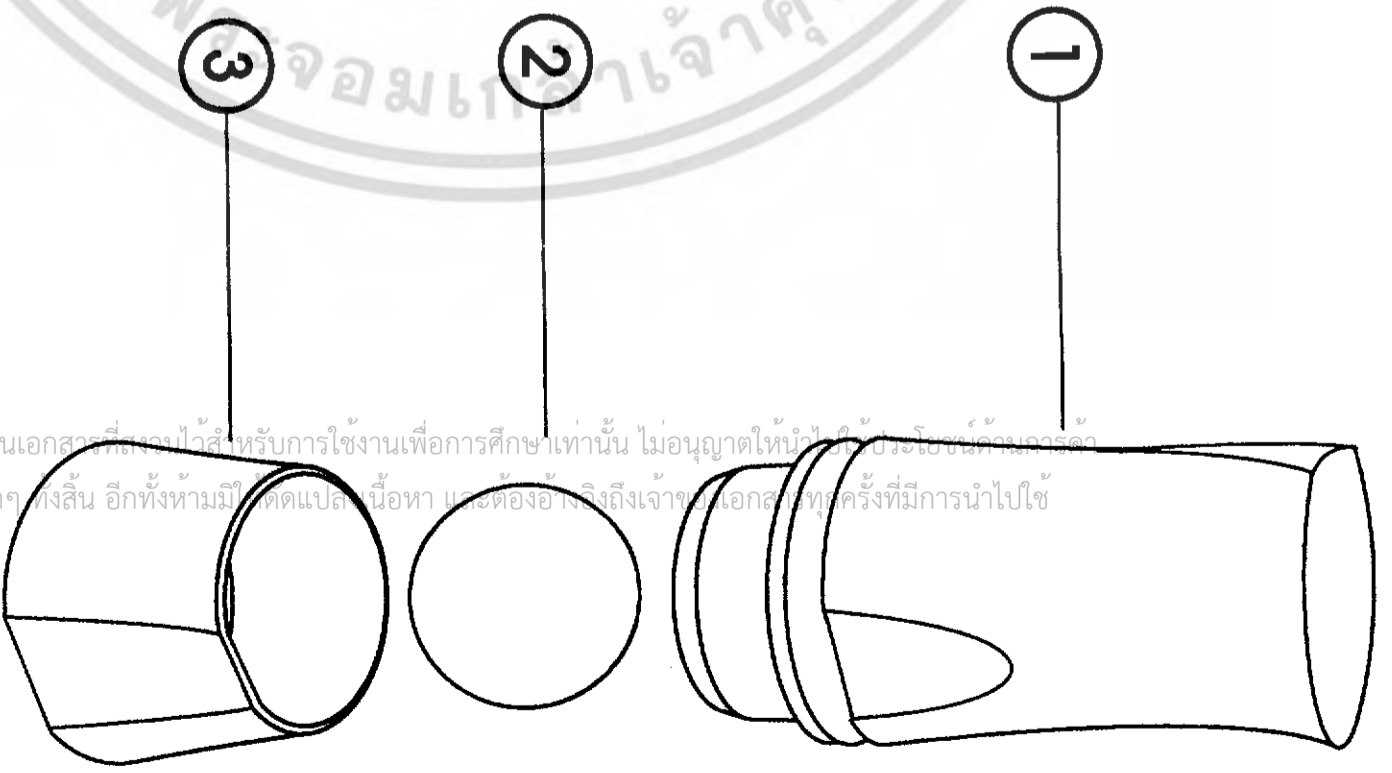


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE
DEPARTMENT OF INDUSTRIAL DESIGN
MISS PRAPAWEE SIWAWETKUL
CODE 44020104

NO.	PARTNAME	NUMBER	MATERIAL	PROCESS	COLOR	REMARK
1	Bottle	1	pp	INJECTION BOLD MOLD	CLEAR	FIGURE LABEL
2	Rolling	1	HDPE	INJECTION	WHITE	STD
3	Closer	1	PP	INJECTION	CLEAR	-



ASSEMBLY

2

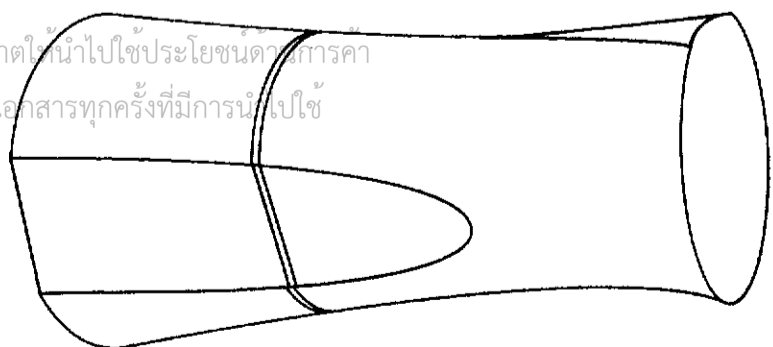
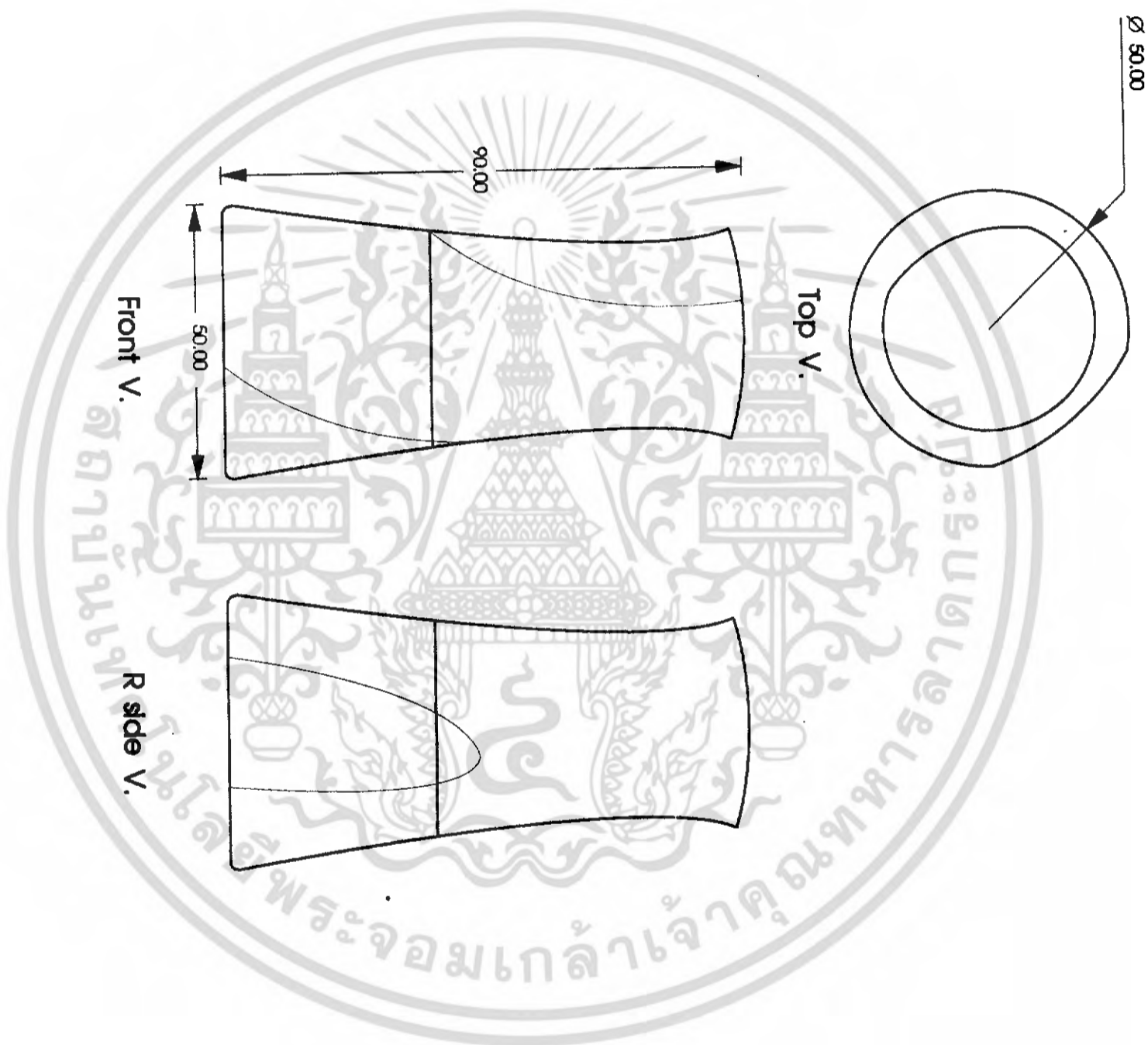
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
 FACULTY OF ARCHITECTURE
 DEPARTMENT OF INDUSTRIAL DESIGN
 MISS PRAPAWEE SWAWETKUL
 CODE 44020104

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์อื่นใด
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลง เนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ELEVATION

3

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE
DEPARTMENT OF INDUSTRIAL DESIGN
MISS PRAPAWEE SIWAWETKUL
CODE 44020104 UNIT : mm SCALE 1:1



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

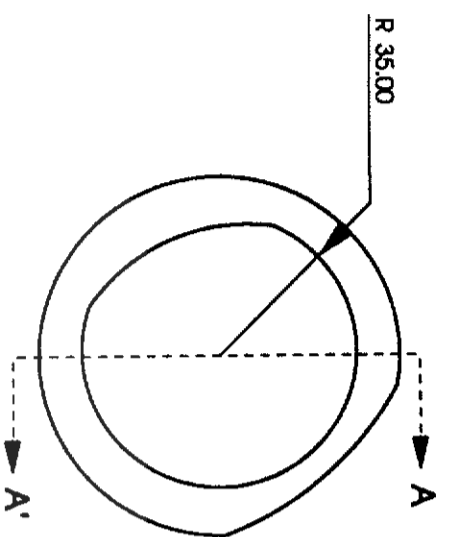
LAYOUT DRAWING

4

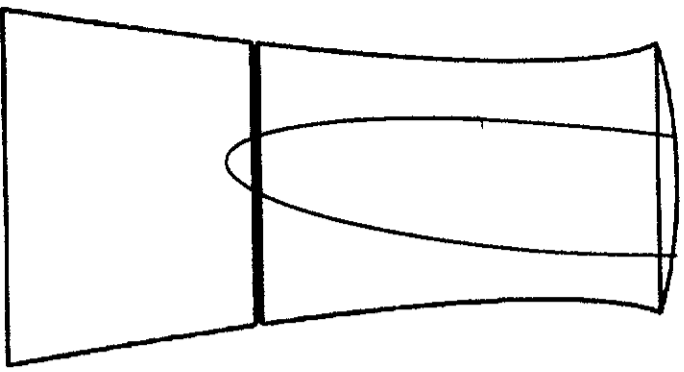
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG		
FACULTY OF ARCHITECTURE		
DEPARTMENT OF INDUSTRIAL DESIGN		
MISS PRAPAWEE SIWAWETKUL		
CODE 44020104	UNIT : mm	SCALE 1:1



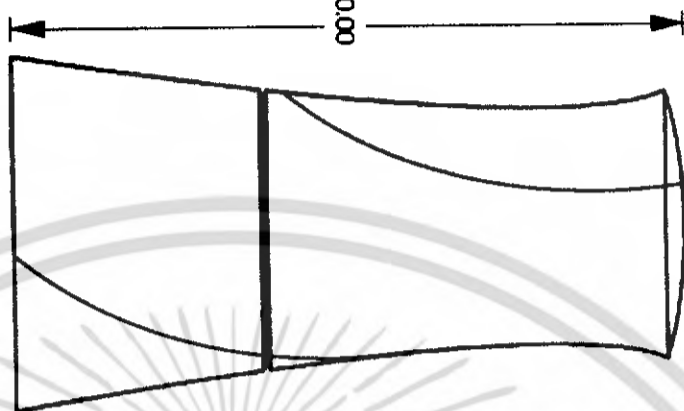
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



TOP VIEW

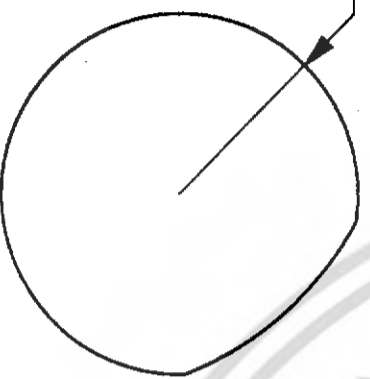


SIDE L. VIEW

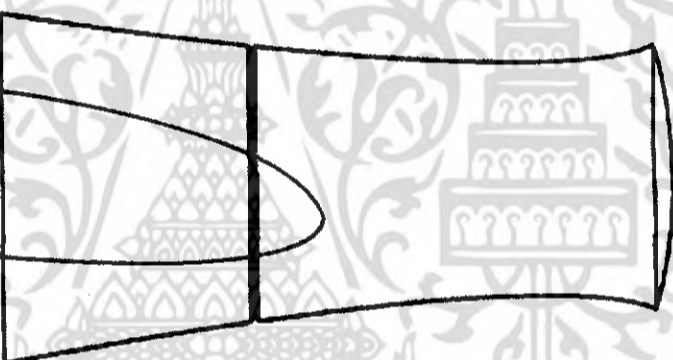


FRONT VIEW

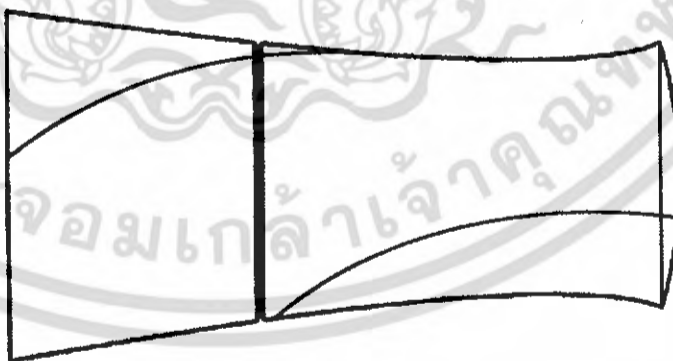
R 50.00



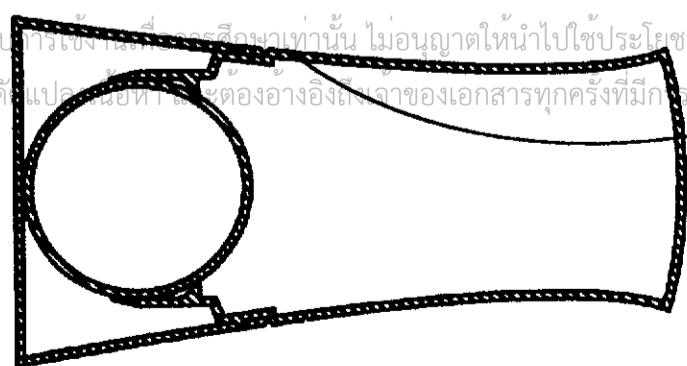
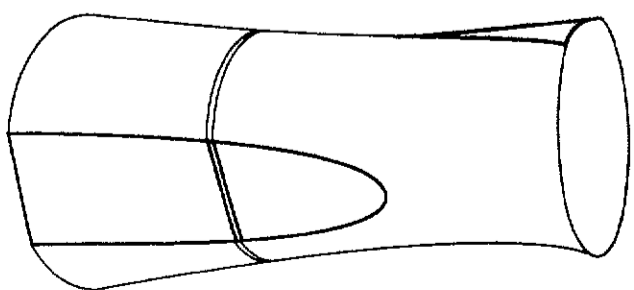
BOTTOM VIEW



SIDE R. VIEW



BACK VIEW



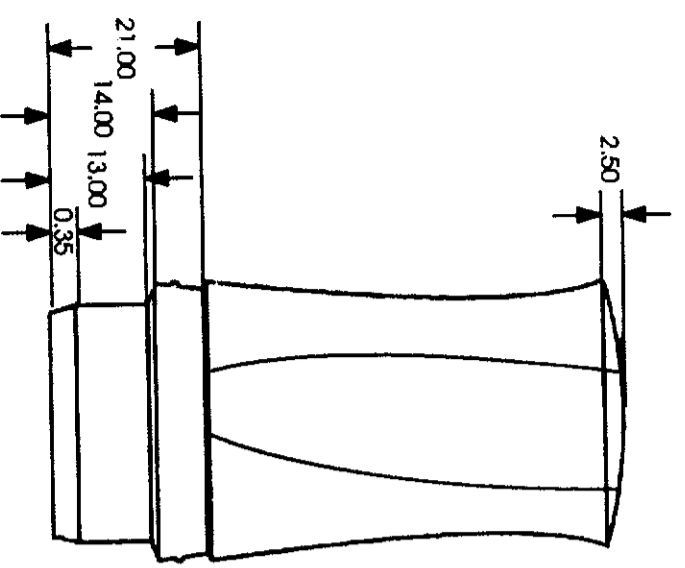
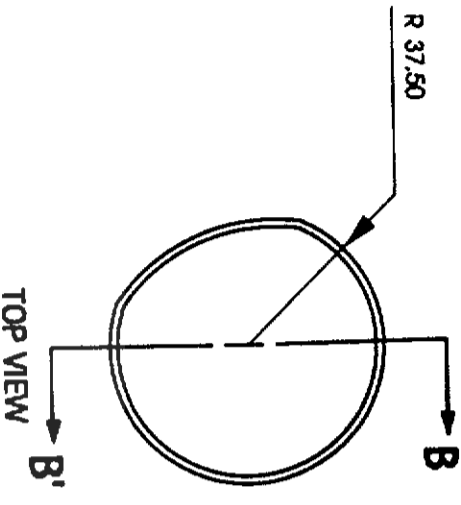
SECTION VIEW AA'

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรรมการแข่งขันการประกวดสิ่งพิมพ์เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามนำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีก้นำไปใช้

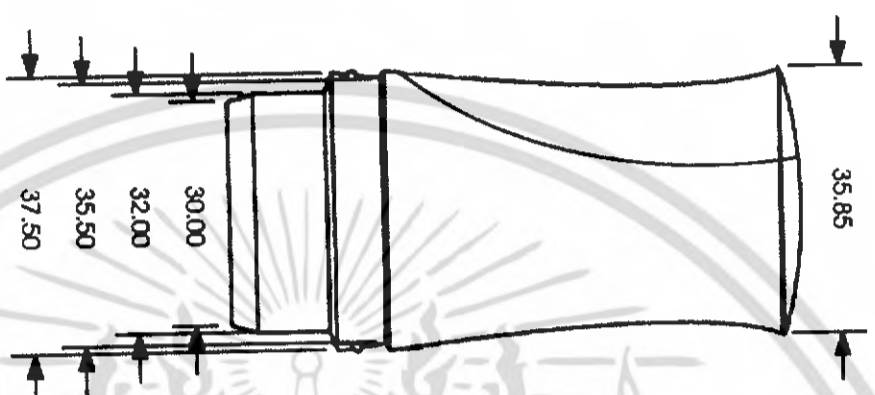
MULTIVIEW

5

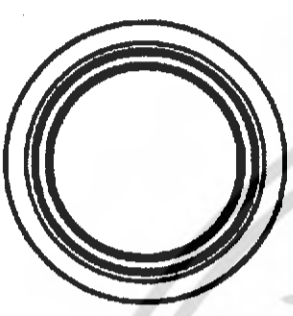
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
FACULTY OF ARCHITECTURE			
DEPARTMENT OF INDUSTRIAL DESIGN			
MISS PRAPAWEE SIWAWETKUL			
CODE 44020104	UNIT : mm	SCALE 1:1	



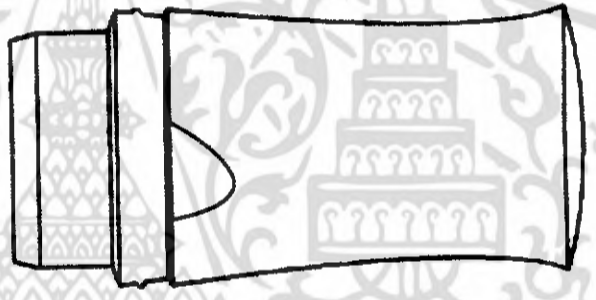
SIDE L. VIEW



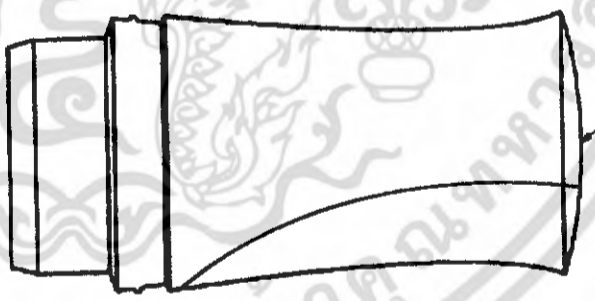
FRONT VIEW



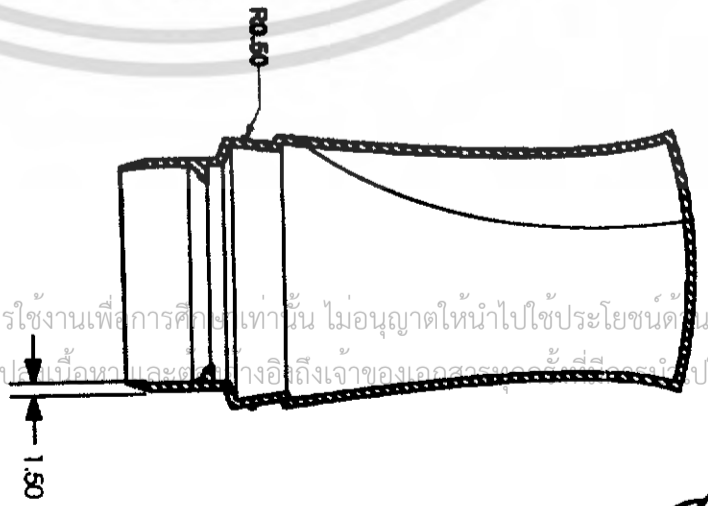
BOTTOM VIEW



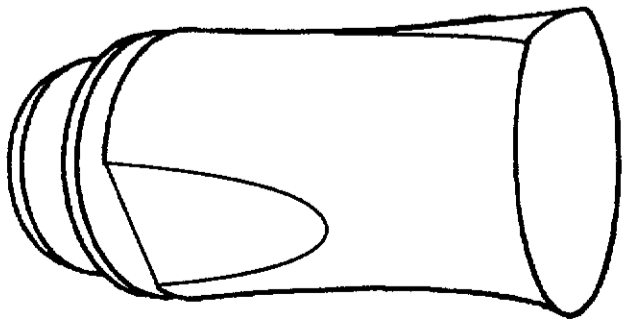
SIDE R. VIEW



BACK VIEW



SECTION VIEW B-B'



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สละไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้ดัดแปลงแก้ไขโดยไม่แจ้งถึงเจ้าของเอกสารผู้จัดทำไว้เพื่อใช้

PART 1

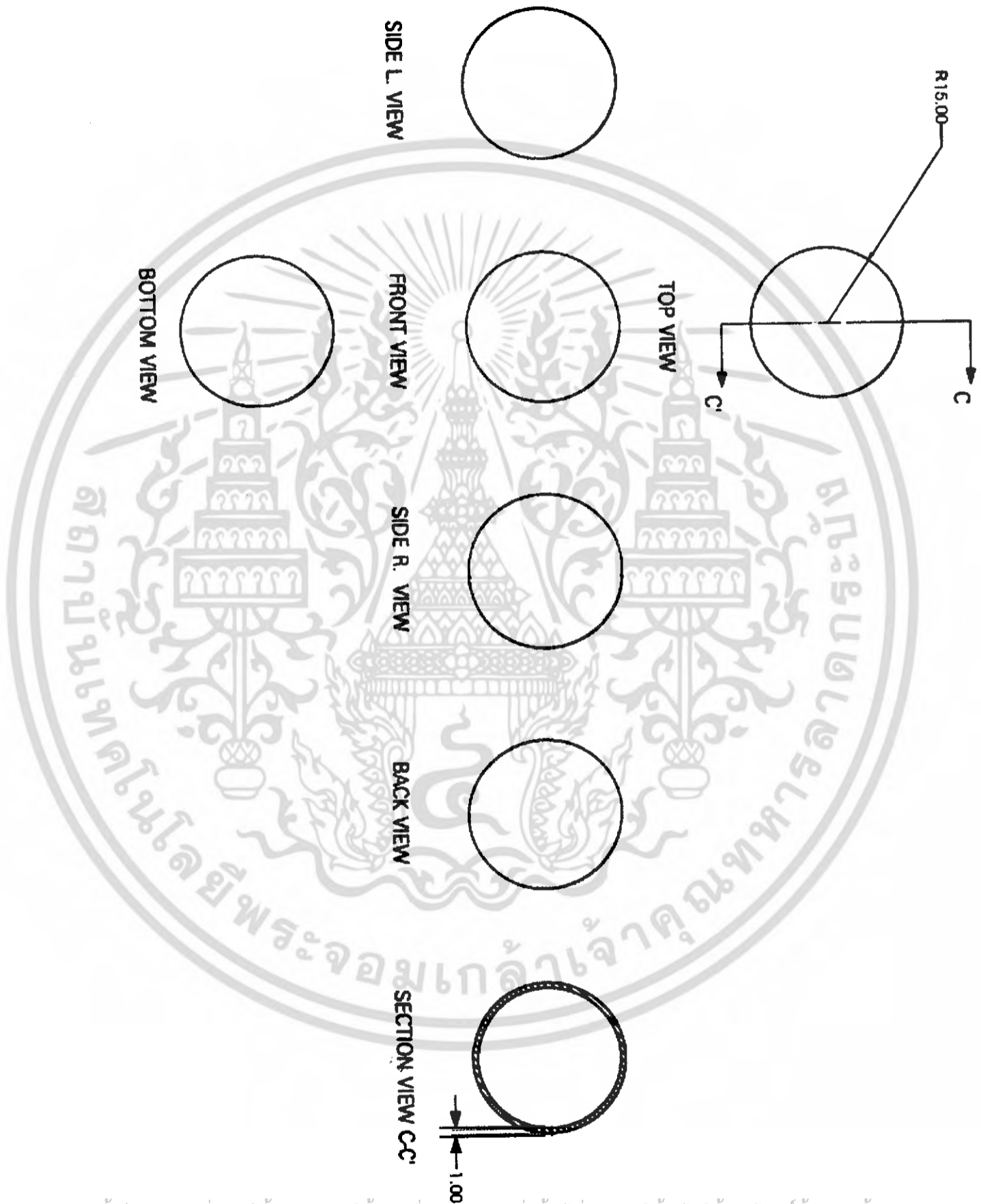
6

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
FACULTY OF ARCHITECTURE	
DEPARTMENT OF INDUSTRIAL DESIGN	
MISS PRAPAWEE SWAWETKUL	
CODE 44020104	UNIT : mm
	SCALE 1:1

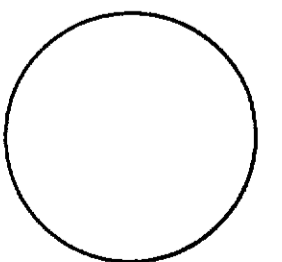
PART 2

7

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
FACULTY OF ARCHITECTURE
DEPARTMENT OF INDUSTRIAL DESIGN
MISS PRAPAWEE SIWAWETKUL
CODE 44020104 UNIT : mm SCALE 1:1



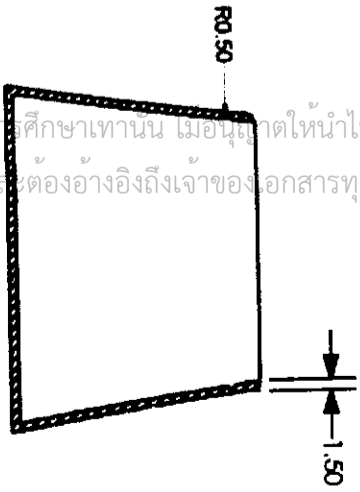
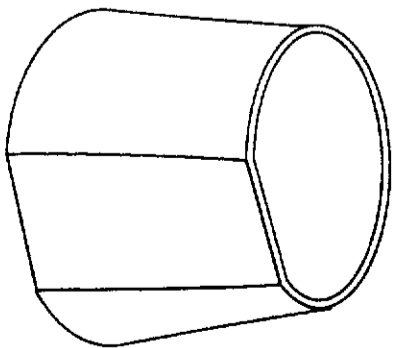
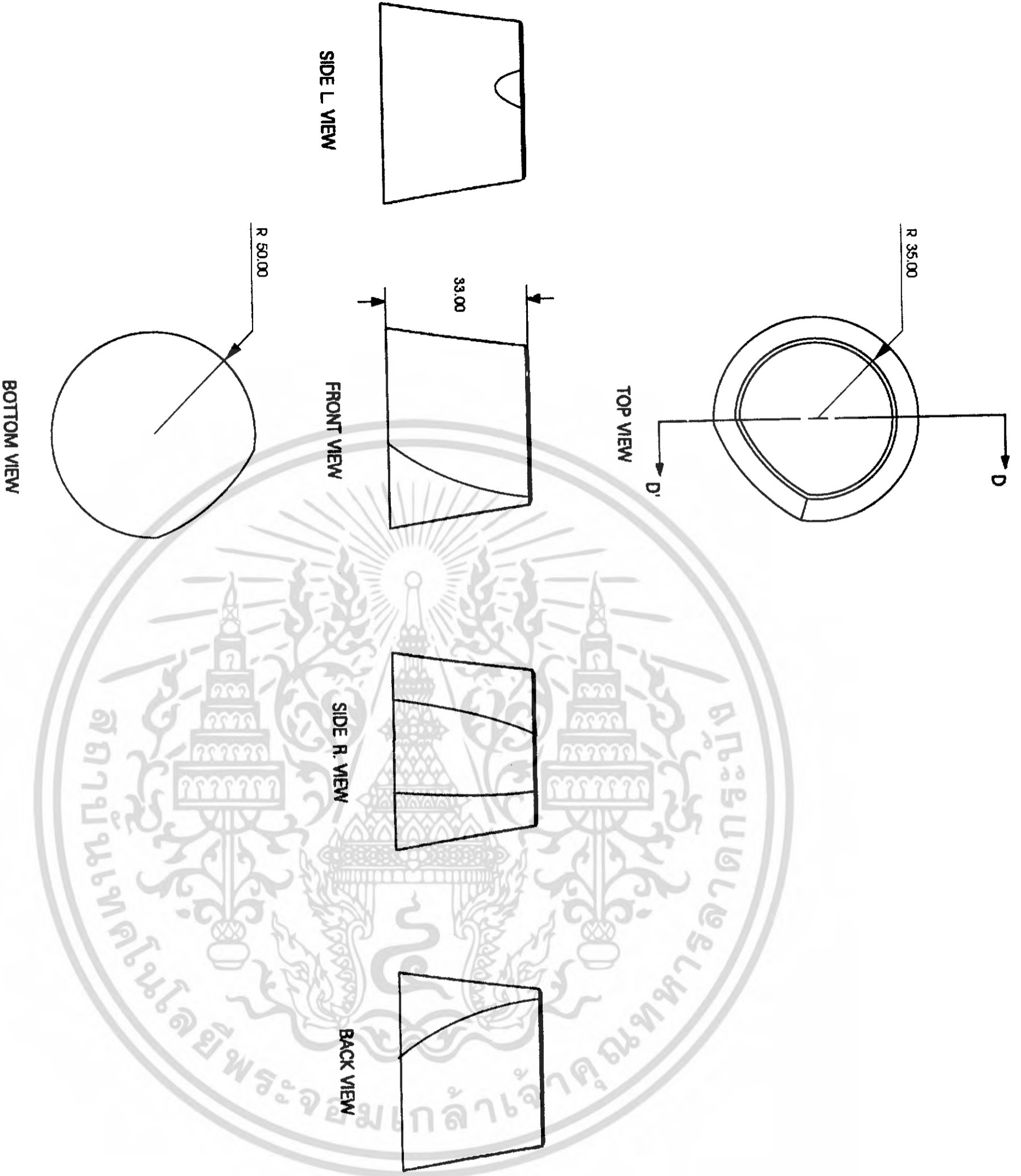
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



PART 3

8

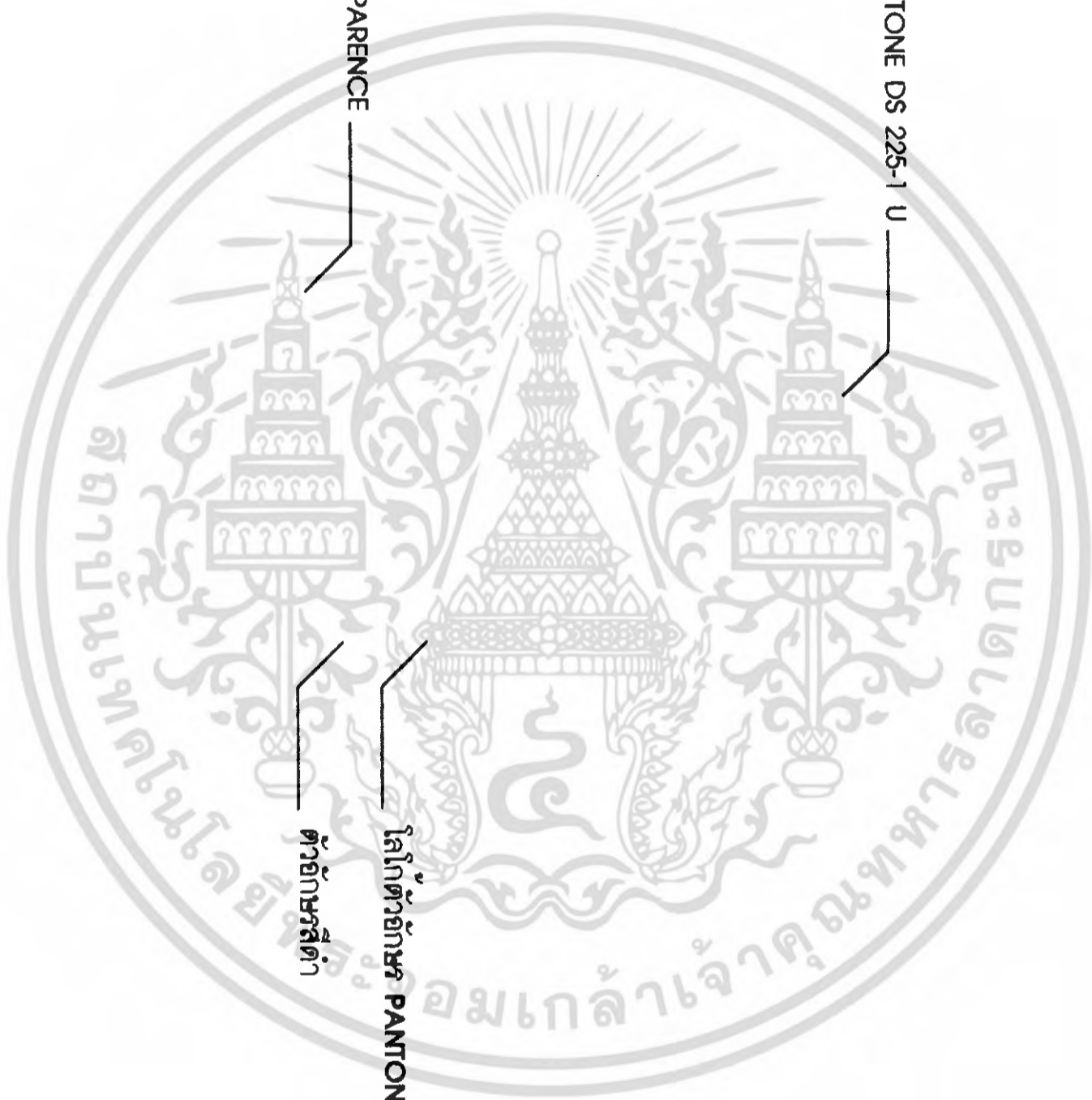
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
 FACULTY OF ARCHITECTURE
 DEPARTMENT OF INDUSTRIAL DESIGN
 MISS PRAPAWEE SIWAWETKUL
 CODE 44020104 UNIT : mm SCALE 1:1



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4 ภาพถ่ายอวาร์ทเวิร์ด (Artworks)





กราฟฟิคลายเส้น PANTONE DS 225-1 U

TRANSPARENCE

โลโก้อัศวิน PANTONE DS 218-1 U
ตัวอักษรสีดำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ที่ผู้จัดทำมีให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



Kernel
by bodygo
Underarm Hair
Cold Wax

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น หากมีให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้





เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ARTWORK

Cold Wax Bottle

1

KING MONGKUTS INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG		
FACULTY OF ARCHITECTURE		
DEPARTMENT OF INDUSTRIAL DESIGN		
MISS PRAPAWEE SIWAWETKUL		
CODE 44020104	UNIT : mm	SCALE 2:1

กลีบดอกไม้ PANTONE DS 225-3 U
กลีบดอกไม้ PANTONE DS 225-3 U
ลายเส้น PANTONE DS 225-3 U
กลีบดอกไม้ PANTONE DS 225-3 U



TRANSPARENCE

โลโก้อักษร สีขาว
สีพื้น PANTONE DS 225-3 U

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่าในรูปแบบใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

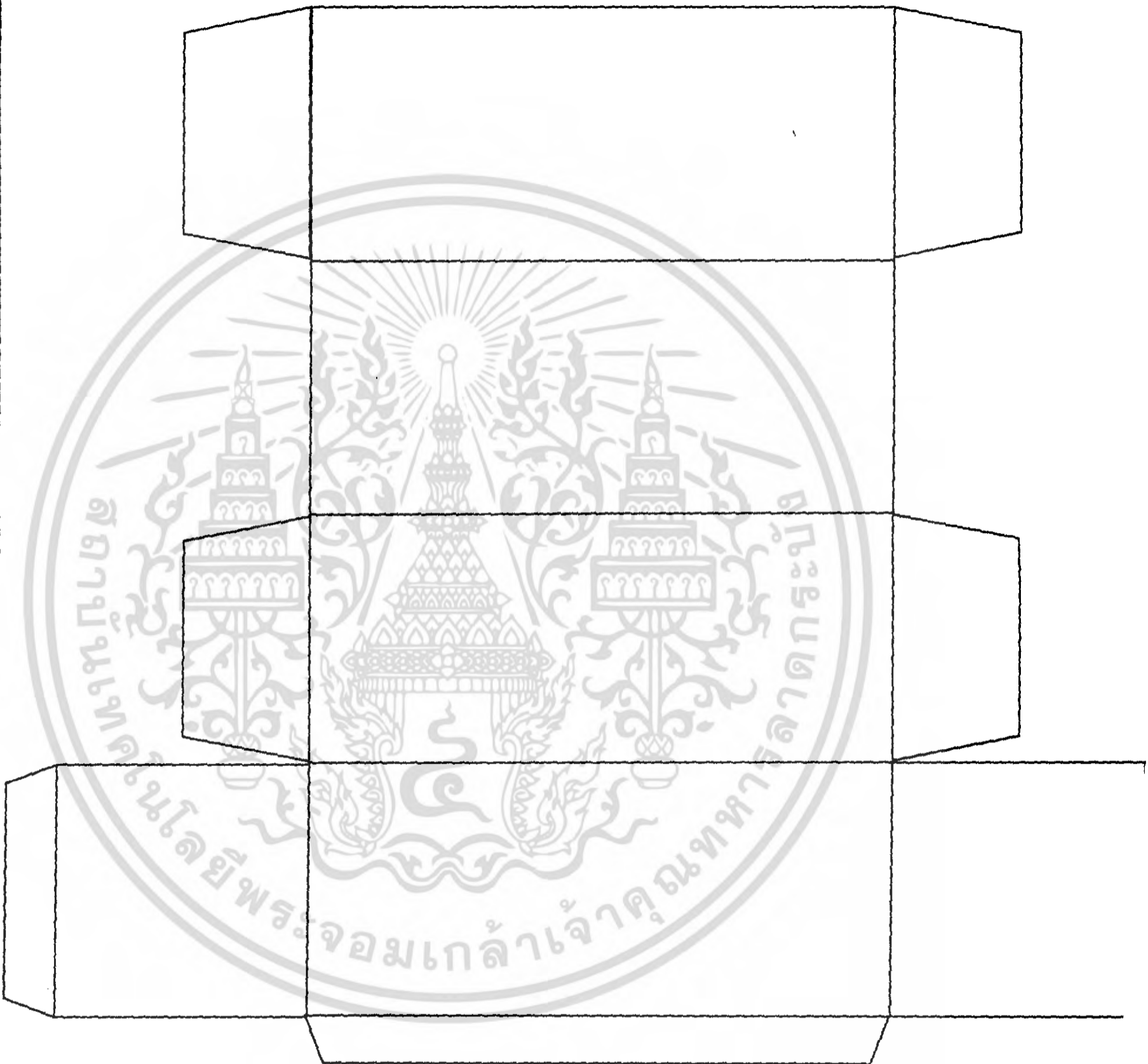


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ หากมีให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ARTWORK

Cold Wax Box



1

KING MONKGUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

FACULTY OF ARCHITECTURE

DEPARTMENT OF INDUSTRIAL DESIGN

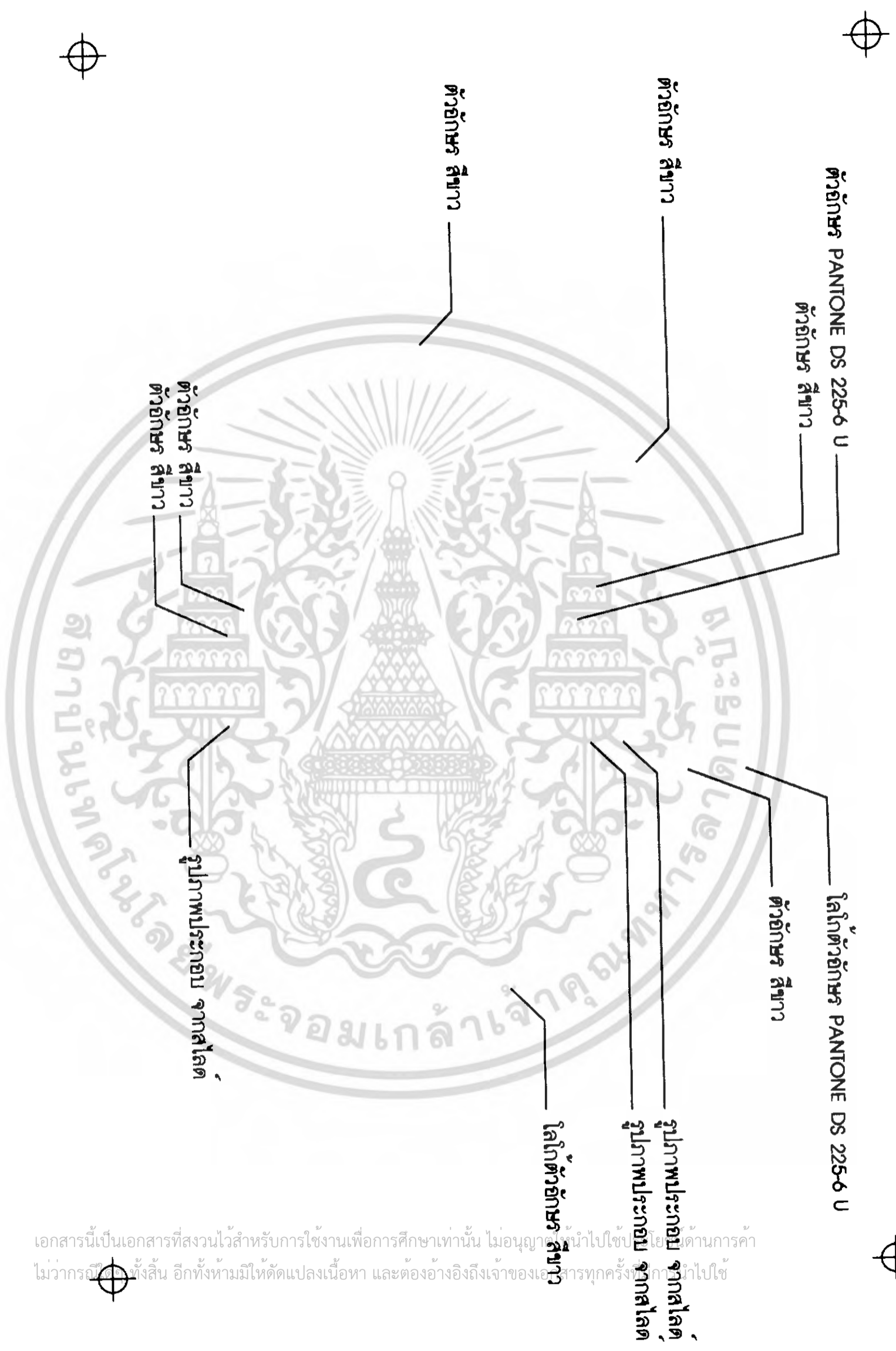
MISS PRAPAWEE SIWAWETKUL

CODE 44020104

UNIT : mm

SCALE 1:1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ตัวอักษร PANTONE DS 225-6 U

ตัวอักษร สีขาว

โลโก้ตัวอักษร PANTONE DS 225-6 U

ตัวอักษร สีขาว

ตัวอักษร สีขาว

รูปภาพประกอบ จากสไลด์
รูปภาพประกอบ จากสไลด์

ตัวอักษร สีขาว

โลโก้ตัวอักษร สีขาว

ตัวอักษร สีขาว
ตัวอักษร สีขาว

รูปภาพประกอบ จากสไลด์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งหากนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ARTWORK

Cold Wax

1

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
FACULTY OF ARCHITECTURE	
DEPARTMENT OF INDUSTRIAL DESIGN	
MISS PRAPAWEE SIMAWETKUL	
CODE 44020104	UNIT : mm
	SCALE 1:1



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5 บทสรุปผลการวิจัย



5.1 สรุปผลการออกแบบ และข้อเสนอแนะของนักศึกษา

1. โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์นี้ มีขั้นตอนการออกแบบอย่างเป็นระบบ โดยมีการศึกษาข้อมูลเพื่อใช้ในการออกแบบ การวิเคราะห์เพื่อการออกแบบ และทำการออกแบบจนได้ผลงานในขั้นสุดท้าย ที่มีกระบวนการออกแบบอย่างครบถ้วน
2. การออกแบบบรรจุภัณฑ์ในโครงการสามารถแก้ปัญหาในการใช้งานในด้านต่างๆให้เหมาะสมกับพฤติกรรมและความต้องการในด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น
3. บรรจุภัณฑ์ในโครงการมีการออกแบบกราฟฟิกและโครงสร้างที่เหมาะสมกับภาพลักษณ์ของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย
4. ในการทำงานครั้งต่อไป ควรให้ความสำคัญกับการจัดการและบริหารเวลาในการทำงานให้มาก เพราะการตรงต่อเวลาเป็นสิ่งที่สำคัญ สำหรับการทำงานต่อไปในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

การทำวิทยานิพนธ์โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์กำจัดและดูแลเส้นขน ตรา เคนเนล ของ บริษัท บอดีโกล จำกัด ทำให้นักศึกษาได้ฝึกฝนกระบวนการทางความคิดในด้านการออกแบบได้เป็นอย่างดี ทราบถึงกระบวนการคิดอย่างเป็นระบบที่ถูกต้อง โดยเฉพาะการศึกษาหาข้อมูลเพื่อใช้ในการออกแบบ ซึ่งเป็นกระบวนการสำคัญในการออกแบบ และเป็นการเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้เรียนรู้และรู้จักการค้นคว้าสิ่งต่างๆ ทั้งในตำราเรียนและนอกตำราเรียน โดยเข้าไปทำความรู้จักกับผลิตภัณฑ์ที่ทำการออกแบบ ซึ่งส่งผลให้การออกแบบบรรจุภัณฑ์มีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น

นอกจากนี้การทำวิทยานิพนธ์ยังมีส่วนช่วยในเรื่องของการจัดการและบริหารเวลาในการทำงานด้วยตนเอง ซึ่งเป็นการฝึกฝนด้านความรับผิดชอบของนักศึกษา ซึ่งมีความสำคัญต่อการทำงานในอนาคตได้เป็นอย่างดี

5.2 สรุปผลการออกแบบ และข้อเสนอแนะของอาจารย์

1. ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในขั้นสุดท้าย ยังมีการจัดหมวดหมู่ของผลิตภัณฑ์ยังไม่ชัดเจน ในด้านการแบ่งประเภทผลิตภัณฑ์ในด้านโครงสร้าง
2. ในการออกแบบต้องศึกษาถึง พฤติกรรม วิถีชีวิตของผู้บริโภค ซึ่งจะทำให้เข้าใจถึงประเด็นที่จะทำมาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ได้ดียิ่งขึ้น
3. ในการออกแบบด้านโครงสร้าง สามารถแก้ปัญหาในการใช้งานในด้านต่างๆให้เหมาะสมกับ พฤติกรรมและความต้องการในด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น



บรรณานุกรม

ร.ศ.พิมพ์ร สีสภาพพิสิฐ : เครื่องสำอางเพื่อความสะอาด สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์ ,กรุงเทพฯ ,2544

เอกสารประกอบวิชา กราฟฟิคดีไซน์ และ แพคเกจดีไซน์ : ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง





เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามต่อไปนี้ไว้เพื่อการศึกษาในหัวข้อวิทยานิพนธ์ เรื่อง ผลิตภัณฑ์กำจัดและดูแลเส้นขน
โดย นางสาว ประภาวี ศิวเวทกุล คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม

ข้อมูลของผู้บริโภค

อายุ เพศ ความชอบ ระดับรายได้ การศึกษา

1. เพศ

- ชาย หญิง

2. อายุ

- น้อยกว่า 18 ปี 18-24 ปี 25-33 ปี
 34-39 ปี 40 ปี ขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- น้อยกว่ามัธยมศึกษา มัธยมศึกษา
 ปริญญาตรี ปริญญาตรีขึ้นไป

4. ระดับรายได้

- น้อยกว่า 10000 10000 - 30000
 30000 - 60000 60000 ขึ้นไป

ข้อมูลการใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค

5. ท่านเคยกำจัดขนด้วยวิธีต่างๆหรือไม่

- เคย ไม่เคย

6. ท่านเคยกำจัดขนตามบริเวณใดของร่างกายบ้าง

- บริเวณรักแร้ บริเวณขอบบิกินี
 บริเวณแขนขา บริเวณทรงอก
 บริเวณใบหน้า บริเวณแผ่นหลัง

7. ท่านกำจัดขนตามบริเวณใดของร่างกายมากที่สุด (ตอบตามอันดับความมากน้อย ถ้าไม่เคยให้เว้นว่างไว้)

- บริเวณรักแร้ บริเวณขอบบิกินี
 บริเวณแขนขา บริเวณทรงอก
 บริเวณใบหน้า บริเวณแผ่นหลัง

8. ท่านเคยกำจัดขนด้วยวิธีไหนบ้าง(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- การโกนขน การฟอกสีขน
 การแว็กซ์ขน แวกซ์เย็น แวกซ์ร้อน แมนแว็กซ์ การกำจัดขนถาวร
 การดึงขน(ใช้แหนบดึง) การใช้เครื่องถอนขน
 การใช้ครีมกำจัดขน

9. วิธีที่ท่านคิดว่าได้ผลมากที่สุดและใช้บ่อยที่สุด

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> การฝึกอบรม | <input type="checkbox"/> การฟอกสีขน |
| <input type="checkbox"/> การแว็กซ์ขน แวกซ์เย็น แวกซ์ร้อน แผ่นแว็กซ์ | <input type="checkbox"/> การกำจัดขนถาวร |
| <input type="checkbox"/> การดึงขน(ใช้แหนบดึง) | <input type="checkbox"/> การใช้เครื่องถอนขน |
| <input type="checkbox"/> การใช้ครีมกำจัดขน | |

10. ท่านมีความถี่ในการกำจัดขนกี่ครั้งต่อเดือน

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1-2 ครั้ง/6เดือน | <input type="checkbox"/> วันเว้นวัน |
| <input type="checkbox"/> 1-2 ครั้ง/เดือน | <input type="checkbox"/> ทุกวัน |
| <input type="checkbox"/> 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ | <input type="checkbox"/> ไม่เคยกำจัดขนเลย |

11. ท่านกำจัดขนเพื่ออะไร

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> เพื่อความสวยงาม | <input type="checkbox"/> เพื่อความมั่นใจในการออกไปพบปะผู้คน |
| <input type="checkbox"/> เพื่อสุขภาพ อนามัย | <input type="checkbox"/> เป็นอาชีพ เช่น บั๊กวายน้ำ หรือ อาชีพใช้วัสดุสวน |

12. ผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ของยี่ห้ออะไร

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> บริษัทใหญ่ๆ เช่น Boots | <input type="checkbox"/> ใช้ผลิตภัณฑ์กำจัดขนของทางร้าน |
| <input type="checkbox"/> บริษัททั่วไป เช่น บอยด์แคร์ บอยดีโกล | <input type="checkbox"/> ใช้เครื่องถอนขน |
| <input type="checkbox"/> ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ของ sme หรือ olop | |

13. ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ เพราะสาเหตุใดมากที่สุด (ตอบตามอันดับความสำคัญ)

- | |
|--|
| <input type="checkbox"/> กราฟฟิคที่สวยงาม ชัดเจน สื่อความหมายได้ |
| <input type="checkbox"/> ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ที่เข้าใจง่ายสื่อความหมายชัดเจน |
| <input type="checkbox"/> บริษัทที่เชื่อถือได้ |
| <input type="checkbox"/> คุณภาพของผลิตภัณฑ์ |
| <input type="checkbox"/> วิธีการใช้งานที่ง่าย |

14. เมื่อท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ ท่านสนใจที่ส่วนใดเป็นอันดับแรก

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> กราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์  | <input type="checkbox"/> รูปภาพจริง  |
| <input type="checkbox"/> ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ที่บอกความบรรจุภัณฑ์ของอะไร  | <input type="checkbox"/> โลโก้ชัดเจน  |

15. ถ้ามีผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ออกมา ท่านอยากให้เป็นผลิตภัณฑ์อย่างไร

- | |
|---|
| <input type="checkbox"/> เป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติ ไม่เป็นอันตราย |
| <input type="checkbox"/> เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ อนามัยของผู้ใช้ |
| <input type="checkbox"/> เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อความสวยงาม |
| <input type="checkbox"/> เป็นผลิตภัณฑ์ราคาต่ำ |

16. ท่านมักซื้อสินค้าประเภทนี้ที่ไหน

- ห้างสรรพสินค้า
- ร้านคอนวีนีเยนลโตร์
- ร้านขายเครื่องสำอางค์ทั่วไป
- ร้านเสริมสวยต่างๆ

17. ท่านคิดว่ากาการจัดขนเป็นเรื่องน่าอายหรือไม่

- น่าอาย
- ไม่น่าอาย
- เฉยๆ

18. ท่านต้องการให้แก้ปัญหาสำหรับบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ในด้านใดเป็นอันดับแรก (ตอบตามอันดับความน้อย)

- กราฟฟิก ไม่สื่อถึงผลิตภัณฑ์ ใช้งานประเภทไหน และใช้กับส่วนใดของร่างกาย
- การใช้งานของผลิตภัณฑ์ ไม่สะดวกต่อการใช้งาน มีขั้นตอนยุ่งยาก ซับซ้อน

19. ผลิตภัณฑ์ที่ท่านใช้อยู่ในปัจจุบันมีปัญหาในด้านใดบ้าง

- กราฟฟิก ไม่สื่อถึงผลิตภัณฑ์ ใช้งานประเภทไหน และใช้กับส่วนใดของร่างกาย
- การใช้งานของผลิตภัณฑ์ ไม่สะดวกต่อการใช้งาน มีขั้นตอนยุ่งยาก ซับซ้อน
- อื่นๆ ระบุ.....

20. ปัญหาด้านการใช้งานของผลิตภัณฑ์ประเภทนี้มีอย่างไรบ้าง

- จับถือลำบาก
- อุปกรณ์มีหลายชิ้น ไม่สะดวกต่อการจัดเก็บ
- เวลาใช้ หกเลอะเทอะง่าย
- วิธีการใช้ และขั้นตอนยุ่งยาก

21. กราฟฟิกที่ควรอยู่บนบรรจุภัณฑ์ประเภทควรเป็นแบบใด

- ภาพจริง
- ภาพเสมือน
- ภาพกราฟฟิก

- โลโก้
- ภาพที่ไม่เกี่ยวข้องเลย

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือค่ะ

ประวัติการศึกษา

นางสาว ประภาวี ศิวเวทกุล

เกิดวันที่ 25 พฤษภาคม พ.ศ. 2526

96/175 หมู่บ้านภาณุ ซอยอัสวพิเชษฐ์ เขตบางระมาด แขวงตลิ่งชัน กรุงเทพฯ 10170

อุดมศึกษา

ระดับประถมศึกษา

โรงเรียนวัดอรุณอมรินทร์ราราม จ.กรุงเทพฯ ปีการศึกษา 2531-2537

ระดับมัธยมศึกษา

โรงเรียนมหิตลวิทยาลัยนุสรณ์ จ.กรุงเทพฯ ปีการศึกษา 2541-2543

