หอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง ให้กับ บริษัท เอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชันแนล จำกัด

PACKAGING AND GRAPHIC DESIGN LEATHER & SHOES CARE FOR M C I INTERNATIONAL CO.,LTD

โดย

นางสาว คณิตา คนิยมเวคิน

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วิท
ค 1310
2549-2550

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน 78316
วัน,เดือน,ปี 27 ก.พ. 2551

b. 11890159
i.....

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต

ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2549

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต

_____

คณะบดีสถาปัตยกรรมศาสตร์

คณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์_____ประธานกรรมการ

_____กรรมการ

_____กรรมการ

_____กรรมการ

_____กรรมการ

อาจารย์ที่ปรึกษา_____

(อาจารย์สมชัย จันทร์รุจิพัฒน์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์	โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง ให้กับ บริษัท เอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชันแนล จำกัด PACKAGING AND GRAPHIC DESIGN LEATHER & SHOES CARE FOR M C I INTERNATIONAL CO.,LTD
ชื่อนักศึกษา	นางสาวคณิตา คนิยมเวคิน
รหัสนักศึกษา	45020333
ภาควิชา	ศิลปอุตสาหกรรม
คณะ	สถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบัน	เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา	2549-2550

บทคัดย่อ

ภาพลักษณ์และบุคลิกภาพที่ดีนั้นถือเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งของผู้คนในยุคปัจจุบัน การมีภาพลักษณ์ที่ดีก็จะช่วยสร้างความประทับใจให้กับผู้ที่พบเจอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันคนส่วนใหญ่ตัดสินผู้อื่นจากภาพลักษณ์ภายนอกที่มองเห็น คนส่วนใหญ่จึงให้ความสำคัญกับการสร้างภาพลักษณ์มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ เข็มขัด รองเท้า เครื่องใช้ส่วนตัว โดยแต่ละคนก็จะมีวิธีการเลือกแตกต่างกันเพื่อให้เหมาะสมกับตัวเอง จะเห็นได้ว่าเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการใช้ชีวิตในปัจจุบัน เนื่องจากเป็นสิ่งที่ช่วยส่งเสริม และบ่งบอกถึงรสนิยมของผู้สวมใส่ได้

แฟชั่นเครื่องแต่งกายที่มีตั้งแต่ เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า เข็มขัดและเครื่องใช้ส่วนตัว ได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องมีความหลากหลายมากขึ้น ทั้งทางด้านรูปแบบ วัสดุ สีสันต่างๆเพื่อให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อ เลือกใช้ตามความต้องการให้เหมาะสมกับสถานการณ์ และถูกต้องตามกาลเทศะ จากอดีตจนถึงปัจจุบัน"หนัง" ถือเป็นวัสดุที่ได้รับความนิยมมากในการนำมาใช้ในการผลิตเครื่องแต่งกาย การดูแลรักษาเครื่องแต่งกายที่ทำจาก"หนัง" ให้มีสภาพที่ดี คงทน พร้อมใช้งานได้เสมอนั้นก็เป็นสิ่งที่จำเป็นอยู่ไม่น้อย ดังนั้นผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาเครื่องหนังจึงมีบทบาทสำคัญอย่างมากที่จะทำให้เครื่องหนังมีความคงทนและสวยงามเหมือนใหม่อยู่เสมอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาเครื่องหนังที่มีจำหน่ายส่วนใหญ่จะมุ่งไปที่การดูแลทำความสะอาดรองเท้าแต่สามารถนำมาใช้กับเครื่องแต่งกายอื่นได้ แต่อย่างที่ได้กล่าวไปแล้วว่า เครื่องแต่งกายที่ทำจาก"หนัง" นั้น มีหลากหลายรูปแบบ ทั้งเสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า เข็มขัดและเครื่องใช้ส่วนตัว โดยทั้งหมดมีขนาด โครงสร้างและรูปแบบที่แตกต่างกันไป ซึ่งหากผู้บริโภคต้องการทำความสะอาดเครื่องหนังเช่นกระเป๋า หรือเข็มขัด ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาเครื่องหนังที่มีอยู่ก็ยังไม่สามารถทำความสะอาดได้อย่างทั่วถึง และทางบริษัท เอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เป็นบริษัทของคนไทยที่ผลิตสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้า ซึ่งในปัจจุบันทางบริษัทมีส่วนแบ่งทางการตลาดเพียง 10% บริษัทจึงมีความมุ่งเน้นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากขึ้นในด้านการใช้งาน โดยนำเอาแนวความคิดข้างต้นมาพัฒนาในการที่จะสร้างผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาเครื่องหนังโดยแบ่งแยกหน้าที่ ดูแลรักษาเครื่องหนังแต่ละประเภทอย่างชัดเจน เนื่องจากเป็นช่องทางทางการตลาดที่มีความเป็นไปได้ ซึ่งจะสามารถทำให้บริษัทมีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มมากขึ้น และยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้บริษัทเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการดูแลรักษาเครื่องหนังอีกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนำ

หนังนั้นเป็นผลิตภัณฑ์ธรรมชาติที่มาจากสัตว์ เครื่องหนังนั้นก็เปรียบได้เหมือนกับผิวหนังของคน เมื่อได้รับการบำรุงดูแลที่ดีถูกต้องนั้นหนังก็จะมีความชุ่มชื้นไม่แห้งกร้าน ดูมีสุขภาพที่ดี ซึ่งเครื่องหนังทั่วไปก็เช่นกัน ถ้าได้รับการบำรุงดูแลอย่างถูกต้องเหมาะสมและถูกวิธี หนังก็จะมีความสวยงามคงทน ใช้ได้นาน และเมื่อนำไปใช้ก็จะช่วยเสริมบุคลิกภาพที่ดีกับผู้สวมใส่หรือใช้งานได้มาก

ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบำรุงดูแลรักษาเครื่องหนังนั้นก็เป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งผู้บริโภคนั้นจะสามารถเลือกนำมาใช้ได้อย่างถูกต้อง และถูกวิธีนั้นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่มีส่วนช่วยในการบอกให้ผู้บริโภคได้รับรู้ และเข้าใจในผลิตภัณฑ์ ดังนั้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดีนั้นก็จะมีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือกซื้อ ดังนั้นโครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนังจึงได้ริเริ่มขึ้นเพื่อใช้เป็นหัวข้อวิทยานิพนธ์นี้ และในการทำวิยานิพนธ์นี้ซึ่งจะประกอบไปด้วยกระบวนการคิดที่หลากหลาย ซึ่งตั้งแต่การศึกษาหาข้อมูลในการนำมาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางต่างๆในการออกแบบ

ซึ่งในการออกแบบนั้นก็จะมีทั้งออกแบบโครงสร้างที่ต้องให้มีความเหมาะสมกับการใช้งานและมีความสวยงามในตัว และออกแบบกราฟฟิกเพื่อสื่อ และบอกให้ผู้ใช้งานได้เข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ ดังนั้นวิทยานิพนธ์เล่มนี้ได้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นตัวอย่างของงานออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาเครื่องหนัง เพื่อการนำไปพัฒนาและนำไปใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

- ขอขอบคุณ ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม สำหรับประสบการณ์ดีๆ และความรู้ต่างๆ ที่ทางคณะมอบให้ค่ะ
- ขอขอบคุณ อาจารย์สมชัย จันทร์รุจิพัฒน์ สำหรับคำสอนดีๆ และคำแนะนำดีๆในการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ค่ะ
- ขอขอบคุณอาจารย์ทุกๆคนในภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม สำหรับความรู้ต่างๆค่ะ
- ขอขอบคุณพี่วงศกร สำหรับคำแนะนำและการช่วยเหลือต่างๆค่ะ
- ขอขอบคุณ คุณกีรวุฒิ กิติยาดิศัย สำหรับข้อมูลต่างๆของบริษัทคลีนชูส์ เพื่อการนำมาใช้ในการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้นะคะ
- ขอขอบคุณ คุณเตชิน และพี่นุ้ย สำหรับการติดต่อเพื่อการให้ข้อมูลต่างๆในการทำวิทยานิพนธ์ค่ะ
- ขอบคุณพี่ป๊อด สำหรับคำแนะนำในการทำงานต่างๆ แนวความคิด และกำลังใจดีๆนะคะ
- ขอบคุณพี่จั๊ม ที่มาช่วยงานในยามดึกดื่น และเสียงหัวเราะในยามที่ไม่สบายใจนะคะ
- ขอบคุณ เพื่อนหนุ่ย เพื่อนบุ้ง เพื่อนบ๊วย เพื่อนแก้ว เพื่อนแอ๊ะ เพื่อนณิฐ์ชุง เพื่อนกิ๊บ เพื่อนแอ้ พี่โส่ย เพื่อนกวาง นะสำหรับการช่วยเหลือต่างๆและกำลังใจที่ดีๆที่ทำให้เราผ่านจุดนั้นไปได้นะ
- ขอบคุณ เพื่อนปุ้ม มากๆสำหรับความช่วยเหลือที่เหนือคำบรรยาย ขอบคุณแกจริงๆนะ
- ขอบคุณ เพื่อนแหน เพื่อนซี้ที่คอยให้กำลังใจ คอยกระตุ้นในเราทำงาน และคอยให้คำปรึกษาต่างๆในยามดึกดื่น ถึงแม้ในบางครั้งจะงงไปบ้างก็ขอบคุณมากๆนะจ๊ะ
- ขอบคุณ พีชชี่มากๆนะสำหรับความห่วงใย กำลังใจมากมาย คำแนะนำที่ดี และความช่วยเหลือทุกๆอย่าง และยังคอยอดนอนอยู่เป็นเพื่อนในยามที่ต้องทำงานไม่ได้หลับไม่ได้นอน ขอบคุณมากๆนะขอบคุณจริงๆ
- ขอบคุณ คะน้า สำหรับข้อมูลต่างๆและรูปสวยๆนะคะ
- ขอบคุณ พี่ๆและน้องๆรหัส 08 และรหัส50 ทุกๆคน
- ขอบคุณ น้องเดียร์ น้องกุ๊ก น้องเนย ในการช่วยเหลือในเรื่องต่างๆมาตลอด
- ขอบคุณ น้องโย น้องป๊อบ น้องเทส สำหรับโมเดลสวยๆ
- ขอบคุณ พี่อู๋ สำหรับความห่วงใย คำแนะนำดีๆ มากๆนะคะ
- ขอบคุณ พี่ปอ พี่กระแต พี่ไผ่ มากๆนะคะ สำหรับการช่วยเหลือต่างๆที่ทำให้สำเร็จไปได้ด้วยดี
- ขอบคุณ เฟิร์ส สำหรับความห่วงใย คำแนะนำต่างๆที่แสนดี และอาหารเย็นที่สุดแสนอร่อยนะ
- ขอบคุณ ส้น นะที่ชอบมาทำให้พี่หัวเราะได้ทุกครั้งที่เจอ และขอบคุณสำหรับงานดราฟแสนสวย
- ขอบคุณ ฝน สำหรับคำปลอบใจและกำลังใจที่ดีนะจ๊ะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ขอบคุณ บอล มากๆนะสำหรับคำพูดดีๆในยามที่เราไม่สบายใจนะ
- ขอบคุณ ปอนด์เพื่อนรักสำหรับความห่วงใย และความช่วยเหลือในเรื่องงานต่างๆมาตลอดนะ
- ขอบคุณ เพื่อนๆกลุ่ม packaging ทุกคนที่ร่วมกันฟันฝ่าอุปสรรคต่างๆมาได้ และขอบคุณ ปอย ทิพย์ ไหม่ สำหรับความช่วยเหลือต่างๆนะ
- ขอบคุณ เพื่อนๆศอ.รุ่น45ทุกๆคนนะที่ช่วยสร้างเสียงหัวเราะ สร้างสีสันให้กับช่วงเวลา 5 ปีที่ผ่านมานะ มีความสุขมากๆ
- ขอบคุณโลกออนไลน์ที่ทำให้เราได้ติดต่อเพื่อน และได้หาข้อมูลในการทำวิทยานิพนธ์ค่ะ
- สุดท้ายนี้ต้องขอขอบคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และพี่แชมป์พี่ชายที่น่ารักที่สุด ขอบคุณสำหรับความรักและความห่วงใยที่มีให้ คำแนะนำที่ดี และกำลังใจ ซาบซึ้งมากๆค่ะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

MCI
บริษัท เอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
M C I INTERNATIONAL CO., LTD.
20 ถ.ยุคล 1 แขวงวัดเทพศิรินทร์ เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพฯ 10100 โทร. (02) 223-5549, (02) 223-8027 (อัตโนมัติ) แฟกซ์: (02) 225-1494, (02) 225-7196
20 Yukol 1 Rd. Wat-Tepsirin, PomprabSattrupai, Bangkok 10100 Tel. (02) 223-5549, (02) 223-8027 (Auto) Fax: (02) 225-1494, (02) 225-7196

วันที่ 24 พฤศจิกายน 2549

เรื่อง ตอบรับการให้ข้อมูล ของ บ. เอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

เรียน คุณ กฤดิยา ชุณหชีวาโฉลก
หัวหน้าภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม

ด้วยทางบริษัท เอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด มีความยินดีเป็นอย่างยิ่งที่จะให้ความร่วมมือในให้ข้อมูลในการศึกษากับ นางสาว คณิตา คนิยมเวคิน นักศึกษาชั้นปีที่ 5 รหัส 4020333 ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ในการค้นคว้าโครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรองเท้าและเครื่องหนังให้กับทางบริษัท เอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

จึงเรียนมาเพื่อทราบและมีความยินดีเป็นอย่างยิ่งในการสนับสนุนการทำโครงการ

ขอแสดงความนับถือ

MCI
M C I INTERNATIONAL COMPANY LIMITED

(กีรวุฒิ ทิตียาดิศัย)
Managing Director
บริษัท เอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

อนุมัติผล

บทคัดย่อ

จดหมายรับรองโครงการ

คำนำ

กิตติกรรมประกาศ

บทที่ 1 บทนำ หน้า

1.1 วัตถุประสงค์ของโครงการ 2

1.2 ความเป็นไปได้ของโครงการ 4

1.3 ขอบเขตของโครงการ(ด้านปริมาณ) 6

1.4 ขอบเขตของโครงการ(ด้านคุณภาพ) 6

1.5 ปัญหา เงื่อนไข ความต้องการ และแนวทางการแก้ปัญหา 8

1.6 แนวทางการศึกษาวิจัย 40

1.7 ผลที่คาดว่าจะได้รับ 41

บทที่ 2 การค้นคว้าและสรุปผลข้อมูล

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิต

2.1.1 ประวัติความเป็นมาของบริษัท เอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชันแนล จำกัด 43

2.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของทางบริษัทที่ผลิตในปัจจุบัน 44

2.1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับแบรนด์ของโครงการ 45

2.1.4 ผลิตภัณฑ์ของแบรนด์คลีนชูส์ที่มีจัดจำหน่ายในปัจจุบัน 47

2.1.5 ขนาดตลาด ส่วนแบ่งทางการตลาด และแนวโน้มทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง 46

2.1.6 ข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่งในท้องตลาดของผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง 51

2.1.7 ตารางเปรียบเทียบภาพลักษณ์โดยรวมของคู่แข่ง 56

2.1.8 สถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า 60

2.1.9 ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของหนัง 61

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.10 ลักษณะและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ประเภทยาขัดรองเท้าและเครื่องหนัง66

2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

2.3.1 วิเคราะห์และสรุปผลเกี่ยวกับการเลือกกลุ่มเป้าหมายให้กับทางบริษัท

2.3.2 สรุปข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย 73

2.3.3 วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคที่มีผลต่อการออกแบบ 75

2.3.4 พฤติกรรมและลักษณะขั้นตอนการดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง 77

2.6 ข้อมูลด้านวัสดุ และกรรมวิธีการผลิต

2.6.1 ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุ และกรรมวิธีการผลิตที่เกี่ยวข้อง 83

2.6.2 ข้อบังคับทางกฎหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ 111

บทที่ 3 การพัฒนาการออกแบบ

3.1 วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ 116

3.2 พัฒนาแนวความคิดและการออกแบบ 117

บทที่ 4 การนำเสนอผลงานการออกแบบ

4.1 ภาพถ่ายย่อแผ่นเสนองาน และแบบแสดงรายละเอียด 139

4.2 ภาพถ่ายงานจริง หรือหุ่นจำลอง 164

บทที่ 5 บทสรุป

5.1 สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา และคณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์ 172

5.2 สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะของนักศึกษา 173

บรรณานุกรม 174

ประวัติการศึกษา 175

ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

วัตถุประสงค์ของโครงการ

ความเป็นไปได้ของโครงการขอบเขตของโครงการ

ปัญหา เงื่อนไข ความต้องการและแนวทางแก้ปัญหา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์ของการทำโครงการ

วัตถุประสงค์ของโครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาเครื่องหนังให้กับบริษัท เอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เพื่อให้บริษัทก้าวขึ้นมาเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการดูแลรักษาเครื่องหนัง และยังทำให้บริษัทมีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มมากขึ้นด้วย

เนื่องจากภาพลักษณ์ภายนอกของคนเรานั้นเป็นสิ่งสำคัญ และเครื่องแต่งกายก็เป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยสร้างความประทับใจ และยังช่วยเสริมสร้างบุคลิกภาพที่ดีให้กับผู้สวมใส่ จากอดีตจนถึงปัจจุบัน"หนัง" ถือเป็นวัสดุที่ได้รับความนิยมมากในการนำมาใช้ในการผลิตเครื่องแต่งกาย ดังนั้นการดูแลรักษาเครื่องหนังให้มีสภาพที่ดี และคงทนจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง แต่ในปัจจุบันเครื่องหนังมีหลากหลายรูปแบบ ทั้งเสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า เข็มขัดและเครื่องใช้ส่วนตัว โดยทั้งหมดมีรูปแบบที่แตกต่างกันไป ซึ่งหากผู้บริโภคต้องการทำความสะอาดเครื่องหนังเช่นกระเป๋า หรือเข็มขัด ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาเครื่องหนังที่มีอยู่ก็ยังไม่สามารถทำความสะอาดได้อย่างทั่วถึง ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง จึงทำให้มองเห็นช่องว่างทางการตลาดให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้

โดยสามารถแบ่งหัวข้อในการออกแบบเพื่อตอบสนองความต้องการในด้านต่างๆได้ดังนี้

1. ด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย (Promotion)
   - สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและแปลกใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์
   - ผู้บริโภคสามารถเข้าใจในรายละเอียดของตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างครบถ้วนจากบรรจุภัณฑ์
   - มีรูปลักษณ์ที่สามารถสื่อถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายกลุ่มเป้าหมาย และสามารถดึงดูดความสนใจ

   จากกลุ่มเป้าหมายและเป็นที่จดจำได้ง่าย

2. ด้านอำนวยความสะดวก (Convenience)
   - ตอบสนองความต้องการการใช้งานที่สะดวก ถนัด ง่าย และรวดเร็ว
   - ทำให้มีลำดับขั้นตอนที่ง่าย ไม่ยุ่งยาก
   - การขนส่ง เคลื่อนย้าย สะดวก
   - การใช้งาน เปิด-ปิด ง่าย ไม่หกเลอะเทอะ
   - จัดเก็บง่าย
   - ออกแบบให้ตอบสนองพฤติกรรม และรูปแบบการใช้ชีวิต(Life Style)ของผู้บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- สำหรับสินค้าบางประเภทต้องสามารถพกพาได้สะดวก

3. ด้านการบรรจุ (Containment)
   - ขนาดบรรจุมีปริมาตรที่เหมาะสม สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค
   - บรรจุได้ง่าย ตามระบบอุตสาหกรรม และไม่หกเลอะเทอะ
   - คำนึงถึงวัสดุที่นำมาใช้ เพื่อให้มีความเหมาะสม สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค
4. ด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ (Protection)
   - ในกรณีที่เป็นของเหลว ป้องกันการซึมออกมาเลอะเทอะภายนอกบรรจุภัณฑ์
   - สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในให้คงสภาพ สามารถใช้งานได้ยาวนานตามอายุการใช้งาน
   - ป้องกันการมีสิ่งแปลกปลอมจากภายนอกที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์ภายในเสื่อมคุณภาพได้
   - สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้ตั้งแต่เริ่มต้นบรรจุ ตลอดถึงการขนส่ง จนถึงมือผู้บริโภค และตลอดการใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความเป็นไปได้ของโครงการ

1. ด้านนโยบาย

โครงการนี้เป็นโครงการออกแบบเพื่อให้เกิดการนำเสนอแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง ภายใต้ บริษัท เอ็ม ซี ไอ อินเตอร์-เนชันแนล จำกัด และพิจารณาแล้วเห็นว่าเป็นโครงการที่มีความเป็นไปได้เนื่องจากสอดคล้องกับนโยบายของบริษัทที่จะมุ่งมั่นพัฒนาธุรกิจให้ก้าวไปสู่ระดับมาตรฐานสากล และครองส่วนแบ่งทางการตลาดในส่วนของผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนังให้มากขึ้น และเป็นที่ยอมรับจากกลุ่มผู้บริโภคทั่วไป ดังนั้นการพัฒนาทางด้านบรรจุภัณฑ์จึงเป็นปัจจัยส่วนสำคัญที่จะทำให้ทางบริษัทบรรลุเป้าหมายตามนโยบายที่ตั้งไว้ได้

2. ด้านเศรษฐกิจ

เพื่อเป็นการส่งเสริมและพัฒนาทางด้านการออกแบบ เพื่อผลักดันให้สินค้าภายใต้ บริษัท เอ็ม ซี ไอ อินเตอร์-เนชันแนล จำกัด เป็นที่ยอมรับ และเป็นการเพิ่มกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค เพื่อเป็นการขยายตลาดของผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดให้มากขึ้นกว่าเดิม และทำให้มีส่วนช่วยผลักดันให้สินค้าเป็นที่ยอมรับทั้งในและนอกประเทศ สร้างรายได้และการจ้างงานให้กับคนในประเทศ ตามนโยบายรัฐบาลที่ต้องการส่งเสริมอุตสาหกรรมภายในประเทศ

3. ด้านการออกแบบ

ความเป็นไปได้ในการผลิตในระบบอุตสาหกรรมนั้นเป็นสิ่งสำคัญ จึงต้องศึกษาหาข้อมูลในด้านต่างๆ มาประกอบกับการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มา ทั้งทางด้านการเลือกใช้วัสดุต่างๆ และกรรมวิธีการผลิตที่เหมาะสม และศึกษาหาข้อมูลทางด้านการออกแบบกราฟฟิก มาวิเคราะห์ประยุกต์ใช้ เพื่อความมีคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบ

4. ด้านสังคม สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม

เพื่อเป็นการสร้างทางเลือกให้ผู้บริโภคสามารถเลือกสินค้าได้มากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ทำให้เกิดการแข่งขันที่จะส่งผลทำให้เกิดการพัฒนาในส่วนของสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน นอกจากนี้ยังเป็นการพัฒนาในด้านการเลือกใช้วัสดุเพื่อเป็นการรักษาทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. ความเป็นไปได้ด้านกฎหมายและข้อระเบียบ

ต้องศึกษาถึงกฎหมายและระเบียบข้อบังคับในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อความถูกต้องและสมบูรณ์ของบรรจุภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน และเป็นไปได้จริง

6. ด้านการศึกษา

โครงการนี้เป็นโครงการเพื่อการศึกษาที่จะเปิดโอกาสให้มีการฝึกฝนในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยนำข้อมูลต่างๆทุกด้านที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ข้อมูลทางการตลาด การเลือกใช้วัสดุ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ เทคโนโลยีการผลิต Corporate Identity เป็นต้น มาวิเคราะห์ และสรุปผลเพื่อให้ได้ทางเลือกที่ดีที่สุดในการดำเนินการออกแบบบรรจุภัณฑ์

<u>สรุปความเป็นไปได้ของโครงการ</u>

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาเครื่องหนังให้กับบริษัท เอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด จึงมีความเป็นไปได้ในทุกๆด้าน และเป็นการเปิดโอกาสให้ นักศึกษาได้ทำการฝึกฝนการออกแบบในเรื่องโครงสร้างและกราฟฟิก ซึ่งทั้งหมดนี้จัดอยู่ในขอบเขตของการศึกษาข้อมูลจริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขอบเขตขอบโครงการ

ด้านคุณภาพ

1. ออกแบบโลโก้

ตั้งชื่อสินค้าเป็นแบรนด์ใหม่ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย

2. ออกแบบกราฟฟิกและการสื่อความหมาย

2.1 ออกแบบกราฟฟิก แสดงถึงเอกลักษณ์ของตราสินค้า (Brand Identity) เพื่อให้กลุ่มเป้าหมาย

ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย และเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป

2.2 ออกแบบกราฟฟิก แสดงถึงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของผลิตภัณฑ์ภายใต้เอกลักษณ์ตรา

สินค้า (Corporate Identity) เพื่อให้เป็นเอกลักษณ์เดียวกัน และผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดต้องสามารถบ่งบอกถึงความแตกต่างของแต่ละผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน เพื่อไม่ให้เกิดความสับสนของผู้บริโภค

2.3 ทำการแสดงข้อมูล เกี่ยวกับสินค้าที่บรรจุภายในและรายละเอียดได้อย่างครบถ้วน ให้ผู้บริโภคได้ทราบ เช่น ชื่อสามัญของตราสินค้า วันที่ผลิต ปริมาณสุทธิ การใช้งาน เป็นต้น

3. ออกแบบบรรจุภัณฑ์สามารถแบ่งได้ดังนี้

3.1 ด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย (Promotion)

- สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและแปลกใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์
- ผู้บริโภคสามารถเข้าใจในรายละเอียดของตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างครบถ้วนจากบรรจุภัณฑ์
- มีรูปลักษณ์ที่สามารถสื่อถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายกลุ่มเป้าหมาย และสามารถดึงดูดความ

สนใจจากกลุ่มเป้าหมายและเป็นที่จดจำได้ง่าย

3.2 ด้านอำนวยความสะดวก (Convenience)

- ตอบสนองความต้องการการใช้งานที่สะดวก ถนัด ง่าย และรวดเร็ว
- ทำให้มีลำดับขั้นตอนที่ง่าย ไม่ยุ่งยาก
- การขนส่ง เคลื่อนย้าย สะดวก
- การใช้งาน เปิด-ปิด ง่าย ไม่หกเลอะเทอะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- จัดเก็บง่าย

- ออกแบบให้ตอบสนองพฤติกรรม และรูปแบบการใช้ชีวิต(Life Style)ของผู้บริโภค

- สำหรับสินค้าบางประเภทต้องสามารถพกพาได้สะดวก

3.3 ด้านการบรรจุ (Containment)

- ขนาดบรรจุมีปริมาตรที่เหมาะสม สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค

- บรรจุได้ง่าย ตามระบบอุตสาหกรรม และไม่หกเลอะเทอะ

- คำนึงถึงวัสดุที่นำมาใช้ เพื่อให้มีความเหมาะสม สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค

3.4ด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ (Protection)

- ในกรณีที่เป็นของเหลว ป้องกันการซึมออกมาเลอะเทอะภายนอกบรรจุภัณฑ์

- สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในให้คงสภาพ สามารถใช้งานได้ยาวนานตามอายุการใช้งาน

- ป้องกันการมีสิ่งแปลกปลอมจากภายนอกที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์ภายในเสื่อมคุณภาพได้

- สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้ตั้งแต่เริ่มต้นบรรจุ ตลอดถึงการขนส่ง จนถึงมือผู้บริโภค และตลอดการใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหา เงื่อนไข ความต้องการ และแนวทางแก้ปัญหา

ด้านการบรรจุ (Containment)

- บรรจุภัณฑ์ต้องมีขนาดบรรจุที่เหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้งาน ว่ามีปริมาณมากน้อยเพียงใด
- บรรจุภัณฑ์ต้องบรรจุได้ในระบบอุตสาหกรรมที่มีอยู่
- ขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้า และ ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาเครื่องหนัง มีความต่างกันที่ขนาดบรรจุ เนื่องมาจากปริมาณการใช้งานที่ต่างกัน

ด้านอำนวยความสะดวก (Convenience)

- เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ผู้บริโภคพร้อมนำไปใช้งานได้ทันที และสร้างความสะดวกสะบายให้แก่ผู้ใช้งานยิ่งขึ้น
- มีผลิตภัณฑ์บางตัวที่สามารถพกติดตัวไว้ สามารถพกไปได้ทุกที่ เพื่อนำมาใช้ในยามจำเป็น
- สามารถทำความสะอาดได้ทั่วถึงมากกว่าเดิม ไม่ว่าจะเป็น

ด้านการคุ้มครองรักษา (Peotection)

- ตัวผลิตภัณฑ์ที่เป็นของเหลว บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถป้องกันการไหลซึมจากภายในได้ออกมาได้
-บรรจุภัณฑ์สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์จากสิ่งแวดล้อมภายนอกได้ เช่น ฝุ่นละออง ความชื้นได้

ด้านส่งสริมการจัดจำหน่าย (Promotion)

- สามารถสร้างทางเลือกใหม่ให้กับผู้บริโภคได้ ด้วยภาพลักษณ์ที่แตกต่าง
- สามารถดึงดูดผู้บริโภคที่ไม่เคยใช้สินค้าประเภทนี้มาก่อน ให้หันกลับมาสนใจในตัวสินค้าได้
- มีความเป็น CI เดียวกันของทุกสินค้าที่อยู่ภายในโครงการ
- สินค้าในโครงการมีการแยกเป็น 2 กลุ่ม คือ ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาเครื่องหนัง และ ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้า จึงทำให้ผู้บริโภคยิ่งมีความมั่นใจว่าทำความสะอาดหนังรูปแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหา

1) หมวดผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้ารองเท้า

1.1 น้ำยาทำความสะอาดหนังเรียบ (หนังแก้ว,หนังออยด์,หนังฟอกฝาด)

พฤติกรรมการใช้งานปัจจุบัน

- เช็ดรองเท้าด้วยผ้าหรือปัดด้วยแปรงเพื่อเอาสิ่งสกปรกออก>พ่นสเปรย์ลงบนรองเท้า>ใช้ผ้าเช็ดออกอีกรอบ

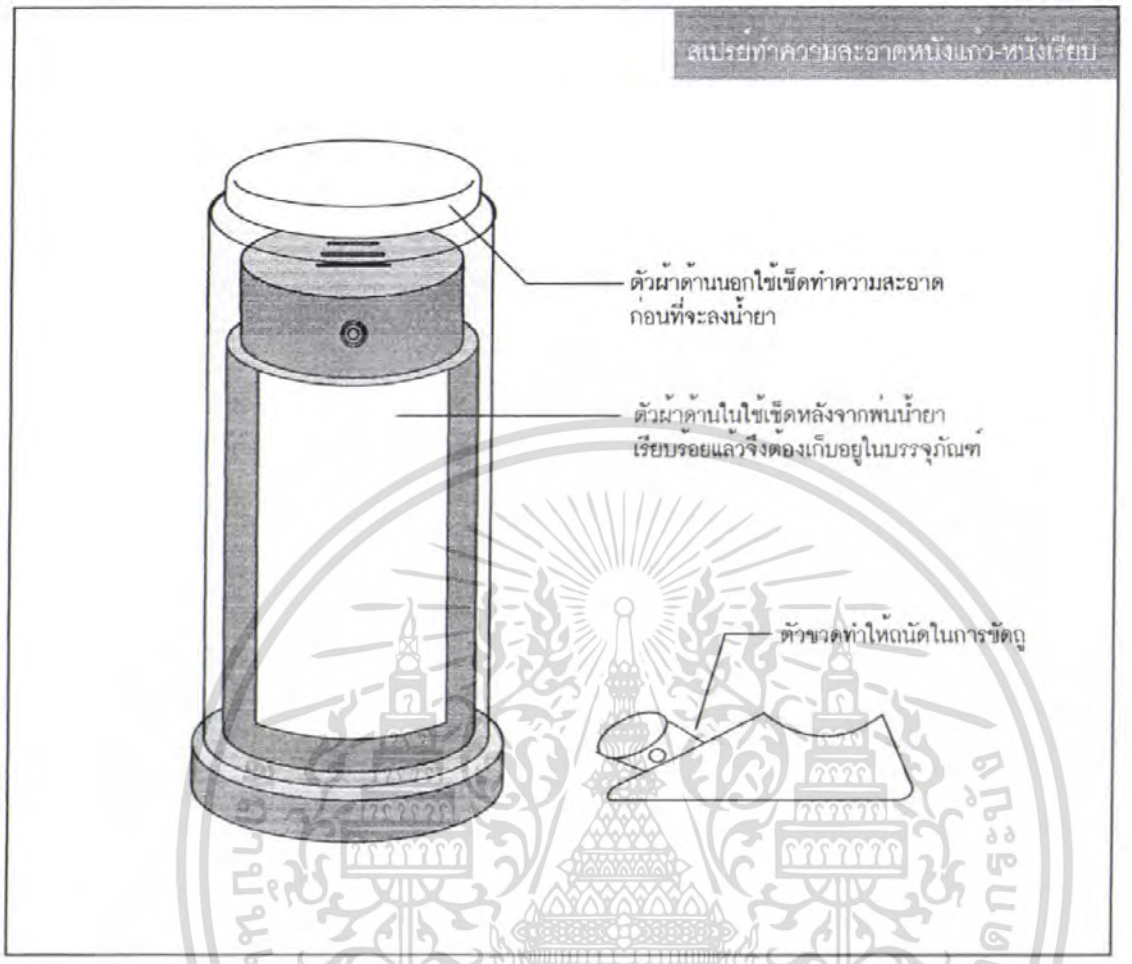
ปัญหาและเงื่อนไข	แนวทางในการออกแบบ
ด้านการบรรจุ -มีขนาดบรรจุสอดคล้องกับความต้องการ ด้านความสะดวกสบาย เงื่อนไข -หลักการการทำความสะอาดที่ถูกวิธีนั้น คือ ต้องเช็ดสิ่งสกปรกออกเสียก่อน -ผลิตภัณฑ์ใช้กับหนังเรียบและหนังแก้ว โดยทั้งสองชนิดใช้ผ้าในการเช็ดทำความสะอาดก่อน แต่มีการใช้งานที่แตกต่างกัน เนื่องจากตัวหนังแก้วแล้วต้องชุบน้ำก่อน -โดยการเช็ดทำความสะอาดนั้น ต้องใช้ผ้า 2 ขั้นตอน คือ 1. ผ้าทำความสะอาดก่อนลงน้ำยาเพื่อเช็ดคราบสกปรกและฝุ่นละอองออกก่อน 2.ผ้าทำความสะอาดพร้อมน้ำยา	ด้านการบรรจุ -ขนาดบรรจุ 200 ml.ซึ่งเป็นขนาดที่เหมาะสมกับการใช้งาน ด้านความสะดวกสบาย -ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์นี้ มีส่วนเสริมของผ้าเข้าไปด้วย เพราะการเลือกใช้ผ้าที่ถูกชนิด จะช่วยรักษาสภาพหนังได้ดี (ป้องกันริ้วรอย) -ออกแบบให้แยกส่วนของผ้าทั้งสองชนิดออกจากกันอย่างชัดเจน มีการบอก Information ให้ผู้ใช้ทราบได้ง่ายว่า ใช้ผ้าชนิดไหนก่อน-หลัง และส่วนไหนที่มีน้ำยา เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้ใช้งานสับสน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<u>ด้านการปกป้องคุ้มครอง</u> -และส่วนเช็ดคราบสกปรกออกนั้น หลังเช็ดผู้ใช้มักนำผ้าไปซักคราบสกปรก ก่อนตากเก็บ	<u>ด้านการปกป้องคุ้มครอง</u> -ในส่วนของหัวผ้าที่เช็ดก่อนลงน้ำยานั้นต้องถอดออกมาล้างได้และหลังจากล้างเก็บ จะต้องมีการระบายความชื้น (ตากให้แห้งได้) -อาจออกแบบให้ส่วนผ้าส่วนที่ต้องตากนี้ อยู่ด้านบนสุด ไม่ต้องมีฝาปิด แต่ต้องมีการ Wrap พลาสติกก่อน เพื่อป้องกันการเปรอะเปื้อนของผลิตภัณฑ์ก่อนที่ผู้บริโภคจะซื้อมาใช้
-ส่วนผ้าที่เช็ดพร้อมน้ำยานั้นต้องปราศจากสิ่งสกปรก	-ส่วนที่เก็บผ้าชนิดนี้ ต้องออกแบบให้มีฝาปิดหรือสามารถเก็บได้มิดชิด
<u>ด้านการส่งเสริมการขาย</u> -บรรจุภัณฑ์จะต้องสร้างความสนใจให้กับตัวสินค้าเนื่องจากต้องวางอยู่บนชั้นวางสินค้าที่มียี่ห้ออื่นอยู่ด้วย และต้องสร้างความแตกต่างให้กับบรรจุภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้า และผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาเครื่องหนัง	<u>ด้านการส่งเสริมการขาย</u> -ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกเป็นตัวช่วยส่งเสริมในการขาย และต้องมีความแตกต่างกันระหว่างความเป็นผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้า และผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาเครื่องหนัง และต้องมีความเป็นเอกลักษณ์ร่วมด้วยกันระหว่างผลิตภัณฑ์แต่ละตัวในโครงการ โดย -ใช้รูปภาพหรือสัญลักษณ์ -ใช้ข้อความ โดยออกแบบให้เกิดความน่าสนใจ จดจำได้ง่าย โดยยึดหลัก Corporate Identity

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพแสดงแนวคิดในการออกแบบ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 **โลชั่นทำความสะอาดหนังหนังเรียบ,หนังแก้ว,หนังออยด์,หนังฟอกฝาด**

หนังแก้ว+หนังเรียบ ซึ่งเหมาะสมใช้งานในรูปแบบครีม + ผ้าเช็ด ซึ่งเป็นขั้นตอนในการทำความสะอาดรองเท้าก่อนที่จะเข้าสู่ขั้นตอนบำรุงรักษา และเคลือบสีหนัง

พฤติกรรมการใช้งานปัจจุบัน

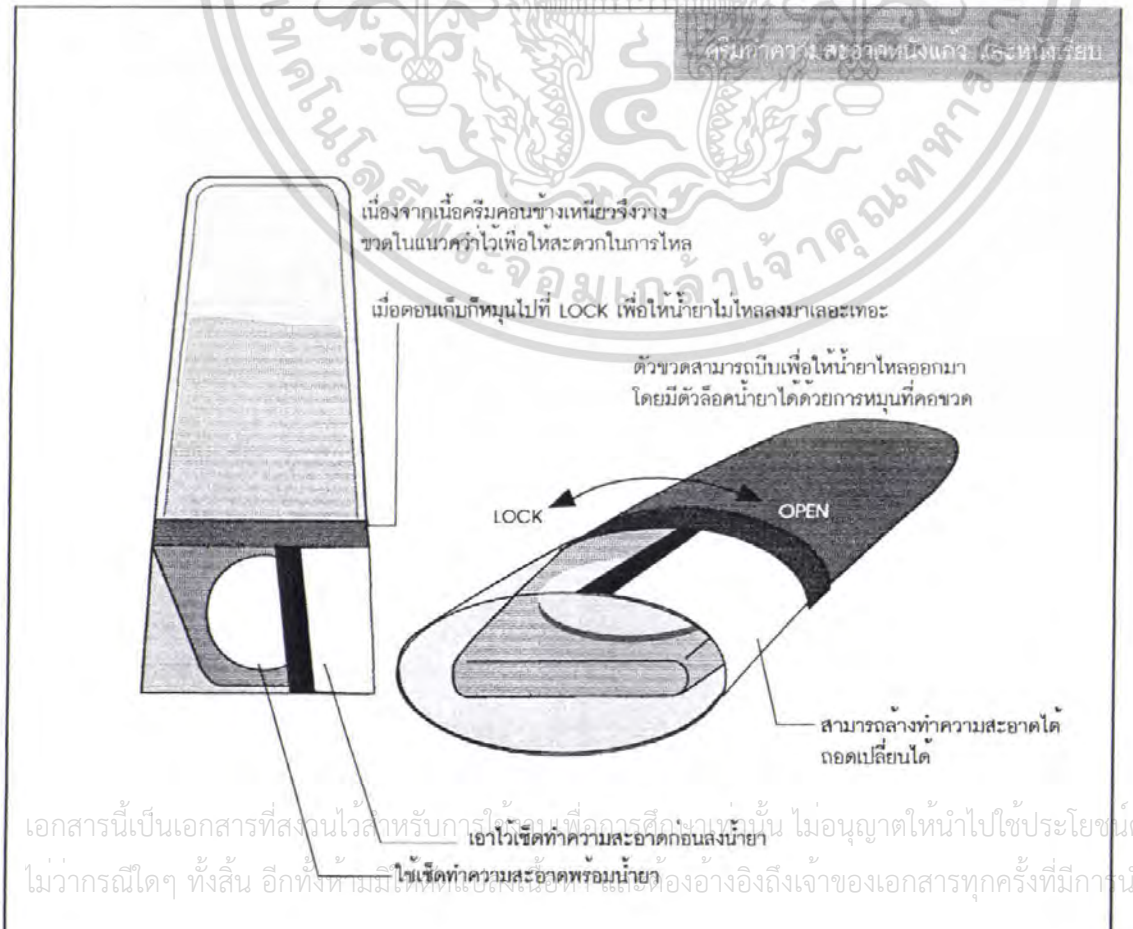
เช็ดรองเท้าด้วยผ้าหรือปัดด้วยแปรงเพื่อเอาสิ่งสกปรกออก >ใช้ผ้าในการควักเนื้อครีมออกมาจากบรรจุภัณฑ์ > เช็ดถูลงบนรองเท้าที่ต้องการทำความสะอาด >รอสักครู่ >ใช้ผ้าเช็ดสะอาดเช็ดออกอีกรอบ

ปัญหาและเงื่อนไข	แนวทางในการออกแบบ
ด้านการบรรจุ -มีขนาดบรรจุสอดคล้องกับความต้องการ ด้านความสะดวกสบาย -การทำความสะอาดแบบครีมนั้นของเดิมเป็นลักษณะของตลับ หรือกระปุก ซึ่งเราจะต้องใช้ผ้าหรือมือในการควักเนื้อครีมออกมาจากบรรจุภัณฑ์ ซึ่งส่งผลให้เกิดปัญหาดังนี้ 1.เกิดการเปรอะเปื้อน มือและเปื้อนผ้าไม่ตรงจุด (ไม่ใช่ส่วนที่เราจะนำไปป้าย) 2.ไม่สามารถควบคุมปริมาณของตัวเนื้อครีมได้อาจทำให้ การควักครีมแต่ละทีได้เนื้อครีมเกินความจำเป็น และต้องป้ายออกไปอีกที เงื่อนไข -หลักการการทำความสะอาดที่ถูกวิธีนั้น คือ ต้องเช็ดสิ่งสกปรกออกเสียก่อน -ผลิตภัณฑ์ใช้กับหนังเรียบและหนังแก้ว โดยทั้งสองชนิดใช้ผ้าในการเช็ดทำความสะอาดก่อน แต่มีการใช้งานที่แตกต่างกัน เนื่องจากตัวหนังแก้วแล้วต้องชุบน้ำก่อน	ด้านการบรรจุ -ขนาดบรรจุ 200 ml ซึ่งเป็นขนาดที่เหมาะสมกับการใช้งาน ด้านความสะดวกสบาย -ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์นี้ สามารถควบคุมปริมาณตัวเนื้อครีมที่ออกมาได้ตามแต่ความต้องการของผู้ใช้ -ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์สามารถบีบน้ำยาออกมาใช้งานได้ภายนอก ไม่ต้องล้วงมือลงไปในบรรจุภัณฑ์ (อาจออกแบบให้เป็นหลอด โดยจะต้องคำนึงถึงการไหลออกมาของเนื้อครีมด้วย) เช่นหลอดคว่ำเพื่อให้เนื้อครีม พร้อมไหลเสมอทุกครั้งที่ใช้ -ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์นี้ มีส่วนเสริมของผ้าเข้าไปด้วย เพราะการเลือกใช้ผ้าที่ถูกชนิด จะช่วยรักษาสภาพหนังได้ดี (ป้องกันริ้วรอย)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

-โดยการเช็ดทำความสะอาดนั้น ต้องใช้ผ้า 2 ขั้นตอน คือ 1. ผ้าทำความสะอาดก่อนลงน้ำยาเพื่อเช็ดคราบสกปรกและฝุ่นละอองออกก่อน 2.ผ้าทำความสะอาดพร้อมน้ำยา <u>ด้านการปกป้องคุ้มครอง</u> -และส่วนเช็ดคราบสกปรกออกนั้น หลังเช็ดผู้ใช้มักนำผ้าไปซักคราบสกปรก ก่อนตากเก็บ -ส่วนผ้าที่เช็ดพร้อมน้ำยานั้นต้องปราศจากสิ่งสกปรก <u>ด้านการส่งเสริมการขาย</u> -เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้แพร่หลาย และไม่เป็นที่คุ้นเคย หรือเรียกได้อีกอย่างว่าผลิตภัณฑ์นี้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่	-ออกแบบให้แยกส่วนของผ้าทั้งสองชนิดออกจากการอย่างชัดเจน มีการบอก Information ให้ผู้ใช้ทราบได้ง่ายว่า ใช้ผ้าชนิดไหนก่อน-หลัง และส่วนไหนที่มีน้ำยา เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้ใช้งานสับสน <u>ด้านการปกป้องคุ้มครอง</u> -ในส่วนของหัวผ้าที่เช็ดก่อนลงน้ำยานั้นต้องถอดออกมาล้างได้และหลังจากล้างเก็บ จะต้องมีการระบายความชื้น (ตากให้แห้งได้) -ส่วนที่เก็บผ้าชนิดนี้ ต้องออกแบบให้มีฝาปิดหรือสามารถเก็บได้มิดชิด <u>ด้านการส่งเสริมการขาย</u> -ออกแบบให้มี Information ที่ชัดเจนในรูปแบบการใช้งานและความสะดวกที่มีของผลิตภัณฑ์

ภาพแสดงแนวคิดในการออกแบบ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 **น้ำยาทำความสะอาดหนังกลับ / หนังนูบัค**

หนังกลับ ซึ่งเหมาะสมใช้งานในรูปแบบ Spay พ่น + ผ้าขัด / แปรงขัด เนื่องจากหนังกลับนั้นมีลักษณะเป็นขน จึงต้องมีการใช้สเปรย์ในการพ่นทำความสะอาดเพื่อความทั่วถึงของน้ำยา

พฤติกรรมการใช้งานปัจจุบัน – ใช้ผ้าปัดทำความสะอาดรองเท้า > พ่นสเปรย์ลงบนรองเท้าให้ทั่ว >รอซักครู่ >ใช้แปรงปัดไปที่รองเท้าเพื่อทำความสะอาดโดยปัดไปในทางที่ขนขึ้น

ปัญหาและเงื่อนไข	แนวทางในการออกแบบ
ด้านการบรรจุ -มีขนาดบรรจุสอดคล้องกับความต้องการ ด้านความสะดวกสบาย เงื่อนไข -หลักการการทำความสะอาดที่ถูกวิธีนั้น คือ ต้องพ่นน้ำยาสำหรับการเคลือบหนังก่อนรอบหนึ่ง ซึ่งเป็นอีกผลิตภัณฑ์หนึ่ง และหลังจากนั้นให้ใช้สเปรย์พ่นน้ำยาทำความสะอาด และใช้แปรงในการขัด เพราะแปรงจะมีความสามารถในการขจัดสิ่งสกปรกได้ดีกว่าการใช้ผ้า เพราะผิวหนังกลับนั้นมีพื้นผิวที่ไม่เรียบ เท่ากัน -โดยการเช็ดทำความสะอาดนั้น ต้องใช้ผ้า 2 ขั้นตอน คือ 1. ผ้าทำความสะอาดก่อนลงน้ำยาเพื่อเช็ดคราบสกปรกและฝุ่นละอองออกก่อน 2.แปรงทำความสะอาดพร้อมน้ำยา ด้านการปกป้องคุ้มครอง -และส่วนของผ้าเช็ดคราบสกปรกออกนั้น หลังเช็ดผู้ใช้มักนำผ้าไปซักคราบสกปรก ก่อนตากแห้งและเก็บ	ด้านการบรรจุ -ขนาดบรรจุ 200 ml ใช้ได้นาน ด้านความสะดวกสบาย -ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์นี้ มีส่วนเสริมของแปรงเข้าไปด้วย เพราะจะทำให้ผลิตภัณฑ์พร้อมใช้งานได้ในทันที (ซึ่งส่งผลดี เนื่องจากการใช้แปรงแยก หลังใช้งานหากผู้ใช้ ไม่นำไปล้างแล้วเก็บให้เรียบร้อย จะทำให้น้ำยาที่ติดที่ตัวแปรง เลอะสกปรกผลิตภัณฑ์ต่างๆ หรือรองเท้าที่อยู่ใกล้เคียง) -ออกแบบให้แยกส่วนของผ้าและแปรงขัดออกจากกันอย่างชัดเจน มีการบอก Information ให้ผู้ใช้ทราบได้ง่ายว่า ควรใช้ผ้าก่อน และใช้แปรงที่มีน้ำยาทีหลัง ด้านการปกป้องคุ้มครอง -ในส่วนของหัวผ้าที่เช็ดก่อนลงน้ำยานั้นต้องถอดออกมาล้างได้และหลังจากล้างเก็บ จะต้องมีการระบายความชื้น (ตากให้แห้งได้) -อาจออกแบบให้ส่วนผ้าส่วนที่ต้องตากนี้ อยู่ด้านบนสุด ไม่ต้องมีฝาปิด แต่ต้องมีการ Wrap

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

-ส่วนแปรงที่เช็ดขัด พร้อมน้ำยานั้นต้องปราศจากสิ่งสกปรก	พลาสติกก่อน เพื่อป้องกันการเปรอะเปื้อนของผลิตภัณฑ์ก่อนที่ผู้บริโภคจะซื้อมาใช้ -ส่วนที่เก็บแปรงชนิดนี้ ต้องออกแบบให้มีฝาปิดหรือสามารถเก็บได้มิดชิด

ภาพแสดงแนวคิดในการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4 ยางลบทำความสะอาดหนังกลับ/หนังนูบัค

หนังกลับ และหนังนูบัค ซึ่งมีการใช้ผลิตภัณฑ์ในการทำความสะอาดในรูปแบบของยางลบ เป็นการทำความสะอาดแบบไม่ต้องใช้น้ำยา โดยมีหน้าที่ลบรอยเปรอะเปื้อน เป็นการทำความสะอาดแบบเบื้องต้น

พฤติกรรมการใช้งาน – เปิดกล่องกระดาษ>หยิบยางลบในก่องออกมา>หยิบเครื่องหนังที่ต้องการทำความสะอาด>นำยางลบมาถูไปทางเดียวกับขน>เมื่อเสร็จ เก็บยางลบลงกล่อง

ปัญหาและเงื่อนไข	แนวทางในการออกแบบ
ด้านการบรรจุ - บรรจุภัณฑ์สามารถบรรจุยางลบได้ 1 ชิ้น ด้านความสะดวกสบาย ปัญหา -ยางลบที่ใช้ในการทำความสะอาดนั้น บรรจุภัณฑ์เดิมมีลักษณะใส่มาในกล่องกระดาษ ซึ่งเมื่อผู้ใช้นำมาใช้งาน มักจะทิ้งกล่องและเก็บยางลบทำความสะอาดหนังนี้ไว้กับผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดอื่นๆ เช่นแปรงหรือผ้าที่เปรอะเปื้อนน้ำยาต่างๆ ทำให้ ผลิตภัณฑ์ชนิดนี้ใช้งานได้อย่างไม่มีประสิทธิภาพเต็มที่ เพราะเปื้อนจากการไม่มีกล่อง หรือไม่มีการเก็บที่ดี -หรือถึงแม้จะใช้กล่องในการเก็บ ก็มีอายุใช้งานได้ไม่นานเท่ากับตัวผลิตภัณฑ์ ด้านการปกป้องคุ้มครอง -บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถปกป้องคุ้มครองรักษาผลิตภัณฑ์ภายในไม่ให้เสียหายได้ ไม่ว่าจากการกดทับหรือความชื้น และฝุ่นละอองจากภายนอก	ด้านการบรรจุ ต้องสามารถบรรจุยางลบในบรรจุภัณฑ์ได้ในระบบอุตสาหกรรม ด้านความสะดวกสบาย -ออกแบบให้ยางลบทำความสะอาดนั้น ถูกหุ้มห่อติดไปกับตัวผลิตภัณฑ์เลย โดยออกแบบให้สามารถแกะใช้งานได้ง่าย ในส่วนที่ต้องการจะใช้งานจริงๆ แต่ส่วนที่ยังไม่ได้ถูกใช้งานควรถูกหุ้มห่อด้วยบรรจุภัณฑ์ตลอดเวลา ด้านการปกป้องคุ้มครอง -ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์ต้องปิดมิดชิดในส่วนที่ยังไม่ได้ใช้ เพื่อความสะอาดของยางลบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ด้านการส่งเสริมการขาย -เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้แพร่หลาย และไม่เป็นที่คุ้นเคย หรือเรียกได้อีกอย่างว่าผลิตภัณฑ์นี้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่	ด้านการส่งเสริมการขาย -ออกแบบให้มี Information ที่ชัดเจนในรูปแบบการใช้งานและความสะดวกที่มีของผลิตภัณฑ์ -ออกแบบให้ผลิตภัณฑ์สามารถวางขายได้ด้วยตัวบรรจุภัณฑ์เอง

ภาพแสดงแนวคิดในการออกแบบ

78316

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5 น้ำยาทำความสะอาดหนังเรียบ,หนังแก้ว,หนังออยด์,หนังฟอกฝาด (แบบพกพา)

หนังแก้ว+หนังเรียบ ออกแบบให้เหมาะสมกับการพกพา และเปลี่ยนขนาดบรรจุให้เหมาะสม เนื่องจากการทำความสะอาดนั้น เป็นการดูแลรักษารองเท้าขั้นพื้นฐานที่สุด ที่จะทำได้ง่ายและรวดเร็ว **โดยเลือกน้ำยาทำความสะอาดประเภทดราย ออยล์ (Dry oil)** จาก 3 รูปแบบกายภาพ คือ น้ำ ครีมและดราย ออยล์ ซึ่งมีคุณสมบัติแห้งได้เร็วกว่าชนิดอื่นๆ

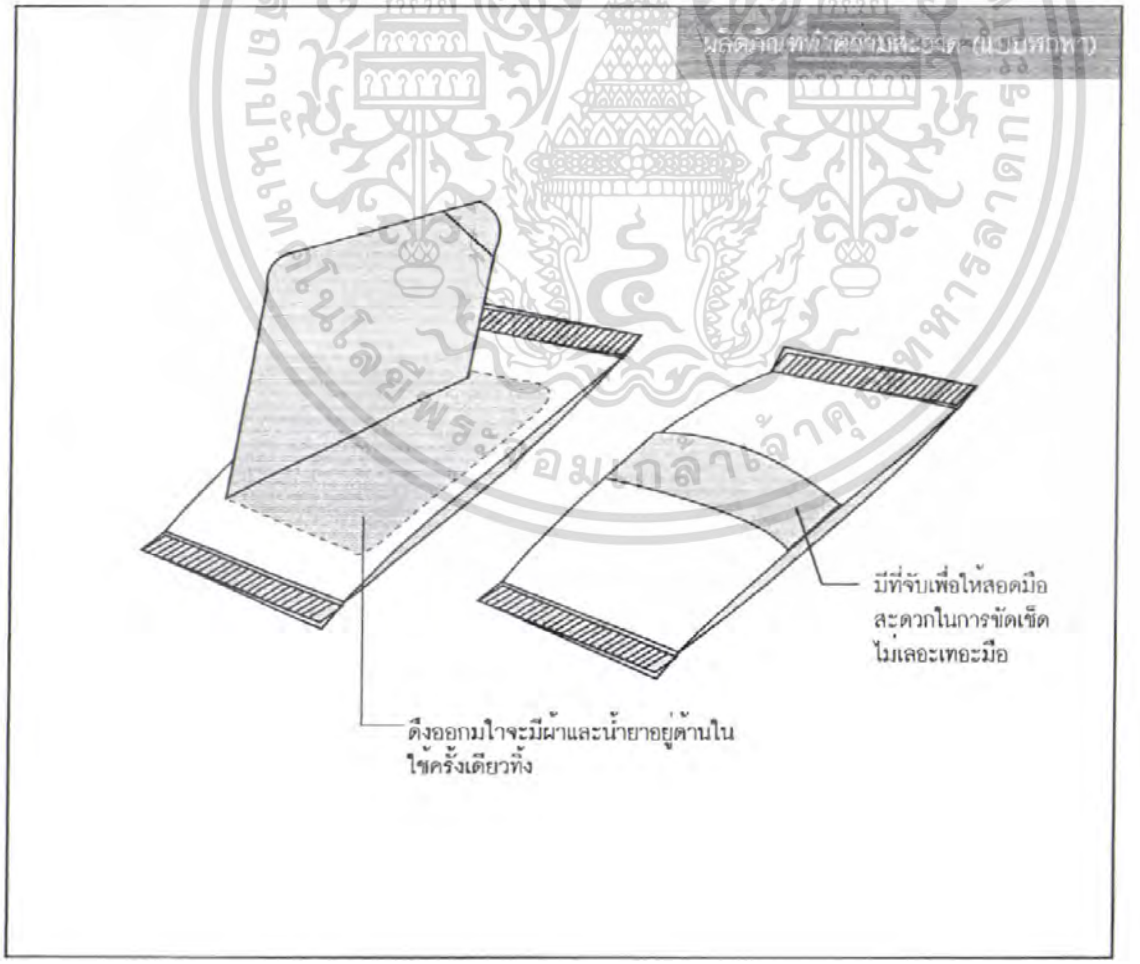
พฤติกรรมการใช้งานปัจจุบัน - ปัจจุบันยังไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบมาเพื่อสำหรับการพกพา แต่การใช้งานของเดิมจะเป็นการเทน้ำยาจากขวดลงบนผ้า และเช็ดถูให้ทั่ว

ปัญหาและเงื่อนไข	แนวทางในการออกแบบ
ด้านการบรรจุ -บรรจุให้ได้ตามความต้องการที่เหมาะสม แบ่งการบรรจุออกเป็น 2 แบบคือ 1. แบบขายปลีกแยกชิ้นเดียว บรรจุน้ำยาให้มีปริมาณที่เหมาะสมกับการพกพา 2. แบบบรรจุภัณฑ์รวมหน่วยคือใน 1 บรรจุภัณฑ์นั้นอาจมีมากกว่า 1 ชิ้น	ด้านการบรรจุ - 1 แผ่น บรรจุอยู่ในซอง 1 ชิ้น -บรรจุในปริมาณที่สามารถใช้งานได้ในครั้งเดียวในที่นี้ออกแบบให้เป็นลักษณะคล้ายกระดาษ ที่เคลือบสารทำความสะอาด Dry Oil เอาไว้ (อาจเพิ่มเรื่องกลิ่นหอมเข้าไปด้วย) -แบ่งบรรจุภัณฑ์รวมหน่วยออกเป็น 2 ส่วนคือ 1. Primary Package ส่วนนอกสุด รวมหน่วย 2. Secondary Package ส่วนที่เป็นแบบพกพา แบ่งแยกใช้งานได้
ด้านความสะดวกสบาย -การทำความสะอาดแบบพกพานั้นต้องอาศัยความสะดวกและรวดเร็ว ใช้งานได้และทิ้งได้ในทันที -เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็นกระดาษหรือผ้าที่เคลือบน้ำยาเอาไว้ ดังนั้นการใช้งานแต่ละครั้ง ไม่ควรจะถูกมือของผู้ใช้งาน	ด้านความสะดวกสบาย -ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์นี้ มีลักษณะคล้ายกระดาษทิชชู่ -ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์ มีลักษณะเปิดใช้งานได้ง่าย ไม่เปื้อนมือ และการใช้งานในแต่ละครั้ง บรรจุภัณฑ์ต้องมีหน้าที่ในการช่วยปกป้องไม่ให้เปื้อนมือ เช่นอาจเป็นถุงมือ หรือออกแบบให้มีที่จับที่เหมาะสม ในการปาดเช็ดแต่ละครั้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<u>ด้านการปกป้องคุ้มครอง</u> -สินค้าภายในจะต้องได้รับการปกป้องที่ดีตั้งแต่โรงงานจนมาถึงมือผู้บริโภค เนื่องจากบรรจุภัณฑ์จะต้องมีรอยปุให้สามารถฉีกเพื่อใช้งาน <u>ด้านการส่งเสริมการขาย</u> -เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้แพร่หลาย และไม่เป็นที่คุ้นเคย หรือเรียกได้อีกอย่างว่าผลิตภัณฑ์นี้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่	<u>ด้านการปกป้องคุ้มครอง</u> -บรรจุภัณฑ์สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์จากสิ่งแวดล้อมภายนอกได้เช่น ฝุ่นละออง ความชื้นได้ และต้องสามารถซ้อนทับกันได้ในการขนส่งสินค้าโดยไม่เสียหาย <u>ด้านการส่งเสริมการขาย</u> -ออกแบบให้มี Information ที่ชัดเจนในรูปแบบการใช้งานและความสะดวกที่มีของผลิตภัณฑ์

ภาพแสดงแนวคิดในการออกแบบ

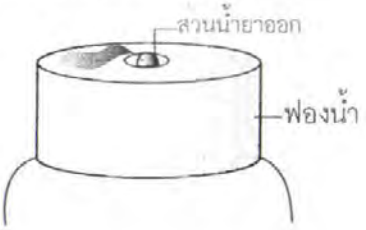


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6 น้ำยาขัดเคลือบเงา เพิ่มสีหนังเรียบ,หนังแก้ว

ใช้สำหรับหนังแก้ว-หนังเรียบ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ช่วยในการเคลือบสี โดยไม่ต้องใช้การขัด เพียงแต่ปาดน้ำยาแล้วทิ้งไว้ให้แห้ง

พฤติกรรมการใช้งานปัจจุบัน – ใช้แปรงหรือผ้าปัดทำความสะอาดก่อน > เปิดฝาขวด > คว่ำด้านหัวฟองน้ำลง>กดปาดไปที่รองเท้าให้ทั่ว > รอให้น้ำยาแห้ง

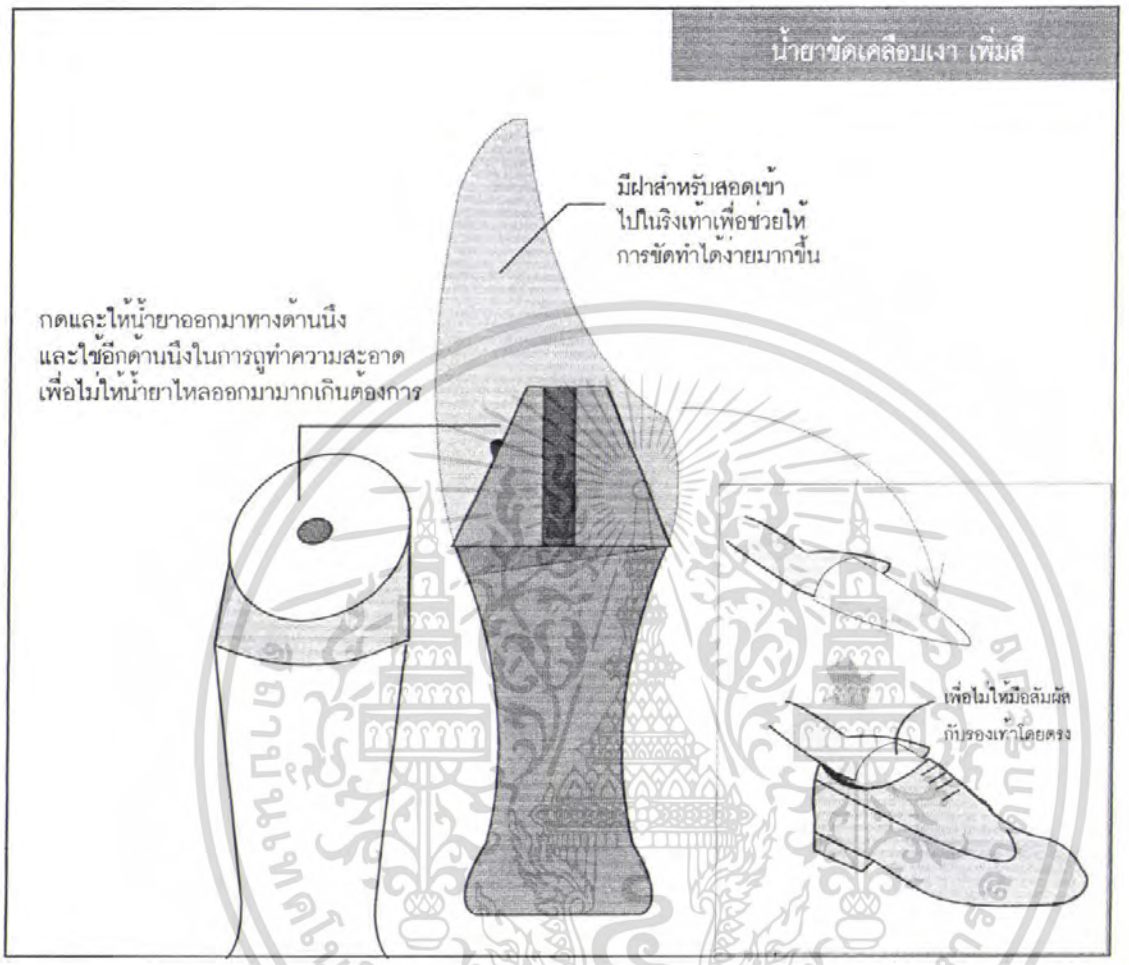
ปัญหาและเงื่อนไข	แนวทางในการออกแบบ
ด้านการบรรจุ มีขนาดบรรจุที่เหมาะสมกับการใช้งาน ด้านความสะดวกสบาย -ผลิตภัณฑ์เดิมมีฟองน้ำด้านบน และตัวน้ำยาจะออกมาที่ฟองน้ำนี้ ปัญหา -ผู้ใช้ไม่สามารถควบคุมปริมาณน้ำยาที่จะไหลออกมาใช้งานได้เพราะตำแหน่งที่กดเพื่อให้น้ำยาไหลออกมาจากบรรจุภัณฑ์เป็นตำแหน่งเดียวกับตำแหน่งที่ใช้ในการกดปาด เคลือบเงารองเท้า ซึ่งผู้ใช้มักมีพฤติกรรมที่ปาดไปมาหลายรอบ ทำให้น้ำยาไหลออกมาเกินความต้องการ (ไหลเยิ้ม)  -ฟองน้ำนี้จะมีการเปื้อนสีอยู่ตลอดเวลาหลังการใช้งานครั้งแรกได้ผ่านพ้นไป	ด้านการบรรจุ เนื่องจากรองเท้ามีการใช้งานบ่อย จึงมีการทำความสะอาดบ่อย จึงมีขนาดบรรจุ 120 มล. ด้านความสะดวกสบาย -ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์ มีความสามารถในการควบคุมการไหลของน้ำยา ได้ดีขึ้น โดยการย้ายปุ่มกดที่ทำให้น้ำยาออกไปไว้ ส่วนอื่น อาจเป็นด้านข้างของฟองน้ำ เพราะการให้ปุ่มกดอยู่ด้านบนนั้น เป็นตำแหน่งที่ผู้ใช้งานนิยมใช้ปาดมากที่สุด -ฟองน้ำภายในต้องถูกปกป้อง ไม่ให้สิ่งสกปรกเข้าไปเกาะ พร้อมทั้งป้องกันไม่ให้ฟองน้ำที่เลอะสีเปื้อนส่วนอื่นๆ หากไม่มีฝาเก็บ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

-ฝาที่ปิดหลังการใช้งานครั้งแรกมักมีการเปรอะเปื้อนด้านใน รวมไปถึงขอบด้วยซึ่งหากผู้ใช้ไม่ระมัดระวังจะทำให้เปื้อนมือผู้ใช้ได้ -การขัดรองเท้าส่วนใหญ่นั้น ผู้ขัดมักต้องสอดมือเข้าไปในรองเท้า ซึ่งผู้ใช้บางกลุ่มรู้สึกว่าสกปรกและไม่อยากสอดมือเข้าไป และมักหาถุงมือมาใส่ก่อน หรือเช็ดเสร็จแล้วไปล้างมือในภายหลัง <u>ด้านการปกป้องคุ้มครอง</u> -ต้องคำนึงถึงความสะอาดของฟองน้ำที่ห้ามให้สิ่งสกปรกและฝุ่นละอองมาติด <u>ด้านการส่งเสริมการขาย</u> -เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมากในท้องตลาดและมีลักษณะคล้ายคลึงกัน จึงไม่มีสินค้าตัวใดที่สะดุดตาผู้บริโภคได้ดี	-ออกแบบให้ฝามี Function การใช้งาน เนื่องจากผู้บริโภคจะรู้สึกว่าฝามีประโยชน์ ทำให้เก็บฝาเสมอ ไม่ทิ้งหรือทำสูญหาย ซึ่งจะส่งผลดีต่อการเก็บรักษาฟองน้ำอีกด้วย -โดย Function ที่เลือก ออกแบบให้ฝามีส่วนในการใช้สอดมือ เพื่อใช้ในการสอดรองเท้า ที่ช่วยให้การจับรองเท้า ขัด ทาเคลือบนั้นทำได้สะดวกขึ้น <u>ด้านการปกป้องคุ้มครอง</u> -ออกแบบให้ฝามี Function การใช้งาน เพื่อไม่ให้ผู้ใช้งานทำให้สูญหายไป <u>ด้านการส่งเสริมการขาย</u> -ออกแบบให้มีรูปทรง ลักษณะแตกต่าง จากสินค้าชนิดเดียวกัน แต่คนละตราสินค้า เพื่อสร้างจุดสนใจและสามารถทำให้ผู้บริโภคจดจำได้ดี และมีความน่าเชื่อถือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพแสดงแนวคิดในการออกแบบ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.7 ครีมขัดเคลือบเงา เพิ่มสีชนิดครีม

ใช้สำหรับหนังแก้ว-หนังเรียบ เป็นผลิตภัณฑ์ครีมที่ช่วยในการเคลือบสี โดยไม่ต้องใช้การขัด เพียงแต่ปาดแล้วทิ้งไว้ให้แห้ง ประกอบไปด้วย 3 สี คือ สีดำ น้ำตาลและสีใส

พฤติกรรมการใช้งาน -เช็ดรองเท้าด้วยผ้าหรือปัดด้วยแปรงเพื่อเอาสิ่งสกปรกออก >ใช้ผ้าในการควักเนื้อครีมออกมาจากบรรจุภัณฑ์ > เช็ดถูลงบนรองเท้าที่ต้องการเคลือบเงา เพิ่มสี

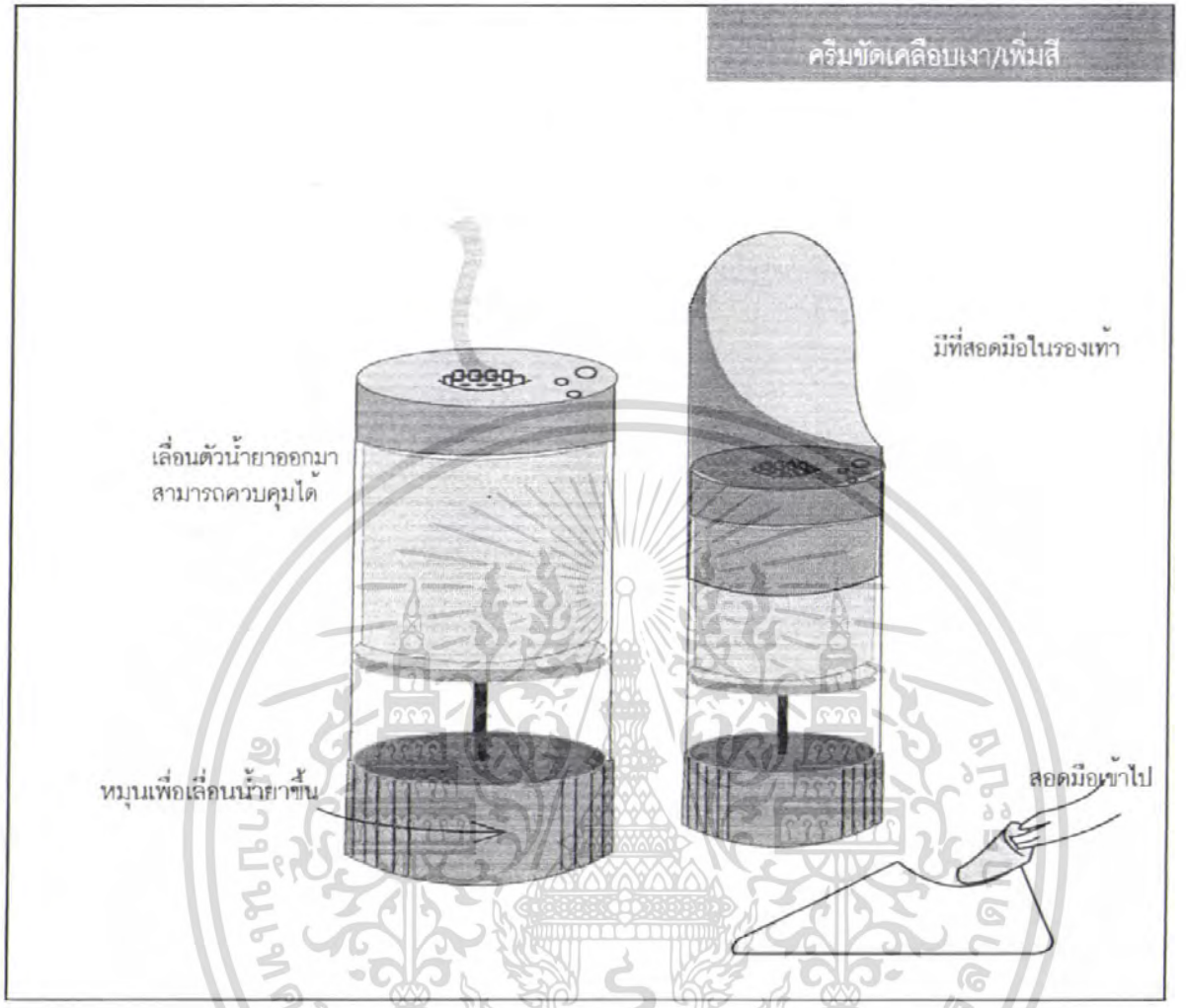
ปัญหาและเงื่อนไข	แนวทางในการออกแบบ
ด้านการบรรจุ -บรรจุให้ได้ตามขนาดตามความต้องการที่เหมาะสม ด้านความสะดวกสบาย -ผลิตภัณฑ์เดิมส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นกระปุก โดยใช้งานร่วมกับฟองน้ำ ซึ่งต่างจากแบบฟองน้ำที่ติดปลาย เพราะส่วนใหญ่ผลิตภัณฑ์นั้นจะบรรจุตัวที่มีกายภาพเป็นน้ำ ซึ่งไหลซึมออกมาได้ง่าย ปัญหา -คือการใช้งานเนื้อครีมจากกระปุกนั้น ส่วนมากแล้วจะต้องใช้ฟองน้ำจุ่มลงไปในบรรจุภัณฑ์ซึ่งขนาดปากกระป๋องไม่ใหญ่มาก แต่ขนาดของฟองน้ำนั้นค่อนข้างใหญ่ -การใช้งานค่อนข้างเลอะเทอะ เนื่องด้วยไม่มีส่วนที่สามารถควบคุมเนื้อเจลที่ออกมาอย่างแน่นอน การนำครีมออกมาใช้ส่วนใหญ่ จะเกิดจากการนำฟองน้ำไปปาดเนื้อครีมออกมา -เนื่องจากครีมมีความเข้มข้นค่อนข้างมากการใช้งานแต่ละทีนั้นจึงไม่จำเป็นต้องใช้ครีมในปริมาณมากในการขัดแต่ละครั้ง	ด้านการบรรจุ - ออกแบบให้มีปริมาตรบรรจุ 75 มล. ซึ่งเป็นปริมาตรที่ไม่มากเกินไป ด้านความสะดวกสบาย -ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์ มีฟองน้ำติดไปด้วย เหมือนตัวที่เป็นชนิดน้ำ แต่ต้องคำนึงถึงการไหลออกของครีมซึ่งแตกต่างจากรูปแบบชนิดน้ำ -เปลี่ยนเป็นรูปแบบที่ใช้งานได้ทันที อาจออกแบบเป็นขวดพร้อมใช้งาน ไม่ต้องหาฟองน้ำมาใช้เสริมและเก็บแยกกันอีก -การเปิด-ปิดการไหลออกของเนื้อครีม ควรออกแบบให้การไหลออกนั้นเป็นไปอย่างช้าๆ เพื่อป้องกันครีมครีมที่ไหลออกมไม่มากเกินไป ดังนั้นการไหลของเจลต้องควบคุมได้ รวมทั้งออกแบบให้มีส่วนที่ทำให้การไหลช้าลง เช่นทำฟองน้ำคลุมทำส่วนปากที่ปล่อยน้ำยาออกมาแล้วให้ซึมให้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

-การขัดรองเท้าส่วนใหญ่นั้น ผู้ขัดมักต้องสอดมือเข้าไปในรองเท้า ซึ่งผู้ใช้บางกลุ่มรู้สึกว่าสกปรกและไม่อยากสอดมือเข้าไป และมักหาถุงมือมาใส่ก่อน หรือเช็ดเสร็จแล้วไปล้างมือในภายหลัง ด้านการปกป้องคุ้มครอง สินค้ามีลักษณะ ข้น แต่ถ้าเกิดการเอียง ก็สามารถที่จะทำให้มีการไหลหกเลอะเทอะได้ ด้านการส่งเสริมการขาย -เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมากในท้องตลาด และมีลักษณะคล้ายคลึงกัน จึงไม่มีสินค้าตัวใดที่สะดุดตาผู้บริโภคได้ดี	-โดย Function ที่เลือก ออกแบบให้ฝามีส่วนในการใช้สอดมือ เพื่อใช้ในการสอดรองเท้า ที่ช่วยให้การจับรองเท้า ขัด ทาเคลือบนันทำได้สะดวกขึ้น ด้านการปกป้องคุ้มครอง - ออกแบบเพื่อให้มีการปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายใน ไม่ให้มีการเรดรอดออกมาได้เมื่อเกิดมีการตะแคง หรือเอียง ด้านการส่งเสริมการขาย -ออกแบบให้มีรูปทรง ลักษณะแตกต่าง จากสินค้าชนิดเดียวกัน แต่คนละตราสินค้า เพื่อสร้างจุดสนใจและสามารถทำให้ผู้บริโภคจดจำได้ดี และมีความน่าเชื่อถือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพแสดงแนวคิดในการออกแบบ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.8 **ขัดเคลือบเงา เพิ่มสีชนิดขี้ผึ้ง WAX แบ่งออกเป็น 3 สี**

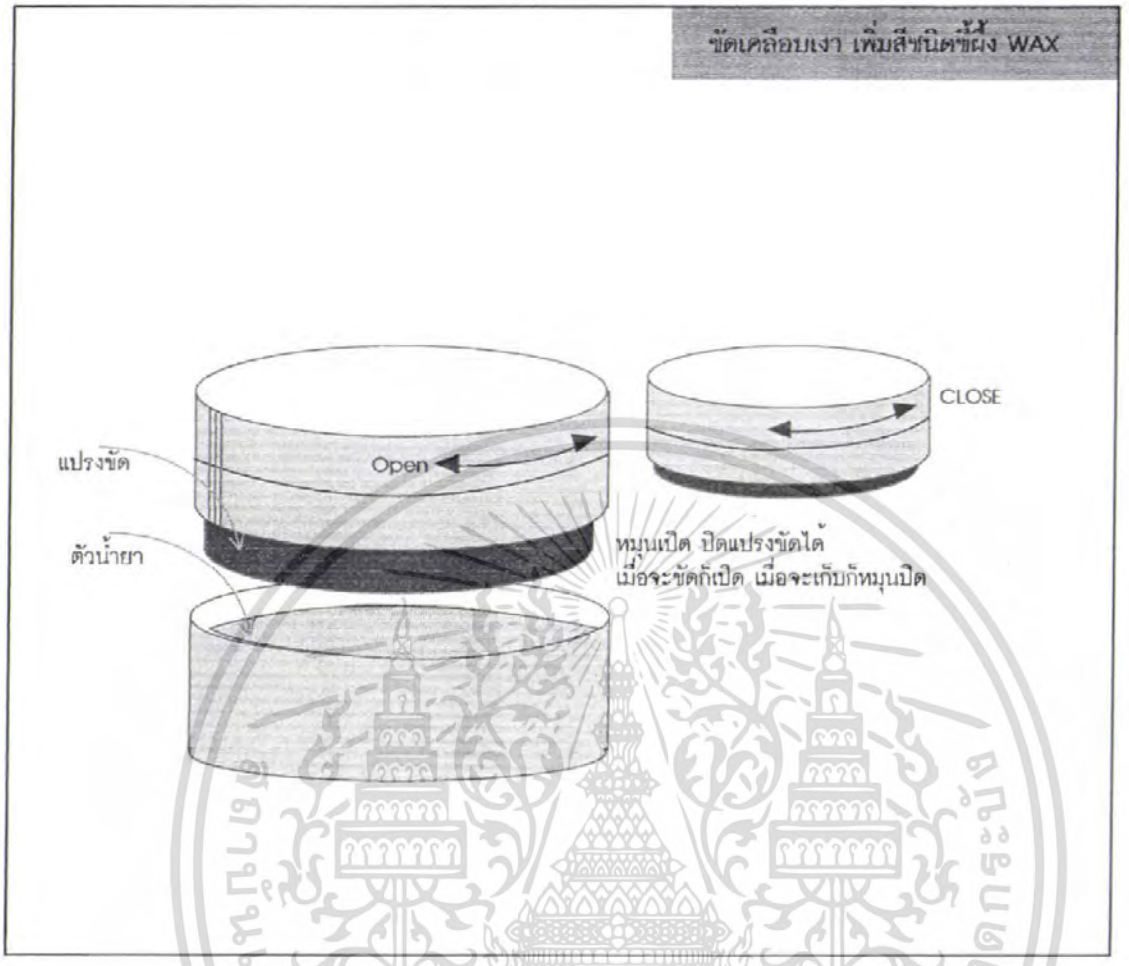
ใช้ได้เฉพาะหนังเรียบ ผลิตภัณฑ์ที่ช่วยในการเคลือบเงา โดยต้องใช้แปรงในการขัดเสมอ

พฤติกรรมการใช้งาน – ใช้แปรงปัดฝุ่นที่รองเท้าออกก่อน >ใช้แปรงปาดขี้ผึ้ง > ทาบางๆให้ทั่วรองเท้า >ทิ้งไว้สักครู่ >แล้วใช้แปรงหรือผ้าขัดจนขึ้นเงา

ปัญหาและเงื่อนไข	แนวทางในการออกแบบ
<u>ด้านการบรรจุ</u> -ขี้ผึ้งจะมีคุณสมบัติที่แข็งและแห้งแตกง่าย ดังนั้นจึงต้องมีขนาดบรรจุที่เหมาะสมกับอายุการใช้งาน	<u>ด้านการบรรจุ</u> -บรรจุผลิตภัณฑ์ลงในบรรจุภัณฑ์ขนาด 60 มล.
<u>ด้านความสะดวกสบาย</u> -การขัดเคลือบเงาที่ถูกวิธีสำหรับการใช้ขี้ผึ้งคือจะต้องใช้แปรงขัดควบคู่ไปด้วยเสมอ	<u>ด้านความสะดวกสบาย</u> -ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีส่วนส่งเสริมแปรงขัดไปในตัว เพื่อให้ใช้งานได้สะดวก และไม่ต้องแยกเก็บตัวน้ำยาและแปรงอีกด้วย
<u>ด้านการปกป้องคุ้มครอง</u> -จากการใช้แปรงแยก หลังใช้งานหากผู้ใช้ ไม่นำไปล้างแล้วเก็บให้เรียบร้อยจะทำให้น้ำยาที่ติดที่ตัวแปรง เลอะสกปรกผลิตภัณฑ์ต่างๆ หรือรองเท้าที่อยู่ใกล้เคียงได้ รวมทั้งตัวแปรงก็จะมีสิ่งสกปรกมาเกาะด้วยเช่นกัน	<u>ด้านการปกป้องคุ้มครอง</u> -แต่การใส่แปรงขัดเข้าไปต้องออกแบบโดยแยกเก็บแปรงและตัวน้ำยาออกจากกัน หรือสามารถเก็บออกแบบให้แปรงมีระยะห่างไม่ติดกับตัวขี้ผึ้งขัด เพราะจะทำให้ขี้ผึ้งและแปรงขัดเสียรูปได้ เช่นออกแบบให้ แปรงขัดสามารถหดเก็บได้ เป็นต้น
<u>ด้านการส่งเสริมการขาย</u> -เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมากในท้องตลาด และมีลักษณะคล้ายคลึงกัน จึงไม่มีสินค้าตัวใดที่สะดุดตาผู้บริโภคได้ดี	<u>ด้านการส่งเสริมการขาย</u> -ออกแบบให้มีรูปทรง ลักษณะแตกต่าง จากสินค้าชนิดเดียวกัน แต่คนละตราสินค้า เพื่อสร้างจุดสนใจและสามารถทำให้ผู้บริโภคจดจำได้ดี และมีความน่าเชื่อถือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพแสดงแนวคิดในการออกแบบ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.9 **ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นอับรองเท้า**

พฤติกรรมการใช้งานเดิม – นำผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นที่มีลักษณะเป็นถุงที่ภายในบรรจุด้วยสารดูดความชื้นที่ช่วยระงับกลิ่นอับ มีการใช้งานโดยนำไปใส่ไว้ในรองเท้า เมื่อเลิกใช้งาน เพื่อป้องกันการเกิดกลิ่นอับของรองเท้า

ปัญหาและเงื่อนไข	แนวทางในการออกแบบ
ด้านการบรรจุ - ตัวผลิตภัณฑ์ที่ใส่ไปในบรรจุภัณฑ์ ต้องมีขนาดที่เหมาะสมกับระยะของการใช้งาน ด้านความสะดวกสบาย การใช้งานของผลิตภัณฑ์เดิมนั้น จะยัดใส่ไว้รองเท้าเลย แต่ถ้า ต้องการที่จะใส่ที่ดันทรงรองเท้าด้วย จึงทำให้ใส่ไม่ได้ ด้านการปกป้องคุ้มครอง - จากการที่บรรจุภัณฑ์นั้นออกแบบมาให้เป็นรูปทรงของที่ดันทรงรองเท้า เมื่อเวลาขนส่งนั้นจะต้องมีการวางซ้อนทับกัน อาจทำให้บรรจุภัณฑ์นั้นเกิดความเสียหาย ด้านการส่งเสริมการขาย -เนื่องจากจะใช้บรรจุภัณฑ์นั้นให้เป็นที่ดันทรงแล้ว จึงน่าจะใช้ประโยชน์จากการที่เป็นที่ดันทรงนั้นให้มีการโฆษณาสินค้าได้	ด้านการบรรจุ -บรรจุผลิตภัณฑ์ลงในบรรจุภัณฑ์ขนาด 35 กรัมต่อ 1 กล่องซึ่งเป็นปริมาตรที่เหมาะกับการนำไปใส่ในรองเท้าของผู้สวมใส ด้านความสะดวกสบาย -ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีส่วนส่งเสริมให้เป็นที่ดันทรงไปในตัว โดยที่ไม่ต้องลำบากในการใช้หลายๆตัว ด้านการปกป้องคุ้มครอง - เนื่องจากผลิตภัณฑ์ภายในนั้น จะมีการระเหิดได้ จึงต้องออกแบบให้มีการปกป้องที่ดี เพื่อให้เกิดการระเหิดหมด ก่อนที่จะถึงมือผู้บริโภค ด้านการส่งเสริมการขาย -ออดแบบให้มีการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นตัวบรรจุภัณฑ์ไปในตัวได้เลย โดยมีลายกราฟฟิก และบอก infoemation บนบรรจุภัณฑ์นั้นได้เลย ไม่ต้องมีบรรจุภัณฑ์มารองรับอีกที

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพแสดงแนวคิดในการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

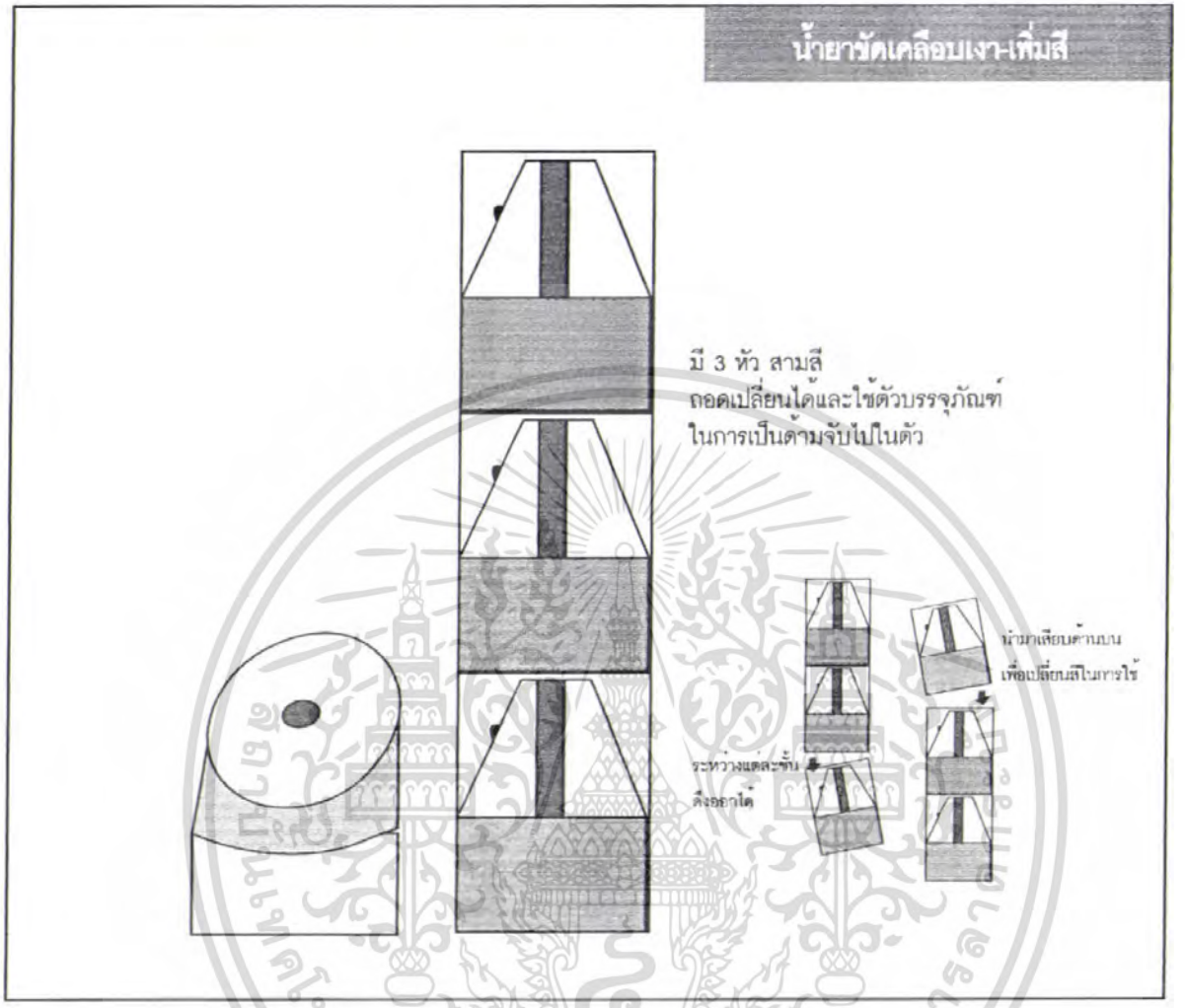
1.10 น้ำยาขัดเคลือบเงา-เพิ่มสี

ใช้สำหรับรองเท้าหนังเรียบและหนังแก้ว เพื่อใช้หลังจากการทำความสะอาดรองเท้าแล้ว ก็ตามด้วยน้ำยาขัดเคลือบเงารองเท้าเพื่อความสวยงาม

ปัญหาและเงื่อนไข	แนวทางในการออกแบบ
<u>ด้านการบรรจุ</u> -ในกรณีที่ผู้ใช้มีรองเท้าหนังมากกว่าหนึ่งคู่และผู้ใช้ไม่ต้องการปริมาณน้ำยาที่มาก แต่ต้องการความหลากหลายของสีมากกว่า	<u>ด้านการบรรจุ</u> จึงออกแบบให้หนึ่งชิ้นบรรจุสามสี เป็นการยืดอายุการใช้งานให้คุ้มค่าคือเก็บได้ในปริมาณที่ไม่มาก
<u>ด้านความสะดวกสบาย</u> ไม่สามารถควบคุมปริมาณของตัวน้ำยาได้เพราะ เมื่อออกแรงกดน้ำยาจะไหลมาเรื่อยๆ	<u>ด้านความสะดวกสบาย</u> -ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์นี้ สามารถควบคุมปริมาณตัวเนื้อครีมที่น้ำยาออกมาได้โดยแก้ปัญหาน้ำยาไหลไม่หยุด คุมปริมาณน้ำยาได้ ออกแบบให้ด้านหนึ่งใช้เพื่อกดน้ำยา อีกด้านหนึ่งใช้เพื่อการขัด
ขนาดของหนึ่งสีจะเล็กจับไม่ถนัด	จึงออกแบบให้ทั้งสามชิ้นต่อเป็นอันเดียวกันได้จับถนัดขึ้นและประหยัดที่ในการจัดวาง จัดเก็บ อยากใช้ชิ้นไหนก็ถอดสลับเปลี่ยนได้คล้ายดินสอเปลี่ยนไส้
<u>ด้านการปกป้องคุ้มครอง</u> ป้องกันการแยกหายจากกัน	<u>ด้านการปกป้องคุ้มครอง</u> ออกแบบให้จัดเก็บแบบซ้อนกันสามชิ้น
<u>ด้านการส่งเสริมการขาย</u> เนื่องจากคนที่นิยมหนังมักมีหลายคู่หลายแบบ	<u>ด้านการส่งเสริมการขาย</u> เป็นการส่งเสริมการขายให้ขายได้มากขึ้นเพราะเป็นอีกทางเลือกหนึ่ง สำหรับคนที่ต้องการปริมาณน้อยแต่หลากหลาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพแสดงแนวคิดในการออกแบบ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

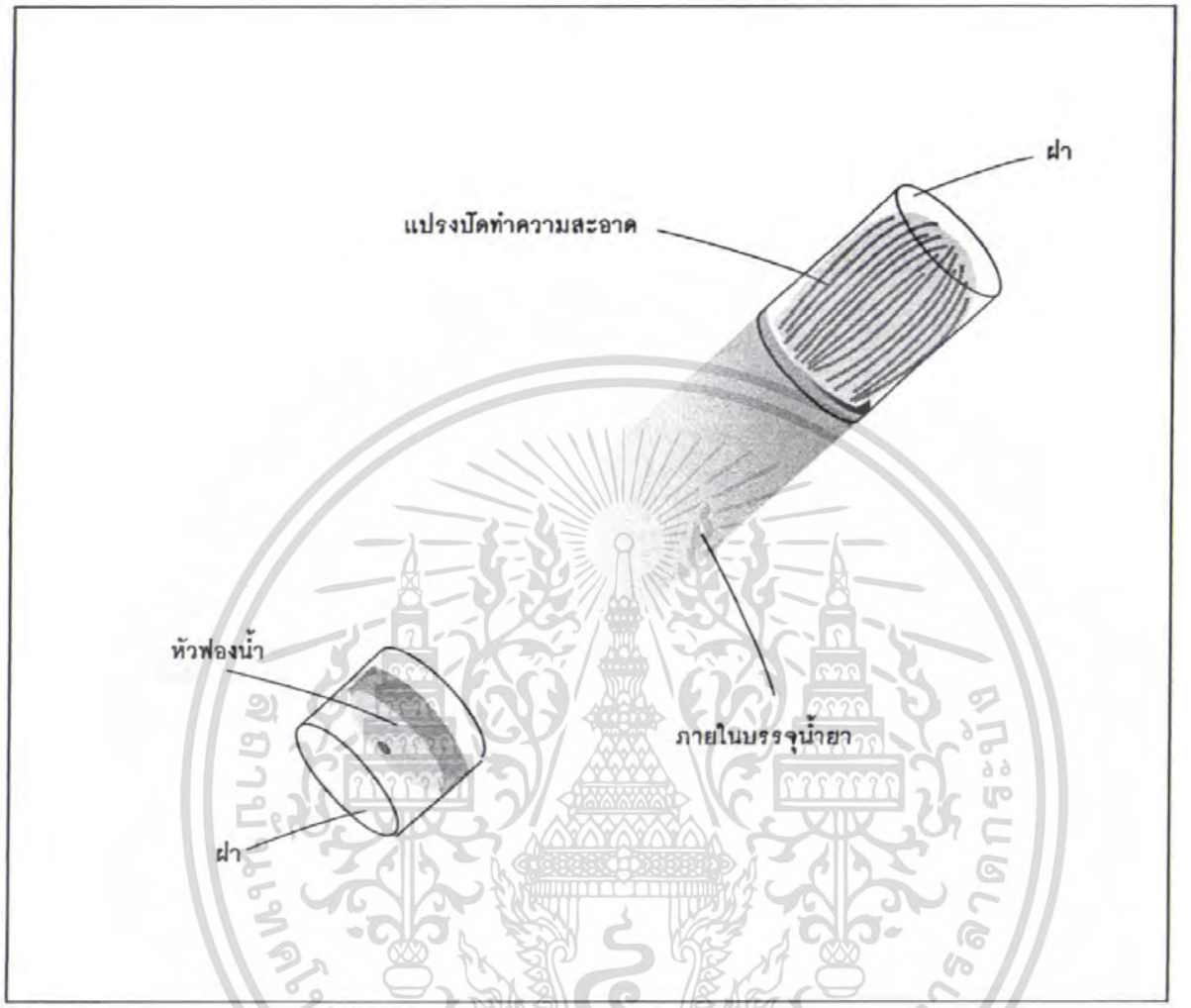
1.11 น้ำยาทำความสะอาด + น้ำยาขัดเคลือบเงา-เพิ่มสี (ขาดพกพา)

<u>*พฤติกรรมการใช้งานปัจจุบัน*</u> – ใช้แปรงหรือผ้าปัดทำความสะอาดก่อน > เปิดฝาขวด > คว่ำด้านหัวฟองน้ำลง>กดปาดไปที่รองเท้าให้ทั่ว > รอให้น้ำยาแห้ง

ปัญหาและเงื่อนไข	แนวทางในการออกแบบ
<u>ด้านการบรรจุ</u> -สำหรับการพกพานั้น ไม่จำเป็นต้องใช้น้ำยาในปริมาณมาก ใช้ไม่กี่ครั้งสามารถทิ้งได้เลย -ส่วนพกพา ต้องมีขนาดกะทัดรัด <u>ด้านความสะดวกสบาย</u> -การใช้งานใช้ขัดเคลือบกับรองเท้า ต้องใช้ฟองน้ำประกอบไปด้วย -หลักการใช้งานสำหรับการรักษาดูแลรองเท้านั้นต้องทำความสะอาดก่อน แล้วค่อยตามด้วยน้ำยาขัดเคลือบเพิ่มสี <u>ด้านการปกป้องคุ้มครอง</u> -เนื่องจากผลิตภัณฑ์ภายในเป็นของเหลว และจะต้องมีการพกพา จึงอาจทำให้มีการซึมออกมาเลอะเทอะภายนอกได้ <u>ด้านการส่งเสริมการขาย</u> เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความสะดวกสบายแบบครบถ้วน -ออกแบบให้สินค้าสามารถวางขายผลิตภัณฑ์ได้ด้วยตนเอง	<u>ด้านการบรรจุ</u> ออกแบบให้มีน้ำยา 2 ส่วน คือ แปรงปัดทำความสะอาดและน้ำยาทำความสะอาดขัดเคลือบเงา -ออกแบบให้มีขนาดที่พอเหมาะสำหรับการพกพาไปนอกสถานที่ <u>ด้านความสะดวกสบาย</u> -ออกแบบให้มีฟองน้ำ ติดไว้ประกอบที่ตัวบรรจุภัณฑ์เลย ทำให้สามารถใช้งานได้ทันที -ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีแปรงสำหรับปัดทำความสะอาดฝุ่นละอองออกก่อน แล้วจึงใช้น้ำยาในการทำความสะอาด <u>ด้านการปกป้องคุ้มครอง</u> -เลือกใช้วัสดุที่มีความทนทานเนื่องจากต้องพกพา และจะต้องใส่ในกระเป๋า ซึ่งอาจทำให้กระทบกระแทกกับสิ่งอื่นๆได้ <u>ด้านการส่งเสริมการขาย</u> ดังนั้นจึงต้องออกแบบให้แตกต่าง และมีเอกลักษณ์จากรูปแบบสินค้าที่ใกล้เคียงในท้องตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพแสดงแนวคิดในการออกแบบ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2)หมวดเครื่องหนังทั่วไป

ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาเครื่องทั่วไป (ตัวอย่างเช่น เสื้อหนัง กระเป๋าหนัง เข็มขัด เป็นต้น)

2.1 ผลิตภัณฑ์ที่บำรุงเพื่อป้องกันหนังแตก

เนื่องจากหนังที่เก็บไว้นานหรือมีการใช้งานบ่อยจะต้องใช้น้ำยาตัวนี้เพื่อบำรุงให้หนังมีความชุ่มชื้นและลดการแตกระแหงของผิวหนัง

พฤติกรรมการใช้งานปัจจุบัน – ใช้แปรงหรือผ้าปัดทำความสะอาดก่อน > เปิดฝาขวด > คว่ำด้านหัวฟองน้ำลง>กดปาดไปที่รองเท้าให้ทั่ว > รอให้น้ำยาแห้ง

ปัญหาและเงื่อนไข	แนวทางในการออกแบบ
ด้านการบรรจุ -บรรจุไม่มากเท่า พวกน้ำยาสำหรับทำความสะอาดหรือเคลือบขัดรองเท้า เพราะเครื่องหนังอื่นๆ มีโอกาสเปรอะเปื้อนได้น้อยกว่า	ด้านการบรรจุ -บรรจุในปริมาณที่เหมาะกับความต้องการของผู้ใช้งาน
ด้านความสะดวกสบาย เครื่องหนังส่วนใหญ่มีพื้นที่ค่อนข้างกว้าง ออกแบบให้มีการจับที่กระชับกับมือ	ด้านความสะดวกสบาย ออกแบบให้พื้นที่หน้าตัดที่มีน้ำยาออกมานั้นค่อนข้างกว้างเพื่อให้สามารถทาโลชั่นได้อย่างทั่วถึง
ด้านการปกป้องคุ้มครอง ตัวสำหรับทาโลชั่นบนแผ่นหนังซึ่งมีข้อจำกัดคือทาด้วยความอ่อนโยน ไม่เสียดสี หรือออกแรงกดกับผิวหนัง โดยเฉพาะผิวหนังที่ใช้งานมานานการออกแรงกดแรงๆนั้น จะทำให้หนังถูกกระเทือนและแตกได้ง่ายมากขึ้น	ด้านการปกป้องคุ้มครอง เปลี่ยนเป็นแบบโรลออนเพื่อลดแรงกด เพื่อป้องกันการแตกของหนัง
ด้านการส่งเสริมการขาย เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความสะดวกสบายแบบครบถ้วน -ออกแบบให้สินค้าสามารถวางขายผลิตภัณฑ์ได้ด้วยตนเอง	ด้านการส่งเสริมการขาย ดังนั้นจึงต้องออกแบบให้แตกต่าง และมีเอกลักษณ์จากรูปแบบสินค้าที่ใกล้เคียงในท้องตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพแสดงแนวคิดในการออกแบบ

น้ำยาบำรุงรักษาเครื่องหนัง

ทำจากลูกยางหุ้มฟองน้ำ

เป็นโรลทรงกลมทำจากฟองน้ำ
ด้านในมีลูกกลมยางบรรจุอยู่ซึ่ง
ทำให้การทาโลชั่นทำได้นุ่มนวล
มากขึ้นเพราะไม่ใช้แรงกดหรือถู
ซึ่งการทานั้นทำให้ป้องกันหนังแตก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 **ผลิตภัณฑ์ขัดเคลือบเงาเครื่องหนัง**

พฤติกรรมการใช้งานปัจจุบัน

เช็ดรองเท้าด้วยผ้าหรือปัดด้วยแปรงเพื่อเอาสิ่งสกปรกออก >ใช้ผ้าในการควักเนื้อครีมออกมาจากบรรจุภัณฑ์ > เช็ดถูลงบนรองเท้าที่ต้องการทำความสะอาด >รอสักครู่ >ใช้ผ้าเช็ดสะอาดเช็ดออกอีกรอบ

ปัญหาและเงื่อนไข	แนวทางในการออกแบบ
ด้านการบรรจุ - บรรจุให้ได้ตามขนาดตามความต้องการที่เหมาะสม ด้านความสะดวกสบาย -การทำความสะอาดแบบเดิมนั้น ต้องใช้ฟองน้ำในการป้ายน้ำยาแล้วนำมาเช็ดถูตามพื้นที่ๆ ต้องการ แต่ในการทำความสะอาดนั้นจะไม่สามารถทำความสะอาดได้ครองคลุมทั่วถึงทุกซอกทุกมุม ด้านการปกป้องคุ้มครอง - เนื่องจากผลิตภัณฑ์ภายในนั้นมีลักษณะเป็นของเหลว จึงจำเป็นทีจะต้องมีการปกป้องไม่ให้มีการรั่วซึมออกมา ด้านการส่งเสริมการขาย -เพิ่มทำให้การใช้งานเหมาะสมกับการทำความสะอาดเครื่องหนังได้หลากหลายประเภท	ด้านการบรรจุ -50มล. เป็นขนาดที่เหมาะสมในการใช้งาน ด้านความสะดวกสบาย -ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีส่วนที่ใช้สวมนิ้วแล้วกดน้ำยาที่ตัวบรรจุภัณฑ์นั้น แล้วทำให้น้ำยาที่ออกมานั้นมาอยู่ที่นิ้ว ทำให้สามารถขัดตามซอกกระเป๋า หรือผลิตภัณฑ์ที่ต้องการขัดได้เป็นอย่างดี ด้านการปกป้องคุ้มครอง - เนื่องจากผลิตภัณฑ์ภายในนั้น จะมีการระเหิดได้ จึงต้องออกแบบให้มีการปกป้องที่ดี เพื่อให้เกิดการระเหิดหมด ก่อนที่จะถึงมือผู้บริโภค ด้านการส่งเสริมการขาย -ออดแบบให้มีการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นตัวบรรจุภัณฑ์ไปในตัวได้เลย โดยมีลายกราฟฟิก และบอก infoemation บนบรรจุภัณฑ์นั้นได้เลย ไม่ต้องมีบรรจุภัณฑ์มารองรับอีกที

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพแสดงแนวคิดในการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 ผลิตภัณฑ์น้ำยาทำความสะอาดเครื่องหนัง

พฤติกรรมการใช้งาน -เช็ดรองเท้าด้วยผ้าหรือปัดด้วยแปรงเพื่อเอาสิ่งสกปรกออก >เท น้ำยาลงบนผ้า > เช็ดถูลงบนรองเท้าที่ต้องการเคลือบเงา เพิ่มสี

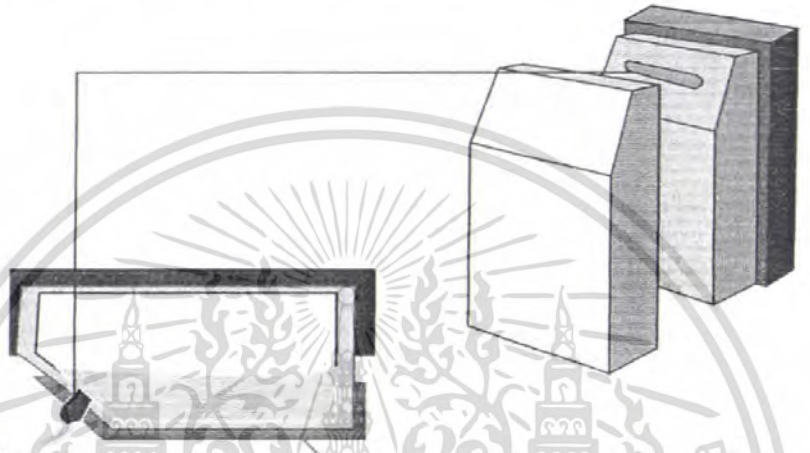
ปัญหาและเงื่อนไข	แนวทางในการออกแบบ
ด้านการบรรจุ - บรรจุให้ได้ตามขนาดตามความต้องการที่เหมาะสม ด้านความสะดวกสบาย -การใช้งานเดิมนั้นมีปัญหาที่ตัวจ่ายน้ำยา ตรงบริเวณที่ทาจะมีหน้าที่ 2 อย่างคือ เป็นการกดเพื่อให้น้ำยาไหล กับเป็นตัวทาลงไปซึ่งจะทำให้มีการไหลออกมาตลอดการทาซึ่งทำให้ใช้น้ำยามากเกินไป ด้านการปกป้องคุ้มครอง - เนื่องจากผลิตภัณฑ์ภายในนั้นมีลักษณะเป็นของเหลว จึงจำเป็นทีจะต้องมีการปกป้องไม่ให้มีการรั่วซึมออกมา ด้านการส่งเสริมการขาย -ตัวบรรจุภัณฑ์ทำให้พื้นที่ขัดเพิ่มขึ้นทำให้เหมาะกับเครื่องหนังที่มีพื้นที่กว้างๆ	ด้านการบรรจุ -75 มล. เป็นขนาดที่เหมาะสมในการใช้งาน ด้านความสะดวกสบาย -ทำให้ควบคุมการไหลของน้ำยาได้โดย ทำให้มีที่กดน้ำยาออกมาแยกกับตัวขัด ด้านการปกป้องคุ้มครอง - เนื่องจากผลิตภัณฑ์ภายในนั้น จะมีการระเหิดได้ จึงต้องออกแบบให้มีการปกป้องที่ดี เพื่อให้เกิดการระเหิดหมด ก่อนที่จะถึงมือผู้บริโภค ด้านการส่งเสริมการขาย -ออดแบบให้มีการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นตัวบรรจุภัณฑ์ไปในตัวได้เลย โดยมีลายกราฟฟิก และบอก infoemation บนบรรจุภัณฑ์นั้นได้เลย ไม่ต้องมีบรรจุภัณฑ์มารองรับอีกที

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพแสดงแนวคิดในการออกแบบ

ผลิตภัณฑ์ขัดเคลือบเงาเครื่องหนัง

- ในการขัดเคลือบสี จำเป็นต้องทาในบริเวณที่กว้างกว่ารองเท้า ซึ่งส่วนใหญ่ผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มการขัดเคลือบสี คือ พวกกระเป๋าหนังต่างซึ่งมีพื้นที่ค่อนข้างกว้าง



ตัวกดแล้วน้ำยาจะไหลออกมา
แยกจากบริเวณขัดเพื่อให้ไม่กด
แล้วน้ำยาไหลออกมาเกินความต้องการ

ฟองน้ำ ใช้สำหรับขัดในบริเวณกว้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางการศึกษาวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์
   - ศึกษาการใช้งานของตัวผลิตภัณฑ์เดิม และผลิตภัณฑ์ข้างเคียง
   - ศึกษาเรื่องของการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์
   - ศึกษาคุณสมบัติของตัวผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด

2. ศึกษาข้อมูลทางด้านบรรจุภัณฑ์
   - ศึกษาลักษณะของผลิตภัณฑ์เดิม และผลิตภัณฑ์ข้างเคียง ในด้านรูปแบบ ขนาดสัดส่วน
   - ศึกษาเกี่ยวกับวัสดุ และโครงสร้างที่เหมาะสมในการนำมาทำบรรจุภัณฑ์
   - ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องเทคโนโลยีการผลิต และการบรรจุสินค้า ในระบบอุตสาหกรรม
   - ศึกษาระบบการพิมพ์ที่เหมาะสมกับการที่จะนำมาใช้กับบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบ

3. ศึกษาเรื่องระเบียบข้อบังคับของสินค้าที่วางที่วางจำหน่ายในท้องตลาด
   - ศึกษาด้านรายละเอียดที่ควรปรากฏบนบรรจุภัณฑ์
   - ศึกษาถึงขนาดสัดส่วนของสินค้าที่มีความเหมาะสมกับการนำมาจัดแสดงสินค้าบนชั้นวาง
   - ศึกษาเกี่ยวกับการเลือกใช้สี

4. ศึกษาในเรื่องการขนส่งสินค้า
   - ศึกษากระบวนการและขั้นตอนในการขนส่ง
   - ศึกษากระบวนการกระจายสินค้าออกสู่ท้องตลาด

5. ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค
   - ศึกษาพฤติกรรมและรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย
   - ศึกษาถึงพฤติกรรมด้านการใช้งาน และความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
   - ศึกษาถึงปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในการใช้งานผลิตภัณฑ์ต่างๆ

6. ศึกษาข้อมูลทางด้านการตลาด
   - ศึกษาการตลาดของผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้า และผลิตภัณฑ์ใกล้เคียง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. บรรจุภัณฑ์สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดี
2. อำนวยความสะดวกในการใช้งานให้แก่กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค
3. บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และดึงดูดผู้บริโภคได้
4. บรรจุภัณฑ์ช่วยส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้โดยตรง
5. บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้อย่างมีประสิทธิภาพ
6. บรรจุภัณฑ์สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับตัวสินค้าได้
7. มีส่วนช่วยให้ผู้บริโภคได้มีทางเลือกในการบริโภคสินค้ามากขึ้น

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2
การค้นคว้าและสรุปผลข้อมูล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2 การค้นคว้าและสรุปผลข้อมูล

2.1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับบริษัทผู้ผลิต

ประการสำคัญในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ คือการทราบถึงนโยบายในการผลิต ความต้องการ รวมถึงการจัดจำหน่ายสินค้าเพื่อทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความเหมาะสม

2.1.1 ประวัติความเป็นมา ของบริษัทเอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิต

ภาพที่ 2.1 โลโก้ (logo) ของบริษัทเอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล

บริษัทเอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ก่อตั้งในปี พ.ศ. 2511 โดยกลุ่มนักธุรกิจไทยที่มองการณ์ไกลถึงศักยภาพการเติบโตของอุตสาหกรรมและการส่งออกของไทยภายใต้ชื่อ "บริษัทมิตรเจริญคอสเมติกส์จำกัด" เป็นผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางค์ Cover Girl, สบู่, ยาสีฟัน, น้ำหอม รวมถึงเครื่องกีฬาบางประเภทเข้ามาจำหน่าย บริษัทเติบโตก้าวหน้าและได้มุ่งเน้นความสำคัญทางด้านเครื่องสำอางค์ได้ลงทุนก่อสร้างโรงงานเพื่อผลิตสินค้าในประเทศไทย ต่อมาได้ขยายการผลิตกลุ่มสินค้าสำหรับเด็กเล็ก, ยาขัดรองเท้า, ฟองน้ำ

ตลอดระยะเวลา 37 ปี บริษัทฯ ได้เจริญเติบโตอย่างมั่งคง และเป็นธุรกิจขนาดกลางของคนไทยที่พัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยความเชี่ยวชาญและมีระบบการผลิตที่มีการควบคุมคุณภาพทุกขั้นตอน ซึ่งได้รับรองมาตรฐานการผลิตจาก (GMP) โดยกระทรวงสาธารณสุข

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มีจำหน่ายทั้งในประเทศและส่งออกตลาดต่างประเทศกว่า 20 ประเทศทั้งในเอเชีย, ยุโรปและแอฟริกา มีคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นยอมรับของผู้บริโภคทั่วโลก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริษัท เอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เป็นบริษัทผลิตผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายกลุ่มสินค้า ซึ่งมีนโยบายของบริษัทดังนี้

1.มีการใช้กลยุทธ์การตลาดในรูปแบบ เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคโดยตรง (Below the line) เช่น แจกผลิต-ภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าให้กับช่างขัดรองเท้าตามสถานที่ต่างๆ เพื่อเป็นการโฆษณาอย่างหนึ่ง

2.พัฒนารูปแบบสินค้าให้เกิด Innovation อยู่ตลอดเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค

3.สินค้ามีคุณภาพ แต่ราคาไม่สูงนักเพื่อเน้นการขายในปริมาณมาก

4.ทำกิจกรรมเพื่อสร้างทัศนคติในกลุ่มลูกค้าให้รู้จักการดูแลรักษาสุขภาพเท้า และรองเท้าเพื่อให้กลุ่มเป้าหมาย อาทิ ทหาร นักเรียน ให้ตระหนักถึงปัญหาที่จะเกิดขึ้นกับสุขภาพเท้า และการดูแลรักษาเท้า รองเท้า โดยทำกิจกรรมที่โมเดิร์นเทรด เช่น แจกสินค้าให้กับลูกค้าได้ทดลองใช้

2.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของทางบริษัทที่ผลิตในปัจจุบัน

ปัจจุบันบริษัท เอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ผลิตสินค้าอยู่ 4 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์เบบี้เบซ์ท (BABY'S BEST)
2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ยาขัดรองเท้า คลีนชูส์ (KLEEN SHOES)
3. กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง
4. กลุ่มผลิตภัณฑ์ฟองน้ำทำความสะอาด (เสริมผลิตภัณฑ์กลุ่มที่1)

บริษัท เอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด มุ่งเน้นทำการตลาดให้กับสินค้า 2 กลุ่มหลักคือ เบบี้เบซ์ท และ คลีนชูส์ ซึ่งทำรายได้ 45% และ 55%จากยอดขายรวมบริษัทตามลำดับ โดยตั้งเป้าการเติบโตในปี 2552 ให้กับเบบี้เบซ์ทที่ 10-12% และคลีนชูส์อยู่ที่ 20-25%

ยอดขายของบริษัท 87 ล้านบาท มีอัตราการเติบโตปีละ 10% โดยตั้งเป้ายอดขายภายสิ้นปีนี้ 100 ล้านบาท แบ่งสัดส่วนเป็น เครื่องสำอาง 35% ยาขัดรองเท้า 35% เครื่องใช้สำหรับเด็ก 30% และในประเภทยาขัดรองเท้าสินค้าที่ขายดีที่สุดคือ ขี้ผึ้งที่ใช้ขัดรองเท้า

เป้าหมายอนาคต มีการวางเป้าหมายให้คลีนชูส์เป็นมากกว่ายาขัดรองเท้า หรือผลิตภัณฑ์สำหรับเท้า คือมีความต้องการให้คลีนชูส์เป็นผู้เชี่ยวชาญและเป็นผู้นำในผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการดูแลรักษาเครื่องหนัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.3 **ข้อมูลเกี่ยวกับแบรนด์ของโครงการ**

ภาพที่ 2.1 โลโก้ (logo) ของแบรนด์คลีนชูส์

คลีนชูส์นั้นถือเป็นสินค้าที่บริษัท เอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ตั้ง เป้าการเติบโตมากที่สุด เนื่องจากเอ็มซีไอมีความมั่นใจในเรื่องความชำนาญด้านการผลิตมาก เพราะเป็นโนว์ฮาวที่ใกล้เคียงกับการผลิตลิปสติกซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมของบริษัทฯ

ยาขัดรองเท้าคลีนชูส์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศไทย วางจำหน่ายในปี 2538 ประเภทผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่าย ได้แก่ ยาขัดรองเท้าสำหรับหนังเรียบ และแปรงขัดรองเท้า

ต่อมามีการวิจัยเพื่อนำมาพัฒนารูปแบบสินค้าให้เกิด Innovation ตลอดเวลาเริ่มจากบรรจุภัณฑ์ของสินค้าเดิมจะใช้ตลับที่เป็นลูกบิดทำให้เปิดยาก และพบว่ามีลูกค้าเพียงร้อยละ 8 เท่านั้นที่ใช้น้ำยาขัดรองเท้าจนหมดตลับอันเนื่องมาจากปัญหาบรรจุภัณฑ์ที่เปิดยากและยาขัดซึ่งเกิดการแข็งและหดตัวเมื่อเจอลมทำให้บริษัท เอ็ม ซี ไอ ที่มีบรรจุภัณฑ์ที่มีฝาเกลียวและมีแผ่นฟรอยด์รองตัวยาไว้ช่วยยืดอายุงาน

ภาพลักษณ์ของแบรนด์

ปัจจุบันแบรนด์คลีนชูส์ มีภาพลักษณ์ที่มีความคล้ายคลึงกับแบรนด์คู่แข่งอย่างกีวีมาก ทั้งในด้านรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ สีและกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ต่างๆในแบรนด์ สถานที่ในการการจัดจำหน่ายสินค้า คือซูปเปอร์มาร์เก็ต คอนวีเนียนสโตร์ และตามร้านค้าต่างๆ จึงทำให้เกิดการสับสนของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าแต่ละตัว

และด้วยเรื่องของแบรนด์คลีนชูส์เป็นแบรนด์ที่ออกสู่ตลาดหลังแบรนด์กีวี ซึ่งแบรนด์กีวีนั้นเป็นแบรนด์ที่ออกมานานแล้ว จึงเป็นที่รู้จัก และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค ดังนั้นคลีนชูส์จึงต้องใช้กลยุทธ์ในการขายโดยให้ราคาผลิตภัณฑ์ที่ต่ำกว่ากีวี เพื่อเป็นการแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดให้แก่บริษัท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในปัจจุบันคลีนซูส์ได้มีการพัฒนาให้บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นในการที่ช่วยในการคุ้มครองสินค้าภายในไม่ให้เสื่อมก่อนการใช้งานหมด

แต่คลีนซูส์นั้นได้มียุทธวิธีในการจัดจำหน่ายที่แตกต่างออกไป เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง คือ การแจกผลิตภัณฑ์ในการทำความสะอาดให้แก่ร้านซ่อมรองเท้าทั่วไป และแปะสติ๊กเกอร์ที่ร้านรองเท้า เพื่อเป็นการโฆษณาอีกทางหนึ่งและยังสามารถเข้าถึงลูกค้าได้โดยตรง

แนวโน้มของแบรนด์ในอนาคต

ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าคลีนซูส์นั้นจึงต้องมีการ พัฒนาปรับปรุงแบรนด์ใหม่ให้ดีขึ้นเพื่อเป็นการเพิ่มยอดขายให้กับทางบริษัท และเพื่อเพิ่มกลุ่มเป้าหมายให้กับแบรนด์สินค้า ซึ่งจำเป็นจะต้องมีการศึกษาในเรื่องการตลาด และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่มีความแปลกใหม่จากเดิม

กลุ่มเป้าหมายของแบรนด์ในปัจจุบัน

ในปัจจุบันนั้นกลุ่มเป้าหมายของแบรนด์จะเป็นกลุ่มฐานะปานกลางระดับ C+ เนื่องจากภาพลักษณ์ที่ยังไม่โดดเด่น และด้วยราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่งรายอื่นๆในท้องตลาดที่ออกสู่ท้องตลาดมานานและผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศ กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักเรียน ทหาร และวัยทำงานทั่วไปที่มีรายได้ไม่มากนัก

ส่วนแบ่งทางการตลาด

ในปัจจุบันตลาดของผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้านั้นมีหลายยี่ห้อ ส่วนแบ่งทางการตลาดส่วนใหญ่จะอยู่ที่ตลาดระดับกลาง เพราะเป็นยี่ห้อที่มีการวางจัดจำหน่ายทั่วไป ผู้บริโภคจึงหาซื้อได้ง่าย ด้วยเหตุผลนี้เองจึงทำให้มีส่วนแบ่งทางการตลาดมาก

แผนภูมิแสดงส่วนแบ่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตลาดรวมผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนังในเมืองไทยมีมูลค่าปีละประมาณ 180 ล้านบาท แบ่งสัดส่วนการตลาดโดยประมาณ กีวี 80 % คลีนชู 15 % และอื่นๆอีก 5 % ....โดย บิสิเนสไทย [14-10-2004]

จากแผนภูมิแล้วนั้นจะเห็นได้ว่ายี่ห้อกีวีจะมีส่วนแบ่งทางการตลาดมากที่สุด และรองลงมาคือคลีนชูส์ ด้วยเหตุผลที่กีวียังสามารถครองตลาดอยู่ตลอด เป็นเพราะเนื่องจากกีวีเป็นแบรนด์ที่มีมานาน ผู้บริโภคทั่วไปจึงมีความเชื่อมั่นในตัวสินค้า และเป็นที่ติดปากของคนทั่วไปจึงเป็นเหตุผลที่ทำให้กีวีสามารถเป็นเจ้าตลาดของผลิตภัณฑ์ดูแลรองเท้าและเครื่องหนังได้

ผลิตภัณฑ์ของแบรนด์คลีนชูส์ที่มีจัดจำหน่ายในปัจจุบัน

1.ฟองน้ำทาเคลือบเงาทันที (Quick Step)

คลีนชูส์ ควิกสเต็ป พัฒนาขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกและรวดเร็ว มีบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยเพิ่มความเงางามให้กับรองเท้า ด้วยซิลิโคน เกรด A จากต่างประเทศ ขนาด 5 gm ราคาปลีก 33 บาท

2.ครีมบำรุงรักษาและเพิ่มความเงารองเท้า (Magic Shine)

เมจิกชายน์ ครีมบำรุงรักษาหนังและเพิ่มความดำเงางาม โดยไม่ต้องขัดเงา ไม่เลอะมือ เหมาะรองเท้าหนังแท้สีดำ ส่วนประกอบ คือWax ขี้ผึ้ง เพิ่มความเงางามเครื่องหนังรองเ ท้า

Oil ทำให้หนังรองเท้าอ่อนนุ่ม ยืดอายุการใช้งาน

Color ช่วยเสริมสีของเครื่องหนังให้ดูเหมือนใหม่

ขนาด 50 ml ราคาปลีก 60 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.น้ำยาทาเคลือบเงารองเท้า (Quick Shine)

ควิกชายน์ น้ำยาทาเคลือบเงารองเท้า สูตรแว็กซ์แท้เกรด A ป้องกันน้ำ เหมาะสำหรับหนังแท้ เพิ่มความเงางาม, บำรุงและรักษาหนังรองเท้าให้นุ่ม,ช่วยเคลือบสีและลบรองขูดขีด มี 3 **สีสีดำ, สีน้ำตาล, สีใส** ขนาด 75 ml ราคาปลีก 60 บาท

4.ขี้ผึ้งขัดรองเท้า (Shoes Polish)

คลีนชูส์ มิร์เรอร์ ชายน์ ขี้ผึ้งขัดรองเท้า สูตรเงาแบบกระจก

มีส่วนประกอบหลัก ๆ ดังนี้

ขี้ผึ้ง (WAX) ทำให้หนังรองเท้าเงางาม

น้ำมัน (OIL) ทำหน้าที่ยึดสารเคมีให้คงสภาพและสามารถซึมเข้าไปในหนังรองเท้าเพิ่มความอ่อนนุ่ม

สี (COLOR) เพิ่มสีสันให้หนังรองเท้าดูสดใส มี 3 สี

สีดำ, สีน้ำตาล, สีใส

ขนาด 60 ml ราคาปลีก 35 บาท

ขนาด 125 ml ราคาปลีก 52 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.น้ำยาทารองเท้าผ้าใบ (Sports Shine)

สปอร์ตชายน์ น้ำยาทาผ้าใบ เพิ่มสีสรรสดใสให้รองเท้าเหมือนใหม่ ลบรอยเปื้อน และรอยด่างบนรองเท้า มี 3 สี **สีดำ, สีน้ำตาล, สีขาว**

ขนาด 75 ml ราคาปลีก 22 บาท

6.สเปรย์อนามัยระงับกลิ่นเท้าและรองเท้า (Deo Step)

ดีโอ สเต๊ป สเปรย์ระงับกลิ่นเท้าและรองเท้าสูตรสารสกัดจากธรรมชาติอาทิ ตะไคร้หอม, ใบของต้นมะนาว, น้ำมันจันทร์ไม่ทำให้ผิวหนังหยาบกร้านหรือเกิดอาการแพ้ระงับกลิ่นอับชื้นได้ทั้งเท้าและรองเท้านาน8-12 ชั่วโมง มีบรรจุภัณฑ์ทันสมัยใช้ง่าย

ขนาด 60 ml ราคาปลีก 58 บาท

7.สเปรย์ระงับกลิ่นเท้าและรองเท้า กลิ่นชาเขียว (Deo Step Green Tea)

ดีโอ สเต๊ป กลิ่นชาเขียว สเปรย์ระงับกลิ่นเท้าและรองเท้าสูตรสารสกัดจากธรรมชาติอาทิ ตะไคร้หอม, ใบของต้นมะนาว, น้ำมันจันทน์, กลิ่นชาเขียว ไม่ทำให้ผิวหนังหยาบกร้านหรือเกิดอาการแพ้ระงับกลิ่นอับชื้นได้ทั้งเท้าและรองเท้านาน8-12 ชั่วโมง มีบรรจุภัณฑ์ทันสมัยใช้ง่าย ขนาด 60 ml ราคาปลีก 65 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8.ผ้าเช็ดรองเท้า

<u>ผ้าเช็ดรองเท้าคลีนชูส์</u> ผลิตจากเนื้อผ้า Cotton ให้ความอ่อนนุ่มมีความหนาและขนาดที่เหมาะสม กระชับมือ ใช้สำหรับความความสะอาดหนังรองเท้า

ราคา 13 บาท

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คู่แข่งทางการตลาด

ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มตลาดใหญ่ๆ คือ

1. กลุมตลาดระดับบน
2. กลุ่มตลาดระดับกลาง

ในที่นี้จะใช้เกณฑ์ในการแบ่งโดยใช้ราคาและสถานที่ในการจัดจำหน่ายเป็นตัวแบ่งแยกส่วนของตลาดว่าอยู่ระดับใด

1.กลุ่มตลาดระดับบน ได้แก่ สินค้ายี่ห้อ

-GRISON

-ECCO

- COLLONIL

- POUNCH

-MELTONIAN

กลุ่มสินค้าระดับบนนี้ เป็นกลุ่มสินค้าที่จะมีการจัดจำหน่ายสินค้าตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วไป จัดจำหน่ายอยู่ในบริเวณจุดขายสินค้าประเภทเครื่องหนังและรองเท้าของห้าง โดยกลุ่มสินค้าประเภทนี้จะมีราคาที่ค่อนข้างสูงกว่าสินค้าระดับกลาง แต่ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลรองเท้าและเครื่องหนังนั้น จะมีพนักงานของทางห้างสรรพสินค้ามาคอยแนะนำในตัวผลิตภัณฑ์ว่าควรใช้ผลิตภัณฑ์ตัวใด จึงทำให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจในการเลือกซื้อได้ดี

1.กลุ่มตลาดระดับกลาง ได้แก่ สินค้ายี่ห้อ

-กีวี

-คลีนซูส์

ในกลุ่มสินค้าระดับกลางนี้จะเป็นกลุ่มที่ผู้บริโภคสามารถหาซื้อได้ง่ายมีการจัดจำหน่ายสินค้าตามซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไป ราคาจะไม่สูงเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าระดับบนแล้ว การตัดสินใจของผู้บริโภคในการซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลรองเท้าและเครื่องหนังนี้จะทำการตัดสินใจเอง ไม่มีพนักงานมาคอยแนะนำในตัวสินค้าว่าควรเลือกตัวใด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง

ตลาดระดับบน

1. **กรีสัน** (Grison)

ภาพแสดงสินค้าของคู่แข่งทางการตลาด

กรีสัน เป็นผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศ ที่ได้รับความเชื่อถือในด้านคุณภาพ มีผลิตภัณฑ์สำหรับทำความสะอาดและดูแลเครื่องหนังให้เลือกใช้หลากหลายแบบ และสามารถทำความสะอาดได้ทุกเครื่องหนัง ระดับราคาอยู่ในระดับที่ 170-320 มีภาพลักษณ์ที่ดูมีความน่าเชื่อถือ แต่ภาพลักษณ์ไม่ทันสมัย

กลุ่มเป้าหมาย

เพศชาย – หญิง ฐานะดี ระดับBถึงB+ส่วนใหญ่เป็นวัยกลางคน

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลายชนิด สามารถทำความสะอาดหนังได้ทุกประเภท 2.มีภาพลักษณ์ที่ดูน่าเชื่อถือ 3.สินค้ามีการติดสติ๊กเกอร์ภาษาไทยไว้ด้านหลัง เพื่อให้ผู้บริโภคไม่สับสนในตัวสินค้า 4.สินค้าทุกตัวมีการปกป้องสินค้าโดยติดสติ๊กเกอร์ ระหว่างฝาและตัวบรรจุภัณฑ์ก่อนการจำหน่าย	1.ไม่มีเอกลักษณ์ร่วม ทั้งด้านบรรจุภัณฑ์ และกราฟฟิก 2.ระดับราคาค่อนข้างสูง 3. การใช้งาน จะต้องมีหลากหลายขั้นตอน 4.วิธีการใช้งานผลิตภัณฑ์ ไม่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์คู่แข่งในท้องตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.เอคโค่ (ECCO)

ภาพแสดงสินค้าของคู่แข่งทางการตลาด

เป็นผลิตภัณฑ์สินค้านำเข้ามาจากต่างประเทศ ภาพลักษณ์มีความเป็นสากล ทันสมัย และมีความเป็นเอกลักษณ์ร่วมที่ดี มีราคาอยู่ในระดับสูง 125-380 บาท

กลุ่มเป้าหมาย เป็นชาย-หญิงฐานะดี ระดับBถึงB+ ส่วนใหญ่วัยรุ่น ถึง วัยทำงาน

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1. ผลิตภัณฑ์มีหลากหลายชนิดให้เลือก 2.บรรจุภัณฑ์มีเอกลักษณ์ร่วม โดยใช้สีบรรจุภัณฑ์เป็นสีดำ และใช้ตัวหนังสือเป็นสีขาว 3. ภาพลักษณ์ดูทันสมัยสดุดตา	1. ราคาค่อนข้างสูง 2. มีการจัดจำหน่ายเฉพาะบ้างห้างที่เป็นห้างสินค้าระดับสูง 3. ไม่มีการปกป้องสินค้าก่อนจัดจำหน่าย เช่น ติดสติ๊กเกอร์ เพื่อกันการเปิดก่อนถึงมือผู้บริโภค 4.วิธีการใช้งานผลิตภัณฑ์ ไม่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์คู่แข่งในท้องตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.พั้น (PUNCH)

ภาพแสดงสินค้าของคู่แข่งทางการตลาด

เป็นสินค้าจากประเทศฝรั่งเศส บรรจุภัณฑ์มีความชัดเจนในเรื่องของความเป็นเอกลักษณ์ร่วม มีภาพลักษณ์ที่ดูสะอาด หรูหรา ทันสมัย ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายให้เลือกใช้สำหรับทำความสะอาดหนังได้หลากหลายชนิด

กลุ่มเป้าหมาย เป็นชาย-หญิงฐานะดี ระดับBถึงB+ ส่วนใหญ่วัยรุ่น ถึง วัยทำงาน

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.ผลิตภัณฑ์สินค้ามีภาพลักษณ์ที่ดี น่าเชื่อถือ 2.ตัวผลิตภัณฑ์มีหลากหลายรูปแบบให้เลือก	1.ราคาค่อนข้างสูง 2.มีวางจัดจำหน่ายที่ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ ไม่กี่แห่ง 3.เป็นผลิตภัณฑ์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ แต่ไม่มีฉลากภาษาไทยปิดที่ตัวบรรจุภัณฑ์ ทำให้ผู้บริโภคสับสนในการเลือกซื้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.เมโลเนียน (MELTONIAN)

MELTONIAN

ภาพแสดงสินค้าของคู่แข่งทางการตลาด

เป็นสินค้าจากประเทศฝรั่งเศส มีสินค้าหลากหลายชนิดสินค้า บรรจุภัณฑ์มีภาพลักษณ์ที่ดูมีราคาไม่สูง มีวิธีการใช้งานที่ตามสมัย ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายให้เลือกใช้สำหรับทำความสะอาดหนังได้หลากหลายชนิด

กลุ่มเป้าหมาย เป็นชาย-หญิงฐานะดี ระดับBถึงB+ ส่วนใหญ่วัยรุ่น ถึง วัยทำงาน

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.สินค้าที่วางจัดจำหน่ายมีหลากหลายชนิด 2.มีการป้องกันการเปิดก่อนจำหน่าย 3.มีสติ๊กเกอร์ภาษาไทยติดอยู่เพื่อให้ผู้บริโภคได้ทราบว่าผลิตภัณฑ์ใช้งานอะไร	1.กระป๋องสเปรย์มีขนาดใหญ่ ไม่ถนัดในการใช้ 2.ภาพลักษณ์ไม่เป็นที่น่าจดจำ 3.ไม่มีความเป็นเอกลักษณ์ร่วม 4. มีปริมาณของตัวผลิตภัณฑ์มากเกินกว่าอายุการ ใช้งานและเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ยี่ห้อ	การกำหนดบุคลิกภาพ	การกำหนดจุดขาย	ระดับผู้บริโภค	ระดับราคา	ช่องทางการจัดจำหน่าย
PUNCH	-ผลิตภัณฑ์สินค้ามีภาพลักษณ์ที่ดีน่าเชื่อถือ -มีหลากหลายรูปแบบให้เลือก -เป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ -บรรจุภัณฑ์ภาพลักษณ์ดูสะอาด	- ดูสะอาด -ความสง่างามของบรรจุภัณฑ์ -เน้นความเป็นสากล	-ระดับสูง -ชาย/หญิง	170-410	-แผนกรองเท้าและเครื่องหนังในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ
MELTONIAN	-สินค้าจากประเทศฝรั่งเศส -มีหลากหลายรูปแบบให้เลือก	-มีสินค้าหลากหลาย -ราคาสินค้า -เน้นที่คุณภาพ	-ระดับสูง -ชาย/หญิง	150-450	-แผนกรองเท้าและเครื่องหนังในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตลาดระดับกลาง

1.กีวี (KIWI)

ภาพแสดงสินค้าของคู่แข่งทางการตลาด

กีวี เป็นตราสินค้าที่มีมานาน100ปี และกีวีได้อยู่คู่คนไทยมากว่า 60 ปี และเป็นผลิตภัณฑ์ขัดและดูแลรักษารองเท้าอันดับหนึ่งของประเทศเสมอมา มีส่วนแบ่งตลาดกว่า 80% เป็นที่รู้จักกว่า 99% ของผู้บริโภค ตราสินค้ามีความน่าเชื่อถือ มีสินค้าหลากหลายให้เลือก

กลุ่มเป้าหมาย

เพศชาย หญิง ระดับ C+ จะเป็นนักเรียน ทหาร วัยทำงานทั่วไปที่มีความเชื่อถือและใช้แบรนด์นี้มานาน

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.เป็นยี่ห้อเก่าแก่ เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคมาก 2.หาซื้อได้ทั่วไปตามห้างสรรพสินค้า และร้านค้าทั่วไป 3.สินค้ามีหลากหลายให้เลือก และมีหลายสี (ดำ น้ำตาล ขาว ใส)	1.ผลิตภัณฑ์จำกัดสำหรับรองเท้าประเภทหนังเรียบ และผ้าใบเท่านั้น 2.คำอธิบายคุณสมบัติผลิตภัณฑ์บางประเภทไม่สามารถชี้ให้ผู้บริโภคเห็นความแตกต่างในการใช้งานของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทได้ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสนในการเลือกซื้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวคิดทางการตลาด

แนวคิดทางการตลาดเพื่อช่วยส่งเสริมการขาย โดยใช้การวางแผนส่วนผสมทางการตลาดทั้ง 4 ข้อ (4p)

1. **ด้านผลิตภัณฑ์** (PRODUCT)

เนื่องจากการใช้งานของตัวผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดนั้นมีความแตกต่างกัน และผู้บริโภคก็มีความต้องการที่ต่างกันไปในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นผลิตภัณฑ์แต่ละตัวอาจจำเป็นต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงเพื่อให้มีความเหมาะสมกับความต้องการการใช้งาน และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย เช่น

- ปรับปริมาตรและขนาดในการบรรจุ เพื่อให้มีความเหมาะสมกับการใช้งานในแต่ละตัวผลิตภัณฑ์
- เพิ่มสารเคมีบางชนิดลงไป เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้กับตัวผลิตภัณฑ์ เช่นสารสารที่ช่วยทำให้หนังมีความนุ่มขึ้นเนื่องจากหนังแต่ละชนิดก็มีความต้องการการดูแลที่ต่างกัน หรือสารที่ช่วยทำให้น้ำยาแห้งเร็วเพื่อใช้ในตัวผลิตภัณฑ์ที่ต้องการความรวดเร็วในการใช้งาน หรือใส่สารเพิ่มความหอม เพื่อช่วยให้เครื่องหนังดูน่าใช้ยิ่งขึ้น

2. **ด้านราคาผลิตภัณฑ์** (PRICE)

ในการวางแผนเรื่องราคาสินค้าเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างหนึ่งซึ่งต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคในโครงการเป็นหลัก โดยที่โครงการนี้จะเน้นไปที่กลุ่มที่อยู่ในฐานะรายได้ปานกลางขึ้นไป และมีรายได้ประมาณ 15,000 บาท/เดือน และการที่ตั้งราคาให้มีความเหมาะสมนั้นก็จะทำให้ผู้บริโภคสินค้านั้นๆมีการตัดสินใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น และการตั้งราคาของสินค้านั้นก็จะเป็นสิ่งที่ช่วยกำหนดภาพลักษณ์ของสินค้าให้มีความต่างกันออกไปด้วย เช่นถ้าตั้งราคาที่ต่ำเกินไป ผู้บริโภคอาจคิดได้ว่าตัวผลิตภัณฑ์ภายในนั้นอาจมีคุณภาพไม่ดี เนื่องจากมีราคาที่ถูกมาก เป็นต้น และอย่างไรก็ตามเกณฑ์ของการกำหนดราคาสินค้าก็จำเป็นที่จะต้องมีการศึกษาในลำดับขั้นตอนต่างๆ เช่น ต้นทุนในการผลิต ราคาสินค้าแต่ละตัวของคู่แข่งขัน กำลังในการจับจ่ายใช้สอยของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. **ด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย** (PLACE)

เมื่อทำการศึกษากลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคแล้วนั้นก็จะได้ทราบถึงพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายว่าสถานที่ที่กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคในโครงการนั้นส่วนใหญ่จะมีการใช้บริการซื้อสินค้าต่างๆที่สร้างความสะดวกให้กับผู้บริโภค นั่นคือซูเปอร์มาร์เก็ตในห้างสรรพสินค้าทั่วไป และ department store เนื่องจากจะสามารถหาซื้อสินค้าได้ง่าย และสะดวก

4. **ด้านการประชาสัมพันธ์** (PROMOTION)

เนื่องจากการวางขายผลิตภัณฑ์นั้นจะวางขายบนชั้นวางสินค้าตามซูเปอร์มาร์เก็ต ในห้างสรรพสินค้า ดังนั้นลักษณะของการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์นั้นจึงต้องสามารถขายได้ด้วยตัวผลิตภัณฑ์เองโดยที่ไม่ต้องมีพนักงานขาย และการที่ตัวผลิตภัณฑ์จะสามารถขายได้ด้วยตัวผลิตภัณฑ์เองนั้น โดยการให้บรรจุภัณฑ์เป็นตัวช่วยในหารขายสินค้าภายใน โดยที่บรรจุภัณฑ์จะต้องดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคที่เข้ามาซื้อ มีความน่าเชื่อถือในตัวผลิตภัณฑ์ บ่งบอกคุณประโยชน์ต่างๆให้ผู้บริโภคได้รับรู้และต้องเข้าใจถึงการใช้งานที่ง่าย และไม่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสนในตัวผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของหนัง

หนังโดยทั่วไปจะสามารถแบ่งได้เป็น 2 ชนิดคือ

1.หนังแท้

2.หนังเทียม

หนังแท้เป็นหนังที่ได้จากสัตว์ มีด้วยกันหลายประเภท ขึ้นอยู่กับกระบวนการผลิตของหนัง และสามารถแบ่งตามประเภทได้ดังนี้คือ

1.หนังแท้

1.1 **หนังเรียบ** (Full Grain Leather)

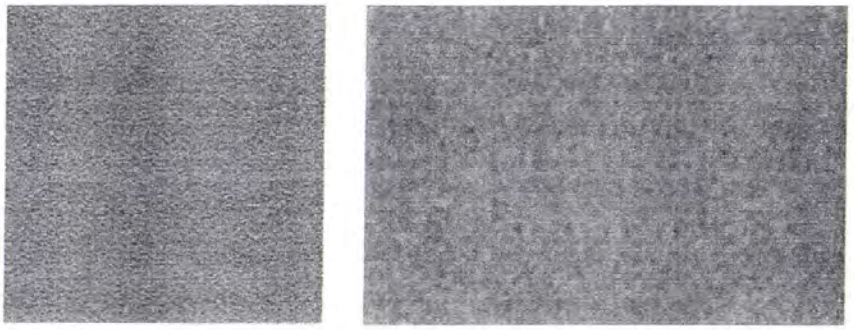
เป็นหนังแท้ทำจากหนังวัวส่วนบริเวณคอและท้อง และเป็นส่วนบนสุด ที่ผ่านขั้นตอนการผลิต มีการนำชิ้นส่วนด้านในของแผ่นหนังออก แล้วตัดเป็นแผ่นๆ หนา หรือ บาง ขึ้นอยู่กับการนำไปใช้งาน ซึ่งจะมีลักษณะเป็นชั้นๆ คล้ายกับชั้นของกระดาษแข็ง มีคุณสมบัติ น้ำหนักเบาและยังสามารถระบายอากาศได้ดีด้วย

รูปที่1.1 ภาพแสดงลักษณะของหนังประเภทหนังเรียบ

1.2 **หนังนูบัค** (Nubuck Leather)

หนังนูบัค คือ หนังวัวส่วนที่มาจากบริเวณสะโพกของวัวที่ผ่านกรรมการขัดเพื่อให้หนังมีความนุ่มขึ้น ซึ่งโดยปกติหนังชนิดนี้จะหนาและแข็งกว่า Split Grain Leather ดังนั้นโรงฟอกหนังจึงต้องนำไปผ่านกรรมวิธีต่างๆก่อนเพื่อให้ได้หนังที่นุ่มน่าใช้ ก่อนที่จะนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องหนังต่างๆ ซึ่งหนังที่ผ่านกรรมวิธีเหล่านี้เราจะเรียกโดยทั่วไปว่าหนังนูบัค (Nubuck Leather) และมีความทนทานในการใช้งานมากกว่า Split Grain Leather แต่จะเกิดรอยถลอกและรอยขูดขีดได้ง่าย อีกทั้งคุณสมบัติในการกันน้ำก็น้อยลงด้วยเช่นกัน หนังประเภทนี้ไม่เหมาะที่จะนำมาทำรองเท้าที่ต้องการความสมบุกสมบันในการใช้งาน แต่จะเหมาะกับรองเท้าวิ่ง และรองเท้าออกกำลังกายทั่วไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 1.2 ภาพแสดงลักษณะของหนังประเภทหนังหนังนูบัค

1.3 **หนังกลับ** (Suede Leather)

หนังกลับคือชั้นของหนังชั้นรองลงมาจากชั้นของหนังเรียบกับหนังนูบัค ซึ่งหนังกลับนี้จะต้องผ่านกระบวนการขัดหนังให้มีความนุ่ม เป็นขน เนื่องจากหนังที่นำมาทำหนังกลับนี้จะมีรอยขีดข่วนอยู่มาก จึงต้องมีการขัดให้เกิดขนขึ้นฟู หนังหลับนี้จะมีความทนทานน้อยที่สุด และน้อยกว่าหนังนูบัคด้วย ซึ่งไม่เหมาะกับการนำมาใช้งานที่สมบุกสมบัน

รูปที่ 1.3 ภาพแสดงลักษณะของหนังประเภทหนังกลับ

1.4 **หนังแก้ว**

หนังแก้ว คือหนังแท้หนังเรียบที่มีการผ่านกระบวนการเคลือบสารเพื่อให้มีความมันวาวอีกชั้นหนึ่ง จะมีผิวที่แข็งกว่าหนังเรียบเล็กน้อย

รูปที่ 1.4 ภาพแสดงลักษณะของหนังประเภทหนังแก้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.หนังเทียม(หนังวิทยาศาสตร์) (Synthetic)

หนังเทียมนั้นมีมากมายหลากหลายชนิด และคุณภาพก็จะแตกต่างกันไปตามราคาและคุณลักษณะเฉพาะของหนังเทียมนั้นๆ หนังเทียมที่ลักษณะเบา จะเหมาะสำหรับใช้ทำรองเท้าวิ่ง และรองเท้ากีฬาประเภทต่างๆปกติแล้ว หนังเทียม จะมีทั้งผลิตในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ อาทิ เช่น เกาหลี ไต้หวัน หรือ จีน

รูปที่1.5 ภาพแสดงลักษณะของหนังประเภทหนังเทียม

ข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องหนัง

ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ทำจากหนังชนิดต่างๆ

แบ่งประเภทออกเป็น 2 กลุ่มคือ

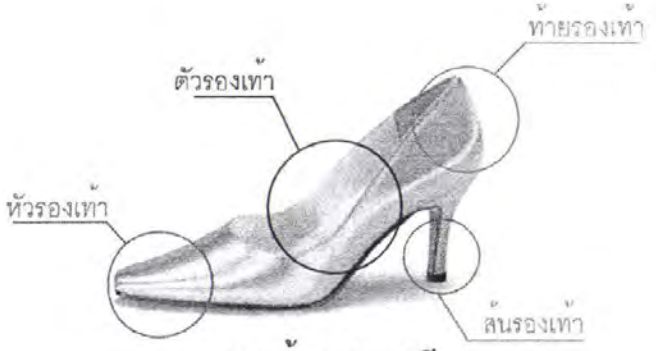
1. กลุ่มรองเท้า
2. กลุ่มเครื่องหนังทั่วไป

เหตุผลในการแบ่งเป็น 2 กลุ่มนี้เนื่องมาจากรองเท้านั้นเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีการใช้งานแล้วเกิดการเลอะเทอะมากกว่าเครื่องหนังทั่วไปและลักษณะของการขัดก็จะแตกต่างกันไป ดังนั้นจึงต้องจึงต้องแยกประเภทของการทำความสะอาดไว้ให้ผู้บริโภคได้มีทางเลือกเพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นทางเลือกใหม่ในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง

1. กลุ่มรองเท้า

รองเท้าในปัจจุบันนั้นไม่ว่าจะเป็นของสุภาพบุรุษ หรือสุภาพสตรีนั้น มีรองเท้ามากมายหลากหลายรูปแบบให้เลือกซื้อ และหลากหลายวัสดุที่นำมาใช้ผลิตรองเท้าไม่ว่าจะเป็นรองเท้าหนังเรียบ หนังกลับ หนังแก้ว และยังมีแบบที่มีหลากหลายวัสดุในคู่เดียวกัน ดังนั้นในการดูแลรักษารองเท้าในแต่ละคู่นั้นย่อมมีการทำความสะอาดที่แตกต่างกันออกไปตามลักษณะรองเท้าและประเภทของหนังแต่ละคู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รองเท้าสุภาพสตรี

รองเท้าสุภาพบุรุษ

แผนภาพแสดงส่วนต่างๆของรองเท้า

ตารางแสดงความแตกต่างในการทำความสะอาดรองเท้า

ชนิดของหนัง	ขนาด พื้นที่ในการทำความสะอาด	ความยากในการเข้าถึง
หนังเรียบ	พื้นที่มาก	ลักษณะไม่เรียบ
หนังกลับ	พื้นที่น้อย มีลักษณะเป็นเส้น	สายไขว้กัน
หนังนูบัค	ส้นเตี้ย	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หนังแก้ว	ส้นสูง แหลม
หนังสัตว์ต่างๆ	
รูปแบบที่มีหลายสี ในคู่เดียวกัน	
รูปแบบหนังสาน	

จากตารางและภาพข้างต้นทำให้ทราบถึงความแตกต่าง ความยากง่ายในการทำความสะอาดรองเท้า

2. **กลุ่มเครื่องหนัง**

เครื่องหนังในที่นี้หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากหนังประเภทต่างๆ เช่นกระเป๋า เข็มขัด หมวก เสื้อผ้า ฯลฯ

เครื่องหนังประเภทต่างๆ เช่น กระเป๋าเอกสาร กระเป๋าสตางค์ กระเป๋าสุภาพสตรี เข็มขัด สายนาฬิกา ฯลฯ เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะของผลิตภัณฑ์

การแยกประเภทของผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง สามารถแยกออกได้เป็น 3 ประเภทดังนี้

กลุ่มของแข็ง

มีลักษณะเป็นก้อนบรรจุอยู่ในกล่องกระดาษ

ลักษณะการใช้งาน คือนำไปขัดถูกับหนังกลับและหนังนูบัคที่มีความสกปรกให้หมดไป

ภาพแสดงลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่เป็นของแข็ง

กลุ่มของหนืด

มีลักษณะเป็นของเหลวข้นมีทั้งใสและขุ่น บรรจุภัณฑ์ที่ใช้จะมีทั้งที่เป็นกระปุกแก้ว กระปุกพลาสติก และกระป๋องโลหะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพแสดงลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่เป็นของหนัด

กลุ่มของเหลว

มีลักษณะเป็นน้ำ และแบบที่อัดแก๊ส (สเปรย์หรือโฟม) โดยบรรจุภัณฑ์ที่ใช้นั้นจะมีลักษณะที่เป็นขวดและเป็นกระป๋อง มีการทำความสะอาดที่ง่ายเนื่องจากเป็นของเหลวจึงเช็ดออกได้สะสวก โดยใช้ฉีดหรือพ่นให้ทั่วรองเท้าและเครื่องหนังต่างๆ

ภาพแสดงลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่เป็นของเหลว

ตารางแสดงลักษณะของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ

ผลิตภัณฑ์	ลักษณะทางกายภาพ	การไหลตัว	ระยะเวลาในการแห้งตัว	ลักษณะการใช้งาน
เจล	กึ่งเหลว	2	2	-ใช้คู่กับผ้าหรือฟองน้ำใช้เช็ดถู
โฟม	ของเหลว	3	3	-ใช้กับหนังกลับและหนังนูบัค -ฉีดพ่นลงบนพื้นที่ๆต้องการทำความสะอาด -ใช้คู่กับแปรงหนังกลับเพื่อทำความสะอาด
ครีม	กึ่งเหลว	2	2	-ใช้คู่กับฟองน้ำหรือผ้าเช็ดลงบนหนังเรียบ
ขี้ผึ้ง	กึ่งแข็ง	0	0	-ใช้ร่วมกับแปรงในการปาดเนื้อครีม -ใช้กับหนังเรียบ
ยางลบ	กึ่งแข็ง	0	-	-ใช้ทำความสะอาดหนังกลับและหนังนูบัค
สเปรย์	ของเหลว	4	4	-ใช้ทำความสะอาดหนังกลับและหนังนูบัค -ใช้ร่วมกับแปรงหนังกลับ
น้ำยา	ของเหลว	4	4	-ใช้คู่กับฟองน้ำหรือผ้าเช็ดลงบนหนังเรียบ

หมายเหตุ	4 = ดีมาก	3 = ดี	2 = ปานกลาง	1 = ไม่ดี	0 = ไม่มีการไหลตัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การแยกประเภทของผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาเครื่องหนัง

สามารถแยกประเภทของผลิตภัณฑ์เป็น 4 ประเภท ได้ดังนี้

1.ผลิตภัณฑ์สำหรับทำความสะอาด

ผลิตภัณฑ์สำหรับทำความสะอาด – หมายถึงสิ่งที่ช่วยทำความสะอาด และขจัดสิ่งสกปรกต่างๆ ออก ซึ่งเป็นขั้นตอนแรกของการดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง

สามารถแบ่งประเภทตามลักษณะทางกายภาพ ได้ดังนี้

1.1 ***กลุ่มของเหลว*** – มีลักษณะที่เป็นแบบน้ำ และแบบที่อัดแก๊ส(สเปรย์ หรือ โฟม) โดยบรรจุภัณฑ์ที่ใช้นั้นจะมีลักษณะที่เป็นขวด และเป็นกระป๋อง มีการทำความสะอาดที่ง่าย เนื่องจากเป็นของเหลวจึงเช็ดออกได้สะดวก ใช้โดยฉีด หรือ พ่น ให้ทั่วรองเท้าและเครื่องหนังต่างๆ

1.2 ***กลุ่มของหนืด*** – มีลักษณะที่เป็นของเหลวข้น มีทั้งใสและขุ่น ซึ่งบรรจุภัณฑ์ที่ใช้จะมีทั้งที่เป็นขวดแก้ว และพลาสติก

1.2 ***กลุ่มของแข็ง*** – มีลักษณะเป็นก้อน บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในปัจจุบันนั้นจะเป็นกล่องกระดาษ ลักษณะการใช้งานคือนำไปขัดถูกับหนังกลับและนูบัคที่มีความสกปรกให้หมดไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.ผลิตภัณฑ์สำหรับขัดเคลือบเงา/เพิ่มสี

ผลิตภัณฑ์สำหรับขัดเคลือบเงา/เพิ่มสีหนัง - หมายถึงผลิตภัณฑ์ที่ช่วยเพิ่มความเงางามของเครื่องหนังต่างๆ เพื่อทำให้ดูเงางามและใหม่ขึ้น โดยทั่วไปจะมีทั้งที่เป็นสีใส และสีต่างๆ เพื่อเลือกใช้ให้ตรงกับความต้องการ

*2.1 **กลุ่มของเหลว*** - มีลักษณะที่เป็นแบบน้ำ และแบบที่อัดแก๊ส(สเปรย์) โดยบรรจุภัณฑ์ที่ใช้นั้นจะมีลักษณะที่เป็นขวดพลาสติก และเป็นกระป๋อง มีการใช้งานคือ ถ้าเป็นขวดพลาสติกจะเป็นลักษณะมีหัวฟองน้ำไว้สำหรับทาได้เลยเพียงคว่ำขวดลงแล้วใช้หัวฟองน้ำป้ายไปให้ทั่ว ถ้าเป็นประป๋องสเปรย์จะมีการใช้งานโดยเขย่ากระป๋องแล้วฉีดพ่นให้ทั่วรองเท้าและเครื่องหนัง ซึ่งในปัจจุบันจะมีหลาก หลายสีให้เลือก

*2.2 **กลุ่มเนื้อครีม*** – ลักษณะการใช้งานที่ต้องใช้ฟองน้ำป้ายเนื้อครีมแล้วทาบางๆให้ทั่วจะทำให้หนังเกิดความเงางาม บรรจุภัณฑ์จะมีทั้งที่เป็นกระปุกพลาสติกกระป๋องอลูมิเนียมและแบบกระปุกแก้ว

3.ผลิตภัณฑ์สำหรับบำรุงรักษา

ผลิตภัณฑ์สำหรับบำรุงรักษา – หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ช่วยดูแลรักษาหนังให้คงสภาพโดยช่วยให้หนังมีอายุการใช้งานยาวนานขึ้น และช่วยให้ทนต่อการขูดขีดต่างๆ

*3.1 **กลุ่มของเหลว*** – การใช้งานจะใช้ฟองน้ำป้ายน้ำยาแล้วทาให้ทั่ว แล้วเช็ดอีกครั้งเพื่อความเงางาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 ***กลุ่มเนื้อครีม*** – ลักษณะการใช้งานที่ต้องใช้ฟองน้ำป้ายเนื้อครีมแล้วทาบางๆให้ทั่ว

ข้อมูลผลิตภัณฑ์ประเภทอุปกรณ์

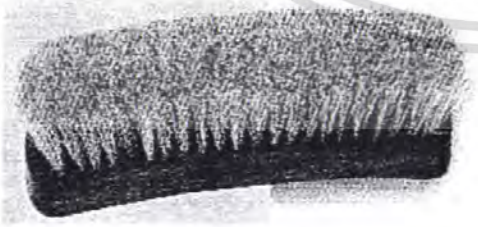
ผลิตภัณฑ์ประเภทอุปกรณ์มีดังนี้

1. **ผ้า** - สำหรับเช็ดฝุ่นละอองทำความสะอาด และใช้ขัดเงา

2. **ฟองน้ำ** - สำหรับทำความสะอาด และใช้ขัดเงา

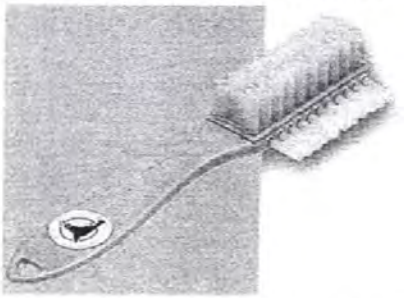
3. **แปรงทำความสะอาดรองเท้า**

3.1 แปรงขนม้า - สำหรับขัดเงาหนังแท้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 แปรงยาง - สำหรับทำความสะอาดหนังกลับและหนังนูบัค



3.3 แปรงไนล่อน – สำหรับทำความสะอาดหนังกลับและหนังนูบัค

4.หุ่นรักษารองเท้า

4.1 สำหรับรองเท้า(ชาย-หญิง)

4.2 สำหรับรองเท้าเปิดส้น(หญิง)

5. อื่นๆได้แก่

5.1 แผ่นป้องกันรองเท้ากัด

เอกสารนี้เ[illegible]นเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2 หมอนรองส้นเท้า

5.3 แผ่นซับเหงื่อระงับความชื้นรองเท้า

5.4 ที่ซ้อนรองเท้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิเคราะห์และสรุปผลเกี่ยวกับการเลือกกลุ่มเป้าหมายให้กับทางบริษัท

สรุปข้อมูลจากแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้งานในด้านต่าง ๆของผู้บริโภค ดังนั้นข้อมูลที่ได้นี้จะนำมาใช้เพื่อเป็นปัจจัยในการออกแบบ

โดยทำแบบสอบถามจำนวน 200 ฉบับ และแบ่งกลุ่มเป้าหมายออกเป็น 4 กลุ่มดังนี้คือ

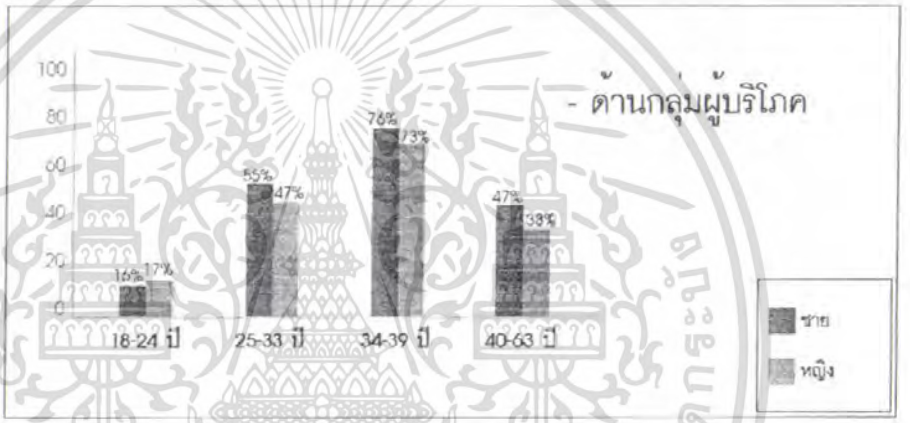
กลุ่มที่ 1 อายุ18-24 ปี จำนวนแบบสอบถาม 50 ฉบับ

กลุ่มที่ 2 อายุ25-33 ปี จำนวนแบบสอบถาม 50 ฉบับ

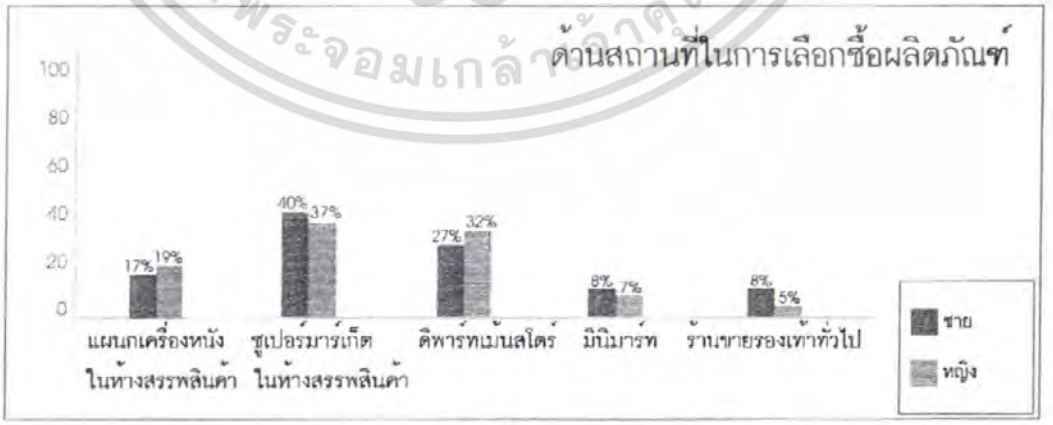
กลุ่มที่ 3 อายุ34-39 ปี จำนวนแบบสอบถาม 50 ฉบับ

กลุ่มที่ 4 อายุ40-63 ปี จำนวนแบบสอบถาม 50 ฉบับ

โดยนำผลสำรวจที่ได้ มาเปรียบเทียบด้วยอัตราส่วน 100 แล้วคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ได้ดังนี้



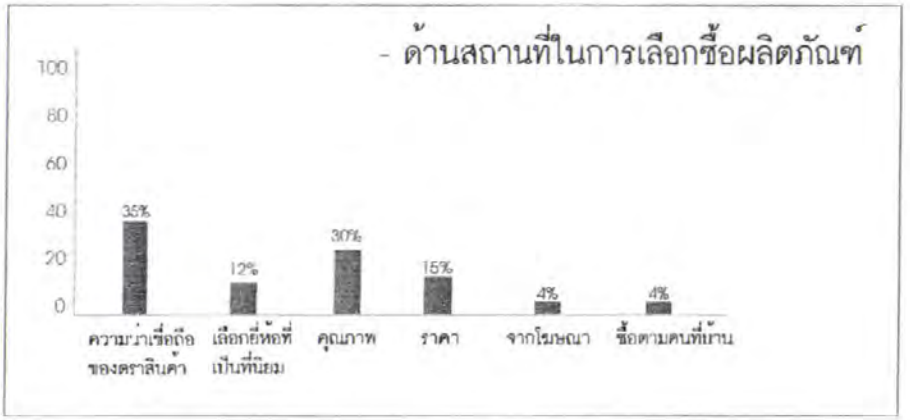
กลุ่มเป้าหมายที่มีการใช้งานในผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนังนั้นจะเลือก2อันดับแรกที่มีเปอร์เซนต์สูงสุดคือ กลุ่ม 25-33 ปีเป็นกลุ่มวัยที่เริ่มทำงานตอนต้น และกลุ่ม 34-39 ปี เป็นกลุ่มวัยทำงาน จึงเลือกกลุ่มนี้มาเป็นกลุ่มเป้าหมายในการทำโครงการ



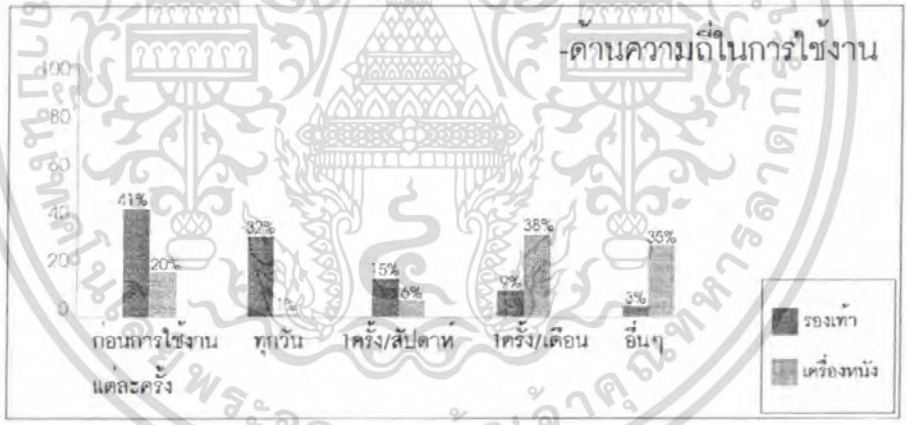
3อันดับแรกที่กลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ จะเลือกซื้อที่ที่ซูเปอร์มาร์เก็ต แผนกเครื่องหนัง และดิพาร์ทเม้นสโตร์ ซึ่งนำข้อมูลที่ได้ไปใช้

ในการออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีขนาดและความเหมาะสมต่างกับสถานที่ที่จะนำไปจัดจำหน่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

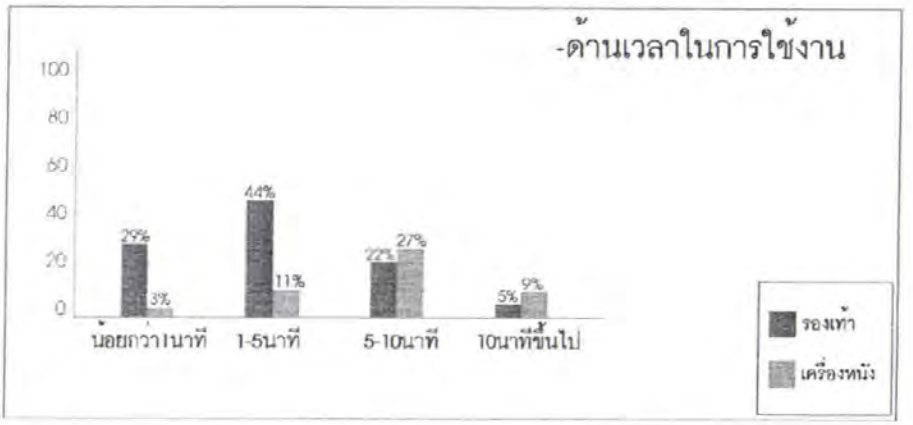


กลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่จะตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากความน่าเชื่อถือของสินค้าเป็นอันดับ 1 และดูที่คุณภาพ และราคารองรองมา ดังนั้นการที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์ดูมีความน่าเชื่อถือได้นั้น ตัวบรรจุภัณฑ์ก็มีส่วนที่ช่วยทำให้ดูน่าเชื่อถือ และผู้บริโภคก็จะสามารถตัดสินใจเลือกซื้อได้

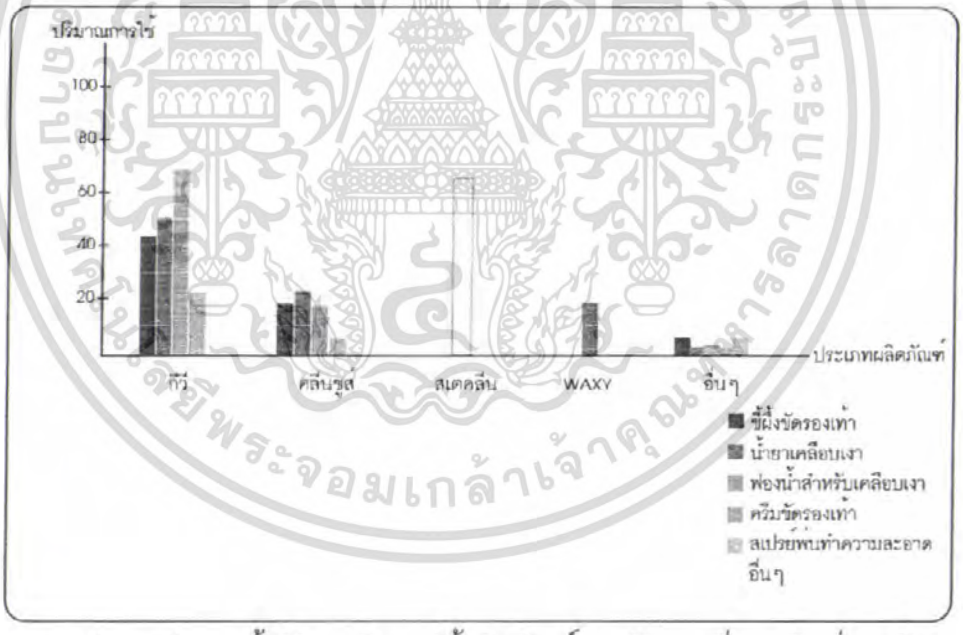


กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค ส่วนใหญ่มีความถี่ในการทำความสะอาดรองเท้าเฉพาะเวลาก่อนการใช้งานมากที่สุด เนื่องจากจะได้ไม่ต้องมาทำความสะอาดครั้งละหลายๆคู่ในเวลาเดียวกัน จะทำให้เสียเวลา จึงเลือกที่จะทำความสะอาดรองเท้าเฉพาะก่อนการใช้งาน และการทำความสะอาดเครื่องหนังทั่วไปนั้นจะมีความถี่ในการทำความสะอาดนานกว่าการทำความสะอาดรองเท้า คือ1ครั้ง/เดือน ซึ่งความถี่นี้จะมีผลในการออกแบบ เช่นเรื่องของปริมาตรในการบรรจุผลิตภัณฑ์ภายในที่เหมาะสม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การใช้เวลาในการทำความสะอาดรองเท้าในแต่ละครั้งนั้น ส่วนใหญ่อยู่ที่ 1-5 นาที และเวลาในการทำความสะอาดเครื่องหนังทั่วไปจะอยู่ที่ 5-10 นาทีขึ้นไป ซึ่งจะเห็นได้ว่าในการทำความสะอาดรองเท้าในแต่ละครั้งนั้นจะใช้เวลากับการดูแลทำความสะอาดน้อย แต่ในการทำความสะอาดเครื่องหนังทั่วไปจะใช้เวลามากกว่า ซึ่งจะสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางและหลักการในการออกแบบ ว่าจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในเรื่องของการอำนวยความสะดวกในการใช้งานกับเวลาที่ต้องใช้ได้



กราฟแสดงจำนวนผู้บริโภค กับการใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาเครื่องหนังแต่ละชนิด

จากกราฟแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่จะใช้ผลิตภัณฑ์ของแบนด์กีวีเป็นอันดับที่1 เนื่องมาจากเป็นยี่ห้อ มีมานานแล้ว ดูน่าเชื่อถือ และหาซื้อได้ง่าย ส่วนผลิตภัณฑ์ของกีวีที่มีปริมาณการใช้มากที่สุดจะเป็นน้ำยาเคลือบเงา รองลงมาคือขี้ผึ้งขัดรองเท้า และยี่ห้อที่ผู้บริโภคเลือกใช้รองลงมาคือคลีนชูส์ และผลิตภัณฑ์ของคลีนส์ชูส์ที่มีปริมาณการใช้มากที่สุดคือน้ำยาเคลือบเงา รองลงมาคือขี้ผึ้งขัดรองเท้า ด้วยเหตุผลของผู้บริโภคที่เลือกใช้คลีนชูส์เพราะว่ามีราคาที่ต่ำกว่า จึงเลือกใช้ ส่วนผลิตภัณฑ์ของยี่ห้ออื่นที่ผู้บริโภคเลือกใช้คือ 1. สเตคลีน(เป็นครีมที่ใช้เช็ดถูทำความสะอาดเครื่องหนังต่างๆ) 2.waxi (น้ำยาเช็ดเคลือบเงาหนังต่างๆ) และยี่ห้อ GRISON และ ECCO ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

Demographic

เพศ	กลุ่มเป้าหมายทั้งเพศชายและเพศหญิง
อายุ	34-39 ปี เป็นกลุ่มเป้าหมายรอง คือกลุ่มวัยทำงาน
	25-33 ปี เป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก คือกลุ่มวัยทำงานตอนต้น
อาชีพ	พนักงานบริษัท เจ้าของธุรกิจส่วนตัว นักธุรกิจ
รายได้	มีฐานะปานกลางขึ้นไป รายได้ประมาณ 15000 – 30000 บาท/เดือน
การศึกษา	ปริญญาตรี ขึ้นไป

Geographic

อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล หรือตามตัวเมืองใหญ่ๆทั่วประเทศ

Psychographic

- การดูแลเอาใจใส่ในการดูแลรักษารองเท้า และเครื่องหนังต่างๆอยู่เสมอ
- ตื่นตัวในการแสวงหาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆที่ช่วยอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้งาน
- เป็นคนที่ชอบค้นหาสิ่งใหม่ๆ ทำให้ชีวิตมีความเป็นอยู่สดวกสบาย
- เป็นคนรุ่นใหม่ ที่ต้องการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตนเอง เพื่อเป็นที่ยอมรับของสังคม และต้องการมีคุณภาพชีวิตที่ดี

Behaverior

- ใช้ชีวิตสังคมยุคใหม่ ทันสมัย
- ศูนย์การค้า คือสถานที่ในการจับจ่ายใช้สอยเลือกซื้อสินค้า
- รักความสะอาด มีความใส่ใจกับการดูแลเครื่องแต่งกายให้ดูดีอยู่เสมอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1 . พฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนังที่เป็นปัจจัยเกี่ยวข้องกันการออกแบบ

ครีมขัดเงา เพิ่มสีสำหรับหนังเรียบ/หนังออยด์

อุปกรณ์ที่ต้องใช้

ยางลบหนังกลับ

แปรงสำหรับปัด

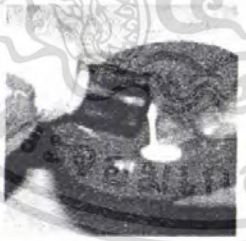
ลักษณะทางกายภาพ

ของเหลวหนืด

พฤติกรรมการใช้งาน และ ปัญหา

-ในบางครั้งการขัดเก็บทำให้ไม่เห็นระดับเงา

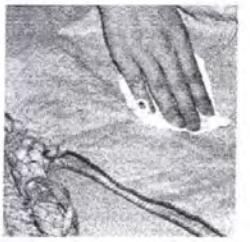
-กะปริมาณน้ำยาไม่ได้



1.เทครีมลงบนฟองน้ำ/ผ้า

2.ใช้ฟองน้ำด้านที่มีครีมเช็ดถูให้ทั่ว

1.เทครีมลงบนฟองน้ำ/ผ้า



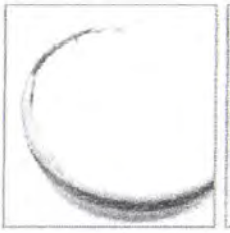
2.ใช้ผ้าด้านที่มีครีมเช็ดถูให้ทั่ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

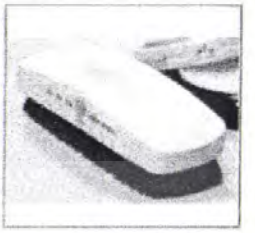
1. พฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนังที่เป็นปัจจัยเกี่ยวข้องกันการออกแบบ

ขี้ผึ้งทำความสะอาด

อุปกรณ์ที่ต้องใช้



ยางลบหนังกลับ



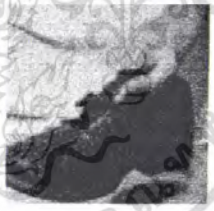
แปรงสำหรับปัด

ลักษณะทางกายภาพ

กึ่งแข็ง

พฤติกรรมการใช้งาน และ ปัญหา

● การทำความสะอาดรองเท้า



1. เทน้ำยาลงบนฟองน้ำ

2. น้ำฟองน้ำไปเช็ดถูเครื่องหนัง

→ (ถ้าเก็บไม่ดีฟองน้ำจะสกปรก)

→ (เลอะเทอะเปื้อนมือขณะใช้งาน)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. พฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนังที่เป็นปัจจัยเกี่ยวข้องกันการออกแบบ

น้ำยาทำความสะอาดหนังกลับ

อุปกรณ์ที่ต้องใช้

น้ำยา

แปรงสำหรับหนังปลับ

ลักษณะทางกายภาพ

ของเหลว

พฤติกรรมการใช้งาน และ ปัญหา

-ผู้บริโภคอาจไม่ทราบว่าต้องใช้อุปกรณ์2ชนิดนี้ร่วมกัน

1.หงายมือและสอดเข้าไปในรองเท้า

2. พ่นสเปรย์ลงบนรองเท้าและเครื่องหนัง

2.ใช้แปรงหนังกลับขัดให้ทั่วบริเวณ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. พฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนังที่เป็นปัจจัยเกี่ยวข้องกันการออกแบบ

ยางลบทำความสะอาดหนังกลับ

อุปกรณ์ที่ต้องใช้

ยางลบหนังกลับ

แปรงสำหรับปัด

ลักษณะทางกายภาพ

ถึงแข็ง

พฤติกรรมการใช้งาน และ ปัญหา

-ยางลบมีลักษณะแตกหักง่าย และกลองเป็นกระดาษทำให้ไม่สามารถเปลี่ยนยางลบได้นาน และเมื่อใช้ไป กลองจะพังก่อนการใช้ยางลบใหม่ๆ

- นำยางลบมาถูเบาๆตามทิศทางของขนตรงบริเวณที่ต้องการทำความสะอาด

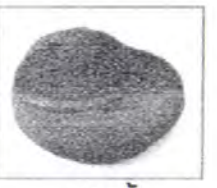
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. พฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนังที่เป็นปัจจัยเกี่ยวข้องกันการออกแบบ

ครีมทำความสะอาด

อุปกรณ์ที่ต้องใช้

ครีมทำความสะอาด



ฟองน้ำ

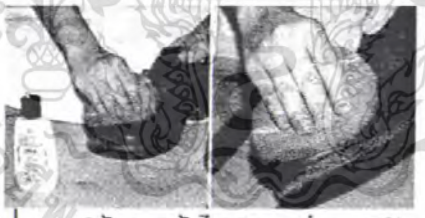
ลักษณะทางกายภาพ

ของเหลว

พฤติกรรมการใช้งาน และ ปัญหา

● การทำความสะอาดรองเท้า

1. เทน้ำยาลงบนฟองน้ำ



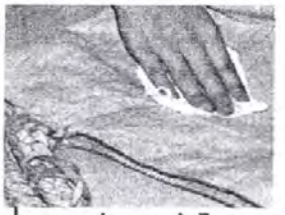
2. นำฟองน้ำไปเช็ดถูเครื่องหนัง

→ (ถ้าเก็บไม่ดีฟองน้ำจะสกปรก)

→ (เลอะเทอะเปื้อนมือขณะใช้งาน)

● การทำความเครื่องหนังทั่วไป

1. เทน้ำยาลงบนฟองน้ำ



2. นำฟองน้ำไปเช็ดถูเครื่องหนัง

→ (ถ้าเก็บไม่ดีฟองน้ำจะสกปรก)

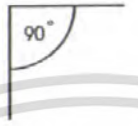
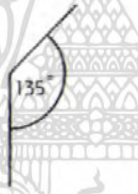
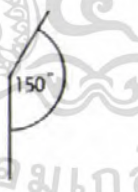
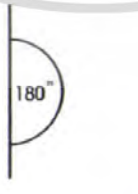
→ (เลอะเทอะเปื้อนมือขณะใช้งาน)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Ergonomic Test

ศึกษาองศาการจับถือในขณะใช้งานที่เหมาะสมของผลิตภัณฑ์

คะแนนความถนัด : 5=ถนัดมากที่สุด 4=ถนัดมาก 3=ถนัดปานกลาง 3=ถนัดน้อย 2=ถนัดที่สุด

	แบบจำจอง	องศาการใช้งาน		ลักษณะการจับ	
90°					1
120°					5
135°					4
150°					3
180°					2

ภาพที่ ตารางการศึกษาองศาการจับถือในขณะใช้งานที่เหมาะสมของผลิตภัณฑ์

สรุป จากการให้ผู้ใช้งานจำนาวน 5 คนได้ทำการจับถือแบบจำลองเพื่อทดสอบองศาการจับถือแล้วจะสรุปได้ว่า องศาการจับที่ถนัดที่สุดคือ 120° จึงนำข้อสรุปนี้ไปใช้ในการออกแบบต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อมูล และผลวิเคราะห์ด้านวัสดุ และกรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์

รูปแบบของบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์รูปแบบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบครั้งนี้

1.ขวด (Bottles)

ใช้บรรจุภัณฑ์ได้มากมายหลากหลาย ทิ้งในรูปแบบของเหลว ของเหลว กึ่งแข็ง และ ของแข็ง อาจใช้เป็นขวดแก้ว หรือขวดพลาสติก โดยมีมาตรฐานชนิดของแก้วและพลาสติกตามคุณสมบัติต่างๆกัน ขวดพลาสติกที่ใช้ในวงการบรรจุก็เป็นที่นิยมเช่นกัน ส่วนใหญ่ทำจาก Polyethylene เพราะมีราคา และคุณสมบัติที่เหมาะสม บางครั้งใช้ขวด PVD หรือ PET ก็ใช้ได้ และมีแนวโน้มจะนำมาใช้แทนขวดแก้วกันมากขึ้นเรื่อยๆ

2.หลอดบีบ (Tube)

เป็นรูปแบบภาชนะบรรจุภัณฑ์ที่ใช้เฉพาะดับสารกึ่งหนืด และเจลสามารถใช้บรรจุสารที่มีปริมาตรน้อยไปจนถึงปานกลาง นิยมใช้กันมากเพราะพกพาได้ง่าย และบีบใช้ได้สะดวก หลอดบีบที่ใช้กันทั่วไปในการบรรจุบรรจุภัณฑ์ แบ่งเป็น 2 จำพวกใหญ่ได้แก่

- หลอดลามิเนต (Laminate Tube) มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับหลอดโลหะ ประกอบด้วยชั้นของวัสดุ 7 ชั้น แผ่นลามิเนต หนาประมาณ 0.33 มม.ทำขึ้นโดยการประกบแบบอัดรีด (Extrusion lamination) ตัวหลอดมีแผ่นเปลวอะลูมิเนียมเป็นตัวสกัดกั้นความชื้นและออกซิเจน

- หลอดบีบอะลูมิเนียม (Aluminium Collapsible) หมายถึง ภาชนะบรรจุทรงกระบอกทำด้วยอะลูมิเนียมผ่านการอบอ่อน เมื่อบีบหลอดจะทำให้สิ่งที่บรรจุอยู่ภายในออกตามที่ต้องการและมีฝาที่ปิดได้สนิท แบ่งออกเป็น ประเภทไม่เคลือบผิวด้านในอะลูมิเนียมที่ใช้ทำหลอดควรมีความบริสุทธิ์ไม่น้อยกว่าร้อยละ 99.7

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางแสดงมิติและเกณฑ์ความคลาดเคลื่อนของหลอด (มอก. 636-5259 หลอดบีบอะลูมิเนียม)

เส้นผ่านศูนย์กลางภายนอกของหลอด (D)	เกณฑ์ความคลาดเคลื่อนของเส้นผ่านศูนย์กลางภายนอก	ความยาว (L)	เกณฑ์ความคลาดเคลื่อนของความยาว	ความหนาผนังหลอด (W)		ความหนาบ่าต่ำสุด (S)
				ต่ำสุด	สูงสุด	
12.5	+ 0.2 - 0.1	เป็นไปตามข้อตกลงระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย	±0.4	0.10	0.13	0.6
13.5				0.10	0.13	0.6
16.0				0.10	0.13	0.6
17.5				0.10	0.13	0.8
19.0				0.10	0.13	0.8
22.0				0.10	0.13	1.0
23.0				0.12	0.15	1.0
25.5				0.12	0.15	1.0
25.5				0.12	0.16	1.0
28.5				0.12	0.16	1.0
31.5				0.12	0.16	1.2
34.0				0.14	0.17	1.2
35.0				0.14	0.17	1.2
38.0				0.14	0.17	1.2

หมายเหตุ : 1. ขนาดปากหลอดให้เป็นไปตามข้อตกลงระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย

2. ในกรณีที่บ่าของหลอดไม่เรียบ ให้วัดความหนาบ่าตรงส่วนที่บางที่สุดของบ่า

- หลอดบีบพลาสติก ส่วนใหญ่แล้วนิยมใช้ LDPE ในการผลิต เพราะมีคุณสมบัติที่เหมาะสม สามารถคืนรูปทรงได้ภายหลังบีบ ทำให้ไม่สูญเสียความสวยงามและรูปทรงการเก็บรักษา แต่มีปัญหาเรื่องการดูดกลับของอากาศเข้าไปภายในหลอดบีบ ในปัจจุบันจึงการนำหลอดลามิเนตมาเคลือบ พลาสติกด้านนอก เช่นเดียวกับหลอดบรรจุยาสีฟัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. **บรรจุภัณฑ์อ่อนตัว** (Flexible Packing)

ในปัจจุบันบรรจุภัณฑ์อ่อนตัว มีการเจริญเติบโตอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งบรรจุภัณฑ์ที่ใช้กับอาหาร เนื่องจากอำนวยความสะดวกทั้งในขั้นตอนการจัดจำหน่ายและบริโภค เช่นการคุ้มครอง การเก็บรักษา อีกทั้งยังมีราคาที่ไม่สูง

วัสดุที่นิยมใช้มี ฟิล์มพลาสติก กระดาษ และอลูมิเนียมฟอยล์ ประกอบกันเป็นวัสดุที่สำคัญในการผลิตแบ่งตามลักษณะได้เป็น 2 ประเภทหลัก คือ

1. แผ่นและห่อ (Sheet and Wraps)

- Top seal film
- Shrink film
- Stretch film
- Air bubble
- Wrappers

2. ถุงและซอง (Bag and Pouches)

ถุงพับสำเร็จ (Preformed bags) โดยแบ่งย่อยได้อีก 2 ประเภทตามชนิดของวัสดุ

- ถุงพับสำเร็จชนิดผลิตด้วยกระดาษ มีใช้อยู่ทั่วไป กระดาษที่ใช้กันมาก ได้แก่ กระดาษคราฟท์ (Kraft papers) กระดาษซัลไฟท์ และกระดาษทนไข ปิดปากถุงด้วยการผูก ติดกาว ความร้อน เย็บจักร เป็นต้น
- ถุงพับสำเร็จชนิดผลิตด้วยพลาสติก วัสดุที่ใช้กันมากได้แก่
  - LDPE ราคาถูก สะดวกต่อการปิดปากถุงด้วยความร้อน
  - HDPE ราคาสูงกว่า ขุ่น ทนต่ออุณหภูมิได้สูงกว่า
  - PP แพงกว่า ดีกว่า ใสกว่า

ซอง (Pouches) เป็นการผลิตแบบ Form – Fill – Seal แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ

- Pouch sealed on four side ปิดผนึกทั้ง 4 ด้าน
- Horizontal form fill seal pouch (HFFS) หรือ Pillow pack
- Vertical form fill seal pouch (VFFS)

โดยมีรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

1) Center seal bag

2) Gusset bags

3) Flat pouches

4) Standing pouches

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. กล่อง (Boxes)

กล่องที่จะใช้ในโครงการนี้ เป็นหล่องกระดาษที่สามารถขนส่งได้เพื่อความสะดวก ประหยัดค่าขนส่ง และประหยัดวัสดุ มีลักษณะเบื้องต้นดังนี้

กล่องกระดาษแข็งพับได้ สามารถขึ้นรูปและจัดส่งเป็นแผ่นแบนราบ เมื่อถึงโรงงานบรรจุอาจนำไปทากาวพร้อมกับบรรจุสินค้า หรือตัวกล่องอาจทากาวตามขอบข้างกล่องให้เรียบร้อยเพื่อบรรจุและปิดฝาได้ทันที อาจแบ่งย่อยเป็นแบบท่อ (Tube) และแบบถาด (Tray)

1) แบบท่อ (Tube)

กระดาษแข็งที่ใช้ในการแปรรูปเป็นกล่องมีอยู่หลอกหลาย และมีคุณสมบัติต่างกันตามความหนาของกระดา ก็เป็นอีกสิ่งที่เราสามารถเลือกใช้ได้

น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ และความหนาของกระดาษแข็งที่เหมาะสม

น้ำหนักโดยประมาณ	ความหนาของกระดาษแข็ง
ไม่เกิน 200 กรัม	0.380 มม. – 0.450 มม.
231 – 450 กรัม	0.500 มม. – 0.600 มม.
451 – 900 กรัม	0.700 มม. – 0.800 มม.
มากกว่า 900 กรัม	0.900 ม. หรือพิจารณาใช้กระดาษลูกฟูกลอน E

2) แบบถาด (Tray)

กล่องประเภทนี้จะมีฐานด้านล่างรองรับผลิตภัณฑ์ เป็นด้านเต็มเรียบไม่มีรอย และมีด้านข้างของกล่อง 2 ด้านซึ่งเป็นความลึก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัสดุและกรรมวิธีการผลิตที่เกี่ยวข้อง

ภาชนะบรรจุจะทำได้จากวัสดุหลายชนิด ได้แก่ กระดาษ แก้ว พลาสติก และโลหะ ซึ่งวัสดุเหล่านี้จะมีคุณสมบัติแตกต่างกัน แต่ละชนิดก็มีทั้งข้อดี และข้อเสีย การจะเลือกใช้ให้เหมาะกับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดก็ควรจะต้องทราบถึงส่วนประกอบของวัสดุเหล่านี้และคุณสมบัติที่สำคัญบางประการเพื่อเป็นแนวทางขั้นต้นในการพิจารณาเลือกใช้ คุณสมบัติที่จะต้องพิจารณาได้แก่

- สามารถป้องกันผลิตภัณฑ์จากสิ่งแวดล้อม
- สามารถคุ้มครองจากปัจจัยที่ทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมสภาพ
- ไม่เกิดปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์ และไม่เป็นพิษ
- มีความเหมาะสมในราคาที่ไม่แพงเกินไป
- ผลิตได้ง่าย

1. พลาสติก

โพลิเอทิลีน (Polyethylene-PE)

PE นับเป็นพลาสติกที่นิยมใช้กันมากที่สุด และยังมีราคาถูก ทั้งนี้สืบเนื่องมาจาก PE มีจุดหลอมเหลวต่ำเมื่อเทียบกับพลาสติกอื่นๆ ทำให้มีต้นทุนในการผลิตต่ำ

PE แบ่งเป็น 3 ประเภท ตามความหนาแน่น คือ

1. โพลิเอทิลีนความหนาแน่นต่ำ (Low Density Polyethylene หรือ LDPE) ความหนาแน่น 0.910-0.925 กรัมต่อลูกบาศก์เซนติเมตร
2. โพลิเอทิลีนความหนาแน่นปานกลาง (Medium Density Polyethylene หรือ MDPE) ความหนาแน่น 0.926-0.940 กรัมต่อลูกบาศก์เซนติเมตร
3. โพลิเอทิลีนความหนาแน่นสูง (High Density Polyethylene หรือ HDPE) ความหนาแน่น 0.941-0.965 กรัมต่อลูกบาศก์เซนติเมตร

- LDPE เป็นพลาสติกที่ใช้กันแพร่หลาย มีชื่อสามัญว่า ถุงเย็น มักใช้ทำถุงฟิล์มหด และฟิล์มยืด ขวดน้ำดื่ม และฝาขวด เป็นต้น เนื่องจากสามารถยืดตัวได้ดี ทนต่อการทิ่มทะลุและการฉีดขาดพร้อมทั้งสามารถใช้ความร้อนในการเชื่อมติดปิดผนึกได้ดี สามารถป้องกันความชื้นได้พอสมควร ข้อเสียของ LDPE คือ ไขมันสามารถซึมผ่านได้ง่ายแต่จะทนต่อกรดและด่างทั่วๆไป นอกจากนี้ LDPE ยังมีคุณสมบัติในการดึงดูดฝุ่นละอองในอากาศ ทำให้มักมีฝุ่นละอองเกาะตามผิวของบรรจุภัณฑ์ที่ทำด้วย LDPE เมื่อตั้งทิ้งไว้นานๆ
- LLDPE นิยมใช้เป็นชั้นป้องกันความชื้นโดยมักใช้ในการเคลือบผิว PE ด้วยคุณสมบัติที่เหนือกว่า ทำให้ – LLDPE สามารถชิงตลาดของ LDPE มาครองได้ แต่ด้วยจุดอ่อนของ LLDPE ที่มีความขุ่นของเนื้อพลาสติกมากกว่า LDPE นั้น จึงนิยมผสมเม็ดพลาสติกทั้ง 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชนิดเข้าด้วยกันได้พลาสติกชนิดใหม่มีความหนาแน่นสูง นั่นก็คือ HDPE ซึ่งโดยมากจะใช้เป่าขวด เนื่องจากเป็นพลาสติกที่มีความเหนียวและสามารถทนต่อการซึมผ่านได้ดีกว่า แม้ PE แต่ละชนิด จะมีความหนาแน่น ในระดับต่างๆกัน แต่ก็ยังไม่สามารถป้องกันการซึมผ่านของก๊าซได้ดีเท่าที่ควร แต่จากการใช้ HDPE มาแทนที่ LDPE นั้น ทำให้สามารถลดน้ำหนักของขวดลงได้มากกว่า 40% เนื่องจากสามารถเป่าขวดที่มีผิวบางกว่าได้ นอกจากนี้ HDPE ยังสามารถใช้เป่าเป็นฟิล์ม หรือทำเป็นถาดที่ไม่ต้องการความใสมากนักอีกด้วย

คุณสมบัติของพอลิเอทิลีน

คุณสมบัติ	LDPE	HDPE	MDPE
ความหนาแน่น (กรัม/ลบ.ซม.	0.910 – 0.925	0.926 – 0.940	0.941 – 0.965
ความทนทานต่อความร้อน (องศา C)	82 – 100	104 – 121	121
ความใส	โปร่งแสง	โปร่งแสง	ทึบแสง
การดูดซึมน้ำ (%)	< 0.015	< 0.01	< 0.01
การซึมผ่านของก๊าซ (ฟิล์ม)	1.0	0.33	0.33
ความทนทานต่อกรด	ทนทาน	ทนทานมาก	ทนทานมาก
ความทนทานต่อด่าง	ทนทาน	ทนทานมาก	ทนทานมาก
ความทนทานต่อตัวทำละลายอินทรีย์	ทนทานที่อุณหภูมิต่ำกว่า 60 องศา C	ทนทานที่อุณหภูมิต่ำกว่า 60 องศา C	ทนทานที่อุณหภูมิต่ำกว่า 60 องศา C
ความทนทานต่อแสงแดด	สีคล้ำ	เหลือง	เหลือง

2. โพลิโพรพิลีน (Polypropylene-PP)

PP มักจะรู้จักกันในนามของถุงร้อน ด้วยคุณสมบัติเด่นของ PP ซึ่งมีความใสและสามารถป้องกันความชื้นได้ดี มากกว่าครึ่งของ PP ถูกใช้ไปในรูปของฟิล์ม อย่างไรก็ตาม คุณสมบัติการป้องกันการอากาศซึมผ่านของ PP นั้นยังด้อยกว่าพลาสติกชนิดอื่นเนื่องอุณหภูมิในการหลอมละลายนั้นอยู่ในช่วงสั้น ซึ่งทำให้ PP เชื่อมติดได้ยาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ฟิล์มประเภท OPP ที่มีการจัดเรียงโมเลกุลในทิศทางเดียวกันจะไม่สามารถเชื่อมติดได้เลย นอกจากนี้ คุณสมบัติเด่นอีกประการของ PP คือ มีจุดหลอมเหลวสูง ทำให้สามารถใช้เป็นบรรจุภัณฑ์อาหารสำหรับการบรรจุในขณะที่ยังร้อนได้อีกด้วย

3. โพลิเอททิลีน เทเรฟทาเลต (Polypropylene Terephthalate-PET)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

PET มีคุณสมบัติที่เด่นในด้านความใสแวววับ ทำให้ได้รับความนิยมในการบรรจุน้ำมันพืชและน้ำดื่ม PET ในรูปของฟิล์มนั้นมีคุณสมบัติป้องกันการซึมผ่านของอากาศได้ดี จึงมีการนำไปเคลือบซ้อนกันหลายชั้น เพื่อทำเป็นซองสำหรับบรรจุอาหารที่มีความไวต่อก๊าซ เช่น อาหารขบเคี้ยว เป็นต้น นอกจากนี้ ฟิล์ม PET ยังมีคุณสมบัติเด่นอีกหลายประการ เช่น ทนต่อการยืดตัวและแรงกระแทกเสียดสีได้ดี จุดหลอมเหลวสูง แต่มีข้อด้อย คือ ไม่สามารถปิดผนึกได้ด้วยความร้อนและเปิดฉีกยาก ทำให้โอกาสในการใช้ PET เพียงอย่างเดียวมีน้อยมาก แต่มักใช้เคลือบชั้นร่วมกับพลาสติกอื่นๆ นอกจากขวดและฟิล์มแล้ว PET ยังสามารถนำมาขึ้นรูปเป็นถาด ในแง่ของสิ่งแวดล้อม PET เป็นหนึ่งในพลาสติกเพียงไม่กี่ประเภท ที่สามารถเปลี่ยนกลับมาเป็นพลาสติกที่เป็นโมโนเมอร์ (Monomer) และทำการผลิตใหม่ได้ วัสดุ PET มีคุณภาพที่ดีและมีมูลค่าค่อนข้างสูง สามารถนำกลับมาใช้ใหม่เพื่อผลิตสินค้าประเภทอื่นได้ ด้วยเหตุผลดังกล่าวนี้ ทำให้ขวด PET ได้รับความนิยมมากขึ้น และสามารถแย่งตลาดขวด PVC มาครองได้ นอกจากนี้ยังนิยมใช้ทำบรรจุภัณฑ์แบบการ์ด

4. โพลิไวนิลคลอไรด์ (Polyvinylchloride-PVC)

PVC เป็นพลาสติกที่สามารถแปรเปลี่ยนคุณสมบัติได้ โดยการเติมสารเคมีปรุงแต่งทำให้ PVC นิยมใช้ในอุตสาหกรรมประเภทอื่นๆ มากกว่าอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ โดยมักใช้ในรูปแบบของขวด ฟิล์มและแผ่น แม้ครั้งหนึ่งจะเคยมีข่าวการเลิกใช้ PVC ในบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากมีสารตกค้างของไวนิลคลอไรด์ซึ่งอาจก่อให้เกิดมะเร็งในตับได้ แต่ด้วยวิวัฒนาการด้านเทคโนโลยีการผลิตในปัจจุบัน ทำให้สามารถผลิต PVC ที่มีไวนิลคลอไรด์ตกค้างน้อยได้ ส่งผลให้บรรจุภัณฑ์ที่ทำจาก PVC นั้นปลอดภัยต่อผู้บริโภค การผลิตฟิล์ม PVC นั้นจะยากกว่าฟิล์ม PE หรือ PP จุดเด่นของฟิล์ม PVC คือ ทนต่อน้ำมันและสามารถป้องกันกลิ่นได้ดี ใส แข็งแรงรวมทั้งทนทานต่อ

การเสียดสี ความต้านทานต่อการซึมผ่านของความชื้นอยู่ในระดับปานกลาง อุณหภูมิการใช้งานของ PVC ไม่เกิน 90 °c และที่อุณหภูมิเกินกว่า 137 °c จะเริ่มเปลี่ยนคุณสมบัติ ขวด PVC สามารถใช้แทนที่ขวดแก้วได้ ทั้งยังเบากว่าและตกไม่แตกแต่ในระยะหลังถูกแย่งตลาดโดยขวด PET เนื่องด้วยเหตุผลทางด้านสิ่งแวดล้อมดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ส่วนแผ่น PVC มักใช้กับบรรจุภัณฑ์แบบการ์ดประเภท บลิสเตอร์ แพ็ค (Blister Pack) เนื่องจากความใสและเหนียว

5. โพลิสไตรีน (Polystyrene-PS)

PS พลาสติกจำพวก PS ใช้ผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์ โดยการอัดขึ้นรูปด้วยความร้อนเป็นรูปถ้วย รูปถาด ในกรณีที่มีการเติมสารพองตัว PS จะสามารถผลิตออกมาเป็นโฟมที่เรียกว่า EPS ซึ่งนำมาใช้เป็นวัสดุป้องกันการสั่นกระแทกได้ เมื่อทำเป็นฟิล์มจะมีความใสมาก แต่เนื่องจากฉีกขาดได้ง่าย รวมถึงป้องกันการซึมผ่านของความชื้นและก๊าซได้ต่ำกว่าการใช้ฟิล์ม PS ดังนั้นการใช้งานจึงถูกจำกัดอยู่เพียงการใช้ห่อสินค้าหรือทำเป็น บลิสเตอร์ แพ็ค เท่านั้น ส่วนถาดที่ทำจากแผ่น PS จะมีความใสและแข็งแรงพอสมควรในสภาวะปกติ PS จะเปราะ จึงมีการพัฒนา โดยการผสมสารบางชนิดเพื่อเพิ่มความแข็งแรง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พลาสติกที่กล่าวมาทั้ง 5 ประเภทนี้ เป็นพลาสติกที่นิยมใช้ในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ โดยนอกจากพลาสติกดังกล่าวแล้ว ยังมีพลาสติกอีกบางประเภท เช่น Polycarbornate (PC), Cellulose เป็นต้น ที่มีการใช้งาน แต่เป็นการใช้ในปริมาณน้อย หรือไม่เป็นที่นิยม จึงขอละไว้ไม่กล่าวถึงในที่นี้

คุณสมบัติของพลาสติกชนิดต่างๆ

คุณสมบัติ	PE		PET	PETG	PVC	PS	PP	
	LDPE	HDPE					Regular	Oriented
ความหนาแน่น กรัม/ลบ.ซม.	0.9-0.925	0.94-0.965	1.35-1.40	1.27	1.35	1.0-1.1	0.89-0.91	0.9
ความใส	ขุ่นแต่โปร่งใส	ขุ่นแต่โปร่งใส	ใส	ใส	ใส	ใส	ขุ่นแต่โปร่งใส	ใส
การป้องกันไอน้ำ	ดี	ดีมาก	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ไม่ดี	ไม่ดี	ไม่ดี
การป้องกันออกซิเจน	ไม่ดี	ไม่ดี	ดี	ดี	ดี	ไม่ดี	ไม่ดี	ไม่ดี
การป้องกันคาร์บอนไดออกไซด์	ไม่ดี	ไม่ดี	ดี	ดี	ดี	ไม่ดี	ปานกลาง	ปานกลาง
ความทนทานต่อกรด	ปานกลางถึงดีมาก	ปานกลางถึงดีมาก	ปานกลางถึงดี	ปานกลาง	ดีถึงดีมาก	ปานกลางถึงดี	ปานกลางถึงดีมาก	ปานกลางถึงดีมาก
ความต่อต้านต่อแอลกอฮอล์	ปานกลางถึงดีมาก	ดี	ดี	ดี	ดี	ปานกลางถึงดี	ดี	ดี
ความต้านทานต่อด่าง	ดีถึงดีมาก	ดีถึงดีมาก	ไม่ดีถึงปานกลาง	ไม่ดีถึงปานกลาง	ดีถึงดีมาก	ดี	ดีมาก	ดีมาก
ความต้านทานต่อน้ำมันแร่	ไม่ดี	ปานกลาง	ดี	ดี	ดี	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ความต้านทานต่อตัวทำละลาย	ไม่ดีถึงปานกลาง	ไม่ดีถึงดี	ดี	ไม่ดีถึงดี	ไม่ดีถึงดี	ไม่ดี	ไม่ดีถึงดี	ไม่ดีถึงดี
ความทนต่อความร้อน	ปานกลางถึงดีมาก	ปานกลางถึงดีมาก	ไม่ดีถึงปานกลาง	ไม่ดีถึงปานกลาง	ไม่ดีถึงปานกลาง	ปานกลาง	ดี	ดี
ความต้านทานต่อความเย็น	ดีมาก	ดีมาก	ดี	ดี	ปานกลาง	ไม่ดี	ไม่ดีถึงปานกลาง	ดีมาก
ความทนต่ออแรงกระแทก	ดีมาก	ดีถึงดีมาก	ดีถึงดีมาก	ไม่ดีถึงปานกลาง	ปานกลางถึงดี	ไม่ดีถึงดี	ไม่ดีถึงดี	ดีมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก

กรรมวีการขึ้นรูปพลาสติกนั้นมีที่ใช้กันมากในการทำภาชนะบรรจุมี 4 วิธี ดังนี้

1. การอัดแบบชนิดฉีด (Injection Moulding) เหมาะกับเทอร์โมพลาสติก ผลิตได้ปริมาณมากในเวลาอันรวดเร็ว ทำโดยการเทเม็ดพลาสติกลงในช่องเท (Hopper) ลูกสูบ (Plunger) จะอัดพลาสติกให้ผ่านเข้าไปในส่วนทำความร้อน (Heating Chamber) ซึ่งร้อนประมาณ 150 – 315 องศาเซลเซียส พลาสติกจะถูกหลอมละลายแล้วถูกดันโดยลูกสูบผ่านช่องเล็กๆ เข้าไปในแม่แบบที่ปิดอยู่ด้วยแรงดัน พลาสติกจะเย็นและแข็งตัวโดยระบบระบายความร้อนด้วยน้ำ เมื่อเปิดแม่แบบออกก็จะได้ชิ้นงานของพลาสติกตามรูปร่างแม่แบบ

2. การอัดแบบชนิดรีด (Extrusion Moulding) เป็นการอัดแบบเพื่อให้ได้พลาสติกในรูปของแผ่น (Sheet) ฟิล์ม (Film) หรือเป็นท่อกลวง (parison) ที่จะนำไปผ่านกรรมวิธีการอัดแบบชนิดเป่าให้เป็นรูปภาชนะต่อไป

3. การอัดแบบชนิดเป่า (Blow Moulding) มักจะเป็นขั้นตอนต่อจากรรมวิธีการอัดแบบชนิดฉีด หรือการอัดแบบชนิดรีด

4. การอัดแบบชนิดแรงอัด(Compression Moulding) เหมาะกับพลาสติกเทอร์โมเซทติง โดยมากใช้ผลิตภาชนะรูปร่างแบนๆ เช่น จาน ชาม

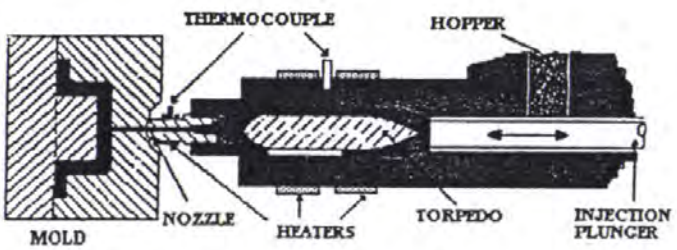
กรรมวิธีการผลิตขวดพลาสติก

ขวดพลาสติกสามารถผลิตได้หลายวิธี ดังนี้

1. Injection Molding

คือ การอัดแบบฉีด มีหลักการที่สำคัญคือ ให้ความร้อนแก่พลาสติกจนหลอมเหลวภายใน

กระบอกสูบ แล้วใช้แรงอัดเข้าไปในแม่แบบ (Mold) ซึ่งมีการหล่อเย็นเตรียมไว้ เมื่อพลาสติกพองตัวจนเต็มแบบก็จะแข็งตัว จากนั้นจึงเปิดแบบเพื่อนำชิ้นงานออก



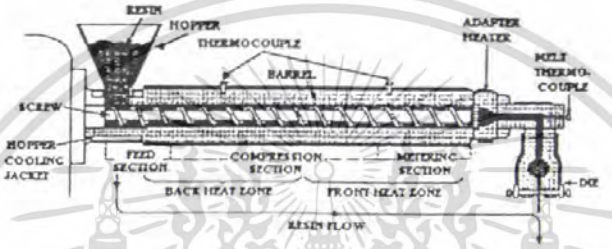
การอักแบบชนิดฉีด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. Blow Molding

ผลิตโดยใช้กรรมวิธีการเป่า กล่าวคือ เมื่อพลาสติกหลอมเหลวแล้ว จะถูกอัดเป็นรูปหลอดที่มีผนังหนา เรียกว่า ยาง (Parison) หลังจากนั้น จึงเป่าลมเข้าสู่หลอด ช่วงที่หลอดอยู่ในแม่พิมพ์ (Mold) ด้วยอัตราเร็วและเวลาที่กำหนด โดยที่แม่พิมพ์จะหมุนไปโดยรอบ สามารถทำแม่พิมพ์ให้เป็นรูปร่างต่างๆ ได้ตามความต้องการ วิธีนี้มีข้อดี คือมีปริมาณการผลิตที่สูง เครื่องจักรที่ใช้มีราคาไม่สูงนัก และมีให้เลือกหลายชนิด แต่ก็มีข้อเสียที่ว่า เมื่อนำเศษที่เหลือมาหลอมใช้อีก จะได้ขวดที่มีผนังไม่สม่ำเสมอ ขวดที่ได้จากกรรมวิธีการเป่าจะมีรอยแนวจากการประกบ

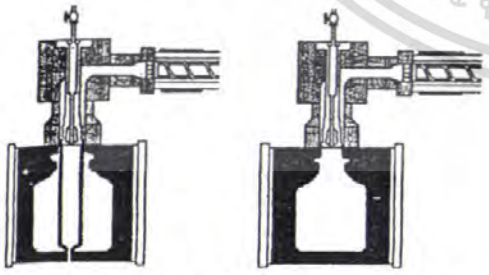
แม่พิมพ์ ลักษณะเป็นเส้นตรงอยู่โดยรอบขวด



การอัดแบบชนิดรีด

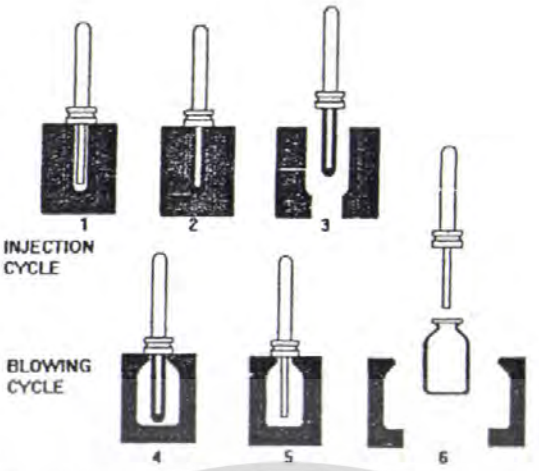
3. Injection Blow Molding

กรรมวิธีในการผลิตแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน คือขั้นแรก ทำพลาสติกให้เป็นหลอด (Parison) เช่นเดียวกับวิธี Blow Molding โดยมีการฉีดส่วนเกลียวของขวดด้วย ขั้นที่สอง คือการเป่า หลอดดังกล่าวให้เป็นรูปร่างตามแม่พิมพ์ วิธีนี้ทำให้ได้คอขวดที่มีขนาดเที่ยงตรงมาก รวมทั้งมีผนังขวดที่สม่ำเสมอ เหมาะกับการผลิตในปริมาณน้อย แต่มีข้อเสีย คือการลงทุนค่าเครื่องจักรที่ค่อนข้างสูง ขวดที่ผลิตด้วยวิธีนี้ จะสังเกตเห็นรูกลมๆ อยู่ด้านใต้ของขวด



การอัดแบบชนิดเป่าที่ต่อเนื่องจากการอัดแบบชนิดรีด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การอัดแบบชนิดเป่าที่ต่อเนื่องจากการอัดแบบชนิดฉีด

4. Stretched Blow Molding

วิธีคือการทำแบบให้มีรูปร่างเหมือนหลอดก่อน จากนั้นหลอมหลอดด้วยความร้อน แล้วเป่า

ให้มีรูปร่างเหมือนในแบบอีกครั้งหนึ่ง วิธีนี้ช่วยให้ได้ขวดที่มีน้ำหนักเบา แข็งแรง สามารถรับแรงกระแทกได้ดี รวมทั้งคอขวดมีขนาดที่เที่ยงตรงและสม่ำเสมอ วิธีนี้ ใช้ทำขวด PET ขนาด 1.5 และ 2 ลิตร สำหรับบรรจุน้ำอัดลม และยังใช้กับพลาสติกชนิดอื่น ได้แก่ PVC, PS และPP เป็นต้น วิธีการนี้ ได้พัฒนาขึ้นในครั้งแรกเพื่อทำขวด PVC ขนาด 1 ลิตร ซึ่งใช้วัสดุน้อยกว่าขวดที่ผลิตด้วยวิธี Blow Molding ซึ่งมีน้ำหนักมากกว่าถึงร้อยละ 30 ขวดที่ผลิตด้วยวิธี Stretched Blow Molding นั้นจะใสกว่าและมีคุณสมบัติในการต้านแรงกระแทกที่สูงกว่า นอกจากนั้น ยังสามารถป้องกันการซึมผ่านของน้ำและอากาศได้ดีกว่าด้วยเช่นกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัสดุ และกรรมวิธีการผลิต ฝาปิดพลาสติก (Plastic closure)

การทำฝาปิดมักใช้วิธีฉีดแบบเป็นส่วนใหญ่ มีส่วนน้อยใช้วิธีขึ้นรูปด้วยความร้อน PE และ PP มีการใช้มากที่สุด คือใช้ถึงร้อยละ 90

- ฝา PP : มีการต้านทานต่อการแตกร้าวสูง เหมาะที่จะใช้ทำฝาประเภทพับได้มีความต้านทานต่อการตกกระแทกต่ำ แต่อาจปรับปรุงให้ดีขึ้นโดยผสมพลาสติกชนิดอื่นลงไป มีความทนทานดีเลิศต่อกรด ด่าง ไขมัน น้ำมัน และสารละลาย ส่วนมากที่อุณหภูมิปกติ ทนต่อความร้อนสูงจึงเหมาะที่จะใช้กับผลิตภัณฑ์ที่ฆ่าเชื้อด้วยความร้อน แต่จะแตกง่ายที่อุณหภูมิต่ำ PP พิมพ์ได้ดีกว่า PE แต่ทั้งสองชนิดยังด้อยกว่า PS หรือพลาสติกกลุ่มเทอร์มอเซท ในสภาพที่เป็นพลาสติกแข็งซึ่งสามารถพิมพ์ลายนูนหรือลายเว้าได้ดี
- ฝา LDPE : พลาสติกชนิดนี้มีการยืดหยุ่นดี ไม่มีรส ไม่มีกลิ่น ป้องกันความชื้นได้ดี แต่ป้องกันก๊าซไม่ดี มีราคาถูก และผลิตโดยการอัดแบบชนิดได้เร็ว ทนต่อการแตกร้าวได้ดี
-ฝา HDPE : หากเปรียบเทียบกับ LDPE แล้ว HDPE จะแข็งแรงและเหนียวกว่า ไม่มีรส ไม่มีกลิ่น โดยทั่วไปจะต้านทานต่อการแตกร้าวได้ ทนความร้อนและป้องกันความชื้นและก๊าซได้ดีกว่า LDPE นอกจากนั้นยังมีราคาถูก (แพงกว่า LDPEเล็กน้อย)
- ฝา PS : ใช้ทำฝาเพียงร้อยละ 10 เนื่องจากเปราะบาง ทนความร้อนต่ำ ไม่ทนต่อสารเคมีไม่เป็นตัวกันความชื้นและก๊าซที่ดี เทอร์มอเซท สารผสมฟีนอลิกและยูเรีย มีความทนทาน ต่อสารเคมีและความร้อนสูง บางชนิดทนต่ออุณหภูมิต่ำโดยไม่แตกหรืออุณหภูมิสูงกว่า 149 °c มีน้ำหนักมาก ไม่อาจให้สีสันสวยงามนอกจากการตกแต่งด้วยสีเงิน และสีทอง การทำฝาปิดมักใช้วิธีอัดแบบ และใช้เวลานานกว่าพลาสติกชนิดเทอร์มอพลาสติก
- ฝาฟีนอลิก : ทำด้วยฟีนอล-ฟอร์มัลดีไฮด์ แข็งและแน่น มีความเหนียวสูง แต่แตกง่ายคุณสมบัติขึ้นอยู่กับสารอื่นๆ ที่เติมเข้าไปเพื่อช่วยให้คุณสมบัติดีขึ้น มีความต้านทานต่อกรดและด่าง เจือจางบางชนิดแต่ไม่ทนต่อกรด ทนต่อความร้อนได้ มีสีดำและสีน้ำตาลเท่านั้น ราคาถูกกว่ายูเรีย
- ฝายูเรีย : วัสดุที่ใช้ทำฝาคือ ยูเรียฟอร์มัลดีไฮด์ มีคุณสมบัติแข็ง คงรูปดีเลิศ ไม่มีรส ไม่มีกลิ่น ทนต่อสารเคมี โดยเฉพาะสารละลายอินทรีย์ แต่ไม่ทนต่อด่างหรือกรดเข้มข้น ทนต่อน้ำมันและไขมัน ทนต่ออุณหภูมิสูงเมื่อเทียบกับพลาสติกชนิดอื่นๆ

การออกแบบเกลียวพลาสติก (Design of Threads)

เกลียวที่ใช้ในพลาสติกมีความมุ่งหมายเพียงเพื่อการประกอบต่อชิ้นส่วนเข้าด้วยกัน เพื่อ ล็อกพลาสติกกับอุปกรณ์อื่นๆ ที่ไม่ใช่พลาสติก ทั้งนี้โดยมุ่งประโยชน์ในการถอดเข้าออกได้ง่ายและสะดวก ส่วนประโยชน์อื่นๆ ที่อาจตามมานั้นเป็นเพียงผลพลอยได้เท่านั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การทำเกลียวกับวัสดุพลาสติก มีกรรมวิธีทำได้หลายอย่างคือ

1) โดยการขวั้นเกลียว (Topped)
2) โดยการหล่อ ฉีด ปั้นขึ้นรูปจากแม่พิมพ์
3) โดยการใช้เกลียวโลหะเสริมด้วยกรรมวิธี Insertion
4) โดยการนำเกลียวโลหะมาต่อกับพลาสติกด้วยวิธีการติดกาว หรือสวมใส่ภายหลังที่พลาสติกนั้นได้ทำสำเร็จรูปออกมาแล้ว

เกลียวมาตรฐาน

เกลียวมาตรฐานในงานพลาสติกมีอยู่ 7 ชนิด คือ

1) Unifined Screw Thread
2) American Standard
3) Square
4) Acme
5) Buttress
6) Bottle
7) Shape' V

เกลียวทั้ง 7 ชนิดจะมี "Fitting" (หมายถึงความแน่นกับหลอมของเกลียว) แบ่งลักษณะออกไปได้ 4 Class ด้วยกันคือ

Class 1 : หมายถึง ลักษณะเกลียวหลวม เพื่อสะดวกแก่การไขเข้าออกที่รวดเร็วสะดวกสบาย เรียกว่า Lose fit

Class 2 : หมายถึง ลักษณะเกลียวหลวมปานกลาง เหมาะสำหรับใช้เชื่อมต่อขึ้นส่วนที่ไม่ใช่วัสดุชนิดเดียวกัน เพื่อประโยชน์ในการถอดสับเปลี่ยนได้ง่าย เรียกว่า Moderate fit

Class 3 : หมายถึง ลักษณะเกลียวที่มีความคับปานกลาง เกลียวลักษณะนี้อาจใช้หวังผลป้องกันการรั่วซึมของของเหลวได้ประมาณ 70% แต่ไม่สามารถป้องกันการรั่วซึมของของเหลวที่มีแรงดันได้ เรียกว่า Semiprecision fit

Class 4 : หมายถึง ลักษณะเกลียวที่มีความคับมาก เกลียวนี้ใช้งานได้เพียงครั้งเดียวกล่าวคือ มักใช้ในงานที่สวมตาย เพราะเมื่อถอดออกเกลียวจะสูญเสียความคับแน่น มีพลาสติกบางชนิดเท่านั้นที่สามารถทำเกลียว Class 4 ได้ แต่ส่วนมากพลาสติกไม่สามารถรับแรงได้สูงพอ สำหรับเกลียวลักษณะนี้ ดังนั้นจึงไม่สมควรนำมาใช้ในงานพลาสติก นอกจากในกรณีพิเศษ ซึ่งมีความจำเป็นเฉพาะอย่างเท่านั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในการออกแบบเกลียวพลาสติกใช้ในผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมโดยทั่วไป ควรใช้เพียง Class 1 ถึง 2 เท่านั้น ส่วน Class 3 จะนำมาใช้ในกรณีจำเป็น และหลีกเลี่ยงClass 4

การใช้งานกับการออกแบบ

1) Unifined Screw Thread

เป็นเกลียวที่นิยมใช้กับวัสดุพลาสติกมากที่สุด และใช้ได้กับพลาสติกแทบทุกชนิดที่มีความแข็งตัวพอสมควร ลักษณะเกลียวคล้ายกับเกลียว American Standard ผิดกันตรงที่ "root" ของThread ซึ่งจะเป็นลักษณะโค้งแทนที่จะเป็นเหลี่ยม ลักษณะของ root แบบนี้ช่วยให้การฉีดพลาสติกเข้าแม่พิมพ์ทำได้ง่ายยิ่งขึ้น ดังนั้นเกลียวชนิดนี้จึงนิยมใช้ในการผลิตแบบหล่อหรือฉีดแม่พิมพ์ สามารถใช้ทำได้กับพลาสติกทั้ง TP และTS เกลียวชนิดนี้ให้ความคับได้สนิทแน่นดีพอสมควร ตัวอย่าง เช่นฝาขวดยาทั่วๆ ไป (ที่มีเกลียวตัวผู้และตัวเมียเป็นพลาสติก) การออกแบบเกลียวเพื่อกรรมวิธีการผลิตแบบหล่อ หรือฉีดแม่พิมพ์แนะนำใช้สัดส่วนดังนี้

2) American Standard

เป็นเกลียวที่นิยมใช้กันมากอีกแบบหนึ่ง เช่นเดียวกับเกลียวแบบ Unifined Screw Thread ส่วนใหญ่นิยมใช้ในงานพลาสติกโดยกรรมวิธีการผลิตแบบหล่อ ฉีด แม่พิมพ์ และแบบขวั้นเกลียวเอาภายหลัง ใช้ได้ทั้งพลาสติก TP และTS เป็นเกลียวที่สามารถถอดใส่ได้ง่ายและรวดเร็ว การออกแบบควรได้สัดส่วนดังนี้

3) Square Thread

เป็นเกลียวที่นิยมใช้เมื่อต้องการใช้ในงานที่มีแรงดึงมากๆ (Strength) เช่น เกลียวไขท่อน้ำ การออกแบบใช้สัดส่วนเกี่ยวกับการออกแบบ Square Thread มาตรฐาน

4) Acme Thread

นิยมใช้เช่นเดียวกับ Square Thread แต่เกลียวชนิดนี้มีความสะดวกและง่ายมากกว่าในการหล่อ และฉีดแม่พิมพ์ ตัวอย่างของเกลียวชนิดนี้ได้แก่ ฝาปิดแม่ปั๊มน้ำ ความดันสูง

5) Buttress Thread

เป็นเกลียวที่ใช้สำหรับงานที่มีแรงกระทำไปในทิศทางเดียวเท่านั้น (ตามแนวแกนกลางของเกลียว) ตัวอย่าง เช่น ฝาจุกหลอดยาสีฟัน

6) Bottle Thread

เกลียวชนิดนี้นิยมใช้กับวัสดุที่เป็นแก้ว เป็นเกลียวที่ง่ายและสะดวกในการปิดเปิดเกลียวชนิดนี้จะใช้ปิดให้แน่นมากไม่ได้ เพราะมันสามารถปีนเกลียวได้ง่าย ไม่สามารถรับแรงได้มากเหมือนเกลียวอื่นๆ ชนิดของพลาสติกที่จะทำเกลียวชนิดนี้จะต้องเลือกสรรให้เหมาะสม ควรเป็นพลาสติกที่มีความแข็ง เช่น Ureas, Phenclies, Polypropylene เป็นต้น

ส่วนมากนิยมทำเกลียวชนิดนี้ใช้กับวัสดุที่เป็นแก้ว เช่นฝาปิดขวดแก้ว ในการทำเกลียวนี้นิยมออกแบบให้เข้ากับเกลียวขวดแก้ว โดยทำเกลียวแบบ Half-Thread หรือ Quarter-Turn ดังนั้นเกลียวชนิดนี้จึงไม่สามารถป้องกันการรั่วซึมของของเหลวได้

7) Shape' V Threads

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกลียวชนิดนี้ไม่นิยมใช้กับวัสดุพลาสติก ทั้งนี้เพราะปลายแหลมของฟันเกลียวเป็นจุดอ่อน และยากลำบากในการแกะแม่พิมพ์ ยากลำบากในการถอดชิ้นงานออกจากแม่พิมพ์ แต่ในบางครั้ง เมื่อความจำเป็นบังคับก็อาจจำต้องใช้เกลียวชนิดนี้ เช่น งานจำพวกห่อที่ใช้ในงานจำพวก Mechanical Assemblies เป็นต้น วัสดุพลาสติกที่ใช้ทำเกลียวนี้จำเป็นต้องเลือกสรรเป็นพิเศษ ต้องให้มีความแข็งและมีแรงยึดตัวมากๆ (ไม่เปราะแตกง่าย) เช่น ABS, Cellulosics เป็นต้น

2.**โลหะ** (Metals)

โลหะสามารถนำมาใช้ทำภาชนะบรรจุได้หลายรูปแบบ ตั้งแต่ภาชนะชนิดอ่อนจนถึง ภาชนะชนิดแข็ง ที่นิยมใช้กันมาก คือ ทำเป็นฟอยล์โลหะ ทำเป็นหลอดตีบ และทำเป็นภาชนะแข็ง เช่น พวกกระป๋องชนิดต่างๆ โลหะที่นำมาใช้ทำภาชนะบรรจุเภสัชภัณฑ์ ได้อย่างปลอดภัย คือ อะลูมิเนียม และดีบุก

1. อะลูมิเนียม (Aluminium)

สามารถใช้ทำเป็นภาชนะแข็งหรือภาชนะคงรูปได้ เป็นหลอดบีบก็ได้ มีราคาถูกกว่าหลอดบีบที่ทำจากดีบุก อะลูมิเนียมฟอยล์ก็เป็นที่นิยมใช้อย่างแพร่หลายเพราะสามารถป้องกัน ความชื้น ออกซิเจน และก๊าซอื่นๆ ได้สมบูรณ์ สามารถเปลี่ยนส่วนผสมของโลหะให้มีคุณสมบัติตามที่ต้องการได้
นิยมใช้กับการบรรจุแบบสตริป บลิสเตอร์ ทำซองปิดตายสี่ด้าน ใช้ม้วนห่อ ใช้ห่อยา เหน็บแต่ละแท่ง ใช้ทำถุงชั้นนอก ใช้ทำแผ่นผนึกบนปากขวด แต่อะลูมิเนียมก็ยังคงมีข้อควรระวังอยู่ด้วยเช่นกัน

- ไม่ควรใช้ทำบรรจุเภสัชภัณฑ์ครีม ที่มีสารประกอบอินทรีย์ของพวกปรอทเป็นสารกันเสีย
- ไม่ควรใช้บรรจุของเหลวที่เป็นกรด และแอมโมเนียเข้มข้น
- ฉลากยาที่ทำจากกระดาษที่มีคลอไรด์อยู่มากกว่า 0.05 % ไม่ควรใช้กับภาชนะอะลูมิเนียม เพราะจะทำให้ผุกร่อนเป็นรูได้
- กาวที่ใช้ปิดฉากจะต้องมีค่าพีเอช ระหว่าง 5.5 – 8.5 เช่นเดียวกับกล่องกระดาษที่ใช้ห่อหุ้มภาชนะอะลูมิเนียม ถ้ามีคลอไรด์อยู่ก็จะทำให้ผิวหน้าภาชนะเกิดการผุกร่อน เช่นกัน

ขั้นตอนการทำหลอดบีบอะลูมิเนียม โดยวิธีอิมแพกต์เอกรูชัน

1 ใส่แท่งอะลูมิเนียมกลมแบนในเบ้า

2 ตอกอัดด้วยสาก

3 หลอดบีบที่ได้ออกมา

2. ดีบุก (Tin) และเหล็กเคลือบดีบุก (Tinplate)

เป็นโลหะที่มีความทนทานทางเคมีดีกว่าอะลูมิเนียม แต่ราคาแพงกว่า สามารถทำเป็นฟอยล์และหลอดบีบได้เหมือนอะลูมิเนียม แต่คุณสมบัติต่างๆจะดีกว่า1. พลาสติก (Plastic)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.กระดาษ

ประเภทของกระดาษแข็ง

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

1. กระดาษกล่อง (Boxboard) แบ่งออกเป็น 2ชนิด คือ
   - กระดาษกล่องเคลือบ (Coated Boxboard)
   - กระดาษกล่องไม้เคลือบ (Uncoated Boxboard)
2. กระดาษการ์ด (cardboard) แบ่งออกเป็น 4 ชนิด คือ
   - กระดาษการ์ดมานิลาเคลือบ (Coated manila cardboard)
   - กระดาษการ์ดมานิลาไม่เคลือบ (Uncoated manila cardboard)
   - กระดาษการ์ดไอวอรี (Ivory cardboard)
   - กระดาษการ์ดอาร์ต (Art cardboard)

โดยในมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม มอก.283-2534 ได้ให้นิยามของกระดาษแข็งชนิดต่างๆ ดังนี้

1. กระดาษแข็งเพื่อการพิมพ์ ซึ่งในมาตรฐานนี้จะเรียกว่า "กระดาษแข็ง" หมายถึง กระดาษกล่อง (Boxboard) และกระดาษการ์ด (Cardboard) ที่ทำขึ้นเพื่อให้เหมาะสำหรับการพิมพ์ด้านเดียวหรือ 2 ด้าน
2. กระดาษกล่อง หมายถึง กระดาษแข็งหลายชั้น ซึ่งผิวหน้าด้านหนึ่งของกระดาษ เหมาะสำหรับการพิมพ์
3. กระดาษกล่องเคลือบ (Coated Boxboard) หมายถึง กระดาษกล่องที่ผิวหน้าด้านที่ใช้พิมพ์เคลือบด้วยผงสี (pigment) และตัวยึด (binder) เพื่อให้ผิวเรียบ
4. กระดาษกล่องไม่เคลือบ (Uncoated Boxboard) หมายถึง กระดาษกล่องที่ผิวหน้าไม่ได้เคลือบผงสี และตัวยึด
5. กระดาษการ์ด หมายถึง กระดาษแข็งชั้นเดียวหรือหลายชั้น ซึ่งผิวหน้าทั้ง 2 ด้าน เหมาะสำหรับการพิมพ์
6. กระดาษการ์ดมานิลา (manila cardboard) หมายถึง กระดาษการ์ดหลายชั้น ซึ่งผิวหน้าทั้ง 2 ด้าน มีสมบัติเหมือนกันและเหมาะสำหรับการพิมพ์ ส่วนชั้นในมีสมบัติต่างออกไป
7. กระดาษการ์ดมานิลาเคลือบ (coated manila cardboard) หมายถึง กระดาษการ์ดมานิลาที่ผิวหน้าทั้ง 2 ด้านเคลือบด้วยผงสีและตัวยึดเพื่อให้ผิวเรียบ
8. กระดาษการ์ดมานิลาไม่เคลือบ (uncoated manila cardboard) หมายถึง กระดาษการ์ดมานิลาที่ผิวหน้าทั้ง 2 ด้าน ไม่ได้เคลือบด้วยผงสีและตัวยึด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. กระดาษการ์ดไอวอรี (Ivory cardboard) หมายถึง กระดาษการ์ดชั้นเดียวหรือหลายชั้นที่ทุกชั้นมีคุณสมบัติเหมือนกัน
10. กระดาษการ์ดอาร์ต (art cardboard) หมายถึง กระดาษการ์ดไอวอรี ที่ผิวหน้าเคลือบด้วยผงสีและตัวยึดเพื่อให้ผิวเรียบ

2. กระดาษแข็งสำหรับทำกล่องกระดาษลูกฟูก (Container board)

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

2.2 Test Linerboard ผลิตจากกระดาษกล่องลูกฟูก หรือเศษกระดาษคราฟท์ใช้ในการทำกล่องลูกฟูก บางเกรดอาจจะผสมเยื่อเคมีไม่ฟอก เพื่อเพิ่มความแข็งแรงหรือใช้เยื่อชั้นบนคุณภาพดี เพื่อความสวยงาม

2.3 Corrugating Medium หรือ Fluting Medium โดยทั่วไปผลิตจากเศษกระดาษล้วน (100% Secondary fibers) หรือเยื่อกึ่งเคมี (Neutral Sulfite Semichemical, NSSC) ปัจจุบันกระดาษแข็งสำหรับทำกล่องลูกฟูกในประเทศไทยจะผลิตเฉพาะ Test linerboard และ Corrugating Medium เท่านั้น โดยมักจะเรียก Test linerboard ชนิดที่มีเยื่อชั้นบนทำจากเยื่อเคมี (Chemical pulp) หรือ Kraft linerboard ซึ่งถือได้ว่าไม่ถูกต้องตามนิยามข้างต้น

3. กระดาษแข็งประเภทอื่นๆ

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

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การพิมพ์ การตกแต่ง และการปิดฉลาก

ระบบการพิมพ์อาจมีอยู่หลายประเภท แต่ทว่าระบบการพิมพ์กว่า 80% ที่ใช้กับบรรจุภัณฑ์จะประกอบด้วย 4 ประเภท ดังนี้

1. แบบถ่ายผ่าน (Relif) ระบบพิมพ์ประเภทนี้ อาจเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า ระบบการพิมพ์พื้นนูน ได้แก่ แบบเฟลกโซกราฟี (Flexo Graphy) แบบเลตเตอร์เพรส ซึ่งเป็นการพิมพ์โดยตรง (Direct Printing)
2. แบบแบนราบ (Plano Graphic) ที่นิยมใช้ ได้แก่ ระบบลิโธกราฟี (Lithography) หรือแบบออฟเซ็ตลิโธกราฟี (Offset Lithography)
3. แบบโรโตกราวัวร์ (Rotogravure) หรือเรียกแบบย่อว่า กราวัวร์
4. แบบไร้สัมผัส (Non-Contact) หรือแบบไม่ใช้ระบบการกดพิมพ์ เป็นระบบใหม่ที่ได้รับความนิยมสูงในระยะ 10 ปีที่ผ่านมา เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ระบบการพิมพ์แต่ละแบบดังกล่าวนี้จะแตกต่างกันในแง่ของคุณลักษณะหมึกการส่งผ่านหมึก และการทำให้ติดบนสิ่งดีพิมพ์ อย่างไรก็ตามระบบการพิมพ์ทั้งหมดยกเว้นแบบไร้สัมผัสจะต้องใช้ตัวกลางในการส่งผ่านหมึกที่เรียกว่าโมแม่พิมพ์ซึ่งมีเพลท (Plate) ที่ติดอยู่

การเลือกระบบการพิมพ์ขึ้นกับปัจจัยหลาย ๆ ประการ แต่ปัจจัยที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

1. ปริมาณของงานพิมพ์ จำนวนสีที่พิมพ์ต่อหน่วยพื้นที่ (Impression Work) และความละเอียดของงานพิมพ์
2. งานที่ออกแบบ กราฟฟิกที่ออกแบบบนบรรจุภัณฑ์อาจจะเป็นลายเส้น (Line Work) งานพิมพ์หลายสี(Full Colour) ความแววับของงานพิมพ์ เป็นต้น จะเลือกใช้ระบบที่แตกต่างกัน
3. สิ่งพิมพ์ (Substrate) วัสดุที่ใช้แปรรูปเป็นบรรจุภัณฑ์และใช้พิมพ์งานได้แก่ กระดาษพลาสติก โลหะ และแก้ว การเลือกใช้วัสดุที่แตกต่างกันจะได้คุณภาพการพิมพ์ที่แตกต่างกัน เนื่องจากความสามารถในการดูดซับสีที่ไม่เหมือนกัน ความนิ่มและความแข็งแตกต่างกันจึงจำเป็นต้องใช้เครื่องพิมพ์ให้เหมาะสมกับวัสดุแต่ละประเภท
4. รูปทรงสิ่งที่พิมพ์ ซึ่งอาจจะเป็นม้วนหรือแผ่นตามที่ได้กล่าวมาแล้ว ตัวบรรจุภัณฑ์ที่จะพิมพ์อาจจะเป็นรูปทรงกลมหรือไม่เป็นรูปทรงเรขาคณิตใดๆ เลย
5. ความต้องการคุณสมบัติพิเศษอื่นๆ เช่น ป้องกันน้ำ ป้องกันสารเคมี หรือเป็นฉนวนความร้อน เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เครื่องปิดฉลากแบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ดังต่อไปนี้

1) เครื่องปิดฉลากแบบทากาวแล้วกลิ้งติด

ในกรณีบรรจุภัณฑ์เป็นทรงกลม จะใช้ความเป็นทรงกลมให้เป็นประโยชน์ โดยให้กระป๋องกลิ้งไปตามรางแล้วทากาวลงบนตัวกระป๋อง เมื่อกลิ้งต่อไปกาวบนกระป๋องจะติดเอาฉลากขึ้นมาด้วย เมื่อกลิ้งไปก่อนจะครบรอบของฉลากที่ติดมากนั้นจะมีการทากาวบนปลายฉลากอีกข้างหนึ่ง เพื่อให้บริเวณปลายอีกข้างของฉลากสามารถติดได้แน่นสนิท

2) เครื่องปิดฉลากแบบทากาวที่ฉลากแล้วส่งผ่านไปติด

เครื่องปิดฉลากบนส่วนหน้าหรือส่วนหลังของบรรจุภัณฑ์ จำพวกขวดแก้วหรือพลาสติก มีหลักการทำงาน คือ ฉลากจะถูกทากาวด้วยลูกกลิ้งก่อน แล้วจึงนำฉลากมาติดบนภาชนะในตำแหน่งที่ต้องการ เครื่องปิดฉลากแบบนี้มีหลักการทำงานแบ่งเป็น 3 แบบ

3) เครื่องปิดฉลากสติ๊กเกอร์

ตัวฉลากจะมีราคาค่อนข้างแพง แต่มีความสะดวกในการใช้งานไม่ว่าจะติดด้วยมือหรือใช้เครื่องจักร ในกรณีใช้เครื่องจักร ฉลากจะพิมพ์มาเป็นม้วนเว้นช่วงระยะเท่าๆกัน สืบเนื่องจากความหนาแน่นและความเหนียวของตัวฉลากกับตัวแผ่นกระดาษที่ปะอยู่ข้างหลัง เมื่อแผ่นกระดาษหมุนกลับทิศ 180 องศา จะปล่อยให้ฉลากเผยออก แล้วนำไปติดบนบรรจุภัณฑ์ด้วยลูกกลิ้งติดกาว เครื่องจักรติดฉลากประเภทนี้มีราคาไม่สูงนักและสามารถทำงานได้อย่างสะอาด นอกจากนี้ความเร็วในการติดฉลากยังสามารถทำได้สูงถึงหลายร้อยขวดต่อนาที

การบรรจุ การชั่ง ตวง วัด

ระบบการบรรจุ-เติมผลิตภัณฑ์ลงในบรรจุภัณฑ์

การบรรจุของเหลวลงในบรรจุภัณฑ์สามารถบรรจุได้ 2 ประเภท

1. การบรรจุแบบระดับคงที่

จะใช้ผลิตภัณฑ์ของเหลวที่มีราคาต่ำจนถึงปานกลางซึ่งปริมาณที่ถูกต้องไม่สำคัญนักการ

บรรจุแบบระดับคงที่นี้สามารถสังเกตโดยใช้สายตาวัดระดับ ในขณะเดียวกันภาชนะบรรจุจะมีปริมาตรบรรจุไม่คงที่ เนื่องจากความหนาของภาชนะไม่สม่ำเสมอ ถ้าทำการบรรจุแบบปริมาตรคงที่

ก็จะทำให้ระดับความสูงในการบรรจุแตกต่างกันไป ในขณะที่ผู้บริโภคพอใจที่จะซื้อภาชนะที่บรรจุในระดับเดียวกัน ด้วยเหตุนี้เลยต้องเอาใจลูกค้าให้บรรจุให้ระดับคงที่

2. การบรรจุแบบปริมาตรคงที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปริมาตรที่ถูกต้องของผลิตภัณฑ์จะถูกบรรจุในภาชนะบรรจุ โดยใช้กระบอกสูบหรือระบบการตวง ชั่ง ระบบการบรรจุปริมาตรคงที่จะใช้กับ

- ผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูง
- ผลิตภัณฑ์ที่ขายตามน้ำหนัก
- ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคขั้นสุดท้ายต้องการน้ำหนักหรือปริมาตรที่ถูกต้อง (เช่นแม่สีของกระป๋องสี)
- ผลิตภัณฑ์ทางยาหรือสารเคมี ที่ต้องการปริมาตรการบริโภคและการใช้ที่ถูกต้อง
- ผลิตภัณฑ์ที่มีความเหนียวข้น ไม่สามารถไหลได้ด้วยตนเอง

การปิดและผนึกบรรจุภัณฑ์

เครื่องปิด (Cap Closure Machine)

ฝาที่ใช้ส่วนใหญ่แบ่งเป็น 3 ประเภทดังนี้คือ

1) ฝาจีบ (Crown Cork) เป็นฝาที่คุ้นเคยเนื่องจากใช้กับขวดน้ำอัดลมเป็นส่วนใหญ่ เครื่องจักรที่ใช้เป็นการกด (Press) บริเวณฝาที่เป็นจีบลงไปในร่องของปากขวด
2) ฝาเกลียว เป็นฝาที่ใช้กันมากในอุตสาหกรรมอาหารโดยเฉพาะอย่างยิ่งกับบรรจุภัณฑ์พลาสติก เครื่องจักรที่ใช้จะมีตัวหนีบฝา (Chuck) ให้หมุนไปตามเกลียวของขวด ในกรณีใช้ฝาอลูมิเนียมกับขวดพลาสติกตัวฝาจะไม่ได้มีเกลียวมาก่อน แต่ตัวเกลียวจะรัดฝาอลูมิเนียมที่มีความนิ่มเข้ากับร่องของขวด ทำให้ฝาแนบสนิทกับปากขวดแก้ว
3) ฝาลัก ส่วนใหญ่เป็นฝาโลหะที่มีติ่งอยู่ใต้ฝา มักใช้กับขวดปากกว้างสำหรับบรรจุอาหารประเภทต่างๆ ข้อดีของฝาประเภทนี้ คือ หมุนฝาเพียงเศษ 1 ส่วน 4 รอบก็จะสามารถปิดฝาได้ง่ายดายดังเช่นฝาที่มี 4Lug การเลือกใช้เครื่องจักรในการปิดฝาจะแปรตามประเภทของฝาที่ใช้ระบบการทำงานที่นิยมทั่วไป คือระบบตัวหนีบทำงานด้วยกลและระบบทำงานด้วยลม ระบบลมจะทำงานได้สะดวกกว่าแบบกล ปัจจุบันเครื่องเป็นแบบผสมผสานทั้ง 2 ระบบเข้าด้วยกัน

เครื่องปิดผนึกแบบร้อนและแบบเย็น (Sealing Machine Hot Seal and Cold Seal)

การปิดผนึกแบบร้อน

เครื่องปิดผนึกแบบร้อน อาจแบ่งประเภทตามความสลับซับซ้อนของเครื่องจักร โดยเริ่มจากประเภทง่ายๆ เรียงลำดับได้ดังนี้

เครื่องปิดผนึกแบบบาร์ร้อน หลักการทำงานคล้ายเตารีดซึ่งแปลงพลังงานไฟฟ้าเป็นพลังงานความร้อน เครื่องนี้นับเป็นเครื่องที่ใช้กันมากที่สุด ก่อนปิดผนึกจะต้องจับบริเวณปากถุง ให้ตึงเรียบไร้รอยย่น จึงจะได้การผนึกที่สมบูรณ์

โดยปกติบาร์ร้อนจะมีเพียงด้านเดียว ด้วยการใช้แรงกดอย่างสม่ำเสมอทั้งบริเวณ เครื่องปิดผนึกแบบนี้ใช้กับพลาสติกที่มีการเคลือบหลายชั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เครื่องปิดผนึกแบบสายพาน (Bend Seal) ใช้ระบบการทำงานเช่นเดียวกับแบบแรก แต่มีความเร็วในการทำงานสูงกว่าและแรงดันแต่ละครั้งสม่ำเสมอ สามารถตั้งระยะชิดของสายพานลวดความเร็วให้ได้ความดันใกล้เคียงกันตลอดแนวปิดผนึก ความร้อนของสายพานถูกส่งผ่านจากแผ่นความร้อนและลวดความร้อน สิ่งที่พึงระวังคล้ายคลึงกับระบบแรก คือเมื่อป้อนถุงเข้าสู่เครื่องนั้นปากซองจะต้องดึงเรียบเพื่อให้เกิดการปิดผนึกแบบสมบูรณ์ เครื่องปิดผนึกแบบสายพานนี้จะมีกำลังผลิตสูงกว่าแบบบาร์ร้อน 3 เท่า จึงสมควรจัดหามาใช้ถ้าต้องการเพิ่มกำลังการผลิต

เครื่องปิดผนึกที่กระตุ้นด้วยไฟฟ้า (Impulse Sealer) หลักการทำคล้ายคลึงกับที่ได้กล่าวมาแล้ว แต่ความแตกต่างอยู่ที่บริเวณให้ความร้อน เส้นลวดที่ให้ความร้อนนี้ จะมีฉนวนความร้อนหุ้มอยู่เมื่อกระแสไฟฟ้าไหลผ่านในระยะเวลาสั้นๆ จะแปลงเป็นความร้อนเชื่อมบริเวณปากถุงให้หลอมเหลวเป็นรอยเส้นปิดผนึกเล็กๆ เครื่องปิดผนึกระบบนี้จะมีระบบสะสมความร้อนน้อยกว่าและปริมาณความร้อนที่แน่นอนกว่าปิดผนึกแต่ละครั้ง เครื่องแบบนี้เหมาะกับการใช้งานกับพลาสติกที่ไม่มีการเคลือบ

การปิดผนึกแบบเย็น

ตามที่อธิบายมาแล้ว องค์ประกอบในการปิดผนึก ประกอบด้วยอุณหภูมิและเวลาที่ปิดผนึก แรงปิดผนึก และการเย็นตัวเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพหรือความเร็วในการปิดผนึกและยังสามารถลดการใช้พลังงานของเครื่อง ได้มีวิวัฒนาการของกาวในการเคลือบชั้นในของฟิล์มบรรจุภัณฑ์ โดยสามารถปิดผนึกด้วยความร้อนที่ต่ำประมาณ 50 องศาเซลเซียส จะใช้เวลาน้อยทั้งในการผนึกและเย็นตัว แต่เพิ่มความดันมากขึ้นเป็นเท่าตัวจากความดันในระบบแบบเดิม ผลจากการใช้ระบบผนึกแบบเย็นทำให้เครื่องจักรสามารถเพิ่มความเร็วได้สูงกว่าเท่าตัว โดยสามารถห่อได้เกินกว่า 500 ซองต่อนาที โดยเฉพาะเครื่อง Form-Fill-Seal แบบแนวราบ

ข้อคิดในการออกแบบ ฝา ขวด เกลียว

1. การกำหนดจำนวนรรอบของเกลียวขึ้นอยู่กับจำนวนรอบของการเปิด
2. การหมุน เปิดขทวนเข็มนาฬิกา ปิดขตามเข็มนาฬิกา เป็นการหมุนแบบปกติ ยกเว้นขวดที่มีจุดประสงค์หฯให้เปิดขปิดยาก เช่นขวดยา
3. เกลียวใหญ่ขเล็ก ขึ้นอยู่กับความนหาของฝา ฝาหนา-เกลียวใหญ่ ฝาบางเกลียวเล็ก
4. เกลียวที่มี TAPER มาก จะเปิดได้ง่ายคือ จำนวนรอบการหมุนน้อย แต่ข้เสียคือเกิดเกลียวรูดได้ง่าย
5. เกลียวขวดจะขาดเป็นบางช่วง เพื่อความสะดวกในการถอด MOLD
6. ระยะ PITCH ของเกลียวขวด และเกลียวฝาจะต้องเท่ากัน
7. มุมเอียงของเกลียวขวด และเกลียวฝา จะเป็นมุมกลับกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. การใช้ฝาเกลียวกับขวดที่มีรูปร่างลักษณะไม่เป็นทรงกรกะบอก หรือก้นขวดไม่เป็นทรงกลม จะต้องออกแบบ " ตัวหยุดการหมุน" เพื่อให้ด้านหน้าของฝาหมุนมาหยุดพอดีกับด้านหน้าของฝาขวด
9. ขวดที่มีรูปร่างเป็นวงรี หรือรูปร่างอื่นๆที่ไม่ใช่ทรงกระบอก มักจะใช้ฝาแบบ SNAP TOP มากกว่า เพราะสามารถทำให้ฝาตรงกับด้านที่ต้องการได้
10. ผลิตภัณของเหลวใส มักนิยมใช้ฝาเกลียวมากกว่าฝา FLIP TOP เพราะป้องกันการระเหยได้ดีกว่า
11. ฝา PLIP TOP ที่มีรู ORIFICE เล็ก จะใช้กับของเหลวที่ไม่ข้นมาก ถ้าของเลหวงวที่ข้นมากจะเลือกใช้รู ORIFICE ขนาดใหญ่
12. รูปร่างขวดที่เป็น CURVE ส่วนมากจะทำได้ดี แต่มุมแหลมมักจะทำไม่ค่อยได้ จะต้องมีรัศมี (R.) เล็กน้อย
13. ขวดที่มีรูปร่างแบน (FLAT) เมื่อเป่าเสร็จแล้ว ตอน SET ตัว อาจเกิดโค้งเว้าเข้าได้ ดังนั้นในการออกแบบควรให้รัศมี R. เล็กน้อย (โค้งออก) ในบริเวณที่ต้องการให้เป็นพื้นแบนราบ
14. การออกแบบในหริเวณใหล่ขวด ควรออกแบบให้มี TAPER ไม่ควรให้แบน เพื่อช่วยในการรับน้ำหนักเมื่อเกิดการซ้อนทับกัน
15. ก้นขวดควรจะเว้าขึ้นเล็กน้อย ประมาณ 1-1.5 mm. เพื่อการวางที่ดีกว่าก้นขวดแบบแบนราบเมื่อวางลงบนพื้นขรุขระ
16. ความหนาของก้นขวดจะหนากว่าผนังขวดเล็กน้อย
17. ความหนาของผนังขวด (WALL THICKNESS) โดยปกติประมาณ 0.8 mm. ถ้าขวดเล็กมากจะหนาประมาณ 0.5 mm. ถ้าขวดใหญ่มากจะหนาประมาณ 1-1.2 mm.
18. ฝาทรงกลมไม่ควรฉีดพลาสติค 1 ชั้น เพราะจะทำให้เกิดรอบ SINK MASK บนเนื้อพลาสติคได้ ควรจะออกแบบแยกเป็น 2 ชิ้น แล้วจึงนำมาประกอบกันทีหลัง
19. การคิดเรื่องความหนาของขวดอาจจะคิดเป็น น้ำหนักของพลาสติค เป็นกรัม / ปริมาตรบรรจุเป็นลิตร,cc.
20. รูปร่างของขวดแก้ว จะทำเป็นเส้น-ร่อง คมชัด ไม่ค่อยได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิเคราะห์ข้อดี และข้อเสีย ของวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์

วัสดุ	ข้อดี	ข้อเสีย
แก้ว	- มีความทนต่อสารเคมีดีมาก - ป้องกันการซึมผ่านของสารต่างๆได้ดี - จุดหลอมเหลวสูง เป็นฉนวนความร้อนที่ดี	- แตกได้ง่าย ต้องอาศัยความระมัดระวังสูง - มีน้ำหนักมาก สิ้นเปลืองค่าขนส่ง - ราคาค่อนข้างสูง และหาซื้อได้ยากขึ้นทุกวัน
พลาสติก	- น้ำหนักเบา ไม่แตกหักง่าย สะดวกในการขนส่ง - ผลิตได้ง่าย และจำนวนมาก - สามารถผลิตได้หลากหลายรูปแบบ	- ต้องมีการเติมสารเสริมเพื่อสร้างคุณสมบัติของภาชนะบรรจุ
โลหะ	- มีความทนทานสูง - ป้องกันการซึมของผ่านสารได้ดี	- ผุกร่อน - อาจปลดปล่อยสารที่เป็นอันตรายได้

ฝา (Closer) และการปิดผนึกที่นิยมใช้ใน

ภาชนะบรรจุทุกชนิดจะต้องมีการปิดโดยวิธีใดที่เหมาะสม ซึ่งจะขึ้นกับวัสดุที่ใช้ทำภาชนะบรรจุ ชนิดของภาชนะ ผลิตภัณฑ์ที่บรรจุภายใน และวัตถุประสงค์ปิดภาชนะบรรจุ

- ป้องกันการระเหยของสารที่ระเหยได้ในผลิตภัณฑ์นั้น
- ป้องกันสิ่งปนเปื้อนต่างๆจากภายนอก เช่น ฝุ่นละออง เชื้อจุลินทรีย์และแมลง
- ป้องกันการเสื่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์เนื่องจากสิ่งแวดล้อม เช่น ความชื้น ออกซิเจน คาร์บอนไดออกไซด์
- ลดอิทธิพลของการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม เช่น การเปลี่ยนแปลงความชื้นสัมพันธ์ อุณหภูมิ และความดัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีการปิดภาชนะบรรจุ 3

การปิดภาชนะบรรจุแบ่งได้เป็น 2 วิธี ดังนี้

1.การปิดแบบเปิดใช้ได้ครั้งเดียว การปิดแบบนี้จะใช้กับภาชนะบรรจุที่บรรจุผลิตภัณฑ์สำหรับการใช้ให้หมดภายในครั้งเดียว ได้แก่

1. การพับทบ (Folding) จะใช้กับวัสดุพวกกระดาษและฟิล์มเซลลูโลส โดยใช้กาวเป็นตัวผนึกให้ติดกัน วีนี้ไม่ค่อยใช้ในการบรรจุเพราะคุณสมบัติในการป้องกันผลิตภัณฑ์จากสิ่งแวดล้อมมีน้อย

2. การหลอม (Fusion) จะใช้กับวัสดุที่สามารถหลอมให้ติดกันได้ด้วยความร้อน เช่น แก้ว และเทอร์โมพลาสติกบางชนิด สำหรับภาชนะแก้วที่ปิดผนึกวิธีนี้ คือ แอมพูล ที่บรรจุยาฉีด ส่วนเทอร์โมพลาสติกได้แก่ PE PP PVC เป็นต้น อุณหภูมิที่ใช้ในการหลอมให้ติดกันก็แล้วแต่ชนิดของพลาสติก

2. การปิดแบบเปิดใช้ได้หลายครั้ง การปิดแบบนี้จะทำได้โดยการใช้เครื่องปิดชนิดต่างๆ ซึ่งเป็นชิ้นส่วนที่แยกออกจากภาชนะบรรจุได้ สามารถปิด-เปิดได้ง่าย และเมื่อเปิดแล้วจะต้องปิดได้สนิทเหมือนเดิม

ประเภทของเครื่องปิด

1.เครื่องปิดประเภทจุก (Plug Type Closures)

เครื่องปิดประเภทนี้ใช้กันมานานแล้ว โดยมากจะทำเป็นรูปกรวยใช้สวมดันเข้าไปในปากภาชนะ บางทีเรียกว่า "Bung Closures" วัสดุที่ใช้ทำจะต้องมีความยืดหยุ่นพอสมควรเพื่อให้ปิดได้แนบสนิทกับปากขวด เช่น

- ไม้คอร์ก
- ยาง เป็นวัสดุที่ดีสำหรับทำเป็นจุก แต่ไม่เหมาะสำหรับภาชนะที่บรรจุพวกน้ำมันและตัวทำละลายเพราะจุกยางจะพองตัวได้ และไม่เหมาะสำหรับภาชนะที่บรรจุสารหล่อลื่นเพราะจุกจะลื่นหลุดได้ง่าย
- พลาสติก เช่น PE มักจะทำให้มีส่วนยื่นออกมาด้านล่างสำหรับป้องกันการเคลื่อนไหวของเม็ดยา และบางทีตรงที่ยื่นออกมานี้จะทำเป็นที่บรรจุสารดูดความชื้นด้วย
- แก้วมีราคาแพงจึงไม่เหมาะกับการบรรจุทั่วๆไป

2. เครื่องปิดประเภทฝา (Cap Closures)

เครื่องปิดประเภทนี้ใช้กันมากในการบรรจุมี 2 แบบ คือ

1.1 ฝากด (Push-on หรือ Snap-on Closures) เป็นฝาใช้สำหรับภาชนะรูปหลอดทรงกระบอก วัสดุที่ใช้ทำโดยมากเป็น PE เพราะมีความยืดหยุ่นและบิดโค้งงอได้ดี ทำให้เปิดปิด ได้ง่าย และแนบสนิทกับขอบของปากภาชนะได้ดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 ฝาเกลียว (Screw หรือ Threaded Closures) เป็นฝาแบบที่นิยมใช้กันมากที่สุดสำหรับการบรรจุ ลักษณะของฝาจะเป็นเกลียวที่หมุนเข้าได้กับเกลียวที่ปากขวด วัสดุที่ใช้ทำฝาเกลียวมีมากมายหลายอย่าง เช่น โลหะพวกอะลูมิเนียม และเหล็กเคลือบดีบุก พลาสติกทั้ง PS, PE PP เป็นต้น

ฝาเกลียวถ้าจะให้ปิดได้แนบสนิทกับปากขวด จะต้องมีแผ่นรองใต้ฝา (Wads) ซึ่งทำจาก วัสดุที่มีความยืดหยุ่นได้ดีพอสมควร เวลาปิดแน่นกับปากขวดจะถูกกดให้แนบมีรูปร่างแบบเดียวกับขอบปากขวดและเมื่อเปิดฝาออกจะสามารถขยายตัวกลับสู่ลักษณะเดิมได้ แผ่นรองใต้ฝานี้มักจะติดได้กับใต้ฝาใช้กาวจำพวก ลาเท็กซ์ วัสดุที่ใช้ทำแผ่นรองใต้ฝา ได้แก่ กระดาษ ไม้ คอร์ก ยาง หรือ แผ่นเทอร์โมพลาสติกบางชนิดก็ได้

การบรรจุที่มีเครื่องบ่งชี้ถึงการลักลอบเปิด (Tamper-evident Packaging)

ลักษณะของภาชนะบรรจุปิบห่อที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาของสหรัฐอเมริการะบุว่าเป็นภาชนะที่มีเครื่องบ่งชี้ถึงการลักลอบเปิด ได้แก่

1. การห่อด้วยฟิล์ม (Film Wrappers)

ฟิล์มที่ใช้ห่อควรใส มีความเหนียว และปิดผนึกด้วยความร้อนได้ และมีการออกแบบหรือพิมพ์ข้อความเฉพาะของผลิตภัณฑ์ ถ้าจะเอาผลิตภัณฑ์ออกมาจะต้องตัดหรือฉีกฟิล์มนี้ออก การห่อด้วยฟิล์มทำได้หลายแบบ ได้แก่

- การห่อแบบพับส่วนปลาย (End-folded Wrapper)
- การห่อแบบผนึกเป็นครีบ (Fin Seal Wrapper)
- การห่อแบบฟิล์มหด (Shrink Wrapper) เป็นที่นิยมมากที่สุดเพราะใช้เครื่องมือง่ายๆและราคาถูก

2. การบรรจุแบบบิลสเตอร์ (Blister Package)

3. การบรรจุแบบสตริป (Strip Package)

4. การบรรจุแบบบับเบิ้ล (Bubble Package)

เป็นการบรรจุผลิตภัณฑ์และภาชนะบรรจุไว้ตรงกลางวัสดุที่นำมาอัดขึ้นรูปเป็นกระเปา มีแผ่นปะด้านหลังเป็นวัสดุแข็ง เช่น กระดาษแข็ง

5. การผนึกด้วยฟิล์มหดหรือแถบหด (Shrink Seals and Bands)

ใช้ฟิล์มพลาสติกหด ส่วนมากเป็น PVC มีการพิมพ์สัญลักษณ์แล้วตัดเป็นท่อน สวมหุ้มฝาปิดก่อนผ่านความร้อน

6. ถุงปิดผนึก (Pouches) วัสดุที่ใช้มักเป็นลามิเนตที่ด้านในจะต้องปิดผนึกด้วยความร้อน

7. ขวดปิดผนึก (Bottle Seals) ใช้แผ่นวัสดุปิดผนึกกับขอบของปากขวด ส่วนมากเป็น กระดาษไข หรือ ลามิเนตของอะลูมิเนียมฟอยล์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. แถบปิดผนึก (Tape Seals) ใช้เทปกาวหรือเทปที่ปิดด้วยแรงกด (Pressure-sensitive Tape) ปิดรอบครอบฝาปิดของภาชนะ ส่วนมากใช้กับการปิดผนึกกล่องกระดาษ

9. ฝาบิดขาด (Breakable Caps) เช่นฝาเกลียวรีดบิดขาด (Roll-on Pilfer-proof) ที่ทำจากอะลูมิเนียม หรือพลาสติกที่ต้องดึงแถบพลาสติกที่เชื่อมฝากับส่วนที่ยึดตัวภาชนะออกจึงจะเปิดฝาได้

10. หลอดปิดผนึก (Sealed Tubes) หลอดบีบที่บรรจุจะต้องปิดทั้งสองด้าน ด้านปากหลอดจะมีเยื่อบางๆของอะลูมิเนียมหนา 3-5 มม. ปิดอยู่

11. ภาชนะแอโรโซล (Aerosol Containers) เป็นภาชนะที่ป้องกันการลักลอบเปิดด้วยลักษณะของภาชนะเอง

12. กล่องปิดผนึก (Sealed Cartons) เป็นการปิดผนึกกล่องชั้นนอกด้วยกาวหรือสิ่งอื่นที่จะต้องทำลายก่อนเปิดออก

สี การพิมพ์ การตกแต่ง และการปิดฉลาด

สี

สี หมายถึง ลักษณะความเข้มของแสงที่ปรากฏแก่ตา สีเป็นส่วนที่สำคัญโดยเฉพาะสินค้าที่เกี่ยวกับเด็ก ในแง่ของการมีส่วนช่วยสร้างอารมณ์และเร้าความสนใจได้อย่างดี สีนับเป็นสิ่งที่สำคัญมาก เด็กมักจะเลือกสิ่งของที่มีสีสันสวยๆ มีภาพประกอบที่เต็มไปด้วยสีสันมากกว่าภาพขาวดำ

การใช้สีกับผลิตภัณฑ์ ควรคำนึงถึงอิทธิพลของสีต่อความรู้สึก และเลือกใช้ให้ถูกต้องเหมาะสมด้วย คำนึงถึงภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือสำหรับผู้ซื้ออีกด้วย นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงการใช้สีของผลิตภัณฑ์คู่แข่งอีกด้วย

สีอาจแบ่งเป็น 2 วรรณะ คือ วรรณะอุ่น และวรรณะเย็น

สีวรรณะอุ่น : ให้ความรู้สึกตื่นเต้น คึกคัก ร่าเริง เร่งเร้า กระฉับกระเฉง และมีชีวิตชีวา ทำให้ดูใกล้กว่าสีอื่น สีในวรรณะอุ่นมีหลากหลาย เช่น

สีแดง - เร้าประสาท กระตุ้นการเคลื่อนไหว

สีส้ม - ร้อน โกรธ

สีส้มเหลือง - อบอุ่น มีชีวิตจิตใจ

สีวรรณะเย็น : ให้ความรู้สึกสงบ เยือกเย็น สวย ทำให้ดูไกลกว่าสีวรรณะอุ่น สีในวรรณะเย็นก็มีหลากหลาย เช่น

สีเหลืองเขียว - ความยินดี ร่าเริง

สีเขียว - สงบ พักผ่อน

สีน้ำเงิน - เงียบ มีน้ำใจ และความเยือกเย็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สีน้ำเงินเขียว - มืด เงียบขรึม

สีฟ้า - สงบ เย็น หมายถึง น้ำ ความร่มเย็น หรือฤดูหนาว

สีม่วงและสีเหลือง เป็นสีที่เข้าได้ทั้งสองวรรณะ ถือเป็นสีตัวกลาง ให้ความรู้สึกดังนี้

สีม่วง - โออ่า ร่ำรวย สูงส่ง และยศศักดิ์

สีเหลือง - สนุกสนาน ร่าเริง

เครื่องพิมพ์

ทำหน้านี้ถ่ายน้ำหมึกเหลวลงตัวรับหมึก (Substrate) ตามตำแหน่ง (Image Area) และแบบ (Pattern) ที่ต้องการ ระบบการพิมพ์มีอยู่หลายประเภท แต่ทว่าระบบการพิมพ์กว่า 80 % ที่ใช้กับบรรจุภัณฑ์จะมี 4 ประเภท ดังนี้

1. แบบถ่ายผ่าน (Relif) ระบบการพิมพ์ประเภทนี้ อาจเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า ระบบการพิมพ์พื้นนูน ได้แก่ แบบเฟลกโซกราฟี (Flexography) แบบเลตเตอร์เพรส ซึ่งเป็นการพิมพ์โดยตรง (Direct Printing)

2. แบบแบนราบ (Plano Graphic) ที่นิยมใช้ ได้แก่ ระบบลิโธกราฟี (Lithography) หรือ แบบออฟเซ็ตลิโธกราฟี (Offset Lithography)

3. แบบโรโตกราวัวร์ (Rotogravure) หรือที่เรียกว่าแบบย่อว่า กราวัวร์

4. แบบไร้สัมผัส (Non-Contact) หรือแบบไม่ใช้ระบบการกดพิมพ์ เป็นระบบใหม่ที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในระยะ 10 ปีที่ผ่านมา เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์

ระบบการพิมพ์แต่ละแบบดังกล่าวนี้จะแตกต่างกันในแง่ของคุณลักษณะหมึก การส่งผ่านหมึก และการทำให้ติดบนสิ่งพิมพ์ อย่างไรก็ตามระบบการพิมพ์ทั้งหมดยกเว้นแบบไร้สัมผัสจะต้องใช้ตัวกลางในการส่งผ่านหมึก ที่เรียกว่า โมลแม่พิมพ์ซึ่งมีเพลท (Plate) ติดอยู่

นอกจากการแบ่งด้วยระบบการพิมพ์ดังกล่าว เครื่องพิมพ์ยังสามารถแบ่งตามวิธีการป้อน แบบเป็นแผ่น ป้อนเป็นม้วน โดยปกติเครื่องพิมพ์ที่ป้อนเป็นม้วนจะใช้กับกระดาษที่ยืดตัวได้ง่าย เช่น กระดาษหนังสือพิมพ์ เป็นต้น ในกรณีที่แปรรูปวัสดุบรรจุภัณฑ์สำหรับเครื่องบรรจุ Form-Fill-Seal มักจะใช้วัสดุที่เป็นม้วน เพราะตัวเครื่องจทำการขึ้นรูปเอง ดังนั้นวัสดุจึงต้องพิมพ์ส่งเป็นม้วน และมีจุดหรือเส้นดำหนาประมาณครึ่งเซนติเมตรไว้ให้ตาแมว (Photoelectric cell) ของเครื่องคอยจับจุดรวมฉาก (Registration) เพื่อให้ขึ้นรูปได้ขนาดแต่ละถุงตามต้องการ

การเลือกระบบการพิมพ์ขึ้นกับปัจจัยหลายๆประการ แต่ปัจจัยที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

1. ปริมาณของงานพิมพ์ : จำนวนสีที่พิมพ์ต่อหน่วยพื้นที่ (Impression Work) และความละเอียดของงานพิมพ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. งานที่ออกแบบ : กราฟิกที่ออกแบบบนบรรจุภัณฑ์อาจเป็นลายเส้น งานพิมพ์หลายสี ความแววับของงานพิมพ์ จะเลือกใช้ระบบที่แตกต่างกัน

3. สิ่งพิมพ์ (Substrate) : วัสดุที่ใช้แปรรูปเป็นบรรจุภัณฑ์และใช้พิมพ์งานได้แก่ กระดาษ พลาสติก โลหะ และแก้ว การเลือกใช้วัสดุที่แตกต่างกันจะได้คุณภาพการพิมพ์ที่แตกต่างกัน

4. รูปทรงสิ่งที่พิมพ์ : เป็นม้วน หรือแผ่นก็ได้ ตัวบรรจุภัณฑ์ที่จะพิมพ์อาจจะเป็นรูปทรงกลม หรือไม่เป็นรูปทรงเรขาคณิตใดๆเลย

5. ความต้องการคุณสมบัติพิเศษอื่นๆ เช่น ป้องกันน้ำ ป้องกันสารเคมี หรือเป็นฉนวนความร้อน เป็นต้น

เครื่องปิดฉลาก

เครื่องปิดฉลากสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ ดังต่อไปนี้

1. <u>เครื่องปิดฉลากแบบทากาวแล้วกลิ้งติด</u> : ในกรณีบรรจุภัณฑ์เป็นทรงกลม เช่น กระป๋อง กระปุกจะใช้ความเป็นทรงกลมให้เป็นประโยชน์ โดยให้บรรจุภัณฑ์กลิ้งไปตามราง เมื่อกลิ้งไปทากาว ก็จะกลิ้งผ่านฉลาก เพื่อนำฉลากขึ้นมาติดบนบรรจุภัณฑ์ด้วย
2. <u>เครื่องปิดฉลากแบบทากาวที่ฉลากแล้วส่งผ่านไปติด</u> : เครื่องปิดฉลากบนส่วนหน้า หรือส่วนหลังของบรรจุภัณฑ์ จำพวกขวดแก้วหรือพลาสติก มีหลักการทำงานคือ ฉลากจะถูกทากาวด้วยลูกกลิ้งก่อน แล้วจึงนำฉลากมาติดบนภาชนะในตำแหน่งที่ต้องการ

<u>เครื่องปิดฉลากสติ๊กเกอร์</u> : เครื่องปิดฉลากที่มีกาวในตัว แม้ว่าตัวฉลากจะมีราคาค่อนข้างแพง แต่มีความสะดวกในการใช้งาน ไม่ว่าจะติดด้วยมือใช้เครื่องจักร ในกรณีใช้เครื่องจักรแรกจะพิมพ์มาเป็นม้วน เว้นช่วงระยะเท่าๆกัน เนื่องจากความหนาแน่นและความเหนียวของตัวฉลาก กับตัวแผ่นกระดาษที่ปะอยู่ข้างหลัง เมื่อแผ่นกระดาษหมุนกลับทิศ 180 องศา จะปล่อยให้ฉลากเผยออก แล้วนำไปติดบนบรรจุภัณฑ์ด้วยลูกกลิ้งติดกาว เครื่องจักรติดฉลากประเภทนี้มีราคาไม่สูงนัก และสามารถทำงานได้อย่างสะดวก นอกจากนี้ความเร็วในการติดฉลากยังสามารถทำได้สูงถึงหลายร้อยขวดต่อนาที

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อกำหนดด้านกฎหมาย

ประกาศคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

เรื่อง ข้อความที่พึงแสดงในฉลาก

ด้วยปรากฏว่า สินค้าที่เสนอขายต่อประชาชนทั่วไปนั้น ถ้าเป็นสินค้าที่มีฉลากแสดงมักใช้ข้อความซึ่งไม่ตรงกับความเป็นจริง หรือเกินความจริง หรือก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในแหล่งกำเนิดของสินค้าหรือใช้ข้อความที่ผู้บริโภคทั่วไปไม่อาจเข้าใจได้ว่าเป็นสินค้าที่นำไปใช้เพื่อประโยชน์อย่างใด เป็นต้น ดังนั้นเพื่อให้ผู้บริโภคทราบข้อความเกี่ยวกับสินค้าโดยถูกต้องและเพียงพอ ในการเลือกหาสินค้าได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าตลอดจนสามารถเรียกร้องค่าเสียหาย ในกรณีที่สินค้ามีคุณภาพหรือปริมาณไม่ตรงกับการโฆษณาหรือบอกกล่าวของผู้ขายได้ ในการนี้สมควรกำหนดข้อความที่ควรมีและไม่มีฉลากเพื่อประโยชน์แก่ผู้บริโภค จึงออกประกาศดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ในฉลากควรมีข้อความดังต่อไปนี้

1.1 ชื่อหรือเครื่องหมายการค้าของผู้ผลิต

1.2 สถานที่ผลิต ในกรณีที่เป็นสินค้านำเข้ามาในราชอาณาจักรควรระบุชื่อและที่อยู่ของผู้นำเข้าด้วย

1.3 ข้อความที่แสดงให้ทราบว่าสินค้านั้นคืออะไร มีหรือใช้ประโยชน์อย่างใดตามที่เป็นจริง

1.4 วัน เดือน ปี ที่ผลิต และวัน เดือน ปี ที่หมดอายุ ถ้ามี

1.5 ปริมาณสุทธิตามกฎหมาย ว่าด้วยมาตราชั่ง ตวง วัด

1.6 ส่วนประกอบสินค้า

1.7 วิธีใช้

1.8 วิธีเก็บรักษา

1.9 ข้อควรระวังหรือคำเตือน และวิธีป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นได้จากสินค้า ถ้ามี

1.10 ราคา

ข้อ 2 ในฉลากไม่ควรมีข้อความดังต่อไปนี้

2.1 ชื่อหรือเครื่องหมายการค้าของผู้อื่นโดยที่ผู้ประกอบธุรกิจไม่มีสิทธิใช้

2.2 เครื่องหมายผลิตภัณฑ์อุสาหกรรมของต่างประเทศที่ผู้ประกอบธุรกิจไม่มีสิทธิใช้

2.3 ธงชาติ ตวงตรา เครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ของต่างประเทศหรือองค์กรระหว่างประเทศ หรือทำเครื่องหมายอื่นใดที่มีลักษณะคล้ายกับเครื่องหมายดังกล่าว

2.4 ข้อความอื่นที่อาจทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดในแหล่งกำเนิด หรือคุณภาพของสินค้า

ข้อ 3 สินค้าใด ซึ่งทำหรือผลิตในประเทศ ผู้ประกอบธุรกิจควรแสดงชื่อประเทศซึ่งเป็นแหล่งกำเนิดของสินค้านั้นไว้ด้วย

ข้อ 4 สินค้าใดที่มีส่วนประกอบที่ทำหรือผลิตในหลายประเทศ ถ้าส่วนประกอบที่ทำหรือผลิตในประเทศเป็นสาระสำคัญของสินค้าประเภทนั้น ควรแสดงชื่อไว้ด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ 5 ในการแสดงข้อความตาม ข้อ 1 ข้อ 3 และ ข้อ 4 ควรปฏิบัติดังนี้

5.1 แสดงเป็นภาษาไทยให้ดูง่ายและชัดเจน

5.2 ใช้สำนวนภาษาที่ผู้บริโภคทั่วไปสามารถเข้าใจได้ หากใช้ข้อความที่เป็นภาษาต่างประเทศ ควรมีภาษาไทยกำกับหรือมีคำอธิบายเป็นภาษาไทยด้วย

ข้อ 6 ความในข้อ 1.5 ข้อ 1.6 ข้อ 1.7 ข้อ 1.8 ข้อ 1.9 ข้อ 3 และ ข้อ 4 ถ้าไม่สามารถแสดงในฉลากได้หมดก็ควรแสดงในเอกสารหรือคู่มือสำหรับใช้ประกอบสินค้านั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุสาหกรรม

ยาขัดรองเท้า

มอก. 1218-2537

เนื่องจากยาขัดรองเท้าเป็นเครื่องอุปโภคที่จำเป็นสำหรับการรักษาผลิตภัณฑ์จากหนัง โดยเฉพาะอย่างยิ่งรองเท้าหนังเพื่อให้มีความนุ่ม คงทนและสวยงาม ดังนั้นเพื่อเป็นการส่งเสริมอุตสาหกรรมประเภทนี้ สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมจึงกำหนดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมยาขัดรองเท้าขึ้น

เนื่องด้วยวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นการศึกษาทางด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นหลัก จึงขอยกข้ออ้างอิงเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์มาดังนี้

บทนิยาม

ความหมายของคำที่ใช้ในมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุสาหกรรมนี้ มีดังต่อไปนี้

1. ยาขัดรองเท้าชนิดกึ่งแข็ง หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ประกอบด้วยไข และตัวทำละลาย เป็นอินทรีย์เป็นส่วนประกอบหลัก อาจมีสารให้สีและไม่ก็ได้
2. ยาขัดรองเท้าชนิดครีม หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ประกอบด้วยไข ตัวทำละลายอินทรีย์ น้ำ สบู่หรืออิมัลซิไฟเออร์ เป็นส่วนประกอบหลัก อาจมีสารให้สีหรือไม่ก็ได้

ชนิด

ยาขัดรองเท้าแบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ

1. ชนิดกึ่งแข็ง (paste)
2. ชนิดครีม (cream)

การบรรจุ

1. ให้บรรจุยาขัดรองเท้าในภาชนะที่สะอาด แห้ง และกันการรั่วซึมได้
2. น้ำหนักสุทธิของยาขัดรองเท้าในแต่ละภาชนะการบรรจุ ต้องไม่น้อยกว่าที่ระบุไว้ในฉลาก

เครื่องหมายและฉลาก

1. ที่ภาชนะบรรจุยาขัดรองเท้าทุกหน่วย อย่างน้อยต้องมีเลข ตัวอักษร หรือเครื่องหมาย แจ้งรายละเอียดต่อไปนี้ให้เห็นได้ง่าย ชัดเจน

(1) ชื่อผลิตภัณฑ์

(2) ชนิด

(3) น้ำหนักสุทธิ เป็นกรัม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(4) สีหรือสิ่งบ่งสี

(5) เดือน ปีที่ทำ หรือรหัสรุ่นที่ทำ

(6) วิธีใช้ (เฉพาะยาขัดรองเท้าชนิดกึ่งแข็ง และชนิดครีมที่ไม่บรรจุกล่อง)

(7) ชื่อผู้ทำหรือโรงงานที่ทำ หรือเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียน

2. ที่กล่องบรรจุยาขัดรองเท้าตามข้อ 1 ทุกหน่วย (ถ้ามี) อย่างน้อยต้องมีเลข อักษร หรือเครื่องหมายแจ้งรายละเอียดต่อไปนี้ให้เห็นได้ง่าย ชัดเจน

(1) ชื่อผลิตภัณฑ์

(2) ชนิด

(3) น้ำหนักสุทธิเป็นกรัม

(4) สี

(5) วิธีใช้

(6) ชื่อผู้ทำหรือโรงงานที่ทำ หรือเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียน

3. ในกรณีที่ภาษาต่างประเทศ ต้องมีความหมายตรงกับภาษาไทยที่กำหนดไว้ข้างต้น

4. ผู้ทำผลิตภัณฑ์อุสาหกรรมที่เป็นไปตามมาตรฐานนี้ จะแสดงเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนั้นได้ ต่อเมื่อได้รับอนุญาตจากคณะกรรมการมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุสาหกรรมแล้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

การพัฒนาการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

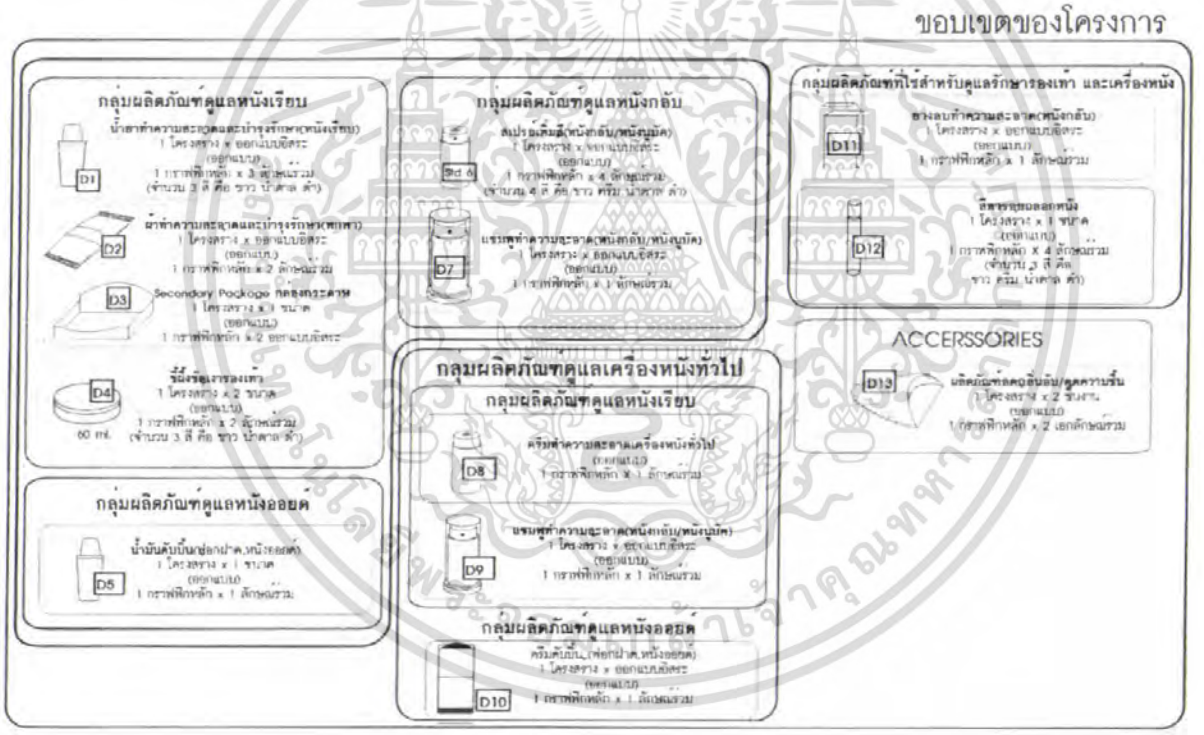
3. การพัฒนาการออกแบบ

3.1 เงื่อนไขความต้องการในการออกแบบ

จากการที่ได้ศึกษาข้อมูลต่างๆในบทที่ 2 และได้นำมาวิเคราะห์ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบแล้วนั้น จะสรุปข้อมูลในแต่ละส่วนที่มีผลต่อการออกแบบได้ดังนี้

3.1.1 เงื่อนไขด้านผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ในโครงการนี้โครงการนี้สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ คือ 1.กลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้า 2.กลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาเครื่องหนัง 3.ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง และความต้องการของผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 กลุ่มนี้คือต้องสื่อถึงความสะอาด สะดวก และรวดเร็ว เป็นพื้นฐาน



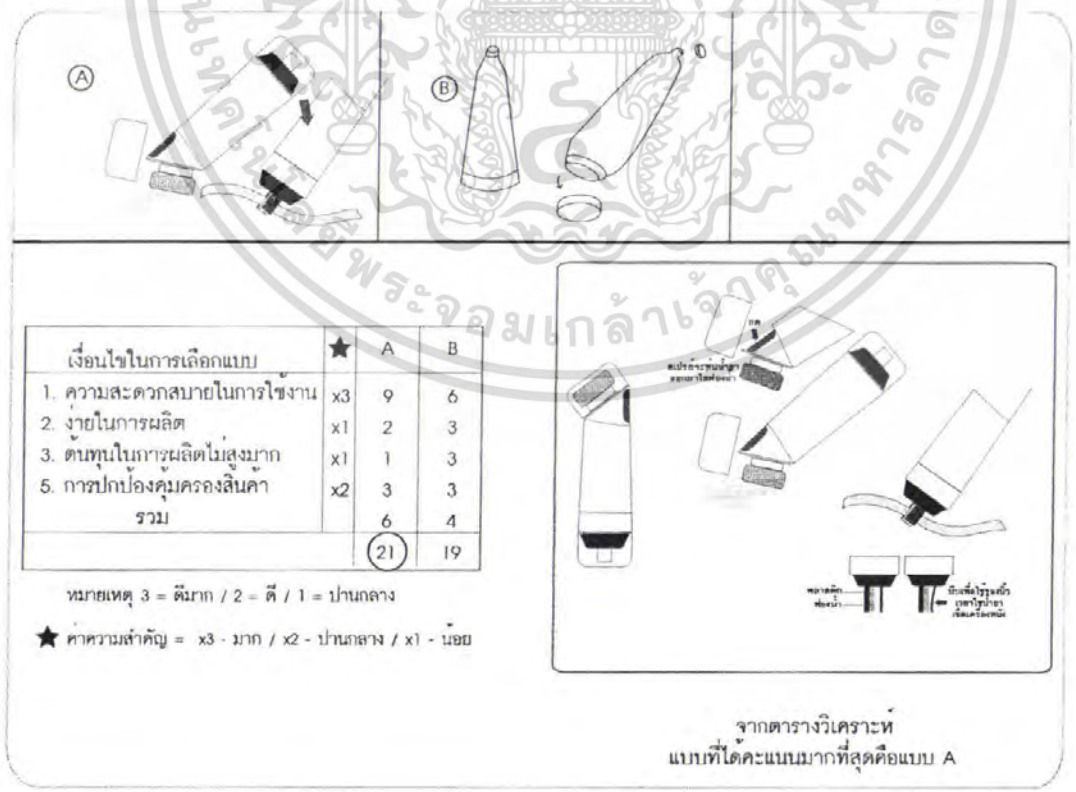
ภาพที่ 3.1 ขอบเขตของโครงการออกแบบ

ในภาพ 3.1 แสดงถึงขอบเขตของโครงการซึ่งบอกถึงประเภทของผลิตภัณฑ์ที่แบ่งการใช้งานตามประเภทของกลุ่มเครื่องหนัง และแบ่งย่อยออกตามชนิดของผลิตภัณฑ์ และตามประเภทชนิดของหนังภายในอีก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

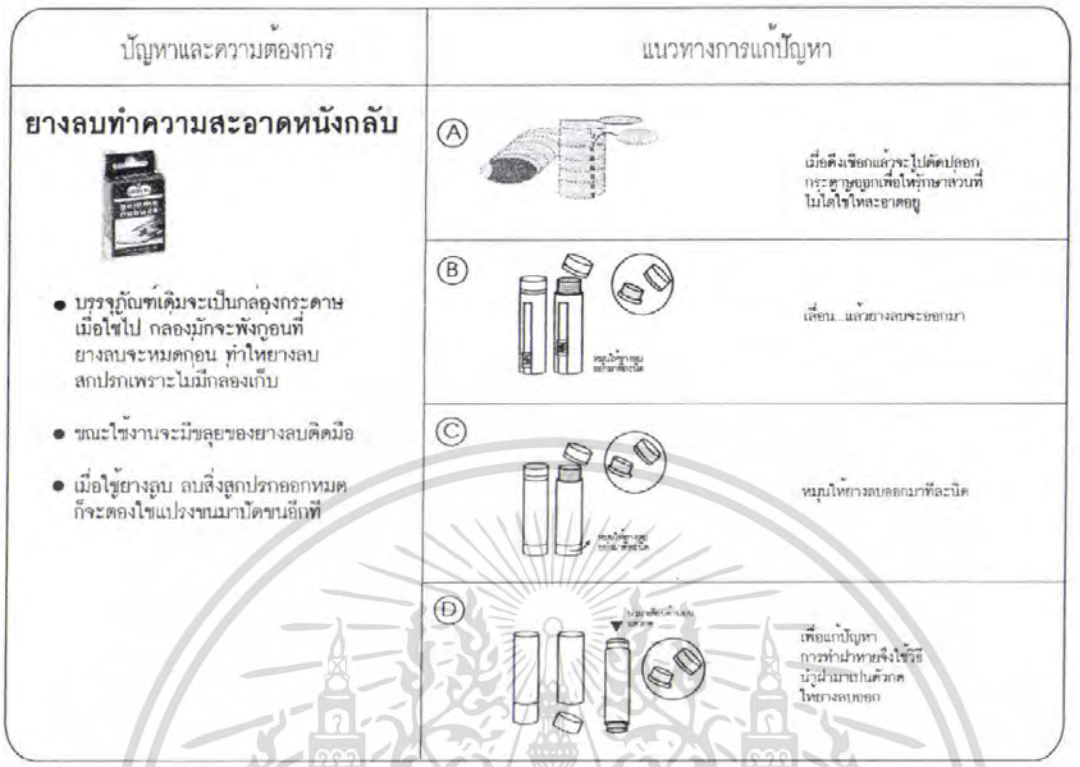
การออกแบบการใช้งานบรรจุภัณฑ์

ภาพที่ 3.2 แสดงปัญหาและความต้องการ แนวทางการออกแบบ ของน้ำยาทำความสะอาดและเคลือบเงา



ภาพที่ 3.3 แสดงตารางการเลือกแนวทางการออกแบบ ของน้ำยาทำความสะอาดและเคลือบเงา

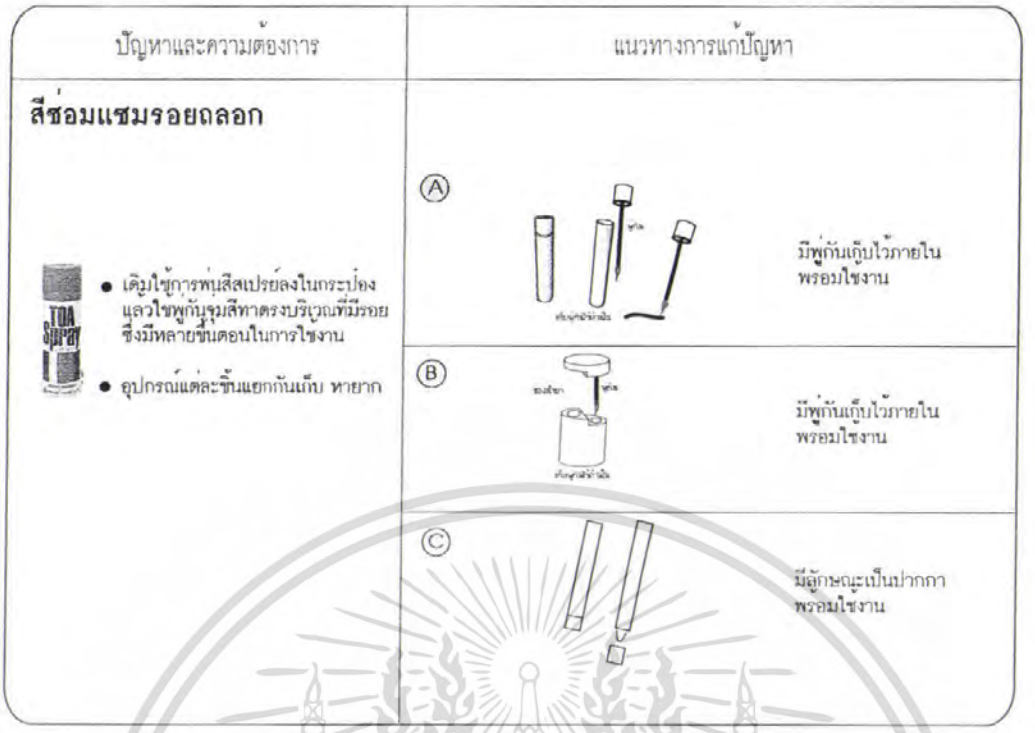
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



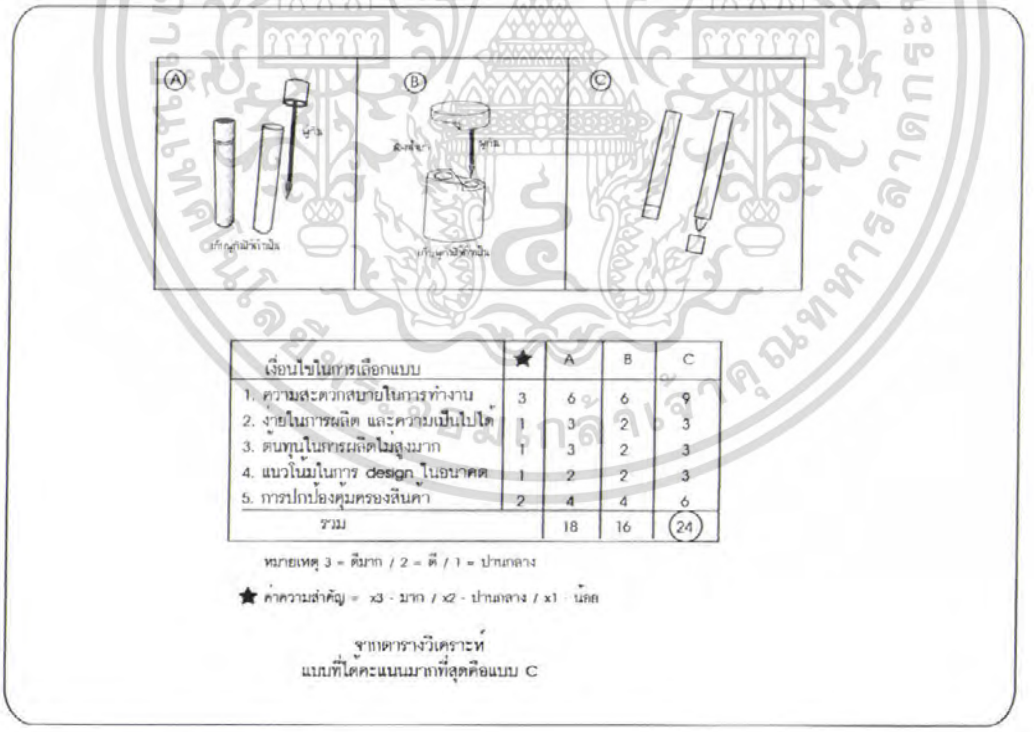
ภาพที่ 3.4 แสดงปัญหาและความต้องการ แนวทางการออกแบบ ของยางลบทำความสะอาดหนังกลับ

ภาพที่ 3.5 แสดงตารางการเลือกแนวทางการออกแบบ ของยางลบทำความสะอาดหนังกลับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.6 แสดงปัญหาและความต้องการ แนวทางการออกแบบของ สีซ่อมแซมรอยถลอก



เงื่อนไขในการเลือกแบบ	★	A	B	C
1. ความสะดวกสบายในการทำงาน	3	6	6	9
2. ง่ายในการผลิต และความเป็นไปได้	1	3	2	3
3. ต้นทุนในการผลิตไม่สูงมาก	1	3	2	3
4. แนวโน้มในการ design ในอนาคต	1	2	2	3
5. การปกป้องคุ้มครองสินค้า	2	4	4	6
รวม		18	16	(24)

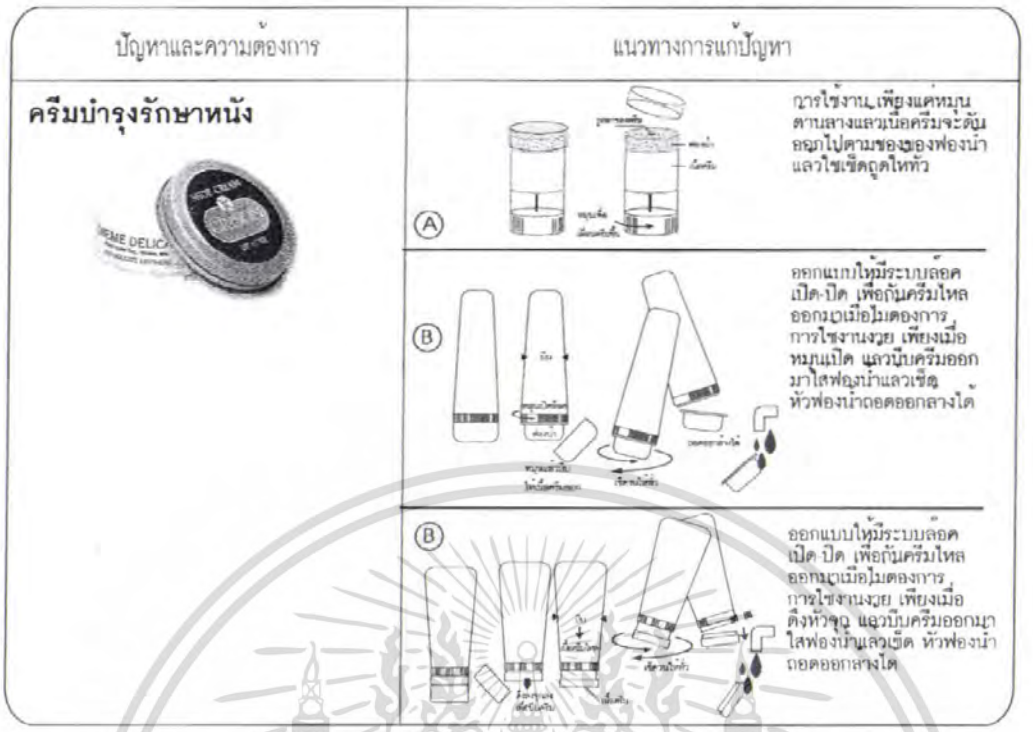
หมายเหตุ 3 = ดีมาก / 2 = ดี / 1 = ปานกลาง

★ ค่าความสำคัญ = x3 - มาก / x2 - ปานกลาง / x1 - น้อย

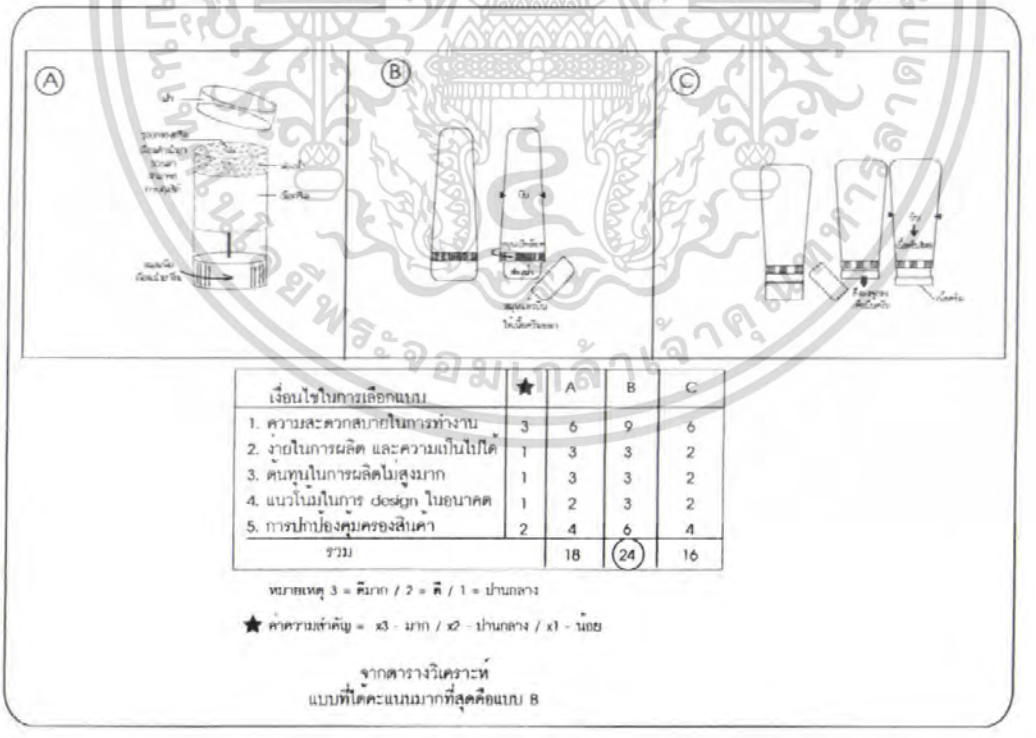
จากตารางวิเคราะห์
แบบที่ได้คะแนนมากที่สุดคือแบบ C

ภาพที่ 3.7 แสดงตารางการเลือกแนวทางการออกแบบของ สีซ่อมแซมรอยถลอก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.8 แสดงปัญหาและความต้องการ แนวทางการออกแบบของ ครีมบำรุงรักษาหนัง



เงื่อนไขในการเลือกแบบ	★	A	B	C
1. ความสะดวกสบายในการทำงาน	3	6	9	6
2. ง่ายในการผลิต และความเป็นไปได้	1	3	3	2
3. ต้นทุนในการผลิตไม่สูงมาก	1	3	3	2
4. แนวโน้มในการ design ในอนาคต	1	2	3	2
5. การปกป้องคุ้มครองสินค้า	2	4	6	4
รวม		18	(24)	16

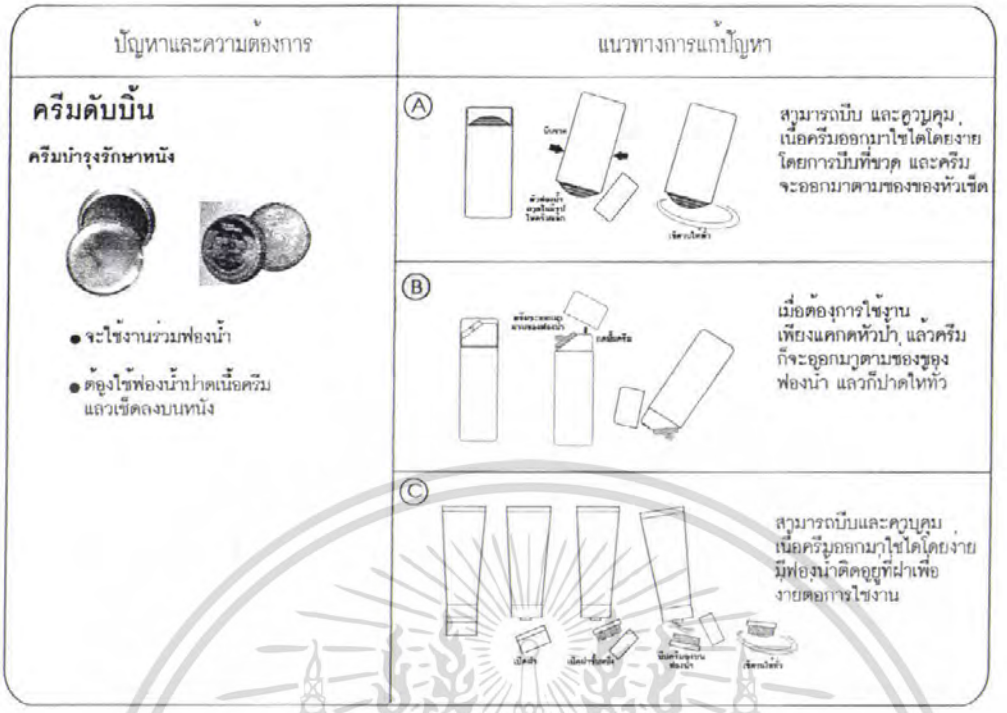
หมายเหตุ 3 = ดีมาก / 2 = ดี / 1 = ปานกลาง

★ ค่าความสำคัญ = x3 - มาก / x2 - ปานกลาง / x1 - น้อย

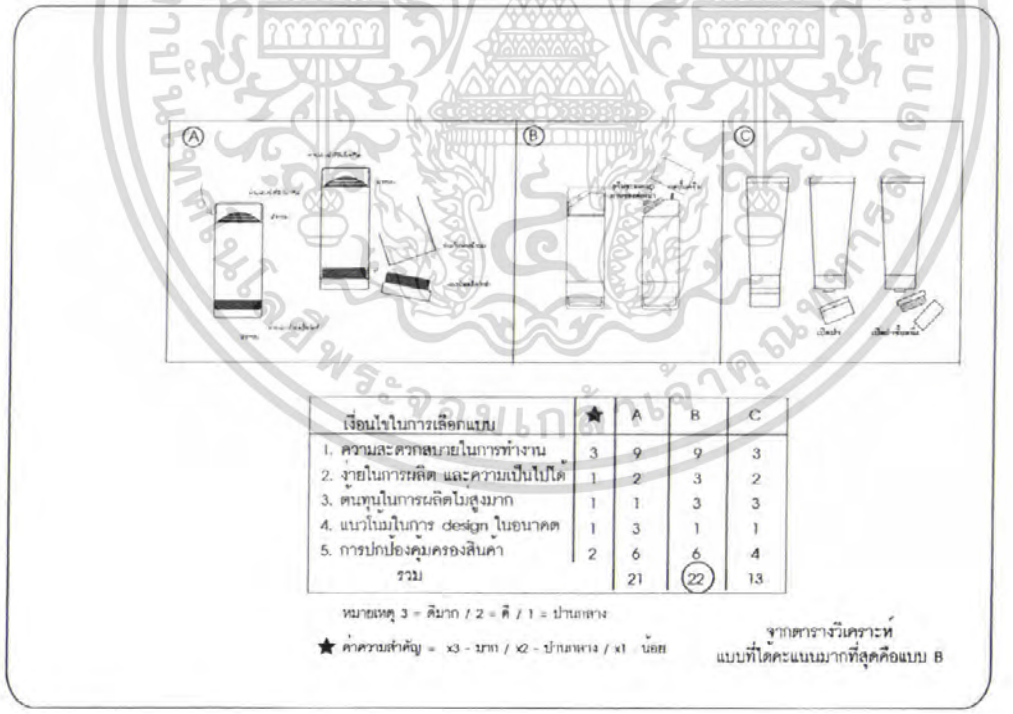
จากตารางวิเคราะห์
แบบที่ได้คะแนนมากที่สุดคือแบบ B

ภาพที่ 3.9 แสดงตารางการเลือกแนวทางการออกแบบของ ครีมบำรุงรักษาหนัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.10 แสดงปัญหาและความต้องการ แนวทางการออกแบบของ ครีมดับบิ้น



เงื่อนไขในการเลือกแบบ	★	A	B	C
1. ความสะดวกสบายในการทำงาน	3	9	9	3
2. ง่ายในการผลิต และความเป็นไปได้	1	2	3	2
3. ต้นทุนในการผลิตไม่สูงมาก	1	1	3	3
4. แนวโน้มในการ design ในอนาคต	1	3	1	1
5. การปกป้องคุ้มครองสินค้า	2	6	6	4
รวม		21	(22)	13

หมายเหตุ 3 = ดีมาก / 2 = ดี / 1 = ปานกลาง

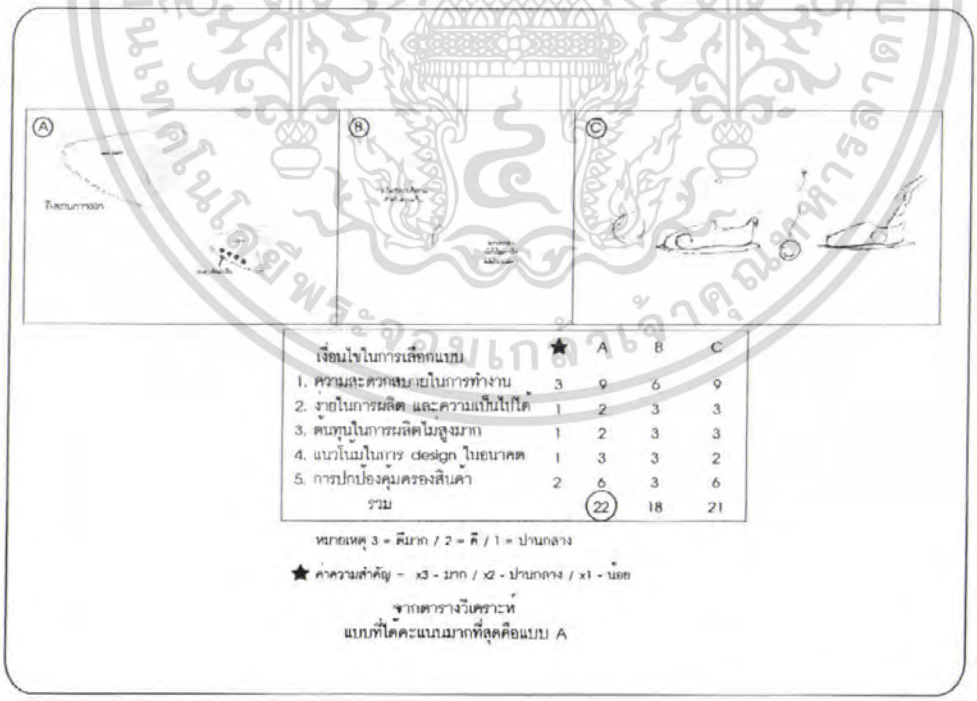
★ ค่าความสำคัญ = x3 - มาก / x2 - ปานกลาง / x1 - น้อย

จากตารางวิเคราะห์ แบบที่ได้คะแนนมากที่สุดคือแบบ B

ภาพที่ 3.11 แสดงตารางการเลือกแนวทางการออกแบบของ ครีมดับบิ้น

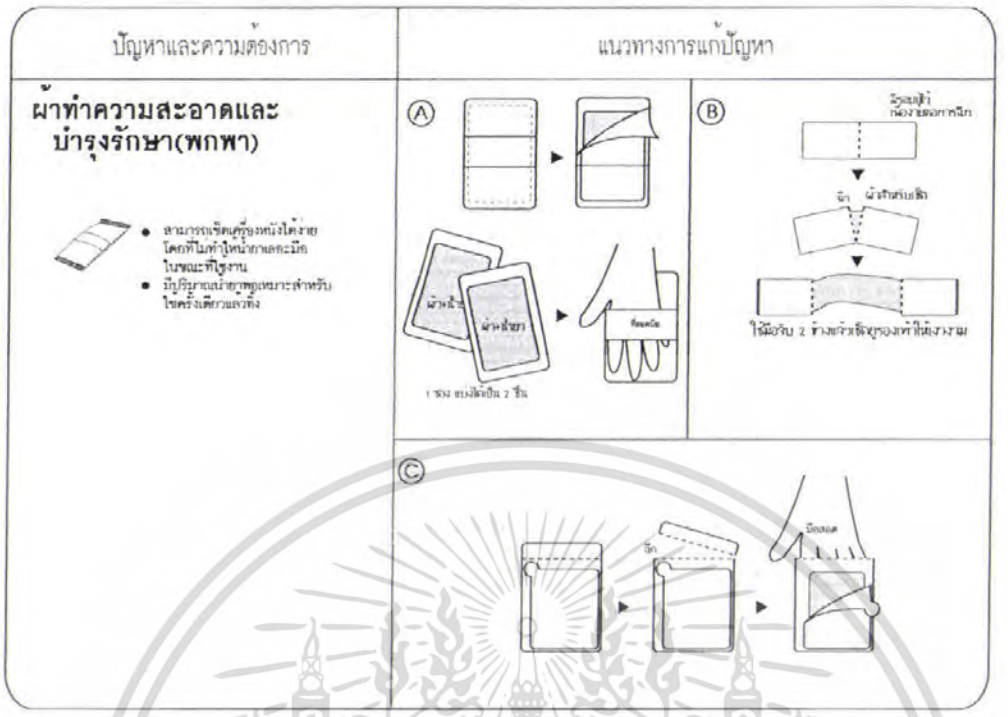
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.12 แสดงปัญหาและความต้องการ แนวทางการออกแบบของ ผลิตภัณฑ์ดูดกลิ่นอับ/ดูดความชื้น

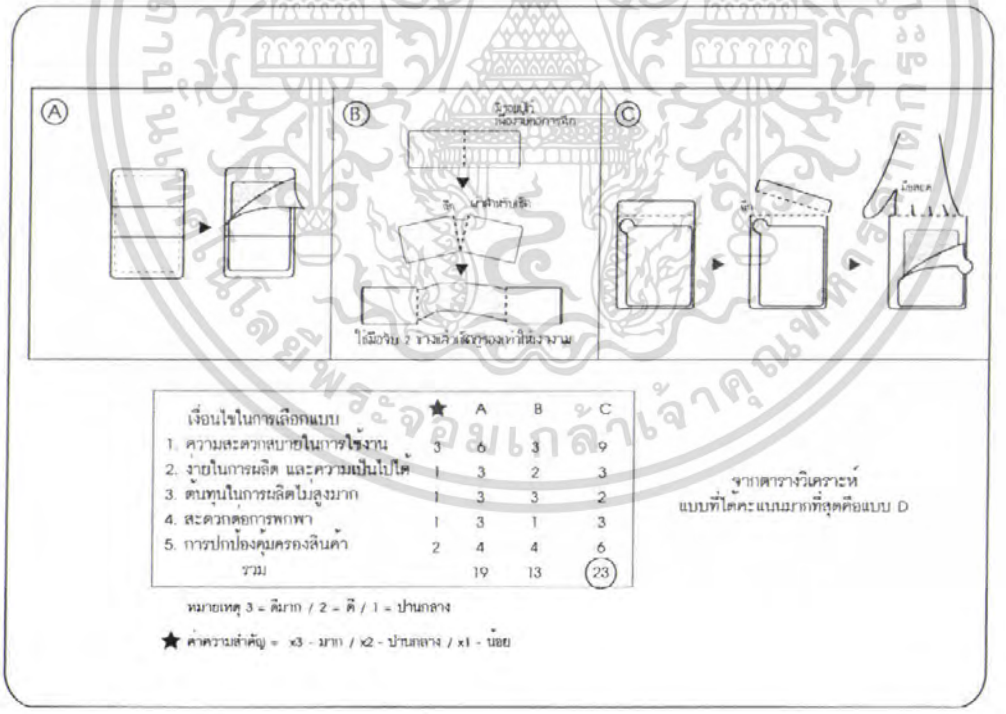


ภาพที่ 3.13 แสดงตารางการเลือกแนวทางการออกแบบของ ผลิตภัณฑ์ดูดกลิ่นอับ/ดูดความชื้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.14 แสดงปัญหาและความต้องการ แนวทางการออกแบบของ ผ้าทำความสะอาดชนิดพกพา



ภาพที่ 3.15 แสดงตารางการเลือกแนวทางการออกแบบของ ผ้าทำความสะอาดชนิดพกพา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 การออกแบบตราสัญลักษณ์

ในการออกแบบชื่อตราสินค้านั้นเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งเป็นสิ่งที่ควรทำเป็นอันดับแรก ซึ่งชื่อนั้นจะบ่งบอกได้ถึงภาพลักษณ์ของสินค้าได้ดีและในการออกแบบชื่อตราสินค้าในโครงการนี้จะมีความต้องการในด้านต่างๆ โดยทำการวิเคราะห์เพื่อเลือกชื่อตราสินค้าที่มีความเหมาะสมที่สุดมาใช้ในโครงการ ดังตารางวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

ชื่อ	คำอ่าน	ความหมาย	อ่านง่าย ทำความเข้าใจง่าย	สามารถจดจำได้ง่าย	สื่อถึงผลิตภัณฑ์	มีความเป็นสากล	น่าเชื่อถือ	รวม
1. Polisher	โพลิชเชอร์	สิ่งที่ทำให้งดงาม ดูดี ผู้ที่ทำให้เป็นเงา	4	4	3	5	3	19
3. show off leather	โชว์ออฟเลทเธอะ	สำหรับเชิด เชิดหน้าชูตา	4	3	4	3	4	18
4. Lustrous	ลัสทัส	เป็นเงา	3	3	2	4	3	15
5. Chastity	แชชทิที	ความสะอาดหมดจด	4	3	2	4	3	16
6. Cleanse	เคลนซ์	ทำให้บริสุทธิ์, ทำให้ปราศจากมลทิน	4	4	3	5	4	20
6. Immaculate	อิมแม็คคิวลิท	สิ่งที่ทำให้ปราศจากมลทิน ไร้สกปรก	3	3	2	3	3	14
7. Spotless	สปอตเลส	สะอาด สะอ้าน	3	3	2	4	2	14
8. Luster	ลัสเตอร์	สว่างสุกใส ประกาย แววว่าว	3	3	2	4	3	15

ตารางวิเคราะห์การเลือกชื่อตราสินค้า

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

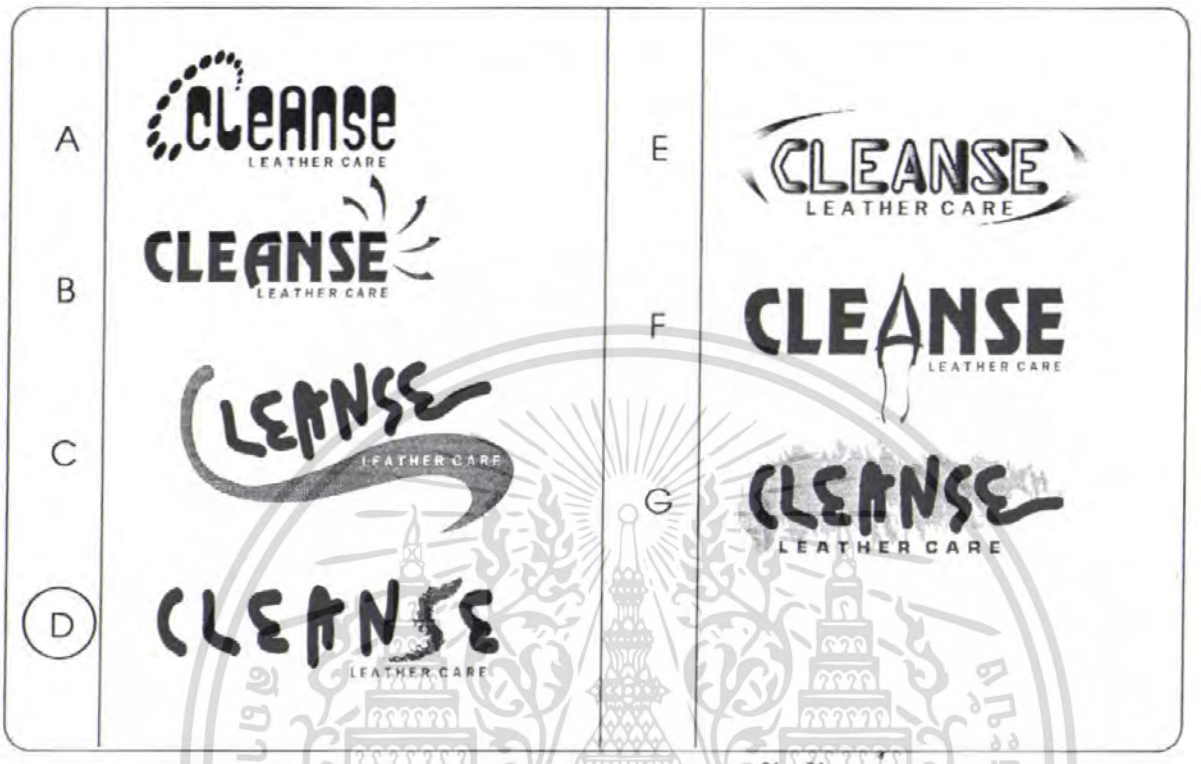
สรุป ชื่อที่มีคะแนนมากที่สุด คือ Cleanse

ความหมายคือ ทำให้บริสุทธิ์, ทำให้ปราศจากมลทิน

เมื่อทำการออกแบบชื่อตราสินค้าแล้วจึงนำชื่อที่ได้มานั้นทำการออกแบบตราสัญลักษณ์เป็นลำดับต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบโลโก้ของตราสินค้า



แผนภาพแสดงการออกแบบตราสัญลักษณ์

เงื่อนไขในการเลือกแบบ	★	A	B	C	D	E	F	G
1. จดจำง่าย	x2	4	3	4	5	3	3	5
2. เห็นได้ชัดเจนแม้นย่อ-ขยาย	x2	4	3	3	3	3	3	3
3. มีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน	x3	3	2	4	4	4	3	4
4. เหมาะแก่การนำไปใช้กับสินค้า	x1	3	2	3	4	4	3	3
5. ทันสมัย มีความเป็นสากล	x2	4	2	3	5	2	4	5
รวม		36	24	38	(42)	34	32	41

แผนภาพแสดงการวิเคราะห์และสรุปเลือกแบบตราสัญลักษณ์

สรุป ตราสัญลักษณ์ที่มีคะแนนมากที่สุด คือ แบบ D

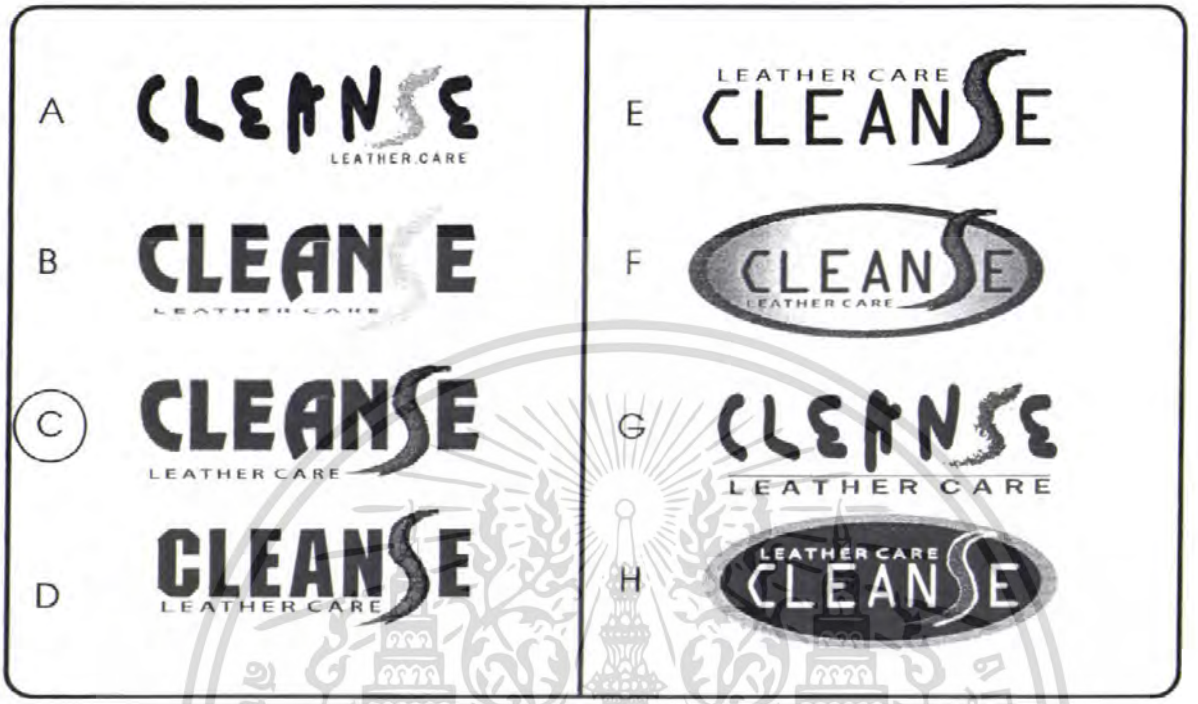
หมายเหตุ

ค่าความสำคัญ x3 - มาก / x2 - ปานกลาง / x1 - น้อย
เกณฑ์การให้คะแนน 5 = ดีมาก / 4 = ดี / 3 = ปานกลาง / 2 = พอใช้ / 1 = ไม่ค่อยดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และเมื่อได้โลโก้แล้ว จึงนำมาพัฒนาการออกแบบต่อในขั้นต่อมา เพื่อความเหมาะสมที่สุด

การออกแบบการพัฒนาโลโก้ของตราสินค้า



แผนภาพแสดงการออกแบบการพัฒนาตราสัญลักษณ์

เงื่อนไขในการเลือกแบบ	★	A	B	C	D	E	F	G	H
1. จดจำง่าย	x2	4	3	5	5	3	3	4	3
2. เห็นได้ชัดเจนแม้นย่อ-ขยาย	x2	4	3	3	3	3	3	4	3
3. มีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน	x3	3	2	4	4	4	3	3	2
4. เหมาะแก่การนำไปใช้กับสินค้า	x1	3	2	4	3	4	3	3	2
5. ทันสมัย มีความเป็นสากล	x2	4	2	5	5	2	4	4	2
รวม		36	24	(42)	41	34	32	36	24

แผนภาพแสดงการวิเคราะห์และสรุปเลือกแบบการพัฒนาตราสัญลักษณ์

สรุป ตราสัญลักษณ์ที่มีคะแนนมากที่สุด คือ แบบ D

หมายเหตุ

ค่าความสำคัญ x3 - มาก / x2 - ปานกลาง / x1 - น้อย
เกณฑ์การให้คะแนน 5 = ดีมาก / 4 = ดี / 3 = ปานกลาง / 2 = พอใช้ / 1 = ไม่ค่อยดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

การออกแบบด้านโครงสร้างในโครงการนี้ ได้ทำการออกแบบทั้งโครงสร้างขวด และโครงสร้างกล่อง ซึ่งจะนำเสนอดังนี้

3.3.1.โครงสร้างขวด

การออกแบบโครงสร้าง ได้นำDesign Route ได้ได้เสนอไปข้างต้นมาใช้ในการออกแบบเรื่องรูปแบบ ได้ดังนี้

Design Route 1 : Sport

Design Route 2 : City

Design Route 3 : Relax

Route1. Sport

Route2. City

Route3. Relax

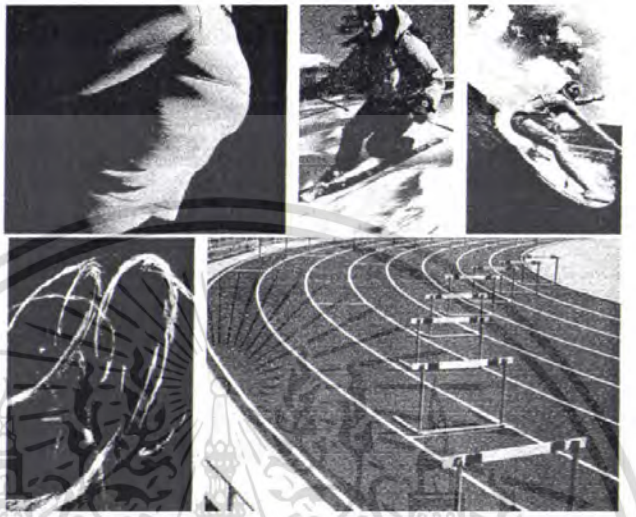
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

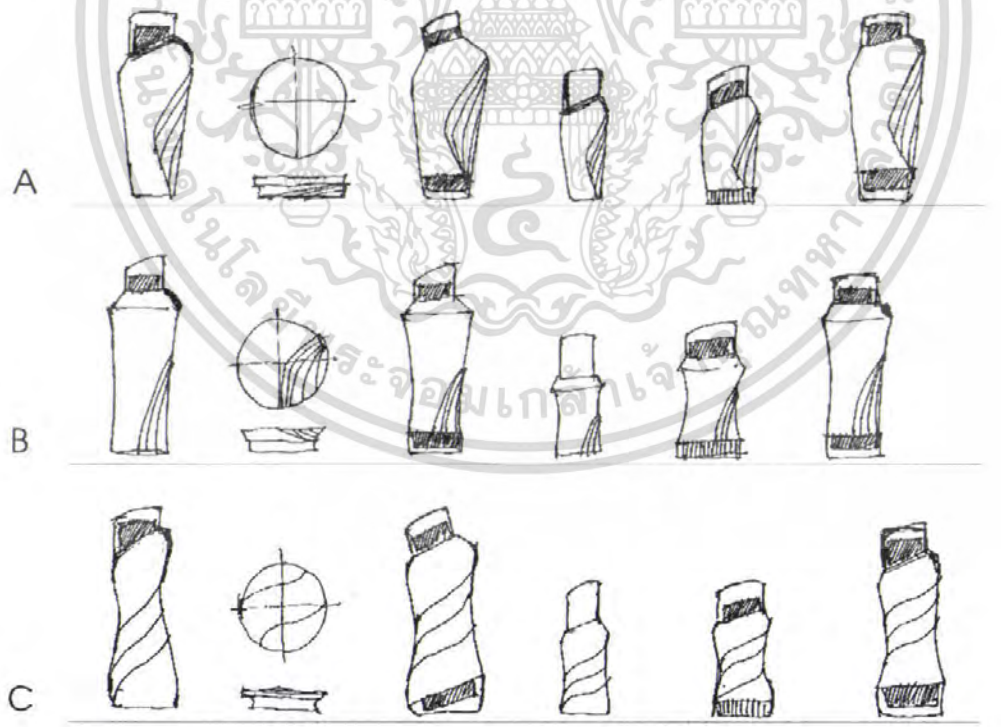
Design Route 1 : Sport

เมื่อกล่าวถึงการเล่นกีฬา ก็จะได้ความรู้สึกที่มีความโฉบเฉี่ยว รวดเร็ว แข็งแรง รวดเร็ว ดูแล้วมีการเคลื่อนไหว ไม่อยู่นิ่ง

มีคำจำกัดความ ได้แก่

- Energetic
- Move
- Fast
- Active





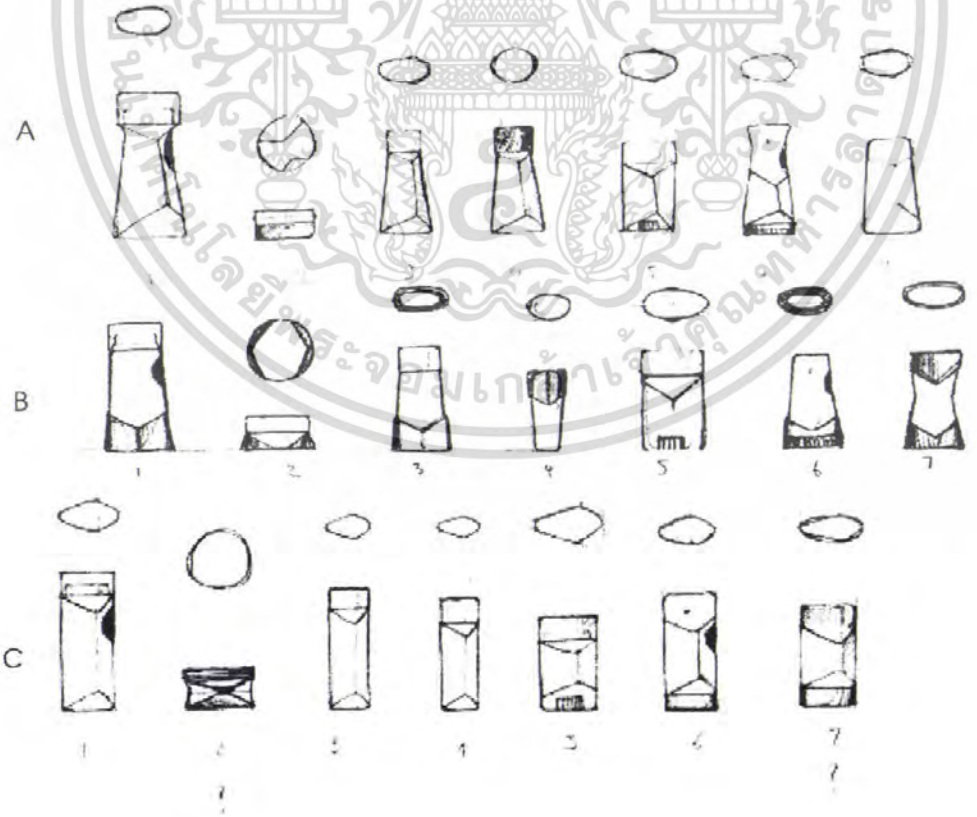
ภาพแสดงตัวอย่างขวดรูปแบบต่างๆที่ทำการออกแบบในแนวทางSoort

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Design Route 2 : City

เมื่อกล่าวถึงสังคมเมืองนั้น ก็จะมองภาพไปถึงการดำเนินชีวิตในเมือง มีตึก ถนน การเดินทาง มีคำจำกัดความ ได้แก่

- Street
- Squre
- Tower



ภาพแสดงตัวอย่างขวดรูปแบบต่างๆที่ทำการออกแบบในแนวทางCity

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Design Route 3 : Relax

เมื่อนึกถึงคำว่าผ่อนคลายก็จะนึกถึงความสบาย ง่ายๆ สบายๆ ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน

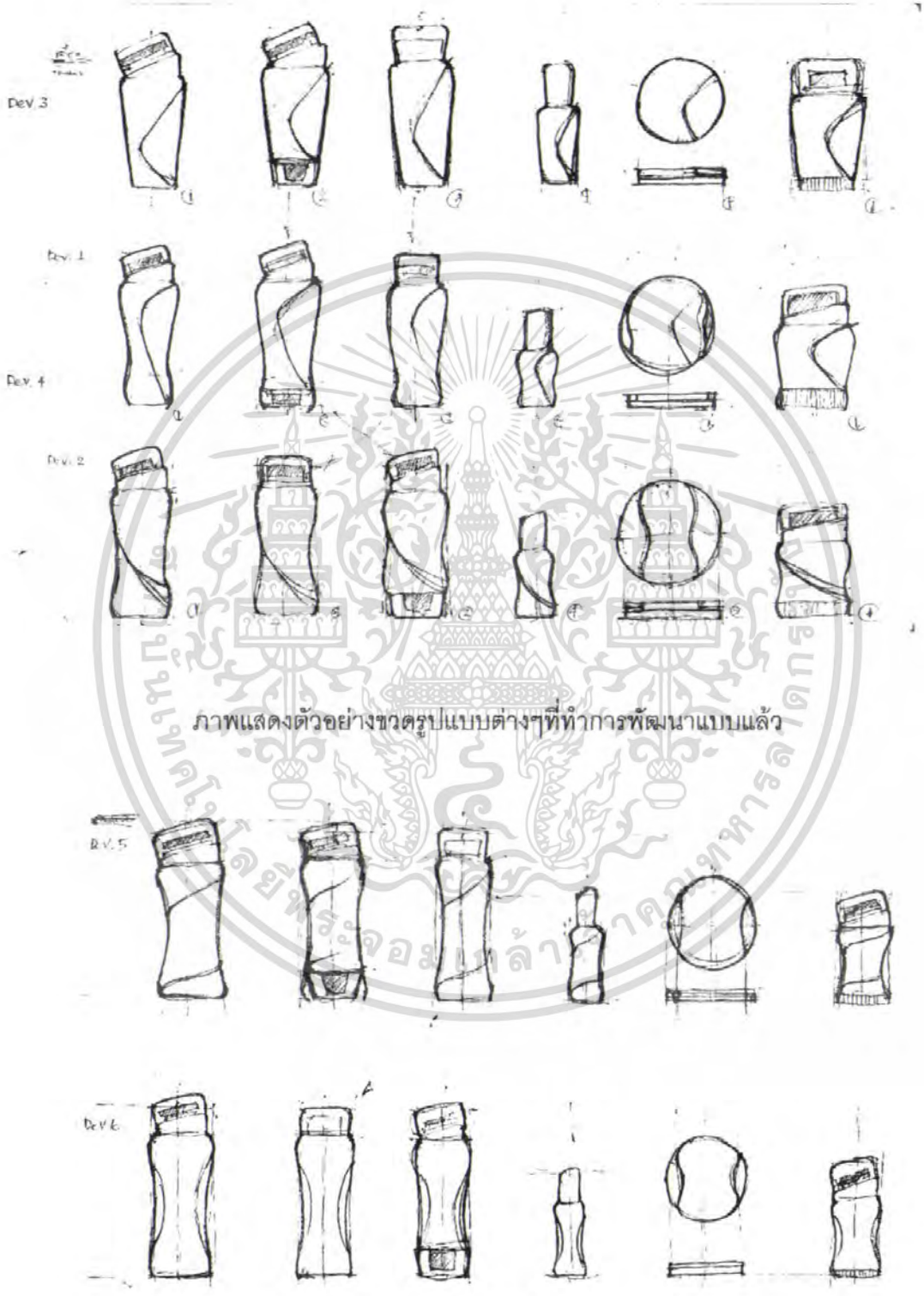
มีคำจำกัดความ ได้แก่

- Fun
- Natural

ภาพแสดงตัวอย่างขวดรูปแบบต่างๆที่ทำการออกแบบในแนวทาง Relax

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

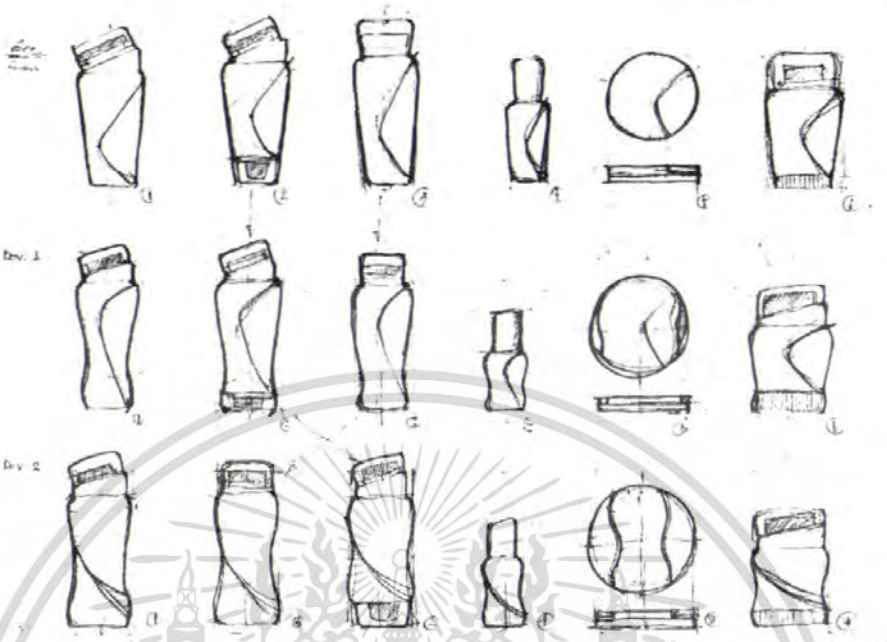
ได้ทำการเลือกแนวทาง Relax มาทำการ develop เพื่อให้ได้รูปทรงที่เหมือนกับการใช้งานมากกว่าเดิม ได้ดังนี้



ภาพแสดงตัวอย่างขวดรูปแบบต่างๆที่ทำการพัฒนาแบบแล้ว

ภาพแสดงตัวอย่างขวดรูปแบบต่างๆที่ทำการพัฒนาแบบแล้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพแสดงตัวอย่างขวดรูปแบบต่างๆที่ทำการพัฒนาแบบแล้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กราฟิกสำหรับบรรจุภัณฑ์ในโครงการนี้ จัดวางแนวทางสำหรับออกแบบไว้ 3 แนวทางหลักๆ ด้วยกันคือ

Design Route 1 : บ่งบอกถึงวิธีการใช้งานของผลิตภัณฑ์แต่ละตัวให้ผู้บริโภคได้รับรู้

Design Route 2 : ก้าวไปสู่สิ่งที่ดีขึ้น

Design Route 3 : พร้อมก้าวสู่สังคมอย่างมั่นใจ

Route : 1

บอกถึงวิธีการใช้งานของผลิตภัณฑ์แต่ละตัวให้ผู้บริโภคได้รับรู้

Sketch

ภาพแสดงการออกแบบกราฟิกแนวทางที่ 1 (บ่งบอกถึงวิธีการใช้งานของผลิตภัณฑ์แต่ละตัวให้ผู้บริโภคได้รับรู้)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

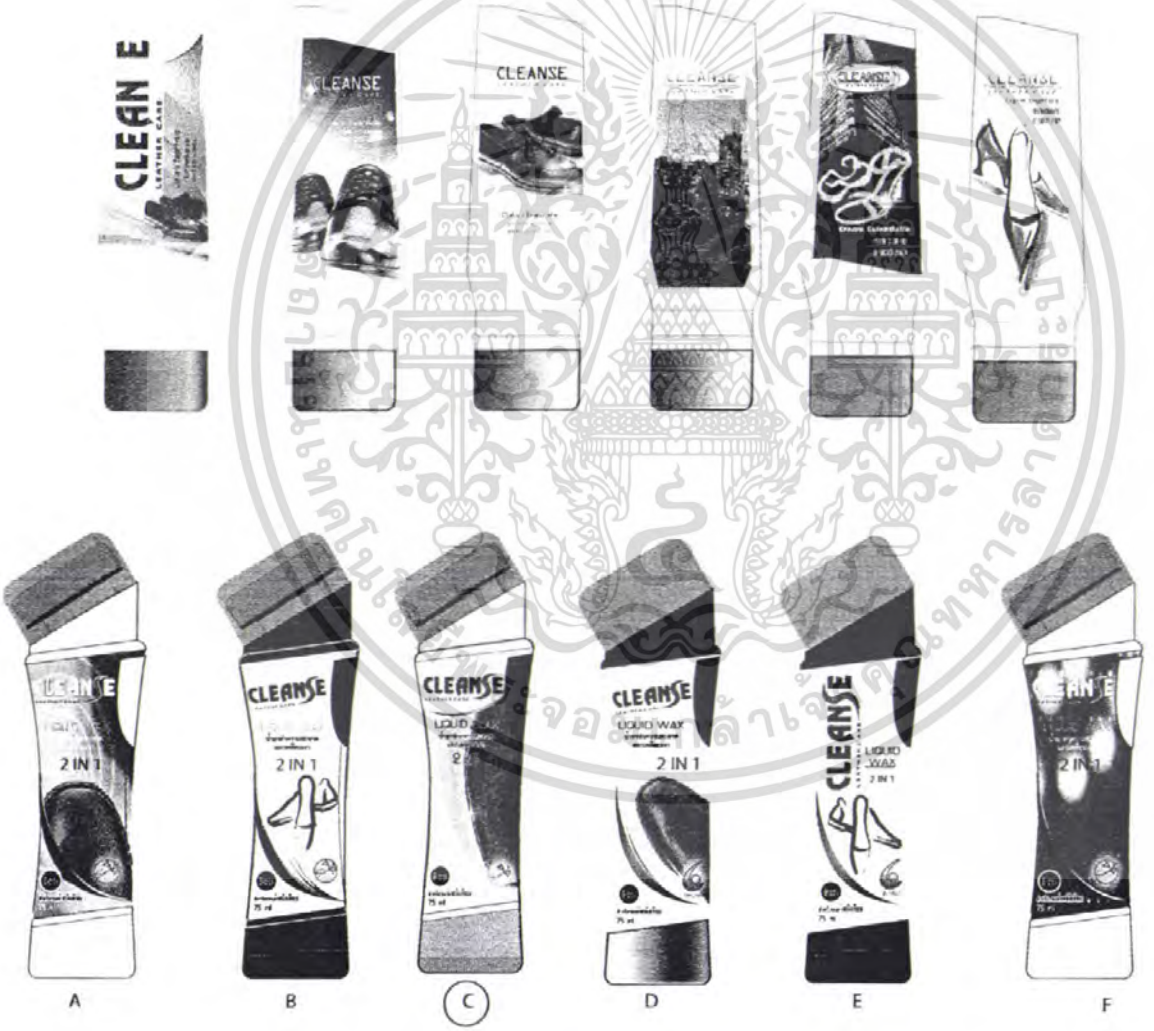
Design Route 2 : ก้าวไปสู่สิ่งที่ดีขึ้น

Sketch

ภาพที่ ภาพแสดงการออกแบบกราฟิกแนวทางที่ 2 *(ก้าวไปสู่สิ่งที่ดีขึ้น)*

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Sketch



ภาพแสดงการออกแบบกราฟิกแนวทางที่ 3 (พร้อมก้าวสู่สังคมอย่างมั่นใจ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

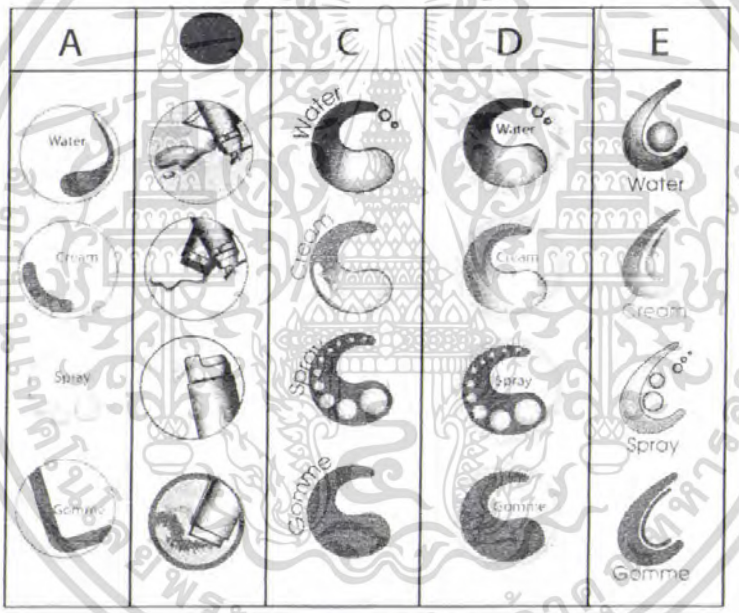
และมีการแบ่งกลุ่มของประเภทของผลิตภัณฑ์ โดยการแบ่งด้วยสีต่าง ๆดังนี้

แทนกลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้า

แทนกลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาเครื่องหนัง

แทนกลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลรักษา
รองเท้าและเครื่องหนัง

ตารางการออกแบบสัญลักษณ์เพื่อการสื่อถึงลักษณะของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคได้เข้าใจ



รูปแบบ	สื่อถึงลักษณะได้ถูกต้อง	ความรวดเร็วในการทำความเข้าใจ	ความเหมาะสม	สามารถปรับตามการใช้งานได้	รวม
A	1	1	1	2	5
B	3	3	2	3	(11)
C	2	1	1	2	6
D	2	1	2	2	7
E	2	1	2	2	7

คะแนน 3 = ดีมาก 2 = ดี 1 = พอใช้

สรุปการเลือกแบบการออกแบบลักษณ์ที่สื่อถึงลักษณะของผลิตภัณฑ์ภายในได้แบบ B จึงได้นำไปใช้ในการออกแบบต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางการออกแบบสัญลักษณ์เพื่อการสื่อถึงกลิ่นหอม

A	B	C	D	E	

รูปแบบ	สื่อถึงกลิ่นได้ถูกต้อง	ความรวดเร็วในการทำความเข้าใจ	ความน่าเชื่อถือ	สามารถปรับตามการใช้งานได้	รวม
A	1	2	1	2	6
B	3	3	1	1	8
C	2	1	1	2	6
D	3	3	2	1	9
E	3	3	2	2	10
F	3	3	3	3	(12)

คะแนน 3 = ดีมาก 2 = ดี 1 = พอใช้

สรุปการเลือกแบบการออกแบบลักษณ์ที่สื่อถึงกลิ่นหอมได้แบบ F จึงได้นำไปใช้ในการออกแบบต่อไป

สรุปแบบกราฟฟิกที่นำมาใช้ในโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

การนำเสนอผลงานการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โลโก(Logo)ของแบรนด์คลีนชูส์

คลีนชูส์นั้นถือเป็นสินค้าที่บริษัท เอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ตั้ง เป้าการเติบโตมากที่สุดเนื่องจากเอ็มซีไอมีความมั่นใจในเรื่องความชำนาญด้านการผลิตมาก เพราะเป็นโนว์ฮาวที่ใกล้เคียงกับการผลิตพลาสติกซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมของบริษัทยาขัดรองเท้าคลีนชูส์เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศไทย วางจำหน่ายในปี 2538 ประเภทผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่าย ได้แก่ ยาขัดรองเท้าสำหรับหนังเรียบ และแปรงขัดรองเท้า ต่อมามีการวิจัยเพื่อนำมาพัฒนารูปแบบสินค้าให้เกิด Innovation ตลอดเวลาเริ่มจากบรรจุภัณฑ์ของสินค้าเดิมจะใช้สลับที่เป็นลูกบิดหำให้เปิดยาก และพบว่ามีลูกค้าเพียงร้อยละ 8 เท่านั้นที่ใช้น้ำยาขัดรองเท้าจนหมดคลับอันเนื่องมาจากปัญหาบรรจุภัณฑ์ที่เปิดยากและยาขัดซึ่งเกิดการแข็งและหดตัวเมื่อเจอลมทำให้บริษัท เอ็ม ซี ไอ ที่มีบรรจุภัณฑ์ที่มีฝาเกลียวและมีแผ่นฟรอยล์รองด้วยไว้ช่วยยืดอายุงาน

การจัดจำหน่ายสินค้า

รูปแบบการจัดจำหน่ายสินค้า

รูปแบบที่1. ผู้ผลิต -> ตัวแทน -> ผู้ค้าส่ง -> ผู้ค้าปลีก -> ผู้บริโภค

รูปแบบที่2. ผู้ผลิต -> ตัวแทน -> ผู้ค้าปลีก -> ผู้บริโภค

รูปแบบที่3. ผู้ผลิต -> ผู้ค้าส่ง -> ผู้ค้าปลีก -> ผู้บริโภค

ลักษณะการจัดจำหน่ายสินค้าของแบรนด์คลีนชูส์

สถานที่การจัดจำหน่าย และลักษณะการจัดจำหน่าย

สถานที่การจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง ได้แก่

1. ซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket)ในห้างสรรพสินค้าทั่วไป ได้แก่ Tops, Tesco-Lotus
2. ซูเปอร์สโตร์ (Superstore) เช่น Tesco-Lotus, Bic-C, Mckro
3. มินิมาร์ท (Minimart) เช่น Seven-Eleven, Family Mart, Central Minimart
4. ร้านค้าหลักต่างๆที่มีการจัดจำหน่ายรองเท้าและเครื่องหนัง

ลักษณะการจัดจำหน่ายสินค้า สินค้าในกลุ่มผลิตภัณฑ์นี้จะมีการจัดวางแสดงสินค้าบนชั้นวางวาง(Shelf) โดยที่มีการจัดวางสินค้าแบบรวมกลุ่มตามประเภทของสินค้า

ภาพการจัดวางแสดงสินค้า

การจัดกลุ่มสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

Demographic

- **เพศ** กลุ่มเป้าหมายทั้งเพศชายและเพศหญิง
- **อายุ** 17-29 ปี
- **อาชีพ** กลุ่มวัยรุ่นวัยเรียน
  กลุ่มวัยทำงานตอนต้น พนักงานบริษัท
- **รายได้** มีฐานะปานกลางขึ้นไป รายได้ประมาณ 13000 บาท/เดือน ขึ้นไป
- **การศึกษา** ปริญญาตรี ขึ้นไป

Geographic

- อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล
  หรือตามตัวเมืองใหญ่ๆทั่วประเทศ

Psychographic

- เป็นคนที่ชอบค้นหาสิ่งใหม่ๆ ทำให้ชีวิตมีความเป็นอยู่สดวกสบาย
- เป็นคนรุ่นใหม่ ที่ต้องการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตนเอง เพื่อเป็นที่ยอมรับ
  ของสังคม และ ต้องการมีคุณภาพชีวิตที่ดี
- รักความสะอาด มีความใส่ใจกับการดูแลเครื่องแต่งกายให้ดูดีอยู่เสมอ
- ทันสมัย มีความคิดเป็นของตนเอง

Behavior

- ใช้ชีวิตสังคมยุคใหม่ ทันสมัย
- ศูนย์การค้า คือสถานที่ในการจับจ่ายใช้สอยเลือกซื้อสินค้า
- ต้องพบปะผู้คน เป็นคนมีสังคม
- ตื่นตัวในการแสวงหาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆที่ช่วยอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้งาน

IMAGE TARGET

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง
ให้กับบริษัทเอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

ผลิตภัณฑ์ของแบรนด์คลีนชูสที่มีจัดจำหน่ายในปัจจุบัน

ปัจจุบัน แบรด์คลีนชูส์ มีผลิตภัณฑ์ในโครงการ 7 ชนิด ดังนี้คือ

1.฿องน้ำทาเคลือบเงาทันที(Quick Step)
คลีนชูส์ ควิกสเต็ป พัฒนาขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของ
ผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกและรวดเร็ว มีบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย
เพิ่มความเงางามให้กับรองเท้า ด้วยซิลิโคน เกรด A จากต่างประเทศ
ขนาด 5 gm. ราคา 33 บาท

2.ครีมบำรุงรักษาและเพิ่มความเงารองเท้า(Magic Shine)
เมจิกชายน์ ครีมบำรุงรักษาหนังและเพิ่มความดำเงางาม โดยไม่ต้อง
ขัดเงา ไม่เลอะมือ เหมาะรองเท้าหนังแท้สีดำ ส่วนประกอบ คือ
Wax ขี้ผึ้ง เพิ่มความเงางามเครื่องหนังรองเท้า /Oil ทำให้หนังรองเท้า
อ่อนนุ่ม ยืดอายุการใช้งาน/Color ช่วยเสริมสีของเครื่องหนังให้ดูเหมือนใหม่
ขนาด 50 ml ราคา 60 บาท

3.น้ำยาทาเคลือบเงารองเท้า(Quick Shine)
ควิกชายน์ น้ำยาทาเคลือบเงารองเท้า สูตรน้ำแท้
เกรด A ป้องกันน้ำ เหมาะสำหรับหนังแท้ เพิ่มความเงางาม,
บำรุงและรักษาหนังของท่านให้อยู่เช่นเดิมและยืดอายุการใช้งาน มี 3 สี
สีดำ,สีน้ำตาล,สีใส ขนาด 75 ml ราคา 60 บาท

8.ผ้าเช็ดรองเท้า
ผ้าเช็ดรองเท้าคลีนชูส์ ผลิตจากเนื้อผ้าCotton ให้ความอ่อนนุ่ม
มีความหนาและขนาดที่เหมาะสม กระชับมือ ใช้สำหรับทำความสะอาด
หนังของเท้า
ราคา 13 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ของแบรนด์คลีนชูส์ที่มีจัดจำหน่ายในปัจจุบัน

4.ขี้ผึ้งขัดรองเท้า(Mirror Shine)
คลีนชูส์ มิเรอร์ ชายน์ ขี้ผึ้งขัดรองเท้า สูตรเงาแบบกระจก
มีส่วนประกอบหลัก ๆ ดังนี้
ขี้ผึ้ง (WAX) ทำให้หนังรองเท้าเงางาม
น้ำมัน (OIL) ทำหน้าที่ยึดสารเคมีให้คงสภาพและ
สามารถซึมเข้าไปในหนังรองเท้าเพิ่มความอ่อนนุ่ม
สี (COLOR) เพิ่มสีสรรให้หนังรองเท้าดูสดใส มี 3 สี
สีดำ, สีน้ำตาล, สีใส

5.น้ำยาทาผ้าใบ
สปอร์ตชายน์ น้ำยาทาผ้าใบ เพิ่มสีสรรสดใส
ให้รองเท้าเหมือนใหม่ ลบรอยเปื้อน
และรอยด่างบนรองเท้า มี 3 สี
สีดำ,สีน้ำตาล,สีขาว ขนาด 75 ml ราคาปลีก 22 บาท

6.สเปรย์อนามัย สูตร ทูอินวัน สำหรับระงับกลิ่นเท้าและรองเท้า
สวนผสมพิเศษที่ออนโยนสำหรับเท้า แต่มีประสิทธิภาพสูงในการ
ระงับกลิ่นยับโดยมีส่วนผสมของFarnesol ซึ่งเป็นสารสกัดจาก
ธรรมชาติ ทำให้เท้าและรองเท้าแห้ง สะอาด พร้อมกลิ่นหอม
เย็นสบายเพื่อความสดชื่นยิ่งขึ้น

7.สเปรย์ระงับกลิ่นเท้าและรองเท้า (2in1)
ขจัดกลิ่นยับจากเชื้อแบคทีเรีย ด้วยส่วนผสมของFarnesol
เพิ่มกลิ่นหอมสดชื่นด้วยกลิ่นหอมจากชาเขียว
เพิ่มประสิทธิภาพสูงในการระงับกลิ่นยับขึ้นที่เกิดจากเท้า
และรองเท้า ด้วยส่วนผสมของAluminium Cholorohydrate

คู่แข่งทางการตลาด

คู่แข่งทางการตลาด
ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มตลาดใหญ่ๆ คือ
1. กลุ่มตลาดระดับกลาง
2. กลุ่มตลาดระดับบน
ในที่นี้จะใช้เกณฑ์ในการแบ่งโดยใช้ราคาในการจัดจำหน่ายเป็นตัวแบ่งแยกส่วนของตลาดว่าอยู่ระดับใด

1.กลุ่มตลาดระดับกลาง ได้แก่ สินค้ายี่ห้อ
-กีวี
-คลีนชูส์
ในกลุ่มสินค้าระดับกลางนี้จะเป็นกลุ่มที่ผู้บริโภคสามารถหาซื้อ
ได้ง่ายมีการจัดจำหน่ายสินค้าตามซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไป ราคา
จะไม่สูงเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าระดับบนแล้ว การตัดสินใจ
ของผู้บริโภคในการซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลรองเท้าและเครื่องหนังนี้
จะทำการตัดสินใจเองไม่มีพนักงานขายคอยแนะนำในตัวสินค้า
ว่าควรเลือกตัวใด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คู่แข่งทางการตลาด

2.กลุ่มตลาดระดับบน ได้แก่ สินค้ายี่ห้อ
-GRISON
-ECCO
- COLLONIL
- POUNCH
-MELTONIAN

กลุ่มสินค้าระดับบนนี้ เป็นกลุ่มสินค้าที่จะมีการจัดจำหน่ายสินค้า
ตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วไป จัดจำหน่ายอยู่ในบริเวณจุดขาย
สินค้าประเภทเครื่องหนังและรองเท้าของห้าง โดยกลุ่มสินค้าประเภทนี้
จะมีราคาที่ค่อนข้างสูงกว่าสินค้าระดับกลาง แต่ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์
ดูแลรองเท้าและเครื่องหนังนั้น จะมีพนักงานของทางห้างสรรพสินค้ามาคอย
แนะนำในตัวผลิตภัณฑ์ว่าควรใช้ผลิตภัณฑ์ตัวใด จึงทำให้ผู้บริโภคสามารถ
ตัดสินใจในการเลือกซื้อได้ดี

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง
ให้กับบริษัทเอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

คู่แข่งทางการตลาด

ตลาดระดับกลาง

1.กีวี (KIWI)

ภาพแสดงสินค้าของคู่แข่งทางการตลาด

กีวี เป็นตราสินค้าที่มีมานาน100ปี และกีวีได้อยู่คู่คนไทยมากว่า 60 ปี และเป็นผลิตภัณฑ์ขัดและดูแลรักษารองเท้า
อันดับหนึ่งของประเทศเลยทีเดียว มีส่วนแบ่งตลาดกว่า 80% เป็นที่รู้จักกว่า 99%ของผู้บริโภค ตราสินค้ามีความน่าเชื่อถือ

กลุ่มเป้าหมาย
เพศชาย หญิง ระดับ C+ จะเป็นนักเรียน ทหาร วัยทำงานทั่วไปที่มีความเชื่อถือและใช้แบรนด์นี้มานาน

จุดได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.เป็นยี่ห้อดูเก่าแก่ เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคมาก 2.หาซื้อได้ทั่วไปตามห้างสรรพสินค้า และร้านค้าทั่วไป 3.สินค้ามีหลากหลายให้เลือก และมีหลายสี (ดำ น้ำตาล ขาว ใส)	1.ผลิตภัณฑ์จำกัดสำหรับรองเท้าประเภทหนังเรียบ และผ้าใบเท่านั้น 2.ด้านรีบายศูนย์บริการผลิตภัณฑ์บางประเภทไม่สามารถชี้ให้ผู้บริโภคเห็นความแตกต่างในการใช้งานของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทได้ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสนในการเลือกซื้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คู่แข่งทางการตลาด

ตลาดระดับบน

1. กรีสัน (Grison)

ภาพแสดงสินค้าของคู่แข่งทางการตลาด

กรีสัน เป็นผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศ ที่ได้รับความเชื่อถือในด้านคุณภาพ มีผลิตภัณฑ์สำหรับทำความสะอาดและดูแลเครื่องหนังให้เลือกใช้หลากหลายแบบ และสามารถทำความสะอาดได้ทุกเครื่องหนัง ระดับราคาอยู่ในระดับที่ 170-320 มีภาพลักษณ์ที่ดูมีความน่าเชื่อถือ แต่ภาพลักษณ์ไม่ทันสมัย
กลุ่มเป้าหมาย
เพศชาย - หญิง ฐานะดี ระดับBถึงB+ส่วนใหญ่เป็นวัยกลางคน

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลายชนิด เพื่อทำความสะอาดหนังได้ทุกประเภท 2.มีภาพลักษณ์ที่ดูน่าเชื่อถือ 3.สินค้ามีการติดสติ๊กเกอร์ภาษาไทยไว้ด้านหลัง เพื่อให้ผู้บริโภคไม่สับสนในตัวสินค้า 4.สินค้าทุกตัวมีการปกป้องสินค้าโดยสติ๊กเกอร์ ระหว่างฝาและตัวบรรจุภัณฑ์ก่อนการจำหน่าย	1.ไม่มีเอกลักษณ์ร่วม ทั้งด้านบรรจุภัณฑ์ และกราฟฟิก 2.ระดับราคาค่อนข้างสูง 3. การใช้งาน จะต้องมีหลากหลายขั้นตอน 4.วิธีการใช้งานผลิตภัณฑ์ ไม่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์คู่แข่งในท้องตลาด

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง
ให้กับบริษัทเอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

คู่แข่งทางการตลาด

2.เอคโค่ (ECCO)

ภาพแสดงสินค้าของคู่แข่งทางการตลาด

เป็นผลิตภัณฑ์สินค้านำเข้ามาจากต่างประเทศ ภาพลักษณ์มีความเป็นสากล ทันสมัย และมีความเป็นเอกลักษณ์ร่วมที่ดี มีราคาอยู่ในระดับสูง 125-380 บาท
กลุ่มเป้าหมาย เป็นชาย-หญิงฐานะดี ระดับBถึงB+ ส่วนใหญ่วัยรุ่น ถึง วัยทำงาน

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.ผลิตภัณฑ์มีหลากหลายชนิดให้เลือก 2.บรรจุภัณฑ์มีเอกลักษณ์ร่วม โดยใช้สีบรรจุภัณฑ์ เป็นสีดำ และใช้ตัวหนังสือเป็นสีขาว 3.ภาพลักษณ์ดูทันสมัยสดุดตา	1. ราคาค่อนข้างสูง 2. มีการจัดจำหน่ายเฉพาะบ้างห้างที่เป็นห้างสินค้าระดับสูง 3. ไม่มีการปกป้องสินค้าก่อนจัดจำหน่าย เช่น ติดสติ๊กเกอร์ เพื่อกันการเปิดก่อนถึงมือผู้บริโภค 4.วิธีการใช้งานผลิตภัณฑ์ ไม่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์คู่แข่งในท้องตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คู่แข่งทางการตลาด

3.พั้น (PUNCH)

Punch

ภาพแสดงสินค้าของคู่แข่งทางการตลาด

เป็นสินค้าจากประเทศฝรั่งเศส บรรจุภัณฑ์มีความชัดเจนในเรื่องของความเป็นเอกลักษณ์ร่วม มีภาพลักษณ์ที่ดูละอาด หรูหรา ทันสมัย ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายให้เลือกใช้สำหรับทำความสะอาดหนังได้หลากหลายชนิด กลุ่มเป้าหมาย เป็นชาย-หญิงฐานะดี ระดับBถึงB+ ส่วนใหญ่วัยรุ่น ถึง วัยทำงาน

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.ผลิตภัณฑ์สินค้ามีภาพลักษณ์ที่ดี น่าเชื่อถือ 2.ตัวผลิตภัณฑ์มีหลากหลายรูปแบบให้เลือก	1.ราคาค่อนข้างสูง 2.มีวางจัดจำหน่ายที่ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ ไม่กี่แห่ง 3.เป็นผลิตภัณฑ์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ แต่ไม่มีฉลาก ภาษาไทยบนตัวบรรจุภัณฑ์ ทำให้ผู้บริโภคสับสน ในการเลือกซื้อ

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง
ให้กับบริษัทเอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

คู่แข่งทางการตลาด

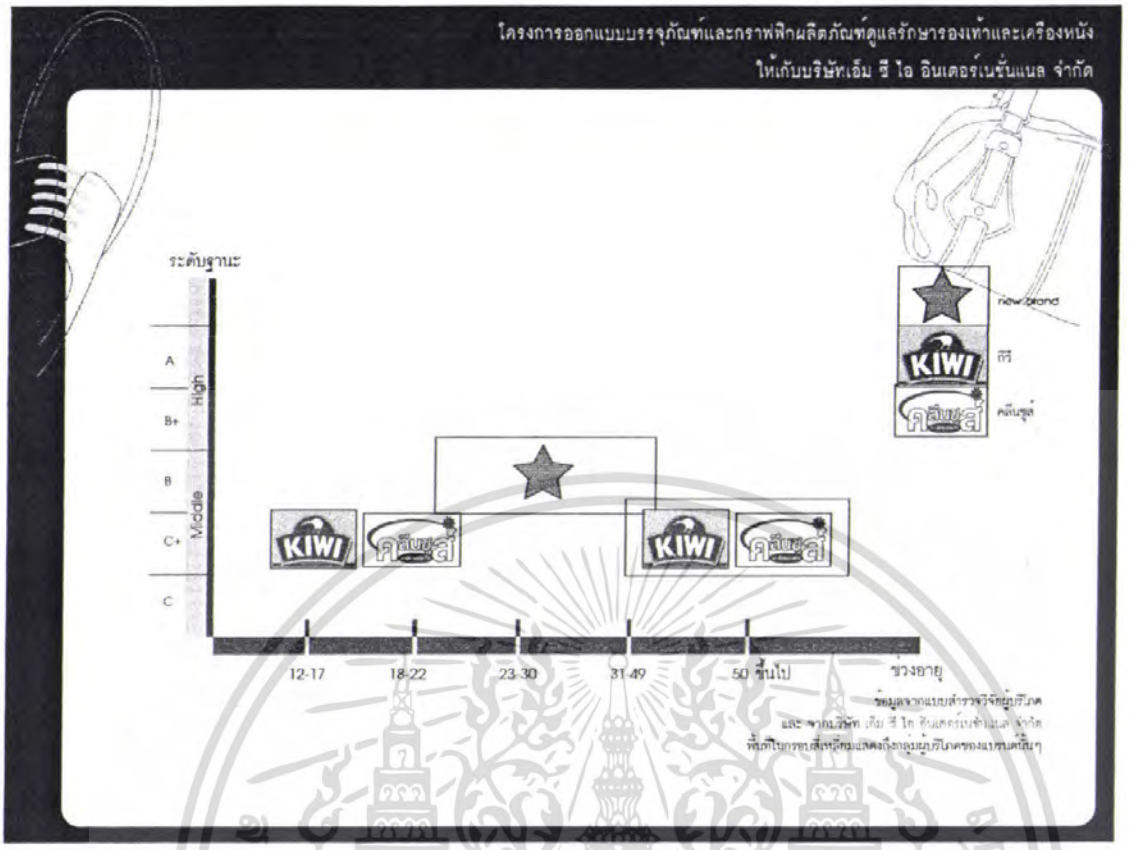
4.เมโลเนียน (MELTONIAN)

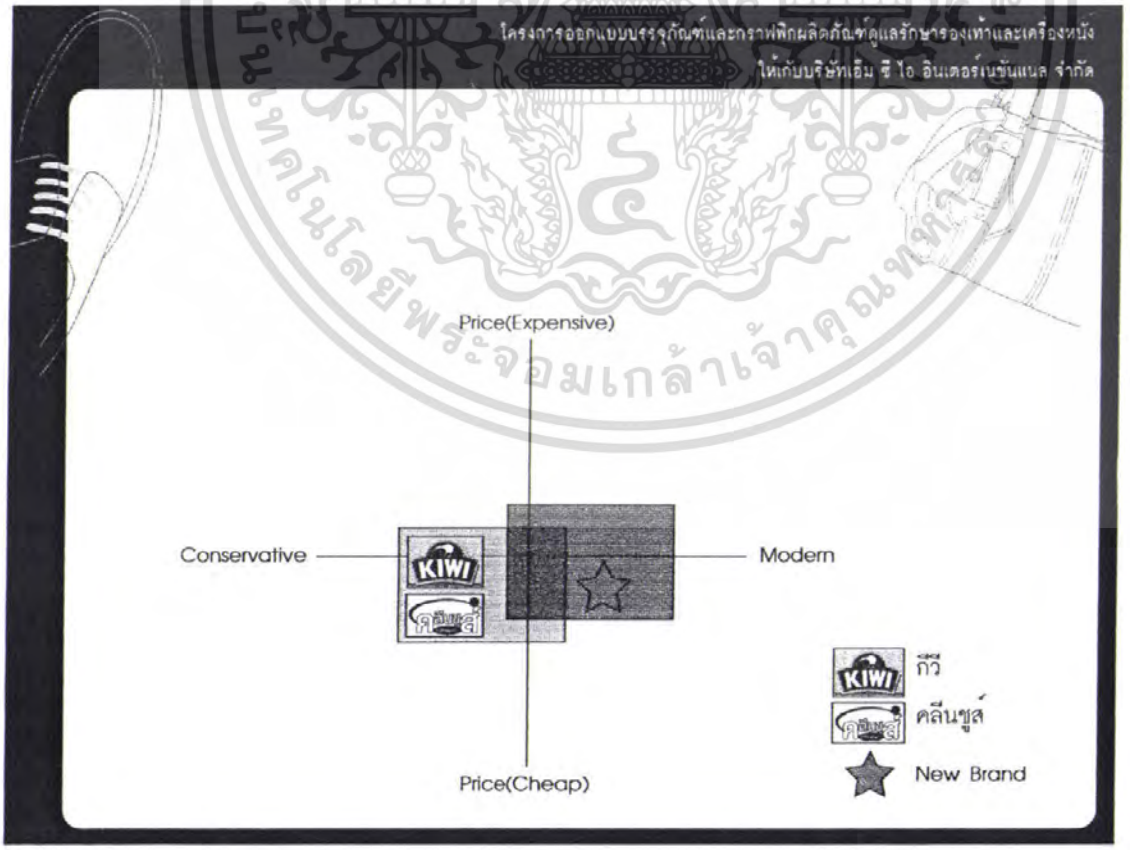
MELTONIAN

เป็นสินค้าจากประเทศฝรั่งเศส มีสินค้าหลากหลายชนิดสินค้า บรรจุภัณฑ์มีภาพลักษณ์ที่ดูมีราคาไม่สูง มีวิธีการใช้งานที่ตามสมัย ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายให้เลือกใช้สำหรับทำความสะอาดหนังได้หลากหลายชนิด กลุ่มเป้าหมาย เป็นชาย-หญิงฐานะดี ระดับBถึงB+ ส่วนใหญ่วัยรุ่น ถึง วัยทำงาน

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.สินค้าที่วางจัดจำหน่ายมีหลากหลาย 2.มีการป้องกันการเปิดก่อนจำหน่าย 3.มีสติกเกอร์ภาษาไทยติดอยู่เพื่อให้ผู้บริโภคได้ทราบว่าผลิตภัณฑ์ใช้งานอะไร	1.กระป๋องสเปรย์มีขนาดใหญ่ ไม่คนัดในการใช้ 2.ภาพลักษณ์ไม่เป็นที่น่าจดจำ 3.ไม่มีความเป็นเอกลักษณ์ร่วม 4.มีปริมาณของตัวผลิตภัณฑ์มากเกินกว่าอายุการใช้งานและเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้





เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง
ให้กับบริษัทเอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชันแนล จำกัด

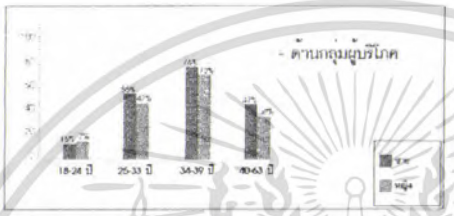
ตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ทางด้านปัจจัยด้านราคา และการใช้งาน

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง
ให้กับบริษัทเอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชันแนล จำกัด

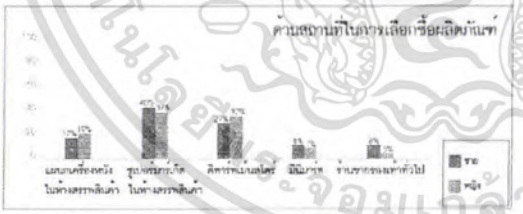
ตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ทางด้านความทันสมัยของคุณภาพ และความทันสมัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

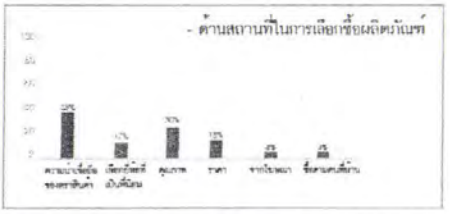
สรุปข้อมูลจากแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้งานในด้านต่างๆของผู้บริโภค
ดังนั้นข้อมูลที่ได้นี้จะนำมาใช้เพื่อเป็นปัจจัยในการออกแบบ โดยทำแบบสอบถามจำนวน 200 ฉบับ และแบ่งกลุ่มเป้าหมายออกเป็น 4 กลุ่มดังนี้คือ
กลุ่มที่ 1 อายุ18-24 ปี จำนวนแบบสอบถาม 50 ฉบับ
กลุ่มที่ 2 อายุ25-33 ปี จำนวนแบบสอบถาม 50 ฉบับ
กลุ่มที่ 3 อายุ34-39 ปี จำนวนแบบสอบถาม 50 ฉบับ
กลุ่มที่ 4 อายุ40-63 ปี จำนวนแบบสอบถาม 50 ฉบับ
โดยนำผลสำรวจที่ได้ มาเปรียบเทียบด้วยอัตราส่วน 100 แล้วคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ได้ดังนี้



กลุ่มเป้าหมายที่มีการใช้งานในผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนังนั้นจะเลือกอันดับแรกที่มีเปอร์เซ็นต์สูงสุดคือ กลุ่ม 25-33 ปี เป็นกลุ่มวัยที่เริ่มทำงานตอนต้น และกลุ่ม 34-39 ปี เป็นกลุ่มวัยทำงาน จึงเลือกกลุ่มนี้มาเป็นกลุ่มเป้าหมายในการทำโครงการ



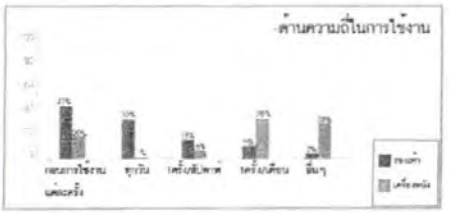
3อันดับแรกที่กลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ จะเลือกซื้อที่ซุปเปอร์มาร์เก็ต แผนกเครื่องหนัง และคิตาร์ทแบ็นสโคร์ ซึ่งนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีขนาดและความเหมาะสมกับสถานที่ที่จะนำไปจัดจำหน่าย



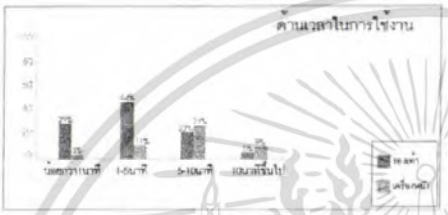
กลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่จะตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากความน่าเชื่อถือของสินค้าเป็นอันดับ 1 และดูที่คุณภาพ และราคารองลงมา
ดังนั้นการที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์ดูมีความน่าเชื่อถือได้นั้น ด้วยบรรจุภัณฑ์ก็มีส่วนที่ช่วยทำให้ดูน่าเชื่อถือ และผู้บริโภคก็จะสามารถตัดสินใจเลือกซื้อได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง
ให้กับบริษัทเอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

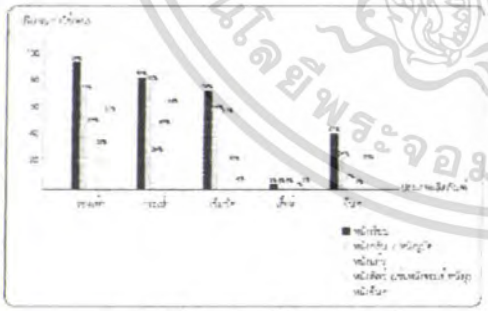


กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค ส่วนใหญ่มีความถี่ในการทำความสะอาดรองเท้าเฉพาะเวลาก่อนการใช้งานมากที่สุด เนื่องจากจะได้ไม่ต้องมาทำความสะอาดครั้งละหลายๆคู่ในเวลาเดียวกัน จะทำให้เสียเวลา จึงเลือกที่จะทำความสะอาดรองเท้าเฉพาะก่อนการใช้งาน และการทำความสะอาดเครื่องหนังทั่วไปนั้นจะมีความถี่ในการทำความสะอาดนานกว่าการทำความสะอาดรองเท้า คือ1ครั้ง/เดือน ซึ่งความถี่นี้จะมีผลในการออกแบบ เช่นเรื่องของปริมาตรในการบรรจุผลิตภัณฑ์ภายในที่เหมาะสม



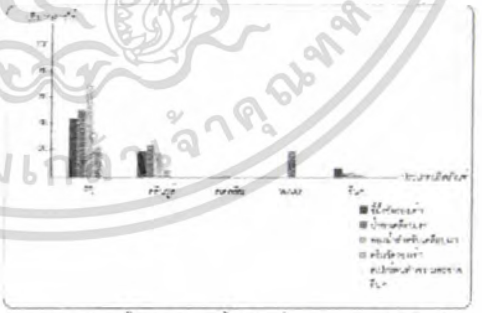
เวลาในการใช้งานในการทำความสะอาดรองเท้าในแต่ละครั้งนั้น ส่วนใหญ่อยู่ที่ 1-5 นาที และเวลาในการทำความสะอาดเครื่องหนังทั่วไปจะอยู่ที่ 5-10 นาทีขึ้นไป ซึ่งจะเห็นได้ว่าในการทำความสะอาดรองเท้าในแต่ละครั้งนั้นจะใช้เวลากับการดูแลทำความสะอาดน้อย แต่ในการทำความสะอาดเครื่องหนังทั่วไปจะใช้เวลามากกว่า ซึ่งจะสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางและหลักการในการออกแบบ วางระดับของความต้องการของผู้บริโภคในเรื่องของการอำนวยความสะดวกในการใช้งานกับเวลาที่ต้องใช้ได้

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง
ให้กับบริษัทเอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด



กราฟแสดงจำนวนผู้บริโภค กับการใช้ผลิตภัณฑ์หนังแบบต่างๆ

จากกราฟสรุปได้ว่า
2 อันดับแรก ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะใช้ผลิตภัณฑ์
ที่ทำจากหนังเรียบ รองลงมาคือหนังกลับ



กราฟแสดงจำนวนผู้บริโภค กับการใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาเครื่องหนังและรองเท้า

จากกราฟแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่จะใช้ผลิตภัณฑ์ของแบล็คมิลเลี่ยน
เนื่องมาจากในที่ห้อ มีแบรนด์ ดูแลรักษาเครื่องหนังและรองเท้าที่มีปริมาณการใช้มากที่สุดจะเป็นน้ำยาเคลือบเงา รองลงมาคือสีย้อมรองเท้า และที่ผู้บริโภคเลือกใช้รองลงมาคือคลีนซูส์ และผลิตภัณฑ์ของคลีนซูส์มีปริมาณการใช้มากที่สุดคือน้ำยาเคลือบเงา รองลงมาคือสีย้อมรองเท้า ด้วยเหตุผลของผู้บริโภคที่เลือกน้ำยาคลีนซูส์เพราะมีราคาที่ถูกกว่า จึงเลือกใช้ ส่วนผลิตภัณฑ์ของที่ผู้บริโภคเลือกใช้คือ 1. ผลคลีน(เป็นยี่ห้อที่ผู้บริโภคทำความสะอาดเครื่องหนังต่างๆ) 2.พวกน้ำยาเคลือบเงาหนังต่างๆ และยี่ห้อ GASON และ ECCO ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากข้อเสนอแนะในแบบสอบถาม 100 ชุด ผู้บริโภคมีปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในการทำความสะอาดและดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง คือ

- เลอะเทอะมือ ติดตามขอบเล็บ
- มีกลิ่นเหม็นติดมือ
- จี้ผิวขัดรองเท้า เกิดปัญหาคือขี้ผึ้งแห้งเร็วก่อนกำหนด ใช้แล้วตรงกลางจะหมดก่อน
- ตัวที่เป็นน้ำยาที่มีฟองน้ำในตัวนั้น ฟองน้ำเสื่อมสภาพก่อนน้ำยาหมด
- เมื่อออกไป ณ สถานที่อื่น มักจะมีสิ่งที่ทำให้เครื่องหนังเกิดการสกปรก แต่ไม่รู้ว่าจะทำความสะอาดเช่นไร
- เกิดปัญหาในการทำความสะอาดหนังกลับ ไม่รู้จะทำความสะอาดเช่นไร
- ก่อนทำความสะอาดรองเท้านั้นจะต้องสอดมือข้างหนึ่งเข้าไปในรองเท้า ทำให้รู้สึกไม่อยากที่จะสอดมือเข้าไปเพราะสกปรก
- เมื่อใช้น้ำยาเช็ดกระเป๋าแล้ว จะทำให้มีกลิ่นเหม็นไม่น่าใช้
- ตามซอกเล็ก ๆและส่วนที่เป็นลาย มีการทำความสะอาดที่ยาก
- ในขณะใช้ผลิตภัณฑ์จะเลอะมือ
- มีหลายสีในคู่เดียวจะสามารถทำความสะอาดได้ลำบาก
- กะปริบกะปรอยในการใช้น้ำยาไม่ได้
- เครื่องหนังเกิดรอยยุ่งยากเนื่องมาจากการขัด
- ในการเก็บผลิตภัณฑ์จะกระจัดกระจายไม่เป็นที่
- เมื่อรองเท้ามีปัญหาเช่นกลอกทำให้ไม่น่าใช้
- มีการใช้งานที่ต้องใช้เวลาในการขัดนาน และต้องการความรวดเร็วเวลาใช้งานแต่ละครั้ง
- รองเท้าเหม็นอับ
- เกิดการลังเลในการเลือกซื้อสินค้า

ตลาดทุกวัน

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง
ให้กับบริษัทเอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

ลักษณะของผลิตภัณฑ์
การแยกประเภทของผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาเครื่องหนัง
สามารถแยกประเภทของผลิตภัณฑ์ได้เป็น 3 ประเภท ได้ดังนี้

Solid	Cream	Liquid
กลุ่มของแข็ง - มีลักษณะเป็นก้อน บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในปัจจุบันนั้นจะเป็นกล่องกระดาษ ลักษณะการใช้งานต้องนำไปขัดถูกับหนังกลับและสุดท้ายที่มีความสกปรกให้หมดไป	กลุ่มของครีม - มีลักษณะที่เป็นของเหลวข้น ให้ทั้งใสและขุ่น ซึ่งบรรจุภัณฑ์ที่ใช้จะมีทั้งที่เป็นกระปุกแก้ว กระปุกพลาสติก และกระป๋องโลหะ	กลุ่มของเหลว - มีลักษณะที่เป็นแบบน้ำ และแบบข้น อัดแก๊ส (สเปรย์ หรือ โฟม) โดยบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ก็จะมีลักษณะที่เป็นขวด และเป็นกระป๋อง มีการทำความสะอาดที่ง่าย เนื่องจากเป็นของเหลวจึงเช็ดออกได้จะตรงใช้โดยฉีด หรือ พ่น ให้ทั่วรองเท้าและเครื่องหนังต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เจล	กึ่งเหลว	2	2	-ใช้คู่กับผ้าหรือฟองน้ำใช้เช็ดถู
โฟม	ของเหลว	3	3	-ใช้ทำความสะอาดหนังกลับและหนังนูบัค -มีอุปกรณ์บางชนิดที่ต้องการทำความสะอาด -ใช้คู่กับแปรงหนังกลับเพื่อทำความสะอาด
ครีม	กึ่งเหลว	2	2	-ใช้คู่กับฟองน้ำหรือผ้าเช็ดลงบนหนังเรียบ
ขี้ผึ้ง	กึ่งแข็ง	0	0	-ใช้ร่วมกับแปรงในการปาดเนื้อครีม -ใช้กับหนังเรียบ
ยางลบ	กึ่งแข็ง	0	-	-ใช้ทำความสะอาดหนังกลับและหนังนูบัค
สเปรย์	ของเหลว	4	4	-ใช้ทำความสะอาดหนังกลับและหนังนูบัค -ใช้ร่วมกับแปรงหนังกลับ
น้ำยา	ของเหลว	4	4	-ใช้คู่กับฟองน้ำหรือผ้าเช็ดลงบนหนังเรียบ

หมายเหตุ 4 = ดีมาก | 3 = ดี | 2 = ปานกลาง | 1 = ไม่ดี | 0 = ไม่มีการใหลเข้าตัว

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง
ให้กับบริษัทเอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของหนัง

หนังโดยทั่วไปจะสามารถแบ่งได้เป็น 2 ชนิด คือ 1.หนังแท้ 2.หนังเทียม

1.หนังแท้

หนังแท้เป็นหนังที่ได้จากสัตว์ มีความหนาประมาณ ขึ้นอยู่กับกระบวนการผลิตของหนัง และสามารถแบ่งตามระดับได้ดังนี้คือ

1.1 หนังเรียบ (Full Grain Leather)

เป็นหนังแท้ที่ได้จากหนังชั้นบนของหนังวัว และนำมาผ่านกระบวนการผลิต มีความหนาขึ้นอยู่กับการใช้งาน เช่น ทำรองเท้าบูท หรือ ทำกระเป๋าถือ ซึ่งจะมีความหนาประมาณ 1.2-1.4 มม. ซึ่งจะมีลักษณะเป็นชั้นๆ ตามธรรมชาติ ผิวหน้าเรียบ และมีความมันวาวตามธรรมชาติ ทนทานต่อการขีดข่วน ซึมน้ำได้ยาก และยังสามารถระบายอากาศได้ดีด้วย

รูปที่ 1.1 ภาพแสดงลักษณะของหนังประเภทหนังเรียบ

1.2 หนังนูบัค (Nubuck Leather)

หนังนูบัค คือ หนังวัวส่วนที่นำมาจากชั้นกลางและใกล้ชั้นล่างของหนังวัว ผ่านกระบวนการขัดเพื่อให้หนังมีความนุ่มขึ้น ซึ่งจะมีความหนาประมาณ 1.2-1.4 มม. ซึ่งหนังชนิดนี้จะหนาและแข็งแรงกว่า Split Grain Leather ดังนั้นโรงฟอกหนังจึงต้องนำไปผ่านกระบวนการขัดต่างๆ อีกครั้งเพื่อให้ได้หนังที่นุ่มน่าใช้ ก่อนที่จะนำมาผลิตเป็นสินค้าประเภทเครื่องหนังต่างๆ ซึ่งหนังชนิดนี้มีความทนทานต่อการขีดข่วนมากกว่าหนังประเภท Split Grain Leather และมีคุณสมบัติในการให้ความชุ่มชื้นได้ดีกว่าหนังประเภท Full Grain Leather และมีคุณสมบัติในการกันน้ำได้ดีกว่าหนังนูบัค (Nubuck Leather) และมีความทนทานในการใช้งานมากกว่า Split Grain Leather และมีคุณสมบัติในการระบายอากาศได้ดีกว่าหนังประเภทอื่นๆ ทั้งหมด ดังนั้นจึงเหมาะสำหรับนำมาผลิตเป็นรองเท้าที่ต้องการความสบายในการใช้งาน และเหมาะกับการสวมใส่ในชีวิตประจำวัน และยังสามารถดัดแปลงได้ง่าย

1.3 หนังกลับ (Suede Leather)

หนังกลับคือชั้นของหนังที่ได้จากการขัดของหนังเรียบ หรือหนังนูบัค ซึ่งหนังกลับนี้จะต้องผ่านกระบวนการขัดหนังให้มีความนุ่ม เป็นขน เนื่องจากหนังที่นำมาทำหนังกลับนี้จะมีคุณสมบัติที่ขาดความชุ่มชื้น จึงจำเป็นต้องได้รับการบำรุงรักษาเป็นพิเศษ และมีความแข็งแรงน้อยกว่าหนังนูบัคและหนังเรียบ ซึ่งไม่เหมาะกับการนำมาใช้งานที่ต้องการความทนทาน

รูปที่ 1.3 ภาพแสดงลักษณะของหนังประเภทหนังกลับ

1.4 หนังออยล์

มีลักษณะเหมือนหนังเรียบ แต่ความมันวาวจะมีมากกว่าหนังเรียบ ซึ่งจะเป็นลักษณะด้านๆ มีความมัน เนื่องจากในการผลิตนั้นจะมีขั้นตอนในการหมักน้ำมันกับหนังออยล์ ซึ่งจะทำให้หนังนั้นมีความนุ่ม ชุ่มชื้น

รูปที่ 1.4 ภาพแสดงลักษณะของหนังประเภทหนังออยล์

1.5 หนังแก้ว

หนังแก้ว คือหนังเรียบที่มีการนำมาผ่านกระบวนการผลิตเพื่อให้มีความมันวาวเงางามขึ้น จะมีลักษณะการเหมือนหนังเรียบเลี่ยนโต

รูปที่ 1.5 ภาพแสดงลักษณะของหนังประเภทหนังแก้ว

2.หนังเทียม(หนังวิทยาศาสตร์) (Synthetic)

หนังเทียมนั้นมีมากมายหลายชนิด และคุณภาพก็ระดับเหมาะสมต่างไปตามราคา และคุณลักษณะเฉพาะของหนังเทียมนั้นๆ หนังเทียมที่ดีก็จะดูเนา จะเหมาะสำหรับใช้ทำของเล็กๆ และระยะเวลาที่ใช้ประมาณต่างประเทศแล้ว หนังเทียม จะมีทั้งผลิตในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ อาทิเช่น ญี่ปุ่น ไต้หวัน หรือ จีน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ทำจากหนังชนิดต่าง ๆ

แบ่งประเภทออกเป็น 2 กลุ่มคือ

1. ผลิตภัณฑ์กลุ่มรองเท้า
2. ผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องหนังทั่วไป

เหตุผลในการแบ่งเป็น 2 กลุ่มนี้ เนื่องมาจากรองเท้านับเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีการใช้งานแล้วเกิดการสึกหรอมากกว่าเครื่องหนังทั่วไป และลักษณะของการรักษาจะแตกต่างกันไป ดังนั้นจึงต้องแยกประเภทของการทำความสะอาดไว้ให้ชัดเจนมากขึ้น เพื่อเป็นทางเลือกใหม่ในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง

1. กลุ่มรองเท้า

เท้าในปัจจุบันนั้นไม่ว่าจะเป็นของสุภาพบุรุษ หรือสุภาพสตรีนั้น มีของให้เลือกหลากหลายรูปแบบ ทั้งชนิดและหลากหลายวัสดุที่นำมาใช้ผลิตรองเท้าไม่ว่าจะเป็นของเท้าหนังเรียบ หนังสัตว์ หนังแก้ว ซึ่งมีแบบที่มีหลากหลายวัสดุในคู่เดียวกัน ดังนั้นในการดูแลรักษารองเท้าในแต่ละคู่นั้นย่อมมีการทำความสะอาดที่แตกต่างกันออกไปตามลักษณะของเท้าและประเภทของหนังแต่ละคู่

2. กลุ่มเครื่องหนัง

เครื่องหนังในที่นี้หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากหนังประเภทต่างๆ เช่นกระเป๋า เข็มขัด หมวก เสื้อผ้า ฯลฯ เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เสื้อ กางเกง กระโปรง เข็มขัด หมวกฟีดา ฯลฯ เป็นต้น

เครื่องหนังจะมีหลากหลายรูปแบบเช่นกัน และแต่ละรูปแบบก็จะมีหลากหลายลักษณะหนัง ดังนั้นในการทำความสะอาดเครื่องหนังนั้นก็จำเป็นที่จะต้องดูแลรักษาในลักษณะที่แตกต่างกันออกไป

พฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ ที่เป็นปัจจัยเกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1.ขี้ผึ้งขัดรองเท้า

พฤติกรรมการใช้ขี้ผึ้งขัดรองเท้า

1.ใช้มือข้างที่ไม่ถนัดข้อนเข้าไปในรองเท้า

2.ใช้แปรงละอาดปัดฝุ่นที่รองเท้าออก

3.ใช้แปรงป้ายขี้ผึ้งจากกระป๋อง

4.นำแปรงที่ป้ายขี้ผึ้งแล้วมาขัดรองเท้าให้ทั่ว

5. รอให้ขี้ผึ้งแห้งประมาณ3นาที แล้วใช้แปรงขัดให้เงา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง
ให้กับบริษัทเอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

พฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ ที่เป็นปัจจัยเกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1.น้ำยาทำความสะอาด

1.ใช้มีดช้างที่ไม่เก่าเกิน
ช้อนเข้าไปในรองเท้า

2.ใช้ด้านหัวฟองน้ำ
กดลงบนรองเท้า

3.กดให้น้ำยาออกและดูไปมาให้ทั่ว
แล้วทิ้งไว้ให้แห้ง

2.ใช้ด้านหัวฟองน้ำ
กดลงบนรองเท้า

2.ใช้มีดขูดร่างช้อน

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง
ให้กับบริษัทเอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

พฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ ที่เป็นปัจจัยเกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ทุปาทน์
-ครีม
-แปรงปัด
-ฟองน้ำหรือผ้า

1.เทครีมลงบน
ฟองน้ำ/ผ้า

2.ใช้ฟองน้ำด้านที่มีครีมเช็ดดูให้ทั่ว

1.เทครีมลงบน
ฟองน้ำ/ผ้า

2.ใช้ผ้าด้านที่มีครีมเช็ดดูให้ทั่ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ ที่เป็นปัจจัยเกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์

อุปกรณ์
- สเปรย์
- แปรงหนังกลับ

1.หงายมือและสอดเข้าไปในรองเท้า

2. พ่นสเปรย์ลงบนรองเท้าและเครื่องหนัง

2.ใช้แปรงหนังกลับขัดให้ทั่วบริเวณ

อุปกรณ์
- ยางลบหนังกลับ

- นำยางลบมาถูเบาๆตามทิศทางของขนตรงบริเวณที่ต้องการทำความสะอาด

● Product Concept

" ผลิตภัณฑ์ที่มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการดูแลรองเท้าและเครื่องหนัง พร้อมกลิ่นหอมสะอาดทางเลือกใหม่ของคนทันสมัย "

● Design Concept

" รูปแบบผลิตภัณฑ์สากล สะท้อนภาพลักษณ์สังคมเมือง ที่ต้องการความ ง่าย และรวดเร็ว"

Image

Route 1
บอกถึงวิธีการใช้งานของผลิตภัณฑ์แต่ละตัวให้ผู้บริโภคได้รับรู้

Route2
Life style & พร้อมก้าวสู่สังคมอย่างมั่นใจ

Route3
สื่อถึงความทันสมัย สร้างความตื่นตัว รวดเร็ว

Function

Form

Route 1	Route 2	Route 2
City	Sport	Relax
		Geometric
street tower square	Energetic Fast Strong	line

● จุดขาย

ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดที่ ง่าย และรวดเร็ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อได้รูปแบบการใช้งานที่เหมาะกับผลิตภัณฑ์แล้ว จึงทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ตามแนวทางการออกแบบ
ที่ตั้งไว้ 3 แนวทาง ได้แก่

Route1. Sport

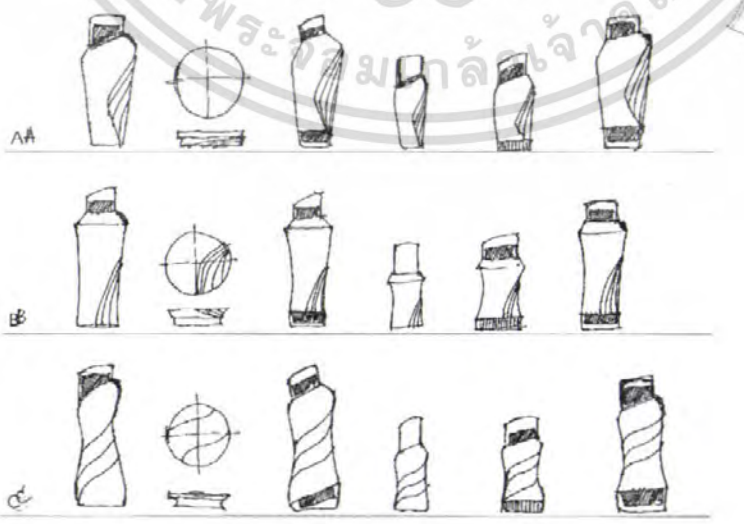
1. แนวทางสปอร์ต (Sport)
เมื่อกล่าวถึงการเล่นกีฬา ก็จะได้ความรู้สึกที่มี
ความโฉบเฉี่ยวรวดเร็ว แข็งแรง รวดเร็ว ดูแล้ว
มีการเคลื่อนไหว ไม่อยู่นิ่ง

- Energetic
- Fast
- Strong
- Move
- Active

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง
ให้กับบริษัทเอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

Sketch

Design Route 1. Sport



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Route2. City

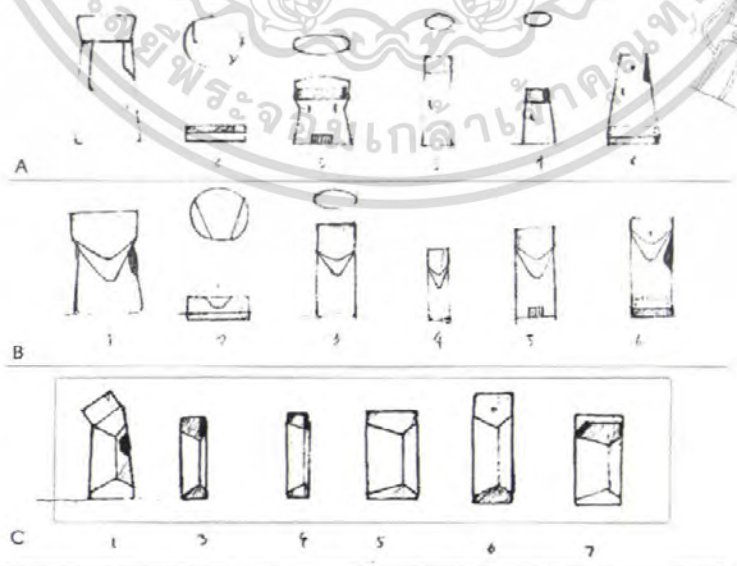
2. แนวทางสังคมเมือง (City)
เมื่อกล่าวถึงสังคมเมืองนั้น ก็จะมองภาพไปถึงการดำเนินชีวิต
ถึง ถนน การเดินทาง มีคำจัดกัดความ ได้แก่

ภาพแสดงภาพลักษณ์ของแนวทางสังคมเมือง

- street
- square
- tower
- skyscraper

Design Route 2. City

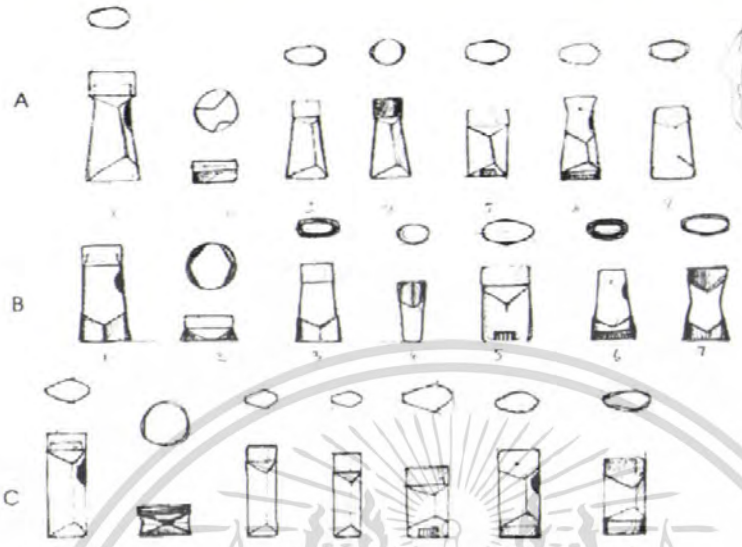
Sketch



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง
ให้กับบริษัทเอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

Sketch



โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง
ให้กับบริษัทเอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

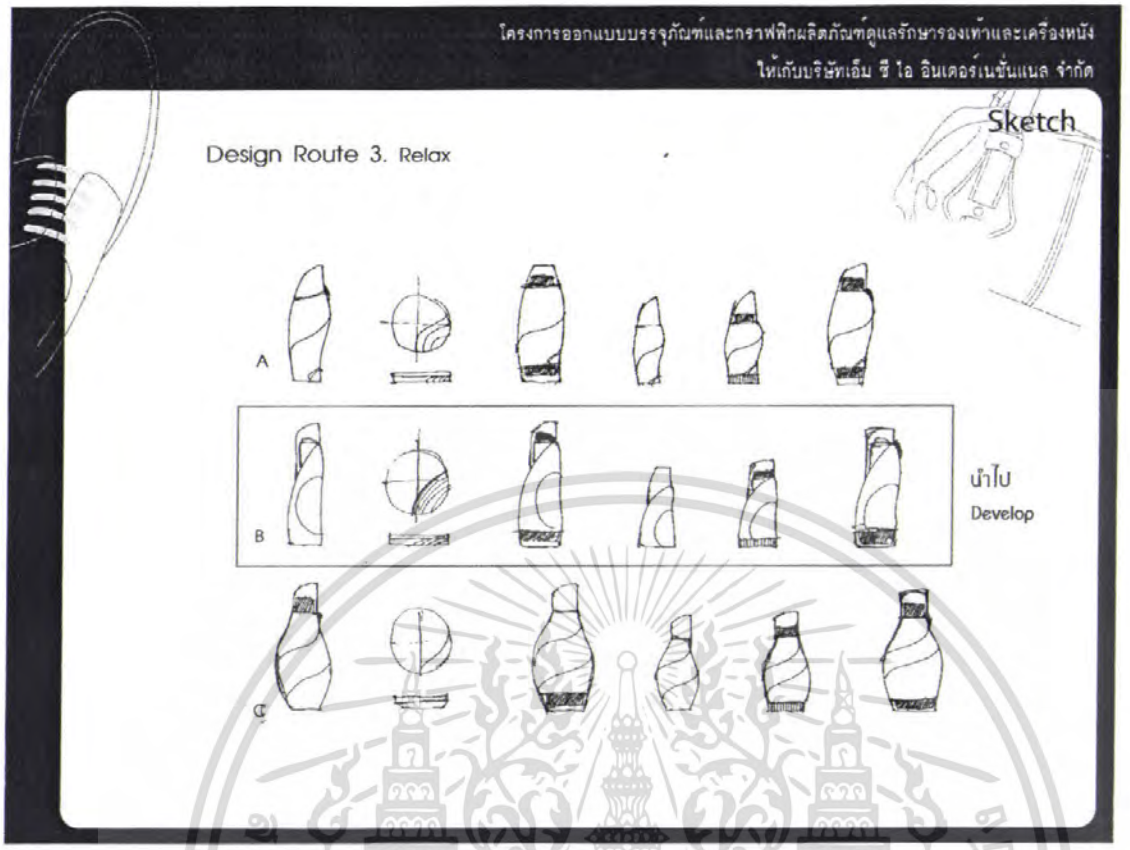
Sketch

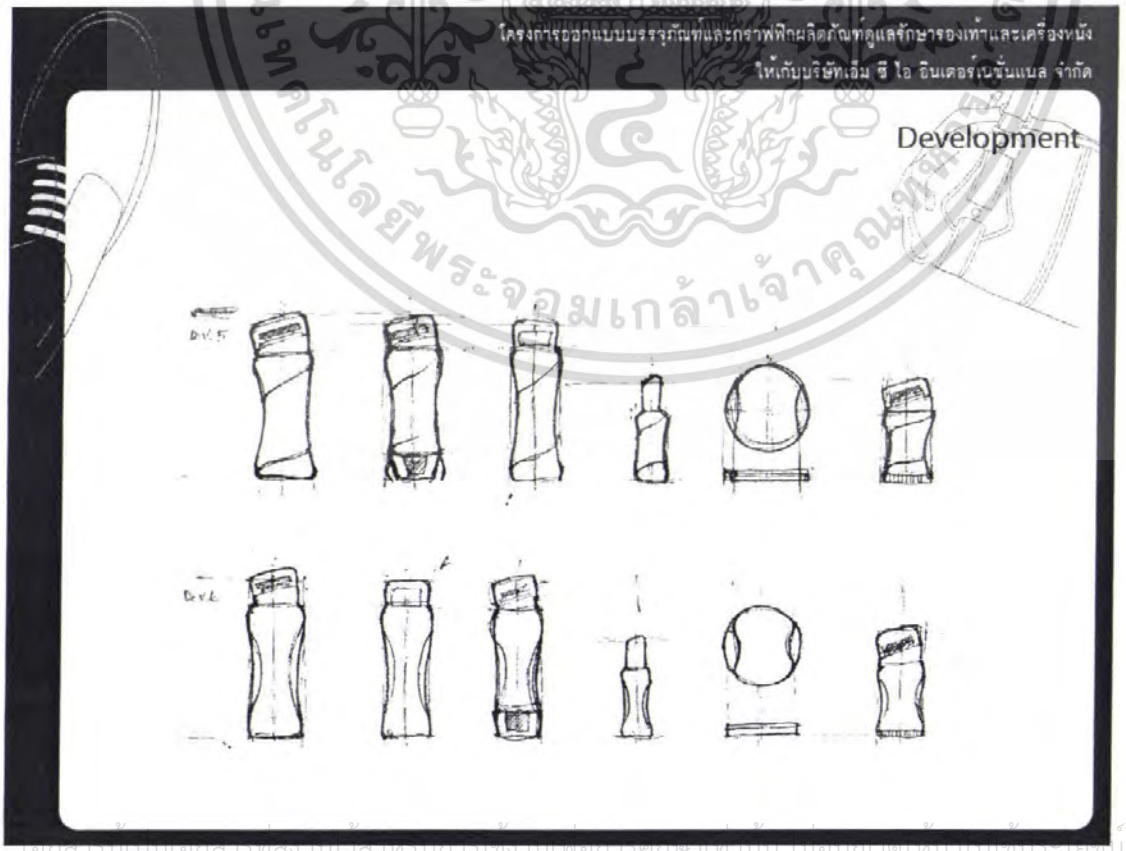
Route3. Relax

3. แนวทางผ่อนคลาย (Relax)
เมื่อนึกถึงคำว่าผ่อนคลายก็จะนึกถึงสบายๆ ง่ายๆ
ไม่ยุ่งยากซับซ้อน

- Fun
- Natural

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

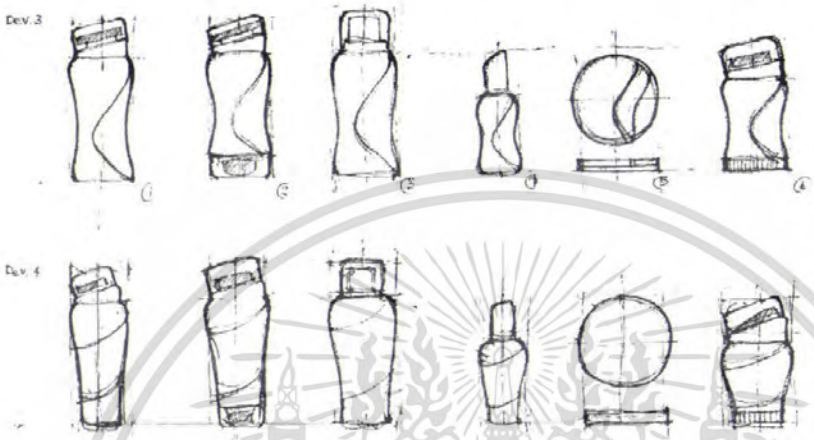




เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

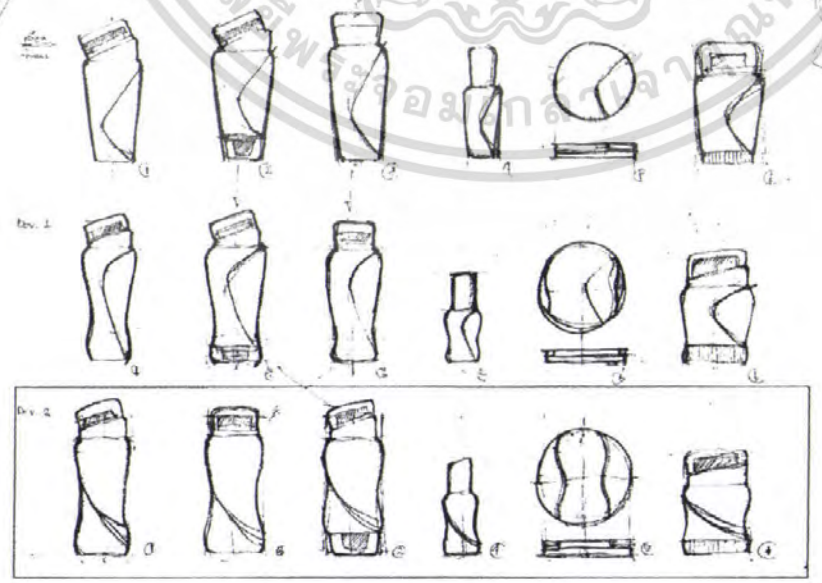
โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง
ให้เก็บบริษัทเอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

Development



โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง
ให้เก็บบริษัทเอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

Development



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Route : 1

บอกถึงวิธีการใช้งานของผลิตภัณฑ์แต่ละตัวให้ผู้บริโภคได้รับรู้

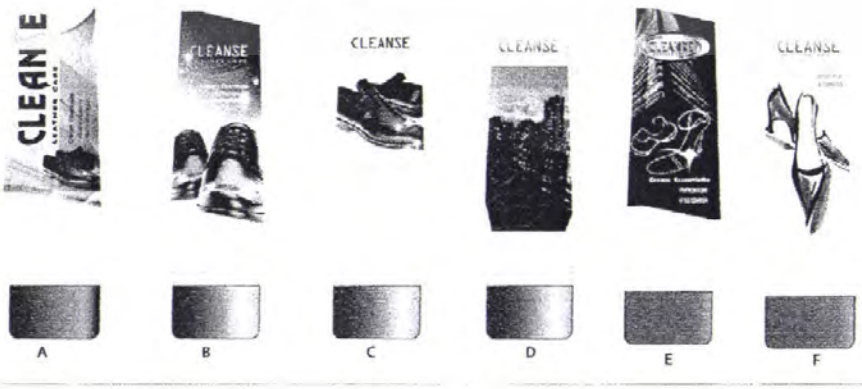
Sketch

oute2

Life style & พร้อมก้าวสู่สังคมอย่างมั่นใจ

Route : 3

Life style & พร้อมก้าวสู่สังคม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Route3
สื่อถึงความทันสมัย สร้างความกื่นตัว รวดเร็ว

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง
ให้กับบริษัทเอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

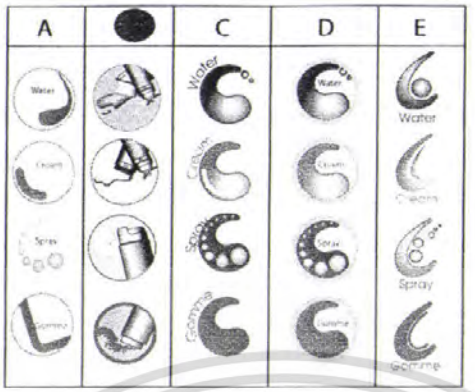
แทนกลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้า

แทนกลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาเครื่องหนัง

แทนกลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลรักษา
รองเท้าและเครื่องหนัง

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

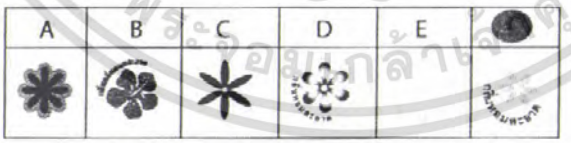
โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง
ให้เกับบริษัทเอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด



รูปแบบ	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	รวม
A	1	1	1	2	5
B	3	3	2	3	(11)
C	2	1	1	2	6
D	2	1	2	2	7
E	2	1	2	2	7

[illegible]

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง
ให้เกับบริษัทเอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด



รูปแบบ	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	รวม
A	1	2	1	2	6
B	3	3	1	1	8
C	2	1	1	2	6
D	3	3	2	1	9
E	3	3	2	2	10
F	3	3	3	3	(12)

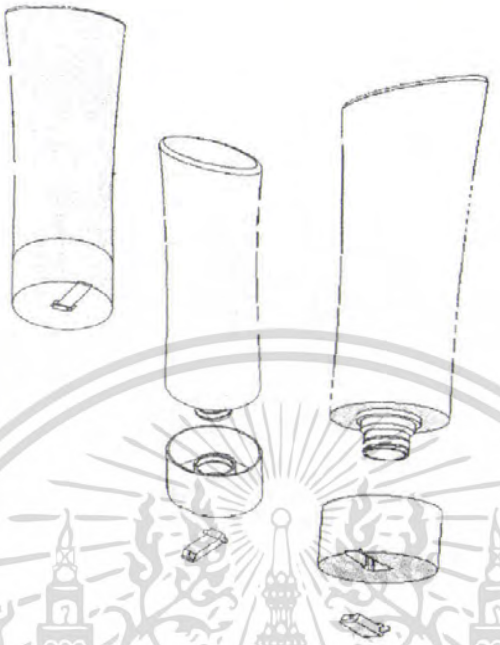
[illegible]

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

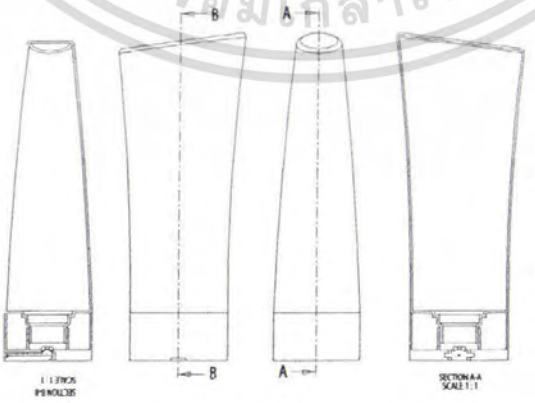
โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง
ให้เกับบริษัทเอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

Assembly

ครีมดับบิ้น



โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง
ให้เกับบริษัทเอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

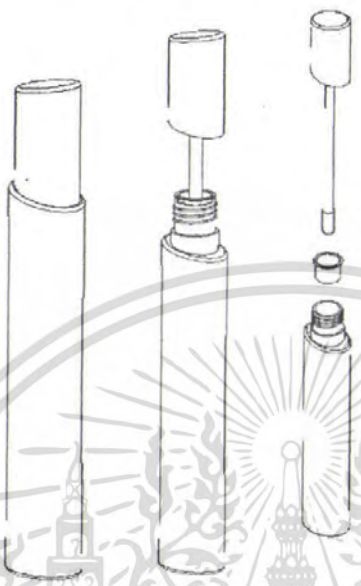


Section

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

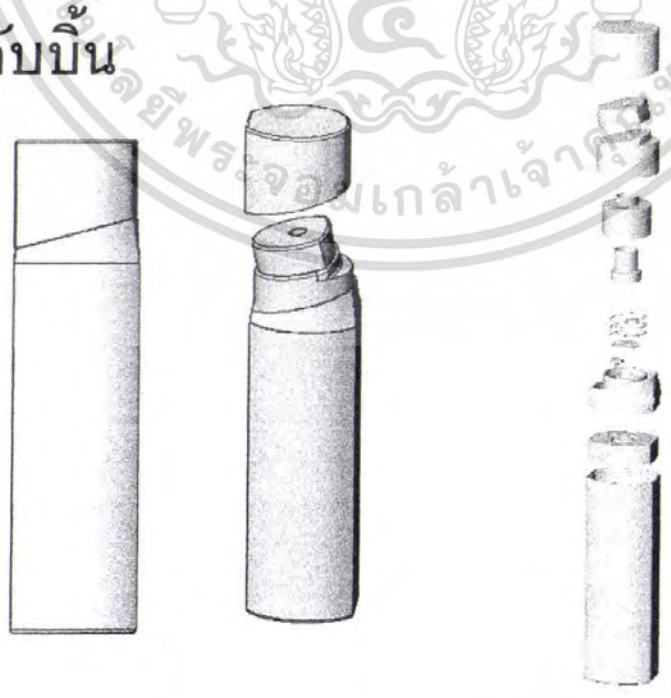
โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง
ให้เกับบริษัทเอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

สีทารอยถลอกหนัง



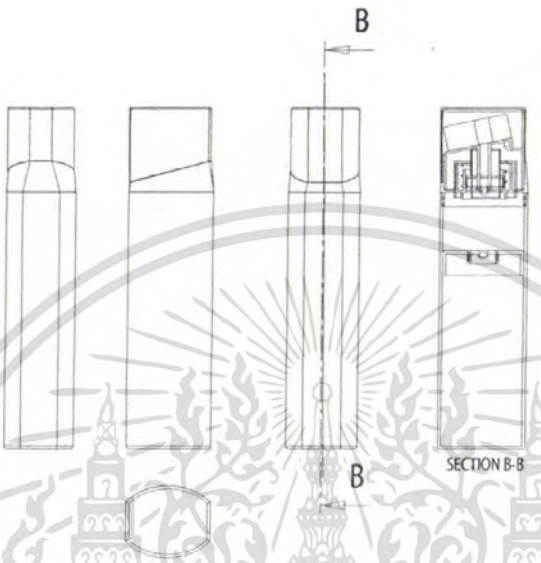
โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง
ให้เกับบริษัทเอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

ครีมดับบิ้น



ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง
ให้เกับบริษัทเอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด



โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง
ให้เกับบริษัทเอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

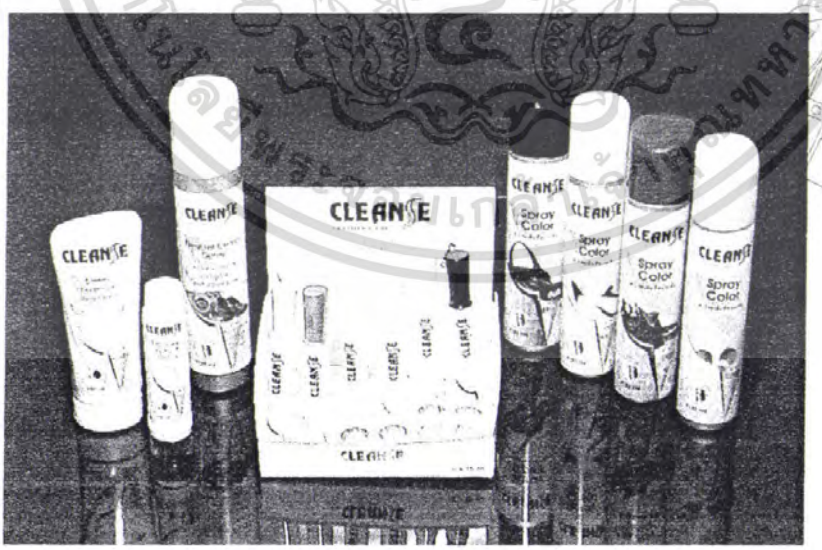
ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าหนัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง
ให้กับบริษัทเอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาเครื่องหนัง

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง
ให้กับบริษัทเอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด



ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

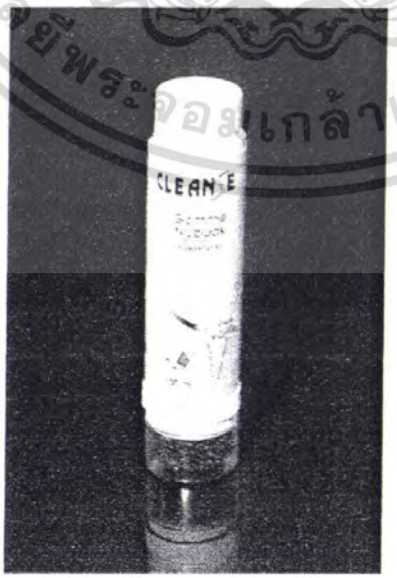
โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง
ให้กับบริษัทเอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง
ให้กับบริษัทเอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง
ให้กับบริษัทเอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง
ให้กับบริษัทเอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

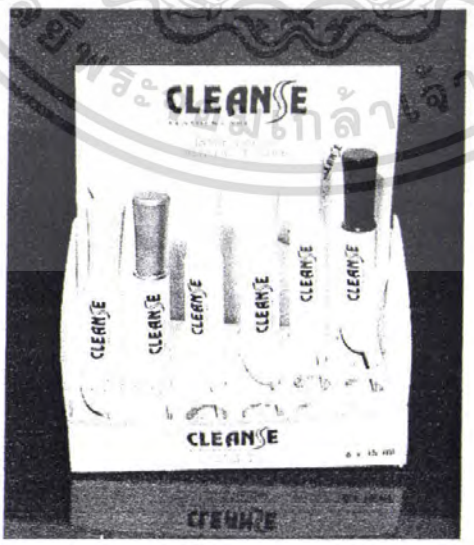
โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง
ให้เกับบริษัทเอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง
ให้เกับบริษัทเอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

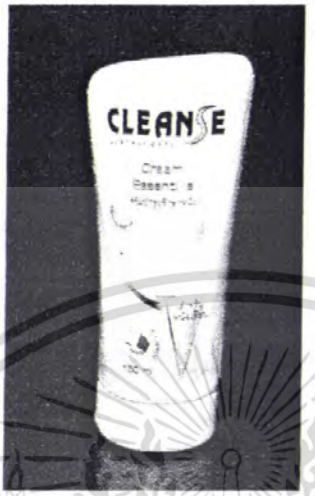
โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง
ให้กับบริษัทเอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง
ให้กับบริษัทเอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง
ให้กับบริษัทเอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

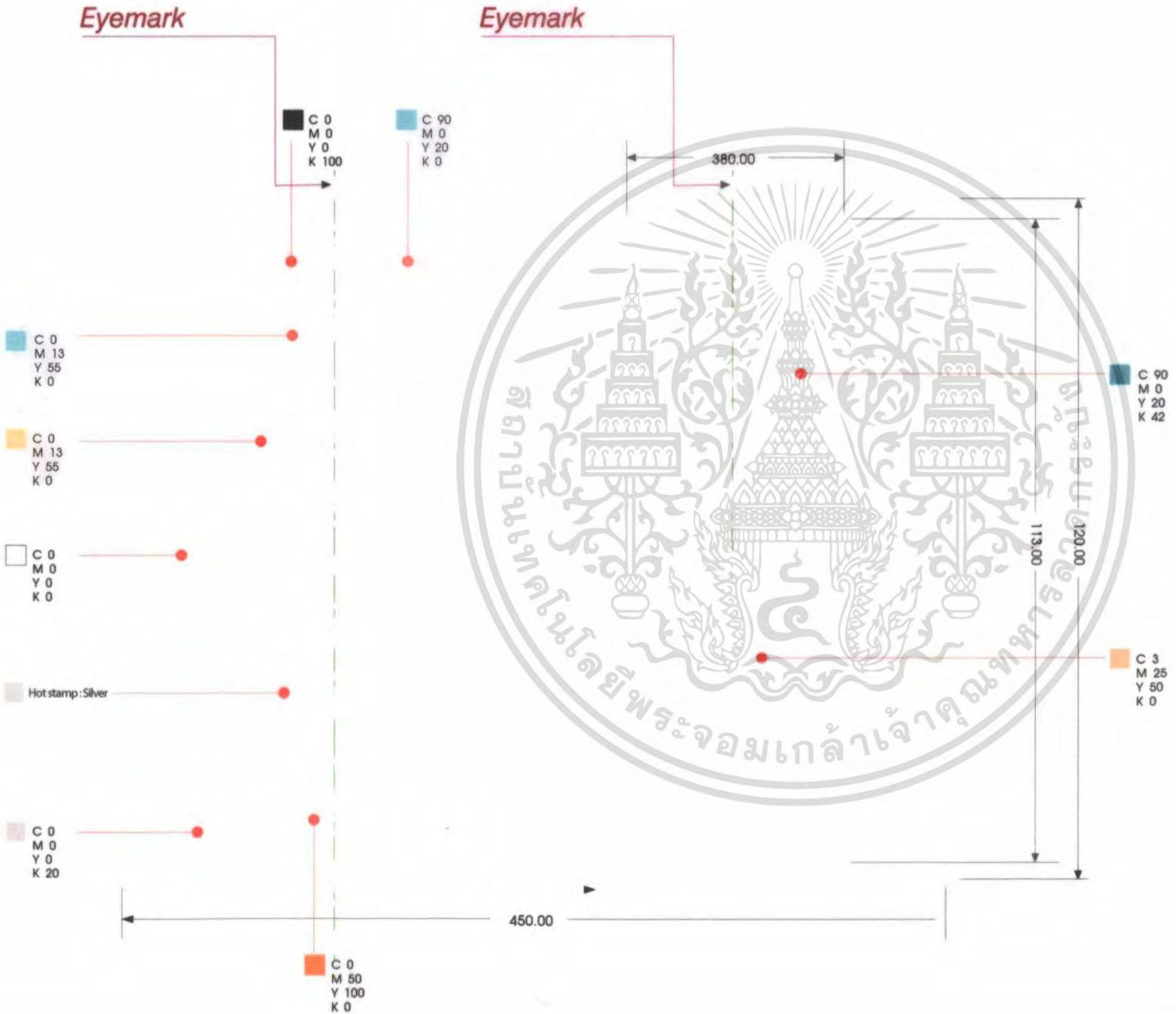


โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง
ให้กับบริษัทเอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช

ภาพถ่ายยอ ART WORK


Eyemark
Eyemark
C 0
M 0
Y 0
K 100
C 90
M 0
Y 20
K 0
C 0
M 13
Y 55
K 0
C 0
M 13
Y 55
K 0
C 0
M 0
Y 0
K 0
Hot stamp : Silver
C 0
M 0
Y 0
K 20
C 0
M 50
Y 100
K 0
380.00
113.00
120.00
C 90
M 0
Y 20
K 42
C 3
M 25
Y 50
K 0
450.00

ARTWORK
ครีมดับบิ้น
By Miss.Kanita Kaniyomwakin
code 45020333

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

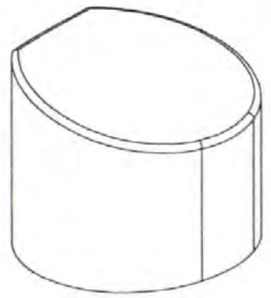
DRAWING

SPECIFICATION

PART	NAME	QUANTITY	MATERIAL	PROCESS	COLOR	Finishing	REMARK
1	BODY01	1	PP	Injection	Transprency	Gross	—
2	BODY02	1	EDC	Injection	White	—	—
3	BODY03	1	PE	Injection	White	Gross	—
4	BODY04	1	PP	Injection	Transprency	Mate	—
5	BODY05	1	PP	Injection	Transprency	Mate	—
6	BODY06	1	Metal	—	—	—	Standard part
7	BODY07	1	PP	Injection	Transprency	Mate	—
8	BODY08	1	PP	Injection	Transprency	Mate	—
9	BODY09	1	PE	Injection	Transprency	Mate	—
10	BODY10	1	PP	Injection	Transprency	Mate	—
11	BODY11	1	PP	Injection	White	Gross	—

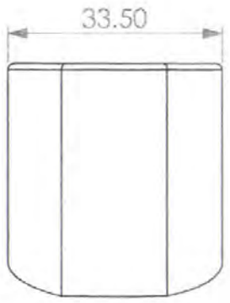
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนังให้กับ บริษัท เอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
	FACULTY OF ARCHTECTURE
	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
SPECIFICATION	NAME MISS KANITA KANIYOMWAKIN — CODE 45020333
	SCALE - — UNIT -

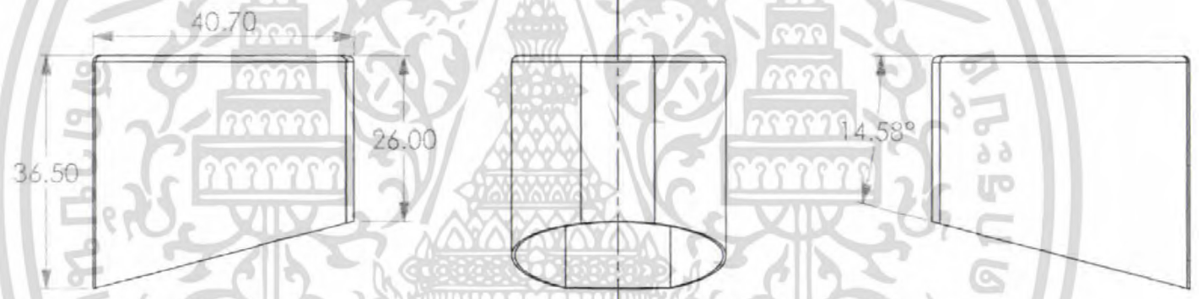


PERSPECTIVE (1 : 1)

TOP VIEW



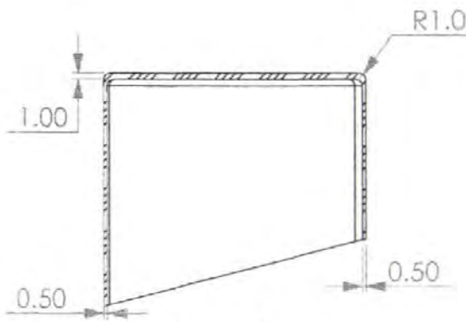
L-SIDE VIEW



FRONT VIEW

BACK VIEW

R-SIDE VIEW

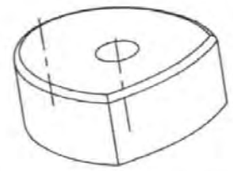


SECTION I-I

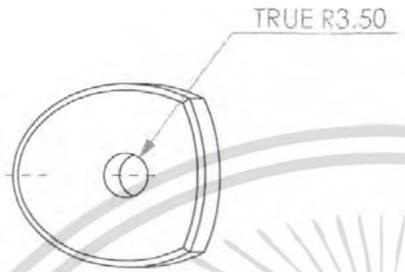
BOTTOM VIEW

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

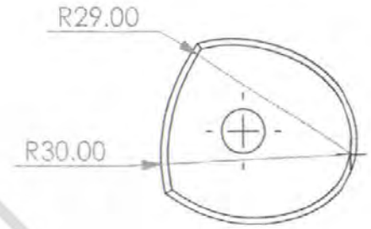
โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนังให้กับ บริษัท เอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด		KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
		FACULTY OF ARCHITECTURE	
		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	
PARTNAME : BODY 01	PAGE 01	NAME MISS KANITA KANIYOMWAKIN	CODE 45020333
		SCALE 1 : 1	UNIT mm



PERSPECTIVE (1 : 1)



TOP VIEW

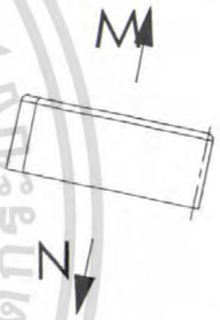


VIEW N
SCALE 1 : 1

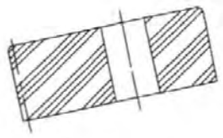
L-SIDE VIEW

FRONT VIEW

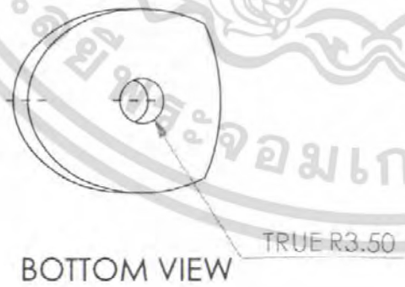
R-SIDE VIEW



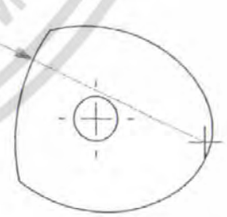
BACK VIEW



SECTION J-J
SCALE 1 : 1



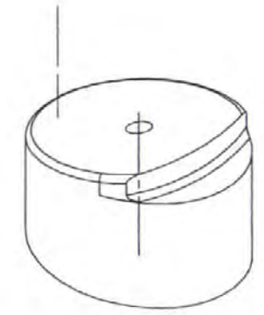
BOTTOM VIEW



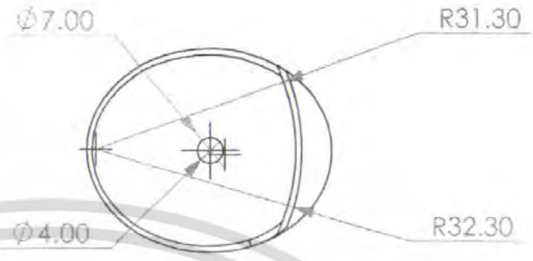
VIEW M
SCALE 1 : 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

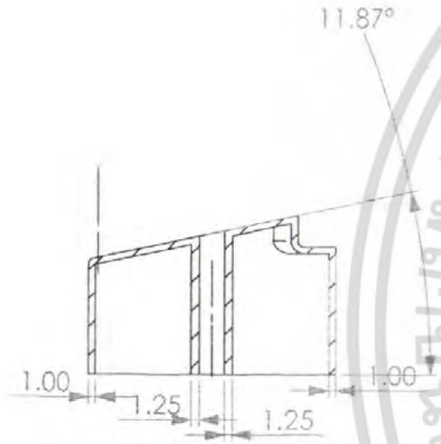
โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนังให้กับ บริษัท เอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด		KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
		FACULTY OF ARCHTECTURE	
		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	
PARTNAME : BODY 02	PAGE 02	NAME MISS KANITA KANIYOMWAKIN	CODE 45020333
		SCALE 1 : 1	UNIT mm



PERSPECTIVE (1 : 1)

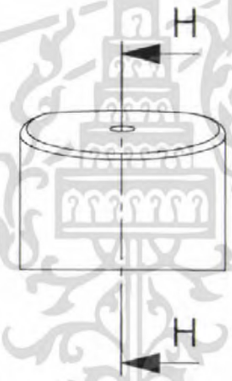


TOP VIEW



SECTION H-H
SCALE 1 : 1

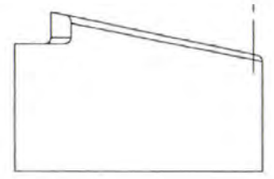
L-SIDE VIEW

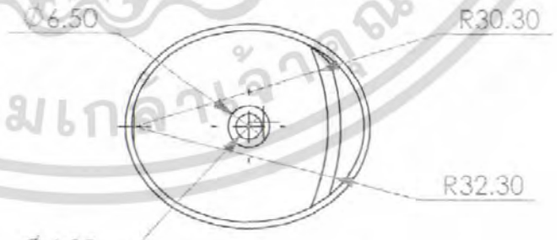


FRONT VIEW

R-SIDE VIEW

BACK VIEW

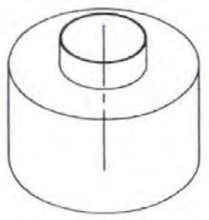




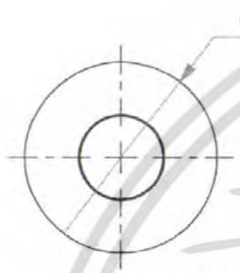
BOTTOM VIEW

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

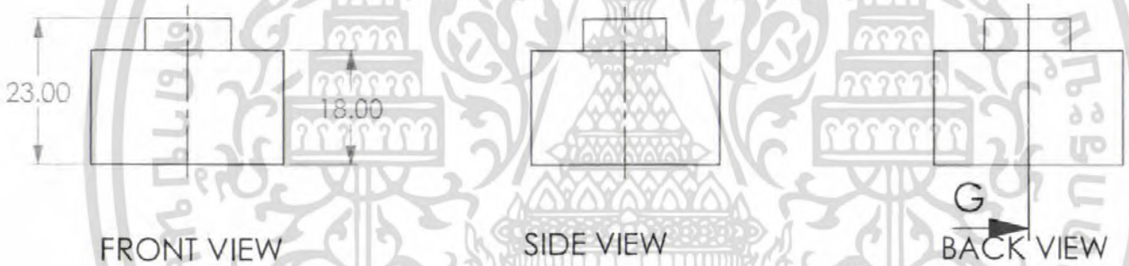
โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนังให้กับ บริษัท เอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด		KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
		FACULTY OF ARCHTECTURE	
		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	
PARTNAME : BODY 03	PAGE 03	NAME MISS KANITA KANIYOMWAKIN	CODE 45020333
		SCALE 1 : 1	UNIT mm



PERSPECTIVE (1 : 1)



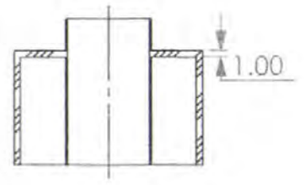
TOP VIEW



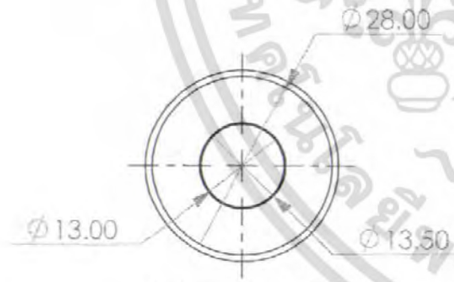
FRONT VIEW

SIDE VIEW

BACK VIEW



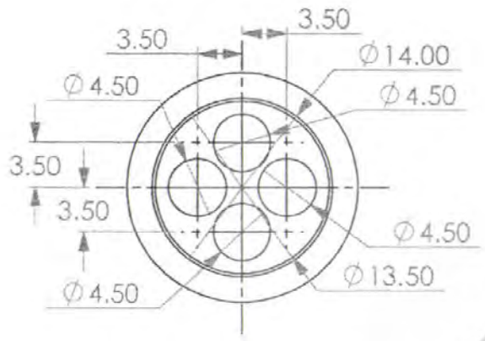
SECTION G-G
SCALE 1 : 1



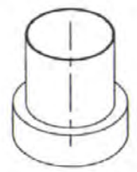
BOTTOM VIEW

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

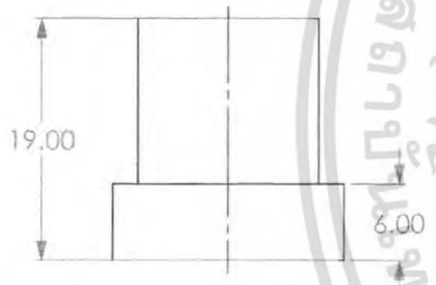
โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนังให้กับ บริษัท เอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด		KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
		FACULTY OF ARCHTECTURE	
		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	
PARTNAME : BODY 04	PAGE 04	NAME MISS KANITA KANIYOMWAKIN	CODE 45020333
		SCALE 1 : 1	UNIT mm



TOP VIEW



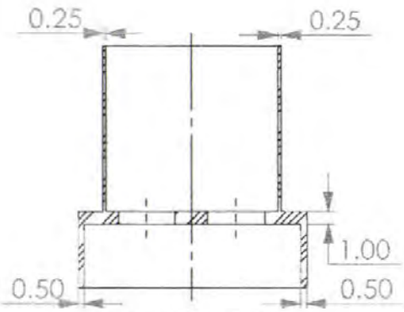
PERSPECTIVE (1 : 1)



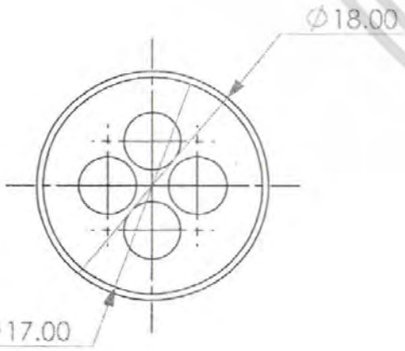
FRONT VIEW

SIDE VIEW

BACK VIEW



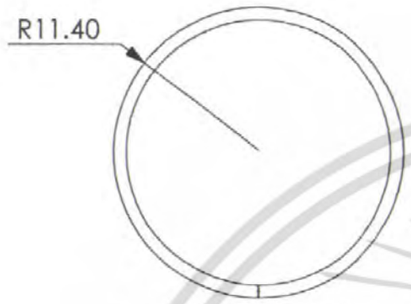
SECTION E-E
SCALE 2 : 1



BOTTOM VIEW

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนังให้กับ บริษัท เอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด		KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
		FACULTY OF ARCHTECTURE	
		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	
PARTNAME : BODY 05	PAGE 05	NAME MISS KANITA KANIYOMWAKIN	CODE 45020333
		SCALE 2 : 1	UNIT mm



TOP VIEW

FRONT VIEW

R-SIDE VIEW

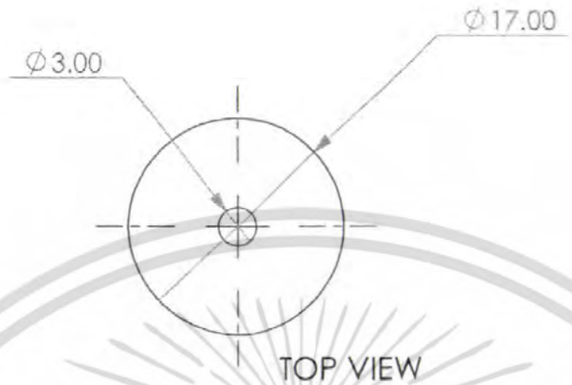
BACK VIEW

BOTTOM VIEW

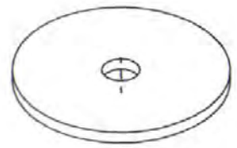
PERSPECTIVE (1 : 1)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า การจำหน่าย การจ่ายแจก
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนังให้กับ บริษัท เอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด		KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
		FACULTY OF ARCHITECTURE	
		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	
PARTNAME : BODY 07	PAGE 07	NAME MISS KANITA KANIYOMWAKIN	CODE 45020333
		SCALE 2 : 1	UNIT mm



TOP VIEW



PERSPECTIVE (1 : 1)

L-SIDE VIEW

FRONT VIEW

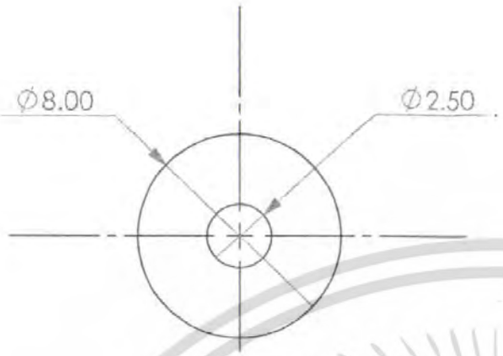
R-SIDE VIEW

BACK VIEW

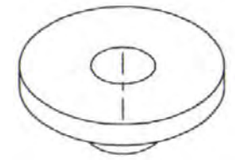
BOTTOM VIEW

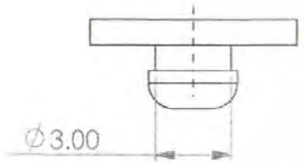
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนังให้กับ บริษัท เอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด		KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
		FACULTY OF ARCHTECTURE	
		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	
PARTNAME : BODY 08	PAGE 08	NAME MISS KANITA KANIYOMWAKIN	CODE 45020333
		SCALE 2 : 1	UNIT mm

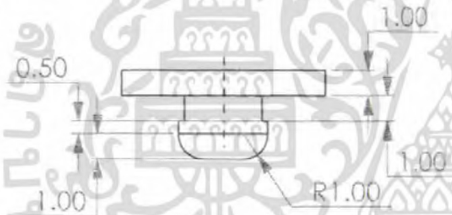


TOP VIEW





L-SIDE VIEW



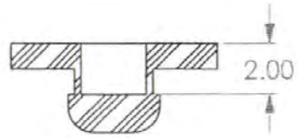
FRONT VIEW

R-SIDE VIEW

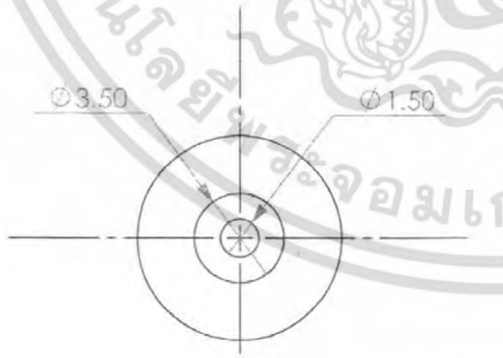
E

BACK VIEW

E



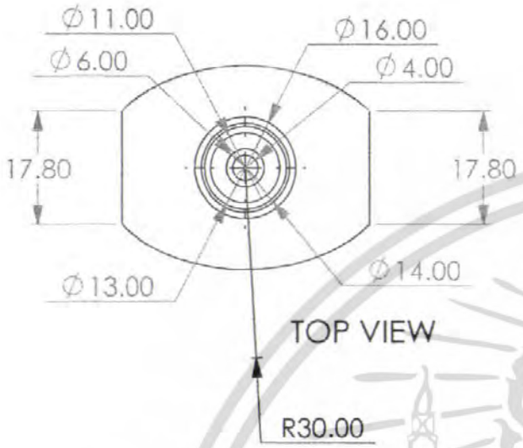
SECTION E-E
SCALE 4 : 1



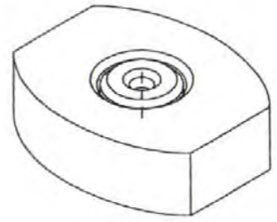
BOTTOM VIEW

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ในการค้า การจำหน่าย การแจกจ่าย หรือการนำไปใช้ในรูปแบบอื่นๆ
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

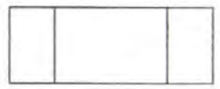
โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนังให้กับ บริษัท เอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด		KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
		FACULTY OF ARCHTECTURE	
		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	
PARTNAME : BODY 09	PAGE 09	NAME MISS KANITA KANIYOMWAKIN	CODE 45020333
		SCALE 2 : 1	UNIT mm



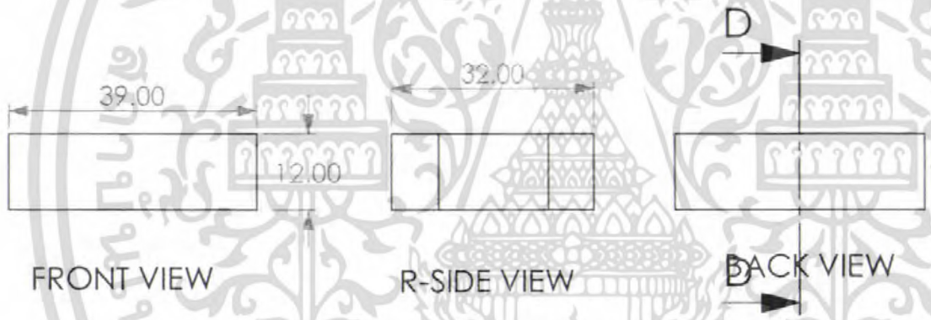
TOP VIEW



PERSPECTIVE (1 : 1)



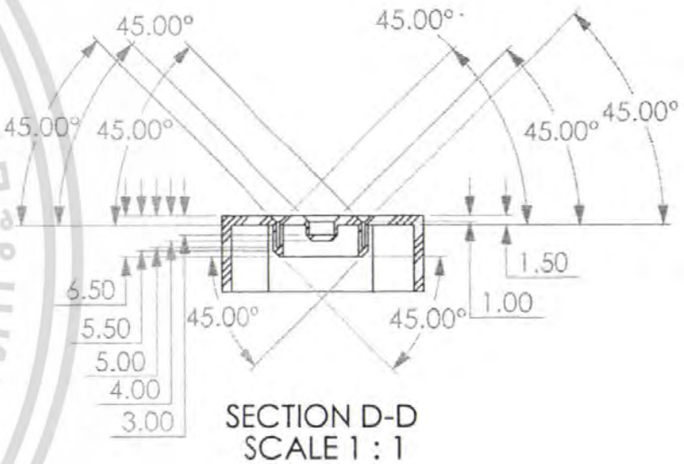
L-SIDE VIEW



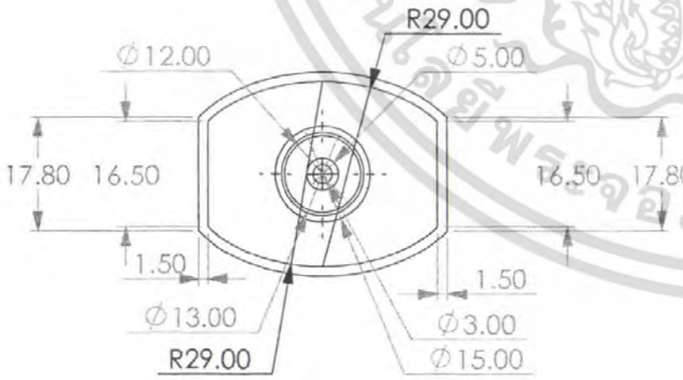
FRONT VIEW

R-SIDE VIEW

BACK VIEW



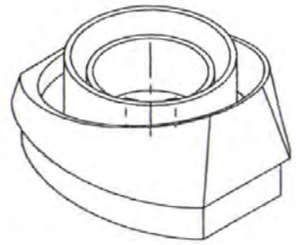
SECTION D-D
SCALE 1 : 1



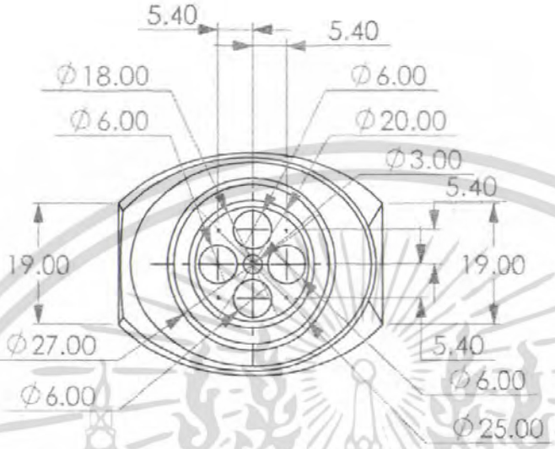
BOTTOM VIEW

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนังให้กับ บริษัท เอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด		KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
		FACULTY OF ARCHTECTURE	
		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	
PARTNAME : BODY 10	PAGE 10	NAME MISS KANITA KANIYOMWAKIN	CODE 45020333
		SCALE 1 : 1	UNIT mm



PERSPECTIVE (1 : 1)



TOP VIEW

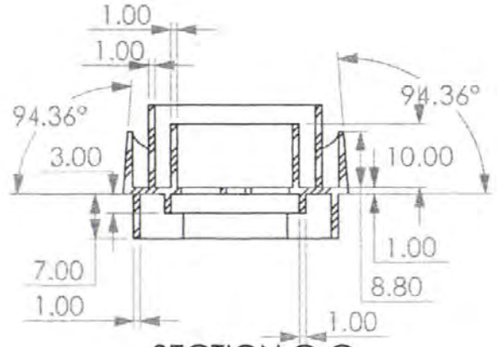
SECTION B-B
SCALE 1 : 1

L-SIDE VIEW

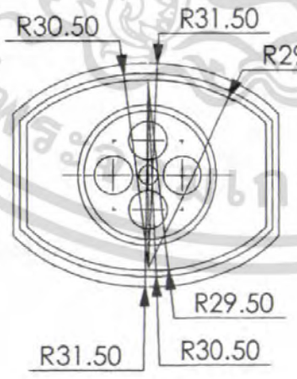
FRONT VIEW

R-SIDE VIEW

BACK VIEW



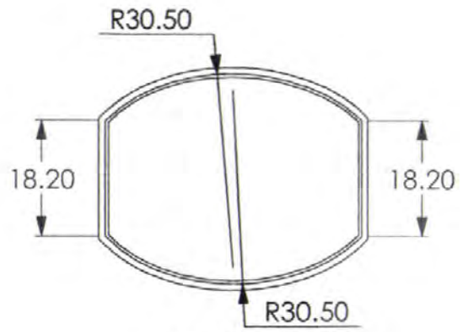
SECTION C-C
SCALE 1 : 1



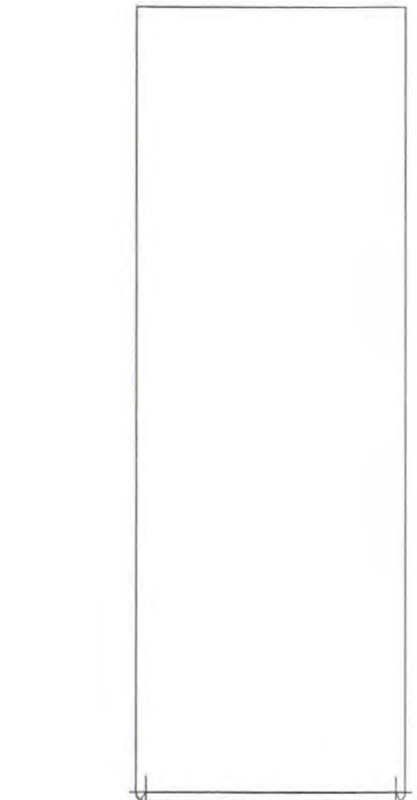
BOTTOM VIEW

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

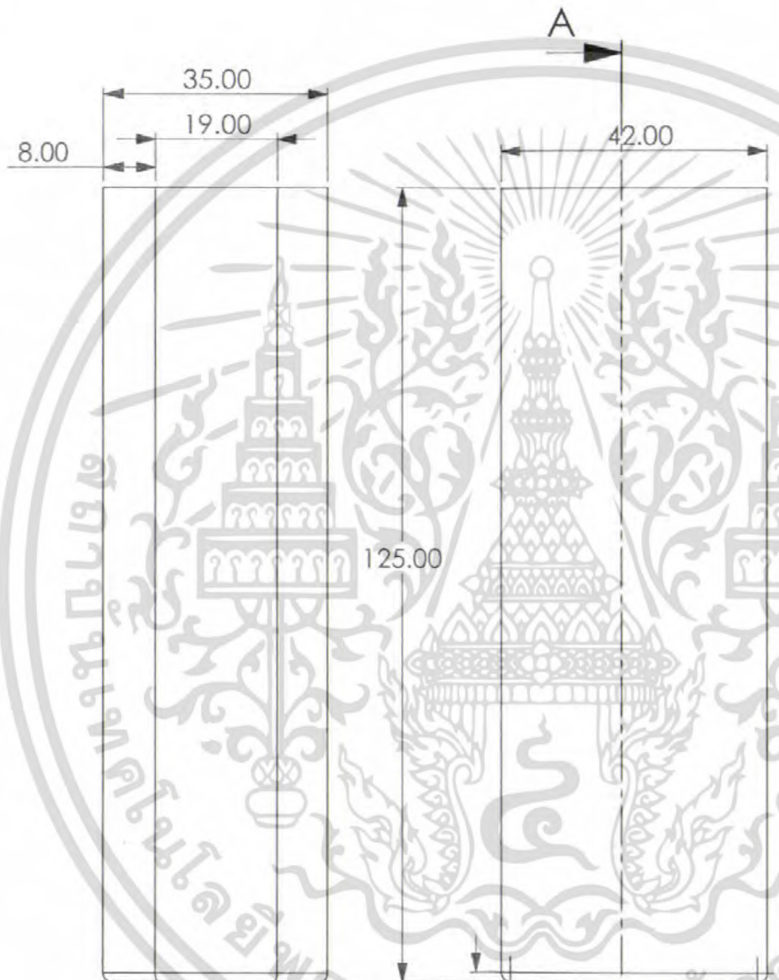
โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนังให้กับ บริษัท เอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด		KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
		FACULTY OF ARCHTECTURE	
		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	
PARTNAME : BODY 11	PAGE 10	NAME MISS KANITA KANIYOMWAKIN	CODE 45020333
		SCALE 1 : 1	UNIT mm



TOP VIEW



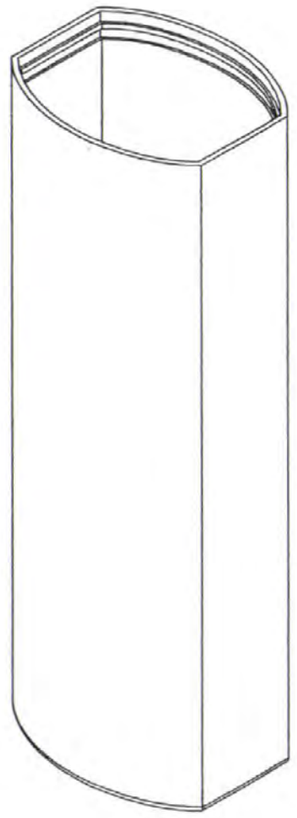
FRONT VIEW



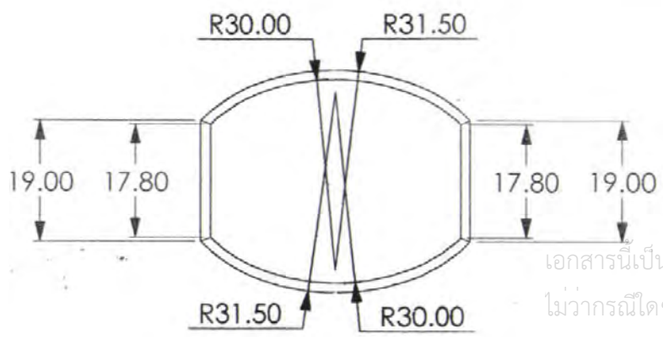
SIDE VIEW

BACK VIEW

SECTION A-A
SCALE 1 : 1



PERSPECTIVE (1: 1)



BOTTOM VIEW

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ในการ
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนังให้กับ บริษัท เอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด		KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
		FACULTY OF ARCHITECTURE	
		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	
PARTNAME : BODY 11	PAGE 11	NAME MISS KANITA KANIYOMWAKIN	CODE 45020333
		SCALE 1 : 1	UNIT mm

บทที่ 5

บทสรุป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1 สรุปผลการออกแบบ และข้อเสนอแนะของนักศึกษา

สรุปผลการออกแบบ

1. โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกนี้มีขั้นตอนการทำงานที่เป็นระบบ โดยมีการศึกษาข้อมูลเพื่อการนำมาใช้ในการวิเคราะห์ในการออกแบบเพื่อให้ได้บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับการใช้งานและตอบสนองความต้องการได้ดี
2. รูปแบบของบรรจุภัณฑ์สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดี มีการใช้งานที่สะดวกมากขึ้น
3. บรรจุภัณฑ์ในโครงการมีการออกแบบกราฟฟิกที่เหมาะสมกับภาพลักษณ์ของกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะของนักศึกษา

ในการทำวิทยานิพนธ์โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง ให้กับ บริษัท เอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชันแนล จำกัด นี้ ได้เป็นการฝึกฝนการทำงานที่เป็นระบบ คือต้องมีการจัดตารางการทำงานที่ดี มีการวางแผนที่ดีในการทำงานคือต้องมีการศึกษาข้อมูลต่างๆเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ในการออกแบบ และมีการทดสอบ ทดลองในสิ่งต่างๆเพื่อให้ได้สิ่งที่เหมาะสมในการใช้งานและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ และในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้เป็นการเปิดโอกาสให้นักศึกษายังมีส่วนช่วยในเรื่องของการจัดการบริหารเรื่องของเวลา ซึ่งจะเป็นการฝึกฝนในเรื่องของความรับผิดชอบของนักศึกษา ซึ่งมีความสำคัญต่อการทำงานในอนาคต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1 สรุปผลการออกแบบ และข้อเสนอแนะของอาจารย์

1. ในด้านของการใช้งานในตัวผลิตภัณฑ์โดยรวมนั้นมีการใช้งานที่ดีขึ้น และในด้านโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์บางตัวนั้นยังต้องมีการปรับเพื่อให้เหมาะสมอยู่
2. ในด้านการออกแบบนั้นต้องศึกษาถึงปัญหา พฤติกรรมของผู้บริโภคให้ดี จึงนำข้อมูลนั้นมาใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้ดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม และเอกสารอ้างอิง

[1] บทความจากหนังสือพิมพ์บิสิเนสไทย ; กรุงเทพฯ. ฉ.4 มี.ค. พศ.2543.

[2] บทความจากหนังสือพิมพ์บิสิเนสไทย ; กรุงเทพฯ. ฉ.14 มี.ค. พศ.2545.

[3] เอกสารประกอบวิชากราฟฟิกดีไซน์ และ แพคเกจดีไซน์ : ภาควิชาศิลปอุสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

[4] http://www.punch.ie

[5] http://www.ecco-shoes.co.uk

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติการศึกษา

ชื่อ : นางสาวคณิตา คนิยมเวคิน

การศึกษา

อนุบาล-ประถมศึกษา : โรงเรียนศรีอรัญโญทัย

มัธยมศึกษา : โรงเรียนเบญจมราชานุสรณ์

อุดมศึกษา : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เพื่อใช้ประกอบการทำวิทยานิพนธ์หัวข้อ

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง

ให้กับบริษัท เอ็ม ซี ไอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คำชี้แจง กรุณาเขียนเครื่องหมาย Xหน้าคำตอบ หรือ หมายเลขตามลำดับในวงกลม

หรือกรอกข้อมูลในช่องว่างที่ให้ไว้ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ตอนที่1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้บริโภค

1. อายุ

___12-18 ปี ___19-23 ปี ___24-30 ปี ___31-45 ปี ___45 ปีขึ้นไป

2. เพศ

___ชาย ___หญิง

3. อาชีพปัจจุบัน(หากมีมากกว่า 1 อาชีพโปรดระบุ)

___นักเรียน ___นักศึกษา ___รับราชการ ___พนักงานรัฐวิสาหกิจ ___ธุรกิจส่วนตัว

___รับจ้าง ___พนักงานบริษัท.....

___อื่นๆ(โปรดระบุ).....

4. รายได้ต่อเดือน(บาท) ___ต่ำกว่า5,000บาท ___5,001-10,000 บาท

___10,001-20,000 บาท ___20,001-30,000 บาท ___30,001-40,000 บาท ___40,001บาทขึ้นไป

ตอนที่2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้งานผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนัง

5. ปัจจุบันใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องหนังประเภทใด และเป็นหนังชนิดใดบ้าง

___รองเท้า

ประเภทของรองเท้า.....

ชนิดของหนัง __หนังเรียบ __หนังกลับ/หนังนูบัค __หนังแก้ว __หนังสัตว์(หนังจระเข้,หนังงู,หนังกระเบน) __อื่นๆโปรดระบุ.....

___กระเป๋า

ประเภทของกระเป๋า.....

ชนิดของหนัง __หนังเรียบ __หนังกลับ/หนังนูบัค __หนังแก้ว __หนังสัตว์(หนังจระเข้,หนังงู,หนังกระเบน) __อื่นๆโปรดระบุ.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

___เข็มขัด

ประเภทของเข็มขัด.....

ชนิดของหนัง __หนังเรียบ __หนังกลับ/หนังนูบัค __หนังแก้ว __หนังสัตว์(หนังจระเข้,หนังงู,หนังกระเบน) __อื่นๆโปรดระบุ.....

___เครื่องแต่งกาย

ประเภทของเครื่องแต่งกาย.....

ชนิดของหนัง __หนังเรียบ __หนังกลับ/หนังนูบัค __หนังแก้ว __หนังสัตว์(หนังจระเข้,หนังงู,หนังกระเบน) __อื่นๆโปรดระบุ.....

___อื่นๆ(โปรดระบุ) .....

ชนิดของหนัง __หนังเรียบ __หนังกลับ/หนังนูบัค __หนังแก้ว __หนังสัตว์(หนังจระเข้,หนังงู,หนังกระเบน) __อื่นๆโปรดระบุ.....

6. ท่านใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนังยี่ห้อใด

___กีวี ___คลีนชูส์ ___สเตคลีน ___GRISON ___ECCO ___ECCO ___ECCO

___อื่นๆ(โปรดระบุ) .....

เหตุผลของการเลือกยี่ห้อในการซื้อ.....

ประเภทผลิตภัณฑ์ที่ใช้เป็นประเภทใด

___ขี้ผึ้งขัดรองเท้า

___น้ำยาเคลือบเงา

___ฟองน้ำสำหรับเคลือบเงา

___ครีมขัดรองเท้า

___สเปรย์พ่นทำความสะอาด

___อื่นๆ(โปรดระบุ) .....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. ท่านมีอุปกรณ์อื่นๆที่ช่วยในการทำความสะอาดและดูแลรักษาเครื่องหนังอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ชนิด)

___ แปรงขนม้า ___ แปรงทำความสะอาดหนังกลับ

___ ฟองน้ำ ___ ผ้า

___ อื่นๆ(โปรดระบุ).....

8. เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการทำความสะอาดรองเท้าและเครื่องหนัง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

___ เลือกจากการโฆษณา ___ ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า ___ เลือกยี่ห้อที่เป็นที่นิยม

___ เลือกจากราคา ___ เลือกจากคุณภาพ ___ อื่นๆ(โปรดระบุ).....

9. ระยะเวลาในการใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้า(ต่อครั้ง)

___ น้อยกว่า 1นาที ___ 1 ถึง 5 นาที ___ 5 ถึง 10 นาที ___ 10นาที ขึ้นไป

10. ความถี่ในการใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้า

___ ทุกวัน ___ 1ครั้ง/สัปดาห์ ___ 1ครั้ง/เดือน ___ เฉพาะเวลาก่อนการใช้งานแต่ละครั้ง

___ อื่น ๆ(โปรดระบุ) .....

11. ระยะเวลาในการใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาเครื่องหนัง(ต่อครั้ง)

___ น้อยกว่า 5นาที ___ 5 ถึง 10 นาที ___ 10 ถึง 20 นาที ___ 20นาที ขึ้นไป

12. ความถี่ในการใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาเครื่องหนังทั่วไป

___ ทุกวัน ___ 1ครั้ง/สัปดาห์ ___ 1ครั้ง/เดือน ___ เฉพาะเวลาก่อนการใช้งานแต่ละครั้ง

___ อื่น ๆ(โปรดระบุ) .....

13. นอกจากผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนังท่านมีผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องอื่นๆหรือไม่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

___ สเปรย์ / แผ่นระงับกลิ่นรองเท้าและเครื่องหนัง ___ แผ่นป้องกันรองเท้ากัด

___ หุ่นรักษาทรงรองเท้า ___ หมอนรองส้นเท้า/ปลายเท้า ___ แผ่นระงับเหงื่อในรองเท้า

___ สารกันชื้น ___ ถุงมือสวมขณะทำความสะอาด ___ อื่นๆ(โปรดระบุ).....

14. สถานที่ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนังคือที่ใด

ที่นี่เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่อนุญาตให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

___ ซุปเปอร์มาเก็ต ในห้างสรรพสินค้าทั่วไป

___ ซื้อตามโซนที่จัดจำหน่ายเครื่องหนังในห้างสรรพสินค้า

___ ซื้อตามินิมาร์ททั่วไป เช่น เซเว่นอิเลฟเว่น แฟมิลี่มาร์ท หรือตามร้านขายรองเท้าทั่วไป

___ อื่น ๆ(โปรดระบุ) .....

15.ในการใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนังท่านประสบปัญหาใดบ้าง

.....

.....

.....

16.ท่านมีคำแนะนำ หรือ ข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารองเท้าและเครื่องหนังอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

ขอบพระคุณที่ท่านสละเวลาอันมีค่าเพื่อทำแบบสอบถาม

นส.คณิตา คนิยมเวคิน

นักศึกษาชั้นปีที่5 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้