โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์และกราฟิก ผลิตภัณฑ์ประเภทสารพิษเพื่อสุขภาพสำหรับ "กรีนฟอร์ต้อก" โดยบริษัท ทางต้นสม จำกัด

นางสาว ธิดาพร ฤทธิ์เรืองเดช

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปะมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2556 – 2557

โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับ “กรีนฟอร์ด็อก” โดยบริษัท ทางต้นลม จำกัด

PACKAGING AND GRAPHIC REDESIGN OF ORGANIC AND HEALTHY PRODUCTS FOR “GREEN FOR DOG” BY TANG-TON-LOM.CO, LTD

นางสาวธิดาพร ฤทธิ์เรืองเดช
รหัสนักศึกษา 52020198

b. 12648619
i.

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
สถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศิลปอุตสาหกรรม
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2556

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต

.....

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเชฐ โสวิทยสกุล

คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

อ.ธนารักษ์ จันทรประสิทธิ์	ประธานคณะกรรมการ
อ.สมชัย จันทร์รุจิพัฒน์	กรรมการ
ผศ.ดร.ญาดา ชวาลกุล	กรรมการและเลขานุการ

.....

ผศ.ดร.ญาดา ชวาลกุล

อาจารย์ที่ปรึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์	โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพสำหรับ “กรีนฟอร์ด็อก” โดยบริษัท ทางต้นลม จำกัด PACKAGING AND GRAPHIC REDESIGN OF ORGANIC AND HEALTHY PRODUCTS FOR “GREEN FOR DOG” BY TANG-TON-LOM.CO, LTD.
ชื่อ	นางสาวธิดาพร ฤทธิ์เรืองเดช
รหัสนักศึกษา	52020198
ปริญญา	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สาขาวิชา	ศิลปอุตสาหกรรม
ปีการศึกษา	2556-2557
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผศ.ดร.ญาดา ชวาลกุล

บทคัดย่อ

ปัจจุบันบรรดาเจ้าของสุนัขให้ความสำคัญกับสุนัขเปรียบเสมือนเพื่อนรัก เห็นได้ชัดจากพฤติกรรมการเลี้ยงที่เปลี่ยนไป เจ้าของสุนัขเริ่มให้ความสำคัญกับการดูแลสุนัขมากขึ้น ประกอบกับกระแสรักสุขภาพที่เกิดขึ้นมากมายในประเทศไทย ทำให้บริษัท ทางต้นลม จำกัด เล็งเห็นโอกาสในการผลิตผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพสำหรับสุนัขขึ้นมา ซึ่งมีนโยบายส่งเสริมการลดใช้สารเคมี โดยการนำสมุนไพรไทยมาเป็นส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ ถือเป็นธุรกิจแรกๆ ในประเทศไทยที่ทำผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ แต่รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของบริษัทในปัจจุบันมีรูปแบบไม่แตกต่างจากตราสินค้าอื่นๆ บางบรรจุภัณฑ์ยังไม่มีกราฟิกหรือบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์นั้นๆ ที่ชัดเจน นอกจากนี้ตราสินค้าผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัขที่มีอยู่ในปัจจุบันยังไม่ให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะโครงสร้างเพื่อส่งเสริมการใช้งาน

โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข “Green for dog” ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด จัดทำขึ้นเพื่อสร้างภาพลักษณ์ใหม่ที่สื่อสารถึงความเป็นเกษตรอินทรีย์ ปลอดสารพิษ และสมุนไพรไทยของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จัก และยอมรับ และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะโครงสร้างส่งเสริมการใช้งานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อตอบสนองด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มเป้าหมาย ทำให้เกิดความสะดวกสบายขณะใช้งานบรรจุภัณฑ์แตกต่างจากตราสินค้าอื่นที่มีในปัจจุบัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงได้ ต้องขอขอบคุณคุณพ่อคุณแม่ที่คอยให้กำลังใจ และกำลังทรัพย์สนับสนุนการทำวิทยานิพนธ์มาโดยตลอด ขอบคุณน้องนาย น้องชายผู้น่ารัก ที่คอยช่วยเหลือด้านกำลังกาย

ขอบคุณคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ทั้งสามท่าน เปรียบเสมือนคุณพ่อคุณแม่คนที่สอง ได้แก่ ผศ.ดร.ญาดา ชวาลกุล อ.ธนารักษ์ จันทรประสิทธิ์ อ.สมชัย จันทร์รุจิพัฒน์ ที่คอยแนะนำ ให้คำปรึกษา ขัดเกลาวิทยานิพนธ์ออกมาให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด รวมไปถึงคำแนะนำสำหรับการประกอบอาชีพในอนาคต ขอขอบคุณ ผศ.ดร.ญาดา ชวาลกุล อาจารย์ที่ปรึกษาเป็นพิเศษ ที่คอยชี้แนะแนวทางมาตลอดปีการศึกษา แม้จะเพิ่งเคยเรียนกับอาจารย์ครั้งแรกในปีการศึกษานี้ แต่อาจารย์ก็ให้คำปรึกษาด้วยความตั้งใจ และคอยมาเยี่ยมเยือนตลอดขั้นตอนการทำงาน ให้ความรู้สึกอบอุ่นมากๆ เปรียบเสมือนคุณแม่คนที่สอง และขอขอบคุณอาจารย์อรสา จิรภิญโญ ที่คอยแนะนำวิธีการลำดับความคิด และการเลือกหัวข้อวิทยานิพนธ์

ขอบคุณคุณฉัตรชัย วงษ์ชัยยะ เจ้าของบริษัท ทางต้นลม จำกัด ที่คอยช่วยเหลือด้านข้อมูลธุรกิจเป็นอย่างดี และขอบคุณ อ.น.สพ.ชิติชัย จารุเดชา อาจารย์ประจำคณะเทคนิคการสัตวแพทย์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ที่คอยให้ความช่วยเหลือในด้านการทดสอบการใช้งานของบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ

ขอบคุณเพื่อนๆ แพคเกจทั้ง 16 คน เฟย์ เอิน ติ๊ก ปั๊ม จูน ไบร์ท ไอซ์ โต๊ส หญิง แทช น้ำตาล เอม ออน เพชร และเบลล์ ที่ร่วมฝ่าฟันอุปสรรค ให้กำลังใจ ช่วยเหลือกันมาตลอดปีการศึกษา ขอบคุณเพื่อนรัก และเพื่อนๆ ศอ.52 แลต มาย ต้นฝ้าย ปลาย ใบตอง โน่ ปั้น ไปร์ท นัดแว่น ตั้ม เบิร์ด ขอบคุณพี่ต๋อง ศอ.47 และพี่สุรเชษฐ์ ศอ.42 ที่คอยช่วยสอนการทำต้นแบบขวดจากเรซิ่น พาไปซื้อ และแนะนำวัตถุดิบสำหรับทำต้นแบบ ขอบคุณพี่น้องรหัส 18 25 37 80 พี่เอ๋ย ศอ.50 พี่ปุ่น ศอ.51 น้องกี้ น้องอัม น้องมุก น้องปอนด์ ศอ.56 น้องมุก ศอ.55 น้องเฟย น้องเมย์ ศอ.54 และน้องเอม ศอ.53 และพี่น้องศอ. พี่พริม ศอ. 51 น้องปลาย ศอ.54 น้องเอก และน้องรัน ศอ.53 ที่คอยช่วยเหลือด้านกำลังกาย ฝีมือ และกำลังใจเสมอมา ขอบคุณมากจริงๆ

ทั้งหมดของคำขอบคุณที่ได้กล่าวมา อาจไม่ใช่ทั้งหมดของชีวิตที่ผ่านมา เพราะไม่อาจกล่าวถึงได้ทั้งหมด การช่วยเหลือต่างๆ กำลังใจ น้ำใจ ความรู้สึกดีๆ และคำสอน เป็นสิ่งที่ทำให้มีวันนี้ทั้งสิ้น หากตกหล่นชื่อใครไปบ้าง ผู้จักทำขออภัยไว้ ณ ที่นี้ด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

หน้า

ใบอนุมัติวิทยานิพนธ์ I
บทคัดย่อ II
กิตติกรรมประกาศ III
สารบัญ IV
สารบัญตาราง IX
สารบัญภาพ XI

บทที่ 1 บทนำ 1
1.1 ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา 1
1.2 วัตถุประสงค์ของการออกแบบ 2
1.3 ข้อมูลเบื้องต้นของบริษัท ทางต้นลม จำกัด 2
1.3.1 ที่มาของโครงการด้านผู้ผลิต 2
1.3.2 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ 4
1.4 ความเป็นไปได้ของโครงการ 7
1.4.1 ด้านนโยบาย 7
1.4.2 ด้านเศรษฐกิจ 8
1.4.3 ด้านสังคม และสิ่งแวดล้อม 8
1.4.4 ด้านการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของการออกแบบ 8
1.4.5 สรุปความเป็นไปได้ของโครงการ 9
1.5 ขอบเขตของโครงการ 9
1.5.1 ขอบเขตของโครงการด้านปริมาณ 9
1.5.2 สรุปขอบเขตของโครงการด้านปริมาณ 17
1.5.3 ขอบเขตของโครงการด้านคุณภาพ 17
1.6. ปัญหา และแนวทางแก้ปัญหา 18

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6.1 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับสุนัข 19
1.6.2 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับบริเวณที่สุนัขอาศัย 30
1.7 ขั้นตอนการดำเนินการออกแบบ 31
1.7.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล 31
1.7.2 สรุปโครงสร้างตราสินค้าใหม่ 32
1.7.3 การดำเนินการออกแบบ 32
1.8 ผลที่คาดว่าจะได้รับ 33
บทที่ 2 การค้นคว้า และสรุปข้อมูล 34
2.1 ข้อมูลเบื้องต้นของบริษัท ทางต้นลม จำกัด 34
2.1.1 ประวัติความเป็นมาของผู้ผลิต 34
2.1.2 ปรัชญา วิสัยทัศน์ และพันธกิจ 35
2.1.3 วัตถุประสงค์ของ Green For Dog 35
2.1.4 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของตราสินค้า 36
2.1.5 วิเคราะห์ SWOT ของบริษัท 38
2.1.6 วิเคราะห์ และสรุปข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทที่มีผลต่อการออกแบบ 40
2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เดิม และบรรจุภัณฑ์ 41
2.2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ 41
2.2.2 สรุปข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการออกแบบ 50
2.3 ข้อมูลด้านการตลาด 50
2.3.1 ขนาดตลาดผลิตภัณฑ์สุนัขโดยรวม 50
2.3.2 เปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข และผลิตภัณฑ์เคมีทั่วไปสำหรับสุนัข 52
2.3.3 แผนภูมิแสดงตลาดผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เมื่อเทียบกับ ผลิตภัณฑ์เคมี 52
2.3.4 ข้อมูลช่องทางการจัดจำหน่ายเดิมของ Green for dog 53
2.3.5 ข้อมูลคู่แข่งในตลาดผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข 56
2.3.6 กลยุทธ์การตลาดเพื่อส่งเสริมการขาย (4Ps The Marketing Mix) 76

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.7 สรุปข้อมูลการตลาดที่มีผลต่อการออกแบบ 78
2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมาย 81
2.4.1 ลักษณะกลุ่มเป้าหมายของ Green for dog 81
2.4.2 พฤติกรรมการใช้งานผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป้าหมาย 83
2.4.3 ข้อมูลสัดส่วนของมือมนุษย์ 100
2.4.4 วิเคราะห์ และสรุปข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายที่นำไปใช้ในการออกแบบ 102
2.5 ข้อมูลสุนัขที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ 102
2.5.1 การแบ่งประเภทของสุนัขตามน้ำหนักตัว 102
2.5.2 ขนาดของสุนัขที่กลุ่มเป้าหมายเลี้ยงมากที่สุด 103
2.5.3 ประเภทของขนสุนัข 104
2.5.4 วิเคราะห์ และสรุปข้อมูลสุนัขที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ 106
2.6 ข้อมูลด้านวัสดุ และกรรมวิธีการผลิต 106
2.6.1 ข้อมูลวัสดุ 106
2.6.2 ข้อมูลกรรมวิธีการผลิต 108
2.6.3 ข้อมูลระบบการพิมพ์ 108
2.6.4 สรุปข้อมูลด้านวัสดุ และกรรมวิธีการผลิต 109
2.7 ข้อมูลด้านกฎหมาย 111
2.7.1 มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน 111
2.7.2 มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ 112
2.7.3 สรุปข้อมูลทางด้านกฎหมายที่มีผลต่อการออกแบบ 114
บทที่ 3 การพัฒนาการออกแบบ 115
3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ 115
3.1.1 ข้อมูลของบริษัท ทางต้นลม จำกัด 115
3.1.2 จุดขายของผลิตภัณฑ์ 115
3.1.3 กลุ่มเป้าหมาย 115

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.4 กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อแนวคิดการออกแบบ (4Ps Marketing Mix) 116
3.1.5 ขอบเขตของโครงการ 118
3.2 แนวความคิดในการออกแบบ (Concept) 118
3.2.1 แนวคิดตราสินค้า (Brand Concept) 118
3.2.2 แนวคิดผลิตภัณฑ์ (Product Concept) 118
3.2.3 แนวคิดการออกแบบ (Design Concept) 119
3.3 แนวคิด และการออกแบบตราสินค้า 119
3.3.1 แนวคิดตราสินค้า (Brand Concept) 119
3.3.2 การออกแบบตราสินค้า 120
3.4 แนวความคิด และการออกแบบโครงสร้างเพื่อการใช้งาน รูปทรงบรรจุภัณฑ์และกราฟิก 123
3.4.1 แนวความคิด และการออกแบบโครงสร้างเพื่อการใช้งาน รูปทรงบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกในขั้นตอนแบบร่างครั้งที่ 1 123
3.4.2 แนวความคิด และการออกแบบโครงสร้างเพื่อการใช้งาน รูปทรงบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกในขั้นตอนแบบร่างครั้งที่ 2 153
3.4.3 แนวความคิด และการออกแบบโครงสร้างเพื่อการใช้งาน รูปทรงบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกในขั้นตอนพัฒนาแบบร่าง 165
3.4.4 แนวความคิด และการออกแบบโครงสร้างเพื่อการใช้งาน รูปทรงบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกในขั้นตอนแบบสุดท้าย 172
บทที่ 4 การนำเสนอผลงาน 186
4.1 ภาพถ่ายหุ่นจำลอง 186
4.2 ภาพย่อแผ่นนำเสนอผลงาน 191
4.3 คู่มือการใช้งานตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ (Manual Guideline) 209
4.4 แบบแสดงรายละเอียด (Drawing) 209
4.5 แบบแสดงกราฟิก (Artwork) 209

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5 บทสรุป และข้อเสนอแนะ 210

5.1 สรุปผลการออกแบบ 210

5.2 ข้อเสนอแนะของคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ 211

5.3 ข้อเสนอแนะของนักศึกษา 211

5.4 การออกแบบเพิ่มเติมจากข้อเสนอแนะ 212

บรรณานุกรม 215

ภาคผนวก 217

ประวัติการศึกษา 370

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 รายละเอียดผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับสุนัข	5
1.2 รายละเอียดผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่	6
1.3 ขอบเขตโครงการของกลุ่มที่ 1 ผลิตภัณฑ์ของเหลว มีความหนืด ละลายน้ำ	11
1.4 ขอบเขตโครงการของกลุ่มที่ 2 ผลิตภัณฑ์ของเหลว ไม่มีความหนืด ละลายน้ำ	12
1.5 ขอบเขตโครงการของกลุ่มที่ 3 ผลิตภัณฑ์น้ำมัน มีความหนืด ไม่ละลายน้ำ	13
1.6 ขอบเขตโครงการของกลุ่มที่ 4 ผลิตภัณฑ์ของกึ่งเหลวกึ่งแข็ง มีความหนืด ไม่ละลายน้ำ	14
1.7 ขอบเขตโครงการของกลุ่มที่ 5 ผลิตภัณฑ์ของกึ่งแข็ง มีความหนืดสูง	14
1.8 ขอบเขตโครงการของกลุ่มที่ 6 ผลิตภัณฑ์ลักษณะเป็นผงละเอียด ไม่ละลายน้ำ	15
1.9 ขอบเขตโครงการของผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับบริเวณที่สุนัขอาศัย	16
1.10 เงื่อนไขความต้องการ ปัญหา และแนวทางการออกแบบในด้านการบรรจุ ด้านการปกป้อง และด้านการส่งเสริมการขายของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ	18
1.11 ขั้นตอนการใช้งาน เงื่อนไขความต้องการ ปัญหา และแนวทางการออกแบบด้านความสะดวกสบายของแชมพูสุนัข	19
1.12 ขั้นตอนการใช้งาน เงื่อนไขความต้องการ ปัญหา และแนวทางการออกแบบด้านความสะดวกสบายของแชมพูสุนัข	20
1.13 ขั้นตอนการใช้งาน เงื่อนไขความต้องการ ปัญหา และแนวทางการออกแบบด้านความสะดวกสบายของสเปรย์สำหรับสุนัข	21
1.14 ขั้นตอนการใช้งาน เงื่อนไขความต้องการ ปัญหา และแนวทางการออกแบบด้านความสะดวกสบายของสเปรย์สำหรับสุนัข	22
1.15 ขั้นตอนการใช้งาน เงื่อนไขความต้องการ ปัญหา และแนวทางการออกแบบด้านความสะดวกสบายของสเปรย์สำหรับสุนัข	23
1.16 ขั้นตอนการใช้งาน เงื่อนไขความต้องการ ปัญหา และแนวทางการออกแบบด้านความสะดวกสบายของน้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัข	24
1.17 ขั้นตอนการใช้งาน เงื่อนไขความต้องการ ปัญหา และแนวทางการออกแบบด้านความสะดวกสบายของน้ำมันหยอดหูสุนัข	25
1.18 ขั้นตอนการใช้งาน เงื่อนไขความต้องการ ปัญหา และแนวทางการออกแบบด้านความสะดวกสบายของยาป้ายตาสุนัข	26

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.19 ขั้นตอนการใช้งาน เงื่อนไขความต้องการ ปัญหา และแนวทางการออกแบบด้านความสะดวกสบายของครีมทาตัวสุนัข และโคลนหมักขนสุนัข 27
1.20 ขั้นตอนการใช้งาน เงื่อนไขความต้องการ ปัญหา และแนวทางการออกแบบด้านความสะดวกสบายของแป้งโรยตัวสุนัข 28
1.21 ขั้นตอนการใช้งาน เงื่อนไขความต้องการ ปัญหา และแนวทางการออกแบบด้านความสะดวกสบายของผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับบริเวณที่สุนัขอาศัย 30

2.1 เปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข และผลิตภัณฑ์เคมีทั่วไปสำหรับสุนัข 52
2.2 เปรียบเทียบความหลากหลายของ “Green For Dog” และคู่แข่งของผลิตภัณฑ์ในโครงการทั้งหมด 56
2.3 ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของ I love pet head 57
2.4 ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของ BIO-GROOM 59
2.5 ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของ Perfect Coat 61
2.6 ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของ Sleeky 63
2.7 ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของ CHORUS 64
2.8 ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของ BEARING 65
2.9 ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของเชนการ์ด 67
2.10 ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของ Ostech 68
2.11 ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของ Chin-ji 70
2.12 ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของอภัยเพ็ท 71
2.13 ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของ BOOM GREEN 73
2.14 ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของ ION 74
2.15 แสดงจำนวนสายพันธุ์ และน้ำหนักของสุนัขแต่ละประเภท 103
2.16 สรุปวัสดุ และกรรมวิธีการผลิตของแต่ละผลิตภัณฑ์ 110

5.1 สรุปการเปรียบเทียบประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์ก่อนและหลังการออกแบบ 210

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
1.1 ตราสัญลักษณ์ “Green for dog” ที่บริษัทใช้ในปัจจุบัน	3
1.2 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ “Green for dog”	3
1.3 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ใช้ภายนอก ”Green for dog”	4
1.4 ขอบเขตของโครงการด้านปริมาณ	10
2.1 ผลิตภัณฑ์ “Green For Dog” และคุณฉัตรชัย วงษ์ชัยยะ เจ้าของธุรกิจ	34
2.2 ตราสัญลักษณ์ “Green for dog” ที่บริษัทใช้ในปัจจุบัน	36
2.3 การใช้ตราสัญลักษณ์ “Green for dog” บนสื่อส่งเสริมการขาย	37
2.4 ข้อมูลจากการสำรวจเหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ	38
2.5 แผนที่ความคิด (mind mapping) แสดงคำสำคัญที่ใช้ในการออกแบบจากทัศนคติทางผลิตภัณฑ์ และภาพลักษณ์ที่กลุ่มเป้าหมายมีต่อผลิตภัณฑ์	40
2.6 แผนภูมิแสดงขนาดตลาดของผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัขโดยรวม	51
2.7 แผนภูมิแสดงขนาดผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์เคมี	53
2.8 บรรยากาศตลาดนัดสีเขียวโรงพยาบาลมิชชั่น	53
2.9 งานแสดงสินค้าเกษตรอินทรีย์	54
2.10 สื่ออิเล็กทรอนิกส์สำหรับสั่งซื้อสินค้า	55
2.11 ร้านสบายใจ และร้านเลม่อนฟาร์ม	55
2.12 ผลิตภัณฑ์ตรา I love pet head	57
2.13 ผลิตภัณฑ์ตรา BIO-GROOM	59
2.14 ผลิตภัณฑ์ตรา Perfect Coat	61
2.15 ผลิตภัณฑ์ตรา Sleeky	62
2.16 ผลิตภัณฑ์ตรา CHORUS	64
2.17 ผลิตภัณฑ์ตรา BEARING	65
2.18 ผลิตภัณฑ์ตราเชนการ์ด	67
2.19 ผลิตภัณฑ์ตรา Ostech	68
2.20 ผลิตภัณฑ์ตรา Chin-ji	70
2.21 ผลิตภัณฑ์ตราอภัยเพ็ท	71

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.22 ผลิตภัณฑ์ตรา BOOM GREEN 73
2.23 ผลิตภัณฑ์ตรา ION 74
2.24 ชุดผลิตภัณฑ์ป้องกันโรคผิวหนัง และชุดผลิตภัณฑ์รักษาโรคผิวหนัง 77
2.25 กราฟเปรียบเทียบภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์คู่แข่งกับภาพลักษณ์เดิมของ “Green for dog” 79
2.26 กราฟเปรียบเทียบภาพลักษณ์เดิมและภาพลักษณ์ใหม่ของ “Green for dog” 79
2.27 บุคลิกภาพใหม่ของ “Green for dog” 80
2.28 แสดงลักษณะพฤติกรรมการดูแลสุนัขของกลุ่มเป้าหมาย 81
2.29 แสดงลักษณะการใช้ชีวิตของกลุ่มผู้บริโภคระดับ B 82
2.30 แสดงลักษณะการใช้ชีวิตของกลุ่มผู้บริโภคระดับ A 83
2.31 แผนภูมิแสดงความถี่ในการอาบน้ำสุนัขของกลุ่มเป้าหมาย 84
2.32 พฤติกรรมการใช้งานบรรจุภัณฑ์ด้วยแชมพูแบบปั๊ม 84
2.33 พฤติกรรมการใช้งานบรรจุภัณฑ์ด้วยแชมพูแบบเท 85
2.34 กราฟิกแสดงปฏิกิริยาของสุนัขขณะอาบน้ำ 85
2.35 กราฟแสดงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์แชมพู 86
2.36 พฤติกรรมการใช้งานสเปรย์สำหรับสุนัข 87
2.37 กราฟแสดงปฏิกิริยาของสุนัขเมื่อพ่นสเปรย์ลงบนตัวสุนัข 87
2.38 กราฟแสดงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์สเปรย์สุนัข 88
2.39 พฤติกรรมการใช้งานยาป้ายตา 89
2.40 พฤติกรรมการใช้งานน้ำยาเช็ดคราบน้ำตา 89
2.41 กราฟแสดงปฏิกิริยาของสุนัขเมื่อกลุ่มเป้าหมายใช้ยาป้ายตาและน้ำยาเช็ดคราบน้ำตา 90
2.42 กราฟแสดงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ยาป้ายตาสุนัข 90
และน้ำยาเช็ดคราบน้ำตา
2.43 พฤติกรรมการใช้งานน้ำมันหยอดหูสุนัข 91
2.44 กราฟแสดงปฏิกิริยาของสุนัขเมื่อกลุ่มเป้าหมายใช้น้ำมันหยอดหูกับสุนัข 92
2.45 กราฟแสดงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์น้ำมันหยอดหูสุนัข 92
2.46 พฤติกรรมการหมักขนสุนัข 93
2.47 กราฟแสดงปฏิกิริยาของสุนัขเมื่อกลุ่มเป้าหมายใช้โคลนหมักขนสุนัข 93
2.48 กราฟแสดงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์โคลนหมักขนสุนัข 94
2.49 พฤติกรรมการทาครีมลงบนตัวสุนัข 95
2.50 กราฟแสดงปฏิกิริยาของสุนัขเมื่อกลุ่มเป้าหมายใช้ครีมทาตัวสุนัข 95
2.51 กราฟแสดงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ครีมทาบนตัวสุนัข 96

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.52 พฤติกรรมการใช้แป้งโรยตัวสุนัข 96
2.53 กราฟแสดงปฏิกิริยาของสุนัขเมื่อกลุ่มเป้าหมายใช้แป้งโรยตัวสุนัข 97
2.54 แสดงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์แป้งทาตัวสุนัข 97
2.55 พฤติกรรมการใช้สเปรย์ฉีดบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่ 98
2.56 แผนภูมิแสดงลักษณะที่นอนของสุนัข และบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่บ่อยๆ 98
2.57 กราฟแสดงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์สเปรย์ฉีดบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่ 99
2.58 แผนภูมิแสดงปัญหาการใช้งานบรรจุภัณฑ์โดยรวม 100
2.59 สัดส่วนมือมนุษย์ 100
2.60 แสดงลักษณะการจับทั้งอุ้งมือ 101
2.61 แสดงลักษณะการจับกระชับเต็มมือ 101
2.62 แผนภูมิแสดงพันธุ์สุนัขที่กลุ่มเป้าหมายเลี้ยงในขณะนี้จากการสัมภาษณ์และตอบแบบสอบถามจำนวน 54 คน 103
2.63 ลักษณะสุนัขขนแพรไหม 104
2.64 ลักษณะสุนัขขนหยิกที่ไม่มีการหลุด 104
2.65 ลักษณะสุนัขขนเรียบสั้น 105
2.66 ลักษณะสุนัขขนชนิดยาว และหนา 105
2.67 ลักษณะสุนัขขนเหนียวเหมือนลวด 106
2.68 ลักษณะแม่พิมพ์ของระบบกราเวียร์ 109
2.69 ตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน 111
2.70 ตรารับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ 112

3.1 ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข 115
3.2 ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิต 117
3.3 วิธีการส่งเสริมการขาย 117
3.4 แนวคิดในการออกแบบตราสินค้า 119
3.5 ลักษณะ และโทนสี ปลอดภัย บริสุทธิ์ และสุขภาพดี 120
3.6 แบบร่างตราสินค้า Green For Dog 121
3.7 พัฒนาแบบร่างตราสินค้า Green For Dog 122
3.8 ตราสินค้า Green For Dog ที่เลือกไปใช้บนบรรจุภัณฑ์ และสื่อส่งเสริมการขายของบริษัท 123
3.9 ลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์แชมพูเดิม 124

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.10 ปริมาณแชมพูสุนัขที่ใช้อาบน้ำสุนัขในแต่ละครั้ง และการใช้แชมพูสุนัขต่อเดือน 125
3.11 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 แชมพูสุนัขแนวทางที่ 1 แบบปั๊ม แบบที่ 1 และแบบที่ 2 125
3.12 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 แชมพูสุนัขแนวทางที่ 1 แบบปั๊ม แบบที่ 1 และแบบที่ 2 126
3.13 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 แชมพูสุนัขแนวทางที่ 2 แบบเท 126
3.14 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 แชมพูสุนัขแนวทางที่ 3 แบบบีบ แบบที่ 1 แบบที่ 2 และแบบที่ 3 127
3.15 ลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์สเปรย์สำหรับสุนัขเดิม 128
3.16 ปริมาณสเปรย์สุนัขที่ใช้ในแต่ละครั้ง และการใช้สเปรย์สุนัขต่อเดือน 128
3.17 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 สเปรย์สุนัขแนวทางที่ 1 แบบพ่น แบบที่ 1 129
3.18 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 สเปรย์สุนัขแนวทางที่ 1 แบบพ่น แบบที่ 2 129
3.19 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 สเปรย์สุนัขแนวทางที่ 1 แบบพ่น แบบที่ 3 130
3.20 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 สเปรย์สุนัขแนวทางที่ 2 แบบทา 130
3.21 ลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์ยาป้ายตาสุนัขเดิม 131
3.22 ปริมาณยาป้ายตาสุนัขที่ใช้ในแต่ละครั้ง 131
3.23 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 ยาป้ายตาสุนัขแบบที่ 1 แบบที่ 2 และ แบบที่ 3 132
3.24 ลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์น้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัขเดิม 133
3.25 ปริมาณน้ำยาเช็ดคราบน้ำตาที่ใช้ในแต่ละครั้ง และปริมาณการใช้น้ำยาเช็ดคราบน้ำตาต่อเดือน 133
3.26 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 น้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัขแนวทางที่ 1 แบบเท 134
3.27 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 น้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัขแนวทางที่ 2 แบบบีบ 134
3.28 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 น้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัขแนวทางที่ 3 แบบทา 134
3.29 ลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์น้ำมันหยอดหูสุนัขเดิม 135
3.30 ปริมาณน้ำมันหยอดหูสุนัขที่ใช้ในแต่ละครั้ง 136
3.31 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 น้ำมันหยอดหูแนวทางที่ 1 แบบบีบ 136
3.32 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 น้ำมันหยอดหูแนวทางที่ 2 แบบปั๊ม 136

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.33 ลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์ครีมทาตัวสุนัขเดิม 137
3.34 ปริมาณครีมทาตัวสุนัขที่ใช้ในแต่ละครั้ง และปริมาณที่ใช้ต่อเดือน 138
3.35 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 ครีมทาตัวสุนัขแนวทางที่ 1 แบบบีบ 138
3.36 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 ครีมทาตัวสุนัขแนวทางที่ 2 แบบปั๊ม 139
3.37 ลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์โคลนหมักขนสุนัขเดิม 139
3.38 ปริมาณโคลนหมักขนสุนัขที่ใช้ในแต่ละครั้ง และปริมาณที่ใช้ต่อเดือน 140
3.39 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 โคลนหมักขนสุนัขแนวทางที่ 1 แบบบีบ 140
3.40 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 โคลนหมักขนสุนัขแนวทางที่ 2 แบบทา 141
3.41 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 โคลนหมักขนสุนัขแนวทางที่ 3 แบบปั๊ม 141
3.42 ลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์แป้งโรยตัวสุนัขเดิม 142
3.43 ปริมาณแป้งโรยตัวสุนัขที่ใช้ในแต่ละครั้ง และปริมาณที่ใช้ต่อเดือน 143
3.44 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 แป้งโรยตัวสุนัขแบบที่ 1 และแบบที่ 2 143
3.45 ลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์สเปรย์สำหรับฉีดบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่เดิม 144
3.46 ปริมาณสเปรย์สำหรับฉีดบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่ที่ใช้ในแต่ละครั้ง และปริมาณที่ใช้ต่อเดือน 144
3.47 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 สเปรย์สำหรับฉีดบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่ แบบที่ 1 และแบบที่ 2 145
3.48 แนวทางการออกแบบรูปทรงบรรจุภัณฑ์ 146
3.49 ลักษณะ และโทนสีธรรมชาติ 146
3.50 แบบร่างรูปทรงบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 1 แนวทางการออกแบบที่ 1 ธรรมชาติ 147
3.51 ลักษณะ และโทนสีปลอดภัย 147
3.52 แบบร่างรูปทรงบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 1 แนวทางการออกแบบที่ 2 ปลอดภัย 148
3.53 ลักษณะ และโทนสีบริสุทธิ์ 148
3.54 แบบร่างรูปทรงบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 1 แนวทางการออกแบบที่ 3 บริสุทธิ์ 149
3.55 แบบร่างรูปทรงบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 1 ที่เลือกแล้ว 149
3.56 แนวคิด และแนวทางในการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ 150
3.57 ลักษณะ และโทนสีช่วงเวลาแห่งความสนุกสนาน 150
3.58 แบบร่างกราฟิกบนขวดครั้งที่ 1 แนวทางการออกแบบที่ 1 ช่วงเวลาแห่งความสนุกสนาน 151
3.59 ลักษณะ และโทนสีการดูแลเอาใจใส่ 151
3.60 แบบร่างกราฟิกบนขวดครั้งที่ 1 แนวทางการออกแบบที่ 2 การดูแลเอาใจใส่ 151

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.61 ลักษณะ และโทนสีการร่วมทุกข์ร่วมสุข 152
3.62 แบบร่างกราฟิกบนขวดครั้งที่ 1 แนวทางการออกแบบที่ 3 การร่วมทุกข์ร่วมสุข 152
3.63 แบบร่างกราฟิกบนขวดครั้งที่ 1 ที่เลือกแล้ว 153
3.64 แบบร่างระบบเอกลักษณ์ร่วมครั้งที่ 1 153
3.65 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 2 แชมพูสุนัข 154
3.66 หุ่นจำลองแชมพูสุนัขในแบบร่างครั้งที่ 2 154
3.67 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 2 สเปรย์สำหรับสุนัข 155
3.68 หุ่นจำลองสเปรย์สำหรับฉีดพ่นบนตัวสุนัขในแบบร่างครั้งที่ 2 155
3.69 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 2 ยาป้ายตาสุนัข 156
3.70 หุ่นจำลองยาป้ายตาสุนัขในแบบร่างครั้งที่ 2 156
3.71 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 2 น้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัข 156
3.72 หุ่นจำลองน้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัขในแบบร่างครั้งที่ 2 157
3.73 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 2 น้ำมันหยอดหูสุนัข 157
3.74 หุ่นจำลองน้ำมันหยอดหูสุนัขในแบบร่างครั้งที่ 2 158
3.75 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 2 ครีมทาตัวสุนัข และโคลนหมักขนสุนัข 158
3.76 หุ่นจำลองครีมทาตัวสุนัข และโคลนหมักขนสุนัขในแบบร่างครั้งที่ 2 158
3.77 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 2 แป้งโรยตัวสุนัข 159
3.78 หุ่นจำลองแป้งโรยตัวสุนัขในแบบร่างครั้งที่ 2 159
3.79 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 2 สเปรย์สำหรับฉีดบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่ 160
3.80 หุ่นจำลองสเปรย์สำหรับฉีดบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่ในแบบร่างครั้งที่ 2 160
3.81 แบบร่างรูปทรงบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 2 แนวทางการออกแบบที่ 1 ธรรมชาติ 161
3.82 แบบร่างรูปทรงบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 2 แนวทางการออกแบบที่ 2 ปลอดภัย 161
3.83 แบบร่างรูปทรงบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 2 แนวทางการออกแบบที่ 3 บริสุทธิ์ 162
3.84 แบบร่างรูปทรงบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 2 ที่เลือกแล้ว 162
3.85 แบบร่างกราฟิกบนขวดครั้งที่ 2 แนวทางการออกแบบที่ 1 ช่วงเวลาแห่งความสนุกสนาน 163
3.86 แบบร่างกราฟิกบนขวดครั้งที่ 2 แนวทางการออกแบบที่ 2 การดูแลเอาใจใส่ 163
3.87 แบบร่างกราฟิกบนขวดครั้งที่ 2 แนวทางการออกแบบที่ 3 การร่วมทุกข์ร่วมสุข 164
3.88 แบบร่างกราฟิกบนขวดครั้งที่ 2 ที่เลือกแล้ว 164
3.89 แบบร่างระบบเอกลักษณ์ร่วมครั้งที่ 2 165
3.90 หุ่นจำลองของแบบร่างระบบเอกลักษณ์ร่วมครั้งที่ 2 165

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.91 การพัฒนาแบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานแชมพูสุนัข 166
3.92 การพัฒนาแบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานสเปรย์สำหรับฉีดพ่นบนตัวสุนัข 167
3.93 การพัฒนาแบบร่างรูปทรงบรรจุภัณฑ์ 167
3.94 แบบที่เลือกแล้วของการพัฒนาแบบร่างรูปทรงบรรจุภัณฑ์ 168
3.95 แนวคิดในการออกแบบกราฟิกเพิ่มเติมจากแนวคิดเดิม 168
3.96 สไตล์ของภาพสำหรับกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ 169
3.97 ภาพที่ใช้จัดองค์ประกอบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของ Green For Dog และการจัด องค์ประกอบของภาพของผลิตภัณฑ์คู่แข่ง 169
3.98 การพัฒนาแบบร่างกราฟิกบนขวด แนวทางการออกแบบที่ 1 ช่วงเวลาแห่งความสนุกสนาน 170
3.99 การพัฒนาแบบร่างกราฟิกบนขวด แนวทางการออกแบบที่ 2 ช่วงเวลาดูแลเอาใจใส่ 170
3.100 การพัฒนาแบบร่างกราฟิกบนขวด แนวทางการออกแบบที่ 3 ช่วงเวลาผ่อนคลาย 171
3.101 แบบที่เลือกแล้วของการพัฒนาแบบร่างกราฟิกบรรจุภัณฑ์ 171
3.102 การพัฒนาแบบร่างระบบเอกลักษณ์ร่วม 172
3.103 แบบสุดท้ายโครงสร้างเพื่อการใช้งานยาป้ายตาสุนัข 172
3.104 แบบสุดท้ายโครงสร้างเพื่อการใช้งานน้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัข 173
3.105 แบบสุดท้ายโครงสร้างเพื่อการใช้งานครีมทาตัวสุนัข และโคลนหมักขนสุนัข 173
3.106 แบบสุดท้ายโครงสร้างเพื่อการใช้งานแชมพูสุนัข 174
3.107 แบบสุดท้ายโครงสร้างเพื่อการใช้งานสเปรย์สำหรับฉีดพ่นบนตัวสุนัข 174
3.108 แบบสุดท้ายโครงสร้างเพื่อการใช้งานยาป้ายตาสุนัข 175
3.109 แบบสุดท้ายโครงสร้างเพื่อการใช้งานน้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัข 175
3.110 แบบสุดท้ายโครงสร้างเพื่อการใช้งานน้ำมันหยอดหูสุนัข 176
3.111 แบบสุดท้ายโครงสร้างเพื่อการใช้งานครีมทาตัวสุนัข และโคลนหมักขนสุนัข 176
3.112 แบบสุดท้ายโครงสร้างเพื่อการใช้งานแป้งโรยตัวสุนัข 176
3.113 แบบสุดท้ายโครงสร้างเพื่อการใช้งานสเปรย์สำหรับฉีดพ่นบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่ 177
3.114 หุ่นจำลองแบบสุดท้ายที่นำไปทดสอบโครงสร้างเพื่อการใช้งาน 177
3.115 ทดสอบโครงสร้างเพื่อการใช้งานของแชมพูสุนัข 178
3.116 ทดสอบโครงสร้างเพื่อการใช้งานของสเปรย์สุนัข 178
3.117 ทดสอบโครงสร้างเพื่อการใช้งานของยาป้ายตาสุนัข 179
3.118 ทดสอบโครงสร้างเพื่อการใช้งานของน้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัข 179
3.119 ทดสอบโครงสร้างเพื่อการใช้งานของน้ำมันหยอดหูสุนัข 180

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.120 ทดสอบโครงสร้างเพื่อการใช้งานของครีมทาตัวสุนัข และโคลนหมักขนสุนัข 180
3.121 ทดสอบโครงสร้างเพื่อการใช้งานของแป้งโรยตัวสุนัข 181
3.122 ทดสอบโครงสร้างเพื่อการใช้งานของสเปรย์สำหรับฉีดพ่นบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่ 181
3.123 แนวคิดในการออกแบบรูปทรงบรรจุภัณฑ์ 182
3.124 การออกแบบรูปทรงบรรจุภัณฑ์ในขั้นตอนแบบสุดท้าย 183
3.125 แบบสุดท้ายของรูปทรงบรรจุภัณฑ์ 183
3.126 แบบสุดท้ายของโครงสร้างเพื่อการใช้งานบรรจุภัณฑ์ รูปทรงบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกบรรจุภัณฑ์ 184
3.127 แบบสุดท้ายของระบบเอกลักษณ์ร่วม และสื่อส่งเสริมการขาย 185

4.1 ภาพถ่ายรวมผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ 186
4.2 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์แชมพูสุนัข 187
4.3 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์สเปรย์สุนัข 187
4.4 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์น้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัข น้ำมันหยอดหูสุนัข ครีมทาตัวสุนัข และยาป้ายตาสุนัข 188
4.5 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์โคลนหมักขนสุนัข 188
4.6 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์แป้งโรยตัวสุนัข 189
4.7 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์สเปรย์สำหรับฉีดพ่นบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่ 189
4.8 ภาพถ่ายชุดป้องกันโรคผิวหนังสุนัข และชุดรักษาโรคผิวหนังสุนัข 190
4.9 ภาพถ่ายชั้นวางสินค้า และผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ 190
4.10 แผ่นนำเสนองาน แผ่นที่ 1 191
4.11 แผ่นนำเสนองาน แผ่นที่ 2 192
4.12 แผ่นนำเสนองาน แผ่นที่ 3 193
4.13 แผ่นนำเสนองาน แผ่นที่ 4 194
4.14 แผ่นนำเสนองาน แผ่นที่ 5 195
4.15 แผ่นนำเสนองาน แผ่นที่ 6 196
4.16 แผ่นนำเสนองาน แผ่นที่ 7 197
4.17 แผ่นนำเสนองาน แผ่นที่ 8 198
4.18 แผ่นนำเสนองาน แผ่นที่ 9 199
4.19 แผ่นนำเสนองาน แผ่นที่ 10 200
4.20 แผ่นนำเสนองาน แผ่นที่ 11 201

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.21 แผ่นนำเสนองาน แผ่นที่ 12 202
4.22 แผ่นนำเสนองาน แผ่นที่ 13 203
4.23 แผ่นนำเสนองาน แผ่นที่ 14 204
4.24 แผ่นนำเสนองาน แผ่นที่ 15 205
4.25 แผ่นนำเสนองาน แผ่นที่ 16 206
4.26 แผ่นนำเสนองาน แผ่นที่ 17 207
4.27 แผ่นนำเสนองาน แผ่นที่ 18 208

5.1 ฉลากแชมพูก่อนการแก้ไขปรับปรุง 212
5.2 ฉลากแชมพูหลังเพิ่มสีบริเวณฝาขวด และปรับโทนสีที่ใช้ 212
5.3 ขนาดขวดแป้งโรยตัวสุนัข 450 g และขนาดขวดแชมพูสุนัข 500 ml ก่อนปรับขนาด 213
5.4 ขนาดขวดแป้งโรยตัวสุนัข และขนาดขวดแชมพูสุนัขหลังปรับขนาดเป็นขวด 500 ml 213
5.5 ขนาดขวดแชมพูสุนัข 250 ml และขนาดขวดสเปรย์สุนัข 220 ml ก่อนปรับขนาด 213
5.6 ขนาดขวดแชมพูสุนัข และขนาดขวดสเปรย์สุนัขหลังปรับขนาดเป็นขวด 250 ml 213
5.7 สเปรย์สำหรับฉีดพ่นบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่ก่อนปรับปรุงรูปทรงของฝาขวด 214
5.8 สเปรย์สำหรับฉีดพ่นบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่หลังปรับปรุงรูปทรงของฝาขวดให้มีมิติมากขึ้น 214

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา

ปัจจุบันบรรดาคนรักสุนัขได้ปรับเปลี่ยนสถานะของ "สุนัข" ให้กลายเป็น "สิ่งมีค่า" ทางความรู้สึก นิยามของคำว่าสุนัขกลายเป็น "เพื่อนรัก" ซึ่งเกิดจากความผูกพันระหว่างสุนัขและมนุษย์ เห็นได้ชัดจากพฤติกรรมการเลี้ยงที่เปลี่ยนไป เจ้าของสุนัขเริ่มให้ความสำคัญกับการดูแลทั้งอาหาร ที่อยู่ และการรักษาโรค การแต่งตัว และกิจกรรมต่างๆที่ทำร่วมกัน ส่งผลให้สิ่งที่เกี่ยวข้องเกิดเป็นธุรกิจที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง อาทิ ธุรกิจฟาร์มเพาะพันธุ์สุนัข อาหารสุนัข โรงพยาบาลและคลินิกรักษาสัตว์ รวมถึงธุรกิจสินค้า และบริการเกี่ยวกับ สปา นวดบำบัดกับสุนัข ปัจจุบันมีมูลค่าการค้าถึง 10,500 ล้านบาท สุนัขเป็นทั้งสัตว์สำหรับเฝ้าบ้าน เพื่อนคู่ใจ และเข้าสู่สถานะสัตว์ทำเงิน โดยหากไม่นับรวมสุนัขบ้านที่มีการเพาะพันธุ์จำหน่าย พบว่าทั่วประเทศมีฟาร์มสุนัขมากกว่า 500 ฟาร์ม ประชากรสุนัขเลี้ยงมีประมาณ 7.6 ล้านตัว เป็นสุนัขที่ได้รับการเลี้ยงดูอย่างดีถึง 2.6 ล้านตัว [1]

บริษัท ทางตันลม จำกัด เป็นอีกบริษัทที่นำความเป็นเกตษรอินทรีย์ที่กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน และมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องมาเป็นจุดเด่นในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างจากธุรกิจผลิตภัณฑ์สุนัขทั่วไป ซึ่งมีนโยบายที่ส่งเสริมการลดใช้สารเคมี โดยการนำสมุนไพรไทยมาเป็นส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ ปลอดภัยต่อสุขภาพของเจ้าของสุนัข และสุนัข ซึ่งถือเป็นธุรกิจแรกๆในประเทศไทยที่ทำผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ แต่รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีอยู่ปัจจุบันมีรูปแบบที่ไม่แตกต่างจากแบรนด์อื่นๆ บางบรรจุภัณฑ์ยังไม่มีกราฟิก หรือบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์นั้นๆที่ชัดเจน จึงทำให้บริษัทหันมาให้ความสำคัญในการสร้างแนวทางใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการเจ้าของสุนัขที่มีหลากหลายยิ่งขึ้น ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถอำนวยความสะดวกในการดูแลสุนัข การขยายกลุ่มเป้าหมายเพิ่มขึ้นจากเดิม โดยไม่ส่งผลกระทบต่อกลุ่มเป้าหมายเดิม [2]

การนำเสนอโครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพสำหรับสุนัขนี้ จัดทำขึ้นเพื่อค้นหาแนวทางออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะโครงสร้างที่ส่งเสริมการใช้งานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อให้เจ้าของสุนัขเกิดความ

ที่มา [1] : กอง บก.ฐานเศรษฐกิจ. "ชี้ธุรกิจสัตว์เลี้ยงไทยดึกดัก." [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://www.thannews.th.com. 2555.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งไม่อนุญาตให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สะดวกสบายขณะใช้งานบรรจุภัณฑ์ และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกให้มีภาพลักษณ์ใหม่ที่สื่อถึงผลิตภัณฑ์ที่เป็นสมุนไพรเกษตรอินทรีย์ให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ให้เป็นที่รู้จัก และแพร่หลาย เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลดีต่อภาพลักษณ์ ที่มาจากจุดขายที่แตกต่างที่เกิดขึ้นจากตัวผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ ทั้งนี้กลุ่มเป้าหมาย คือ เจ้าของสุนัข หรืออาจจะรวมไปถึงผู้ที่มีความสนใจในสินค้าเกษตรอินทรีย์ ให้ความสำคัญในเรื่องภาพลักษณ์ และการใช้งานที่สะดวกสบายของทั้งตัวผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์

1.2 วัตถุประสงค์ของการออกแบบ

1.1.1 ออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์และกราฟิกให้มีภาพลักษณ์ใหม่ ที่สื่อถึงความเป็นเกษตรอินทรีย์ ปลอดสารพิษ และสมุนไพรไทย เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าใจตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน

1.1.2 ออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะโครงสร้างส่งเสริมการใช้งานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อตอบสนองด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มเป้าหมาย ทำให้เกิดความสะดวกสบายขณะใช้งานบรรจุภัณฑ์

1.3 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ผลิต

1.3.1 ที่มาของโครงการด้านผู้ผลิต

โครงการนี้เป็นโครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้กับผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข “Green for dog” ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด เจ้าของ คือ คุณฉัตรชัย วงษ์ชัยยะ ที่ต้องการสนับสนุนผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ของไทยที่ทำจากสมุนไพรไทยให้เป็นที่รู้จักกับทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพสำหรับสุนัขยังไม่เป็นที่รู้จัก และแพร่หลายมากนัก ถึงแม้ว่าในต่างประเทศจะมีผลิตภัณฑ์ประเภทนี้แล้ว แต่ก็มีราคาสูง จึงได้เกิดแนวคิดที่จะนำสมุนไพรไทยที่มีสรรพคุณที่หลากหลายมาทำผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายให้กับคนไทย และเผยแพร่ให้ทั้งคนไทยและชาวต่างชาติรับรู้ถึงประโยชน์ของสมุนไพรไทย สนับสนุนให้คนไทยซื้อผลิตภัณฑ์มีคุณภาพจากฝีมือคนไทย ทั้งยังมีความปลอดภัยต่อสุขภาพของเจ้าของสุนัข และสุนัขอีกด้วย [2]

ที่มา [2] : คุณฉัตรชัย วงษ์ชัยยะ เจ้าของแบรนด์ “Green for dog”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 1.1 ตราสัญลักษณ์ "Green for dog" ที่บริษัทใช้ในปัจจุบัน

ที่มา : http://www.greenshopcafe.com/greenfordog

จากภาพที่ 1.1 ตราสัญลักษณ์ที่ใช้ในปัจจุบันเป็นภาพลายเส้นสุนัขที่มีคำโฆษณาอยู่ในตัวของสุนัข ภาพด้านซ้ายเป็นภาพตราสัญลักษณ์ที่ใช้ในสื่อส่งเสริมการขาย เช่น แผ่นพับ ป้ายประดับชั้นวางสินค้า ส่วนภาพด้านขวาเป็นภาพที่ใช้เฉพาะบนบรรจุภัณฑ์

ภาพที่ 1.2 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ "Green for dog"

ที่มา : ห้างสรรพสินค้าวิถีชุมชน K-village

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 1.3 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ใช้ภายนอก "Green for dog"

จากภาพที่ 1.2 และ 1.3 เป็นสินค้าทั้งหมดของ "Green For Dog" ที่จำหน่ายในปัจจุบัน ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์อาหารสุนัข ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทำความสะอาดสุนัข ผลิตภัณฑ์รักษาโรค และผลิตภัณฑ์สำหรับปรับอากาศบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่

โครงการนี้จัดทำขึ้นเพื่อค้นหาแนวทางออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ลักษณะโครงสร้างที่สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากผลิตภัณฑ์คู่แข่งยังไม่มีการให้ความสำคัญในด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์มากนัก ทำให้เกิดแนวทางที่ให้บรรจุภัณฑ์มีส่วนเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น ควบคู่ไปกับการพัฒนาภาพลักษณ์ใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ปลอดสารพิษ ซึ่งเป็นจุดเด่นของผลิตภัณฑ์

1.3.2 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ของบริษัท ทางตันลม จำกัด ในปัจจุบัน แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับสุนัข และผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3.2.1 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับสุนัข

ตารางที่ 1.1 รายละเอียดผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับสุนัข

ผลิตภัณฑ์	รายละเอียด
	1. แชมพูสุนัข สูตรน้ำมันงาผสมไคโตซาน บำรุงขน 250 ml ราคา 220 บาท ช่วยปรับสภาพขนให้สวยงาม และบำรุงรากขนให้แข็งแรง ขนนุ่ม น่าสัมผัส ขนเป็นเงางาม อ่อนโยนต่อผิว ช่วยยับยั้ง เชื้อรา เชื้อแบคทีเรีย และ ยีสต์ที่ผิวหนังได้อย่างมีประสิทธิภาพ
	2. แชมพูสุนัข สูตรทองพันชั่ง รักษาโรคผิวหนัง 250 ml ราคา 220 บาท ช่วยลดปัญหาโรคผิวหนัง อาการคัน ผิวหนังอักเสบ ผิวหนังเป็นขุย ขนร่วง อ่อนโยน ต่อผิว ทำให้สุนัขสบายตัว มีครีมนวดในตัวจากสารสกัดสมุนไพร ทำให้มีขนนุ่มน่าสัมผัส
	3. แชมพูสุนัข สูตรเมล็ดน้อยหน่า กำจัดเห็บหมัด 250 ml ราคา 220 บาท ช่วยลดปัญหาเห็บ หมัด ไรขี้เรื้อน เชื้อรา โรคผิวหนัง ดับกลิ่นตัวสุนัข อ่อนโยนต่อผิว ทำให้สุนัขสบายตัว มีครีมนวดในตัวที่ได้จากสารสกัดจากสมุนไพรทำให้มีขนนุ่ม น่าสัมผัส
	4. แชมพู สูตรกำจัดกลิ่นตัว 1000 ml ราคา 350 บาท ช่วยในการป้องกันเห็บ หมัด และกำจัดกลิ่นสาปตัวสุนัขได้อย่างดี พร้อมทั้งบำรุงรากขนให้แข็งแรง เส้นขนเงางาม หนานุ่ม ทำให้ขนฟู เป็นเงางาม ป้องกันการหลุดร่วง ไม่พันกัน ปราศจากสิ่งเจือปนที่ทำให้ระคายเคืองต่อผิวหนังของสุนัข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	5. สเปรย์กำจัดเห็บหมัด ฉีดบนตัวสุนัข 120 ml ราคา 150 บาท ทำจากสมุนไพร ผ่านการทดลองสามารถกำจัดเห็บหมัดได้จริงภายใน 2 ชม. และทำให้ไข่ฝ่อไม่สามารถฝักเป็นตัวได้ (สุนัขเลียได้ ไม่เป็นอันตราย สารสกัดสมุนไพร มีผลโดยตรงกับเห็บ หมัด)
	6. สเปรย์ทองพันชั่ง รักษาโรคผิวหนังสุนัข และสัตว์เลี้ยง 200 ml ราคา 250 บาท สกัดจากทองพันชั่ง สามารถฉีดพ่นบนตัวสุนัข หรือชุบสำลีแล้วทาบนตัวสุนัข ได้ผลดีเพราะไม่มีสารเคมี สามารถใช้ได้บ่อยตามที่ต้องการ มีสภาพเป็นกลาง ไม่ระคายเคือง ปลอดภัยต่อคน และสุนัข
	7. สเปรย์เซรั่มบำรุงขนสุนัข วิตามิน E จากธรรมชาติ 100 ml ราคา 200 บาท บำรุงรากขนให้แข็งแรง ขนนุ่มสลวย เป็นเงางาม ช่วยลดการหลุดร่วงของเส้นขน ป้องกันเชื้อรา ลดการอักเสบของผิวหนัง สามารถใช้ได้บ่อยตามที่ต้องการ ไม่มีส่วนผสมเคมี ให้เกิดการระคายเคือง
	8. น้ำมันหยอดหูมะรุม สำหรับกำจัดไร และเชื้อราในหู 10 ml ราคา 250 บาท กำจัดตัวไรในหูสุนัข รักษาหูที่เกิดจากการอักเสบอันเกิดจากเชื้อแบคทีเรีย เชื้อราในหู สามารถใช้ได้ในลูกสุนัข และสุนัขที่กำลังตั้งท้อง ใช้ติดต่อกันได้ ไม่มีผลข้างเคียง

1.3.2.2 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่

ตารางที่ 1.2 รายละเอียดผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่

ผลิตภัณฑ์	รายละเอียด
	1. สเปรย์ทำความสะอาดที่นอน 220 ml ราคา 150 บาท สามารถทำความสะอาดที่นอนสุนัข คอก กรง พรม โซฟา ไม่ทิ้งคราบ ไม่กัดพื้นผิว ฉีดทิ้งไว้หรือสามารถเช็ดได้เลย โดยไม่ต้องใช้น้ำล้างซ้ำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	2. สเปรย์ดับกลิ่นไม่พึงประสงค์ในบ้าน 200 ml ราคา 150 บาท ไม่ได้เป็นการกลบกลิ่นจากน้ำหอมหรือเอนไซม์ แต่เป็นสูตร ช่วยขจัดกลิ่นไม่พึงประสงค์ของสุนัขในระดับโมเลกุล ที่เปลี่ยนโมเลกุลของกลิ่นให้เป็นโมเลกุลที่ไม่มีกลิ่น ทำให้กลิ่นสุนัขหมดไป
	3. น้ำยาสมุนไพรกำจัดเห็บ-หมัด ชนิดเข้มข้น ขนาด 500 ml ราคา 350 บาท, ขนาด 1000 ml ราคา 700 บาท ใช้ฉีดพ่นบริเวณที่สุนัขนอน บริเวณรอบๆบ้าน ตามซอก กำแพง หรือใช้ถูพื้นบ้านได้ เพื่อตัดวงจรชีวิตของเห็บหมัด สัปดาห์ละ 1 ครั้ง เป็นเวลา 8-10 สัปดาห์ (ดูตามอาการหนักเบา) เพราะไข่และตัวอ่อนของเห็บหมัด จะมีวงจรชีวิตอยู่ประมาณ 2 เดือน

ที่มา : http://www.greenshopcafe.com/greenfordog

1.4 ความเป็นไปได้ของโครงการ

1.4.1 ด้านนโยบาย

รัฐบาลมีแผนผลักดันยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติปี 2555 – 2559 ขยายโอกาสการลงทุนและการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ เพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 โดยส่งเสริมกระบวนการผลิตให้เป็นไปตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์สากล และสอดคล้องกับความต้องการของตลาดผู้บริโภค รวมทั้งต้องพัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรมตลอดจนปรับปรุงกลไกการบริหารจัดการ [3] เพื่อให้การขับเคลื่อนการพัฒนาเกษตรอินทรีย์มีความเชื่อมโยงระหว่างระบบการผลิตและการตลาด ประกอบกับตลาดของผลิตภัณฑ์สุนัขที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีความหลากหลาย ความนิยมการเลี้ยงสัตว์ภายในบ้านที่เพิ่มมากขึ้น และแนวโน้มอายุของสุนัขที่ยืนยาวยิ่งขึ้น ส่งผลให้มีแนวโน้มความต้องการสินค้าสำหรับสุนัขจึงก่อให้เกิดธุรกิจผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพสำหรับสุนัขขึ้นมา

จึงเป็นโอกาสดีที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ของธุรกิจที่มีแนวโน้มที่จะเติบโตในตลาดทั้งเกษตรอินทรีย์ และตลาดสำหรับสุนัข และภาพลักษณ์มีส่วนสำคัญยิ่ง โดยทางบริษัท ทางตันลม จำกัด มีนโยบายที่จะลดการนำเข้า และเพิ่มการส่งออก และต้องการส่งเสริมสินค้าเกษตรอินทรีย์สำหรับสุนัข และเล็งเห็นความสำคัญของการตอบสนองความต้องการของเจ้าของสุนัขที่มีความหลากหลาย จึงมีความต้องการจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์เพื่อขยายกลุ่มเป้าหมายใหม่ โดยสร้างภาพลักษณ์ให้ตอบสนอง และสร้างความน่าสนใจต่อผู้บริโภค

ที่มา [3] : ส่วนข่าวและรายการภูมิภาค กระทรวงเกษตร และสหกรณ์. [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://region8.prd.go.th. 2555.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4.2 ด้านเศรษฐกิจ

จำนวนธุรกิจผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัขต่อจำนวนประชากรสุนัขมีน้อยอยู่มาก หากเทียบกับความต้องการ เพราะจำนวนประชากรสุนัขมีเพิ่มขึ้นตลอด สินค้าอุปโภค บริโภค ต้องใช้ทุกวัน ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างในกรุงเทพฯ และปริมณฑล มีประมาณ 800 ร้านค้า ไม่รวมร้านโชว์ห่วย และซุปเปอร์มาเก็ต ธุรกิจนี้เติบโตปีละ 10% ขึ้นไป อีก 5 – 7 ปี อาจจะเติบโตถึง หนึ่งเท่าตัวในอนาคตน่าจะมีผู้ประกอบการเกิดขึ้นโดยประมาณ 3000 ราย ซึ่งไม่ใช่จำนวนที่มากเกินไป เพราะยังมีประชากรสุนัขที่ยังไม่ได้เข้าถึงผลิตภัณฑ์อีกประมาณ 70% มีเพียง 30% ที่เข้าถึงผลิตภัณฑ์คุณภาพ [4] และด้วยเป็นผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพสำหรับสุนัขที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไปด้วยแล้ว โครงการนี้จึงนำจุดเด่นของผลิตภัณฑ์มาส่งเสริมการผลิตผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพสำหรับสุนัขที่เป็นธุรกิจภายในประเทศ โดยการส่งเสริมเรื่องภาพลักษณ์ และการพัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์ ซึ่งมีความพร้อมความสามารถในการผลิตเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับผลิตภัณฑ์กับต่างประเทศ ลดการนำเข้าผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศ เป็นการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของคนไทย ช่วยลดปัญหาการขาดดุลทางการค้า และยังช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศให้ดียิ่งขึ้น โดยการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะโครงสร้างส่งเสริมการใช้งานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อตอบสนองด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์ของเจ้าของสุนัข ทำให้เกิดความสะดวกสบายขณะใช้งานบรรจุภัณฑ์ ควบคู่ไปกับการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับ “Green for dog” เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ถึงคุณค่าของเกษตรอินทรีย์

1.4.3 ด้านสังคม และสิ่งแวดล้อม

เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้รู้จักผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพสำหรับสุนัขที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สามารถเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพ และหลากหลายมากยิ่งขึ้น ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ และยกระดับผลิตภัณฑ์ที่ผลิตภายในประเทศ ให้เกิดการพัฒนาในส่วนของสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับได้ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ นอกจากนี้การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดี ต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

1.4.4 ด้านการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของการออกแบบ

โครงการนี้เปิดโอกาสให้ศึกษาแนวทางการพัฒนา และออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างไปจากคู่แข่งตามท้องตลาด การค้นคว้าเกี่ยวกับวิธีการใช้งานผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติที่หลากหลายของเจ้าของสุนัข ข้อมูลกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะการเลี้ยงสุนัขที่หลากหลาย

ที่มา [4] : พิสิทธิ์ เลาหวินิจ. “แนวโน้มธุรกิจเพ็ทช็อปปี 2555-2556” [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://kugarden.co.th/ceo.htm. 2556.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ข้อมูลพฤติกรรมสุนัข ข้อมูลผลิตภัณฑ์คู่แข่ง สภาวะตลาดในปัจจุบัน ด้านแบรนด์ กลยุทธ์การตลาด ด้านผู้ประกอบการเกี่ยวกับสุนัข ข้อมูลด้านวัสดุ การผลิต การศึกษาภาพลักษณ์ด้านเกษตรอินทรีย์ และผู้ประกอบการด้านเกษตรอินทรีย์ควบคู่กันไป รวมไปถึงด้านกระแสนิยมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ในปัจจุบัน ทำอย่างไรที่จะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการออกแบบ เพื่อให้เกิดพึงพอใจ ความสะดวกสบาย สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ได้ทางเลือกที่ดีที่สุดในการประกอบการตัดสินใจในการพัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์ และกราฟิก

1.4.5 สรุปความเป็นไปได้ของโครงการ

โครงการเสนอแนะออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพสำหรับสัตว์เลี้ยง “Green for dog” ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด มีความเป็นไปได้เนื่องจากสอดคล้องกับเหตุผลในด้านนโยบาย ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และสิ่งแวดล้อม และด้านการออกแบบ

1.5 ขอบเขตของโครงการ

1.5.1 ขอบเขตของโครงการด้านปริมาณ

ผลิตภัณฑ์ของบริษัท ทางต้นลม จำกัด ในปัจจุบัน แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับสุนัข และผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับบริเวณที่สุนัขอาศัย ดังแสดงในภาพที่ 1.4

1.5.1.1 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับสุนัข แบ่งตามลักษณะกายภาพได้ 6 กลุ่ม

- กลุ่มที่ 1 ผลิตภัณฑ์ของเหลว มีความหนืด ละลายน้ำ
- กลุ่มที่ 2 ผลิตภัณฑ์ของเหลว ไม่มีความหนืด ละลายน้ำ
- กลุ่มที่ 3 ผลิตภัณฑ์น้ำมัน มีความหนืด ไม่ละลายน้ำ
- กลุ่มที่ 4 ผลิตภัณฑ์ของกึ่งเหลวกึ่งแข็ง มีความหนืด ไม่ละลายน้ำ
- กลุ่มที่ 5 ผลิตภัณฑ์ของกึ่งแข็ง มีความหนืดสูง
- กลุ่มที่ 6 ผลิตภัณฑ์ลักษณะเป็นผงละเอียด ไม่ละลายน้ำ

1.5.1.2 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับบริเวณที่สุนัขอาศัย ดังแสดงในภาพที่ 1.4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับสุนัข
กลุ่มที่ 1 ผลิตภัณฑ์ของเหลว มีความหนืด ละลายน้ำ ได้แก่ แชมพูสุนัขสูตรน้ำมันงา ผสมไดโตซานบำรุงขนแชมพูสุนัข สูตรทองพันชั่งรักษาโรคผิวหนัง แชมพูสุนัข สูตรเมลิดน้อยหน่ากำจัดเห็บหมัด แชมพู สูตรกำจัดกลิ่นตัว 3 โครงสร้าง 60 กราฟิก

กลุ่มที่ 2 ผลิตภัณฑ์ของเหลว ไม่มีความหนืด ละลายน้ำ ได้แก่ สเปรย์กำจัดเห็บหมัดฉีดบนตัวสุนัข สเปรย์ทองพันชั่งรักษาโรคผิวหนังสุนัข สเปรย์เซรั่มบำรุงขนสุนัข วิตามิน E น้ำยาเช็ดคราบน้ำตา 5 โครงสร้าง 11 กราฟิก

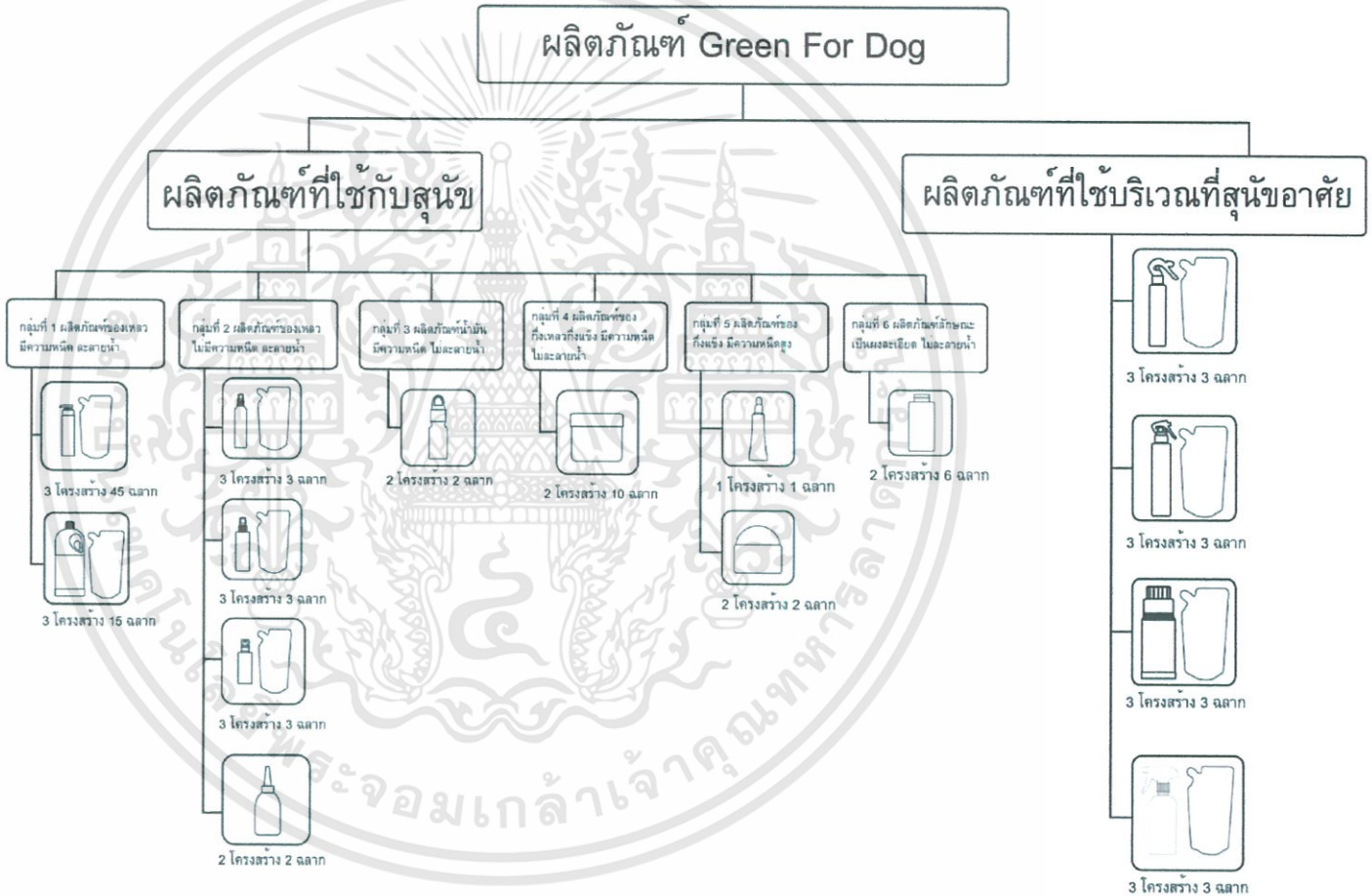
กลุ่มที่ 3 ผลิตภัณฑ์น้ำมัน มีความหนืด ไม่ละลายน้ำ ได้แก่ น้ำมันหยอดหูมะรุม สำหรับกำจัดไร และเชื้อราในหู 2 โครงสร้าง 2 กราฟิก

กลุ่มที่ 4 ผลิตภัณฑ์ของกึ่งเหลวกึ่งแข็ง มีความหนืด ไม่ละลายน้ำ ได้แก่ โคลนหมักขนสุนัข 2 โครงสร้าง 10 กราฟิก

กลุ่มที่ 5 ผลิตภัณฑ์ของกึ่งแข็ง มีความหนืดสูง ได้แก่ ยาป้ายตาสุนัข ครีมรักษาโรคผิวหนัง 3 โครงสร้าง 3 กราฟิก

กลุ่มที่ 6 ผลิตภัณฑ์ลักษณะเป็นผงละเอียด ไม่ละลายน้ำ ได้แก่ แป้งโรยตัวสุนัข สูตรรักษาโรคผิวหนังป้องกันเห็บหมัด 2 โครงสร้าง 6 กราฟิก

ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับบริเวณที่สุนัขอาศัย ได้แก่ สเปรย์ดับกลิ่นไม่พึงประสงค์ในบ้าน สเปรย์ทำความสะอาดที่นอน น้ำยาสมุนไพรกำจัดเห็บ-หมัด ชนิดเข้มข้น น้ำยาฝึกสุนัข ขับถ่าย 3 โครงสร้าง 12 กราฟิก



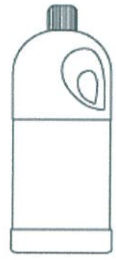
1.5.1.1 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับสุนัข แบ่งตามลักษณะกายภาพได้ 6 กลุ่ม

<u>กลุ่มที่ 1 ผลิตภัณฑ์ของเหลว มีความหนืด ละลายน้ำ</u> ได้แก่ แชมพูสุนัข สูตรน้ำมันงาผสมไคโตซาน บำรุงขน,แชมพูสุนัข สูตรทองพันชั่ง รักษาโรคผิวหนัง,แชมพูสุนัข สูตรเมล็ดน้อยหน่า กำจัดเห็บหมัด, แชมพู สูตรกำจัดกลิ่นตัว ผสมน้ำเพื่อให้เกิดฟอง สำหรับทำความสะอาดขนสุนัข

ตารางที่ 1.3 ขอบเขตโครงการของกลุ่มที่ 1 ผลิตภัณฑ์ของเหลว มีความหนืด ละลายน้ำ

ผลิตภัณฑ์	กลุ่มสินค้า (ประเภทขนสุนัข)	Primary Packaging	ลักษณะโครงสร้าง/ขนาดบรรจุ		บรรจุภัณฑ์อื่น	จำนวนชิ้นงาน
			Bottle		Pouch (Refill)	
			250 ml	500 ml	400 ml	
1. แชมพูสุนัข สูตรน้ำมันงาผสมไคโตซาน บำรุงขน	ขนไหมแพร		✓	✓	✓	3 โครงสร้าง 15 ฉลาก
	ขนหยิกฟู		✓	✓	✓	
	ขนเรียบสั้น		✓	✓	✓	
	ขนเรียบยาวและหนา		✓	✓	✓	
	ขนเหนียวเหมือนลวด		✓	✓	✓	
2. แชมพูสุนัข สูตรทองพันชั่ง รักษาโรคผิวหนัง	ขนไหมแพร		✓	✓	✓	3 โครงสร้าง 15 ฉลาก
	ขนหยิกฟู		✓	✓	✓	
	ขนเรียบสั้น		✓	✓	✓	
	ขนเรียบยาวและหนา		✓	✓	✓	
	ขนเหนียวเหมือนลวด		✓	✓	✓	
3. แชมพูสุนัข สูตรเมล็ดน้อยหน่า กำจัดเห็บหมัด	ขนไหมแพร		✓	✓	✓	3 โครงสร้าง 15 ฉลาก
	ขนหยิกฟู		✓	✓	✓	
	ขนเรียบสั้น		✓	✓	✓	
	ขนเรียบยาวและหนา		✓	✓	✓	
	ขนเหนียวเหมือนลวด		✓	✓	✓	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. แชมพูสูตรกำจัดกลิ่นตัว	ขนไหมแพร		✓	✓	✓	3 โครงสร้าง 15 ฉลาก
	ขนหยิกฟู		✓	✓	✓	
	ขนเรียบสั้น		✓	✓	✓	
	ขนเรียบยาวและหนา		✓	✓	✓	
	ขนเหนียวเหมือนลวด		✓	✓	✓	

หมายเหตุ : เครื่องหมาย ✓ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีในขอบเขตของโครงการ

รวมทั้งหมด 3 โครงสร้าง 60 กราฟิก (จำนวนชิ้นงานอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ภายหลังตามความเหมาะสม)

<u>กลุ่มที่ 2 ผลิตภัณฑ์ของเหลว ไม่มีความหนืด ละลายน้ำ</u> ได้แก่ สเปรย์กำจัดเห็บหมัด ฉีดบนตัวสุนัข, สเปรย์ทองพันชั่ง รักษาโรคผิวหนังสุนัข และสัตว์เลี้ยง, สเปรย์เซรั่มบำรุงขนสุนัข วิตามิน E, น้ำยาเช็ดคราบน้ำตา ใช้พ่นฉีดตามร่างกายสุนัข หรือหยอด เพื่อบำรุงขน และกำจัดเห็บหมัด ทำความสะอาดตามส่วนต่างๆของสุนัข

ตารางที่ 1.4 ขอบเขตโครงการของกลุ่มที่ 2 ผลิตภัณฑ์ของเหลว ไม่มีความหนืด ละลายน้ำ

ผลิตภัณฑ์	กลุ่มสินค้า (ประเภทขนสุนัข)	Primary Packaging	ลักษณะโครงสร้าง/ขนาดบรรจุ		บรรจุภัณฑ์อื่น	จำนวนชิ้นงาน
			Bottle		Pouch (Refill)	
			220 ml	500 ml	400 ml	
1. สเปรย์กำจัดเห็บหมัด ฉีดบนตัวสุนัข	-		✓	✓	✓	3 โครงสร้าง 3 ฉลาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. สเปรย์ทองพันชั่งรักษาโรคผิวหนังสุนัขและสัตว์เลี้ยง	-		✓	✓	✓	3 โครงสร้าง 3 ฉลาก
3. สเปรย์เซรั่มบำรุงขนสุนัข วิตามิน E	-		✓	✓	✓	3 โครงสร้าง 3 ฉลาก
4. น้ำยาเช็ดคราบน้ำตา	-		✓	✓	-	2 โครงสร้าง 2 ฉลาก

หมายเหตุ : เครื่องหมาย ✓ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีในขอบเขตของโครงการ

รวมทั้งหมด 5 โครงสร้าง 11 กราฟิก (จำนวนชิ้นงานอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ภายหลังตามความเหมาะสม)

กลุ่มที่ 3 ผลิตภัณฑ์น้ำมัน มีความหนืด ไม่ละลายน้ำ ได้แก่ น้ำมันหยอดหูมะรุม สำหรับกำจัดไรและเชื้อราในหู สำหรับหยอดเพื่อทำความสะอาดหูของสุนัข

ตารางที่ 1.5 ขอบเขตโครงการของกลุ่มที่ 3 ผลิตภัณฑ์น้ำมัน มีความหนืด ไม่ละลายน้ำ

ผลิตภัณฑ์	กลุ่มสินค้า (ประเภทขนสุนัข)	Primary Packaging	ลักษณะโครงสร้าง/ขนาดบรรจุ		จำนวนชิ้นงาน
			Bottle		
			10 ml	60 ml	
1. น้ำมันหยอดหูมะรุม สำหรับกำจัดไร และเชื้อราในหู	-		✓	✓	2 โครงสร้าง 2 ฉลาก

หมายเหตุ : เครื่องหมาย ✓ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีในขอบเขตของโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รวมทั้งหมด 2 โครงสร้าง 2 กราฟิก (จำนวนชิ้นงานอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ภายหลังตามความเหมาะสม)

<u>กลุ่มที่ 4 ผลิตภัณฑ์ของกึ่งเหลวกึ่งแข็ง มีความหนืด ไม่ละลายน้ำ</u> ได้แก่ โคลนหมักขนสุนัข ใช้หมักขนสุนัขเพื่อบำรุงขนสุนัข

ตารางที่ 1.6 ขอบเขตโครงการของกลุ่มที่ 4 ผลิตภัณฑ์ของกึ่งเหลวกึ่งแข็ง มีความหนืด ไม่ละลายน้ำ

ผลิตภัณฑ์	กลุ่มสินค้า (ประเภทขนสุนัข)	Primary Packaging	ลักษณะโครงสร้าง/ขนาดบรรจุ		จำนวนชิ้นงาน
			Jar		
			100 g	300 g	
1. โคลนหมักขนสุนัข	ขนไหมแพร		✓	✓	2 โครงสร้าง 10 ฉลาก
	ขนหยิกฟู		✓	✓	
	ขนเรียบสั้น		✓	✓	
	ขนเรียบยาวและหนา		✓	✓	
	ขนเหนียวเหมือนลวด		✓	✓	

หมายเหตุ : เครื่องหมาย ✓ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีในขอบเขตของโครงการ

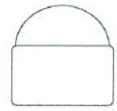
รวมทั้งหมด 2 โครงสร้าง 10 กราฟิก (จำนวนชิ้นงานอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ภายหลังตามความเหมาะสม)

<u>กลุ่มที่ 5 ผลิตภัณฑ์ของกึ่งแข็ง มีความหนืดสูง</u> ได้แก่ ยาป้ายตาสุนัข, ครีมรักษาโรคผิวหนัง ใช้รักษาอาการคัน

ตารางที่ 1.7 ขอบเขตโครงการของกลุ่มที่ 5 ผลิตภัณฑ์ของกึ่งแข็ง มีความหนืดสูง

ผลิตภัณฑ์	กลุ่มสินค้า (ประเภทขนสุนัข)	Primary Packaging	ลักษณะโครงสร้าง/ขนาดบรรจุ			จำนวนชิ้นงาน
			Tube	Bottle		
			7 g	100 g	300 g	
1. ยาป้ายตาสุนัข	-		✓			1 โครงสร้าง 1 ฉลาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ครีมรักษาโรคผิวหนัง ใช้รักษาอาการคัน	-			✓	✓	2 โครงสร้าง 2 ฉลาก

หมายเหตุ : เครื่องหมาย ✓ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีในขอบเขตของโครงการ

รวมทั้งหมด 3 โครงสร้าง 3 กราฟิก (จำนวนชิ้นงานอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ภายหลังตามความเหมาะสม)

<u>กลุ่มที่ 6 ผลิตภัณฑ์ลักษณะเป็นผงละเอียด ไม่ละลายน้ำ</u> ได้แก่ แป้งโรยตัวสุนัข สูตรรักษาโรคผิวหนัง ป้องกันเห็บหมัด สำหรับทาบนร่างกายสุนัข ช่วยดูดซับความชื้น รักษาโรคผิวหนัง กำจัดกลิ่นตัว

ตารางที่ 1.8 ขอบเขตโครงการของกลุ่มที่ 6 ผลิตภัณฑ์ลักษณะเป็นผงละเอียด ไม่ละลายน้ำ

ผลิตภัณฑ์	กลุ่มสินค้า (กลิ่น)	Primary Packaging	ลักษณะโครงสร้าง/ขนาดบรรจุ		จำนวนชิ้นงาน
			Bottle		
			150 g	450 g	
1. แป้งโรยตัวสุนัขสูตรรักษาโรคผิวหนัง ป้องกันเห็บหมัด	มิ้นท์		✓	✓	2 โครงสร้าง 6 ฉลาก
	ลาเวนเดอร์		✓	✓	
	ตะไคร้		✓	✓	

หมายเหตุ : เครื่องหมาย ✓ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีในขอบเขตของโครงการ

รวมทั้งหมด 2 โครงสร้าง 6 กราฟิก (จำนวนชิ้นงานอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ภายหลังตามความเหมาะสม)

1.5.1.2 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับบริเวณที่สุนัขอาศัย

ได้แก่ สเปรย์ดับกลิ่นไม่พึงประสงค์ในบ้าน, สเปรย์ทำความสะอาดที่นอน, น้ำยาสมุนไพรกำจัดเห็บ-หมัด ชนิดเข้มข้น, น้ำยาฝึกสุนัข ขับถ่าย ใช้ฉีดหรือพ่นตามบริเวณต่าง ๆที่สุนัขอาศัยหรือขับถ่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1.9 ขอบเขตโครงการของผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับบริเวณที่สุนัขอาศัย

ผลิตภัณฑ์	กลุ่มสินค้า (ประเภทขนสุนัข)	Primary Packaging	ลักษณะโครงสร้าง/ขนาดบรรจุ		บรรจุภัณฑ์อื่น	จำนวนชิ้นงาน
			Bottle		Pouch (Refill)	
			250 ml	500 ml	600 ml	
1. สเปรย์ดับกลิ่นไม่พึงประสงค์ในบ้าน	-		✓	✓	✓	3 โครงสร้าง 3 ฉลาก
2. สเปรย์ทำความสะอาดที่นอน	-		✓	✓	✓	3 โครงสร้าง 3 ฉลาก
3. น้ำยาสมุนไพรกำจัดเห็บ-หมัด ชนิดเข้มข้น	-		✓	✓	✓	3 โครงสร้าง 3 ฉลาก
4. สเปรย์ฝึกสุนัขให้ขับถ่ายให้เป็นที่	-		✓	✓	✓	3 โครงสร้าง 3 ฉลาก

หมายเหตุ : เครื่องหมาย ✓ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีในขอบเขตของโครงการ

รวมทั้งหมด 3 โครงสร้าง 12 กราฟิก (จำนวนชิ้นงานอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ภายหลังตามความเหมาะสม)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5.1.3 การจัดชุดผลิตภัณฑ์

- ชุดที่ 1 ชุดรักษาโรคผิวหนัง ประกอบด้วย แชมพูสุนัขสูตรทองพันชั่งรักษาโรคผิวหนัง สเปรย์ทองพันชั่งรักษาโรคผิวหนังสุนัข ครีมทาตัวสุนัขรักษาโรคผิวหนัง และแบ่งออกเป็นชุดรักษาโรคผิวหนังสำหรับสุนัขพันธุ์เล็ก และชุดรักษาโรคผิวหนังสำหรับสุนัขพันธุ์กลาง และพันธุ์ใหญ่

- ชุดที่ 2 ชุดป้องกันการเกิดโรคผิวหนัง ประกอบด้วย แชมพูสุนัขสูตรเมล็ดน้อยหน่ากำจัดเห็บหมัด สเปรย์กำจัดเห็บหมัด ฉีดบนตัวสุนัข แป้งโรยตัวสุนัขสูตรป้องกันเห็บหมัด และแบ่งออกเป็นชุดป้องกันการเกิดโรคผิวหนังสำหรับสุนัขพันธุ์เล็ก และชุดป้องกันการเกิดโรคผิวหนัง สำหรับสุนัขพันธุ์กลาง และพันธุ์ใหญ่

1.5.2 **สรุปขอบเขตของโครงการด้านปริมาณ**

- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ประเภท Primary Package ทั้งหมด 20 โครงสร้าง 104 กราฟิก รวม 104 ชิ้นงาน (จำนวนชิ้นงานอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ภายหลังตามความเหมาะสม)

- ออกแบบส่วนส่งเสริมการขายสินค้า (Promotional Materials) ได้แก่ ชั้นวางสินค้ากราฟิกสำหรับจัดหน้าร้านเพื่อการออกบูธ

- จัดทำคู่มือการใช้งานตราสัญลักษณ์ (Corporate Identity Manual)

1.5.3 **ขอบเขตของโครงการด้านคุณภาพ**

1.5.3.1 ด้านการออกแบบกราฟิก และการสื่อความหมาย

ออกแบบตราสัญลักษณ์ใหม่ที่แสดงถึงความเป็นผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษสำหรับสุนัข แสดงความเป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์คู่แข่ง สื่อสารถึงกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจน สามารถใช้งานได้หลายลักษณะ เช่น ย่อ-ขยาย , ภาพขาวดำ เป็นต้น

ออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของผลิตภัณฑ์ สามารถแสดงความเป็นเอกลักษณ์ตราสินค้าให้กับสินค้าเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถจดจำได้ง่ายถึงความเป็นระบบเอกลักษณ์ร่วมเดียวกัน สินค้าแต่ละชนิดต้องสามารถบ่งบอกถึงความแตกต่างของแต่ละผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจนสามารถแสดงข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า และรายละเอียดได้อย่างครบถ้วน ได้แก่ วันที่ผลิต ปริมาณสุทธิ ส่วนผสมต่างๆอธิบายถึงคุณสมบัติ และคุณประโยชน์ วิธีใช้งานที่ถูกต้องเพื่อความสะดวกในการใช้งานของบรรจุภัณฑ์ เข้าใจง่ายชัดเจนจัดองค์ประกอบอย่างเหมาะสมสวยงาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบกราฟิกที่ช่วยในการจัดหน้าร้าน การออกบูธในงานจัดแสดงสินค้า ชั้นวางสินค้า แผ่นพับส่งเสริมการขาย โปสเตอร์โฆษณา ที่แสดงถึงความเป็นเกษตรอินทรีย์ปลอดสารพิษสำหรับสุนัข

1.5.3.2 ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีลักษณะโครงสร้างส่งเสริมการใช้งานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถตอบสนองด้านการใช้งานของกลุ่มเป้าหมายได้ เกิดความสะดวกสบายขณะใช้งานบรรจุภัณฑ์ ถูกต้องตามวิธีการเหมาะสมกับหน้าที่ผลิตภัณฑ์ เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ในท้องตลาดยังไม่มีการส่งเสริมด้านการใช้งานโดยตรง เพิ่มหน้าที่การใช้งานในบางบรรจุภัณฑ์ให้มีความแตกต่างจากคู่แข่ง โครงสร้างโดดเด่น แสดงความเป็นตัวตนของผลิตภัณฑ์ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์น่าเชื่อถือ รายละเอียดครบถ้วนชัดเจน แยกแยะความแตกต่างของสินค้าได้ดี มีคุณสมบัติครบตามหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ 4 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านการบรรจุ (Containment) ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection) ด้านความสะดวกสบาย (Convenience) และด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

1.6 ปัญหา และแนวทางแก้ปัญหา

เงื่อนไขความต้องการ และปัญหาในด้านการบรรจุ ด้านการปกป้อง และด้านการส่งเสริมการขายของแต่ละผลิตภัณฑ์มีความใกล้เคียง แต่จะแตกต่างในด้านความสะดวกสบาย เนื่องจากหน้าที่การใช้งานของผลิตภัณฑ์ เพราะฉะนั้นจึงอธิบายความต้องการ และแนวทางแก้ปัญหาบรรจุ ด้านการปกป้อง และด้านการส่งเสริมการขายของทุกผลิตภัณฑ์ไว้ในตารางที่ 1.10 ตารางที่ 1.10 เงื่อนไขความต้องการ ปัญหา และแนวทางการออกแบบในด้านการบรรจุ ด้านการปกป้อง และด้านการส่งเสริมการขายของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ

เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
ด้านการบรรจุ -รูปทรงสามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ได้สะดวก เหมาะสมกับขั้นตอนการผลิต	- ออกแบบให้ขวดมีปริมาตรเพียงพอในการบรรจุผลิตภัณฑ์ และมีรูปทรงที่สามารถจับคอขวดให้ตั้งตรงได้ ง่ายต่อการบรรจุสินค้าในขั้นตอนการผลิต
ด้านการปกป้องสินค้า - ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดมีลักษณะกายภาพที่ไม่ควรถูกแสงแดด เนื่องจากจะทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมคุณภาพ	-เลือกใช้วัสดุที่มีความสามารถในการป้องกันแสงแดด เช่น พลาสติกที่ทึบแสง พลาสติกสีชา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- การชำรุดหรือหมดสภาพของบรรจุภัณฑ์ ก่อนผลิตภัณฑ์หมด	-เลือกใช้วัสดุในการออกแบบที่มีความแข็งแรงทนต่อการใช้ซ้ำ ป้องกันการกระแทก เนื่องจากพฤติกรรมเวลาอาบน้ำสุนัข เช่น พลาสติก PP พลาสติก PE
ด้านการส่งเสริมการขาย - กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ มีลักษณะคล้ายกับผลิตภัณฑ์อื่นๆ ทำให้แยกชนิดของผลิตภัณฑ์ได้ยาก ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดมีหลากหลายสูตร	- ออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่มีความเฉพาะเจาะจงมากขึ้น แยกแยะคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น
- กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ยังสื่อถึงความเป็นเกษตรอินทรีย์ของผลิตภัณฑ์ไม่ชัดเจน ทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถทราบถึงจุดเด่นของผลิตภัณฑ์	- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีภาพลักษณ์สื่อถึงความเป็นเกษตรอินทรีย์มากขึ้น โดยการใช้ภาพ โทนสี การจัดองค์ประกอบที่สามารถสื่อถึงตัวตนของผลิตภัณฑ์ได้ดี

1.6.1 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับสุนัข

รายละเอียดประเภทของผลิตภัณฑ์อธิบายไว้ในหัวข้อที่ 1.5

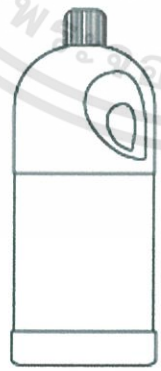
ตารางที่ 1.11 ขั้นตอนการใช้งาน เงื่อนไขความต้องการ ปัญหา และแนวทางการออกแบบด้านความสะดวกสบายของแชมพูสุนัข

สินค้า	บรรจุภัณฑ์	ขั้นตอนการใช้งาน
- แชมพูสุนัข สูตรน้ำมันงาผสมไคโตซาน บำรุงขน - แชมพูสุนัข สูตรทองพันชั่ง รักษาโรคผิวหนัง - แชมพูสุนัข สูตรเมล็ดน้อยหน่า กำจัดเห็บหมัด		- ฝาปั๊มกดเพื่อนำผลิตภัณฑ์ใส่มือ - อาบน้ำให้สุนัขเปียก แล้วชโลมด้วยแชมพู สามารถเจือจางด้วยน้ำก่อนได้ แล้วฟอกให้ทั่วทิ้ง 5-15 นาที แล้วล้างให้สะอาด
เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา		แนวทางการออกแบบ
ด้านความสะดวกสบาย - ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็นทรงกระบอกตรง อาจทำให้หลุดลื่นออกจากมือได้ง่ายเวลาจับ		- ออกแบบรูปทรงขวดมีลักษณะเว้าข้าง ช่วยให้จับได้ถนัดยิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

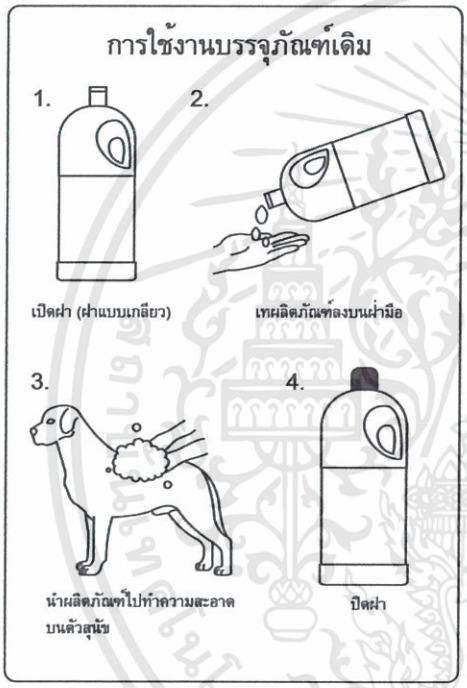
- ผลิตภัณฑ์แชมพูสามารถใช้ร่วมกับแปรงยางนวด หรือแปรงขัดขนสุนัขได้ การใช้มือถูกขนสุนัขเพียงอย่างเดียว อาจทำให้สุนัขเกิดอาการระคายเคือง 	- ทำการผสมผสานแปรงยางนวดสุนัขกับแชมพูไว้ในบรรจุภัณฑ์แบบใหม่

ตารางที่ 1.12 ขั้นตอนการใช้งาน เงื่อนไขความต้องการ ปัญหา และแนวทางการออกแบบด้านความสะดวกสบายของแชมพูสุนัข

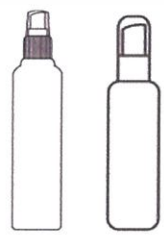
สินค้า	บรรจุภัณฑ์	ขั้นตอนการใช้งาน
- แชมพูสุนัข สูตรกำจัดกลิ่นตัว		- เทเพื่อนำผลิตภัณฑ์ใส่มือ - อาบน้ำให้สุนัขเปียก แล้วชโลมด้วยแชมพู สามารถเจือจางด้วยน้ำก่อนได้ แล้วฟอกให้ทั่วทิ้ง 5 นาที แล้วล้างให้สะอาด เช็ด หรือเป่าให้แห้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
ด้านความสะดวกสบาย - แชมพูหก ขณะทำความสะอาดได้ง่าย สาเหตุหนึ่งมาจากสุนัขดิ้นขณะอาบน้ำ - ต้องเทใส่ฝ่ามือเพื่อนำผลิตภัณฑ์ไปถูลงบนตัวสุนัข หรือบีบขวดเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ไหลออกมาลงบนตัวสุนัข ทำให้ควบคุมปริมาณของผลิตภัณฑ์ได้ยาก	- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สามารถเปิดปิดฝาได้ง่าย ขณะไม่ใช้แชมพู - เลือกใช้ฝาที่มีลักษณะที่สามารถควบคุมปริมาณของผลิตภัณฑ์ได้ง่าย เช่น ฝาปั๊มที่ควบคุมปริมาณของผลิตภัณฑ์ได้ดี และไม่จำเป็นต้องบีบใส่ฝ่ามือสามารถนำผลิตภัณฑ์ลงบนตัวสุนัขได้เลย



ตารางที่ 1.13 ขั้นตอนการใช้งาน เงื่อนไขความต้องการ ปัญหา และแนวทางการออกแบบด้านความสะดวกสบายของสเปรย์สำหรับสุนัข

สินค้า	บรรจุภัณฑ์	ขั้นตอนการใช้งาน
- สเปรย์กำจัดเห็บหมัดฉีดบนตัวสุนัข - น้ำหอมสำหรับสุนัข		- กดเพื่อใช้พ่นบนตัวสุนัขตามจุดต่างๆของร่างกาย - สามารถฉีดพ่นบนตัวเห็บหมัดได้โดยตรง

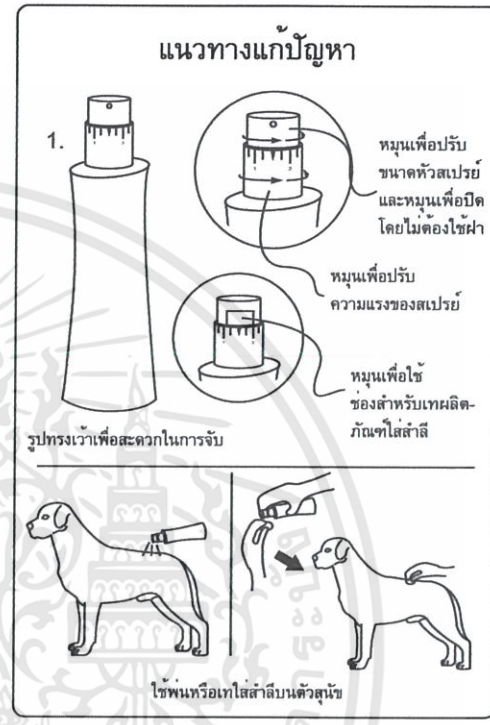
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางการแก้ปัญหา
ด้านความสะดวกสบาย - ใช้งานได้ง่าย ในขนาดของพื้นที่ที่แตกต่างกัน เช่น ลำตัว ข้อพับ อุ้งเท้า หรือตัวเห็บหมัด	- ออกแบบฝาให้สามารถนำผลิตภัณฑ์ออกมาใช้งานได้หลายลักษณะตามพื้นที่ที่ต้องการ สามารถปรับขนาดหัวสเปรย์ และความแรงได้ เพื่อควบคุมปริมาณในการใช้ได้ง่ายขึ้น และป้องกันละอองสเปรย์เข้าตาสุนัข

ตารางที่ 1.14 ขั้นตอนการใช้งาน เงื่อนไขความต้องการ ปัญหา และแนวทางการออกแบบด้านความสะดวกสบายของสเปรย์สำหรับสุนัข

สินค้า	บรรจุภัณฑ์	ขั้นตอนการใช้งาน	ปัญหาการใช้งาน
- สเปรย์ทองพันชั่ง รักษาโรคผิวหนังสุนัข และสัตว์เลี้ยง		- กดเพื่อใช้พ่นบนตัวสุนัขตามจุดต่างๆของร่างกาย หรือชุบสำลีแล้วทาบนตัวสุนัข	- การรั่วซึมของผลิตภัณฑ์ทั้งก่อนและหลังการใช้งาน - ความเสียหายของฝาสเปรย์ที่อาจชำรุดระหว่างใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางการแก้ปัญหา
ด้านความสะดวกสบาย - สามารถรองรับการใช้งานที่หลากหลายได้ ได้แก่ การพ่น และการเทผลิตภัณฑ์ใส่สำลีเพื่อทาบนตัวสุนัข 	- ออกแบบฝาที่สามารถพ่น และนำผลิตภัณฑ์ออกมาภายนอกได้สะดวก โดยยังเป็นฝาชิ้นเดียวกัน และไม่จำเป็นต้องมีฝา 

ตารางที่ 1.15 ขั้นตอนการใช้งาน เงื่อนไขความต้องการ ปัญหา และแนวทางการออกแบบด้านความสะดวกสบายของสเปรย์สำหรับสุนัข

สินค้า	บรรจุภัณฑ์	ขั้นตอนการใช้งาน
- สเปรย์เซรั่มบำรุงขนสุนัข วิตามิน E		- กดเพื่อใช้พ่นบนตัวสุนัข และถูให้ทั่วตัวสุนัข หลังจากนั้นใช้แปรงขนหวีทั่วตัวสุนัข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางการแก้ปัญหา
ด้านความสะดวกสบาย - ผลิตภัณฑ์เซรั่ม เมื่อพ่นสเปรย์แล้ว ต้องแปรงหวีขนสุนัข เพื่อให้เซรั่มกระจายตัว ทำหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีรูปทรงสะดวกต่อการนำผลิตภัณฑ์ออกมาใช้งาน ได้ปริมาณที่เหมาะสมในการใช้แต่ละครั้ง มีรูปทรงที่สะดวกในการจับ - ผสมผสานแปรงหวีขนสุนัขกับขวดเซรั่มไว้ในบรรจุภัณฑ์แบบใหม่

ตารางที่ 1.16 ขั้นตอนการใช้งาน เงื่อนไขความต้องการ ปัญหา และแนวทางการออกแบบด้านความสะดวกสบายของน้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัข

สินค้า	บรรจุภัณฑ์	ขั้นตอนการใช้งาน
- น้ำยาเช็ดคราบน้ำตา		- ใช้สำลีชุบน้ำยา ทำความสะอาดขอบตาสุนัขที่มีปัญหาของคราบขี้ตา และไขมัน

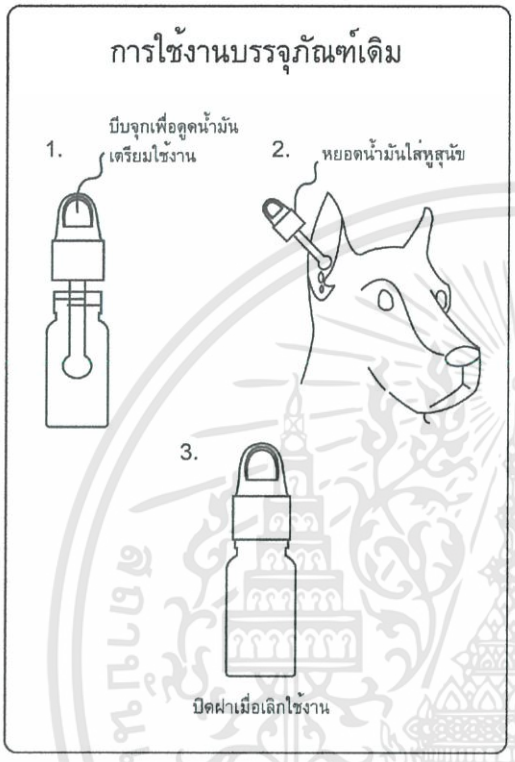
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางการแก้ปัญหา
ด้านความสะดวกสบาย - สามารถเช็ดคราบน้ำตาได้รวดเร็ว เนื่องจากสุนัขอาจดิ้นหรือไม่เชื่อฟัง 	- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเช็ดคราบน้ำตาได้โดนไม่ต้องเทใส่สำลี หรือเทเพิ่มบ่อยๆเมื่อต้องการใช้น้ำยาเพิ่ม

ตารางที่ 1.17 ขั้นตอนการใช้งาน เงื่อนไขความต้องการ ปัญหา และแนวทางการออกแบบด้านความสะดวกสบายของน้ำมันหยอดหูสุนัข

สินค้า	บรรจุภัณฑ์	ขั้นตอนการใช้งาน
- น้ำมันหยอดหูมะรุมสำหรับกำจัดไร และเชื้อราในหู		- ฝาหยดบีบหนึ่งครั้งเพื่อหยอดหูสุนัข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

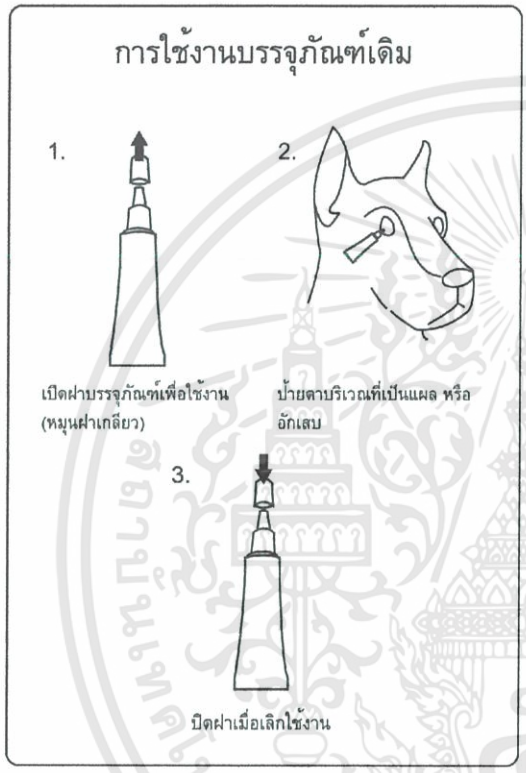
เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางการแก้ปัญหา
ด้านความสะดวกสบาย - ผลิตใช้สำหรับช่องหู มีลักษณะแคบ และเล็ก สามารถใช้งานได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากสุนัขอาจดิ้น หรือไม่เชื่อฟัง	- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สะดวกต่อการใช้ในพื้นที่เล็กๆ สามารถสอดเข้าไปในช่องหูได้สะดวก มีขั้นตอนในการใช้ที่รวดเร็ว
	

ตารางที่ 1.18 ขั้นตอนการใช้งาน เงื่อนไขความต้องการ ปัญหา และแนวทางการออกแบบด้านความสะดวกสบายของยาป้ายตาสุนัข

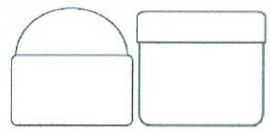
สินค้า	บรรจุภัณฑ์	ขั้นตอนการใช้งาน
- ยาป้ายตาสุนัข		- สำหรับป้ายบาดแผลในตาสุนัข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางการแก้ปัญหา
ด้านความสะดวกสบาย - มีขั้นตอนการใช้งานที่สะดวก มีประสิทธิภาพ ไม่ยุ่งยากในการนำผลิตภัณฑ์ออกจากบรรจุภัณฑ์ขณะใช้งาน รวดเร็ว เพราะสุนัขอาจมีอาการดิ้นขณะป้ายตา	- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีรูปทรงสะดวกต่อการนำผลิตภัณฑ์ออกมาใช้งาน ได้ปริมาณที่เหมาะสมในการใช้แต่ละครั้ง ออกแบบลักษณะปากหลอดที่เรียวเล็ก เพื่อให้สามารถควบคุมปริมาณผลิตภัณฑ์ได้สะดวกขึ้น

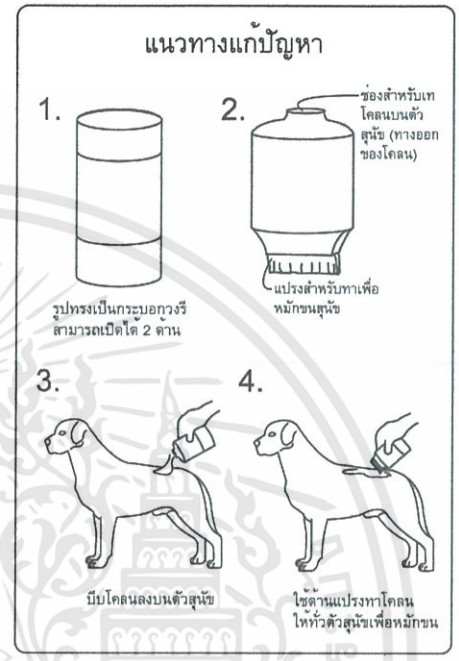


ตารางที่ 1.19 ขั้นตอนการใช้งาน เงื่อนไขความต้องการ ปัญหา และแนวทางการออกแบบด้านความสะดวกสบายของครีมทาตัวสุนัข และโคลนหมักขนสุนัข

สินค้า	บรรจุภัณฑ์	ขั้นตอนการใช้งาน	ปัญหาการใช้งาน
- ครีมรักษาโรคผิวหนัง ใช้รักษาอาการคัน - โคลนหมักขนสุนัขสำหรับบำรุงขน		- ทาบนลำตัวสุนัขตามจุดที่ต้องการ	- การใช้งานผลิตภัณฑ์ทำให้มือของผู้ใช้เลอะเทอะ - การชำรุดของบรรจุภัณฑ์ขณะใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางการแก้ปัญหา
ด้านความสะดวกสบาย - บรรจุภัณฑ์เดิมใช้มือในการทาครีมบนตัวสุนัขที่เป็นโรคผิวหนัง ซึ่งอาจทำให้สุนัขระคายเคืองได้	- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ใช้มือสัมผัสผิวหนังสุนัขให้น้อยที่สุด และทาบนตัวสุนัขได้ทั่วถึง

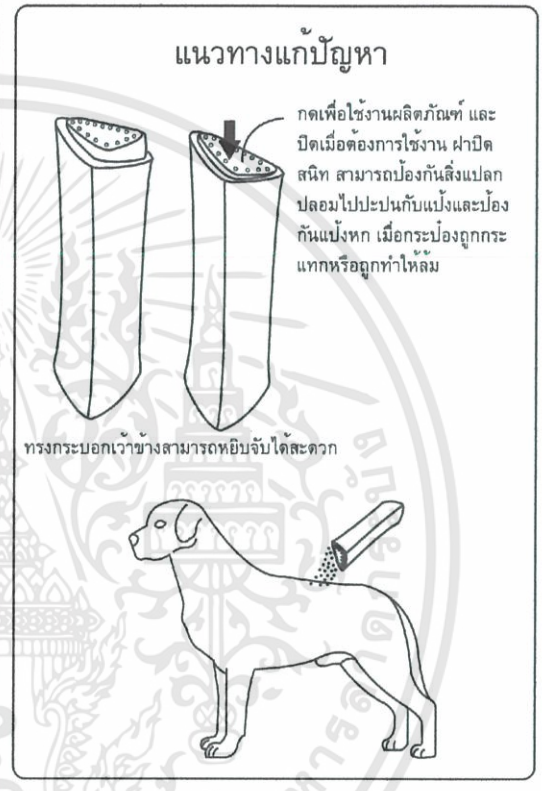


ตารางที่ 1.20 ขั้นตอนการใช้งาน เงื่อนไขความต้องการ ปัญหา และแนวทางการออกแบบด้านความสะดวกสบายของแป้งโรยตัวสุนัข

สินค้า	บรรจุภัณฑ์	ขั้นตอนการใช้งาน	ปัญหาการใช้งาน
- แป้งโรยตัวสุนัข สูตรรักษาโรคผิวหนัง ป้องกันเห็บหมัด		- โรย หรือทาบนลำตัวสุนัขตามจุดที่ต้องการ	- การชำรุดของบรรจุภัณฑ์ขณะใช้งาน - ความชื้นหลังจากการเปิดใช้งานของแป้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา	แนวทางการแก้ปัญหา
ด้านความสะดวกสบาย - มีขั้นตอนการใช้งานที่สะดวก มีประสิทธิภาพ ไม่ยุ่งยากในการนำผลิตภัณฑ์ออกจากบรรจุภัณฑ์ขณะใช้งาน ง่ายต่อการใช้งาน เปิดปิดง่าย	- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ มีรูปทรงกระบอกเว้าข้างสามารถหยิบจับได้สะดวก กดเปิดปิดได้ง่าย เมื่อต้องการใช้งานหรือเลิกใช้งานผลิตภัณฑ์

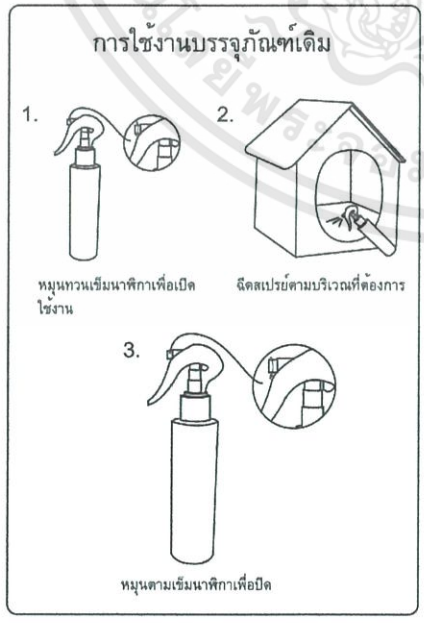


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6.2 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับบริเวณที่สุนัขอาศัย

รายละเอียดประเภทของผลิตภัณฑ์อธิบายไว้ในหัวข้อที่ 1.5

ตารางที่ 1.21 ขั้นตอนการใช้งาน เงื่อนไขความต้องการ ปัญหา และแนวทางการออกแบบด้านความสะดวกสบายของผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับบริเวณที่สุนัขอาศัย

<table>
<tr><th>สินค้า</th><th>บรรจุภัณฑ์</th><th>ขั้นตอนการใช้งาน</th></tr>
<tr><td>- สเปรย์ดับกลิ่นไม่พึงประสงค์ในบ้าน
- สเปรย์ทำความสะอาดที่นอน
- น้ำยาสมุนไพรกำจัดเห็บ-หมัด ชนิดเข้มข้น
- น้ำยาฝึกสุนัข ขับถ่าย</td><td> </td><td>- ฉีดพ่นตามบริเวณที่ต้องการ</td></tr>
<tr><td colspan="2">เงื่อนไขความต้องการ/ปัญหา</td><td>แนวทางการแก้ปัญหา</td></tr>
<tr><td colspan="2">ด้านความสะดวกสบาย
- พื้นที่ที่ใช้ผลิตภัณฑ์มีหลายลักษณะ เช่น บริเวณกว้าง และแคบหรือลึกในบริเวณซอกโซฟา ซอกที่นอน ซอกเฟอร์นิเจอร์ต่างๆ เป็นต้น
 
</td><td>- ออกแบบฝาให้สามารถนำผลิตภัณฑ์ออกมาใช้งานได้หลายลักษณะตามพื้นที่ที่ต้องการ

</td></tr>
</table>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.7 ขั้นตอนการดำเนินการออกแบบ

1.7.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล

1.7.1.1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับบริษัท

- ข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ และตราสินค้าGreen for dog ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด
- จุดแข็งและจุดอ่อนของตราสินค้าที่มีผลต่อการออกแบบ (SWOT Analysis)
- สรุปข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับบริษัทที่มีผลต่อการออกแบบ

1.7.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์

- ข้อมูลทางด้านกายภาพ คุณสมบัติ ส่วนประกอบ การเก็บรักษา และบรรจุภัณฑ์ที่จะนำมาออกแบบเพื่อแก้ปัญหาข้อจำกัดต่างๆ การกำหนดขนาดบรรจุ ปริมาณ ข้อกำหนดในการแสดงข้อมูลรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์
- ข้อมูลบรรจุภัณฑ์เดิม และบรรจุภัณฑ์คู่แข่งที่มีอยู่ในท้องตลาดในปัจจุบัน รูปแบบ ขนาดสัดส่วน การใช้งาน การสื่อสาร วัสดุ และการผลิต
- สรุปข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการออกแบบ

1.7.1.3 ข้อมูลด้านการตลาด

- ข้อมูลสื่อส่งเสริมการขาย การจัดหน้าร้าน การออกบูธในงานจัดแสดงสินค้า ชั้นวางสินค้า แผ่นพับส่งเสริมการขาย โปสเตอร์โฆษณา
- ลักษณะตลาดผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัขโดยรวมภายในประเทศ และต่างประเทศ
- ลักษณะตลาดผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษสำหรับสุนัขโดยรวมภายในประเทศ และต่างประเทศ
- ข้อมูลคู่แข่งในตลาดผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข
- ตำแหน่งในตลาดของ Green for dog เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์คู่แข่ง
- สรุปข้อมูลด้านการตลาดที่มีผลต่อการออกแบบ

1.7.1.4 ข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย

- พฤติกรรมการเลี้ยงสุนัข
- ลักษณะการใช้ชีวิตของกลุ่มเป้าหมาย ที่อยู่อาศัย จุดประสงค์ในการเลี้ยงสุนัข
- ลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์ของเจ้าของสุนัข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- สังเกตพฤติกรรมการใช้งานบรรจุภัณฑ์ การเลือกซื้อ การอ่านฉลากบนบรรจุภัณฑ์ การเก็บรักษา การทิ้ง หรือทำลายหลังหมดการใช้งาน
- การทำแบบสอบถาม เพื่อรวบรวมข้อมูลถึงความต้องการเกี่ยวกับการใช้งาน ความไว้วางใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษสำหรับสุนัข การเลือกซื้อ
- สรุปข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย และเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามที่มีผลต่อการออกแบบ

1.7.1.5 ข้อมูลของสุนัข

- ข้อมูลพฤติกรรม และกิจวัตรประจำวันของสุนัข
- ข้อมูลความแตกต่างของลักษณะกายภาพของสุนัข
- สรุปข้อมูลเกี่ยวกับสุนัขที่มีผลต่อการออกแบบ

1.7.1.6 ข้อมูลด้านวัสดุ และกรรมวิธีการผลิต

- ข้อมูลกรรมวิธีการผลิตที่ใช้ในบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด ข้อมูลด้านวัสดุที่ใช้ในการผลิต
- ระบบการพิมพ์
- สรุปข้อมูลวัสดุ และกรรมวิธีการผลิตที่มีผลต่อการออกแบบ

1.7.2 สรุปโครงสร้างตราสินค้าใหม่

- ตำแหน่งการตลาดของตราสินค้าใหม่
- ตำแหน่งทางด้านต่างๆ ของตราสินค้าใหม่เทียบกับคู่แข่งทางการตลาด และตราสินค้าเดิม
- ข้อมูลคู่แข่งในตลาดผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข
- สรุปข้อมูลโครงสร้างตราสินค้าใหม่ที่มีผลต่อการออกแบบ

1.7.3 การดำเนินการออกแบบ

- แนวคิดในการออกแบบ และสร้างแนวทางในการออกแบบ
- ดำเนินการออกแบบ

1.7.3.1 การทดสอบ

- นำหุ่นจำลองที่ได้จากการดำเนินการออกแบบไปทดสอบด้านการใช้งานกับผู้บริโภคการสื่อความหมายความเป็นเกษตรอินทรีย์ ความเป็นสมุนไพร การสื่อสารด้วยฉลาก
- สรุปข้อมูลหลังการทดสอบ เพื่อปรับใช้กับบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.7.3.2 พัฒนาบรรจุภัณฑ์

- ปรับปรุงพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นหลังการทดสอบ

1.7.3.3 วิเคราะห์ผลการออกแบบ

- การสื่อสารด้วยภาพลักษณ์ใหม่
- การใช้งานบรรจุภัณฑ์

1.7.3.4 นำเสนอผลงานออกแบบ

- การเขียนแบบเพื่อการผลิต
- การจัดทำสื่อส่งเสริมการขาย
- การทำแบบจำลอง
- การนำเสนอผลงานผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

1.8 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1.8.1 บรรจุภัณฑ์ และกราฟิกที่ออกแบบสื่อถึงความเป็นเกษตรอินทรีย์ ปลอดสารพิษ และสมุนไพรไทย สร้างความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ต่อกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน

1.8.2 บรรจุภัณฑ์ และกราฟิกที่ออกแบบเป็นตัวอย่างการให้ความสำคัญกับการใช้งานผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

การค้นคว้า และสรุปข้อมูล

2.1 ข้อมูลเบื้องต้นด้านผู้ผลิต

ในส่วนนี้เป็นข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริษัทผู้ผลิต ว่ามีความเป็นมา และคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไปสำหรับสุนัขอย่างไร รวมไปถึงการวิเคราะห์ปรัชญา วิสัยทัศน์ พันธกิจ สโลแกน และตราสินค้าเดิมที่ใช้อยู่ในปัจจุบันของบริษัท

2.1.1 ประวัติความเป็นมาของผู้ผลิต

Green For Dog เป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข และสิ่งแวดล้อม เจ้าของธุรกิจ คือ คุณฉัตรชัย วงษ์ชัยยะ บริษัทตั้งอยู่ที่ อ.ลำลูกกา จ.ปทุมธานี เริ่มดำเนินธุรกิจตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2554 โดยมุ่งเน้นการใช้วัตถุดิบสมุนไพรภายในประเทศเพื่อเป็นการสนับสนุนเกษตรกรไทย ผ่านกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน และมีการจัดการบริหารที่เป็นระบบทำให้เกิดปริมาณต้นทุนในการผลิตต่ำ แต่ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง ประหยัดพื้นที่เพื่อสะดวกในการเก็บรักษา ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ที่ผลิตอยู่ในขณะนี้ คือ แชมพูสุนัข โทนเนอร์ สเปรย์ เซรั่ม ยาหยอดหู สเปรย์ทำความสะอาดบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่ ดังแสดงในภาพที่ 2.1 ที่ผลิตจากธรรมชาติสำหรับสุนัขและผู้ผลิตยังมีการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และใช้วัตถุดิบจากสมุนไพร เพื่อทดแทนการนำเข้าผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเคมี เพื่อเป็นอีกหนึ่งทางเลือกให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติที่มีความปลอดภัยมากขึ้น

ภาพที่ 2.1 ผลิตภัณฑ์ “Green For Dog” และคุณฉัตรชัย วงษ์ชัยยะ เจ้าของธุรกิจ

ที่มา : ห้างสรรพสินค้าวิถีชุมชน K-Village

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.2 ปรัชญา วิสัยทัศน์ และพันธกิจ

ปรัชญา : เราห่วงใยความปลอดภัยของเจ้าของสุนัข และสุนัข เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สนับสนุนวัตถุดิบสมุนไพรประสิทธิภาพสูงที่มีมากมายในประเทศไทย

วิสัยทัศน์ : เป็นผู้ผลิต และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพสำหรับสุนัขที่มีความปลอดภัยต่อคน สุนัข และสิ่งแวดล้อม เป็นที่ยอมรับในคนรักสุนัข เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ใส่ใจในสุขภาพ

พันธกิจ : พิถีพิถันในทุกขั้นตอนการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์สุนัขที่มีคุณภาพ ราคาเหมาะสม มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อเข้าถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคที่นิยมใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อสุนัขที่รักสุขภาพอย่างแท้จริง รวมถึงการสนับสนุน และส่งเสริมการมีรายได้ของเกษตรไทย [5]

สโลแกน : Love me Love “Green For Dog” ซึ่ง “me” ในสโลแกนหมายถึง “สุนัข” นั่นเอง

2.1.3 วัตถุประสงค์ของ Green For Dog

2.1.3.1 สนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่ทำจากสมุนไพร ลดการใช้สารเคมีที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของคน และสุนัข

2.1.3.2 ลดการนำเข้าสินค้าต่างประเทศ และสามารถเพิ่มมูลค่าการส่งออก ให้ต่างประเทศได้รับรู้ถึงสมุนไพรไทยมีคุณภาพดี ศักยภาพสูงไม่แพ้ชาติใดในโลก

2.1.3.3 ส่งเสริมการแปรรูปสมุนไพร และผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติให้กลายเป็นอาชีพที่ยั่งยืน [5]

ที่มา [5] : ฉัตรชัย วงษ์ชัยยะ. 2556. แผนธุรกิจ “Green for dog”. กรมทรัพย์สินทางปัญญาร่วมกับสำนักพัฒนาเทคนิคศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.4 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของตราสินค้า

2.1.4.1 วิเคราะห์ตราสินค้า "Green For Dog"

ภาพที่ 2.2 ตราสัญลักษณ์ "Green for dog" ที่บริษัทใช้ในปัจจุบัน

ที่มา : http://www.greenshopcafe.com/greenfordog

สีที่ใช้บนตราสัญลักษณ์ของ "Green For Dog" (ด้านซ้าย) คือ สีเขียว ที่มีค่าน้ำหนักของสีที่ต่างกันบนพื้นสีขาว สีที่ใช้บนตราสัญลักษณ์ของ "Green For Dog" (ด้านขวา) คือ สีเขียวที่มีค่าน้ำหนักของสีที่ต่างกันบนพื้นสีขาว และการใช้ตัวอักษรสีดำบนพื้นสีเหลืองไล่ระดับสี และกรณีใช้สีเทาดำบนแผ่นพับส่งเสริมการขาย ส่วนในด้านการออกแบบกราฟิก มักจะนำสีเขียวที่ค่าน้ำหนักของสีไม่เท่ากัน ไปใช้กับการออกแบบ

ตราสัญลักษณ์ของ "Green For Dog" (ด้านซ้าย) เป็นตราสัญลักษณ์ที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์ในขณะนี้ ประกอบไปด้วย 2 ส่วน คือ รูปภาพสุนัข และตัวอักษรชื่อตราสินค้า ส่วนตราสัญลักษณ์ของ "Green For Dog" (ด้านขวา) เป็นตราสัญลักษณ์ที่ใช้บนสื่อส่งเสริมการขายในปัจจุบัน ได้แก่ แผ่นพับ ป้ายโฆษณา ป้ายบอกชื่อผลิตภัณฑ์สำหรับประดับบนชั้นวางสินค้า เป็นต้น ประกอบไปด้วย 2 ส่วนเช่นกัน คือ รูปภาพสุนัข และตัวอักษรชื่อตราสินค้า

ตราสัญลักษณ์ของ "Green For Dog" (ด้านซ้าย) เมื่อใช้บรรจุภัณฑ์มักจะวางแยกจากกัน ดังภาพ 2.1 ทำให้ยากต่อการจดจำจากผู้บริโภค ทำให้ไม่แน่ใจว่าคำว่า "Green For Dog" ซึ่งวางแยกกันกับภาพสุนัขบนฉลาก หรือรูปภาพสุนัขเป็นตราสัญลักษณ์ของ "Green For Dog" เนื่องจากการจัดวางยังไม่มีความเป็นเอกภาพ และบางครั้งก็นำไปใช้ร่วมกับสื่อส่งเสริมการขาย ดังภาพที่ 2.3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตราสัญลักษณ์ของ “Green For Dog” (ด้านขวาในภาพที่ 2.2) มีการใช้ตัวอักษรที่เป็นทางการน้อยกว่าตราสัญลักษณ์ (ด้านซ้ายในภาพที่ 2.2) และเปลี่ยนข้อความตัวอักษร ดังภาพ 2.3 ทำให้ยากต่อการจดจำ ทำให้ไม่แน่ใจว่าคือตราสัญลักษณ์ หรือภาพประกอบการส่งเสริมการขาย

2.1.4.2 วิเคราะห์ทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของ “Green for dog”

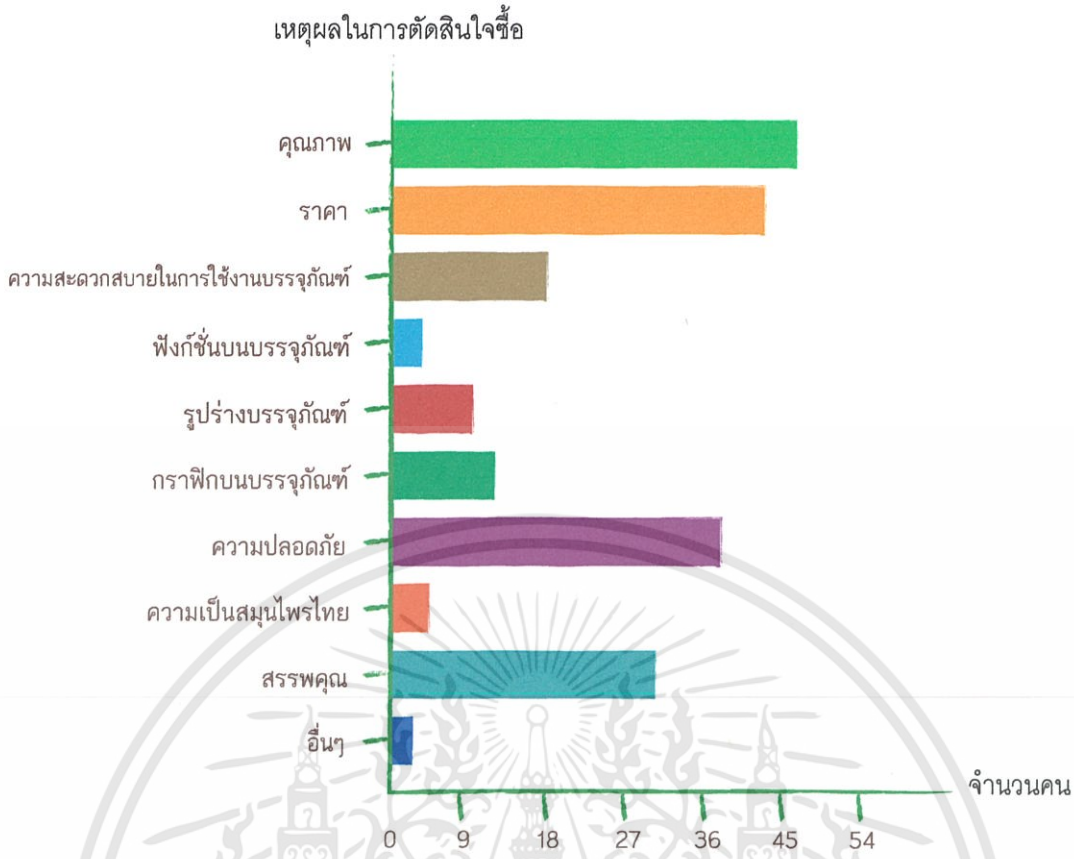
ภาพที่ 2.3 การใช้ตราสัญลักษณ์ “Green for dog” บนสื่อส่งเสริมการขาย

ที่มา : คุณฉัตรชัย วงษ์ชัยยะ เจ้าของแบรนด์ “Green for dog”

ชื่อตราสินค้า “Green for dog” หมายถึง ความปลอดภัยสำหรับสุนัข คำว่า “Green” ในชื่อตราสินค้า หมายถึง ความปลอดภัยที่ได้จากวัตถุดิบจากสมุนไพรธรรมชาติ ภาพลักษณ์ของ “Green for dog” คือ ผลิตภัณฑ์ที่ห่วงใยใส่ใจความปลอดภัยของผู้บริโภค และสุนัข เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ใช้สมุนไพรที่มีคุณภาพสูงในประเทศมาเป็นวัตถุดิบในการผลิต เปรียบเสมือนเจ้าของสุนัข ตั้งใจถ่ายทอดความห่วงใยที่มีต่อสุนัขผ่านการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มั่นใจว่าปลอดภัยกับพวกเขา [5]

ที่มา [5] : ฉัตรชัย วงษ์ชัยยะ. 2556. แผนธุรกิจ “Green for dog”. กรมทรัพย์สินทางปัญญาร่วมกับสำนักพัฒนาเทคนิคศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.4 ข้อมูลจากการสำรวจเหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษสำหรับสุนัขจากการสัมภาษณ์ และทำแบบสอบกลุ่มเป้าหมายถามจำนวน 54 คน

จากภาพที่ 2.4 แสดงให้เห็นถึงปัจจัย และทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งสิ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด คือ คุณภาพ รองลงมาคือ ราคา ความปลอดภัย และสรรพคุณ โดยจะนำปัจจัยเหล่านี้ไปใช้เป็นแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับผลสำรวจต่อไป

2.1.5 วิเคราะห์ SWOT ของบริษัท

2.1.5.1 จุดแข็ง (Strengths)

- ผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ไม่มีสี ไม่แต่งกลิ่น
- ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัย ไม่เป็นอันตรายต่อผู้ใช้งาน สุนัข และสิ่งแวดล้อม
- ผลิตภัณฑ์หลากหลายจากการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
- ใช้วัตถุดิบสมุนไพรไทยที่หาได้ง่าย และมีแหล่งวัตถุดิบสมุนไพรจำนวนมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- เป็นเจ้าแรกๆ ในการทำตลาดสำหรับสุขภาพสุนัขในประเทศไทย
- เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับสุนัขได้ทุกวัย เพราะมีความปลอดภัย อ่อนโยนต่อสุนัข และสามารถใช้ได้อย่างต่อเนื่อง เมื่อสุนัขเป็นโรค

2.1.5.2 จุดอ่อน (Weakness)

- ตราสินค้ายังไม่เป็นที่รู้จัก และยอมรับจากผู้บริโภคโดยทั่วไป
- ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัตถุดิบธรรมชาติ ย่อมมีการเสื่อมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้
- ขาดการวิจัย และแผนการตลาด เช่น การจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์แนะนำสินค้าให้กับกลุ่มเป้าหมาย การประชาสัมพันธ์แพร่หลายทำให้ไม่มีลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น
- กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ไม่ดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย และสื่อถึงผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษไม่ชัดเจน

2.1.5.3 โอกาส (Opportunities)

- ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน ซึ่งหันมาให้ความสนใจในเรื่องของผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพกันมากขึ้น
- ธุรกิจผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข ยังไม่มีการสร้างตราสินค้าที่ประสบความสำเร็จหรือเป็นที่รู้จัก
- รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมผลิตภัณฑ์ในชุมชนในทุกๆด้าน เช่น การจัดงานแสดงสินค้าในประเทศตลอดจนให้คำปรึกษา
- การเปิดการค้าเสรี (FTA) ทำให้การเปิดตลาดต่างประเทศทำได้ง่ายขึ้น อีกทั้งสรรพคุณสมุนไพรไทยเป็นที่รู้จักกันดีทั้งในประเทศ และต่างประเทศ
- มีพันธมิตรจากหน่วยงานรัฐเข้ามาช่วยเหลือ และเครือข่ายในกลุ่มปลอดสารพิษ OTOP
- ผลิตภัณฑ์คู่แข่งยังไม่ให้ความสำคัญในด้านการใช้งานที่สะดวกสบาย

2.1.5.4 อุปสรรค (Threats)

- สภาวะการแข่งขันสูงมีทั้งคู่แข่งขันเดิมในตลาด และคู่แข่งขันรายใหม่ที่อาจเข้ามาในตลาดได้ทุกเมื่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) สูง การจะทำให้ผู้บริโภคหันมาซื้อสินค้าใหม่ ทำได้ยาก เนื่องจากผู้บริโภคไม่ต้องการเสี่ยงกับการเปลี่ยนยี่ห้อผลิตภัณฑ์ และยังไม่แน่ใจในคุณภาพ แต่หากทดลองครั้งแรกแล้วทำให้ผู้บริโภคยอมรับได้ ผู้บริโภคสามารถเปลี่ยนมาซื้อสินค้าได้
- ราคาสูงกว่าราคาเฉลี่ยในท้องตลาด
- ผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษสำหรับสุนัขนำเข้าจากต่างประเทศมีจำนวนมาก [5]

2.1.6 วิเคราะห์ และสรุปข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทที่มีผลต่อการออกแบบ

2.1.6.1 ด้านตราสินค้าของ "Green for dog"

คงเอกลักษณ์ของตราสินค้าเดิม โดยลดทอนรูปภาพสุนัขที่ใช้ในปัจจุบัน และเพิ่มการใช้สีที่มากกว่าสีเขียวที่สื่อความเป็นธรรมชาติ สมุนไพร แสดงถึงความบริสุทธิ์ ปรับเปลี่ยนตัวอักษรของตราสินค้าเดิมที่เป็นทางการ ให้เป็นมิตรมากขึ้น ตราสินค้าที่ออกแบบต้องสามารถใช้ได้ง่าย ตามสื่อส่งเสริมการขาย และบรรจุภัณฑ์

2.1.6.2 ด้านทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของ "Green for dog"

นำทัศนคติจากกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสินค้าจากการสำรวจจากภาพที่ 2.4 มาเป็นแนวทางในการออกแบบตราสินค้า และกำหนดลักษณะบรรจุภัณฑ์ใหม่ เพื่อให้สามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษสำหรับสุนัขได้ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยได้คำสำคัญดังภาพที่ 2.5

ภาพที่ 2.5 แผนที่ความคิด (mind mapping) แสดงคำสำคัญที่ใช้ในการออกแบบจากทัศนคติทางผลิตภัณฑ์ และภาพลักษณ์ที่กลุ่มเป้าหมายมีต่อผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งไม่อนุญาตให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารนี้ทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่มา [5] ฉัตรชัย วงษ์ชัยยะ. 2556. แผ่นธุรกิจ "Green for dog". กรมทรัพย์สินทางปัญญาร่วมกับสำนักพัฒนาเทคนิคศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

จากภาพที่ 2.5 นำคำสำคัญจากแผนที่ความคิดเป็นแนวทางในการออกแบบ ซึ่งอธิบายที่มาของคำสำคัญที่ได้จากลักษณะของผลิตภัณฑ์และภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ในความคิดของกลุ่มเป้าหมาย โดยนำไปใช้งานเลยหรือในแบบผสมผสานกับคำสำคัญอื่นๆ ด้วยกัน หรือนำไปต่อยอดได้ เช่น ด้านผลิตภัณฑ์มีการใช้งานที่สะดวก ส่วนด้านภาพลักษณ์เน้นความเป็นเพื่อนธรรมชาติ สุขภาพ และบริสุทธิ์

2.1.6.3 ด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

1) จุดแข็ง ใช้จุดแข็งกำหนดจุดขายของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากคู่แข่ง โดยจะแสดงจุดขายในรูปแบบของกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์
2) จุดอ่อน ใช้ในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน เพื่อการวางโครงสร้างตราสินค้าใหม่ที่แข็งแรงมากยิ่งขึ้น เพิ่มการส่งเสริมการขาย และภาพลักษณ์ที่สื่อถึงตราสินค้าได้ชัดเจน ในส่วนการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์จะใช้ในการกำหนดวัสดุของบรรจุภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพในการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ได้ดีขึ้น
3) โอกาส กำหนดช่องทางการจัดจำหน่าย และสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง นอกเหนือจากความเป็นผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษสำหรับสุนัข โดยการพัฒนาด้านความสะดวกสบายในการใช้งานบรรจุภัณฑ์ โดยมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด เพื่อให้สอดคล้องกับตัวตนของผลิตภัณฑ์
4) อุปสรรค นำเสนอความเป็นผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษที่ปลอดภัยต่อผู้ใช้งาน และสุนัข ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ ทำจากวัตถุดิบสมุนไพรภายในประเทศมาเป็นส่วนช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้ตราสินค้า ในส่วนของราคาที่สูงกว่าท้องตลาดทั่วไป ใช้กำหนดลักษณะกลุ่มเป้าหมาย และออกแบบกราฟิกให้เหมาะสมกับราคา

2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เดิม และบรรจุภัณฑ์

2.2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ของ Green For Dog ในปัจจุบัน แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับสุนัข และผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับบริเวณที่สุนัขอาศัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.1.1 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับสุนัข แบ่งตามลักษณะกายภาพออกเป็น 3 กลุ่ม

กลุ่มที่ 1 ผลิตภัณฑ์ของเหลว มีความหนืด ละลายน้ำ

1) แชมพูสุนัข สูตรน้ำมันงาผสมไคโตซาน บำรุงขน

ราคา : 220 บาท

ปริมาณ : 250 ml

วิธีใช้ : อาบน้ำเปล่าให้ตัวสุนัขเปียกก่อน แล้ว ชโลมด้วยแชมพู สามารถเจือจางด้วย น้ำก่อนได้ แล้วฟอกให้ทั่วทิ้งไว้ 5-15 นาที แล้วล้างให้สะอาด

รายละเอียด : แชมพูน้ำมันงา ไคโตซาน เป็นสารสกัดจากสมุนไพร ธรรมชาติ ช่วยปรับสภาพขนให้สวยงาม และบำรุงรากขนให้แข็งแรง ขนนุ่ม น่าสัมผัส ขนเป็นเงางาม อ่อนโยนต่อผิว ช่วยยับยั้ง เชื้อรา เชื้อแบคทีเรีย และยีสต์ที่ผิวหนังได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ส่วนประกอบสำคัญ : น้ำมันงา ไคโตซาน และสมุนไพร ธรรมชาติสกัดอื่นๆ

วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ : PET : โพลิเอลีนเทเรฟทาเลต

2) แชมพูสุนัข สูตรทองพันชั่ง รักษาโรคผิวหนัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ราคา : 220 บาท

ปริมาณ : 250 ml

วิธีใช้ : อาบน้ำเปล่าให้ตัวสุนัขเปียกก่อน แล้ว ชโลมด้วยแชมพู สามารถเจือจางด้วย น้ำก่อนได้ แล้วฟอกให้ทั่วทิ้งไว้ 5-15 นาที แล้วล้างให้สะอาด

รายละเอียด : แชมพู สูตรทองพันชั่ง กำจัดเชื้อรา-ยีสต์ เป็นสารสกัดจากสมุนไพรธรรมชาติ ช่วยลดปัญหาโรคผิวหนัง อาการคัน ผิวหนังอักเสบ ผิวหนังเป็นขุย ขนร่วง อ่อนโยน ต่อผิว ทำให้สุนัขสบายตัว มีครีมนวดในตัวจากสารสกัดสมุนไพร ทำให้มีขนนุ่มน่าสัมผัส

ความสามรถพิเศษ : ใช้คู่กับสเปรย์โทนเนอร์ทองพันชั่งจะได้ผลที่ดีและเห็นผลเร็วกว่า สุนัขที่ไม่ได้เป็นโรคผิวหนังใช้ได้ เป็นการป้องกันที่ดี

ส่วนประกอบสำคัญ : ทองพันชั่ง เหงือกปลาหมอ ส้มป่อย มะเฟืองและสมุนไพรสกัดอื่นๆ

วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ : PET : โพลิเอลีนเทเรฟทาเลต

3) แชมพูสุนัข สูตรเมล็ดน้อยหน่า

ราคา : 220 บาท

ปริมาณ : 250 ml

วิธีใช้ : อาบน้ำเปล่าให้ตัวสุนัขเปียกก่อน แล้ว ชโลมด้วยแชมพู สามารถเจือจางด้วย น้ำก่อนได้ แล้วฟอกให้ทั่วทิ้งไว้ 5-15 นาที แล้วล้างให้สะอาด

รายละเอียด : แชมพูกำจัดเห็บ หมัด เป็นสารสกัดจากสมุนไพรธรรมชาติ ช่วยลดปัญหาเห็บ หมัด ไรขี้เรื้อน เชื้อรา โรคผิวหนัง ดับกลิ่นตัวสุนัข อ่อนโยนต่อผิว ทำให้สุนัขสบายตัว มีครีมนวดในตัวที่ได้จากสารสกัดจากสมุนไพรทำให้มีขนนุ่ม น่าสัมผัส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสามารถพิเศษ : ใช้คู่กับสเปรย์กำจัดเห็บหมัดจะได้ผลที่ดีและเห็นผลเร็วกว่า สุนัขที่ไม่ได้มีเห็บหมัดใช้ได้ เป็นการป้องกันที่ดี

ส่วนประกอบสำคัญ : เมล็ดน้อยหน่า หนอนตายยาก มะกรูด ทองพันชั่ง มะเฟืองและสมุนไพรสกัดอื่นๆ

วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ : PET : โพลิเอลีนเทเรฟทาเลต

4) แชมพู สูตรกำจัดกลิ่นตัว

ราคา : 350 บาท

ปริมาณ : 1000 ml

วิธีใช้ : อาบน้ำเปล่าให้ตัวสุนัขเปียกก่อน แล้วชโลมด้วยแชมพู สามารถเจือจางด้วยน้ำก่อนได้ ฟอกให้ทั่วทิ้งไว้ 5 นาที แล้วล้างให้สะอาด เช็ด หรือเป่าให้แห้ง

รายละเอียด : สูตรอ่อนโยน กำจัดกลิ่นตัว ป้องกันเห็บหมัด ป้องกันโรคผิวหนัง ผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลและทำความสะอาดสุนัข ด้วยคุณประโยชน์จากมะกรูดและพืชสมุนไพรที่มีคุณสมบัติ ในการไล่แมลง ช่วยในการป้องกันเห็บ หมัด และกำจัดกลิ่นสาปตัวสุนัขได้อย่างดี พร้อมทั้งบำรุงรากขนให้แข็งแรง เส้นขนเงางาม หนานุ่ม ทำให้ขนฟู เป็นเงางาม ป้องกันการหลุดร่วง ไม่พันกัน ปราศจากสิ่งเจือปนที่ทำให้ระคายเคืองต่อผิวหนังของสุนัข กลิ่นหอมจากธรรมชาติ ทำให้สุนัขสดชื่น ร่าเริง ผ่อนคลายสามารถทำความสะอาดผิวของสุนัขได้อย่างอ่อนโยน ไม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นอันตรายต่อสุนัข และสิ่งแวดล้อม ไม่ใส่สีสังเคราะห์ ไม่แต่งกลิ่น ไม่ใส่น้ำหอม

ส่วนประกอบสำคัญ : อาบน้ำเปล่าให้ตัวสุนัขเปียกก่อน แล้วชโลมด้วยแชมพู สามารถเจือจางด้วยน้ำก่อนได้ ฟอกให้ทั่วทิ้งไว้ 5 นาที แล้วล้างให้สะอาด เช็ดหรือเป่าให้แห้ง

วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ : HDPE : ไฮเด็นซิตีโพลีเอทีลีน

กลุ่มที่ 2 ผลิตภัณฑ์ของเหลว ไม่มีความหนืด ละลายน้ำ

5) สเปรย์กำจัดเห็บหมัด ฉีดบนตัวสุนัข

ราคา : 150 บาท

ปริมาณ : 120 ml

วิธีใช้ : ฉีดพ่นบนตัวเห็บและหมัดโดยตรง หรือฉีดพ่นบนตัวสุนัขได้ ป้องกันแมลง และยุงรบกวน สามารถชุบสำลี และทาบนตัวเห็บหมัด ได้ผลดี เพราะไม่มีสารเคมี สามารถใช้ได้บ่อยตามที่ต้องการ มีสภาพเป็นกลาง ไม่ระคายเคือง ปลอดภัยต่อคน และสุนัข ผลิตภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นน้ำมันหอมระเหยสกัดจากสารธรรมชาติ 100%

รายละเอียด : สเปรย์กำจัดเห็บหมัด สูตรน้ำ ไม่มีแอลกอฮอล์ ไม่มีส่วนผสมของเคมีฆ่าแมลง ทำจากสมุนไพร ผ่านการทดลองสามารถกำจัดเห็บหมัดได้จริงภายใน 2 ชม. และทำให้ไข่ฝ่อไม่สามารถฝักเป็นตัวได้ (สุนัขเลียได้ ไม่เป็นอันตราย สารสกัดสมุนไพร มีผลโดยตรงกับเห็บ หมัด)

ส่วนประกอบสำคัญ : ตะไคร้ มิ้นต์ ลาเวนเดอร์ และสมุนไพรอื่นๆ รวม 10 ชนิด

วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ : PET : โพลิเอลีนเทเรฟทาเลต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6) สเปรย์ทองพันชั่ง รักษาโรคผิวหนังสุนัข

ราคา : 250 บาท

ปริมาณ : 200 ml

วิธีใช้ : ฉีดพ่นบนตัวสุนัข หรือชุบสำลีแล้วทาบนตัวสุนัข

รายละเอียด : โทนเนอร์สมุนไพรแก้เชื้อรายีสต์ สกัดจากทองพันชั่ง ใช้ได้บ่อยตามที่ต้องการ มีสภาพเป็นกลาง ไม่ระคายเคือง ปลอดภัยต่อคน และสุนัข ผลิตภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นน้ำมันหอมระเหยสกัดจากสารธรรมชาติ สามารถใช้ได้ทุกวันไม่มีอันตรายหรือผลข้างเคียง สุนัขเลียได้ไม่เกิดอันตราย

ส่วนประกอบสำคัญ : ทองพันชั่ง และสมุนไพรสกัดอื่นๆ

วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ : PET : โพลิเอลีนเทเรฟทาเลต

7) สเปรย์เซรั่มบำรุงขนสุนัข วิตามิน E จากธรรมชาติ

ราคา : 200 บาท

ปริมาณ : 100 ml

วิธีใช้ : ใช้หลังอาบน้ำ พ่นสเปรย์ และถูกให้ทั่วตัว และปล่อยให้แห้ง ใช้ระหว่างแปรงขน พ่นสเปรย์ให้ทั่วตัวแล้วแปรงให้ทั่ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายละเอียด : ปรับสภาพขนให้สวยงามน่าสัมผัส และบำรุงรากขนให้แข็งแรง ขนนุ่ม สลวยเป็นเงางาม ช่วยลดการหลุดร่วงของเส้นขน ป้องกันเชื้อรา ลดการอักเสบของผิวหนัง สามารถใช้ได้บ่อยตามที่ต้องการไม่มีส่วนผสมเคมี ให้เกิดการระคายเคือง

ส่วนประกอบสำคัญ : น้ำมันงาดำ น้ำมันดอกทานตะวัน ว่างหางจระเข้ น้ำมันมะพร้าว สารสกัดจากธรรมชาติอื่นๆ

วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ : PET : โพลิเอลีนเทเรฟทาเลต

กลุ่มที่ 3 ผลิตภัณฑ์น้ำมัน มีความหนืด ไม่ละลายน้ำ

8) น้ำมันหยอดหูมะรุม สำหรับกำจัดไร และเชื้อราในหู

ราคา : 250 บาท

ปริมาณ : 10 ml

วิธีใช้ : ใช้หยอดหูข้างละ 4-6 หยด วันละ 2 ครั้ง ลงในช่องหู และนวดโคนหูเบาๆ ใช้ติดต่อกัน 7-14 วัน ขึ้นอยู่กับอาการของโรค ควรทำความสะอาดในช่องหูก่อนหยอดยา

รายละเอียด : กำจัดตัวไรในหูสุนัข รักษาหูที่เกิดจากการอักเสบอันเกิดจากเชื้อแบคทีเรีย เชื้อราในหู สามารถใช้ได้ในลูกสุนัข และสุนัขที่กำลังตั้งท้อง ใช้ติดต่อกันได้ ไม่มีผลข้างเคียง

ส่วนประกอบสำคัญ : น้ำมันงาดำ น้ำมันดอกทานตะวัน มะรุม สารสกัดจากธรรมชาติอื่นๆ

วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ : แก้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.1.2. ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับบริเวณที่สุนัขอาศัย

9) สเปรย์ดับกลิ่นไม่พึงประสงค์ในบ้าน

ลักษณะทางกายภาพ : ของเหลว ไม่มีความหนืด ละลายน้ำ

ราคา : 150 บาท

ปริมาณ : 200 ml

วิธีใช้ : ฉีดสเปรย์ได้บนตัวสุนัข ที่กรง ที่คอก ที่พรม ที่โซฟา และห้องที่สัตว์เลี้ยงทำให้เกิดกลิ่น

รายละเอียด : ไม่ได้เป็นการกลบกลิ่นจากน้ำหอมหรือเอนไซม์ แต่เป็นสูตร ช่วยขจัดกลิ่นไม่พึงประสงค์ของสุนัขในระดับโมเลกุล ที่เปลี่ยนโมเลกุลของกลิ่นให้เป็นโมเลกุลที่ไม่มีกลิ่น ทำให้กลิ่นสุนัขหมดไป ผลิตภัณฑ์ไม่เป็นพิษ สามารถย่อยสลายได้ สูตรน้ำ มีค่าเป็นกลาง

ส่วนประกอบสำคัญ : ยูคาลิปตัส โรสแมรี่ เมนทอล สน และสารสกัดจากธรรมชาติ

วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ : PET : โพลิเอลีนเทเรฟทาเลต

10) สเปรย์ทำความสะอาดที่นอน

ลักษณะทางกายภาพ : ของเหลว ไม่มีความหนืด ละลายน้ำ

ราคา : 150 บาท

ปริมาณ : 220 ml

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีใช้ : ฉีดพ่นเพื่อทำความสะอาดที่นอนสุนัข คอก กรง พรม โซฟา ไม่ทิ้งคราบ ไม่กัดพื้นผิว ฉีดทิ้งไว้หรือสามารถเช็ดได้เลย โดยไม่ต้องใช้น้ำล้างซ้ำ

รายละเอียด : ไม่มีสารเคมี สามารถใช้ได้บ่อยตามที่ต้องการ มีสภาพเป็นกลาง ไม่ระคายเคือง ปลอดภัยต่อคน สุนัข และสิ่งแวดล้อม เป็นน้ำมันหอมระเหยสกัดจากสารธรรมชาติสามารถขจัดคราบมัน คราบสกปรก ฆ่าเชื้อรา และแบคทีเรีย (Antiseptic Multi-Cleaner)

ส่วนประกอบสำคัญ : กานพลู สะระแหน่ ยูคาลิปตัส และสารสกัดจากธรรมชาติ

วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ : PET : โพลิเอลีนเทเรฟทาเลต

11) น้ำยาสมุนไพรกำจัดเห็บ-หมัด ชนิดเข้มข้น

ลักษณะทางกายภาพ : ของเหลว ไม่มีความหนืด ละลายน้ำ

ราคา : 350 บาท , 700 บาท

ปริมาณ : 500 ml , 1000 ml

วิธีใช้ : ฉีดพ่นเพื่อทำความสะอาดที่นอนสุนัข คอก กรง พรม โซฟา ไม่ทิ้งคราบ ไม่กัดพื้นผิว ฉีดทิ้งไว้หรือสามารถเช็ดได้เลย โดยไม่ต้องใช้น้ำล้างซ้ำ

รายละเอียด : ไม่มีสารเคมี สามารถใช้ได้บ่อยตามที่ต้องการ มีสภาพเป็นกลาง ไม่ระคายเคือง ปลอดภัยต่อคน สุนัข และสิ่งแวดล้อม เป็นน้ำมันหอมระเหยสกัดจากสารธรรมชาติสามารถขจัดคราบมัน คราบสกปรก ฆ่าเชื้อรา และแบคทีเรีย (Antiseptic Multi-Cleaner)

ส่วนประกอบสำคัญ : กานพลู สะระแหน่ ยูคาลิปตัส และสารสกัดจากธรรมชาติ

วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ : PP : Polypropylene [5]

ที่มา [5] : ฉัตรชัย วงษ์ชัยยะ. 2556. แผนธุรกิจ "Green for dog". กรมทรัพย์สินทางปัญญาร่วมกับสำนักพัฒนาเทคนิคศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งไม่อนุญาตให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.2 สรุปข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการออกแบบ

2.2.2.1 การปกป้องลักษณะทางกายภาพของสินค้า

ลักษณะทางกายภาพของสินค้ามีความแตกต่างกัน ได้แก่ ของเหลวหนืด เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความข้นเหนียว จึงควรใส่ในขวดที่มีความหนา ของเหลวเหมือนน้ำ ฝาต้องปิดสนิท เนื่องจากหากบรรจุภัณฑ์รั่ว ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้จะไหลออกมาอย่างรวดเร็ว และผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำมัน ต้องเลือกวัสดุปกป้องผลิตภัณฑ์ไม่ให้เป็นไข และทุกผลิตภัณฑ์ล้วนทำมาจากสารสกัดจากธรรมชาติ ถ้าหากถูกแสงแดดจะทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมคุณภาพ เพราะฉะนั้นการเลือกวัสดุในการผลิต ควรเป็นวัสดุที่ทึบแสง หรือโปร่งแสงสีเข้ม

2.2.2.2 ด้านโครงสร้างการใช้งาน

ผลิตภัณฑ์มีวิธีการใช้งานที่หลากหลาย แม้จะเป็นผลิตภัณฑ์เดียวแต่มีวิธีใช้งานได้หลายวิธี ดังนั้นการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะโครงสร้างส่งเสริมการใช้งานให้มีประสิทธิภาพ จึงเป็นสิ่งสำคัญที่รองรับเพื่อช่วยเพิ่มความสะดวกสบาย บรรจุภัณฑ์ประเภทของเหลวหนืด ควรใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีแรงดัน เพื่อนำของเหลวออกมาใช้ได้ง่าย ของเหลวเหมือนน้ำ เวลาใช้งานจะควบคุมปริมาณได้ยากว่าแบบของเหลวหนืด เนื่องจากความเข้มข้นน้อยกว่า จึงควรออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สามารถควบคุมการไหลได้ดีขึ้น และของเหลวน้ำมัน ควรออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ป้องกันมือผู้ใช้งานสัมผัสกับตัวผลิตภัณฑ์

2.3 ข้อมูลด้านการตลาด

2.3.1 ขนาดตลาดผลิตภัณฑ์สุนัขโดยรวม

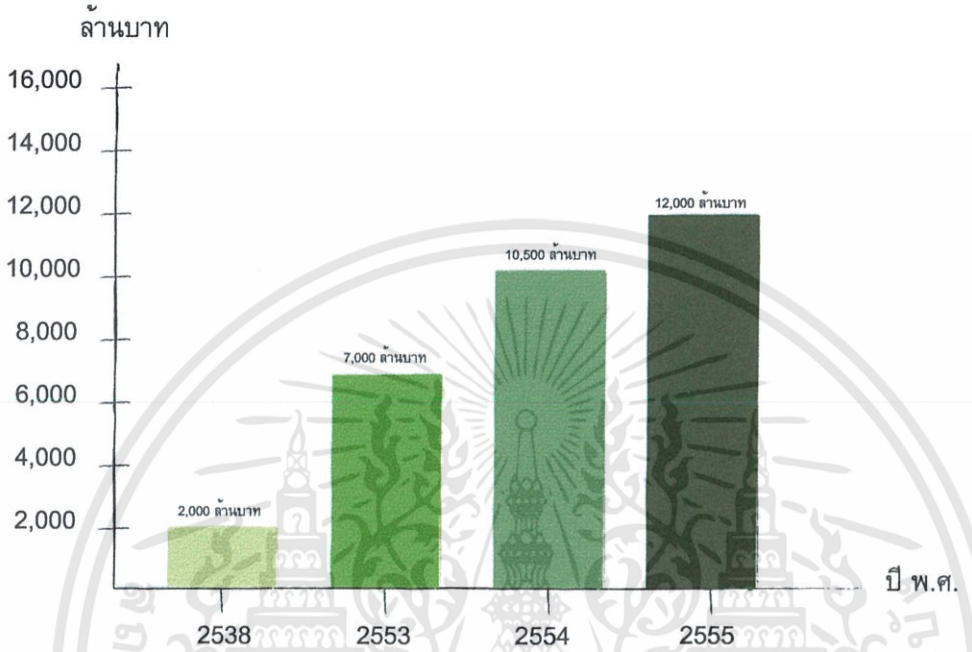
อัตราการเติบโตของตลาดสุนัขในช่วง 15 ปีที่ผ่านมา เติบโตเฉลี่ยอยู่ที่ 3-30% โดยในปี พ.ศ. 2538 มีมูลค่าตลาด 2,000 ล้านบาท พอผ่านไป 15 ปี ในปี 2553 ตลาดสุนัขเติบโตขึ้นเป็น 7,000 ล้านบาท และช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ในระหว่างปี 2553-2555 ตลาดสุนัขเติบโตจาก 7,000 ล้านบาท เป็น 12,000 ล้านบาท ดังภาพที่ 2.6 [6]

แนวโน้มธุรกิจสุนัขไทยในปี 2554 มีตลาดรวมมูลค่ากว่าหมื่นล้านบาท โต 20-25 % ติด 1 ใน 3 ประเทศในเอเชีย-แปซิฟิก เป็นรองแค่จีนกับอินเดียเท่านั้น

นายนันทพล ตันติวงศ์อำไพ นายกสมาคมอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยงไทย เปิดเผยกับ “ฐานเศรษฐกิจ” ว่าธุรกิจสุนัขในเมืองไทยเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพ มีการเติบโตต่อเนื่อง โดยปัจจุบันธุรกิจสุนัขมีมูลค่ารวมราว 10,500 ล้านบาท แบ่งเป็นผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขทั้งอาหารเม็ดและอาหารกระป๋อง 7,000 ล้านบาทและอื่นๆ อาทิ ขนม แชมพู เสื้อผ้า ปลอกคอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ฯลฯ 3,000 ล้านบาท (ไม่นับรวมธุรกิจการเพาะพันธุ์สุนัข) ขณะที่ภาคธุรกิจบริการ เช่น โรงพยาบาลสัตว์ ร้านอาบน้ำ ตัดขนสุนัข ยาและเวชภัณฑ์ วัคซีนสำหรับสัตว์ มูลค่ากว่า 10,000 ล้านบาท [1]



ภาพที่ 2.6 แผนภูมิแสดงขนาดตลาดของผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัขโดยรวม [6]

สำหรับแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจสุนัขในปีพ.ศ. 2554 คาดว่าจะมีอัตราการเจริญเติบโต 15-20% เนื่องจากคนไทยให้ความสนใจสุนัขมากขึ้น โดยเฉพาะสุนัขพันธุ์เล็ก เพราะเสียค่าใช้จ่ายน้อย ขนย้ายสะดวก โดยพันธุ์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ได้แก่ ชิวาวา ปอม เมอเรเนียน ส่วนสุนัขพันธุ์ใหญ่ที่นิยม คือ โกลเด้นรีซีฟเวอร์ เป็นต้น

ในช่วงเศรษฐกิจดี สินค้าผลิตภัณฑ์สุนัขเติบโตเกิน 20-25% แต่ถึงแม้ว่าในภาวะแต่ถึงแม้ว่าในภาวะที่มีปัญหาทางการเมือง เศรษฐกิจไม่ดีธุรกิจก็ยังโตในระดับ 15% จะเห็นว่าในวงการธุรกิจสุนัขมีการเติบโตได้ดี แนวโน้มเติบโตตลอด [1]

ที่มา [1] : กอง บก.ฐานเศรษฐกิจ. "ชี้ธุรกิจสัตว์เลี้ยงไทยคึกคัก." [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://www.thannews.th.com. 2555.

ที่มา [6] : สัตวแพทย์หญิงบัณฑิตา สภาวจิตร และสัตวแพทย์หญิงชวภา วรรธนะประทีป. "4 ขา Marketing เปิดขุมทรัพย์หมื่นล้าน ตลาดโฮ่ง-เหมียว". [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://2g.pantip.com. 2555.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.2 เปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข และผลิตภัณฑ์เคมีทั่วไปสำหรับสุนัข

นำข้อมูลที่ได้จากการเปรียบเทียบไปหาจุดขายที่แตกต่าง ที่ทำให้ “Green for dog” แตกต่างจากผลิตภัณฑ์สุนัขทั่วไป เป็นส่วนหนึ่งในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์

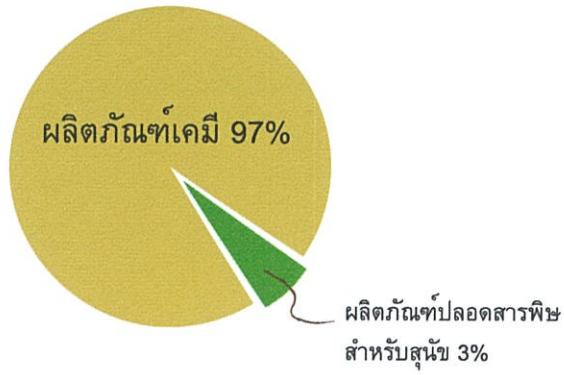
ตารางที่ 2.1 เปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข และผลิตภัณฑ์เคมีทั่วไปสำหรับสุนัข

ผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข	ผลิตภัณฑ์เคมีทั่วไปสำหรับสุนัข
1. ทำจากสารสกัดจากธรรมชาติ จากพืชสมุนไพรเป็นหลัก	1. ทำจากสารสังเคราะห์
2. สามารถใช้ได้อย่างต่อเนื่อง มีผลข้างเคียงน้อยมาก หรือไม่มีเลย	2. ไม่สามารถใช้ได้อย่างต่อเนื่อง ใช้ไปในระยะเวลาหนึ่งต้องหยุดใช้ เพราะอันตราย มีผลข้างเคียง
3. ผลในการรักษา เห็นผลช้ากว่า ต้องใช้ระยะเวลานานในการรักษา	3. ผลในการรักษา เห็นผลเร็วกว่า ใช้ระยะเวลารักษาที่รวดเร็ว
4. กรณีโรคที่จำเป็นต้องรักษาอย่างต่อเนื่อง เมื่อรักษาหายแล้วจะไม่กลับมาเป็นอีก เนื่องจากการใช้ยาที่สม่ำเสมอ ทำให้เกิดภูมิต้านทานโรคที่ดีขึ้น	4. กรณีโรคที่จำเป็นต้องรักษาอย่างต่อเนื่อง เมื่อรักษาหายแล้ว สามารถกลับมาเป็นใหม่ได้ เนื่องจากผลิตภัณฑ์เคมีใช้อย่างต่อเนื่องได้น้อยกว่าผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ
5. ยังไม่เป็นที่ยอมรับในกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใหม่ในประเทศ และยังไม่เป็นที่รู้จัก	5. เป็นที่ยอมรับในกลุ่มเป้าหมายทั่วไป เป็นที่รู้จัก กลุ่มของสัตวแพทย์ใช้ผลิตภัณฑ์เคมีเป็นหลัก

2.3.3 แผนภูมิแสดงตลาดผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์เคมี

แผนภูมินี้แสดงให้เห็นถึงโอกาสการขยายตลาดของ “Green for dog” เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์คู่แข่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.7 แผนภูมิแสดงขนาดผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์เคมี

ที่มา : คุณฉัตรชัย วงษ์ชัยยะ เจ้าของแบรนด์ “Green for dog”

จากภาพที่ 2.7 จะเห็นได้ว่าในท้องตลาด มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เคมีมากกว่าผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษถึง 32 เท่า จึงเป็น “โอกาส” ในการนำเสนอจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ ที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์เคมี

2.3.4 **ข้อมูลช่องทางการจัดจำหน่ายเดิมของ** “Green for dog”

ศึกษาข้อมูลช่องทางการจัดจำหน่ายเดิม เพื่อสร้างกลยุทธ์ใหม่ในการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย ช่องทางการจำหน่ายในปัจจุบัน แบ่งเป็น 2 ช่องทาง

2.3.4.1 จำหน่ายโดยตรง ได้แก่ การออกร้านจำหน่ายเองตามงานแสดงสินค้าต่าง ๆ และสั่งซื้อผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

ภาพที่ 2.8 บรรยากาศตลาดนัดสีเขียวโรงพยาบาลมิชชั่น

ที่มา : http://www.thaigreenmarket.com

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1) ตลาดนัดสีเขียวเป็นตลาดจำหน่ายสินค้าปลอดสารพิษ มีจำหน่ายที่

- ตลาดนัดสีเขียวโรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ (ทุกวันจันทร์,พฤหัสบดี)
- ตลาดนัดสีเขียวโรงพยาบาลปทุมธานี (ทุกวันพุธ)
- ตลาดนัดสีเขียวอาคารรีเจ้นท์เฮ้าส์ ถนนราชดำริ (ทุกวันพฤหัสบดี)
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ม.เกษตรศาสตร์ (ทุกวันพฤหัสบดี)
- ตลาดนัดสีเขียวโรงพยาบาลบางโพ (ทุกวันศุกร์)
- ตลาดนัดสีเขียวโรงพยาบาลกรุงธน 1 (ทุกวันศุกร์)
- ตลาดนัดสีเขียวโรงพยาบาลมิชชั่น (ทุกวันอาทิตย์)
- ตลาดนัดสีเขียวอาคาร 3 ใต้ตึกสำนักปลัด กระทรวงสาธารณสุข (ทุกวันอังคาร)
- ตลาดนัดสีเขียวอัมรินทร์พลาซ่า ชั้น 3 (ทุกวันจันทร์)

ภาพที่ 2.9 งานแสดงสินค้าเกษตรอินทรีย์

ที่มา : http://www.greennet.or.th และ http://www.kvillagebangkok.com

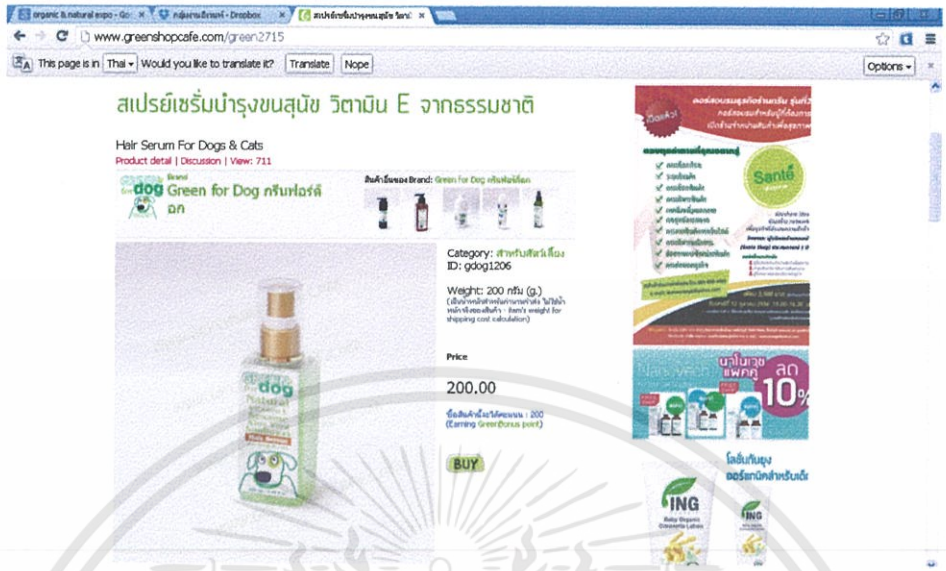
2) งานแสดงสินค้าที่จัดขึ้นตามสถานที่ต่างๆ ได้แก่ งานแสดงสินค้าที่เมืองทองธานี ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ K-Village เป็นต้น

- งานสมุนไพรแห่งชาติ
- งานงานแสดงสินค้าเกษตรอินทรีย์อาเซียน
- งานแสดงสินค้าของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม
- งานเพื่อสุขภาพ
- งาน OTOP , สถาบันสิ่งแวดล้อม และร่วมงาน Event ต่างๆ [5]

ที่มา [5] : ฉัตรชัย วงษ์ชัยยะ. 2556. แผนธุรกิจ “Green for dog”. กรมทรัพย์สินทางปัญญาร่วมกับสำนักพัฒนาเทคนิคศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3) การสั่งซื้อผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

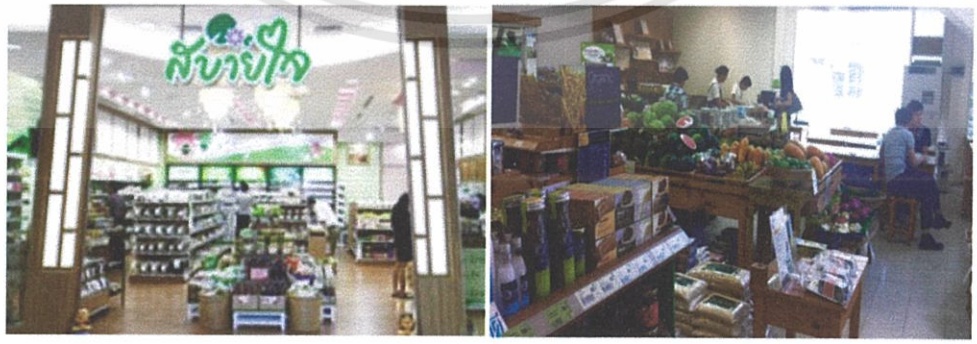


ภาพที่ 2.10 webside สำหรับสั่งซื้อสินค้า

ที่มา : http:// www.greenshopcafe.com

- www.greenshopcafe.com
- www.facebook.com/greenfordog

2.3.4.2. จำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่าย และฝากขาย เช่น ร้านบีบีเอสซอป ซึ่งเป็นร้านจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร ศูนย์จำหน่ายสินค้าภายในมหาวิทยาลัย หน่วยงานราชการ ร้านค้า OTOP ร้านสบายใจ ร้านเลม่อนฟาร์ม ร้านกรีนชอปคาเฟ่ อีกทั้งร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลเว่น มีโครงการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ภายในท้องถิ่น โดยเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่าย จะมีพนักงานขายเป็นผู้ติดต่อเพื่อเสนอขายผลิตภัณฑ์ “Green For Dog”



ภาพที่ 2.11 ร้านสบายใจ และร้านเลมอนฟาร์ม (จากซ้ายไปขวา)

ที่มา : http://www.ads-piazza.com และ http://www.eatingthaifood.com

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.5 ข้อมูลคู่แข่งในตลาดผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข

2.3.5.1 เปรียบเทียบความหลากหลายของ "Green For Dog" และคู่แข่งของผลิตภัณฑ์ในโครงการทั้งหมด

เพื่อหาแนวทางพัฒนาความหลายหลายของผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการบนทุกๆส่วนของร่างกายสุนัข โดยนำเสนอจุดขาย ความเป็นสมุนไพร และหาแนวทางส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากคู่แข่ง

ตารางที่ 2.2 เปรียบเทียบความหลากหลายของ "Green For Dog" และคู่แข่งของผลิตภัณฑ์ในโครงการทั้งหมด

ยี่ห้อของผลิตภัณฑ์สุนัขในท้องตลาด		แชมพู	สเปรย์	น้ำยาเช็ดคราบน้ำตา	ยาหยอดหูสุนัข	โฟมนวดร่างกาย	ยาป้ายตาสุนัข	ครีมรักษาโรคผิวหนัง	แป้งโรยตัวสุนัข	น้ำยาฝึกสุนัขขับถ่าย	สเปรย์ทำความสะอาด
ผลิตภัณฑ์เคมี	I love pet head	●	●			●			●		●
	BIO-GROOM	●	●	●	●	●		●	●		●
	Perfect Coat	●	●			●		●	●		●
	Sleeky	●	●		●			●	●		●
	CHORUS	●	●	●	●	●		●	●	●	●
	Bearing	●	●			●			●		
	เชนการ์ด	●	●								
	Ostech	●	●						●		
	Chin-ji	●	●		●	●		●			●
ผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ	อภัยภูเบศร์	●									
	BOOM GREEN	●									
	ION	●	●								●
	Green For Dog	●	●		●	●					●

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางจะเห็นได้ว่า BIO-GROOM และ CHORUS เป็นตราสินค้าที่มีความหลากหลายมากที่สุด การเพิ่มความหลายหลายของสินค้าของ Green For Dog ให้มากขึ้น เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ในการส่งเสริมการขาย นอกเหนือจากจุดเด่นความเป็นสมุนไพรของผลิตภัณฑ์

2.3.5.2 ข้อมูลภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่งจำแนกตามตราสินค้า

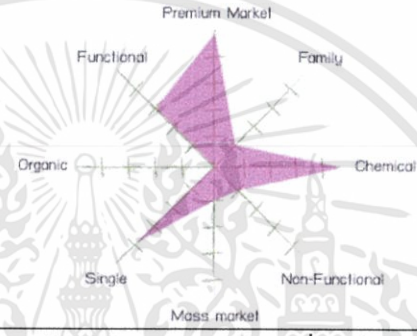
เพื่อกำหนดตำแหน่งของตราสินค้า กำหนดกลุ่มเป้าหมาย และกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (4P The Marketing Mix)

ภาพที่ 2.12 ผลิตภัณฑ์ตรา I love pet head

ตารางที่ 2.3 ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของ I love pet head

ชื่อตราสินค้า : I love pet head	
กลุ่มเป้าหมาย : ระดับผู้บริโภค B - A	
ภาพลักษณ์	- ตราสินค้าประเภทเพื่อนสนิท ลักษณะเป็นตราสินค้าแฟชั่น สนุกสนาน กับการได้ดูแลสุนัขให้สวยงาม ทำให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่ง สื่อส่งเสริมการขายมีสีสันสดใส ดึงดูดใจ
ข้อมูลทั่วไปของผลิตภัณฑ์	ลักษณะตราสินค้า : ประกอบด้วยแชมพู 2 ขนาด 10 สูตร สเปรย์ 2 ขนาด 4 สูตร แป้งทาตัว 1 ขนาด 3 สูตร ครีมนวด 1 ขนาด 1 สูตร น้ำยาทาเล็บ 1 ขนาด 4 สี ครีบบำรุงผิว 1 ขนาด 1 สูตร - เป็นผลิตภัณฑ์เคมี - เป็นสินค้านำเข้าจากประเทศสหรัฐอเมริกา ผลิตภัณฑ์เน้นการเสริมสวยให้สุนัขเป็นหลัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	- สินค้ายังไม่มีความหลายหลาย ไม่ตอบสนองทุกส่วนของร่างกายสุนัข - ไม่มีการจัดชุดของผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน แต่ละผลิตภัณฑ์มีเพียงขนาดเดียว - มีชั้นวางสินค้าชัดเจน เมื่อไปแสดงสินค้า มีแผ่นพับ โปสเตอร์ เป็นสื่อส่งเสริมการขายที่ดี
	ราคา : ถูก ○ ○ ○ ○ ● แพง
	สถานที่จำหน่าย : ห้างสรรรพสินค้าชั้นนำ ร้านขายปลีกขนาดใหญ่ ร้านเพ็ทชอป ร้านเสริมสวยสุนัข อินเตอร์เนต งานแสดงสินค้า
	ตำแหน่งตราสินค้า : 
บรรจุภัณฑ์	Containment : ใช้บรรจุภัณฑ์มาตรฐานปรับเปลี่ยนตัวฝาให้มีเอกลักษณ์ ก้นของบรรจุภัณฑ์สเปรย์มีพื้นที่หน้าตัดน้อย ในการบบรรจุต้องมีโครงสร้างประคองบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์แป้งทาตัว และครีมนวด ใช้บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน
	Convenience : ขวดแชมพูเป็นขวดบีบคล้ายน้ำยาล้างจาน สะดวกในการนำบรรจุภัณฑ์มาใช้งาน แต่ควบคุมปริมาณได้ยาก บรรจุภัณฑ์สเปรย์มีลักษณะฐานกว้าง แต่คอขวดเล็ก ทำให้ไม่สะดวกในการจับ และล้มได้ง่าย บรรจุภัณฑ์แป้งทาตัว และครีมนวด ใช้บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน ยังไม่มีการออกแบบลักษณะพิเศษให้ใช้งานได้สะดวกขึ้น ทุกบรรจุภัณฑ์ไม่สามารถเห็นสินค้าภายในได้
	Protection : ป้องกันแสงแดดได้ดี กันความชื้นได้ดี แต่ขวดแชมพูอาจชำรุดเนื่องจากโดนแรงกระแทกได้ เนื่องจากบรรจุภัณฑ์มีลักษณะอ่อนตัว ในส่วนของบรรจุภัณฑ์สเปรย์สามารถกันแรงกระแทกได้ดี
	Promotion : ผลิตภัณฑ์มีการแยกประเภทผลิตภัณฑ์ที่เหมาะกับเส้นขนของสุนัข และผลิตภัณฑ์สำหรับลูกสุนัขโดยเฉพาะ ส่งเสริมการขายด้วยตัวบรรจุภัณฑ์สีสันสดใส เป็นเอกลักษณ์ เหมาะกับลักษณะตราสินค้า โดดเด่นด้วยการไม่ใช้ภาพสัตว์บนบรรจุภัณฑ์ แต่ใช้ตัวอักษรในการสื่อความหมาย มีความเป็นระบบเอกลักษณ์ร่วม

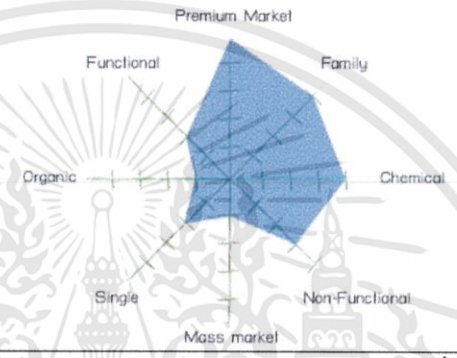
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 2.13 ผลิตภัณฑ์ตรา BIO-GROOM

ตารางที่ 2.4 ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของ BIO-GROOM

ชื่อตราสินค้า : BIO-GROOM	
กลุ่มเป้าหมาย : ระดับผู้บริโภค B - A	
ภาพลักษณ์	- เป็นตราสินค้าประเภทนักปราชญ์ กำเนิดจากการทดลองค้นคว้า และวิจัย - ได้รับการยอมรับ มีชื่อเสียง และน่าเชื่อถือ
ข้อมูลทั่วไปของผลิตภัณฑ์	ลักษณะสินค้า : จัดประเภทสินค้าเป็นหมวดหมู่ 6 กลุ่ม ได้แก่ 1. กลุ่มแชมพู ขวดเทมี 2 ขนาด 14 สูตร ขวดปั๊ม 1 ขนาด 1 สูตร สเปรย์ 1 ขนาด 1 สูตร 2. กลุ่มครีมนวด ขวดเท 3 ขนาด 6 สูตร กระปุก 1 ขนาด 1 สูตร ขวดปั๊ม 1 ขนาด 1 สูตร สเปรย์ 1 ขนาด 2 สูตร 3. กลุ่มกำจัดเห็บหมัด ขวดเท 3 ขนาด 2 สูตร สเปรย์ 2 ขนาด 1 สูตร ขวดหยด 1 ขนาด 1 สูตร 4. กลุ่มดูแลสุขภาพสุนัข สเปรย์ 4 ขนาด 3 สูตร ขวดเท 1 ขนาด 1 สูตร กระปุก 1 ขนาด 1 สูตร ขวดหยด 3 ขนาด 3 สูตร กระป๋องแป้ง 1 ขนาด 1 สูตร 5. กลุ่มอาบน้ำแห้ง สเปรย์ 2 ขนาด 3 สูตร ขวดเท 2 ขนาด 3 สูตร กระปุก 1 ขนาด 2 สูตร ขวดฝากด 2 ขนาด 4 สูตร 6. กลุ่มผลิตภัณฑ์สูตรธรรมชาติ ขวดเท 2 ขนาด 4 สูตร สเปรย์ 1 ขนาด 4 สูตร - เป็นผลิตภัณฑ์เคมี - เป็นสินค้านำเข้าจากประเทศสหรัฐอเมริกา - มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ตอบสนองความต้องการทุกส่วนของร่างกายสุนัข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	- สื่อส่งเสริมการขาย แสดงเอกลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ได้ชัดเจน สร้างความน่าสนใจให้บรรจุภัณฑ์ได้ดี - มีชั้นวางสินค้าชัดเจน เมื่อไปแสดงสินค้า มีแผ่นพับ โปสเตอร์ เป็นสื่อส่งเสริมการขายที่ดี
	ราคา : ถูก ○ ○ ○ ○ ● แพง
	สถานที่จำหน่าย : ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ ร้านขายปลีกขนาดใหญ่ ร้านเพ็ทชอป โรงพยาบาลสัตว์ ร้านขายยา อินเตอร์เนต งานแสดงสินค้า
	ตำแหน่งตราสินค้า : 
บรรจุภัณฑ์	Containment : ใช้บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน มีรูปทรงคอขวดที่ตั้งตรง ง่ายต่อการบรรจุ
	Convenience : ลักษณะฝามีรูปแบบเหมาะกับการใช้งาน เหมาะสมกับหน้าที่ของผลิตภัณฑ์ แต่ด้วยความเป็นบรรจุภัณฑ์มาตรฐาน ความสะดวกสบายในการใช้งานจึงไม่โดดเด่น การจับ การควบคุมปริมาณ ยังไม่สะดวกเท่าที่ควร
	Protection : กันความชื้น และแรงกระแทกได้ดี ในบางบรรจุภัณฑ์มีลักษณะทึบ เพื่อป้องกันแสงแดดตามคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์
	Promotion : กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์มีความเป็นเอกภาพ ดึงดูดสนใจของผู้บริโภคได้ดี แต่ในบางบรรจุภัณฑ์ที่เป็นกระป๋องฝากดบรรจุโฟมสำหรับสุนัขจะมีกราฟิกที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่น ทำให้ผู้บริโภคสับสนว่าเป็นผลิตภัณฑ์ของตราสินค้าประเภทเดียวกันหรือไม่

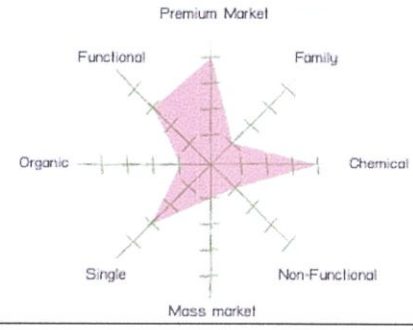
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 2.14 ผลิตภัณฑ์ตรา Perfect Coat

ตารางที่ 2.5 ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของ Perfect Coat

ชื่อตราสินค้า : Perfect Coat	
กลุ่มเป้าหมาย : ระดับผู้บริโภค C - B	
ภาพลักษณ์	- ตราสินค้าประเภทผู้ดูแล เน้นความเรียบง่าย อ่อนโยน
ข้อมูลทั่วไปของผลิตภัณฑ์	ลักษณะสินค้า : แชมพู 3 ขนาด 15 สูตร ครีมนวด 1 ขนาด 4 สูตร สเปรย์ 2 ขนาด 4 สูตร แป้งทาตัว 1 ขนาด 2 สูตร - เป็นผลิตภัณฑ์เคมี - เป็นสินค้านำเข้าจากประเทศสหรัฐอเมริกา - มีความหลายหลายในผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน แต่ชนิดผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลาย ยังไม่ตอบสนองส่วนต่างๆของร่างกายสุนัขเท่าที่ควร - ไม่มีการจัดชุดของผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน - มีชั้นวางสินค้าชัดเจน เมื่อไปแสดงสินค้า มีแผ่นพับ โปสเตอร์ เป็นสื่อส่งเสริมการขายที่ดี
	ราคา : ถูก ○ ○ ○ ● ○ แพง
	สถานที่จำหน่าย : ห้างสรรพสินค้า ร้านขายปลีกขนาดใหญ่ โรงพยาบาลสัตว์ ร้านขายยา ร้านเพ็ทชอป อินเตอร์เนต งานแสดงสินค้า

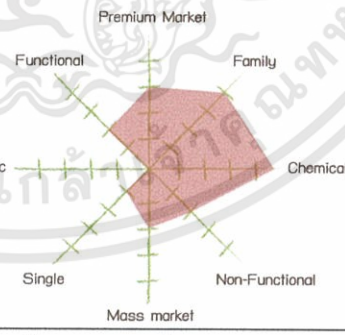
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	ตำแหน่งตราสินค้า : 
บรรจุภัณฑ์	Containment : ใช้บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน มีรูปทรงคอขวดที่ตั้งตรง ง่ายต่อการบรรจุ
	Convenience : ขวดแชมพูขวดเล็กมีรูปร่างเว้า เพื่อให้สะดวกในการจับ ขวดสเปรย์มีส่วนเว้ารอบรับการจับของมือ ในส่วนของบรรจุภัณฑ์อื่นๆ ยังเป็นบรรจุภัณฑ์มาตรฐาน เช่น ขวดสเปรย์ขวดเล็ก ขวดแชมพูขวดกลาง และขวดใหญ่ และกระป๋องแป้ง ยังไม่มีการออกแบบรองรับความสะดวกสบายในการจับการใช้งาน ด้านการควบคุมปริมาณ
	Protection : กันความชื้น และแรงกระแทกได้ดี ในบางบรรจุภัณฑ์มีลักษณะทึบเพื่อป้องกันแสงแดดตามคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์
	Promotion : กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์มีความเป็นเอกภาพ ดึงดูดสนใจของผู้บริโภคได้ดี บางบรรจุภัณฑ์มีลักษณะคล้ายน้ำยาทำความสะอาดทั่วไป เช่น แชมพูสุนัขขวดใหญ่ ทำให้ผู้บริโภคสับสนได้

ภาพที่ 2.15 ผลิตภัณฑ์ตรา Sleeky

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.6 ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของ Sleeky

ชื่อตราสินค้า : Sleeky	
กลุ่มเป้าหมาย : ระดับผู้บริโภค C - B	
ภาพลักษณ์	- ตราสินค้าประเภทผู้ดูแล เปรียบเสมือนเพื่อน เอาใจใส่ อ่อนโยน
ข้อมูลทั่วไปของผลิตภัณฑ์	ลักษณะสินค้า : แชมพู 6 ขนาด 12 สูตร แป้งทาตัว 3 ขนาด 2 สูตร สเปรย์ 2 ขนาด 2 สูตร ยาหยอดหู 3 ขนาด 1 สูตร สบู่ 1 ขนาด 2 สูตร - เป็นผลิตภัณฑ์เคมี - เป็นสินค้าภายในประเทศ - ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย ตอบสนองจุดต่างๆบนร่างกายสุนัข - เป็นที่รู้จัก ยอมรับ เชื่อถือ ขายดีที่สุดในประเทศ มีการโฆษณาทางโทรทัศน์ วางจำหน่ายแพร่หลาย - ไม่มีการจัดชุดของผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน - มีชั้นวางสินค้าชัดเจน เมื่อไปแสดงสินค้า มีแผ่นพับ โปสเตอร์ เป็นสื่อส่งเสริมการขายที่ดี - กราฟิก และสื่อส่งเสริมการขาย เน้นโทนสีแดง ซึ่งเป็นสีของของตราสินค้า
	ราคา : ถูก ○ ● ○ ○ ○ แพง
	สถานที่จำหน่าย : ห้างสรรพสินค้า ร้านขายปลีกขนาดใหญ่ โรงพยาบาลสัตว์ ร้านขายยา ร้านเพ็ทชอป อินเตอร์เนต งานแสดงสินค้า
	ตำแหน่งตราสินค้า : 
บรรจุภัณฑ์	Containment : ใช้บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน มีรูปทรงคอขวดที่ตั้งตรง ง่ายต่อการบรรจุ
	Convenience : รูปร่างของบรรจุภัณฑ์ยังไม่สะดวกในการจับเท่าที่ควร ฝาแบบปั๊มใช้งานได้สะดวก แต่ยังไม่รองรับในด้านควบคุมปริมาณ
	Protection : : กันความชื้น และแรงกระแทกได้ดี บรรจุภัณฑ์มีลักษณะทึบ เพื่อป้องกันแสงแดดตามคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

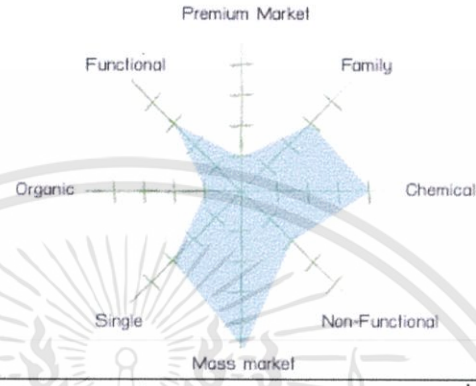
	Promotion : บรรจุภัณฑ์ยังไม่เป็นระบบเอกลักษณ์ร่วมเดียวกันเท่าที่ควร เนื่องจากลวดลายที่หลายของกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ เมื่อนำมาวางรวมกันกลับไม่เป็นกันหนึ่งอันเดียวกัน ทำให้ผู้บริโภคสับสนว่าเป็นผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าเดียวกันหรือไม่ ไม่ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคเมื่อวางบนชั้นวางสินค้า

ภาพที่ 2.16 ผลิตภัณฑ์ตรา CHORUS

ตารางที่ 2.7 ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของ CHORUS

ชื่อตราสินค้า : CHORUS	
กลุ่มเป้าหมาย : ระดับผู้บริโภค $D^+ - C^+$	
ภาพลักษณ์	- ตราสินค้าประเภทเปรียบเสมือนเพื่อน
ข้อมูลทั่วไปของผลิตภัณฑ์	ลักษณะสินค้า : แชมพู 6 ขนาด 13 สูตร ครีมนวด 2 ขนาด 1 สูตร สเปรย์สำหรับสุนัข 3 ขนาด 9 สูตร สเปรย์ใช้ภายนอก 2 ขนาด 6 สูตร น้ำยาเช็ดคราบน้ำตา 2 ขนาด 1 สูตร - เป็นผลิตภัณฑ์เคมี - เป็นสินค้าภายในประเทศ - มีจุดเด่น คือ การขายส่ง ราคาถูก - ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายมาก ตอบสนองจุดต่างๆบนร่างกายสุนัข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	- ไม่มีการจัดชุดของผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน - ช่องทางการจัดจำหน่ายแคบ
	ราคา : ถูก ○ ● ○ ○ ○ แพง
	สถานที่จำหน่าย : อินเตอร์เนต ร้านเพ็ทชอป
	ตำแหน่งตราสินค้า : 
บรรจุภัณฑ์	Containment : ใช้บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน มีรูปทรงคอขวดที่ตั้งตรง ง่ายต่อการบรรจุ
	Convenience : บรรจุภัณฑ์ยังไม่รอบรับด้านความสะดวกสบายในการจับ และควบคุมปริมาณ แต่มีลักษณะของฝาเหมาะกับวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์
	Protection : ไม่มีตัวพ่อหุ้มฝาบรรจุภัณฑ์ขณะขนส่ง อาจทำให้ผลิตภัณฑ์รั่วซึมได้ง่าย
	Promotion : กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ไม่โดดเด่น มีความหลากหลายดูไม่เหมือนอยู่ภายใต้ตราสินค้าเดียวกัน และไม่มีเอกลักษณ์ของตราสินค้า

ภาพที่ 2.17 ผลิตภัณฑ์ตรา BEARING

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.8 ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของ BEARING

<table>
<tr><td colspan="2">ชื่อตราสินค้า : BEARING</td></tr>
<tr><td colspan="2">กลุ่มเป้าหมาย : ระดับผู้บริโภค C - B</td></tr>
<tr><td>ภาพลักษณ์</td><td>- ตราสินค้าประเภทเพื่อนสนิท อบอุ่น เป็นกันเอง
- เป็นที่รู้จัก น่าเชื่อถือ</td></tr>
<tr><td rowspan="4">ข้อมูลทั่วไป
ของผลิตภัณฑ์</td><td>ลักษณะสินค้า : 3 ขนาด 14 สูตร สเปรย์ 2 ขนาด 4 สูตร สบู่ 1 ขนาด 3 สูตร แป้งทาตัว 1 ขนาด 2 สูตร
- เป็นผลิตภัณฑ์เคมี
- เป็นสินค้าภายในประเทศ
- มีความหลายหลายในผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน แต่ชนิดผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลาย ยังไม่ตอบสนองส่วนต่างๆของร่างกายสุนัขเท่าที่ควร
- สื่อส่งเสริมการขายมีเอกลักษณ์ สีประจำของตราสินค้า คือ สีส้ม ซึ่งใช้เป็นสีในสื่อส่งเสริมการขาย 70%
- มีชั้นวางสินค้าชัดเจน เมื่อไปแสดงสินค้า มีแผ่นพับ โปสเตอร์ เป็นสื่อส่งเสริมการขายที่ดี</td></tr>
<tr><td>ราคา: ถูก ○ ○ ● ○ ○ แพง</td></tr>
<tr><td>สถานที่จำหน่าย : ห้างสรรพสินค้า ร้านขายปลีกขนาดใหญ่ โรงพยาบาลสัตว์ ร้านขายยา ร้านเพ็ทชอป อินเตอร์เนต งานแสดงสินค้า</td></tr>
<tr><td>ตำแหน่งตราสินค้า :
</td></tr>
<tr><td>บรรจุภัณฑ์</td><td>Containment : ใช้บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน มีรูปทรงคอขวดที่ตั้งตรง ง่ายต่อการบรรจุ</td></tr>
</table>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

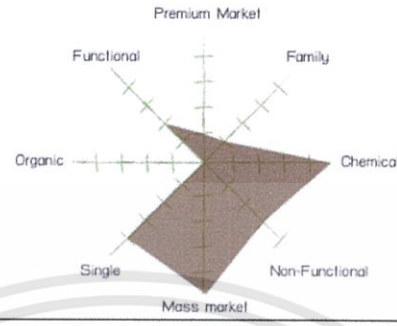
	Convenience : บรรจุภัณฑ์ในปัจจุบันยังไม่รองรับด้านการใช้งานที่สะดวกสบาย การใช้งานคือการบีบผลิตภัณฑ์ลงบนตัวสุนัข ไม่อำนวยความสะดวกในการจับเท่าที่ควร ฝาบรรจุภัณฑ์มีหน้าที่เหมาะสมกับหน้าที่ของผลิตภัณฑ์
	Protection : มีการเคลือบพลาสติกปกป้องบรรจุภัณฑ์การรั่วซึมของฝาได้ดี กันความชื้นได้ดี และแรงกระแทกได้ดี
	Promotion : กราฟิกของแชมพูยังไม่เป็นตราสินค้าเดียวกัน มีการใช้ตราสินค้าแทนรูปภาพสุนัขเพื่อสื่อถึงผลิตภัณฑ์ เน้นบรรจุภัณฑ์โทนสีส้มบ่งบอกเอกลักษณ์ของตราสินค้าได้ดี

ภาพที่ 2.18 ผลิตภัณฑ์ตราเชนการ์ด

ตารางที่ 2.9 ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของเชนการ์ด

ชื่อตราสินค้า : เชนการ์ด	
กลุ่มเป้าหมาย : ระดับผู้บริโภค $D^+ - C^+$	
ภาพลักษณ์	- ตราสินค้าประเภทผู้พิทักษ์ และนักรบ เปรียบเสมือนบอดี้การ์ดของสุนัข - เป็นที่รู้จัก น่าเชื่อถือ เป็นที่ยอมรับ วางจำหน่ายแพร่หลายที่สุดในประเทศ
ข้อมูลทั่วไปของผลิตภัณฑ์	ลักษณะสินค้า : แชมพู 4 ขนาด 7 สูตร แป้งทาตัว 2 ขนาด 2 สูตร สเปรย์ 1 ขนาด 1 สูตร - เป็นผลิตภัณฑ์เคมี - เป็นสินค้าภายในประเทศ - มีความหลายหลายในผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน แต่ชนิดผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลาย ยังไม่ตอบสนองส่วนต่าง ๆของร่างกายสุนัขเท่าที่ควร - สื่อส่งเสริมการขายมีการโฆษณาทางโทรทัศน์ ทำให้เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป
	ราคา : ถูก ○ ● ○ ○ ○ แพง

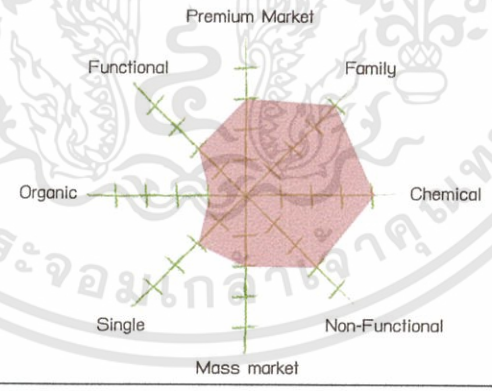
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	สถานที่จำหน่าย : ห้างสรรพสินค้า ร้านขายปลีกขนาดใหญ่ โรงพยาบาลสัตว์ ร้านขายยา ร้านเพ็ทชอป อินเตอร์เนต ร้านสะดวกซื้อ
	ตำแหน่งตราสินค้า : 
บรรจุภัณฑ์	Containment : ใช้บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน มีรูปทรงคอขวดที่ตั้งตรง ง่ายต่อการบรรจุ
	Convenience : ขวดแชมพู ขวดสเปรย์ และกระป๋องแป้งยังไม่รอบรับความสะดวกในเรื่องของการจับ เนื่องจากบรรจุภัณฑ์มีผนังหนา ยากต่อการบีบ ทำให้การควบคุมปริมาณทำได้ยาก
	Protection : บรรจุภัณฑ์มีความแข็งแรง ป้องกันแรงกระแทก ความชื้น และแสงแดดได้ดี เนื่องจากบรรจุภัณฑ์มีผนังหนา และทึบ
	Promotion : กราฟิกมีความเป็นระบบเอกลักษณ์ร่วมที่ดี ผู้บริโภคสามารถจดจำได้ง่าย การใช้ตราสัญลักษณ์เด่นชัด ดึงดูดผู้บริโภคได้ดี แต่ลักษณะขวดและกราฟิกยังคล้ายกับคู่แข่งอื่นๆ

ภาพที่ 2.19 ผลิตภัณฑ์ตรา Ostech

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.10 ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของ Ostech

<table>
<tr><td colspan="2">ชื่อตราสินค้า : Ostech</td></tr>
<tr><td colspan="2">กลุ่มเป้าหมาย : ระดับผู้บริโภค C - B</td></tr>
<tr><td>ภาพลักษณ์</td><td>- ตราสินค้าประเภทผู้ดูแล และผู้พิทักษ์
- เป็นที่รู้จัก น่าเชื่อถือ</td></tr>
<tr><td rowspan="4">ข้อมูลทั่วไปของผลิตภัณฑ์</td><td>ลักษณะสินค้า : แชมพู 1 ขนาด 2 สูตร ครีมนวด 1 ขนาด 7 สูตร สเปรย์ 1 ขนาด 1 สูตร แป้งทาตัว 1 ขนาด 1 สูตร
- เป็นผลิตภัณฑ์เคมี
- เป็นสินค้าภายในประเทศ
- มีความหลายหลายในผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน แต่ชนิดผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลาย ยังไม่ตอบสนองส่วนต่างๆของร่างกายสุนัขเท่าที่ควร
- มีชั้นวางสินค้าชัดเจน เมื่อไปแสดงสินค้า มีแผ่นพับ โปสเตอร์ เป็นสื่อส่งเสริมการขายที่ดี</td></tr>
<tr><td>ราคา : ถูก ○ ○ ● ○ ○ แพง</td></tr>
<tr><td>สถานที่จำหน่าย : ห้างสรรพสินค้า ร้านขายปลีกขนาดใหญ่ โรงพยาบาลสัตว์ ร้านขายยา ร้านเพ็ทชอป อินเตอร์เนต งานแสดงสินค้า</td></tr>
<tr><td>ตำแหน่งตราสินค้า :
 
</td></tr>
<tr><td rowspan="2">บรรจุภัณฑ์</td><td>Containment : .ใช้บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน และขวดปากขวดตรง ง่ายต่อการบรรจุ ขวดครีมนวดต้องมีโครงสำหรับประคองขวด ขณะบรรจุ เนื่องจากก้นขวดมีพื้นที่หน้าตัดน้อย</td></tr>
<tr><td>Convenience : ขวดแชมพู ขวดสเปรย์ และกระป๋องแป้ง มีลักษณะเป็นบรรจุภัณฑ์มาตรฐาน ยังไม่เน้นอำนวยความสะดวกในการจับ ขวดครีมนวดออกแบบให้มีลักษณะเว้า จับได้กระชับยิ่งขึ้น</td></tr>
</table>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

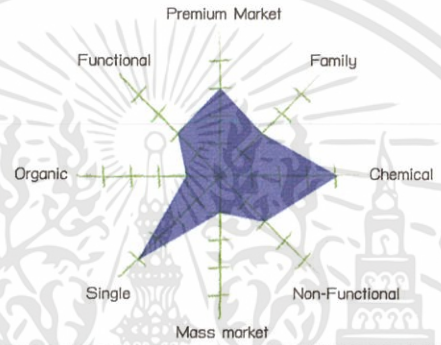
	Protection : บรรจุภัณฑ์มีความแข็งแรง ป้องกันแรงกระแทก และความชื้นได้ดี เนื่องจากใช้พลาสติกที่มีความหนา ละยืดหยุ่น
	Promotion : กราฟิก และบรรจุภัณฑ์ยังไม่เป็นระบบเอกลักษณ์ร่วมเท่าที่ควร เนื่องจากความหลากหลายของกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ไม่ไปในทิศทางเดียวกัน มีการใช้รูปสุนัข 2 ตัว บนทุกฉลากของผลิตภัณฑ์ เพื่อบ่งบอกว่าอยู่ภายใต้ตราสินค้าเดียวกัน

ภาพที่ 2.20 ผลิตภัณฑ์ตรา Chin-ji

ตารางที่ 2.11 ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของ Chin-ji

ชื่อตราสินค้า : Chin-ji	
กลุ่มเป้าหมาย : ระดับผู้บริโภค C^{+} - B^{+}	
ภาพลักษณ์	- ตราสินค้าประเภทเพื่อนสนิท เป็นตราสินค้าแฟชั่น - เป็นที่รู้จัก น่าเชื่อถือ
ข้อมูลทั่วไปของผลิตภัณฑ์	ลักษณะสินค้า : แชมพู 3 ขนาด 12 สูตร สเปรย์ฉีดบนตัวสุนัข 1 ขนาด 10 สูตร น้ำยาหยอดหู 1 ขนาด 1 สูตร ครีมทาตัว 1 ขนาด 1 สูตร สเปรย์ใช้ภายนอก 1 ขนาด 3 สูตร - เป็นผลิตภัณฑ์เคมี

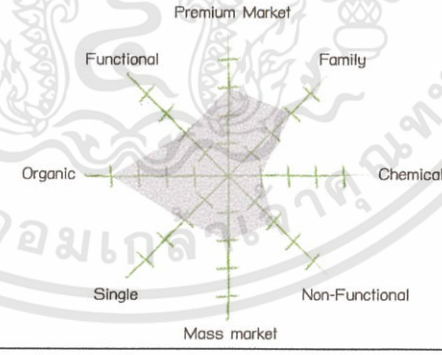
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	- เป็นนำเข้าสินค้าจากประเทศเกาหลี - ผลิตภัณฑ์มีความหลายหลาย ตอบสนองส่วนต่างๆของร่างกายสุนัข - มีชั้นวางสินค้าชัดเจน เมื่อไปแสดงสินค้า มีแผ่นพับ โปสเตอร์ เป็นสื่อส่งเสริมการขายที่ดี - มีการโฆษณาผ่านทางเว็บไซต์คนรักสุนัข
	ราคา : ถูก ○ ○ ○ ● ○ แพง
	สถานที่จำหน่าย : ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ ร้านขายปลีกขนาดใหญ่ โรงพยาบาลสัตว์ ร้านขายยา ร้านเพ็ทชอป อินเตอร์เนต งานแสดงสินค้า
	ตำแหน่งตราสินค้า : 
บรรจุภัณฑ์	Containment : ใช้บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน และขวดปากขวดตรง ง่ายต่อการบรรจุ ขวดแชมพูต้องมีโครงสำหรับประคองขวด ขณะบรรจุ เนื่องจากกันขวดมีพื้นที่หน้าตัดน้อย
	Convenience : พลาสติกมีความอ่อนตัวง่ายต่อการบีบแชมพู แต่ยังไม่สะดวกในการจับเท่าที่ควร ลักษณะฝาบรรจุภัณฑ์ เหมาะกับหน้าที่ของผลิตภัณฑ์
	Protection : ฝาบรรจุภัณฑ์ต้องหุ้มด้วยพลาสติกอีกชั้น เพื่อป้องกันการรั่วซึมขณะขนส่ง ทนแรงกระแทกได้ปานกลาง กันความชื้นได้ดี
	Promotion : กราฟิกมีสีสันสวยงาม มีความเป็นระบบเอกลักษณ์ร่วมอยู่ภายใต้ตราสินค้าเดียวกัน แม้จะใช้สี และภาพบนฉลากต่างกัน เมื่อนำไปติดบนบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะแตกต่างกัน ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของตราสินค้าอยู่

ภาพที่ 2.21 ผลิตภัณฑ์ตราอภัยเพ็ท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

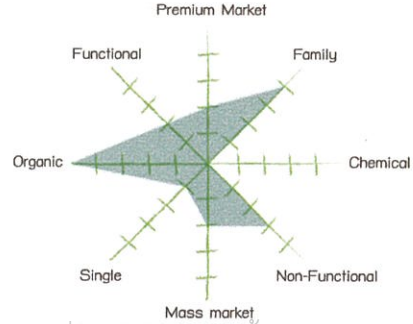
ตารางที่ 2.12 ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของอภัยเพ็ท

<table>
<tr><td colspan="2">ชื่อตราสินค้า : อภัยเพ็ท</td></tr>
<tr><td colspan="2">กลุ่มเป้าหมาย : ระดับผู้บริโภค C - B</td></tr>
<tr><td>ภาพลักษณ์</td><td>- ตราสินค้าประเภทผู้ดูแล และผู้บริสุทธิ์
- เป็นที่ยอมรับ และไว้วางใจ เนื่องมาจากตราสินค้าหลัก “อภัยภูเบศร” ที่มีชื่อเสียง
- ใช้ชื่อตราสินค้าใหม่ว่า “อภัยเพ็ท”</td></tr>
<tr><td rowspan="4">ข้อมูลทั่วไปของผลิตภัณฑ์</td><td>ลักษณะสินค้า : แชมพู 1 ขนาด 2 สูตร
- เป็นผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ
- เป็นสินค้าภายในประเทศ
- เป็นสินค้าในเครือมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร
- ผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลาย
- ยังไม่มีสื่อส่งเสริมการขาย รู้จักแค่ในคนที่เลี้ยงสุนัข และผู้ที่ใช้ผลิตภัณฑ์อภัยภูเบศรเป็นประจำ</td></tr>
<tr><td>ราคา : ถูก ○ ○ ● ○ ○ แพง</td></tr>
<tr><td>สถานที่จำหน่าย : ห้างสรรพสินค้า โฮมเฟรชมาร์ท โรงพยาบาลสัตว์ ร้านขายยา อินเตอร์เนต</td></tr>
<tr><td>ตำแหน่งตราสินค้า :
 
</td></tr>
<tr><td rowspan="4">บรรจุภัณฑ์</td><td>Containment : ใช้บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน มีรูปทรงคอขวดที่ตั้งตรง ง่ายต่อการบรรจุ</td></tr>
<tr><td>Convenience : ขวดแชมพู มีลักษณะเป็นบรรจุภัณฑ์มาตรฐานเป็นทรงกระบอกตรง ยังไม่เน้นอำนวยความสะดวกในการจับ</td></tr>
<tr><td>Protection : ป้องกันการรั่วซึม ความชื้น และแรงกระแทกได้ดี</td></tr>
<tr><td>Promotion : กราฟิกเรียบง่าย ฉลากใช้สีที่เหมือนกัน เปลี่ยนแค่รูปภาพ และตัวอักษร</td></tr>
</table>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 2.22 ผลิตภัณฑ์ตรา BOOM GREEN

ตารางที่ 2.13 ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของ BOOM GREEN

ชื่อตราสินค้า : BOOM GREEN	
กลุ่มเป้าหมาย : ระดับผู้บริโภค C – C^{+}	
ภาพลักษณ์	- ตราสินค้าประเภทเพื่อนสนิท และผู้บริสุทธิ์ - ตราสินค้ายังไม่เป็นที่รู้จัก
ข้อมูลทั่วไปของผลิตภัณฑ์	ลักษณะสินค้า : แชมพู 2 ขนาด 2 สูตร - เป็นผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ - เป็นสินค้าภายในประเทศ - เป็นตราสินค้าที่ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากสมุนไพร และผลิตผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัขจำหน่ายด้วย - ผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลาย - ยังไม่มีสื่อส่งเสริมการขาย รู้จักแค่ในคนที่เลี้ยงสุนัข และผู้ที่ใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเป็นประจำ
	ราคา : ถูก ○ ○ ● ○ ○ แพง
	สถานที่จำหน่าย : โรงพยาบาลสัตว์ ร้านขายยา อินเตอร์เนต ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพร
	ตำแหน่งตราสินค้า : 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

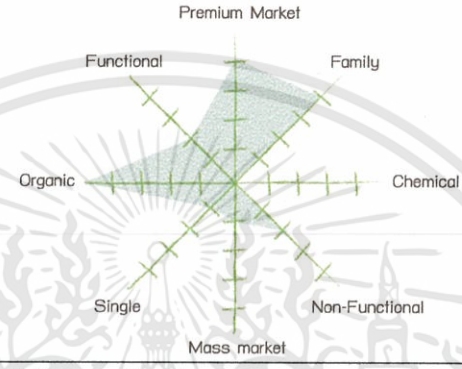
บรรจุภัณฑ์	Containment : ใช้บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน มีรูปทรงคอขวดที่ตั้งตรง ง่ายต่อการบรรจุ
	Convenience : ขวดแชมพู มีลักษณะเป็นบรรจุภัณฑ์มาตรฐาน ยังไม่เน้นอำนวยความสะดวกในการจับ
	Protection : ฝาบรรจุภัณฑ์ต้องหุ้มด้วยพลาสติกอีกชั้น เพื่อป้องกันการรั่วซึมขณะขนส่ง ทนแรงกระแทกได้ปานกลาง กันความชื้นได้ดี
	Promotion : กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ไม่เหมือนผลิตภัณฑ์ที่มาจากตราสินค้าเดียวกัน

ภาพที่ 2.23 ผลิตภัณฑ์ตรา ION

ตารางที่ 2.14 ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของ ION

ชื่อตราสินค้า : ION	
กลุ่มเป้าหมาย : ระดับผู้บริโภค B – A	
ภาพลักษณ์	- ตราสินค้าประเภทผู้ดูแล และผู้บริสุทธิ์ - เป็นที่รู้จัก และเป็นที่ยอมรับ น่าเชื่อถือ วางจำหน่ายแพร่หลาย
ข้อมูลทั่วไปของผลิตภัณฑ์	ลักษณะสินค้า : แชมพู 2 ขนาด 5 สูตร สเปรย์ฉีดสุนัข 1 ขนาด 1 สูตร สเปรย์ฉีดบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่ 1 ขนาด 1 สูตร - เป็นผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ - เป็นสินค้าภายในประเทศ - เป็นตราสินค้าเจ้าแรกๆที่ทำผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษสำหรับสุนัข - มีความหลายหลายในผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน แต่ชนิดผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลาย ยังไม่ตอบสนองส่วนต่างๆของร่างกายสุนัขเท่าที่ควร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	- มีชั้นวางสินค้าชัดเจน เมื่อไปแสดงสินค้า มีแผ่นพับ โปสเตอร์ เป็นสื่อส่งเสริมการขายที่ดี - มีเว็บไซต์เป็นของตัวเอง
	ราคา : ถูก ○ ○○ ● ○ แพง
	สถานที่จำหน่าย : ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ ห้างสรรพสินค้าทั่วไป โรงพยาบาลสัตว์ ร้านขายยา ร้านเพ็ทชอป อินเตอร์เนต งานแสดงสินค้า
	ตำแหน่งตราสินค้า : 
บรรจุภัณฑ์	Containment : ใช้บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน มีรูปทรงคอขวดที่ตั้งตรง ง่ายต่อการบรรจุ
	Convenience : ขวดแชมพู และขวดสเปรย์สำหรับฉีดบนตัวสุนัข มีลักษณะเป็นบรรจุภัณฑ์มาตรฐาน ยังไม่เน้นอำนวยความสะดวกในการจับ ขวดสเปรย์ฉีดบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่ มีส่วนเว้าตรงคอขวด เพื่อกระชับในการจับ ฝาบรรจุภัณฑ์เหมาะกับหน้าที่ของผลิตภัณฑ์
	Protection : ฝาบรรจุภัณฑ์ต้องหุ้มด้วยพลาสติกอีกชั้น เพื่อป้องกันการรั่วซึมขณะขนส่ง ทนแรงกระแทกได้ปานกลาง กันความชื้นได้ดี
	Promotion : กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์มีความเป็นเอกภาพ บ่งบอกว่ามาจากตราสินค้าเดียวกัน ดึงดูดผู้บริโภคจากชั้นวางสินค้าได้ดี สีสันสดใส มีการใช้รูปจริงของสุนัข และภาพกราฟิก บนฉลากบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์มีรูปทรงไม่แตกต่างจากคู่แข่ง

จากการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์จะเห็นได้ว่าภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษมีน้อยมากในประเทศไทย เมื่อเทียบกับสัดส่วนผลิตภัณฑ์เคมี และยังไม่มีการนำผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเข้ามาขายในประเทศไทยอย่างแพร่หลาย ใส่ส่วนของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่มีความคล้ายคลึงกัน ทั้งรูปร่างบรรจุภัณฑ์ วิธีการใช้งาน ส่วนใหญ่เป็นบรรจุภัณฑ์มาตรฐานที่มีการใช้งานคล้ายกัน ยังไม่มีผลิตภัณฑ์คู่แข่งใดที่เน้นการใช้งานบรรจุภัณฑ์อย่างแท้จริง จึงเป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กรณีศึกษาที่ดีที่จะนำเสนอกลยุทธ์ทางการตลาด (4Ps The Marketing Mix) ให้กับ "Green for dog" โดยเรียนรู้จากผลิตภัณฑ์คู่แข่งทั้งในด้านการส่งเสริมการขาย และลักษณะผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อไปพัฒนาปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อหาจุดเด่นที่แตกต่างจากคู่แข่ง

2.3.6 กลยุทธ์การตลาดเพื่อส่งเสริมการขาย (4Ps The Marketing Mix)

การส่งเสริมการขายนำเสนอจุดเด่นความเป็นสมุนไพรปลอดสารพิษที่มีแต่ใน "Green for dog" เท่านั้น นอกจากนี้ยังสามารถใช้กับสุนัขทุกวัยตั้งแต่ลูกสุนัขไปจนถึงวัยชราโดยไม่มีผลข้างเคียง ซึ่งจะนำจุดเด่นเหล่านี้มาสร้างกลยุทธ์ในการส่งเสริมการขาย

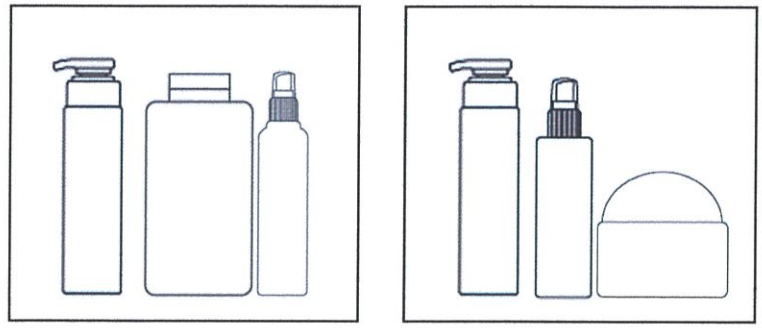
2.3.6.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)

- ผลิตภัณฑ์ "Green for dog" สามารถใช้กับสุนัขได้ทุกเพศ ทุกวัย โดยไม่ต้องแยกประเภทผลิตภัณฑ์สำหรับลูกสุนัข และสุนัขโต เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความอ่อนโยน จึงปลอดภัยกับสุนัขทุกชนิด

- การเพิ่มประเภทของสินค้าในการผลิตของแชมพูสุนัขสูตร น้ำมันงาผสมไคโตซาน แชมพูสุนัขสูตรเมล็ดน้อยหน่า แชมพูสุนัขสูตรทองพันชั่ง แชมพูสูตรกำจัดกลิ่นตัว โคลนหมักขนสุนัขออกเป็น 5 ชนิด ได้แก่ ขนยาวไหมแพร ขนหยิกไม่มีการหลุด ขนเรียบสั้น ขนเรียบยาวและหนา ขนเหนียวเหมือนลวด เนื่องจากสุนัขแต่ละชนิดมีลักษณะทางกายภาพของขนที่แตกต่างกัน ความเข้มข้นและความชุ่มชื้นของผลิตภัณฑ์จะไม่เท่ากัน ดังนั้นผลิตภัณฑ์จึงมีส่วนผสมของสมุนไพรที่แตกต่างกัน เพื่อให้เหมาะกับขนของสุนัข

- การจัดชุดแนะนำผลิตภัณฑ์จะใช้จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่มีใน Green for dog มาเป็นเกณฑ์ในการจัดชุดผลิตภัณฑ์ ซึ่งผลิตภัณฑ์สามารถใช้ได้อย่างต่อเนื่อง โดยไม่มีผลข้างเคียง ดังนั้นจึงจัดชุดผลิตภัณฑ์ได้ 2 ลักษณะ ได้แก่ ชุดผลิตภัณฑ์ป้องกันโรคผิวหนัง ดังภาพที่ 2.24 (ซ้าย) ซึ่งมีสรรพคุณกำจัดเห็บหมัด ซึ่งเป็นสาเหตุของโรคผิวหนัง ประกอบด้วย แชมพูสุนัขสูตรเมล็ดน้อยหน่า สเปรย์กำจัดเห็บหมัด แป้งโรยตัวสุนัขสูตรรักษาโรคผิวหนัง และกำจัดเห็บหมัด และชุดผลิตภัณฑ์รักษาโรคผิวหนัง ดังภาพที่ 2.24 (ขวา) ประกอบด้วย แชมพูสุนัขสูตรทองพันชั่ง สเปรย์ทองพันชั่ง ครีมรักษาโรค ใช้เมื่อเป็นโรคผิวหนังแล้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.24 (ซ้าย) ชุดผลิตภัณฑ์ป้องกันโรคผิวหนัง (ขวา) ชุดผลิตภัณฑ์รักษาโรคผิวหนัง

- การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ใช้งานได้สะดวกสบาย เหมาะสมกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย และปฏิกิริยาของสุนัขขณะใช้งานบรรจุภัณฑ์

- การออกแบบบรรจุภัณฑ์ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากจุดเด่นในเรื่องของความสะดวกสบายที่แตกต่างจากคู่แข่งแล้ว บรรจุภัณฑ์ที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมยังช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของ “Green for dog” ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และยั่งยืนอีกด้วยอีกด้วย ในประเทศไทยยังไม่ค่อยให้ความสนใจในเรื่องบรรจุภัณฑ์ที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การซื้อสินค้ายังคำนึงถึงราคาขายของสินค้ามากกว่าการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในกรณีของการส่งออก ผู้ผลิตสินค้าอุปโภค และบริโภคจำเป็นต้องศึกษาแนวโน้มบรรจุภัณฑ์ที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอยู่ตลอดเวลา

การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่นำมาใช้กับ “Green for dog” ได้แก่ 1. การลดน้ำหนักบรรจุภัณฑ์ ด้วยการลดขนาดหรือลดความหนา 2. การใช้บรรจุภัณฑ์ชนิดเดิม เป็นถุงตั้งได้ 3. การใช้ขวดพลาสติกแทนขวดแก้ว หรือใช้พลาสติกอ่อนตัวแทนขวดพลาสติก เพื่อลดน้ำหนักบรรจุภัณฑ์ การใช้วัสดุรีไซเคิล 4. การใช้หมึกพิมพ์ที่สกัดมาจากถั่วเหลือง 5. การใช้ฉลากคาร์บอนเป็นการบอกว่าในการผลิตสินค้า (ผลิต และบรรจุภัณฑ์) นั้นได้ปล่อยก๊าซเรือนกระจกออกมาเท่าไรต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ [7]

ที่มา [7] : มยุรี ภาคลำเจียก. บรรจุภัณฑ์สินค้าอุปโภคบริโภค. กรุงเทพมหานคร :บริษัทโรงพิมพ์หยีเฮง, 2556.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.6.2 ราคา (Price)

- จากข้อมูลราคาผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัขของผลิตภัณฑ์คู่แข่ง พบว่าอยู่ระหว่าง 70 – 250 บาท จึงใช้กลยุทธ์เพิ่มคุณค่าให้กับผู้บริโภคในการกำหนดราคา และวางตำแหน่งของ "Green for dog" ไว้สูงกว่าคู่แข่งเพียง 20% เพื่อสื่อให้ผู้บริโภครู้สึกถึงคุณค่าว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ราคายุติธรรม เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อ

2.3.6.3 การจัดจำหน่าย (Place)

- เดิม "Green for dog" มีช่องทางจำหน่าย 2 ช่องทาง คือ จำหน่ายโดยตรง และการจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่าย และฝากขาย จึงควรเพิ่มช่องทางการจำหน่ายเพิ่มโดยการไปฝากขายเว็บไซต์ต่างๆเพิ่มขึ้น และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า

2.3.6.4 การส่งเสริมการขาย (Promotion)

- การประชาสัมพันธ์โดยใช้ร้านฝากจำหน่ายเป็นสื่อกลาง เช่น ร้าน Lemon Farm ร้านสบายใจ โดยการฝากโปสเตอร์แนะนำสินค้าติดไว้ที่หน้าร้าน การวางแผ่นพับไว้ใกล้ๆ กับสินค้าให้กับผู้บริโภคที่สนใจ

- การทำแผ่นพับสื่อส่งเสริมการขายดึงดูดใจ แจกกลุ่มเป้าหมาย เมื่อไปแสดงตามงานแสดงสินค้า

- แจกผลิตภัณฑ์ทดลองให้แก่กลุ่มเป้าหมาย เมื่อไปจำหน่ายตามงานแสดงสินค้า

- ประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์คนรักสุนัข และเว็บไซต์ของผู้ที่สนในในกระแสรักสุขภาพ พร้อมกับให้ผู้บริโภคเข้ามาแสดงความคิดเห็น ติชมผลิตภัณฑ์ และเป็นสื่อกลางแลกเปลี่ยนประสบการณ์การเลี้ยงสัตว์

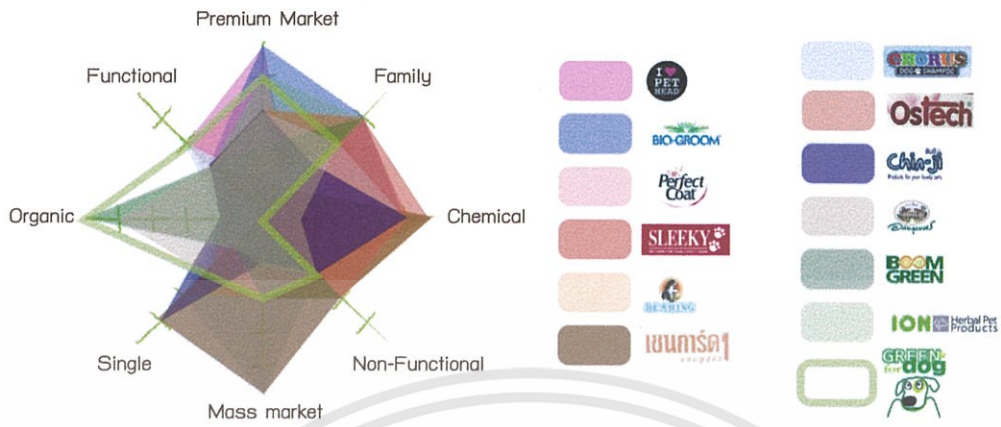
2.3.7 สรุปข้อมูลการตลาดที่มีผลต่อการออกแบบ

2.3.7.1 ขนาดตลาดผลิตภัณฑ์สุนัขโดยรวม

นำข้อมูลที่ได้มากำหนดกลยุทธ์การตลาด เพื่อหาวิธีการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ข้อมูลกระแสนิยมในปัจจุบัน และการทำแบบสอบถามจากกลุ่มเป้าหมายจำนวน 54 คน พบว่าสุนัขพันธุ์เล็กนิยมเลี้ยงมากที่สุด รองลงมาคือสุนัขพันธุ์กลาง และพันธุ์ใหญ่ และนำข้อมูลเหล่านี้มากำหนดลักษณะของบรรจุภัณฑ์

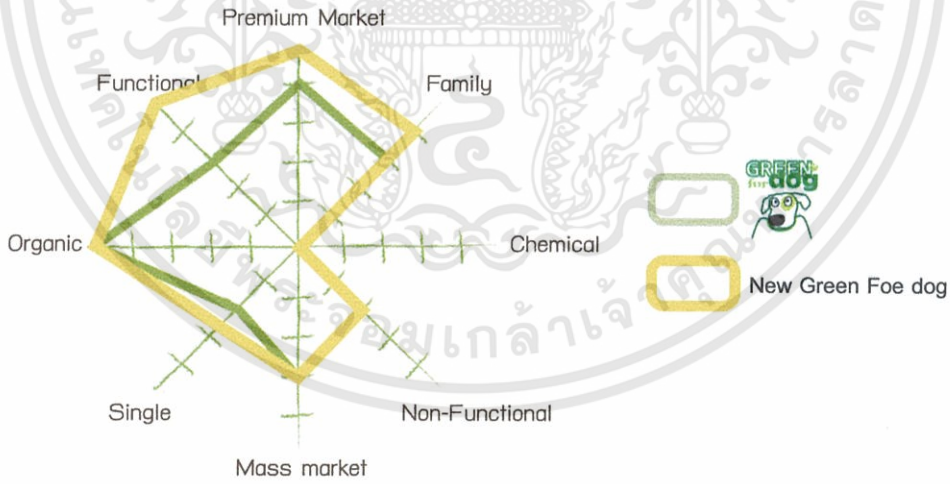
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.7.2 ด้านภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์คู่แข่งเปรียบเทียบกับ Green for dog



ภาพที่ 2.25 กราฟเปรียบเทียบภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์คู่แข่งกับภาพลักษณ์เดิมของ “Green for dog”

จากการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์คู่แข่งพบว่าผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษสำหรับสุนัขในประเทศไทยมีการแข่งขันต่ำกว่าผลิตภัณฑ์เคมีสำหรับ จึงเป็นโอกาสที่ดีที่จะนำเสนอภาพลักษณ์ใหม่ของ Green For Dog ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์สุนัขปลอดสารพิษให้เป็นที่รู้จัก ทำให้ได้ตำแหน่งของตราสินค้าใหม่ดังภาพที่ 2.26

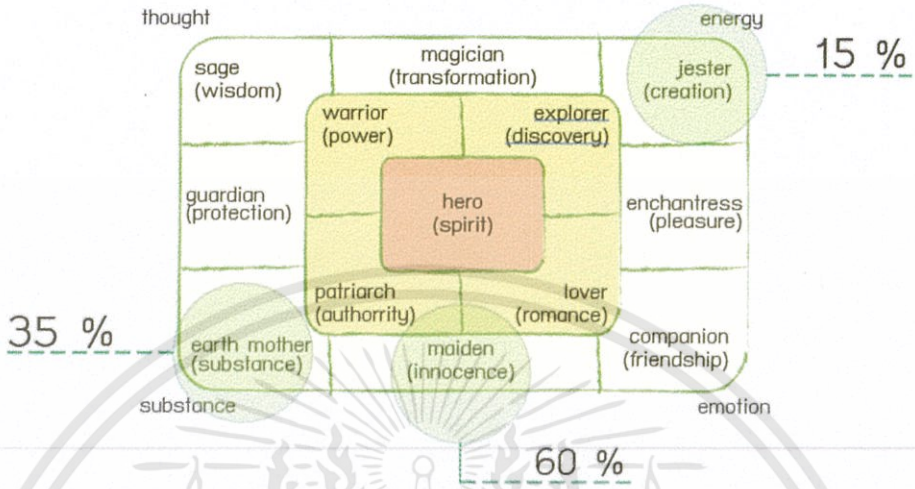


ภาพที่ 2.26 กราฟเปรียบเทียบภาพลักษณ์เดิมและภาพลักษณ์ใหม่ของ “Green for dog”

จากภาพที่ 2.26 ภาพลักษณ์ใหม่ของ Green for dog มีความเป็นสินค้าที่มีราคาสูงขึ้นและมีความสะดวกสบายในการใช้งานมากขึ้น เนื่องจากผลิตภัณฑ์คู่แข่งยังไม่ให้ความสำคัญกับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรจุภัณฑ์ที่ส่งเสริมด้านการใช้งาน นอกจากนี้ข้อมูลจากการเปรียบเทียบกับคู่แข่งยังมีส่วนช่วยในการกำหนดบุคลิกภาพของตราสินค้าใหม่ ดังภาพที่ 2.27



ภาพที่ 2.27 บุคลิกภาพใหม่ของ “Green for dog”

จากภาพที่ 2.27 บุคลิกภาพใหม่ของตราสินค้า Green for dog จะเน้นผู้บริสุทธิ์มากที่สุด เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ 100 % รองลงมาคือผู้ดูแลที่แสดงถึงความห่วงใยจากเจ้าของ ที่เลือกสิ่งที่ปลอดภัยให้สุนัข และสุดท้ายคือเพื่อนสนิทที่เกิดจากความไว้วางใจ ความสนุกสนาน ซึ่งทั้งหมดนี้จะเป็นตัวกำหนดแนวคิดในการออกแบบ (Concept)

2.3.7.3 กลยุทธ์ทางการตลาด

นำข้อมูลจากกลยุทธ์ทางการตลาด (4Ps The Marketing Mix) ของ “Green for dog” มากำหนดข้อมูลที่จะใส่บนบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการนำเสนอจุดเด่นต่อกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ความเป็นผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ทำจากสมุนไพรธรรมชาติ ปราศจากการปนเปื้อนจากสารเคมี เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ได้กับสุนัขทุกวัย โดยไม่มีผลข้างเคียง เป็นต้น ในส่วนของโครงสร้างนำเสนอโครงสร้างที่ใช้งานสะดวกสบาย เป็นอีกหนึ่งวิธีในการดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย รวมไปถึงการนำลักษณะของบรรจุภัณฑ์ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมาใช้ เช่น การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีโครงสร้างที่แข็งแรง เพื่อใช้ซ้ำ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ชนิดเติม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมาย

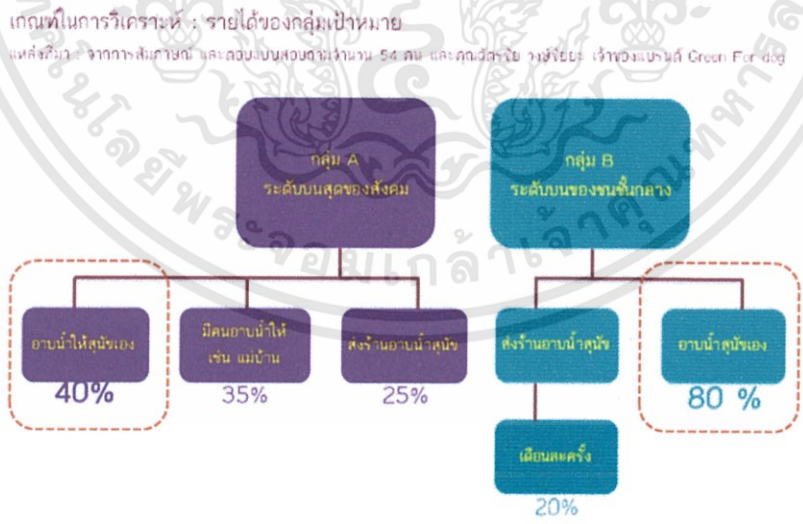
กลุ่มเป้าหมายเดิม และกลุ่มเป้าหมายใหม่ของ Green for dog มีลักษณะใกล้เคียงกัน ในหัวข้อนี้จะอธิบายรายละเอียดลักษณะพฤติกรรมในการดูแลสุนัขของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักของ Green for dog

2.4.1 ลักษณะกลุ่มเป้าหมายของ “Green for dog”

กลุ่มเป้าหมายเดิมของ Green for dog เป็นกลุ่มผู้รักสุขภาพ รักสุนัข ดูแลรักษาสุขภาพของตนเอง ติดตามกระแสรักสุขภาพ เป็นผู้ที่ใช้ผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเป็นประจำ เมื่อมีผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัขจำหน่ายก็ไม่ลังเลที่จะซื้อมาใช้กับสุนัขของตน อาศัยอยู่ในสังคมเมือง และชื่นชอบความทันสมัย อาศัยอยู่บ้านเดี่ยว อยู่เป็นครอบครัว และมีกำลังซื้อสูง ซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมายใหม่ โดยจะใช้ลักษณะของกลุ่มเป้าหมายเดิม มากำหนดกลุ่มเป้าหมายหลัก และกลุ่มเป้าหมายรองของ Green For Dog ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

2.4.1.1 กลุ่มเป้าหมายหลัก และกลุ่มเป้าหมายรองของ Green for dog

ผลิตภัณฑ์ “Green for dog” มีราคาสูง เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์คู่แข่ง จึงกำหนดให้กลุ่มเป้าหมายมีกำลังซื้อสูง สามารถซื้อผลิตภัณฑ์ได้โดยไม่รบกวนการดำรงชีวิต เน้นผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ไปดูแลสุนัข เป็นคนเดียวกันกับผู้ที่ดูแลสุนัข เนื่องจากผลิตภัณฑ์เน้นการใช้งานที่สะดวกสบาย ดังภาพที่ 2.28



ภาพที่ 2.28 แสดงลักษณะพฤติกรรมการดูแลสุนัขของกลุ่มเป้าหมาย

จากภาพที่ 2.28 กลุ่มผู้บริโภคระดับ A อาบน้ำให้สุนัขเอง 40% และมีคนอาบให้ 60% กลุ่มผู้บริโภคระดับ B อาบน้ำให้สุนัขเองถึง 80% อีก 20% ส่งสุนัขให้ร้านอาบน้ำเดือนละครั้ง จะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เห็นได้ว่ากลุ่ม B มีโอกาสใช้ผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัขมากกว่ากลุ่ม A จึงให้กลุ่มผู้บริโภคระดับ B เป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก และกลุ่มผู้บริโภคระดับ A เป็นกลุ่มเป้าหมายรอง

1) กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มผู้บริโภคระดับ B

ภาพที่ 2.29 แสดงลักษณะการใช้ชีวิตของกลุ่มผู้บริโภคระดับ B

ลักษณะทางกายภาพ

เพศ : ชาย-หญิง

อายุ : 25-60 ปี (วัยทำงานมีความมั่นคงในชีวิต)

การศึกษา : ปริญญาตรีขึ้นไป

รายได้ : 50,000 บาท/เดือนขึ้นไป

ที่อยู่อาศัย : บ้านเดี่ยว อาศัยในสังคมเมือง ใจกลางเมือง

ลักษณะการอยู่อาศัย : อยู่เป็นครอบครัว

ลักษณะทางจิตภาพ

ลักษณะ : มีความทันสมัย ชอบความแปลกใหม่ ใส่ใจสุขภาพ มีกำลังซื้อสูง ชื่นชอบในสินค้าปลอดสารพิษ และเป็นผู้ที่ใช้ผลิตภัณฑ์เคมีที่ให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ ให้ความดูแลเอาใจใส่สุนัขเป็นอย่างดี มีความรักความเมตตาสุนัข ดูแลให้สุนัขด้วยตัวเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2) กลุ่มเป้าหมายรอง คือ กลุ่มผู้บริโภคระดับ A

ภาพที่ 2.30 แสดงลักษณะการใช้ชีวิตของกลุ่มผู้บริโภคระดับ A

ลักษณะทางกายภาพ

เพศ : ชาย-หญิง

อายุ : 25-60 ปี (วัยทำงานมีความมั่นคงในชีวิต)

การศึกษา : ปริญญาตรีขึ้นไป

รายได้ : 80,000 บาท/เดือนขึ้นไป

ที่อยู่อาศัย : บ้านเดี่ยว อาศัยในสังคมเมือง ใจกลางเมือง

ลักษณะการอยู่อาศัย : อยู่เป็นครอบครัว

ลักษณะทางจิตภาพ

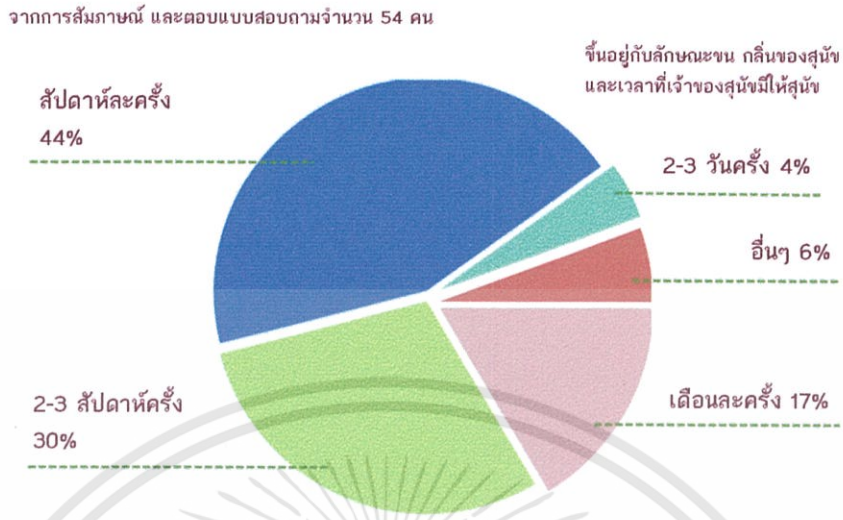
ลักษณะ : คล้ายกับกลุ่มผู้บริโภคระดับ B มีความทันสมัย ชอบความแปลกใหม่ ใส่ใจสุขภาพ มีกำลังซื้อสูงมาก ชื่นชอบในสินค้าปลอดสารพิษ และเป็นผู้ที่ใช้ผลิตภัณฑ์เคมีที่ให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ มีความรักความเมตตาสุนัข ดูแลสุนัขเองในบางครั้ง หรือให้คนอื่นดูแลให้

2.4.2 พฤติกรรมการใช้งานผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป้าหมาย

สำรวจพฤติกรรมโดยใช้แบบสอบถาม และการสอบถามจากลุ่มเป้าหมายจำนวน 54 คน และอธิบายรายละเอียดลักษณะพฤติกรรมในการดูแลสุนัขของกลุ่มเป้าหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.2.1 พฤติกรรมการใช้แชมพูสุนัข



ภาพที่ 2.31 แผนภูมิแสดงความถี่ในการอาบน้ำสุนัขของกลุ่มเป้าหมาย

จากภาพที่ 2.31 พบว่ากลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่อาบน้ำให้สุนัขสัปดาห์ละครั้ง ซึ่งจะนำข้อมูลนี้ไปกำหนดปริมาตรของบรรจุภัณฑ์ และกำหนดปริมาตรการใช้ในแต่ละครั้ง ซึ่งขึ้นอยู่กับลักษณะทางกายภาพของสุนัขด้วย ลักษณะการใช้แชมพูสุนัขของ “Green for dog” ในบรรจุภัณฑ์เดิมมี 2 แบบ คือ แบบเท และแบบหัวปั๊ม

การอาบน้ำสุนัขนั้นนิยมอาบในช่วงเช้า-บ่าย เพราะเมื่อถึงตอนเย็นหรือค่ำ อากาศเริ่มเย็นอุณหภูมิต่ำลง อาจทำให้สุนัขป่วยได้ในเวลานี้

ภาพที่ 2.32 พฤติกรรมการใช้งานบรรจุภัณฑ์ด้วยแชมพูแบบปั๊ม

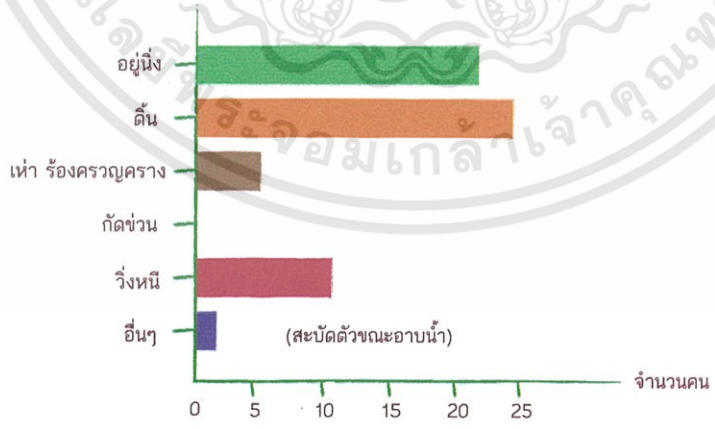
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 2.33 พฤติกรรมการใช้งานบรรจุภัณฑ์ด้วยแชมพูแบบเท

จากภาพที่ 2.32 และ 2.33 วิธีนำแชมพูสุนัขออกจากบรรจุภัณฑ์ต่างกัน แต่วิธีใช้เหมือนกัน โดยจะเทใส่ฝ่ามือ หรือแปรงก่อนแล้วค่อยทาลงไปลนตัวสุนัข หรือเทใส่ตัวสุนัขได้เลยโดยตรง และค่อยเจือจางด้วยน้ำ

1) ปฏิกิริยาของสุนัขขณะใช้งานบรรจุภัณฑ์

นำข้อมูลนี้ไปใช้ประกอบในการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับการใช้งาน



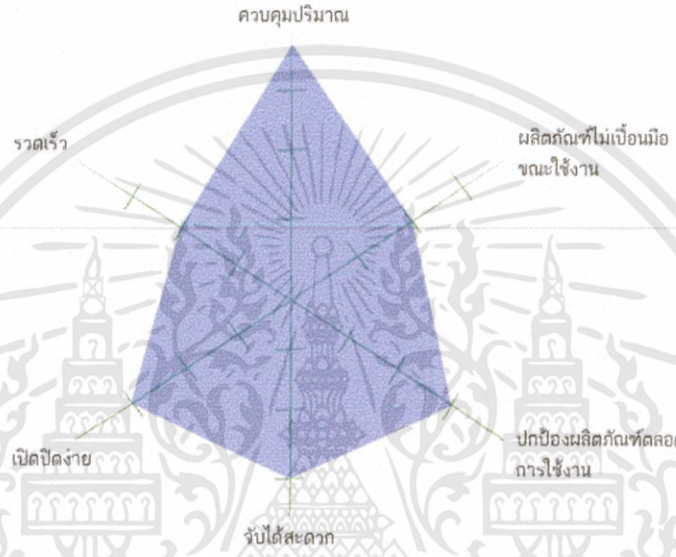
ภาพที่ 2.34 กราฟิกแสดงปฏิกิริยาของสุนัขขณะอาบน้ำ

จากภาพที่ 2.34 พบว่าปฏิกิริยาของสุนัขขณะอาบน้ำ สุนัขมีอาการดิ้นมากที่สุดและอยู่นิ่งเป็นอันดับรองลงมา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีจัดการกับพฤติกรรมสุนัขของกลุ่มเป้าหมายจาการสำรวจ ได้แก่ ล่ามไว้ ลูบปลอบขวัญขณะอาบน้ำ และหาคนมาช่วยจับ

2) กราฟแสดงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์แชมพูจากการสำรวจนำข้อมูลนี้ไปใช้กำหนดความต้องการในการออกแบบบรรจุภัณฑ์



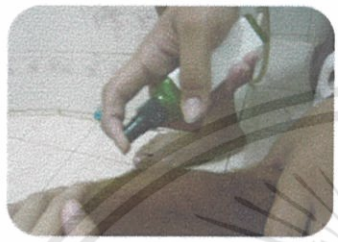
ภาพที่ 2.35 กราฟแสดงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์แชมพู

จากภาพที่ 2.35 จะเห็นได้ว่าความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์แชมพู คือ การควบคุมปริมาณของแชมพู การจับได้สะดวก และการเปิดปิดที่ทำได้ง่ายขนาดใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.2.2 พฤติกรรมการใช้สเปรย์สำหรับสุนัข

สเปรย์เซรั่มบำรุงขนสุนัข วิตามิน E จากธรรมชาติ
ใช้หลังอาบน้ำ พ่นสเปรย์ และถูกให้ทั่วตัว และปล่อยให้แห้ง ใช้ระหว่างแปรงขน พ่นสเปรย์ให้ทั่วตัวแล้วแปรงให้ทั่ว



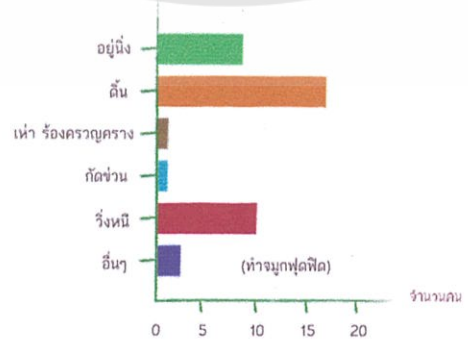
สเปรย์กำจัดเห็บหมัด ฉีดบนตัวสุนัข
ฉีดพ่นบนตัวเห็บและหมัดโดยตรง หรือฉีดพ่นบนตัวสุนัขได้ ป้องกันแมลง และยุงรบกวน สามารถชุบสำลี และทาบนตัวเห็บหมัด

ภาพที่ 2.36 พฤติกรรมการใช้งานสเปรย์สำหรับสุนัข

จากภาพที่ 2.36 พฤติกรรมการใช้งาน คือ ใช้ฉีดพ่นบนตัวสุนัข ในส่วนบริเวณหัว และหน้า ถ้ากลัวว่าจะกระเด็นเข้าตาหรือปากของสุนัข ให้ฉีดสเปรย์ลงบนผ้า แล้วค่อยๆ เช็ดหน้าสุนัขเวลาพ่นสเปรย์ให้พยายามแหวกขนให้เห็นผิวหนัง พ่นสเปรย์ย้อนแนวขน และขยี้ขนเพื่อให้ตัวยาในสเปรย์ลงไปถึงชั้นผิวหนังให้ได้มากที่สุด เมื่อพ่นเสร็จแล้วให้ปล่อยทิ้งไว้ให้แห้งเอง อย่าใช้ผ้าขนหนูเช็ดตัวให้แห้ง เพราะจะเป็นการเช็ดเอายาออกจากตัวสุนัข

1) ปฏิกิริยาของสุนัขเมื่อพ่นสเปรย์ลงบนตัวสุนัข

นำข้อมูลนี้ไปใช้ประกอบในการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับการใช้งาน



ภาพที่ 2.37 กราฟแสดงปฏิกิริยาของสุนัขเมื่อพ่นสเปรย์ลงบนตัวสุนัข

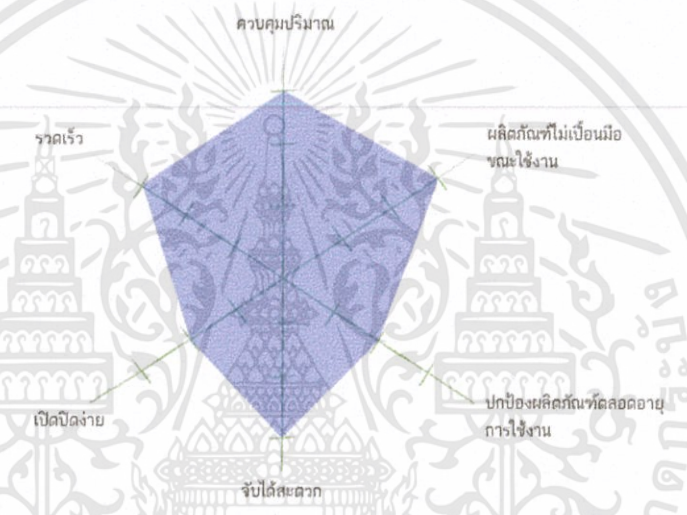
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากภาพที่ 2.37 พบว่าปฏิกิริยาของสุนัขเมื่อพ่นสเปรย์ลงบนตัวสุนัข สุนัขมีอาการดิ้นมากที่สุด และวิ่งหนีเป็นอันดับรองลงมา

วิธีจัดการกับพฤติกรรมสุนัขของกลุ่มเป้าหมายจาการสำรวจ คือ จับมัด หาของมาหลอกล่อ หาคนมาช่วยจับ การยกขาหลังของสุนัข และรอให้สงบ

2) กราฟแสดงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์สเปรย์สุนัขจากการสำรวจ

นำข้อมูลนี้ไปใช้กำหนดความต้องการในการออกแบบบรรจุภัณฑ์



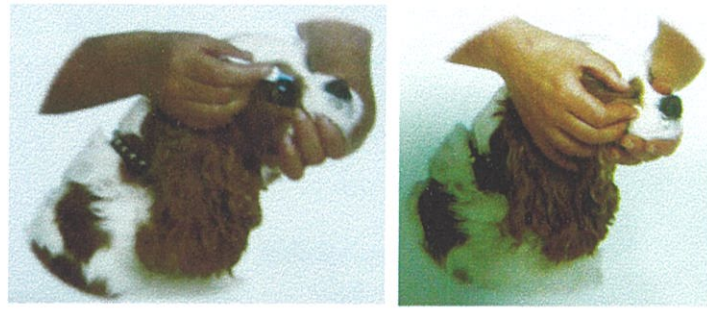
ภาพที่ 2.38 กราฟแสดงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์สเปรย์สุนัข

จากภาพ 2.38 จะเห็นได้ว่าความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์สเปรย์สุนัข คือ การควบคุมปริมาณของผลิตภัณฑ์ การจับได้สะดวก และความรวดเร็วในการใช้งาน เนื่องจากสุนัขดิ้น

2.4.2.3 พฤติกรรมการใช้ยาป้ายตาสุนัข และน้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัข

เป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่มีใน “Green for dog” เป็นผลิตภัณฑ์ที่จะเพิ่มการผลิตในอนาคต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.39 พฤติกรรมการใช้งานยาป้ายตา

จากภาพที่ 2.39 พฤติกรรมการใช้งาน คือ บีบยาป้ายตาให้เป็นเส้นตามความยาวของขอบเปลือกตาล่าง ระวังอย่าให้ปลายหลอดยาโดนตาสุนัข ปิดเปลือกตาสุนัขไว้ประมาณ 2-3 วินาที ให้ละลายกระจายทั่วตา

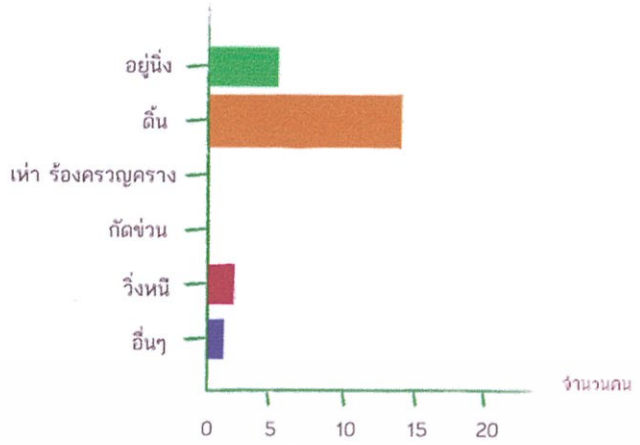
ภาพที่ 2.40 พฤติกรรมการใช้งานน้ำยาเช็ดคราบน้ำตา

จากภาพที่ 2.40 พฤติกรรมการใช้งาน คือ จับสุนัขให้อยู่ในท่านั่ง เพื่อความสะดวก แล้วจับหัวสุนัขเชิดหน้าขึ้น เช็ดขี้ตาและคราบต่างๆออกอย่างนุ่มนวล เช็ดขอบตาเข้ามาทางด้านบนและด้านหลังเพื่อไม่ให้สุนัขตื่นตกใจ ระวังอย่าให้มีเศษสำลีตกค้างบนตา

1) ปฏิกิริยาของสุนัขเมื่อใช้ยาป้ายตาสุนัข และน้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัข

นำข้อมูลนี้ไปใช้ประกอบในการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับการใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



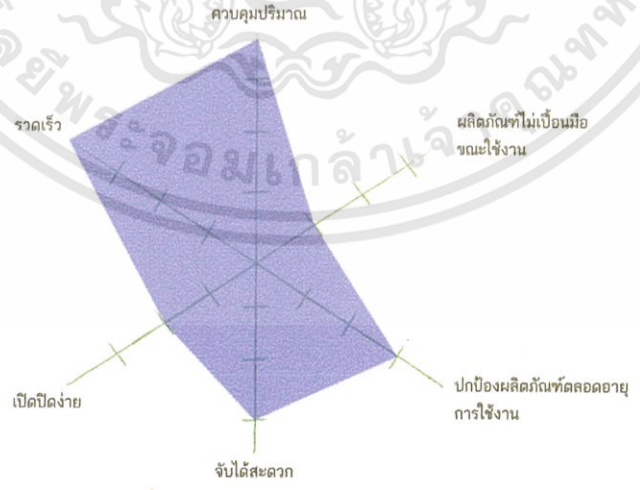
ภาพที่ 2.41 กราฟแสดงปฏิกิริยาของสุนัขเมื่อกลุ่มเป้าหมายใช้ยาป้ายตา และน้ำยาเช็ดคราบน้ำตา

จากภาพที่ 2.41 พบว่าปฏิกิริยาของสุนัขเมื่อกลุ่มเป้าหมายใช้ยาป้ายตา และน้ำยาเช็ดคราบน้ำตา สุนัขมีอาการดิ้นมากที่สุด และอยู่นิ่งเป็นอันดับรองลงมา

วิธีจัดการกับพฤติกรรมสุนัขของกลุ่มเป้าหมายจาการสำรวจ คือ จับล็อค และหาคนมาช่วยจับ

2) กราฟแสดงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ยาป้ายตาสุนัข และน้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัขจากการสำรวจ

นำข้อมูลนี้ไปใช้กำหนดความต้องการในการออกแบบบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 2.42 กราฟแสดงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ยาป้ายตาสุนัข และน้ำยาเช็ดคราบน้ำตา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากภาพ 2.42 จะเห็นได้ว่าความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ยาป้ายตาและน้ำยาเช็ดคราบน้ำตา คือ การควบคุมปริมาณ การจับได้สะดวก และความรวดเร็วในการใช้งานเนื่องจากสุนัขดิ้น

2.4.2.4 พฤติกรรมการใช้น้ำมันหยอดหูสุนัข

ควรได้รับการตรวจเป็นประจำทุกสัปดาห์เพื่อมองหาสัญญาณของกลิ่นไม่พึงประสงค์ อาการแดงหรืออาการอักเสบ สำหรับสุนัขพันธุ์ "หูห้อย" ต้องหมั่นตรวจสุขภาพหูเป็นประจำ เพราะอากาศอาจไม่ค่อยถ่ายเทอย่างอิสระในช่องหูของพวกมัน

1. ดูดน้ำมันจากขวดน้ำมันหยอดหูขึ้นมาตามหลอดแก้ว

2. หยอดหูข้างละ 4-6 หยด วันละ 2 ครั้ง ลงในช่องหู และนวดโคนหูเบาๆ ใช้ติดต่อกัน 7-14 วัน ขึ้นอยู่กับอาการของโรค ควรทำความสะอาดในช่องหูก่อนหยอดยา

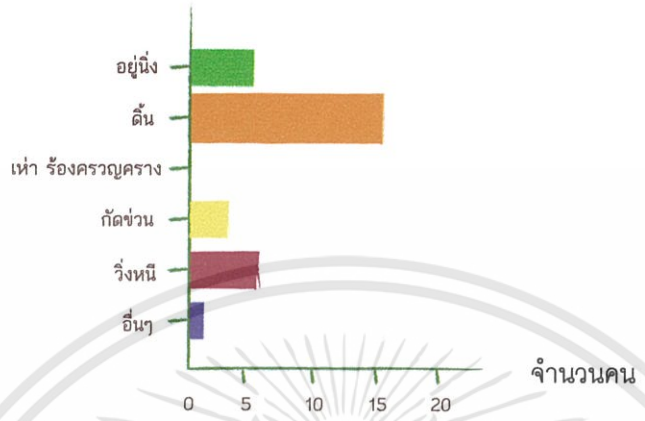
ภาพที่ 2.43 พฤติกรรมการใช้งานน้ำมันหยอดหูสุนัข

จากภาพที่ 2.43 พฤติกรรมการใช้งาน คือ ดูดน้ำมันจากขวดน้ำมันหยอดหูขึ้นมาตามหลอดหยด หลังจากนั้นหยอดหูข้างละ 4-6 หยด วันละ 2 ครั้ง ลงในช่องหู และนวดโคนหูเบาๆ เพื่อให้ยากระจายตัว ใช้ติดต่อกัน 7-14 วัน ขึ้นอยู่กับอาการของโรค ควรทำความสะอาดในช่องหูก่อนหยอดยา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1) ปฏิกิริยาของสุนัขเมื่อใช้น้ำมันหยอดหูสุนัข

นำข้อมูลนี้ไปใช้ประกอบในการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับการใช้งาน



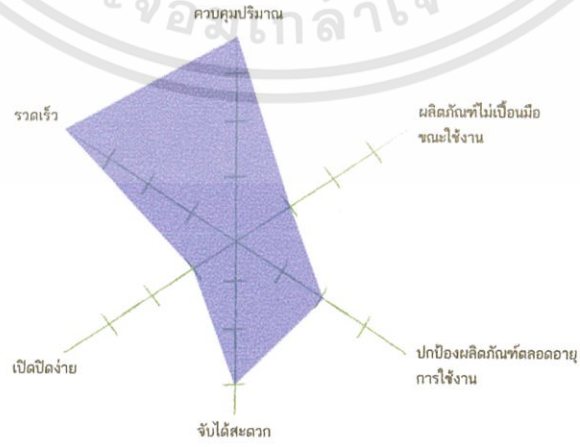
ภาพที่ 2.44 กราฟแสดงปฏิกิริยาของสุนัขเมื่อกลุ่มเป้าหมายใช้น้ำมันหยอดหูกับสุนัข

จากภาพที่ 2.44 พบว่าปฏิกิริยาของสุนัขเมื่อกลุ่มเป้าหมายใช้น้ำมันหยอดหูกับสุนัข สุนัขมีอาการดิ้นมากที่สุด และวิ่งหนีเป็นอันดับรองลงมา

วิธีจัดการกับพฤติกรรมสุนัขของกลุ่มเป้าหมายจาการสำรวจ ได้แก่ จับในท่านอน และหาคนมาช่วยจับ

2) กราฟแสดงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์น้ำมันหยอดหูสุนัขจากการสำรวจ

นำข้อมูลนี้ไปใช้กำหนดความต้องการในการออกแบบบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 2.45 กราฟแสดงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์น้ำมันหยอดหูสุนัข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากภาพ 2.45 จะเห็นได้ว่าความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์น้ำมันหยอดหูสุนัข คือ การควบคุมปริมาณ การจับได้สะดวก และความรวดเร็วในการใช้งานเนื่องจากสุนัขดิ้น

2.4.2.5 พฤติกรรมการใช้โคลนหมักขนสุนัข

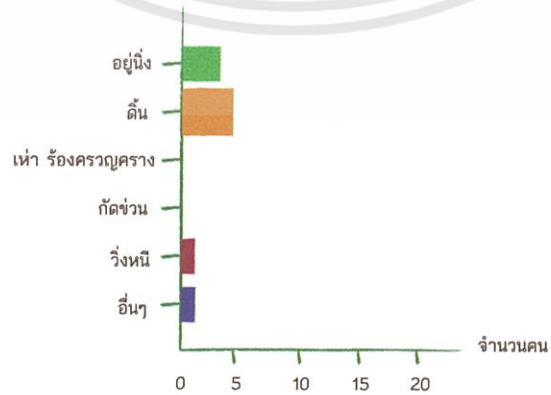
เป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่มีใน "Green for dog" แต่เป็นแผนการตลาดที่จะผลิตในอนาคต

ภาพที่ 2.46 พฤติกรรมการหมักขนสุนัข

จากภาพที่ 2.46 พฤติกรรมการใช้งาน คือ ชโลมโคลนให้ทั่วตัวสุนัข ทิ้งไว้ประมาณ 10 นาที จากนั้นล้างออกด้วยน้ำสะอาด

1) ปฏิกิริยาของสุนัขเมื่อใช้โคลนหมักขนสุนัข

นำข้อมูลนี้ไปใช้ประกอบในการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับการใช้งาน



ภาพที่ 2.47 กราฟแสดงปฏิกิริยาของสุนัขเมื่อกลุ่มเป้าหมายใช้โคลนหมักขนสุนัข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากภาพที่ 2.47 พบว่าปฏิกิริยาของสุนัขเมื่อกลุ่มเป้าหมายใช้โคลนหมักขนสุนัข สุนัขมีอาการดิ้นมากที่สุด และอยู่นิ่งเป็นอันดับรองลงมา

วิธีจัดการกับพฤติกรรมสุนัขของกลุ่มเป้าหมายจาการสำรวจ ได้แก่ หาคนมาช่วยจับ

2) กราฟแสดงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์โคลนหมักขนสุนัขจากการสำรวจ

นำข้อมูลนี้ไปใช้กำหนดความต้องการในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ภาพที่ 2.48 กราฟแสดงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์โคลนหมักขนสุนัข

จากภาพ 2.48 จะเห็นได้ว่าความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์โคลนหมักขนสุนัข คือ ผลิตภัณฑ์ไม่เปื้อนมือขณะใช้งาน เนื่องจากผลิตภัณฑ์เมื่อใช้งานจะมีโอกาสเปื้อนมือสูง การปกป้องผลิตภัณฑ์ตลอดอายุการใช้งาน จับได้สะดวกกระชับมือ

2.4.2.6 พฤติกรรมการใช้ครีมทาบนตัวสุนัข

ประกอบด้วย ครีมรักษาโรคผิวหนัง รักษาอาการคัน และครีมรักษาโรคขี้เรื้อน เป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่มีใน “Green for dog” แต่เป็นแผนการตลาดที่จะผลิตในอนาคต

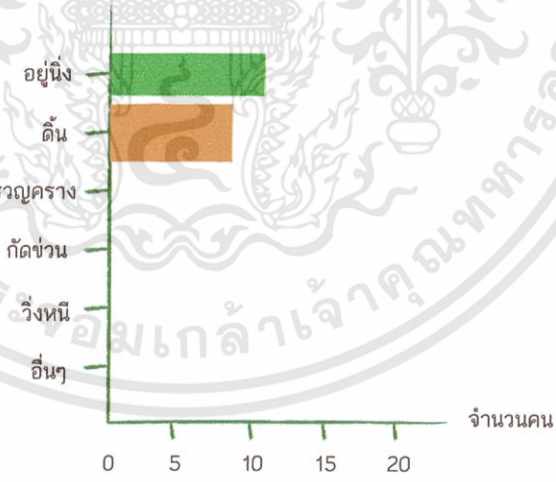
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 2.49 พฤติกรรมการทาครีมลงบนตัวสุนัข

จากภาพที่ 2.49 พฤติกรรมการใช้งาน คือ ทาบนผิวหนังบริเวณที่มีอาการวันละ 1-2 ครั้ง เมื่ออาการของผิวหนังหายดีแล้ว ควรทาครีมต่อเนื่องอีก 7 วัน เป็นอย่างน้อย

1) ปฏิกิริยาของสุนัขเมื่อกลุ่มเป้าหมายใช้ครีมทาบนตัวสุนัข

นำข้อมูลนี้ไปใช้ประกอบในการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับการใช้งาน



ภาพที่ 2.50 กราฟแสดงปฏิกิริยาของสุนัขเมื่อกลุ่มเป้าหมายใช้ครีมทาตัวสุนัข

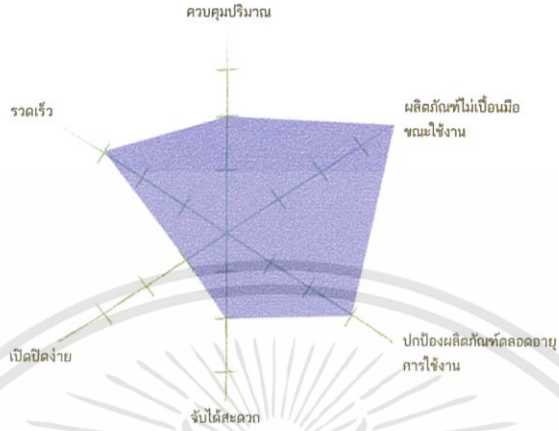
จากภาพที่ 2.50 พบว่าปฏิกิริยาของสุนัขเมื่อกลุ่มเป้าหมายใช้ครีมลงบนตัวสุนัข สุนัขมีอาการอยู่นิ่งมากที่สุด และดิ้นเป็นอันดับรองลงมา

วิธีจัดการกับพฤติกรรมสุนัขของกลุ่มเป้าหมายจาการสำรวจ คือ หาคนมาช่วยจับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2) กราฟแสดงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ครีมทาตัวสุนัขจากการสำรวจ

นำข้อมูลนี้ไปใช้กำหนดความต้องการในการออกแบบบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 2.51 กราฟแสดงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ครีมทาบนตัวสุนัข

จากภาพ 2.51 จะเห็นได้ว่าความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ครีมทาบนตัวสุนัข คือ ผลิตภัณฑ์ไม่เปื้อนมือขณะใช้งาน เนื่องจากผลิตภัณฑ์เมื่อใช้งานจะมีโอกาสเปื้อนมือสูง การปกป้องผลิตภัณฑ์ตลอดอายุการใช้งาน และความรวดเร็วในการใช้ผลิตภัณฑ์

2.4.2.7 พฤติกรรมการใช้แป้งโรยสุนัข

เป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่มีใน “Green for dog” แต่เป็นแผนการตลาดที่จะผลิตในอนาคต

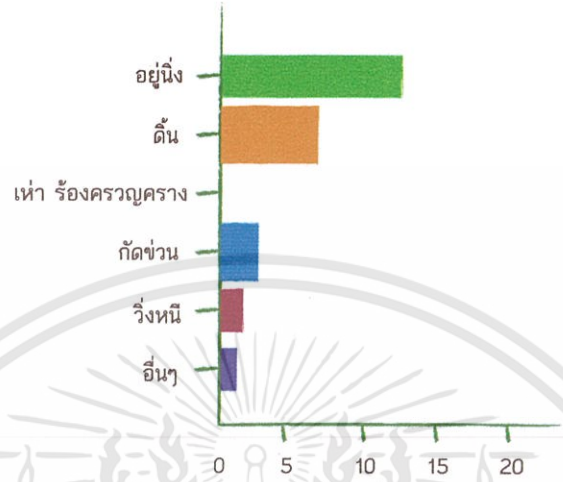
ภาพที่ 2.52 พฤติกรรมการใช้แป้งโรยตัวสุนัข

จากภาพที่ 2.52 พฤติกรรมการใช้งาน คือ ทาแป้งหลังจากอาบน้ำให้สุนัข โรยทั่วตัวสุนัข และขยี้ขนเล็กน้อยเพื่อให้แป้งกระจายตัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1) ปฏิกิริยาของสุนัขเมื่อกลุ่มเป้าหมายใช้แป้งโรยตัวสุนัข

นำข้อมูลนี้ไปใช้ประกอบในการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับการใช้งาน



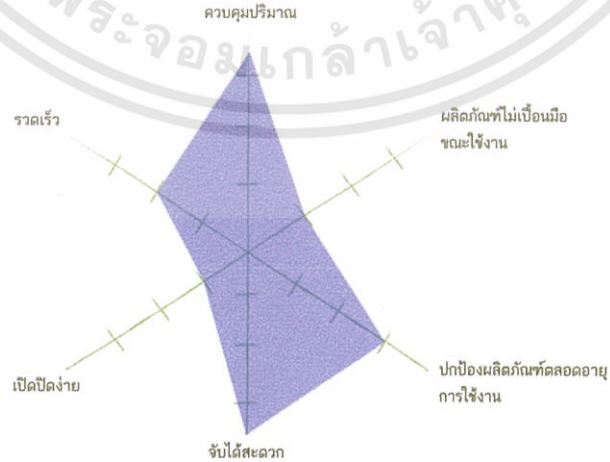
ภาพที่ 2.53 กราฟแสดงปฏิกิริยาของสุนัขเมื่อกลุ่มเป้าหมายใช้แป้งโรยตัวสุนัข

จากภาพที่ 2.53 พบว่าปฏิกิริยาของสุนัขเมื่อกลุ่มเป้าหมายใช้แป้งทาตัวสุนัข สุนัขมีอาการอยู่นิ่งมากที่สุด และดิ้นเป็นอันดับรองลงมา

วิธีจัดการกับพฤติกรรมสุนัขของกลุ่มเป้าหมายจาการสำรวจ คือ หาคนมาช่วยจับ

2) กราฟแสดงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์แป้งโรยตัวสุนัขจากการสำรวจ

นำข้อมูลนี้ไปใช้กำหนดความต้องการในการออกแบบบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 2.54 แสดงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์แป้งทาตัวสุนัข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากภาพที่ 2.54 จะเห็นได้ว่าความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์แป้งทาตัวสุนัข คือ ควบคุมปริมาณได้ดี ปกป้องผลิตภัณฑ์ได้ตลอดอายุการใช้งาน จับได้สะดวกกระชับมือ เพื่อง่ายต่อการโรยแป้งบนตัวสุนัข

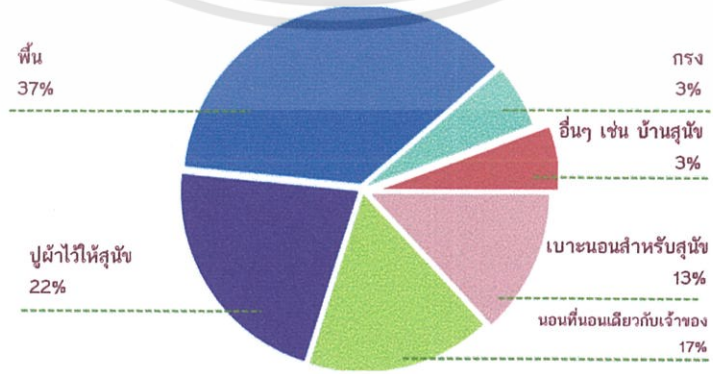
2.4.2.8 พฤติกรรมการใช้สเปรย์ฉีดบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่

ภาพที่ 2.55 พฤติกรรมการใช้สเปรย์ฉีดบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่

จากภาพ 2.55 พฤติกรรมการใช้งาน คือ ฉีดสเปรย์ที่กรง ที่คอก ที่พรม ที่โซฟา และห้องที่สุนัขทำให้เกิดกลิ่น

1) ลักษณะพื้นที่ที่ใช้งานสเปรย์ฉีดบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่

นำข้อมูลนี้ไปใช้ประกอบในการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับพื้นที่การใช้งาน



ภาพที่ 2.56 แผนภูมิแสดงลักษณะที่นอนของสุนัข และบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่บ่อยๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากภาพที่ 2.56 บริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่บ่อยมากที่สุด คือ พื้น รองลงมา คือ ผ้าปูสำหรับให้สุนัขนอน และนอนที่เดียวกับเจ้าของ ซึ่งจะนำข้อมูลนี้ไปใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับขนาดที่นอนสุนัขที่มีความแตกต่างกัน

2) กราฟแสดงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์สเปรย์ฉีดบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่จากการสำรวจ

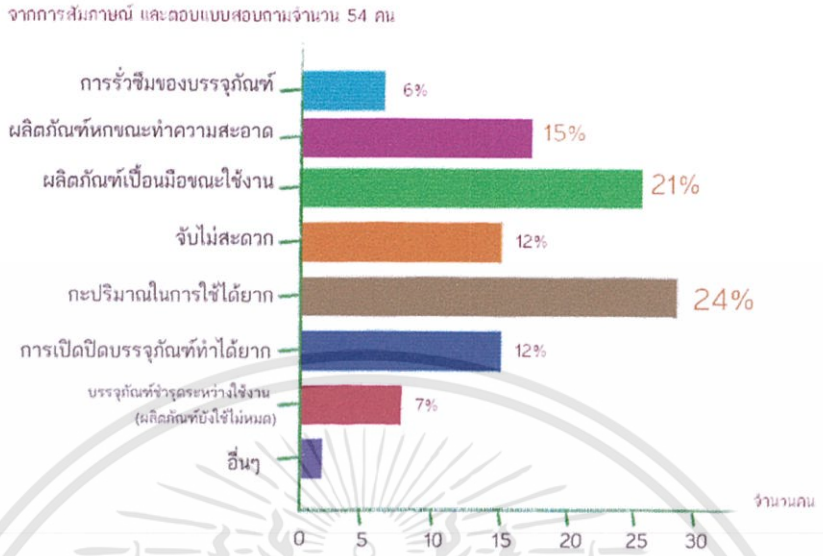
นำข้อมูลนี้ไปใช้กำหนดความต้องการในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ภาพที่ 2.57 กราฟแสดงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์สเปรย์ฉีดบริเวณที่ สุนัขอาศัยอยู่

จากภาพที่ 2.57 จะเห็นได้ว่าความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์สเปรย์ฉีดบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่ คือ ควบคุมปริมาณได้ดี จับได้สะดวก และเปิดปิดได้ง่าย เพื่อสะดวกในการใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.2.9 ปัญหาการใช้งานบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มเป้าหมายโดยรวม



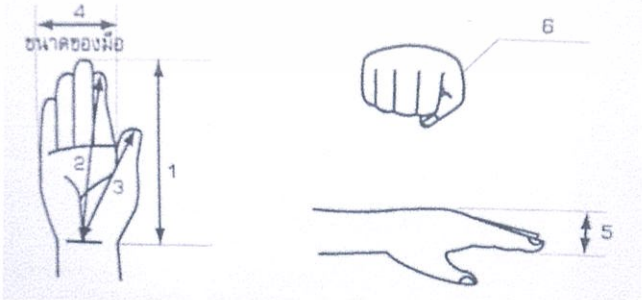
ภาพที่ 2.58 แผนภูมิแสดงปัญหาการใช้งานบรรจุภัณฑ์โดยรวม

จากภาพที่ 2.58 พบว่าปัญหาจากการใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีมากที่สุด คือ การควบคุมปริมาณของผลิตภัณฑ์ อันดับต่อมา คือ ผลิตภัณฑ์เปื้อนมือขณะใช้งาน อันดับ 3 คือ ผลิตภัณฑ์หกขณะทำความสะอาด ซึ่งจะนำปัญหาเหล่านี้ไปพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมด้านการใช้งานยิ่งขึ้น สะดวกสบายมากขึ้น

2.4.3 ข้อมูลสัดส่วนของมือมนุษย์

เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปเป็นส่วนช่วยในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะการใช้งานที่ เช่น กำหนดขนาดบรรจุภัณฑ์ให้จับได้ถนัด การกระจายแรงกดของฝ่า เป็นต้น

2.4.3.1 สัดส่วนของมือ



ภาพที่ 2.59 สัดส่วนมือมนุษย์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากภาพที่ 2.59 ได้ข้อสรุปว่านำข้อมูลลักษณะขนาดของการแบมือ และกำมือ ไปใช้ในการออกแบบลักษณะความกว้างของฝาขณะเปิดปิดที่จับถนัดมือมากที่สุด

2.4.3.2 ลักษณะการจับทั้งอุ้งมือ

ขนาดที่จับมีเส้นผ่านศูนย์กลางหรือความกว้างประมาณ 4.4 เซนติเมตร

ภาพที่ 2.60 แสดงลักษณะการจับทั้งอุ้งมือ

จากภาพที่ 2.60 ได้ข้อสรุปว่านำข้อมูลสัดส่วนของอุ้งมือไปใช้กำหนดขนาดของตัวขวดที่จับถนัดมือดมากที่สุด

2.4.3.3 ลักษณะการจับกระซับเต็มมือ

ขนาดที่มือคนสามารถจับกระซับได้เต็มมือมีเส้นผ่านศูนย์กลางประมาณ 7.5 เซนติเมตร ส่วนการจับโดยใช้นิ้วมือขนาดที่จับกระซับ มีขนาดประมาณ 14 เซนติเมตร

ภาพที่ 2.61 แสดงลักษณะการจับกระซับเต็มมือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากภาพที่ 2.61 ได้ข้อสรุปว่านำข้อมูลลักษณะการจับกระชับมือ เพื่อนำไปประกอบการออกแบบฝาบรรจุภัณฑ์ในการบิดหรือหมุน

2.4.4 วิเคราะห์ และสรุปข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายที่นำไปใช้ในการออกแบบ

2.4.4.1 ด้านภาพลักษณ์

ออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ให้มีลักษณะเหมาะสมกับลักษณะของกลุ่มเป้าหมายที่มีกำลังซื้อสูง รักสุขภาพ เหมาะสมกับวัย ซึ่งกลุ่มเป้าหมายทั้งหมดอยู่ในวัยทำงาน ออกแบบให้น่าเชื่อถือ และสื่อถึงตัวตนของผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน

2.4.4.2 ด้านการใช้งาน

1) ออกแบบโครงสร้างให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้ใช้งาน และคำนึงถึงปฏิกิริยาของสุนัขขนาดใช้งาน ซึ่งผลิตภัณฑ์แต่ละตัวมีหน้าที่การใช้งานที่ต่างกัน เช่น บนตัวสุนัข ตา หู และพื้นที่ที่สุนัขอาศัยอยู่

2) กำหนดขนาดของบรรจุภัณฑ์จากข้อมูลสัดส่วนมือมนุษย์ ที่สามารถจับได้ถนัดที่สุดขณะใช้งานไปใช้ประกอบการออกแบบลักษณะบรรจุภัณฑ์

2.5 ข้อมูลสุนัขที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ

ความเข้าใจเกี่ยวกับสุนัขมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อสามารถออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับการใช้งานระหว่างผู้เลี้ยงสุนัข และสุนัข ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.5.1 การแบ่งประเภทของสุนัขตามน้ำหนักตัว

การแบ่งประเภทของสุนัขตามน้ำหนักตัวหรือแบ่งตามขนาด เป็นการแบ่งประเภทของสุนัขที่ได้มาตรฐาน ข้อมูลที่ได้ส่วนใหญ่จะนำมาใช้ในเรื่องของปริมาณสัดส่วนของผลิตภัณฑ์

การแบ่งขนาดของสุนัขตามน้ำหนักตัวสามารถแบ่งได้เป็น 3 ขนาด จากจำนวนทั้งสิ้น 158 สายพันธุ์ [8]

ที่มา [8] : คณาจารย์ภาควิชาอายุรศาสตร์ คณะสัตวแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.2554 สุนัข. พิมพ์ครั้งที่ 12.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

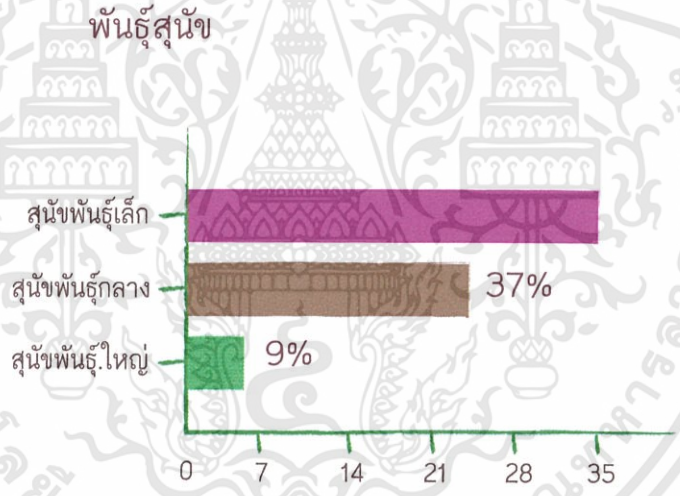
ตารางที่ 2.15 แสดงจำนวนสายพันธุ์ และน้ำหนักของสุนัขแต่ละประเภท

พันธุ์เล็ก	พันธุ์กลาง	พันธุ์ใหญ่
น้อยกว่า 11 กิโลกรัม	ตั้งแต่ 11-22 กิโลกรัม	มากกว่า 22 กิโลกรัมขึ้นไป
จำนวน 48 สายพันธุ์	จำนวน 37 สายพันธุ์	จำนวน 73 สายพันธุ์

สายพันธุ์สุนัขที่นิยมเลี้ยงในปัจจุบันมากที่สุดในขณะนี้ 5 สายพันธุ์แรก ได้แก่ สุนัขพุดเดิ้ล ชิสุ ชิวาว่า โกเด้น รีทีฟเวอร์ ปอมเมอเรเนียน และปั๊ก ซึ่งเป็นที่นิยมมากในกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในสังคมเมือง และนิยมพกพา เพราะดูแลได้ง่าย มีขนาดเล็ก [6]

2.5.2 **ขนาดของสุนัขที่กลุ่มเป้าหมายเลี้ยงมากที่สุด**

จากแบบสำรวจ และสัมภาษณ์จากกลุ่มเป้าหมายจำนวน 54 คน



ภาพที่ 2.62 แผนภูมิแสดงพันธุ์สุนัขที่กลุ่มเป้าหมายเลี้ยงในขณะนี้จากการสัมภาษณ์ และตอบแบบสอบถามจำนวน 54 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่มา [6] : สัตวแพทย์หญิงบัณฑิตา สภาวจิตร และสัตวแพทย์หญิงชวภา วรรธนะประทีบ. “4 ขา Marketing เปิดขุมทรัพย์หมื่นล้าน ตลาดโฮ่ง-เหมียว”. [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://2g.pantip.com. 2555.

จากภาพที่ 2.62 พันธุ์ที่กลุ่มเป้าหมายเลี้ยงมากที่สุด คือ สุนัขพันธุ์เล็ก โดยนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบในด้านการส่งเสริมการขาย และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยที่ยังตอบสนองความต้องการของผู้ที่ไม่ได้เลี้ยงสุนัขพันธุ์เล็กด้วยเช่นกัน

2.5.3 ประเภทของขนสุนัข

การแบ่งประเภทของขนจะนำไปใช้กับการเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้ตราสินค้า โดยที่จะแบ่งสุนัขออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้

2.5.3.1 ขนแพรไหม เช่น อัฟกันฮาวนด์ ยอร์กเชอร์เทร์เรียร์ มอลทีส ลาซาแอปโซ เซตเตอร์ สเปเนียล ปักกิ่ง ถ้าไม่เอาใจใส่ในการดูแลรักษาขนชนิดนี้ จะอยู่ในลักษณะที่ยุ่งเหยิง ขนชนิดนี้ต้องแปรงบ่อยๆ เพื่อไม่ให้เป็นสังกะตัง ดังภาพที่ 2.63

ภาพที่ 2.63 ลักษณะสุนัขขนแพรไหม จากซ้ายไปขวา ลาซาแอปโซ อัฟกันฮาวนด์ สเปเนียล

2.5.3.2 ขนหยิกที่ไม่มีการหลุด เช่น เบ็ดลิงตันเทอร์เรีย พุดเดิ้ล เคอร์รีบลูเทอร์เรีย สุนัขพันธุ์นี้จะไม่มีการเปลี่ยนขนใหม่ แต่ขนจะขึ้นตลอด เพราะฉะนั้นจะต้องตัดขน และอาบน้ำทุกๆ 6-8 สัปดาห์ ถ้าขนสั้นจะต้องแปรงทุกๆ 2 วัน ดังภาพที่ 2.64

ภาพที่ 2.64 ลักษณะสุนัขขนหยิกที่ไม่มีการหลุด จากซ้ายไปขวา เบ็ดลิงตันเทอร์เรีย พุดเดิ้ล เคอร์รีบลูเทอร์เรีย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.3.3 ขนเรียบสั้น ไม่ต้องการการดูแลมากนัก แต่ควรแปรงขนสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง ขั้นแรกควรใช้แปรงยางและถุงมือย้อนขน เพื่อขจัดขนที่หมดอายุแล้ว รวมทั้งสิ่งสกปรกบนผิวหนัง ได้แก่ วิปเพ็ท บ็อกเซอร์ ดัชชุนขนเรียบ ดังภาพที่ 2.65

ภาพที่ 2.65 ลักษณะสุนัขขนเรียบสั้น จากซ้ายไปขวา วิปเพ็ท บ็อกเซอร์ ดัชชุนขนเรียบ

2.5.3.4 ขนชนิดยาว และหนา ควรดูแลด้วยแปรงพิเศษที่เรียกว่า สลิกเกอร์ เพื่อช่วยไม่ให้ขนติดกัน และแปรงที่มีลักษณะเหมือนถุงมือ ได้แก่ ลาบาดอร์ คอร์กี้ ดังภาพที่ 2.66

ภาพที่ 2.66 ลักษณะสุนัขขนชนิดยาว และหนา จากซ้ายไปขวา ลาบาดอร์ คอร์กี้

2.5.3.5 ขนเหนียวเหมือนลวด ส่วนใหญ่เป็นพันธุ์เทอร์เรีย เช่น เวสตี้เทอร์เรีย ซีลีแฮม เคอร์นอร์วิชเลคแลนด์ แอร์รีเดลเทอร์เรีย ดัชชุน ชเนาเซอร์ ต้องแปรงขนบ่อยๆ เพื่อไม่ให้เป็นสังกะตัง สำหรับขนที่อยู่ภายนอกจะต้องถอนทุกๆ 3-4 เดือน เมื่อถอนเสร็จจึงอาบน้ำ หรือใช้เครื่องตันขนทุกๆ 6-8 สัปดาห์ ในบริเวณตาและหู ต้องใช้กรรไกรตัดอย่างระมัดระวัง ดังภาพที่ 2.67

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 2.67 ลักษณะสุนัขขนเหนียวเหมือนลวด จากซ้ายไปขวา เวสตี้เทอร์เรีย ซีลีแฮม แอร์รีเดลเทอร์เรีย

2.5.4 วิเคราะห์ และสรุปข้อมูลสุนัขที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ

2.5.4.1 ด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

ลักษณะของขนสุนัขหลากหลายมีส่วนช่วยในการออกแบบจัดองค์ประกอบให้แยกแยะสินค้าได้ง่ายขึ้น

2.5.4.2 ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

ขนาดของสุนัขมีส่วนช่วยกำหนดปริมาตรของบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับสุนัขที่มีความหลายหลาย ซึ่งจากผลสำรวจพบว่า สุนัขพันธุ์เล็ก และสุนัขพันธุ์กลางเป็นที่นิยมมากในกลุ่มเป้าหมาย

2.6 ข้อมูลด้านวัสดุ และกรรมวิธีการผลิต

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ในโครงการมีความหลากหลายทางด้านลักษณะทางกายภาพวัสดุที่นำมาใช้ในการผลิต จึงมีความแตกต่างกันไปตามความเหมาะสม ในการออกแบบจึงควรคำนึงถึงลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์กับบรรจุภัณฑ์เพื่อที่จะสามารถเลือกวัสดุและกรรมวิธีในการผลิต การขนส่ง การบรรจุ และยังสามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ตลอดอายุการใช้งานได้เป็นอย่างดี

2.6.1 ข้อมูลวัสดุ

2.6.1.1 ชนิดของพลาสติกสำหรับขวดบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ขวดพลาสติกในปัจจุบันมีการใช้บรรจุภัณฑ์ขวดพลาสติกอย่างกว้างขวางและมีหลากหลายชนิด แต่ที่นิยมใช้มากมีดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1) โพลีเอทีลีน (Polyethylene-PE)

มีน้ำหมักเบามาก มีความยืดตัวได้ดีมาก สามารถพับงอได้ ฉีกขาดได้ยาก เหนียว รับแรงอัดได้น้อย เป็นฉนวนไฟฟ้าได้ดีมาก แต่ทนความเย็นได้ดีมาก ทนต่อกรด และด่างอ่อน ไม่ทนน้ำมัน และไขมัน ดูดซึมความชื้น แต่มียอมให้อากาศผ่าน เหมาะกับบรรจุภัณฑ์หลอดยาป้ายตาได้ เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีความยืดหยุ่น สำหรับบรรจุภัณฑ์ที่ต้องออกแรงบีบ แต่ไม่สามารถรีไซเคิลได้ เหมาะกับบรรจุภัณฑ์ใช้แล้วทิ้ง

2) โพลีเอทิลีนชนิดความหนาแน่นสูง (High Density Polyethylene : HDPE)

เป็นโพลีเอทิลีนที่มีความหนาแน่นของโมเลกุลสูง (ความถ่วงจำเพาะสูง) เหนียว ทนแรงกระแทกสูง ยืดหยุ่น ทนต่อสารเคมี และแสงแดด เหมาะสำหรับบรรจุภัณฑ์แป้งโรยตัวสุนัข ครีมทาตัวสุนัข และโคลนหมักขนสุนัข

3) โพลีโพรพิลีน (Polypropylene-PP)

เป็นเทอร์โมพลาสติกที่มีน้ำหนักเบาที่สุด มีสมบัติเชิงกลดีมาก เหนียว ทนต่อแรงดึง รับแรงกระแทกและทรงตัวดี มีความเงา ทนความร้อนได้สูง แต่จะเปราะที่อุณหภูมิ 0 องศาเซลเซียส ผิวมมีความแข็ง เหมาะสำหรับทำฝาบรรจุภัณฑ์ทุกชนิด

4) โพลีเอทีลีนเทเรฟทาเลต (Polyethylene Terephtalate-PET)

มีความแข็งแรงสูง มีความเหนียว และใสมาก ทนทานต่อสารเคมีได้ดี ทนความร้อนได้ดี ป้องกันการซึมผ่านของน้ำ และอากาศได้ดีมาก เหมาะสำหรับทำบรรจุภัณฑ์แชมพูสุนัข สเปรย์สุนัข น้ำมันหยอดหู น้ำยาเช็ดคราบน้ำตา สเปรย์สำหรับฉีดบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่

2.6.1.2 ชนิดของพลาสติกสำหรับฉลากบรรจุภัณฑ์

ใช้ฟิล์มหด ฟิล์มชนิดนี้จะหดตัวเมื่อได้รับความร้อน ซึ่งอาจจะเป็นความร้อนจากกระบวนการผลิตหรือลมร้อน ฟิล์มที่ใช้คือ (Polyvinyl Chloride-PVC) มีความหนา ความเหนียว เงา ความแข็งแรงของรอลซีลสูง จึงเหมาะสำหรับฉลากบนบรรจุภัณฑ์ทุกชนิด [9]

ที่มา [9] : มณีสินธุ์ พัชทรา. "ฟิล์มหด และฟิล์มยืดความเหมือนที่แตกต่าง". [Online]. เข้าถึงได้จาก : http:// http://www.ftiplastic.com. 2555.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6.1.3 ชนิดของพลาสติกสำหรับบรรจุภัณฑ์ชนิดเติม

ใช้พลาสติกโพลีเอทีลีน ชนิดความหนาแน่นต่ำ (LDPE) เพราะมีลักษณะนิ่ม และยืดหยุ่นสูง ผิวเงา ปิดผนึกถุงด้วยวิธีให้ความร้อน และสามารถรีไซเคิลได้

2.6.2 ข้อมูลกรรมวิธีการผลิต

โดยกรรมวิธีการผลิตขวดพลาสติกสามารถผลิตได้หลายวิธีดังนี้

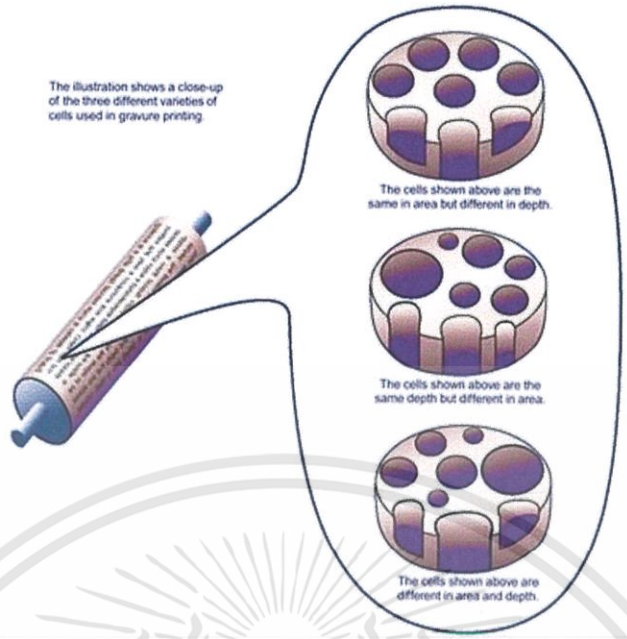
2.6.2.1 การอัดแบบฉีด (Injection Molding) วิธีการนี้มีหลักการที่สำคัญ คือ ให้ความร้อนแก่พลาสติกจนหลอมเหลวภายในกระบอกสูบ แล้วใช้แรงอัดเข้าไปในแบบ ซึ่งมีการหล่อเย็นให้พลาสติกแข็งตัว แล้วจึงเปิดเพื่อนำชิ้นงานออก เหมาะสำหรับทำฝาของบรรจุภัณฑ์

2.6.2.2 การอัดแบบฉีดเป่า (Injection Blow Molding) กรรมวิธีการผลิตแบ่งเป็น 2 ขั้น คือ ขั้นแรกทำพลาสติกให้เป็นหลอดโดยใช้เครื่องอัดแบบฉีด ขั้นที่ 2 คือ การเป่าหลอดนี้ให้เป็นรูปร่างตามแบบ วิธีนี้ทำให้คอขวดมีขนาดเที่ยงตรงมาก ไม่มีเศษพลาสติกเหลือ และผนังขวดสม่ำเสมอ แต่จะมีรูกลมอยู่ด้านล่าง เหมาะกับการผลิตในปริมาณน้อย เครื่องจักรมีราคาสูง เหมาะสำหรับทำขวดของบรรจุภัณฑ์ทุกชนิด

2.6.3 ข้อมูลระบบการพิมพ์

ลักษณะการพิมพ์ฉลากบนฟิล์มหด จะใช้ระบบการพิมพ์แบบกราเวียร์ เนื่องจากเป็นระบบการพิมพ์ที่สามารถผลิตภาพลายเส้น และภาพฮาล์ฟโตน ได้อย่างมีคุณภาพและรวดเร็ว อีกทั้งยังพิมพ์บนผิววัตถุต่างๆได้อีกหลายไประเภท โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุจำพวกพลาสติกและอะลูมิเนียมฟอยล์เช่นกัน เหมาะกับงานพิมพ์จำนวนมาก เพราะแม่พิมพ์มีราคาแพงและทนทาน ระบบการพิมพ์ในระบบนี้จึงเป็นที่นิยมใช้ ในด้านบรรจุภัณฑ์เป็นจำนวนมากซึ่งคุณภาพการพิมพ์ก็ทัดเทียมกับระบบการพิมพ์แบบออฟเซต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.68 ลักษณะแม่พิมพ์ของระบบกราเวียร์

จากภาพที่ 2.68 กรรมวิธีการพิมพ์แบบแม่พิมพ์ร่องลึก ซึ่งส่วนที่เป็นภาพ หรือลายเส้นที่พิมพ์ จะถูกกัดเจาะ เป็นหลุมเล็กๆจำนวนนับล้านหลุมเรียกว่า เซลล์ ซึ่งเป็นส่วนที่เก็บหมึกสำหรับที่จะพิมพ์ลงบนวัสดุต่างๆ ส่วนบริเวณที่ไม่ใช่ภาพ จะเป็นผิวเรียบ หลุมหมึกแต่ละหลุมแยกออกจากกันโดยผนัง หลุมเล็กๆนี้จะเก็บหมึกไว้ในปริมาณที่ไม่เท่ากันแล้วแต่ขนาดของหลุม ปริมาณหมึก ถ้าหลุมลึกหรือกว้างมากก็จะทำให้สีเข้มมากกว่าหลุมที่มีหมึกน้อย ทำให้สามารถพิมพ์ภาพที่มีโทนต่อเนื่องได้ หมึกพิมพ์ระบบนี้จะมีทั้งระบบโซลเว้นท์เบส โดยที่หมึกพิมพ์จะมีความหนืดต่ำ และแห้งตัวด้วยวิธีการระเหย แม่พิมพ์กราเวียร์นี้ทำมาจากเหล็กรูปทรงกระบอก ซึ่งมีผิวชุบด้วยทองแดงลักษณะเป็นหลุมหมึกเล็กๆ ก็จะถูกกัดลงในชั้นของทองแดงนี้ หรือแม่พิมพ์อาจนำมาเป็นแผ่น แล้วนำมาหุ้มรอบลูกกลิ้งเหล็กอีกชั้นหนึ่งก็ได้ [10]

2.6.4 สรุปข้อมูลด้านวัสดุ และกรรมวิธีการผลิต

วัสดุ และกรรมวิธีการผลิตของบรรจุภัณฑ์ในโครงการสามารถสรุป ได้ดังนี้

ที่มา [10] : บริษัท ดิจิตอล กราเวียร์ แพคเกจจิ้ง จำกัด. "ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเทคนิคการพิมพ์บรรจุภัณฑ์ ". [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://www.packingsiam.com

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.16 สรุปวัสดุ และกรรมวิธีการผลิตของแต่ละผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์		วัสดุ					กรรมวิธีการผลิต			ระบบการพิมพ์
		PP	PET	PE	HDPE	LDPE	Injection	Injection Blow Molding	ปิดผนึกด้วยความร้อน	กราเวียร์
แชมพูสุนัข	ฝา	●					●			
	ขวด		●					●		●
สเปรย์สุนัข	ฝา	●					●			●
	ขวด		●					●		
น้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัข	ฝา	●								
	ขวด		●					●		●
ยาป้ายตาสุนัข	ฝา	●					●			
	หลอด			●				●		●
น้ำมันหยอดหูสุนัข	ฝา	●					●			
	ขวด		●					●		●
โคลนหมักขนสุนัขและครีมทาตัวสุนัข	ฝา	●					●			
	ขวด				●			●		●
แป้งโรยตัวสุนัข	ฝา	●					●			
	ขวด				●			●		●
สเปรย์สำหรับฉีดพ่นบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่	ฝา	●					●			●
	ขวด		●					●		
ถุงเติม						●			●	●

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 2.16 จะนำข้อมูลที่ได้ไปเป็นข้อมูลประกอบการออกแบบรูปทรง และโครงสร้างการใช้งานให้เหมาะสมกับลักษณะกายภาพของวัสดุ และเขียนแบบอุตสาหกรรมให้มีความเป็นไปได้ในการผลิต

2.7 ข้อมูลด้านกฎหมาย

ผลิตภัณฑ์ Green For Dog จัดอยู่ภายใต้การควบคุมคุณภาพของมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน และมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.7.1 มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

ภาพที่ 2.69 ตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

ผลิตภัณฑ์ Green For Dog เป็นผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข จัดอยู่ภายใต้การควบคุมคุณภาพของสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ซึ่งจัดทำตารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ดังภาพที่ 2.69 เพื่อรองรับการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือระดับพื้นบ้าน ตามประกาศของ มผช.553/2547 ระบุไว้ว่า คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์สุนัขต้องมีความเป็นกรด-ด่างอยู่ระหว่าง 5.0-8.0 และได้ประกาศลักษณะการบรรจุ และเครื่องหมาย และฉลากไว้ดังนี้

2.7.1.1 การบรรจุ

1) ให้บรรจุผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัขในภาชนะที่สะอาด แห้ง ผนึกให้เรียบร้อย และสามารถป้องกันการปนเปื้อนจากสิ่งสกปรกภายนอกได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2) ปริมาตรสุทธิหรือน้ำหนักสุทธิของผลิตภัณฑ์สุนัขในแต่ละบรรจุภัณฑ์ ต้องไม่น้อยกว่าที่ระบุไว้ในฉลาก

2.7.1.2 เครื่องหมาย และฉลาก ที่บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์สุนัขทุกหน่วย อย่างน้อยต้องมีเลข อักษร หรือเครื่องหมายแจ้งรายละเอียดต่อไปนี้ให้เห็นได้ง่ายชัดเจน

1) ชื่อเรียกผลิตภัณฑ์ เช่น แชมพูสำหรับสุนัข แชมพูสำหรับสุนัขผสมขมิ้นชัน แชมพูสำหรับสุนัขผสมใบน้อยหน่า แชมพูสำหรับสุนัขผสมว่านห่างจระเข้

2) ชื่อ และปริมาณสารที่กำหนดปริมาณการใช้ (ถ้ามี)

3) ปริมาตรสุทธิหรือน้ำหนักสุทธิ

4) เดือน ปีที่ทำ

5) วิธีใช้ และข้อควรระวัง

6) ชื่อผู้ทำ หรือชื่อสถานที่ทำ พร้อมสถานที่ตั้ง หรือเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนในกรณีที่ใช้ภาษาต่างประเทศ ต้องมีความหมายตรงกับภาษาไทยที่กำหนดไว้ข้างต้น [11]

2.7.2 **มาตรฐานเกษตรอินทรีย์**

ผลิตภัณฑ์ Green For Dog เป็นผลิตภัณฑ์ของเกษตรอินทรีย์ ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ มูลนิธิมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ก่อตั้งขึ้นโดยความร่วมมือของกลุ่มองค์กรพัฒนาเอกชน

ภาพที่ 2.70 ตรารับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่มา [11] : สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. “มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์สหรับสุนัข”. [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://tcps.tisi.go.th. 2547.

จากภาพที่ 2.70 เป็นตราที่ได้รับการรับรองจากสำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์หรือ มกท. เป็นหน่วยงานตรวจสอบรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ที่ดำเนินงานภายใต้มูลนิธิมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ก่อตั้งกลไกการให้บริการตรวจสอบและรับรองฟาร์มเกษตรอินทรีย์ และการแปรรูปผลผลิตจากเกษตรอินทรีย์ ที่ปฏิบัติตามตามเกณฑ์ของ"มาตรฐานเกษตรอินทรีย์" ของ มกท. ซึ่งหลีกเลี่ยงการใช้สารเคมีในกระบวนการผลิตและแปรรูป โดยมุ่งเน้นการฟื้นฟูและรักษาความอุดมสมบูรณ์ของดินด้วยอินทรียวัตถุ และรักษาความสมดุลของระบบนิเวศ การตรวจสอบก็จะเริ่มตั้งแต่การได้มาและการจัดการวัตถุดิบ กรรมวิธีการแปรรูป การบรรจุ และการขนส่ง จนกระทั่งถึงมือผู้บริโภค ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐานของ มกท. จะมีสิทธิ์ใช้ตรา มกท. บนบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นหลักประกันให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจเมื่อเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์

2.7.2.1 การใช้ตรา (มกท.) ข้อปฏิบัติในการใช้ตรา มกท.

1) เฉพาะผู้ผลิต และ/หรือผู้ประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน มกท. โดยมติของอนุกรรมการรับรองมาตรฐาน และได้ลงนามในสัญญาการใช้ตรากับ มกท. แล้วเท่านั้น จึงจะมีสิทธิใช้ตรา มกท. ได้

2) สามารถใช้ตรา มกท. และอ้างถึงการรับรองของ มกท. บนฉลากบรรจุภัณฑ์ หรือบนสื่อโฆษณา นิทรรศการ สิ่งจัดแสดง และร้านค้าได้

3) ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดในมาตรฐาน มกท.ที่เกี่ยวข้อง และแนวทางการใช้ตรา มกท. ที่แนบท้ายสัญญาการใช้ตราอย่างเคร่งครัด

4) นอกจากตรา มกท. แล้ว ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการมีสิทธิในการใช้ตรา มกท. ร่วมกับตราเกษตรอินทรีย์สากล (IFOAM accredited) เพื่อให้การรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของ มกท. มีความน่าเชื่อถือเพิ่มขึ้น แต่ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการต้องเซ็นสัญญาการใช้ตราเกษตรอินทรีย์สากลเพิ่มเติม เพื่อยินยอมปฏิบัติตามระเบียบการใช้ตรา มกท. ร่วมกับตราเกษตรอินทรีย์สากล โดยไม่มีค่าใช้จ่ายในการทำสัญญาเพิ่มเติม

5) สำหรับปัจจัยการผลิตที่ผ่านการตรวจสอบและรับรอง จะมีตราเฉพาะสำหรับปัจจัยการผลิตเท่านั้น ไม่ใช้ปะปนกับผลิตภัณฑ์อินทรีย์ชนิดอื่น

6) หาก มกท.พบว่ามีผู้แอบอ้างนำตรา มกท. ไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษร ผู้แอบอ้างจะถูกดำเนินการพิจารณาโทษตามกฎหมาย [12]

ที่มา [12] : กระทรวงพาณิชย์. "มาตรฐาน มกท.". [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://www.organic.moc.go.th

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7.3 สรุปข้อมูลทางด้านกฎหมายที่มีผลต่อการออกแบบ

นำลักษณะข้อกำหนดของมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน และมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ไปใช้ในการจัดวางตำแหน่งของตัวอักษร จัดองค์ประกอบลงบนฉลากของบรรจุภัณฑ์ และใช้ตรารับรองลงบนฉลากบรรจุภัณฑ์ เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ และแสดงถึงความเป็นเกษตรอินทรีย์ของผลิตภัณฑ์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

การพัฒนาการออกแบบ

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ

จากบทที่ 2 สามารถสรุปข้อมูลนำไปใช้ในการออกแบบดังนี้

3.1.1 ข้อมูลของบริษัทผู้ผลิต

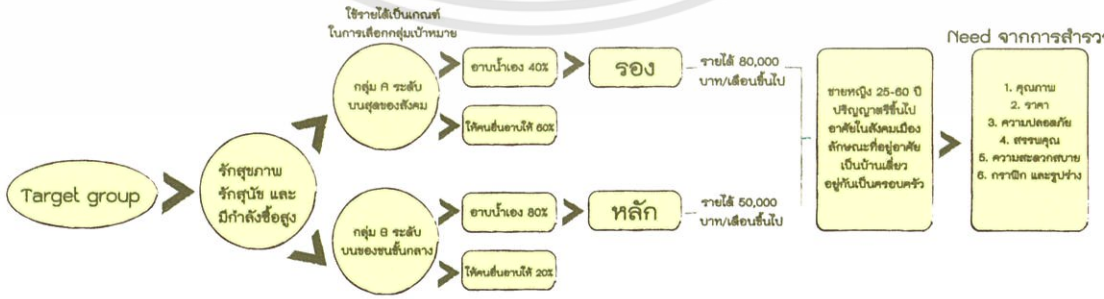
นำข้อมูลบริษัทไปกำหนดแนวคิดตราสินค้า ใช้ประกอบการสร้างภาพลักษณ์ที่สื่อถึงตัวตนของตราสินค้าให้ชัดเจน ปรับปรุงจุดบกพร่องของตราสินค้าเดิม เพื่อเพิ่มการใช้งานที่หลากหลาย

3.1.2 จุดขายของผลิตภัณฑ์

บริษัท ทางต้นลม จำกัด ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ “Green For Dog” ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข ตั้งแต่คัดสรรวัตถุดิบจากธรรมชาติ (เกษตรอินทรีย์) ที่ไร้สารพิษ จนไปถึงขั้นตอนการผลิตด้วยเทคนิคของเทคโนโลยีสะอาด จึงมั่นใจได้ว่าเป็นสินค้าที่มีความปลอดภัยต่อสุนัข ซึ่งจะนำข้อมูลที่ได้ไปกำหนดแนวคิดตราสินค้า และแนวคิดผลิตภัณฑ์

3.1.3 กลุ่มเป้าหมาย

ใช้กำหนดแนวคิดในการออกแบบ และแนวคิดผลิตภัณฑ์ กลุ่มเป้าหมายของบริษัท เป็นผู้ที่รักสุขภาพ รักสุนัข และมีกำลังซื้อสูง ซึ่งกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มผู้บริโภคระดับ B และกลุ่มเป้าหมายรอง คือ กลุ่มผู้บริโภคระดับ A ดังภาพที่ 3.1



ภาพที่ 3.1 ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.1 เนื่องจากการสำรวจด้วยแบบสอบถามพบว่ากลุ่มผู้บริโภคระดับ B นิยมดูแลสุนัขด้วยตนเองมากกว่ากลุ่มผู้บริโภคระดับ A จึงให้กลุ่มผู้บริโภคระดับ B เป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก และกลุ่มผู้บริโภคระดับ A เป็นกลุ่มเป้าหมายรอง ลักษณะทางกายภาพของทั้ง 2 กลุ่ม มีความใกล้เคียงกัน ต่างกันที่รายได้ของกลุ่ม A จะสูงกว่ากลุ่ม B ลักษณะทางจิตภาพของทั้ง 2 กลุ่มเหมือนกัน คือ รักสุขภาพ และรักสุนัข และให้ความสำคัญในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สุนัขในด้านคุณภาพมากที่สุด อันดับ 2 คือ ราคา อันดับ 3 คือ ความปลอดภัย อันดับ 4 คือ สรรพคุณ อันดับ 5 คือ ความสะดวกสบาย อันดับ 6 คือ กราฟิก และรูปร่าง ซึ่งจากบทที่ 2 พบว่าคู่แข่งยังไม่ให้ความสำคัญกับด้านความปลอดภัย สรรพคุณ และความสะดวกสบาย จึงนำความต้องการทั้ง 3 ด้านมาเป็นจุดเด่นของผลิตภัณฑ์

3.1.4 กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อแนวคิดการออกแบบ (4Ps Marketing Mix)

จากบทที่ 2 สามารถสรุปกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อแนวคิดการออกแบบได้ดังนี้

3.1.4.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)

สามารถใช้ได้อย่างต่อเนื่อง ไม่มีผลข้างเคียง และสามารถรักษาโรคผิวหนังให้หายขาดได้ ส่งผลให้สุนัขมีสุขภาพดี และอายุยืน ใช้กับสุนัขได้ทุกวัย ทั้งลูกสุนัข สุนัขโต และสุนัขชรา มีความสะดวกสบายในการใช้งาน และใช้บรรจุภัณฑ์ที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

3.1.4.2 ราคา (Price)

กำหนดราคาให้สูงกว่าคู่แข่ง 20% เพื่อสื่อให้ผู้บริโภครู้สึกถึงคุณค่าว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.4.3 การจัดจำหน่าย (Place)

ภาพที่ 3.2 ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิต

ภาพที่ 3.2 มีช่องทางการจัดจำหน่าย 3 ช่องทาง คือ การจัดจำหน่ายโดยตรง โดยผู้ผลิตเป็นผู้จำหน่ายด้วยตนเองถึงผู้บริโภคโดยตรง ช่องทางต่อมา คือ การสั่งซื้อผ่านสื่อออนไลน์ โดยสั่งซื้อผ่านทางเว็บไซต์ของ Green for Dog และส่งไปรษณีย์ถึงผู้บริโภค และช่องทางที่ 3 คือ การฝากตัวแทนจำหน่ายหรือฝากขาย โดยในที่นี้มีเป้าหมายที่จะจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าและร้านเพ็ทชอป ซึ่งเดิม Green for Dog ยังไม่ได้จำหน่ายในช่องทางนี้

3.1.4.4 การส่งเสริมการขาย (Promotion)

ภาพที่ 3.3 วิธีการส่งเสริมการขาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.3 วิธีการส่งเสริมการขายมี 3 วิธี คือ วิธีที่ 1 ส่งเสริมการขาย ณ จุดจำหน่าย โดยโปสเตอร์แนะนำสินค้า แผ่นพับแนะนำสินค้า ชั้นวางสินค้า รวมไปถึงการทดลองใช้สินค้า ณ จุดจำหน่าย วิธีที่ 2 การใช้สื่อออนไลน์ประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์คนรักสุนัข วิธีที่ 3 การใช้กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และการจัดชุดบรรจุภัณฑ์รักษาโรคผิวหนัง และชุดป้องกันการเกิดโรคผิวหนัง ดังแสดงในบทที่ 2

3.1.5 **ขอบเขตของโครงการ**

ผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับสุนัขและผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่ ดังแสดงในบทที่ 1

3.2 แนวความคิดในการออกแบบ (Concept)

ประกอบด้วย 3 แนวคิด ได้แก่ แนวคิดตราสินค้า (Brand Concept) แนวคิดผลิตภัณฑ์ (Product Concept) และแนวคิดในการออกแบบ (Design Concept)

3.2.1 **แนวคิดตราสินค้า** (Brand Concept)

เนื่องด้วยบริษัท ทางต้นลม จำกัด เจ้าของตราสินค้า Green For Dog ถือกำเนิดภายใต้พันธกิจ และปรัชญาที่เกิดจากการห่วงใย ใส่ใจที่มีต่อสุนัข เจ้าของสุนัข และสิ่งแวดล้อม โดยใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ สมุนไพรที่มีประสิทธิภาพสูงที่มีมากมายภายในประเทศไทย โดยพิถีพิถันในทุกขั้นตอนการผลิต เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ จึงเป็นที่มาทำให้เกิดแนวคิดตราสินค้าดังนี้

"ผู้คัดสรรวัตถุดิบจากธรรมชาติที่มีความปลอดภัยต่อเจ้าของสุนัข และสุนัข"
การถ่ายทอดความห่วงใย และความเอาใจใส่ ผ่านผลิตภัณฑ์ที่มั่นใจว่าปลอดภัย
เพื่อให้เจ้าของสุนัขได้มอบสิ่งที่ดีที่สุดให้กับสุนัข

3.2.2 **แนวคิดผลิตภัณฑ์** (Product Concept)

มีที่มาจากสรรพคุณที่แตกต่างจากคู่แข่งของผลิตภัณฑ์ ซึ่งสามารถใช้ได้อย่างต่อเนื่องไม่มีผลข้างเคียง และสามารถรักษาโรคผิวหนังให้หายขาดได้ โดยที่ไม่กลับมาเป็นโรคอีก ส่งผลให้สุนัขมีสุขภาพดี และอายุยืน ใช้ได้กับสุนัขทุกวัย ทั้งลูกสุนัข สุนัขโต และสุนัขชรา ซึ่งทำให้เกิดแนวคิดผลิตภัณฑ์ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

"สรรพคุณบริสุทธิ์จากธรรมชาติ เหมาะสมกับทุกช่วงวัยของสุนัข"
สามารถใช้กับสุนัขทุกวัย ตั้งแต่ลูกสุนัขจนถึงวัยชรา สามารถใช้ได้อย่างต่อเนื่อง
โดยไม่เกิดอาการแพ้ และไม่มีผลข้างเคียง

3.2.3 **แนวคิดการออกแบบ** (Design Concept)

มีที่มาจากแนวคิดผลิตภัณฑ์ และแนวคิดตราสินค้ารวมกัน ที่สามารถใช้ได้ตั้งแต่ลูกสุนัขจนถึงวัยชรา ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการผ่านช่วงเวลาต่างๆ มาด้วยกันกับเจ้าของสุนัข ผ่านช่วงเวลาประสบการณ์ต่างๆ มาด้วยกัน เวลาที่ใช้ด้วยกันอาจยาวนานมากขึ้น เพราะสุนัขจะมีอายุยืนขึ้น เนื่องจากการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ไร้สารเคมี ซึ่งทำให้เกิดแนวคิดการออกแบบดังนี้

"แบ่งปันช่วงเวลาแห่งความสุข"
ปลอดภัยต่อเจ้าของสุนัข และสุนัข ดูแลตั้งแต่ลูกสุนัขจนวัยชรา ได้ใช้ช่วงเวลาที่มีความหมาย
ร่วมกัน

3.3 แนวคิด และการออกแบบตราสินค้า

นำเสนอแนวคิดตราสินค้า และแนวทางในการออกแบบตราสินค้า แบบร่าง การพัฒนาแบบ และแบบสุดท้ายของตราสินค้าที่ใช้บนบรรจุ-ภัณฑ์ และสื่อส่งเสริมการขาย

3.3.1 **แนวคิดตราสินค้า** (Brand Concept)

การออกแบบตราสินค้ามีที่มีจากแนวคิดตราสินค้า โดยมีแนวคิด แนวทางการออกแบบ และลักษณะ และโทนสี ดังภาพที่ 3.4

ภาพที่ 3.4 แนวคิดในการออกแบบตราสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.4 มีแนวทางการออกแบบ คือ การสื่อสารผ่านการใช้ภาพสุนัข และภาพที่สื่อความหมายถึงธรรมชาติ และสื่อสารผ่านการใช้ภาพสุนัข เจ้าของสุนัข และภาพที่สื่อความหมายถึงธรรมชาติ โดยใช้ลักษณะ และโทนสี ปลอดภัย บริสุทธิ์ และสุขภาพดี ดังภาพที่ 3.5

ภาพที่ 3.5 ลักษณะ และโทนสี ปลอดภัย บริสุทธิ์ และสุขภาพดี

ภาพที่ 3.5 แสดงลักษณะ และโทนสี ปลอดภัย บริสุทธิ์ และสุขภาพดี โดยใส่ความเป็นธรรมชาติลงไปด้วย ซึ่งแสดงถึงลักษณะสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ โดยผลจาการใช้ผลิตภัณฑ์ คือ สุขภาพที่ดีของเจ้าของสุนัข และสุนัข

3.3.2 การออกแบบตราสินค้า

ใช้ชื่อตราสินค้าเดิม Green For Dog เนื่องจากสินค้าเริ่มเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคเดิม และเพื่อรักษาผู้บริโภคเดิมไว้ ไม่ให้เกิดความสับสน และเปลี่ยนรูปลักษณ์ของตราสินค้าใหม่ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ใหม่ ให้สื่อสารตัวตนของบริษัทได้ชัดเจนยิ่งขึ้น และเพิ่มมูลค่าของตราสินค้า เนื่องจากสินค้ามีราคาแพง

3.3.2.1 แบบร่างตราสินค้า

ใช้ภาพสุนัข เจ้าของสุนัข และภาพที่สื่อความหมาย จัดองค์ประกอบ ใช้โทนสีเขียว และน้ำตาลที่สื่อถึงธรรมชาติได้ชัดเจน ดังภาพที่ 3.6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

GREEN FOR DOG
GREEN FOR DOG
GREEN FOR DOG

สัญลักษณ์ให้น้อยลง จัดองค์ประกอบให้ลงตัวมากขึ้น และพัฒนาตราสินค้าให้เหมาะสมกับลักษณะ และโทนสี ปลอดภัย บริสุทธิ์ และสุขภาพดี ที่กำหนดไว้ ดังแสดงในภาพที่ 3.7

3.3.2.2 การพัฒนาแบบร่างตราสินค้า

ปรับปรุง และพัฒนาแบบจากคำแนะนำในภาพที่ 3.6 โดยใช้ภาพสุนัข เจ้าของสุนัข และภาพที่สื่อความหมาย ดังแสดงในภาพที่ 3.7

ภาพที่ 3.7 พัฒนาแบบร่างตราสินค้า Green For Dog

ภาพที่ 3.7 พัฒนาแบบจากแบบร่าง ดังแสดงในภาพที่ 3.6 โดยเพิ่มความหลากหลายในการจัดองค์ประกอบที่ใช้ในการสื่อความหมาย โดยใช้การรวมตัวกันของสุนัข เจ้าของสุนัข และภาพที่สื่อความหมายถึงธรรมชาติ เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันมากขึ้น พัฒนาแบบให้เหมาะสมกับลักษณะของกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น และสอดคล้องกับลักษณะ และโทนสีที่กำหนดไว้

3.3.2.3 ตราสินค้าแบบสุดท้าย

เกณฑ์ในการเลือกตราสินค้า ประกอบด้วย ความเหมาะสมกับภาพลักษณ์ และแนวคิดของบริษัท สื่อสารความหมายถึงกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจน สวยงาม และง่ายต่อการจดจำ สะดวกต่อการนำไปใช้งานที่หลากหลาย โดยตราสินค้าแบบสุดท้ายที่เลือกแล้ว แสดงในภาพที่ 3.8

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.8 ตราสินค้า Green For Dog ที่เลือกไปใช้บนบรรจุภัณฑ์
และสื่อส่งเสริมการขายของบริษัท

ภาพที่ 3.8 ตราสินค้าตรงกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้มากที่สุด จึงเหมาะสมที่จะนำไปใช้เป็นตราสัญลักษณ์ของ Green For Dog และจะนำตราสินค้านี้ไปใช้บนบรรจุภัณฑ์ และสื่อส่งเสริมการขายของบริษัท

3.4 แนวความคิด และการออกแบบโครงสร้างเพื่อการใช้งาน รูปทรงบรรจุ-ภัณฑ์ และกราฟิก

หัวข้อนี้นำเสนอขั้นตอนการออกแบบโครงสร้างเพื่อการใช้งาน รูปทรงบรรจุภัณฑ์ และกราฟิก ประกอบด้วย แบบร่างครั้งที่ 1 แบบร่างครั้งที่ 2 การพัฒนาแบบ และแบบสุดท้าย ดังนี้

3.4.1 แนวความคิด และการออกแบบโครงสร้างเพื่อการใช้งาน รูปทรงบรรจุ-ภัณฑ์ และกราฟิกในขั้นตอนแบบร่างครั้งที่ 1

ประกอบด้วยแบบร่างครั้งที่ 1 การออกแบบโครงสร้างเพื่อการใช้งาน รูปทรงบรรจุภัณฑ์ และกราฟิก ดังนี้

3.4.1.1 แบบร่างครั้งที่ 1 การออกแบบโครงสร้างเพื่อการใช้งาน

หากพิจารณาถึงความต้องการของสินค้าในขอบเขตของโครงการทั้งหมด ประกอบกับคุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์ที่พึงมี บรรจุภัณฑ์สำหรับทุกผลิตภัณฑ์ในโครงการ มีความต้องการออกแบบพื้นฐานเหมือนกัน ได้แก่ ด้านการบรรจุ ด้านการปกป้องสินค้า ด้านการส่งเสริมการขาย ต่างกันในด้านการอำนวยความสะดวกขึ้นอยู่กับการใช้งานของแต่ละผลิตภัณฑ์ สามารถสรุปได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1) ด้านการบรรจุ (Containment) รูปทรงสามารถบรรจุได้สะดวก เหมาะสมกับขั้นตอนในหารผลิต มีปริมาตรเพียงพอในการบรรจุสินค้า

2) ด้านการปกป้องสินค้า (Protection) ป้องกันการรั่วซึม และรักษาสภาพของผลิตภัณฑ์ได้ดี ป้องกันแสงแดดได้ดี ฝาขวดมีความแข็งแรง ปิดผนึกได้ดีก่อนถึงผู้บริโภค

3) ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) สามารถสื่อภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน กราฟิกมีความเฉพาะเจาะจง แยกแยะประเภทของผลิตภัณฑ์ได้ดี และแสดงถึงระบบเอกลักษณ์ร่วม

4) ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience) แยกลักษณะตามการใช้งานของผลิตภัณฑ์ ได้ดังนี้

4.1) แชมพูสุนัข

ความต้องการด้านความสะดวกสบายของแชมพูสุนัข คือ ป้องกันผลิตภัณฑ์หกขณะทำความสะอาด และควบคุมปริมาณการใช้งานในแต่ละครั้งได้ดี

4.1.1) ลักษณะทางกายภาพของแชมพูสุนัข

ลักษณะทางกายภาพของแชมพู เป็นของเหลวหนืด ละลายน้ำ ห้ามถูกแสงแดดเป็นเวลานาน

4.1.2) ลักษณะการใช้งานของบรรจุภัณฑ์แชมพูสุนัขเดิม

อธิบายลักษณะการใช้งานของบรรจุภัณฑ์เดิม ดังภาพที่ 3.9 เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการใช้งานกับบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบ

ภาพที่ 3.9 ลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์แชมพูเดิม

อธิบายลักษณะของสุนัขที่มีลักษณะทางกายภาพที่แตกต่างกัน เพื่อเปรียบเทียบปริมาณที่ใช้แชมพูไปในแต่ละครั้ง โดยอ้างอิงความถี่ในการอาบน้ำสุนัขจากผลสำรวจจาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มเป้าหมายดังแสดงในบทที่ 2 และแสดงปริมาณการใช้แชมพูโดยเฉลี่ยต่อเดือน ดังภาพที่ 3.10 เพื่อนำข้อมูลเหล่านี้ไปกำหนดปริมาตรของบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับปริมาณที่ใช้ รวมไปถึงออกแบบฝา เพื่อควบคุมปริมาณให้เหมาะสมกับการใช้แชมพูในแต่ละครั้งของสุนัข และสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

ลักษณะของสุนัข	ปริมาณการใช้แชมพูในแต่ละครั้ง	ความถี่ในการอาบน้ำสุนัข	ปริมาณการใช้แชมพูต่อเดือนโดยเฉลี่ย
พันธุ์เล็กขนสั้น	25 ml	สัปดาห์ละครั้ง	100 ml
พันธุ์เล็กขนยาว	50 ml	สัปดาห์ละครั้ง	200 ml
พันธุ์กลางขนสั้น	65 ml	สัปดาห์ละครั้ง	260 ml
พันธุ์กลางขนยาว	100 ml	สัปดาห์ละครั้ง	400 ml
พันธุ์ใหญ่ขนสั้น	75 ml	สัปดาห์ละครั้ง	300 ml
พันธุ์ใหญ่ขนยาว	125 ml	สัปดาห์ละครั้ง	500 ml

ชนิดของสุนัขที่กลุ่มเป้าหมายเลี้ยง ได้แก่ สุนัขพันธุ์เล็ก 54% สุนัขพันธุ์กลาง 37% สุนัขพันธุ์ใหญ่ 9%
ชนิดของขนสุนัขที่เลี้ยงมากที่สุด คือ ขนสั้น

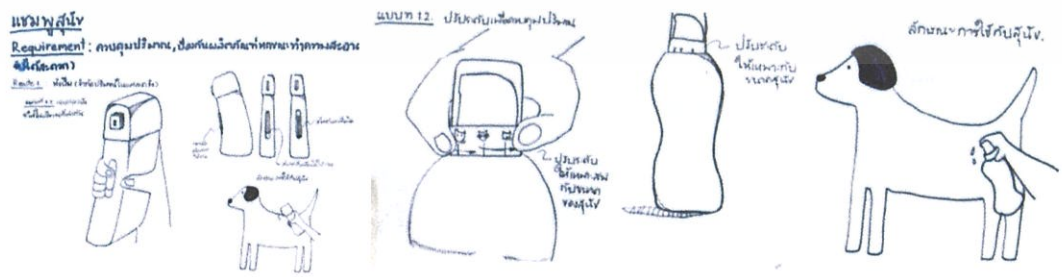
ภาพที่ 3.10 ปริมาณแชมพูสุนัขที่ใช้อาบน้ำสุนัขในแต่ละครั้ง และการใช้แชมพูสุนัขต่อเดือน
ที่มา : โรงพยาบาลสัตว์บ้านหมอต้น และแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมายจำนวน 54 คน

4.1.3) แบบร่างครั้งที่ 1 ออกแบบโครงสร้างเพื่อการใช้งานแชมพูสุนัข

นำเสนอโครงสร้างการใช้งานบรรจุภัณฑ์ 4 แนวทาง ได้แก่ แบบปั๊ม แบบเท และแบบบีบ

4.1.3.1) แนวทางที่ 1 แบบปั๊ม

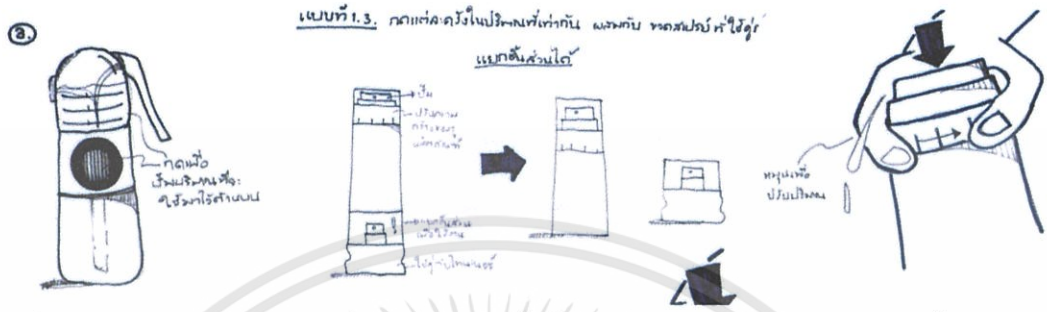
นำเสนอโครงสร้างการใช้งานบรรจุภัณฑ์แชมพูแบบปั๊ม 4 แบบ ได้แก่ แบบที่ 1 แบบปั๊มที่สามารถเลื่อนเปิดปิดได้ง่าย แบบที่ 2 แบบปั๊มที่สามารถเลือกปริมาณการใช้งานในแต่ละครั้งได้ ครั้งละ 1 มิลลิลิตร หรือ 2 มิลลิลิตร โดยการหมุนคอขวดซ้ายขวา ดังภาพที่ 3.11



ภาพที่ 3.11 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 แชมพูสุนัขแนวทางที่ 1 แบบปั๊ม แบบที่ 1 และแบบที่ 2 (จากซ้ายไปขวา)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบที่ 3 แบบปั๊มที่ตวงปริมาณแชมพูได้ก่อนใช้งาน ตามที่ต้องการใช้ในแต่ละครั้ง แบบที่ 4 แบบปั๊มที่สามารถเลือกปริมาณการใช้งานในแต่ละครั้งได้ ครั้งละ 1 มิลลิลิตร หรือ 2 มิลลิลิตร และมีสเปรย์อยู่ในบรรจุภัณฑ์เดียวกัน ดังภาพที่ 3.12



ภาพที่ 3.12 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 แชมพูสุนัขแนวทางที่ 1 แบบปั๊ม แบบที่ 1 และแบบที่ 2 (จากซ้ายไปขวา)

4.1.3.2) แนวทางที่ 2 แบบเท

แบบเทสามารถปั๊มปริมาณแชมพูที่จะใช้ขึ้นมาไว้ก่อนเทได้ ตามที่ต้องการใช้ในแต่ละครั้ง และค่อยเทแชมพูลงบนตัวสุนัข ดังภาพที่ 3.13

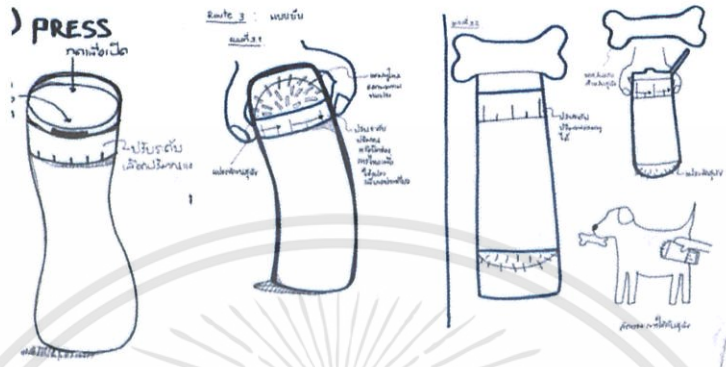
ภาพที่ 3.13 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 แชมพูสุนัขแนวทางที่ 2 แบบเท

4.1.3.3) แนวทางที่ 3 แบบบีบ

นำเสนอโครงสร้างการใช้งานบรรจุภัณฑ์แชมพูแบบบีบ 3 แบบ ได้แก่ แบบที่ 1 แบบบีบที่กดฝาแชมพูลง และบีบแชมพูให้ไหลออกมาตามรูฝาที่กดลงไว้แล้ว แบบที่ 2 แบบบีบที่ผสมบรรจุ-ภัณฑ์เข้ากับแปรงอาบน้ำสุนัข โดยแชมพูจะไหลออกมาตามรูแปรง ขณะบีบขวดแชมพู และปรับระดับปริมาณการใช้แชมพูในแต่ละครั้งได้ ครั้งละ 1 มิลลิลิตร หรือ 2 มิลลิลิตร โดยการหมุนคอขวดซ้ายขวา แบบที่ 3 แบบบีบมีแชมพู และแปรงอาบน้ำสุนัขอยู่ในบรรจุภัณฑ์เดียวกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เหมือนแบบที่ 2 แต่อยู่แชมพูจะอยู่ส่วนบนของผลิตภัณฑ์ และแปรงอาบน้ำสุนัข จะอยู่ส่วนล่างของบรรจุภัณฑ์ ไม่สามารถนำผลิตภัณฑ์ออกมาจากแปรงอาบน้ำสุนัขได้เหมือนแบบที่ 2 ดังภาพที่ 3.14



ภาพที่ 3.14 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 แชมพูสุนัขแนวทางที่ 3 แบบบีบ แบบที่ 1 แบบที่ 2 และแบบที่ 3 (จากซ้ายไปขวา)

พิจารณาแบบร่างครั้งที่ 1 บรรจุภัณฑ์แชมพู โดยใช้ความต้องการด้านความสะดวกสบายของแชมพูสุนัขจากกลุ่มเป้าหมาย และความเป็นไปได้ในการผลิตเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาแบบที่นำไปพัฒนา และรวมเข้ากับรูปทรงบรรจุภัณฑ์ ได้ข้อสรุปเลือกแนวทางที่ 1 แบบปั๊ม แบบที่ 1 ไปใช้ในการออกแบบต่อไป

4.2) สเปรย์สำหรับฉีดพ่นบนตัวสุนัข

ความต้องการด้านความสะดวกสบายของสเปรย์สำหรับสุนัข คือ ผลิตภัณฑ์ไม่ไหลเปื้อนมือขณะใช้งาน ควบคุมปริมาณขณะใช้งานได้ดี และรวดเร็วขณะใช้งาน

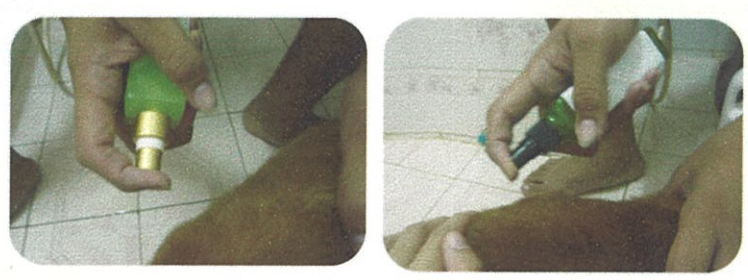
4.2.1) ลักษณะทางกายภาพของสเปรย์สำหรับสุนัข

ลักษณะทางกายภาพของสเปรย์ เป็นของเหลว ไม่มีความหนืด ละลายน้ำ

4.2.2) ลักษณะการใช้งานของบรรจุภัณฑ์สเปรย์สำหรับสุนัขเดิม

อธิบายลักษณะการใช้งานของบรรจุภัณฑ์เดิม ดังภาพที่ 3.15 เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการใช้งานกับบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.15 ลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์สเปรย์สำหรับสุนัขเดิม

อธิบายลักษณะของสุนัขที่มีลักษณะทางกายภาพที่แตกต่างกัน เพื่อเปรียบเทียบปริมาณที่ใช้สเปรย์ในแต่ละครั้ง โดยอ้างอิงความถี่ในการใช้สเปรย์ของกลุ่มเป้าหมายจากผลสำรวจจากกลุ่มเป้าหมายดังแสดงในบทที่ 2 และแสดงปริมาณการใช้สเปรย์เฉลี่ยต่อเดือน ดังภาพที่ 3.16 เพื่อนำข้อมูลเหล่านี้ไปกำหนดปริมาตรของบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับปริมาณที่ใช้ รวมไปถึงออกแบบฝา เพื่อควบคุมปริมาณให้เหมาะสมกับการใช้สเปรย์ในแต่ละครั้งของสุนัข และสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

ลักษณะของสุนัข	ปริมาณการใช้สเปรย์ในแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย	ความถี่ในการใช้	ปริมาณการใช้สเปรย์ต่อเดือนโดยเฉลี่ย
พันธุ์เล็กขนสั้น (ไม่เกิน 11 กก.)	30 ml	สัปดาห์ละครั้ง	120 ml
พันธุ์เล็กขนยาว (ไม่เกิน 11 กก.)	50 ml	สัปดาห์ละครั้ง	200 ml
พันธุ์กลางขนสั้น (11- 22 กก.)	60 ml	สัปดาห์ละครั้ง	240 ml
พันธุ์กลางขนยาว (11- 22 กก.)	90 ml	สัปดาห์ละครั้ง	360 ml
พันธุ์ใหญ่ขนสั้น (22-40 กก.ขึ้นไป)	70 ml	สัปดาห์ละครั้ง	280 ml
พันธุ์ใหญ่ขนยาว (22-40 กก.ขึ้นไป)	100 ml	สัปดาห์ละครั้ง	400 ml

ชนิดของสุนัขที่กลุ่มเป้าหมายเลี้ยง ได้แก่ สุนัขพันธุ์เล็ก 54% สุนัขพันธุ์กลาง 37% สุนัขพันธุ์ใหญ่ 9%

ชนิดของขนสุนัขที่เลี้ยงมากที่สุด คือ ขนสั้น

ภาพที่ 3.16 ปริมาณสเปรย์สุนัขที่ใช้ในแต่ละครั้ง และการใช้สเปรย์สุนัขต่อเดือน

ที่มา : โรงพยาบาลสัตว์บ้านหมอต้น และแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมายจำนวน 54 คน

4.2.3) แบบร่างครั้งที่ 1 ออกแบบโครงสร้างเพื่อการใช้งานสเปรย์สุนัข

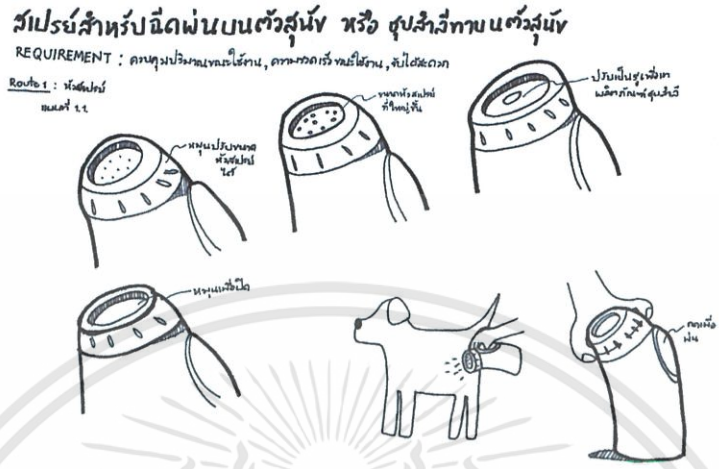
นำเสนอโครงสร้างการใช้งานบรรจุภัณฑ์ 2 แนวทาง ได้แก่ แบบพ่น และแบบทา

4.2.3.1) แนวทางที่ 1 แบบพ่น

นำเสนอโครงสร้างการใช้งานบรรจุภัณฑ์สเปรย์แบบพ่น 3 แบบ ได้แก่ แบบที่ 1 แบบ

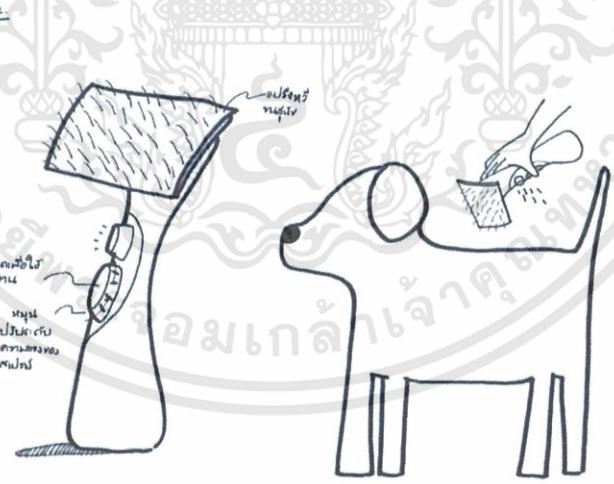
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พ่นที่สามารถเลือกขนาดรูหัวสเปรย์ได้ ครั้งละ 1 มิลลิลิตร หรือ 1.5 มิลลิลิตร และใช้หมุนซ้าย ขวา เพื่อเปิดปิด ดังภาพที่ 3.17



ภาพที่ 3.17 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 สเปรย์สุนัขแนวทางที่ 1 แบบพ่น แบบที่ 1

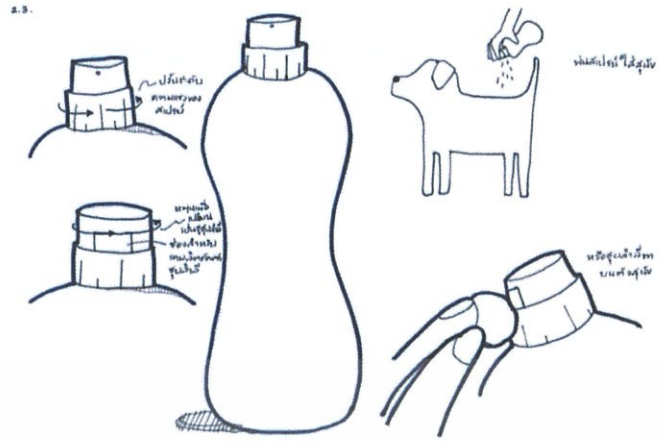
แบบที่ 2 แบบพ่นที่มีแปรงหวีขนสุนัขเป็นบรรจุภัณฑ์เดียวกัน สามารถเลือกขนาดหัวสเปรย์ได้ ครั้งละ 1 มิลลิลิตร หรือ 1.5 มิลลิลิตร โดยหมุนทวนเข็มนาฬิกา และตามเข็มนาฬิกา เพื่อเลือกขนาดหัวสเปรย์ และเปิดปิด ดังภาพที่ 3.18



ภาพที่ 3.18 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 สเปรย์สุนัขแนวทางที่ 1 แบบพ่น แบบที่ 2

แบบที่ 3 มีลักษณะการใช้งานเหมือนแบบที่ 1 แต่เป็นหัวสเปรย์ที่มีคอขวดตรง ไม่โค้งเหมือนแบบที่ 1 และมีรูสเปรย์ 1 รู แต่สามารถปรับขนาดความกว้างของรูได้ ดังภาพที่ 3.19

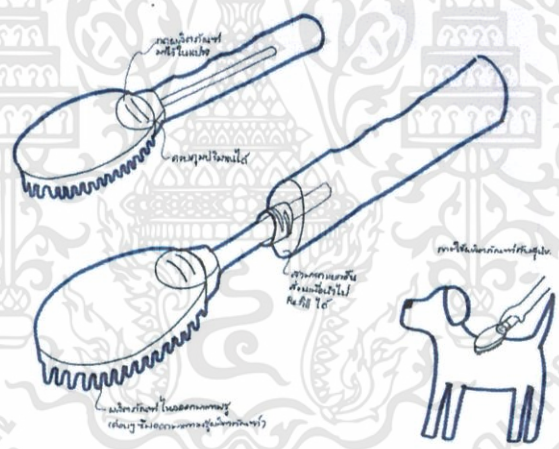
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.19 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 สเปรย์สุนัขแนวทางที่ 1 แบบพ่น แบบที่ 3

4.2.3.2) แนวทางที่ 2 แบบทา

เป็นแปรงหวีขนสุนัขที่อยู่คู่กับบรรจุภัณฑ์ สามารถถอดหัวแปรงออกมา เพื่อเติมน้ำยาเพิ่มได้ น้ำยาจะไหลออกมาตามแปรง เมื่อกดปุ่มที่แปรง ดังภาพที่ 3.20



ภาพที่ 3.20 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 สเปรย์สุนัขแนวทางที่ 2 แบบทา

พิจารณาแบบร่างครั้งที่ 1 บรรจุภัณฑ์สเปรย์สุนัข โดยใช้ความต้องการด้านความสะดวกสบายของสเปรย์สุนัขจากกลุ่มเป้าหมาย และความเป็นไปได้ในการผลิตเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาแบบที่นำไปพัฒนา และรวมเข้ากับรูปทรงบรรจุภัณฑ์ ได้ข้อสรุปเลือกแนวทางที่ 1 แบบพ่น แบบที่ 3 ไปใช้ในการออกแบบต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3) ยาป้ายตาสุนัข

ความต้องการด้านความสะดวกสบายของยาป้ายตาสุนัข คือ รวดเร็วขณะใช้งาน เนื่องจากสุนัขอาจดิ้นเวลาป้ายตา

4.3.1) ลักษณะทางกายภาพของยาป้ายตาสุนัข

ลักษณะทางกายภาพของยาป้ายตาสุนัข เป็นของข้น ความหนืดสูง

4.3.2) ลักษณะการใช้งานของบรรจุภัณฑ์ยาป้ายตาสุนัขเดิม

อธิบายลักษณะการใช้งานของบรรจุภัณฑ์เดิม ดังภาพที่ 3.21 เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการใช้งานกับบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบ

ภาพที่ 3.21 ลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์ยาป้ายตาสุนัขเดิม

อธิบายลักษณะของสุนัขพันธุ์เล็ก และพันธุ์ใหญ่ เพื่อเปรียบเทียบปริมาณที่ใช้ยาป้ายตาในแต่ละครั้ง ดังภาพที่ 3.22 เพื่อนำข้อมูลไปกำหนดปริมาตรบรรจุภัณฑ์ของยาป้ายตาให้เหมาะสมกับปริมาณที่ใช้ และโครงสร้างการใช้งานเสริมที่ช่วยควบคุมปริมาณในการใช้งาน

ลักษณะของสุนัข	ปริมาณการใช้ยาในแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย	ความถี่ในการใช้	ปริมาณการใช้ยาต่อเดือนโดยเฉลี่ย
พันธุ์เล็ก	0.2-0.4 g	2 ครั้ง/วัน	ขึ้นอยู่กับอาการของโรค
พันธุ์กลาง-ใหญ่	0.4-0.8 g	2 ครั้ง/วัน	ขึ้นอยู่กับอาการของโรค

ชนิดของสุนัขที่กลุ่มเป้าหมายเลี้ยง ได้แก่ สุนัขพันธุ์เล็ก 54% สุนัขพันธุ์กลาง 37% สุนัขพันธุ์ใหญ่ 9%

ภาพที่ 3.22 ปริมาณยาป้ายตาสุนัขที่ใช้ในแต่ละครั้ง

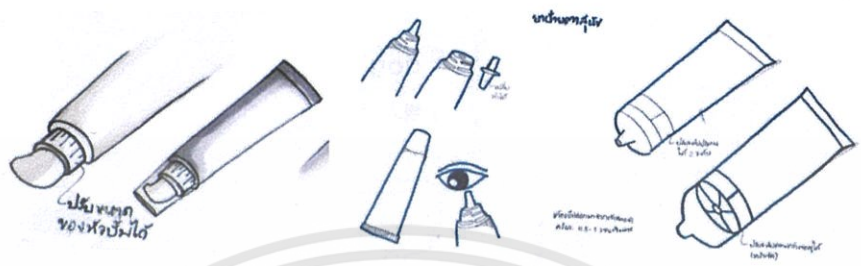
ที่มา : โรงพยาบาลสัตว์บ้านหมอต้น และแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมายจำนวน 54 คน

4.3.3) แบบร่างครั้งที่ 1 ออกแบบโครงสร้างเพื่อการใช้งานยาป้ายตาสุนัข

นำเสนอโครงสร้างการใช้งานบรรจุภัณฑ์ 3 แบบ ได้แก่ แบบที่ 1 หลอดยา แบบหัวปั๊ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บีบออกมาครั้งละ 0.2 กรัม แบบที่ 2 หลอดยาบีบเปลี่ยนหัวได้ แบบที่ 3 หลอดยาที่ปรับความของรูปากหลอด ช่วยในการกำหนดปริมาณได้ บีบออกมาครั้งละ 0.1 กรัม หรือ 0.2 กรัม ดังภาพที่ 3.23



ภาพที่ 3.23 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 ยาป้ายตาสุนัขแบบที่ 1 แบบที่ 2 และแบบที่ 3 (จากซ้ายไปขวา)

พิจารณาแบบร่างครั้งที่ 1 บรรจุภัณฑ์ยาป้ายตา โดยใช้ความต้องการด้านความสะดวกสบายของยาป้ายตาจากกลุ่มเป้าหมาย และความเป็นไปได้ในการผลิตเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาแบบที่นำไปพัฒนา และรวมเข้ากับรูปทรงบรรจุภัณฑ์ ได้ข้อสรุปเลือกแบบที่ 3 ไปใช้ในการออกแบบต่อไป

4.4) น้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัข

ความต้องการด้านความสะดวกสบายของน้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัข คือ ใช้งานร่วมกับสำลี ควบคุมปริมาณขณะใช้งานได้ดี และรวดเร็วขณะใช้งาน

4.4.1) ลักษณะทางกายภาพของน้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัข

ลักษณะทางกายภาพของน้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัข เป็นของเหลว ไม่มีความหนืด ละลายน้ำ

4.4.2) ลักษณะการใช้งานของบรรจุภัณฑ์น้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัขเดิม

อธิบายลักษณะการใช้งานของบรรจุภัณฑ์เดิม ดังภาพที่ 3.24 เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการใช้งานกับบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.24 ลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์น้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัขเดิม

อธิบายลักษณะของสุนัขพันธุ์เล็ก และพันธุ์ใหญ่ เพื่อเปรียบเทียบปริมาณที่ใช้น้ำยาเช็ดคราบน้ำตาในแต่ละครั้ง และแสดงปริมาณการใช้น้ำยาเช็ดคราบน้ำตาเฉลี่ยต่อเดือน ดังภาพที่ 3.25 เพื่อนำข้อมูลไปกำหนดปริมาตรบรรจุภัณฑ์ของน้ำยาเช็ดคราบน้ำตาให้เหมาะสมกับปริมาณที่ใช้ และกำหนดปริมาณของน้ำยาเช็ดคราบน้ำตาที่นำออกมาจากบรรจุภัณฑ์ในแต่ละครั้ง

ลักษณะของสุนัข	ปริมาณการใช้น้ำยาในแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย	ความถี่ในการใช้	ปริมาณการใช้น้ำยาต่อเดือนโดยเฉลี่ย
พันธุ์เล็ก	3-4 ml	สัปดาห์ละ 3 ครั้ง	36-48 ml
พันธุ์กลาง-ใหญ่	5-6 ml	สัปดาห์ละ 3 ครั้ง	60-72 ml

ชนิดของสุนัขที่กลุ่มเป้าหมายเลี้ยง ได้แก่ สุนัขพันธุ์เล็ก 54% สุนัขพันธุ์กลาง 37% สุนัขพันธุ์ใหญ่ 9%

ภาพที่ 3.25 ปริมาณน้ำยาเช็ดคราบน้ำตาที่ใช้ในแต่ละครั้ง และปริมาณการใช้น้ำยาเช็ดคราบน้ำตาต่อเดือน

ที่มา : โรงพยาบาลสัตว์บ้านหมอต้น และแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมายจำนวน 54 คน

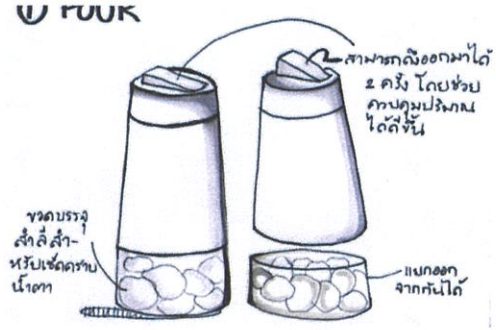
4.4.3) แบบร่างครั้งที่ 1 ออกแบบโครงสร้างเพื่อการใช้งานน้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัข

นำเสนอโครงสร้างการใช้งานบรรจุภัณฑ์ 3 แนวทาง ได้แก่ แบบเท แบบบีบ และแบบทา

4.4.3.1) แนวทางที่ 1 แบบเท

บรรจุภัณฑ์เทเปิดปิด โดยกดเปิดปิดเพียงครั้งเดียว และมีถาดสำลีอยู่ด้านล่าง เพื่อจะได้นำสำลีใช้กับสุนัขได้ทันที ดังภาพที่ 3.26

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.26 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 น้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัขแนวทางที่ 1 แบบเท

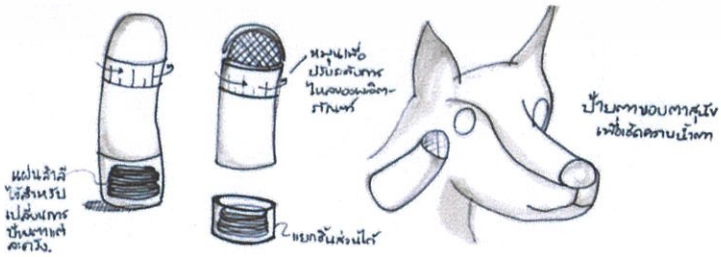
4.4.3.2) แนวทางที่ 2 แบบบีบ

บรรจุภัณฑ์ที่ปรับปริมาณในการเทได้ ด้วยการหมุนซ้ายหมุนขวา โดยเทออกมา ครั้งละ 3 มิลลิลิตร หรือ 4 มิลลิลิตร ดังภาพที่ 3.27

ภาพที่ 3.27 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 น้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัขแนวทางที่ 2 แบบบีบ

4.4.3.3) แนวทางที่ 3 แบบทา

บรรจุภัณฑ์ที่สามารถปรับเลือกปริมาณในการใช้ได้ ครั้งละ 3 มิลลิลิตร หรือ 4 มิลลิลิตร และมีถาดสำลีสำหรับแปะบนส่วนที่ใช้ทาตา ดังภาพที่ 3.28



ภาพที่ 3.28 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 น้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัขแนวทางที่ 3 แบบทา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พิจารณาแบบร่างครั้งที่ 1 บรรจุภัณฑ์น้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัข โดยใช้ความต้องการด้านความสะดวกสบายของน้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัขจากกลุ่มเป้าหมาย และความเป็นไปได้ในการผลิตเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาแบบที่นำไปพัฒนา และรวมเข้ากับรูปทรงบรรจุภัณฑ์ ได้ข้อสรุปเลือกแนวทางที่ 1 แบบเท ไปใช้ในการออกแบบต่อไป

4.5) น้ำมันหยอดหูสุนัข

ความต้องการด้านความสะดวกสบายของน้ำมันหยอดหูสุนัข คือ ควบคุมปริมาณขณะใช้งานได้ดี และรวดเร็วขณะใช้งาน

4.5.1) ลักษณะทางกายภาพของน้ำมันหยอดหูสุนัข

ลักษณะทางกายภาพของน้ำมันหยอดหูสุนัข เป็นน้ำมัน มีความหนืดไม่ละลายน้ำ

4.5.2) ลักษณะการใช้งานของบรรจุภัณฑ์น้ำมันหยอดหูสุนัขเดิม

อธิบายลักษณะการใช้งานของบรรจุภัณฑ์เดิม ดังภาพที่ 3.29 เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการใช้งานกับบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบ

ภาพที่ 3.29 ลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์น้ำมันหยอดหูสุนัขเดิม

อธิบายลักษณะของสุนัขพันธุ์เล็ก และพันธุ์ใหญ่ เพื่อเปรียบเทียบปริมาณน้ำยาหยอดหูที่ใช้ในแต่ละครั้ง ดังภาพที่ 3.30 เพื่อนำข้อมูลไปกำหนดปริมาตรบรรจุภัณฑ์ของน้ำมันหยอดหูให้เหมาะสมกับปริมาณที่ใช้ และกำหนดปริมาณน้ำมันหยอดหูที่จะออกมาในแต่ละครั้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะของที่อยู่อาศัย	ปริมาณการใช้น้ำมันในแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย	ความถี่ในการใช้	ปริมาณการใช้น้ำมันต่อเดือนโดยเฉลี่ย
พันธุ์เล็ก	0.2-0.4 ml	2 ครั้ง/วัน	ขึ้นอยู่กับอาการของโรค
พันธุ์กลาง-ใหญ่	0.4-0.8 ml	2 ครั้ง/วัน	ขึ้นอยู่กับอาการของโรค

ภาพที่ 3.30 ปริมาณน้ำมันหยอดหูสุนัขที่ใช้ในแต่ละครั้ง

ที่มา : โรงพยาบาลสัตว์บ้านหมอตัน และแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมายจำนวน 54 คน

4.5.3) แบบร่างครั้งที่ 1 ออกแบบโครงสร้างเพื่อการใช้งานน้ำมันหยอดหูสุนัข

นำเสนอโครงสร้างการใช้งานบรรจุภัณฑ์ 2 แนวทาง ได้แก่ แบบบีบ และแบบปั๊ม

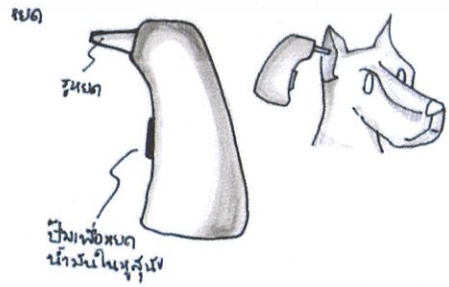
4.5.3.1) แนวทางที่ 1 แบบบีบ

บรรจุภัณฑ์แบบบีบที่สามารถปรับปริมาณได้ โดยเลือกหยดครั้งละ 2 มิลลิลิตร หรือ 3 มิลลิลิตร โดยการหมุนทวนเข็มนาฬิกา และตามเข็มนาฬิกา มีคอขวดโค้ง เพื่อให้หยอดง่ายขึ้น ดังภาพที่ 3.31

ภาพที่ 3.31 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 น้ำมันหยอดหูแนวทางที่ 1 แบบบีบ

4.5.3.2) แนวทางที่ 2 แบบปั๊ม

บรรจุภัณฑ์แบบปั๊มที่สามารถปรับปริมาณได้ โดยปริมาณที่หยดในแต่ละครั้งจะเท่าๆ กัน คือ 2 มิลลิลิตร มีปลายปากขวดเรียว เพื่อให้ง่ายต่อการหยอดหูที่มีพื้นที่แคบ ดังภาพที่ 3.32



ภาพที่ 3.32 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 น้ำมันหยอดหูแนวทางที่ 2 แบบปั๊ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พิจารณาแบบร่างครั้งที่ 1 บรรจุภัณฑ์น้ำมันหยอดหูสุนัข โดยใช้ความต้องการด้านความสะดวกสบายของน้ำมันหยอดหูสุนัขจากกลุ่มเป้าหมาย และความเป็นไปได้ในการผลิตเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาแบบที่นำไปพัฒนา และรวมเข้ากับรูปทรงบรรจุภัณฑ์ ได้ข้อสรุปเลือกแนวทางที่ 2 แบบปั๊ม ไปใช้ในการออกแบบต่อไป

4.6) ครีมทาตัวสุนัข

ความต้องการด้านความสะดวกสบายของครีมทาตัวสุนัข คือ มือของเจ้าของสุนัขไม่โดนแผลสุนัขขณะใช้งาน ควบคุมปริมาณขณะใช้งานได้ดี และเปิดปิดง่าย

4.6.1) ลักษณะทางกายภาพของครีมทาตัวสุนัข

ลักษณะทางกายภาพของครีมทาตัวสุนัข เป็นของเหลวข้น ความหนืดสูง

4.6.2) ลักษณะการใช้งานของบรรจุภัณฑ์ครีมทาตัวสุนัขเดิม

อธิบายลักษณะการใช้งานของบรรจุภัณฑ์เดิม ดังภาพที่ 3.33 เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการใช้งานกับบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบ

ภาพที่ 3.33 ลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์ครีมทาตัวสุนัขเดิม

อธิบายลักษณะของสุนัขแต่ละประเภท เพื่อเปรียบเทียบปริมาณครีมทาตัวสุนัขที่ใช้ในแต่ละครั้ง และปริมาณที่ใช้ต่อเดือน ดังภาพที่ 3.34 เพื่อนำข้อมูลไปกำหนดปริมาตรบรรจุภัณฑ์ของครีมทาตัวสุนัขให้เหมาะสมกับปริมาณที่ใช้ และกำหนดปริมาณครีมทาตัวสุนัขที่จะออกมาในแต่ละครั้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะของสุนัข	ปริมาณการใช้ครีมในแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย	ความถี่ในการใช้	ปริมาณการใช้ครีมต่อเดือนโดยเฉลี่ย
พันธุ์เล็กขนสั้น (ไม่เกิน 11 กก.)	2-4 g	สัปดาห์ละครั้ง	4-16 g
พันธุ์เล็กขนยาว (ไม่เกิน 11 กก.)	4-6 g	สัปดาห์ละครั้ง	16-24 g
พันธุ์กลางขนสั้น (11- 22 กก.)	6-8 g	สัปดาห์ละครั้ง	24-32 g
พันธุ์กลางขนยาว (11- 22 กก.)	8-10 g	สัปดาห์ละครั้ง	32-40 g
พันธุ์ใหญ่ขนสั้น (22-40 กก.ขึ้นไป)	8-10 g	สัปดาห์ละครั้ง	32-40 g
พันธุ์ใหญ่ขนยาว (22-40 กก.ขึ้นไป)	12-14 g	สัปดาห์ละครั้ง	48-56 g

ชนิดของสุนัขที่กลุ่มเป้าหมายเลี้ยง ได้แก่ สุนัขพันธุ์เล็ก 54% สุนัขพันธุ์กลาง 37% สุนัขพันธุ์ใหญ่ 9%

ชนิดของขนสุนัขที่เลี้ยงมากที่สุด คือ ขนสั้น

ภาพที่ 3.34 ปริมาณครีมทาตัวสุนัขที่ใช้ในแต่ละครั้ง และปริมาณที่ใช้ต่อเดือน

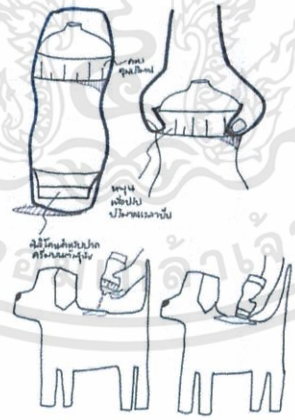
ที่มา : โรงพยาบาลสัตว์บ้านหมอต้น และแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมายจำนวน 54 คน

4.6.3) แบบร่างครั้งที่ 1 ออกแบบโครงสร้างเพื่อการใช้งานครีมทาตัวสุนัข

นำเสนอโครงสร้างการใช้งานบรรจุภัณฑ์ 2 แนวทาง ได้แก่ แบบบีบ และแบบปั๊ม

4.6.3.1) แนวทางที่ 1 แบบบีบ

บรรจุภัณฑ์แบบบีบที่สามารถปรับขนาดหน้าตัดของรูได้ นำผลิตภัณฑ์ออกมาครั้งละ 2 กรัม หรือ 3 กรัม โดยมียางปาด เพื่อป้องกันมือโดนแผลสุนัขด้านล่างบรรจุภัณฑ์ ดังภาพที่ 3.35

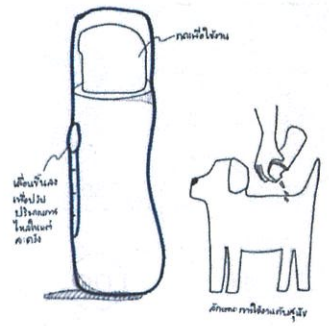


ภาพที่ 3.35 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 ครีมทาตัวสุนัขแนวทางที่ 1 แบบบีบ

4.6.3.2) แนวทางที่ 2 แบบปั๊ม

บรรจุภัณฑ์แบบปั๊ม สามารถเลือกปรับปริมาณได้ ปั๊มออกมาครั้งละ 2 กรัม หรือ 3 กรัม ดังภาพที่ 3.36

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.36 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 ครีมทาตัวสุนัขแนวทางที่ 2 แบบปั๊ม

พิจารณาแบบร่างครั้งที่ 1 บรรจุภัณฑ์ครีมทาตัวสุนัข โดยใช้ความต้องการด้านความสะดวกสบายของครีมทาตัวสุนัขจากกลุ่มเป้าหมาย และความเป็นไปได้ในการผลิตเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาแบบที่นำไปพัฒนา และรวมเข้ากับรูปทรงบรรจุภัณฑ์ ได้ข้อสรุปเลือกแนวทางที่ 1 แบบบีบ ไปใช้ในการออกแบบต่อไป

4.7) โคลนหมักขนสุนัข

ความต้องการด้านความสะดวกสบายของโคลนหมักขนสุนัข คือ ป้องกันผลิตภัณฑ์เปื้อนมือขณะใช้งาน และเปิดปิดง่าย

4.7.1) ลักษณะทางกายภาพของโคลนหมักขนสุนัข

ลักษณะทางกายภาพของโคลนหมักสุนัข เป็นของกึ่งแข็ง กึ่งเหลวไม่ละลายน้ำ

4.7.2) ลักษณะการใช้งานของบรรจุภัณฑ์โคลนหมักขนสุนัขเดิม

อธิบายลักษณะการใช้งานของบรรจุภัณฑ์เดิม ดังภาพที่ 3.37 เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการใช้งานกับบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบ

ภาพที่ 3.37 ลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์โคลนหมักขนสุนัขเดิม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อธิบายลักษณะของสุนัขแต่ละประเภท เพื่อเปรียบเทียบปริมาณโคลนหมักขนสุนัขที่ใช้ในแต่ละครั้ง และปริมาณที่ใช้ต่อเดือน ดังภาพที่ 3.38 เพื่อนำข้อมูลไปกำหนดปริมาตรบรรจุภัณฑ์ของโคลนหมักขนสุนัขให้เหมาะสมกับปริมาณที่ใช้ และกำหนดปริมาณโคลนหมักขนสุนัขที่จะออกมาในแต่ละครั้ง

ลักษณะของสุนัข	ปริมาณการใช้โคลนในแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย	ความถี่ในการใช้	ปริมาณการใช้โคลนต่อเดือนโดยเฉลี่ย
พันธุ์สั้นขนสั้น (ไม่เกิน 11 กก.)	20 g	เดือนละ 2 ครั้ง	40 g
พันธุ์สั้นขนยาว (ไม่เกิน 11 กก.)	30 g	เดือนละ 2 ครั้ง	60 g
พันธุ์กลางขนสั้น (11- 22 กก.)	35 g	เดือนละ 2 ครั้ง	70 g
พันธุ์กลางขนยาว (11- 22 กก.)	50 g	เดือนละ 2 ครั้ง	100 g
พันธุ์ใหญ่ขนสั้น (22-40 กก.ขึ้นไป)	55 g	เดือนละ 2 ครั้ง	110 g
พันธุ์ใหญ่ขนยาว (22-40 กก.ขึ้นไป)	70 g	เดือนละ 2 ครั้ง	140 g

ชนิดของสุนัขที่กลุ่มเป้าหมายเลี้ยง ได้แก่ สุนัขพันธุ์เล็ก 54% สุนัขพันธุ์กลาง 37% สุนัขพันธุ์ใหญ่ 9%

ชนิดของขนสุนัขที่เลี้ยงมากที่สุด คือ ขนสั้น

ภาพที่ 3.38 ปริมาณโคลนหมักขนสุนัขที่ใช้ในแต่ละครั้ง และปริมาณที่ใช้ต่อเดือน

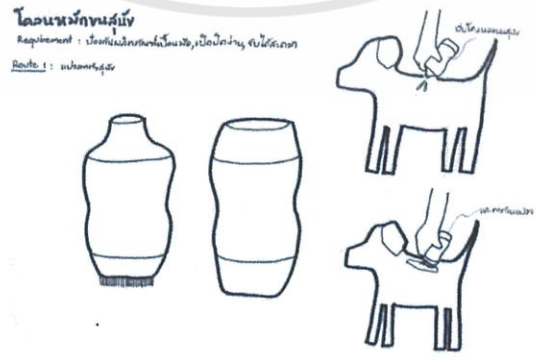
ที่มา : โรงพยาบาลสัตว์บ้านหมอตัน และแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมายจำนวน 54 คน

4.7.3) แบบร่างครั้งที่ 1 ออกแบบโครงสร้างเพื่อการใช้งานโคลนหมักขนสุนัข

นำเสนอโครงสร้างการใช้งานบรรจุภัณฑ์ 3 แนวทาง ได้แก่ แบบบีบ แบบทา และแบบปั๊ม

4.7.3.1) แนวทางที่ 1 แบบบีบ

บรรจุภัณฑ์แบบบีบ มีแปรงทาโคลนอยู่ด้านล่างบรรจุภัณฑ์ เพื่อไม่ให้ผลิตภัณฑ์เปื้อนมือ ดังภาพที่ 3.39

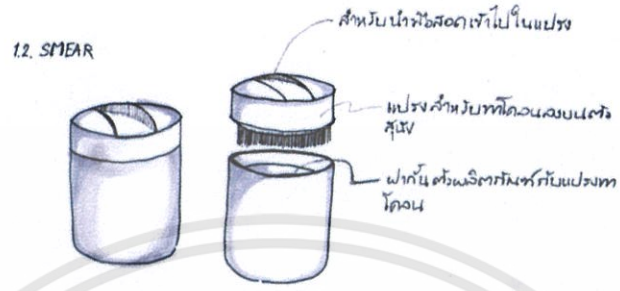


ภาพที่ 3.39 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 โคลนหมักขนสุนัขแนวทางที่ 1 แบบบีบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.7.3.2) แนวทางที่ 2 แบบทา

บรรจุภัณฑ์แบบทา กระปุกที่มีแปรงสำหรับทาอยู่ด้านบน โดยมีฝากั้นระหว่างตัวแปรงกับโคลน ตัวแปรงมีช่องให้สำหรับสอดมือเข้าไปเพื่อใช้ทาโคลน ดังภาพที่ 3.40



ภาพที่ 3.40 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 โคลนหมักขนสุนัขแนวทางที่ 2 แบบทา

4.7.3.3) แนวทางที่ 3 แบบปั๊ม

บรรจุภัณฑ์แบบปั๊ม กดปุ่มที่ฝาเพื่อปั๊มโคลนออกมาใส่ตัวสุนัขโดยตรง โดยที่โคลน ไม่ถูกมือของผู้ใช้งาน ดังภาพที่ 3.41

ภาพที่ 3.41 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 โคลนหมักขนสุนัขแนวทางที่ 3 แบบปั๊ม

พิจารณาแบบร่างครั้งที่ 1 บรรจุภัณฑ์โคลนหมักขนสุนัข โดยใช้ความต้องการด้านความสะดวกสบายของโคลนหมักขนสุนัขจากกลุ่มเป้าหมาย และความเป็นไปได้ในการผลิตเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาแบบที่นำไปพัฒนา และรวมเข้ากับรูปทรงบรรจุภัณฑ์ ได้ข้อสรุปเลือกแนวทางที่ 1 แบบบีบ ไปใช้ในการออกแบบต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.8) แป้งโรยตัวสุนัข

ความต้องการด้านความสะดวกสบายของแป้งโรยตัวสุนัข คือ ผลิตภัณฑ์ไม่หกขณะทำความสะอาด รวดเร็วขณะใช้งาน และเปิดปิดง่าย

4.8.1) ลักษณะทางกายภาพของแป้งโรยตัวสุนัข

ลักษณะทางกายภาพของแป้งโรยตัวสุนัข ผงละเอียดไม่ละลายน้ำ

4.8.2) ลักษณะการใช้งานของบรรจุภัณฑ์แป้งโรยตัวสุนัขเดิม

อธิบายลักษณะการใช้งานของบรรจุภัณฑ์เดิม ดังภาพที่ 3.42 เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการใช้งานกับบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบ

ภาพที่ 3.42 ลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์แป้งโรยตัวสุนัขเดิม

อธิบายลักษณะของสุนัขแต่ละประเภท เพื่อเปรียบเทียบปริมาณแป้งโรยตัวสุนัขที่ใช้ในแต่ละครั้ง และปริมาณที่ใช้ต่อเดือน ดังภาพที่ 3.43 เพื่อนำข้อมูลไปกำหนดปริมาตรบรรจุภัณฑ์ของแป้งโรยตัวสุนัขให้เหมาะสมกับปริมาณที่ใช้ และกำหนดปริมาณแป้งโรยตัวสุนัขที่จะออกมาในแต่ละครั้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะของสุนัข	ปริมาณการใช้แป้งในแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย	ความถี่ในการใช้	ปริมาณการใช้แป้งต่อเดือนโดยเฉลี่ย
พันธุ์เล็กขนสั้น (ไม่เกิน 11 กก.)	10 g	สัปดาห์ละครั้ง	40 g
พันธุ์เล็กขนยาว (ไม่เกิน 11 กก.)	15 g	สัปดาห์ละครั้ง	60 g
พันธุ์กลางขนสั้น (11- 22 กก.)	25 g	สัปดาห์ละครั้ง	100 g
พันธุ์กลางขนยาว (11- 22 กก.)	30 ml	สัปดาห์ละครั้ง	120 g
พันธุ์ใหญ่ขนสั้น (22-40 กก.ขึ้นไป)	40 ml	สัปดาห์ละครั้ง	160 g
พันธุ์ใหญ่ขนยาว (22-40 กก.ขึ้นไป)	50 ml	สัปดาห์ละครั้ง	200 g

ชนิดของสุนัขที่กลุ่มเป้าหมายเลี้ยง ได้แก่ สุนัขพันธุ์เล็ก 54% สุนัขพันธุ์กลาง 37% สุนัขพันธุ์ใหญ่ 9%

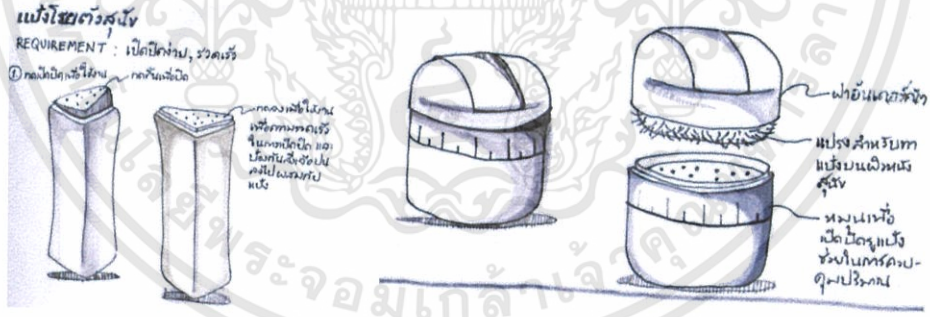
ชนิดของขนสุนัขที่เลี้ยงมากที่สุด คือ ขนสั้น

ภาพที่ 3.43 ปริมาณแป้งโรยตัวสุนัขที่ใช้ในแต่ละครั้ง และปริมาณที่ใช้ต่อเดือน

ที่มา : โรงพยาบาลสัตว์บ้านหมอตัน และแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมายจำนวน 54 คน

4.8.3) แบบร่างครั้งที่ 1 ออกแบบโครงสร้างเพื่อการใช้งานแป้งโรยตัวสุนัข

นำเสนอโครงสร้างการใช้งานบรรจุภัณฑ์ 2 แบบ ได้แก่ แบบที่ 1 แป้งแบบฝากดเปิดปิด แบบที่ 2 กระปุกแป้งที่สามารถปรับระดับความกว้างของรูได้ มีแปรงสำหรับทาตัวสุนัข ดังภาพที่ 3.44



ภาพที่ 3.44 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 แป้งโรยตัวสุนัขแบบที่ 1 และแบบที่ 2 (จากซ้ายไปขวา)

พิจารณาแบบร่างครั้งที่ 1 บรรจุภัณฑ์แป้งโรยตัวสุนัข โดยใช้ความต้องการด้านความสะดวกสบายของแป้งโรยตัวสุนัขจากกลุ่มเป้าหมาย และความเป็นไปได้ในการผลิตเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาแบบที่นำไปพัฒนา และรวมเข้ากับรูปทรงบรรจุภัณฑ์ ได้ข้อสรุปเลือกแบบที่ 1 ไปใช้ในการออกแบบต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.9) สเปรย์สำหรับฉีดบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่

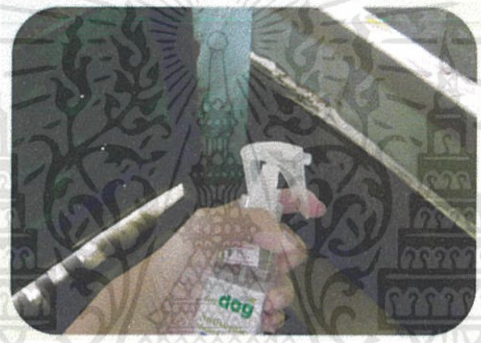
ความต้องการด้านความสะดวกสบายของสเปรย์สำหรับฉีดบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่ คือ ป้องกันผลิตภัณฑ์เปื้อนมือขณะใช้งาน ควบคุมปริมาณได้ดี

4.9.1) ลักษณะทางกายภาพของสเปรย์สำหรับฉีดบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่

ลักษณะทางกายภาพของสเปรย์สำหรับฉีดบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่ ของเหลวไม่มีความหนืด ละลายน้ำ

4.9.2) ลักษณะการใช้งานของบรรจุภัณฑ์สเปรย์สำหรับฉีดบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่เดิม

อธิบายลักษณะการใช้งานของบรรจุภัณฑ์เดิม ดังภาพที่ 3.45 เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการใช้งานกับบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบ



ภาพที่ 3.45 ลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์สเปรย์สำหรับฉีดบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่เดิม

เปรียบเทียบปริมาณสเปรย์สำหรับฉีดบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่ที่ใช้ในแต่ละครั้ง และปริมาณที่ใช้ต่อเดือน ดังภาพที่ 3.46 เพื่อนำข้อมูลไปกำหนดปริมาตรบรรจุภัณฑ์ของสเปรย์สำหรับฉีดบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่ให้เหมาะสมกับปริมาณที่ใช้ และกำหนดปริมาณสเปรย์สำหรับฉีดบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่ที่จะออกมาในแต่ละครั้ง

ลักษณะของที่อยู่อาศัย	ปริมาณการใช้สเปรย์ในแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย	ความถี่ในการใช้	ปริมาณการใช้สเปรย์ต่อเดือนโดยเฉลี่ย
เบาะนอน	20 ml	สัปดาห์ละครั้ง	80 ml
กรง	25 ml	สัปดาห์ละครั้ง	100 ml
รอบๆบ้าน	50 ml	สัปดาห์ละครั้ง	200 ml

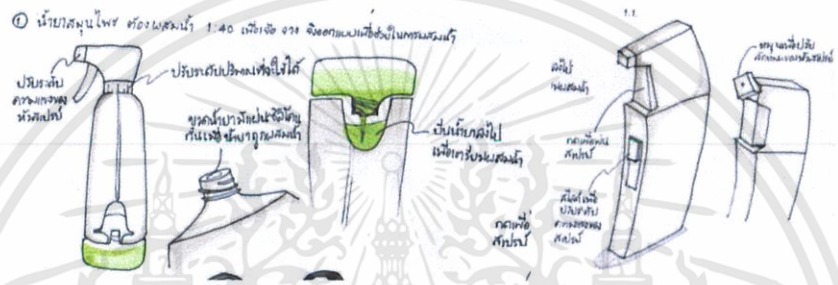
ภาพที่ 3.46 ปริมาณสเปรย์สำหรับฉีดบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่ที่ใช้ในแต่ละครั้ง และปริมาณที่ใช้ต่อเดือน

ที่มา : โรงพยาบาลสัตว์บ้านหมอต้น และแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมายจำนวน 54 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.9.3) แบบร่างครั้งที่ 1 ออกแบบโครงสร้างเพื่อการใช้งานสเปรย์สำหรับฉีดบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่

นำเสนอโครงสร้างการใช้งานบรรจุภัณฑ์ 2 แบบ ได้แก่ แบบที่ 1 สเปรย์ที่สามารถนำตัวน้ำยาที่มีความเข้มข้นผสมกับน้ำได้ในบรรจุภัณฑ์เดียวกัน ปรับขนาดของหัวสเปรย์ที่ออกมาในแต่ละครั้งได้ ครั้งละ 1.5 มิลลิลิตร และ 2.5 มิลลิลิตร แบบที่ 2 สเปรย์แบบไม่ผสมน้ำเหมือนแบบที่ 1 ปรับขนาดของหัวสเปรย์ที่ออกมาในแต่ละครั้งได้ ครั้งละ 1.5 มิลลิลิตร และ 2.5 มิลลิลิตร เช่นเดียวกัน ดังภาพที่ 3.47



ภาพที่ 3.47 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 1 สเปรย์สำหรับฉีดบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่ แบบที่ 1 และแบบที่ 2 (จากซ้ายไปขวา)

พิจารณาแบบร่างครั้งที่ 1 บรรจุภัณฑ์สเปรย์สำหรับฉีดบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่ โดยใช้ความต้องการด้านความสะดวกสบายของสเปรย์สำหรับฉีดบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่จากกลุ่มเป้าหมาย และความเป็นไปได้ในการผลิตเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาแบบที่นำไปพัฒนาและรวมเข้ากับรูปทรงบรรจุภัณฑ์ ได้ข้อสรุปเลือกแบบที่ 2 ไปใช้ในการออกแบบต่อไป

3.4.1.2 แบบร่างครั้งที่ 1 การออกแบบรูปทรงของบรรจุภัณฑ์

แนวทางในการออกแบบรูปทรงของบรรจุภัณฑ์มี 3 แนวทาง ได้แก่ ปลอดภัย บริสุทธิ์ และธรรมชาติ ซึ่งเป็นคำที่สื่อถึงตัวตนของผลิตภัณฑ์ Green For Dog ดังภาพที่ 3.48

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.48 แนวทางการออกแบบรูปทรงบรรจุภัณฑ์

ภาพที่ 3.48 นำแนวทางในการออกแบบรูปทรงบรรจุภัณฑ์ดังกล่าว ไปกำหนดลักษณะและโทนสีของแต่ละแนวทาง ดังนี้

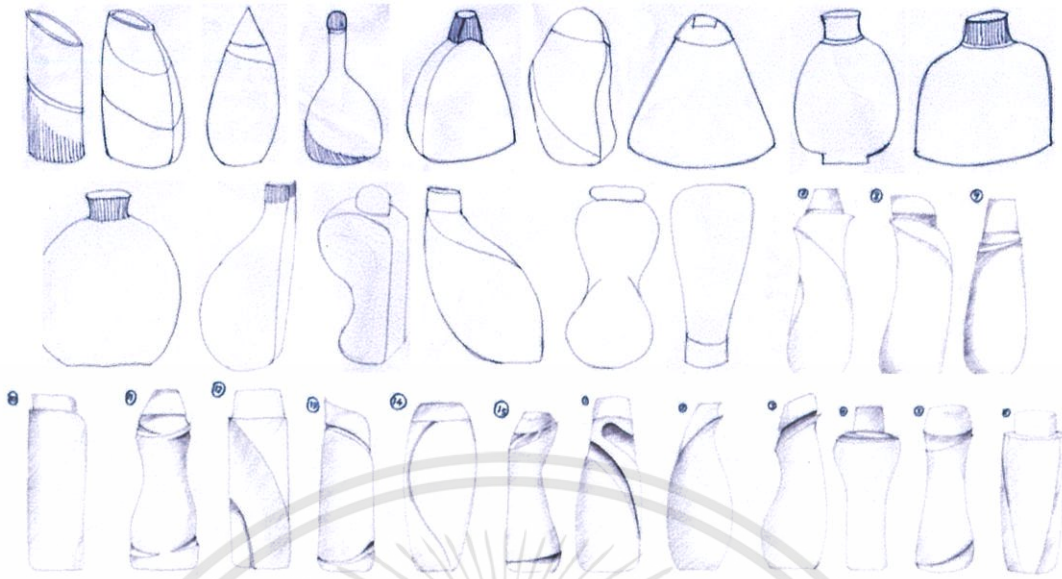
1) แนวทางการออกแบบที่ 1 ธรรมชาติ

แสดงคำสำคัญที่แสดงถึงธรรมชาติ ดังนี้ สายน้ำ ใบไม้ ผืนดิน แสงแดด สายลม พลิ้วไหว สมุนไพร สีเขียว ต้นไม้ สิ่งแวดล้อม ป่าไม้ ดังภาพที่ 3.49

ภาพที่ 3.49 ลักษณะ และโทนสีธรรมชาติ

นำคำสำคัญที่กำหนดไว้ในภาพที่ 3.49 ไปใช้กับแบบร่างรูปทรงบรรจุภัณฑ์ โดยใช้การลดทอน และเพิ่มลวดลายรูปธรรม สื่อสารความเป็นธรรมชาติบนบรรจุภัณฑ์ ดังภาพที่ 3.50

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.50 แบบร่างรูปทรงบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 1 แนวทางการออกแบบที่ 1 ธรรมชาติ

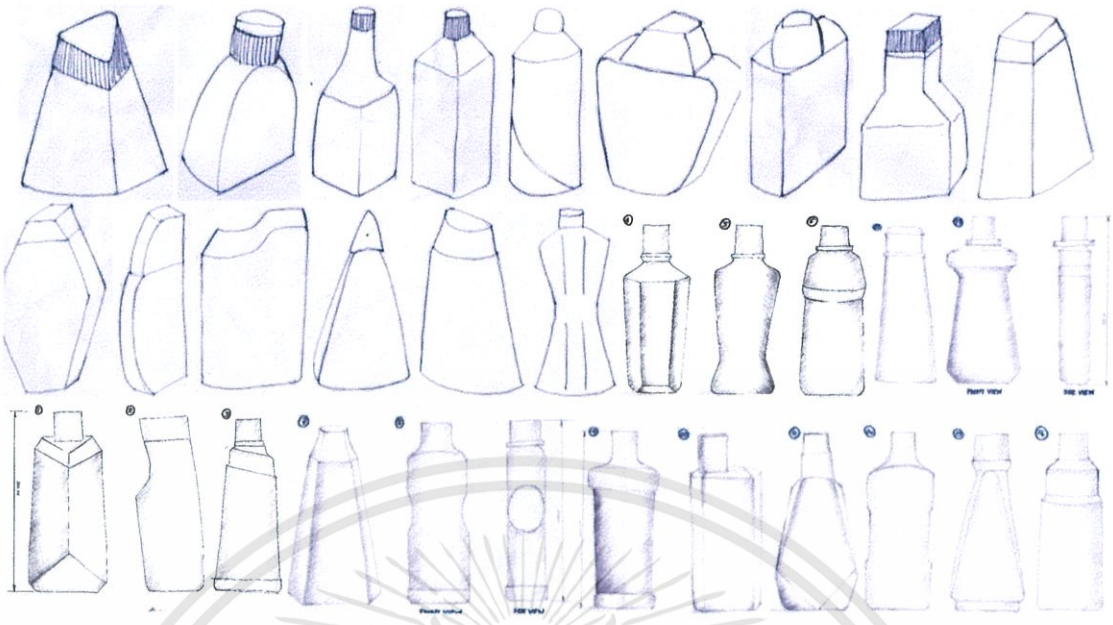
2) แนวทางการออกแบบที่ 2 ปลอดภัย

แสดงคำสำคัญที่แสดงถึงความปลอดภัย ดังนี้ ปกป้อง เกราะ ไว้ใจ โครงสร้าง คุ้มครอง น่าเชื่อถือ แข็งแรง เส้นตรง มั่นคง ปกคลุม ดังภาพที่ 3.51

ภาพที่ 3.51 ลักษณะ และโทนสีปลอดภัย

นำคำสำคัญที่กำหนดไว้ในภาพที่ 3.51 ไปใช้กับแบบร่างรูปทรงบรรจุภัณฑ์ โดยใช้เส้นตรง การใช้โครงสร้าง การสร้างรูปทรงที่ดูน่าเชื่อถือ แสดงถึงความแข็งแรงดูปลอดภัย มั่นคง ออกมาเป็นรูปธรรมบนบรรจุภัณฑ์ ดังภาพที่ 3.52

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.52 แบบร่างรูปทรงบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 1 แนวทางการออกแบบที่ 2 ปลอดภัย

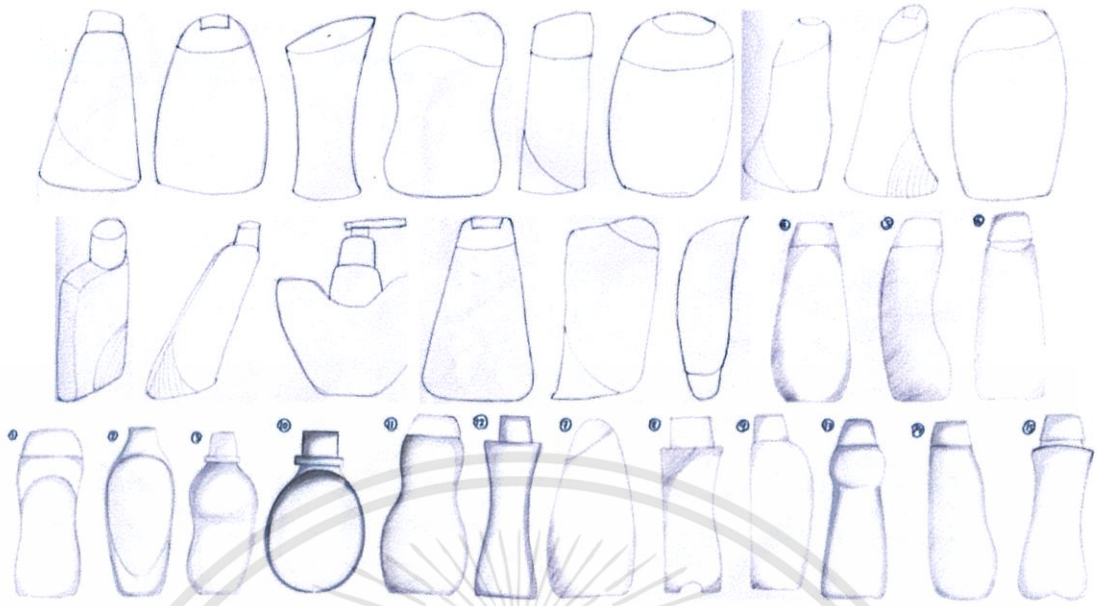
3) แนวทางการออกแบบที่ 3 บริสุทธิ์

แสดงคำสำคัญที่แสดงถึงความบริสุทธิ์ ดังนี้ เส้นโค้ง ใส น้ำ ไม่ปรุงแต่ง อ่อนโยน อ่อนหวาน นุ่มนวล สีขาว สะอาด เด็ก อินโนเซ้นส์ ไร้มลทิน ดังภาพที่ 3.53

ภาพที่ 3.53 ลักษณะ และโทนสีบริสุทธิ์

นำคำสำคัญที่กำหนดไว้ในภาพที่ 3.53 ไปใช้กับแบบร่างรูปทรงบรรจุภัณฑ์ โดยใช้เส้นโค้งเว้า โค้งมน พริ้ว ที่ให้ความรู้สึกนุ่มนวลดูสะอาดออกมาเป็นรูปธรรมบนบรรจุภัณฑ์ ดังภาพที่ 3.54

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.54 แบบร่างรูปทรงบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 1 แนวทางการออกแบบที่ 3 บริสุทธิ์

พิจารณาแบบร่างครั้งที่ 1 เกณฑ์ในการเลือกรูปทรงบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วย สื่อสารภาพลักษณ์ของ Green For Dog ได้ดี มีพื้นที่ในการติดฉลากสัดส่วนสวยงาม น่าสนใจ สอดคล้องกับสัดส่วนมือมนุษย์ มีรูปร่างเหมาะสมกับเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข และความเป็นไปได้ในการผลิต แสดงแบบร่างที่เลือกดังภาพที่ 3.55

ภาพที่ 3.55 แบบร่างรูปทรงบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 1 ที่เลือกแล้ว

ภาพที่ 3.55 รูปทรงบรรจุภัณฑ์เลือกมาจากแนวทางการออกแบบที่ 1 คือ ธรรมชาติ เนื่องจากตรงกับเกณฑ์ในการเลือกบรรจุภัณฑ์มากที่สุด จึงเหมาะที่จะนำรูปทรงนี้ไปรวมกับโครงสร้างการใช้งานของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4.1.3 แบบร่างครั้งที่ 1 การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

แนวคิดในการออกแบบกราฟิก คือ แบ่งปันช่วงเวลาแห่งความสุข ดังภาพที่ 3.56 สามารถใช้ได้กับสุนัขทุกวัย ผ่านช่วงเวลาประสบการณ์ต่างๆ มาด้วยกัน เวลาที่ใช้ด้วยกันอาจยาวนานมากขึ้น เพราะสุนัขจะมีอายุยืน เนื่องจากการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ไร้สารเคมี

ภาพที่ 3.56 แนวคิด และแนวทางในการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

ภาพที่ 3.56 แนวทางในการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วย 3 แนวทาง ได้แก่ ช่วงเวลาแห่งความสนุกสนาน การดูแลเอาใจใส่ และการร่วมทุกข์ร่วมสุข นำแนวทางในการออกแบบกราฟิกดังกล่าว ไปกำหนดลักษณะ และโทนสีของแต่ละแนวทาง ดังนี้

1) แนวทางการออกแบบที่ 1 ช่วงเวลาแห่งความสนุกสนาน

แสดงคำสำคัญที่แสดงถึงช่วงเวลาแห่งความสนุกสนาน ซึ่งจะนำคำเหล่านี้ไปใช้ออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ดังภาพที่ 3.57

ภาพที่ 3.57 ลักษณะ และโทนสีช่วงเวลาแห่งความสนุกสนาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นำคำสำคัญที่กำหนดไว้ในภาพที่ 3.57 ไปใช้กับแบบร่างกราฟิกบนขวด ด้วยสีสันที่สดใส ภาพสุนัขกำลังวิ่งเล่น ออกกำลังกาย ด้วยภาพจริง ภาพการ์ตูน และภาพลายเส้น ลงบนขวดรูปทรงธรรมชาติ ดังภาพที่ 3.58

ภาพที่ 3.58 แบบร่างกราฟิกบนขวดครั้งที่ 1 แนวทางการออกแบบที่ 1 ช่วงเวลาแห่งความสนุกสนาน

2) แนวทางการออกแบบที่ 2 การดูแลเอาใจใส่

แสดงคำสำคัญที่แสดงถึงการดูแลเอาใจใส่ ซึ่งจะนำคำเหล่านี้ไปใช้ออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ดังภาพที่ 3.59

ภาพที่ 3.59 ลักษณะ และโทนสีการดูแลเอาใจใส่

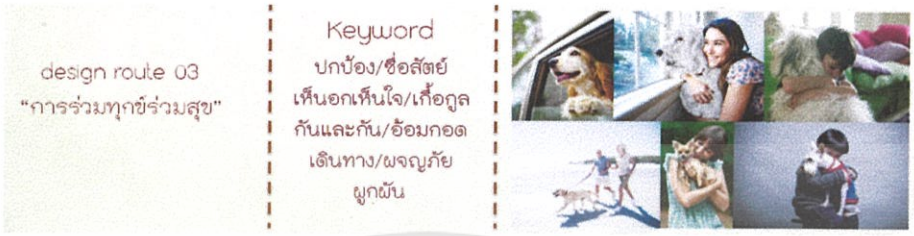
นำคำสำคัญที่กำหนดไว้ในภาพที่ 3.59 ไปใช้กับแบบร่างกราฟิกบนขวด ด้วยโทนสีอบอุ่น ให้ความรู้สึกอ่อนโยน ปลอดภัย ใช้ภาพวงกลมแสดงถึงการทำความสะอาด ชำระล้างการดูแลสุนัขของเจ้าของด้วยความห่วงใย ด้วยภาพจริง ภาพลายเส้นกราฟิก ภาพสีน้ำ ลงบนขวดรูปทรงธรรมชาติ ดังภาพที่ 3.60

ภาพที่ 3.60 แบบร่างกราฟิกบนขวดครั้งที่ 1 แนวทางการออกแบบที่ 2 การดูแลเอาใจใส่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3) แนวทางการออกแบบที่ 3 การร่วมทุกข์ร่วมสุข

แสดงคำสำคัญที่แสดงถึงการร่วมทุกข์ร่วมสุข ซึ่งจะนำคำเหล่านี้ไปใช้ออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ดังภาพที่ 3.61



ภาพที่ 3.61 ลักษณะ และโทนสีการร่วมทุกข์ร่วมสุข

นำคำสำคัญที่กำหนดไว้ในภาพที่ 3.61 ไปใช้กับแบบร่างกราฟิกบนขวด ด้วยโทนสีที่แสดงถึงความทรงจำ ย้อนเวลา ซึ่งต่างกับสีอบอุ่นของช่วงเวลาดูแลเอาใจใส่ ภาพที่แสดงให้เห็นการใช้เวลาร่วมกันตั้งแต่ลูกสุนัขจนถึงสุนัขวัยชรา ด้วยภาพจริง และภาพกราฟิก ลงบนขวดรูปทรงธรรมชาติ ดังภาพที่ 3.62

ภาพที่ 3.62 แบบร่างกราฟิกบนขวดครั้งที่ 1 แนวทางการออกแบบที่ 3 การร่วมทุกข์ร่วมสุข

พิจารณาแบบร่างครั้งที่ 1 เกณฑ์ในการเลือกกราฟิกบรรจุภัณฑ์ การสื่อถึงตัวตนของผลิตภัณฑ์ Green For Dog ได้ดี สามารถนำไปใช้ทำระบบเอกลักษณ์ร่วมได้ง่าย แยกประเภทของผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน มีความแตกต่างจากคู่แข่ง สวยงามเหมาะสม และจดจำได้ง่าย โดยเลือกแบบร่างในแนวทางการออกแบบที่ 1 ช่วงเวลาแห่งความสนุกสนาน ซึ่งตรงกับเกณฑ์ในการเลือกมากที่สุด แสดงแบบร่างที่เลือกดังภาพที่ 3.63

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.63 แบบร่างกราฟิกบนขวดครั้งที่ 1 ที่เลือกแล้ว

3.4.1.4 แบบร่างครั้งที่ 1 ระบบเอกลักษณ์ร่วม

พิจารณาแบบร่างครั้งที่ 1 ของโครงสร้างเพื่อการใช้งาน รูปทรงบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ นำสิ่งที่เลือกทั้งหมดมาจัดระบบเอกลักษณ์ร่วมได้ดังภาพที่ 3.64

ภาพที่ 3.64 แบบร่างระบบเอกลักษณ์ร่วมครั้งที่ 1

3.4.2 แนวความคิด และการออกแบบโครงสร้างเพื่อการใช้งาน รูปทรงบรรจุ-ภัณฑ์ และกราฟิกในขั้นตอนแบบร่างครั้งที่ 2

ได้รับคำแนะนำจากกรรมการ โดยจะอธิบายแยกตามหัวข้อโครงสร้างเพื่อการใช้งาน รูปทรงบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

3.4.2.1 แบบร่างครั้งที่ 2 การออกแบบโครงสร้างเพื่อการใช้งาน

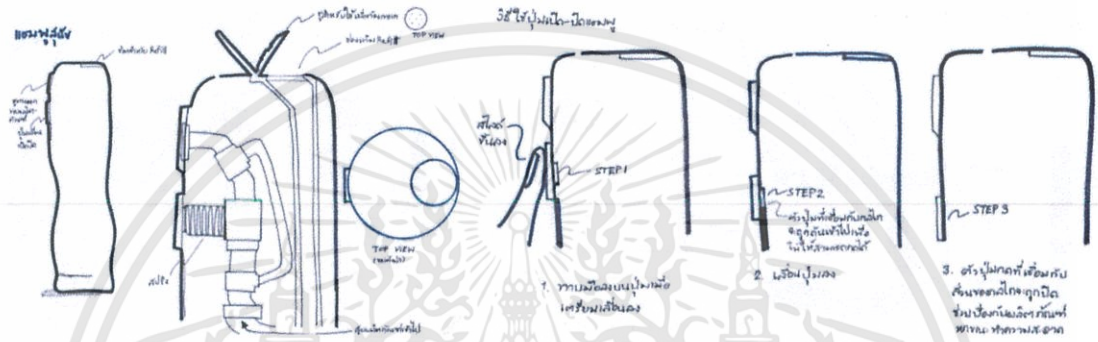
ได้รับคำแนะนำให้อธิบายกลไกการทำงานของโครงสร้างเพื่อการใช้งาน และเพิ่มความหลากหลายของโครงสร้าง นอกเหนือจากการออกแบบเชิงควบคุมปริมาณเพียงเรื่องเดียว เป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงสร้างการใช้งานที่รวมเข้ากับแบบร่างครั้งที่ 2 ของรูปทรงบรรจุภัณฑ์ที่เลือกแล้ว ดังแสดงในหัวข้อที่ 3.4.2.2

1) แชมพูสุนัข

อธิบายกลไกโครงสร้างเพื่อการใช้งาน โดยใช้ข้อมูลการออกแบบแชมพูสุนัข และแบบโครงสร้างที่เลือกแล้วของแบบร่างครั้งที่ 1 มาปรับใช้ในแบบร่างครั้งที่ 2 ดังภาพที่ 3.65



ภาพที่ 3.65 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 2 แชมพูสุนัข

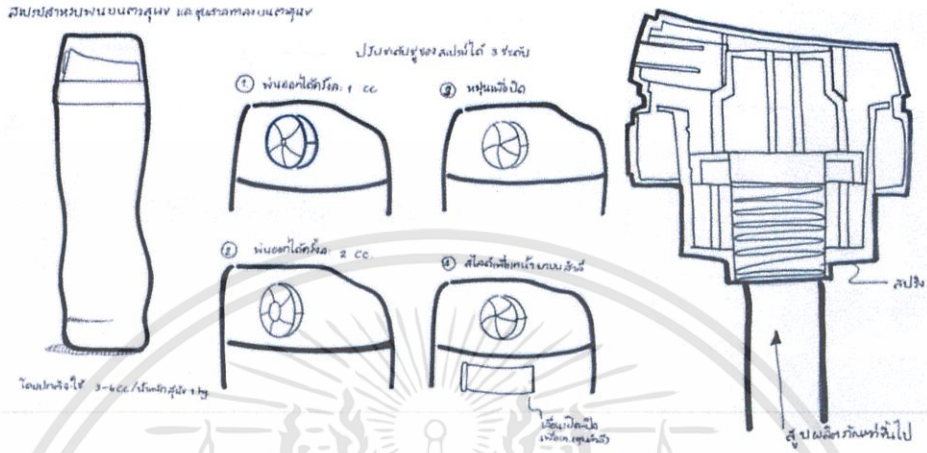
ภาพที่ 3.65 อธิบายกลไกภายในของแชมพูสุนัข มีวิธีใช้ คือ เลื่อนปุ่มขึ้นเพื่อนใช้งานแชมพู โดยปุ่มจะมีหน้าที่ปั๊มแชมพูขึ้นมาเพื่อใช้งานครั้งละ 2 มิลลิลิตร และเลื่อนปุ่มลงเพื่อล็อคปุ่มไม่ให้สามารถกดได้ เมื่อต้องการหยุดใช้งาน ช่วยป้องกันแชมพูหกขณะทำความสะอาด แสดงหุ่นจำลองเมื่อรวมโครงสร้างเพื่อการใช้งานกับรูปทรงบรรจุภัณฑ์ที่เลือกแล้ว ดังภาพที่ 3.66

ภาพที่ 3.66 หุ่นจำลองแชมพูสุนัข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2) สเปรย์สำหรับฉีดพ่นบนตัวสุนัข

อธิบายกลไกโครงสร้างเพื่อการใช้งาน โดยใช้ข้อมูลการออกแบบสเปรย์สำหรับสุนัข และแบบโครงสร้างที่เลือกแล้วของแบบร่างครั้งที่ 1 มาปรับใช้ในแบบร่างครั้งที่ 2 ดังภาพที่ 3.67



ภาพที่ 3.67 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 2 สเปรย์สำหรับสุนัข

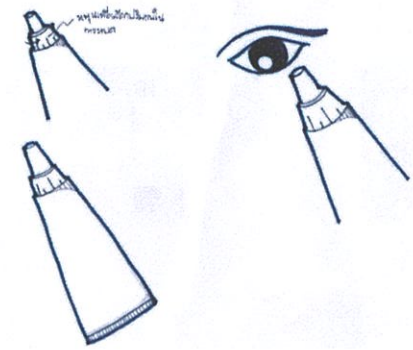
ภาพที่ 3.67 อธิบายกลไกภายในสเปรย์สำหรับสุนัข มีวิธีใช้ คือ หมุนตามเข็มนาฬิกา เพื่อขยายขนาดของรูสเปรย์ และเปิดการใช้งาน และหมุนทวนเข็มนาฬิกา เพื่อลดขนาดของรูสเปรย์ และปิดการใช้งาน เลือกพ่นได้ครั้งละ 1 มิลลิลิตร และ 2 มิลลิลิตร แสดงหุ่นจำลองเมื่อรวมโครงสร้างเพื่อการใช้งานกับรูปทรงบรรจุภัณฑ์ที่เลือกแล้ว ดังภาพที่ 3.68

ภาพที่ 3.68 หุ่นจำลองสเปรย์สำหรับฉีดพ่นบนตัวสุนัข

3) ยาป้ายตาสุนัข

อธิบายกลไกโครงสร้างเพื่อการใช้งาน โดยใช้ข้อมูลการออกแบบยาป้ายตาสุนัข และแบบโครงสร้างที่เลือกแล้วของแบบร่างครั้งที่ 1 มาปรับใช้ในแบบร่างครั้งที่ 2 ดังภาพที่ 3.69

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



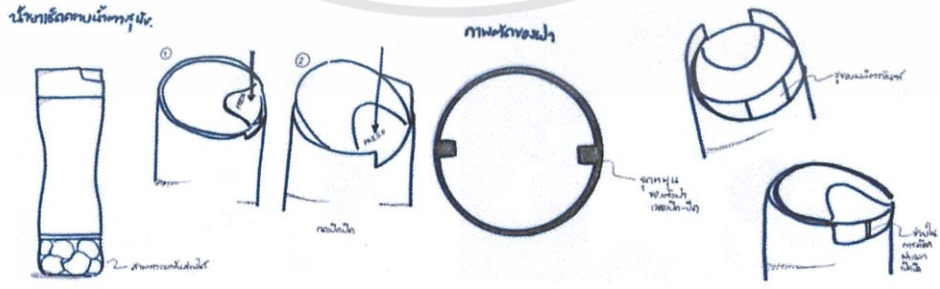
ภาพที่ 3.69 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 2 ยาป้ายตาสุนัข

ภาพที่ 3.69 อธิบายวิธีการใช้ยาป้ายตาสุนัข โดยปรับจากแบบที่เลือกให้มีปลายปากหลอดที่เรียวเล็กขึ้น เพื่อทำให้สามารถหยอดตาสุนัขได้แม่นยำ รวดเร็วมากขึ้น หมุนซ้ายขวาเพื่อปรับขนาดของรูปากหลอดได้ ป้ายได้ครั้งละ 0.2 กรัม แสดงหุ่นจำลองยาป้ายตาสุนัข ดังภาพที่ 3.70

ภาพที่ 3.70 หุ่นจำลองยาป้ายตาสุนัข

4) น้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัข

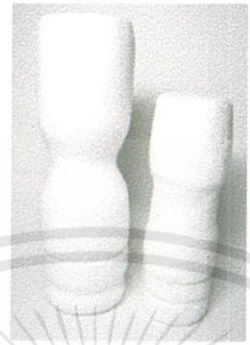
อธิบายกลไกโครงสร้างเพื่อการใช้งาน โดยใช้ข้อมูลการออกแบบน้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัข และแบบโครงสร้างที่เลือกแล้วของแบบร่างครั้งที่ 1 มาปรับใช้ในแบบร่างครั้งที่ 2 ดังภาพที่ 3.71



ภาพที่ 3.71 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 2 น้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

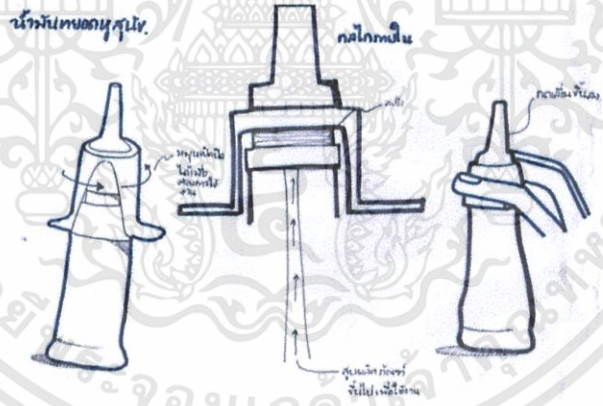
ภาพที่ 3.71 อธิบายวิธีการใช้น้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัข โดยเพิ่มพื้นที่เพื่อกระจายแรงกดของฝ่าให้มากขึ้น มีถาดสำลีสำหรับเช็ดตาสุนัขอยู่ที่ด้านล่างของขวดบรรจุภัณฑ์ แสดงหุ่นจำลองเมื่อรวมโครงสร้างเพื่อการใช้งานกับรูปทรงบรรจุภัณฑ์ที่เลือกแล้ว ดังภาพที่ 3.72



ภาพที่ 3.72 หุ่นจำลองน้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัข

5) น้ำมันหยอดหูสุนัข

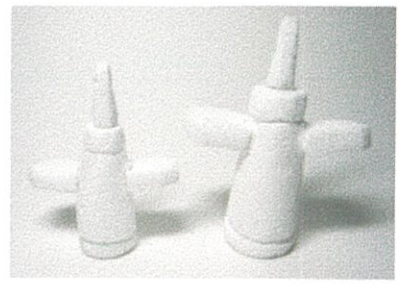
อธิบายกลไกโครงสร้างเพื่อการใช้งาน โดยใช้ข้อมูลการออกแบบน้ำมันหยอดหูสุนัข และแบบโครงสร้างที่เลือกแล้วของแบบร่างครั้งที่ 1 มาปรับใช้ในแบบร่างครั้งที่ 2 ดังภาพที่ 3.73



ภาพที่ 3.73 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 2 น้ำมันหยอดหูสุนัข

ภาพที่ 3.73 อธิบายกลไกภายในน้ำมันหยอดหูสุนัข โดยนำหลักการใช้งานของหลอดฉีดยามาประยุกต์ใช้กับยาหยอดหูสุนัข มีวิธีใช้ คือ นำบรรจุภัณฑ์สอดเข้าไปในหูสุนัข และปั๊มน้ำมันลงไปในหูสุนัข สามารถปั๊มได้ครั้งละ 0.2 มิลลิลิตร แสดงหุ่นจำลองเมื่อรวมโครงสร้างเพื่อการใช้งานกับรูปทรงบรรจุภัณฑ์ที่เลือกแล้ว ดังภาพที่ 3.74

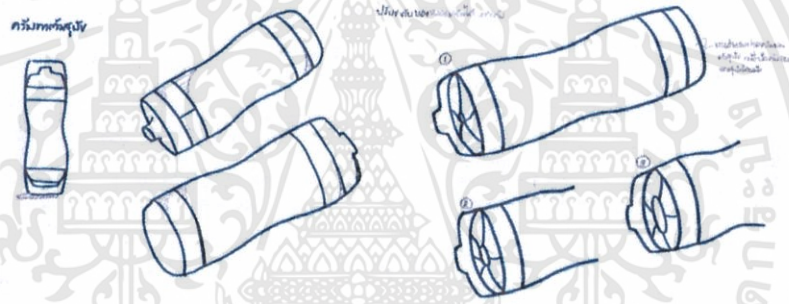
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.74 หุ่นจำลองน้ำมันหยอดหูสุนัข

6) ครีมทาตัวสุนัข และโคลนหมักขนสุนัข

บรรจุภัณฑ์ครีมทาตัวสุนัข และโคลนหมักขนสุนัข มีลักษณะการใช้งานที่คล้ายกัน คือ ทาผลิตภัณฑ์ทั่วสุนัข จึงอธิบายกลไกโครงสร้างเพื่อการใช้งานของทั้ง 2 ผลิตภัณฑ์แบบเดียวกัน โดยใช้ข้อมูลการออกแบบครีมทาตัวสุนัข และโคลนหมักขนสุนัข และแบบโครงสร้างที่เลือกแล้วของแบบร่างครั้งที่ 1 มาปรับใช้ในแบบร่างครั้งที่ 2 ดังภาพที่ 3.75



ภาพที่ 3.75 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 2 ครีมทาตัวสุนัข และโคลนหมักขนสุนัข

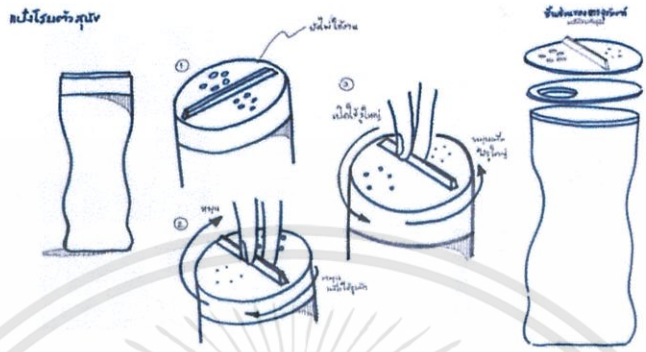
ภาพที่ 3.75 อธิบายลักษณะการใช้งานของครีมทาตัวสุนัข และโคลนหมักขนสุนัข คือ หมุนทวนเข็มนาฬิกา เพื่อเปิดใช้งาน และขยายขนาดรูของปากหลอดให้ใหญ่ขึ้น และหมุนตามเข็มนาฬิกา เพื่อปิดการใช้งาน และลดขนาดรูของปากหลอดให้เล็กลง โดยสามารถปรับปริมาณได้ครั้งละ 2 กรัม และ 3 กรัม แสดงหุ่นจำลองเมื่อรวมโครงสร้างเพื่อการใช้งานกับรูปทรงบรรจุภัณฑ์ที่เลือกแล้ว ดังภาพที่ 3.76

ภาพที่ 3.76 หุ่นจำลองครีมทาตัวสุนัข และโคลนหมักขนสุนัข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7) แป้งโรยตัวสุนัข

อธิบายส่วนประกอบภายในขวดแป้งโรยตัวสุนัข โดยปรับเปลี่ยนลักษณะโครงสร้างจากแบบร่างครั้งที่ 1 มาปรับใช้ในแบบร่างครั้งที่ 2 ดังภาพที่ 3.77



ภาพที่ 3.77 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 2 แป้งโรยตัวสุนัข

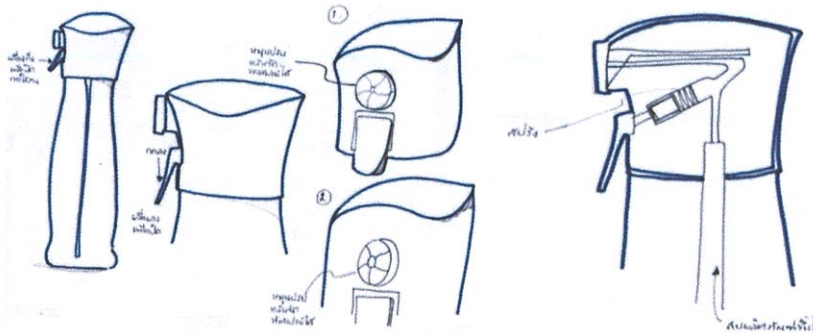
ภาพที่ 3.77 อธิบายส่วนประกอบของแป้งโรยตัวสุนัข และวิธีใช้แป้งโรยตัวสุนัข คือ หมุนทวนเข็มนาฬิกา เพื่อใช้รูใหญ่ หมุนตามเข็มนาฬิกา เพื่อใช้รูเล็ก และหมุนที่จับมาอยู่ตรงหัวลูกศร เพื่อปิด แสดงหุ่นจำลองเมื่อรวมโครงสร้างเพื่อการใช้งานกับรูปทรงบรรจุภัณฑ์ที่เลือกแล้ว ดังภาพที่ 3.78

ภาพที่ 3.78 หุ่นจำลองแป้งโรยตัวสุนัข

8) สเปรย์สำหรับฉีดบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่

อธิบายกลไกโครงสร้างเพื่อการใช้งาน โดยใช้ข้อมูลการออกแบบสเปรย์สำหรับฉีดบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่ และแบบโครงสร้างที่เลือกแล้วของแบบร่างครั้งที่ 1 มาปรับใช้ในแบบร่างครั้งที่ 2 ดังภาพที่ 3.79

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.79 แบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานครั้งที่ 2 สเปรย์สำหรับฉีดบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่

ภาพที่ 3.79 อธิบายกลไกภายในสเปรย์สำหรับฉีดบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่ มีวิธีใช้ คือ เปิดปิดการใช้งาน โดยการเลื่อนแป้นกดสเปรย์ขึ้นและลง หมุนตามเข็มนาฬิกา เพื่อขยายขนาดของรูสเปรย์ และหมุนทวนเข็มนาฬิกา เพื่อลดขนาดของรูสเปรย์ เลือกพ่นได้ครั้งละ 2 มิลลิลิตร และ 3 มิลลิลิตร แสดงหุ่นจำลองเมื่อรวมโครงสร้างเพื่อการใช้งานกับรูปทรงบรรจุภัณฑ์ที่เลือกแล้ว ดังภาพที่ 3.80

ภาพที่ 3.80 หุ่นจำลองสเปรย์สำหรับฉีดบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่

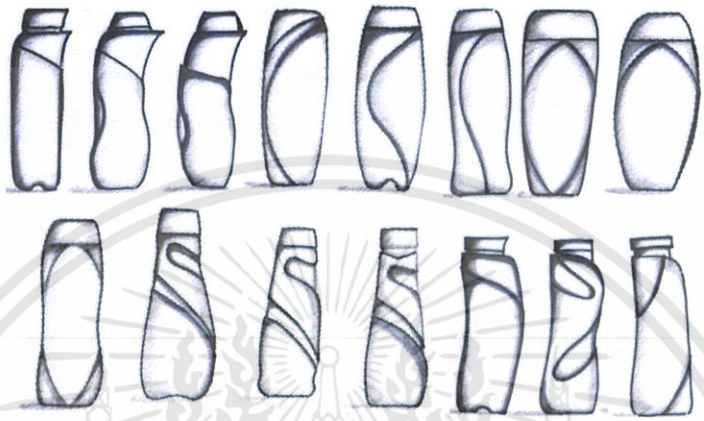
3.4.2.2 แบบร่างครั้งที่ 2 การออกแบบรูปทรงบรรจุภัณฑ์

ได้รับคำแนะนำให้ปรับรูปทรงบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับแนวทางในการออกแบบ ให้สื่อถึงตัวตนของตราสินค้ามากขึ้น รูปทรงยังไม่เหมือนสินค้าสำหรับสุนัข กลไกการใช้งาน และรูปทรงไม่เข้ากัน แบบร่างครั้งที่ 2 ยังคงใช้แนวทางในการออกแบบเดิมของแบบร่างรูปทรงบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1) แนวทางการออกแบบที่ 1 ธรรมชาติ

ปรับรูปทรงบรรจุภัณฑ์ให้แสดงถึงความเป็นธรรมชาติมากขึ้น และปรับรูปทรงให้สามารถนำไปรวมกับโครงสร้างเพื่อการใช้งานได้ง่าย โดยใช้คำสำคัญที่แสดงไว้ในแบบร่างครั้งที่ 1 ในหัวข้อที่ 3.4.1.2 ดังภาพที่ 3.81



ภาพที่ 3.81 แบบร่างรูปทรงบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 2 แนวทางการออกแบบที่ 1 ธรรมชาติ

2) แนวทางการออกแบบที่ 2 ปลอดภัย

ปรับรูปทรงบรรจุภัณฑ์ให้แสดงถึงความปลอดภัยมากขึ้น และปรับรูปทรงให้สามารถนำไปรวมกับโครงสร้างเพื่อการใช้งานได้ง่าย โดยใช้คำสำคัญที่แสดงไว้ในแบบร่างครั้งที่ 1 ดังภาพที่ 3.82

ภาพที่ 3.82 แบบร่างรูปทรงบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 2 แนวทางการออกแบบที่ 2 ปลอดภัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3) แนวทางการออกแบบที่ 3 บริสุทธิ์

ปรับรูปทรงบรรจุภัณฑ์ให้แสดงถึงความบริสุทธิ์มากขึ้น และปรับรูปทรงให้สามารถนำไปรวมกับโครงสร้างเพื่อการใช้งานได้ง่าย โดยใช้คำสำคัญที่แสดงไว้ในแบบร่างครั้งที่ 1 ดังภาพที่ 3.83

ภาพที่ 3.83 แบบร่างรูปทรงบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 2 แนวทางการออกแบบที่ 3 บริสุทธิ์

พิจารณาแบบร่างครั้งที่ 2 จากเกณฑ์ในการเลือกรูปทรงบรรจุภัณฑ์ ที่แสดงไว้ในแบบร่างบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 1 ในหัวข้อที่ 3.4.1.2 แสดงแบบร่างที่เลือกดังภาพที่ 3.84

ภาพที่ 3.84 แบบร่างรูปทรงบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 2 ที่เลือกแล้ว

ภาพที่ 3.84 รูปทรงบรรจุภัณฑ์เลือกมาจากแนวทางการออกแบบที่ 3 คือ บริสุทธิ์ เนื่องจากตรงกับเกณฑ์ในการเลือกบรรจุภัณฑ์มากที่สุด และสามารถรวมเข้ากับโครงสร้างการใช้งานได้ง่าย จึงเหมาะที่จะนำรูปทรงนี้ไปรวมกับโครงสร้างการใช้งานของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4.2.3 แบบร่างครั้งที่ 2 การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

ได้รับคำแนะนำให้ทบทวนความเป็นสินค้าธรรมชาติ และกำหนดกราฟิกให้เหมาะกับรสนิยมของกลุ่มเป้าหมายดังแสดงในบทที่ 2 โดยใช้แนวคิด และแนวทางเดิมที่แสดงไว้ในแบบร่างครั้งที่ 1 หัวข้อที่ 3.3.1.3 ลงบนรูปทรงบรรจุภัณฑ์แนวทางการออกแบบที่ 3 คือ บริสุทธิ์ ที่ได้เลือกไว้ในภาพที่ 3.84

1) แนวทางการออกแบบที่ 1 ช่วงเวลาแห่งความสนุกสนาน

ปรับกราฟิกบนขวดให้แสดงถึงความเป็นสินค้าธรรมชาติมากขึ้น โดยใช้คำสำคัญที่แสดงไว้ในแบบร่างครั้งที่ 1 แสดงภาพเคลื่อนไหวของสุนัข ด้วยภาพการ์ตูน และลายเส้นสีสันสดใสที่ยังอยู่ในโทนสีที่สื่อถึงความเป็นธรรมชาติ ดังภาพที่ 3.85

ภาพที่ 3.85 แบบร่างกราฟิกบนขวดครั้งที่ 2 แนวทางการออกแบบที่ 1 ช่วงเวลาแห่งความสนุกสนาน

2) แนวทางการออกแบบที่ 2 การดูแลเอาใจใส่

ปรับกราฟิกบนขวดให้แสดงถึงความเป็นสินค้าธรรมชาติมากขึ้น โดยใช้คำสำคัญที่แสดงไว้ในแบบร่างครั้งที่ 1 ใช้โทนสีอบอุ่น เพิ่มภาพที่สื่อสารถึงเจ้าของสุนัขกับสุนัขที่ดูแลกัน ให้ความรู้สึกอ่อนโยน ปลอดภัย ห่วงใย ด้วยภาพจริง และภาพสีน้ำ ดังภาพที่ 3.86

ภาพที่ 3.86 แบบร่างกราฟิกบนขวดครั้งที่ 2 แนวทางการออกแบบที่ 2 การดูแลเอาใจใส่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3) แนวทางการออกแบบที่ 3 การร่วมทุกข์ร่วมสุข

ปรับกราฟิกบนขวดให้แสดงถึงความเป็นสินค้าธรรมชาติมากขึ้น โดยใช้คำสำคัญที่แสดงไว้ในแบบร่างครั้งที่ 1 ใช้โทนสีอบอุ่นที่นึกถึงวันวาน ใช้รูปที่แสดงถึงความผูกผันระหว่างสุนัขและเจ้าของสุนัข โดยทำให้เป็นเรื่องราวมากขึ้นบนขวดแต่ละด้าน ด้วยภาพจริง และกราฟิก ดังภาพที่ 3.87

ภาพที่ 3.87 แบบร่างกราฟิกบนขวดครั้งที่ 2 แนวทางการออกแบบที่ 3 การร่วมทุกข์ร่วมสุข

พิจารณาแบบร่างครั้งที่ 2 จากเกณฑ์ในการเลือกกราฟิกบรรจุภัณฑ์ ที่แสดงไว้ในแบบร่างบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 1 ในหัวข้อที่ 3.4.1.3 โดยเลือกแบบร่างในแนวทางการออกแบบที่ 1 ช่วงเวลาแห่งความสนุกสนาน ซึ่งตรงกับเกณฑ์ในการเลือกมากที่สุด แสดงแบบร่างที่เลือกดังภาพที่ 3.88

ภาพที่ 3.88 แบบร่างกราฟิกบนขวดครั้งที่ 2 ที่เลือกแล้ว

3.4.2.4 แบบร่างครั้งที่ 2 ระบบเอกลักษณ์ร่วม

พิจารณาแบบร่างครั้งที่ 2 ของโครงสร้างเพื่อการใช้งาน รูปทรงบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ นำสิ่งที่เลือกทั้งหมดมาจัดระบบเอกลักษณ์ร่วมได้ดังภาพที่ 3.89

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.89 แบบร่างระบบเอกลักษณ์ร่วมครั้งที่ 2

ภาพที่ 3.89 นำแบบร่างระบบเอกลักษณ์ร่วมครั้งที่ 2 แสดงหุ่นจำลองโครงสร้างการใช้งานบรรจุภัณฑ์ที่รวมเข้ากับรูปทรงบรรจุภัณฑ์ ดังภาพที่ 3.90

ภาพที่ 3.90 หุ่นจำลองของแบบร่างระบบเอกลักษณ์ร่วมครั้งที่ 2

3.4.3 แนวความคิด และการออกแบบโครงสร้างเพื่อการใช้งาน รูปทรงบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกในขั้นตอนพัฒนาแบบร่าง

ได้รับคำแนะนำจากกรรมการให้พัฒนาแบบ โดยจะอธิบายแยกตามหัวข้อโครงสร้างเพื่อการใช้งาน รูปทรงบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4.3.1 การพัฒนาแบบร่าง การออกแบบโครงสร้างเพื่อการใช้งาน

ได้รับคำแนะนำให้พัฒนาการใช้งานบรรจุภัณฑ์ให้ง่ายขึ้น และปรับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ให้มีต้นทุนการผลิตต่ำลง ซึ่งโครงสร้างที่เลือกมาพัฒนาแบบเพิ่มเติมตามคำแนะนำ ได้แก่ แชมพูสุนัข สเปรย์สำหรับฉีดพ่นบนตัวสุนัข ส่วนโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์อื่น ยังคงใช้โครงสร้างเพื่อการใช้งานแบบเดิม ดังนี้

1) แชมพูสุนัข

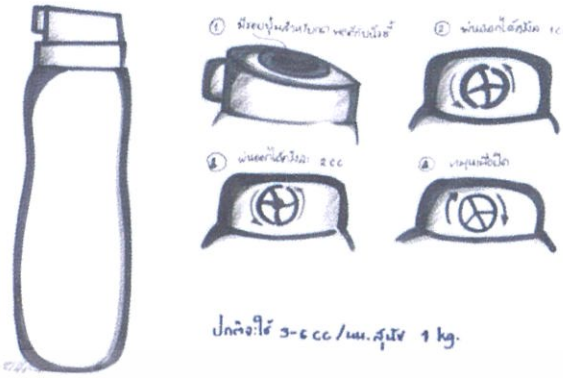
ปรับกลไกการใช้งานให้ง่ายขึ้น โดยมีวิธีการใช้งานโดยการปั๊มเหมือนแบบร่างครั้งที่ 2 ใช้กลไกมาตรฐานที่หมุนซ้ายขวา เพื่อเปิดปิดการใช้งาน สามารถปั๊มแชมพูออกมาได้ครั้งละ 2 มิลลิลิตร มีพื้นที่กว้างพอสำหรับนิ้วเวลากดฝา ช่วยกระจายแรงกด เพื่อสามารถกดฝาได้โดยใช้นิ้วเดียว ตอบสนองการใช้งานของกลุ่มเป้าหมายในด้านควบคุมปริมาณ และเปิดปิดง่าย เพื่อไม่ให้ผลิตภัณฑ์หกขณะทำความสะอาด ดังภาพที่ 3.91

ภาพที่ 3.91 การพัฒนาแบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานแชมพูสุนัข

2) สเปรย์สำหรับฉีดพ่นบนตัวสุนัข

พัฒนาแบบเพิ่มเติม โดยเพิ่มหลุมสำหรับให้นิ้วกดลงไป สามารถปรับขนาดของรูสเปรย์ให้พ่นออกมาได้ครั้งละ 1 มิลลิลิตร และ 2 มิลลิลิตร โดยปกติจะใช้ 3-6 มิลลิลิตรต่อน้ำหนักสุนัข 1 กิโลกรัม เพื่อควบคุมปริมาณการใช้งาน เป็นโครงสร้างเพื่อการใช้งานที่รวมกับรูปทรงบรรจุภัณฑ์ที่เลือกแล้วในหัวข้อที่ 3.4.3.2 ดังภาพที่ 3.92

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.92 การพัฒนาแบบร่างโครงสร้างเพื่อการใช้งานสเปรย์สำหรับฉีดพ่นบนตัวสุนัข

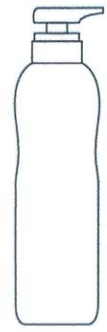
3.4.3.2 การพัฒนาแบบร่างการออกแบบรูปทรงบรรจุภัณฑ์

ได้รับคำแนะนำให้นำแนวทางการออกแบบรูปทรงบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ ธรรมชาติ ปลอดภัย และบริสุทธิ์ ควรมารวมกัน และพัฒนารูปทรงบรรจุภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์แตกต่างจากคู่แข่งมากขึ้น ซึ่งจะนำลักษณะ และโทนสีในภาพที่ 3.5 ที่ใช้ในแนวคิดตราสินค้ามาปรับใช้กับรูปทรงบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกทั้งหมด เพราะสามารถแสดงลักษณะของแนวทางที่นำมารวมกันและสื่อถึงตัวตนของผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน มีคำสำคัญ คือ เรียบง่าย สะอาด ธรรมชาติ พัฒนาแบบร่าง ดังภาพที่ 3.93

ภาพที่ 3.93 การพัฒนาแบบร่างรูปทรงบรรจุภัณฑ์

พิจารณารูปทรงบรรจุภัณฑ์ของการพัฒนาแบบร่างจากเกณฑ์ในการเลือกรูปทรงบรรจุภัณฑ์ ที่แสดงไว้ในแบบร่างบรรจุภัณฑ์ในหัวข้อที่ 3.4.1.2 โดยจะนำรูปทรงนี้ไปรวมกับโครงสร้างการใช้งานของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ต่อไป แสดงแบบที่เลือกดังภาพที่ 3.94

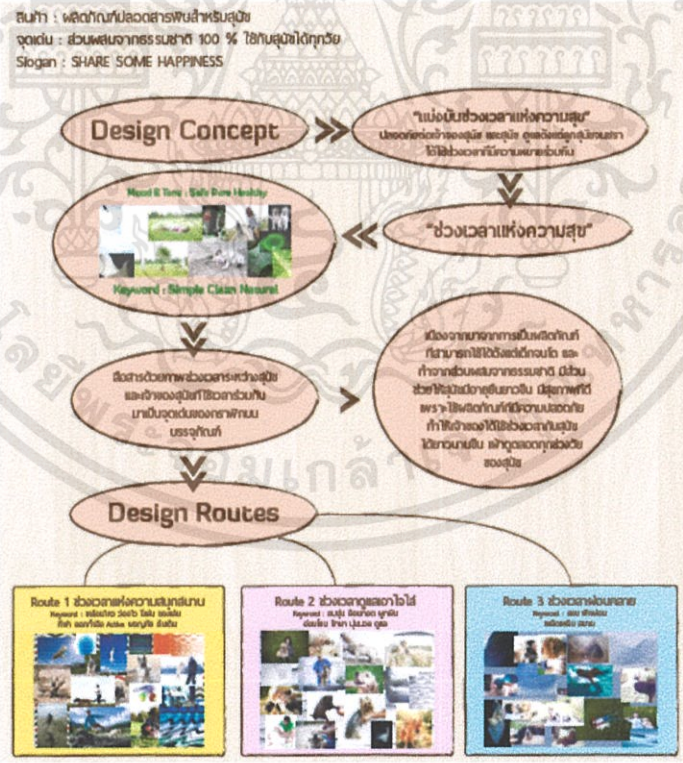
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.94 แบบที่เลือกแล้วของการพัฒนาแบบร่างรูปทรงบรรจุภัณฑ์

3.4.3.3 การพัฒนาแบบร่างการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์

ได้รับคำแนะนำว่าควรสื่อสารจุดขายของผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจน เพื่อแยกแยะประเภทของสินค้าได้ง่ายขึ้น โดยอธิบายแนวคิดในการออกแบบเพิ่มเติมจากแนวคิดเดิม และปรับเปลี่ยนแนวทางเป็น 3 แนวทาง คือ ช่วงเวลาแห่งความสนุกสนาน ช่วงเวลาดูแลเอาใจใส่ ช่วงเวลาผ่อนคลาย ดังภาพที่ 3.95



ภาพที่ 3.95 แนวคิดในการออกแบบกราฟิกเพิ่มเติมจากแนวคิดเดิม

ศึกษาสไตล์ของภาพสำหรับกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เพิ่มเติม เพื่อเพิ่มความหลากหลายของกราฟิก ดังภาพที่ 3.96

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.96 สไตล์ของภาพสำหรับกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

อธิบายภาพที่ใช้จัดองค์ประกอบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของ Green For Dog ที่บ่งบอกถึงความเป็นผลิตภัณฑ์สุนัขปลอดสารพิษ กับการจัดองค์ประกอบของภาพของผลิตภัณฑ์คู่แข่ง เพื่อสื่อสารจุดขายของผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจนมากขึ้น ดังภาพที่ 3.97

ภาพที่ 3.97 ภาพที่ใช้จัดองค์ประกอบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของ Green For Dog และการจัดองค์ประกอบของภาพของผลิตภัณฑ์คู่แข่ง

แนวทางในการพัฒนาแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ใช้แนวทางที่กำหนดไว้ภาพที่ 3.95 และใช้สไตล์ของภาพในการจัดองค์ประกอบ เพื่อเพิ่มความหลากหลายของกราฟิกและกำหนดภาพที่บ่งบอกความเป็นตัวตนของ Green For Dog โดยแสดงการพัฒนาแบบร่างแยกตามแนวทางดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1) แนวทางการออกแบบที่ 1 ช่วงเวลาแห่งความสนุกสนาน

ใช้ภาพคอลลาจของสุนัข และภาพลายเส้นที่เป็นตัวแทนของผลิตภัณฑ์สุนัข และความเป็นสินค้าธรรมชาติในการจัดองค์ประกอบ ใช้สัญลักษณ์เกษตรอินทรีย์เป็นอีกสิ่งที่ช่วยแสดงถึงตัวตนของสินค้ามากขึ้น ดังภาพที่ 3.98

ภาพที่ 3.98 การพัฒนาแบบร่างกราฟิกบนขวด แนวทางการออกแบบที่ 1 ช่วงเวลาแห่งความสนุกสนาน

2) แนวทางการออกแบบที่ 2 ช่วงเวลาดูแลเอาใจใส่

ใช้ภาพลายเส้นของสุนัข และเจ้าของสุนัขที่ดูแลกัน ใช้ตัวแทนของเจ้าของสุนัข และสุนัขที่สื่อความหมายถึงการอยู่เคียงข้างกัน ใช้สัญลักษณ์เกษตรอินทรีย์เป็นอีกสิ่งที่ช่วยแสดงถึงตัวตนของสินค้ามากขึ้น ดังภาพที่ 3.99

ภาพที่ 3.99 การพัฒนาแบบร่างกราฟิกบนขวด แนวทางการออกแบบที่ 2 ช่วงเวลาดูแลเอาใจใส่

3) แนวทางการออกแบบที่ 3 ช่วงเวลาผ่อนคลาย

ใช้ภาพลายเส้น ภาพคอลลาจ สัญลักษณ์ และภาพกราฟิกของกิจกรรมช่วงเวลาผ่อนคลายระหว่างสุนัข และเจ้าของสุนัข ใช้ตัวแทนของภาพที่สื่อถึงการผ่านช่วงเวลามาด้วยกันของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สุนัข และเจ้าของสุนัข ใช้สัญลักษณ์เกษตรอินทรีย์เป็นอีกสิ่งที่ช่วยแสดงถึงตัวตนของสินค้ามากขึ้น ดังภาพที่ 3.100

ภาพที่ 3.100 การพัฒนาแบบร่างกราฟิกบนขวด แนวทางการออกแบบที่ 3 ช่วงเวลาผ่อนคลาย

พิจารณาการพัฒนาแบบร่างกราฟิกบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 1 จากเกณฑ์ในการเลือกกราฟิกบรรจุภัณฑ์ ที่แสดงไว้ในแบบร่างบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 1 ในหัวข้อที่ 3.4.1.3 โดยเลือกแบบร่างในแนวทางการออกแบบที่ 1 ช่วงเวลาแห่งความสนุกสนาน ซึ่งตรงกับเกณฑ์ในการเลือกมากที่สุด สื่อสารจุดขายของผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจน และสามารถนำกราฟิกไปปรับใช้เพื่อแยกแยะประเภทของสินค้าได้ง่ายขึ้น แสดงแบบที่เลือกดังภาพที่ 3.101

ภาพที่ 3.101 แบบที่เลือกแล้วของการพัฒนาแบบร่างกราฟิกบรรจุภัณฑ์

3.4.3.4 การพัฒนาแบบร่างระบบเอกลักษณ์ร่วม

นำกราฟิกไปปรับใช้เพื่อแยกแยะประเภทของสินค้า ใช้ลวดลายพื้นไม้เป็นพื้นหลังของฉลาก เพื่อสื่อความเป็นธรรมชาติของสินค้า ดังภาพที่ 3.102

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.102 การพัฒนาแบบร่างระบบเอกลักษณ์ร่วม

3.4.4 แนวความคิด และการออกแบบโครงสร้างเพื่อการใช้งาน รูปทรงบรรจุ-ภัณฑ์ และกราฟิกในขั้นตอนแบบสุดท้าย

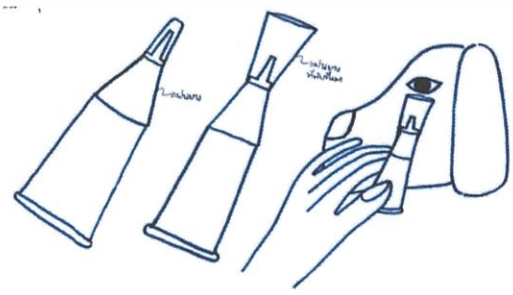
ได้รับคำแนะนำจากกรรมการให้พัฒนาแบบเพิ่ม โดยจะอธิบายแยกตามหัวข้อโครงสร้างเพื่อการใช้งาน รูปทรงบรรจุภัณฑ์ และกราฟิก ดังนี้

3.4.4.1 แบบสุดท้ายการออกแบบโครงสร้างเพื่อการใช้งาน

ได้รับคำแนะนำให้ปรับโครงสร้างเพื่อการใช้งานของยาป้ายตาสุนัข น้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัข ครีมทาตัวสุนัข และโคลนหมักขนสุนัขให้ง่ายขึ้น และเหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และควรนำโครงสร้างการใช้งานไปทดสอบกับกลุ่มเป้าหมายหรือผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้

1) ยาป้ายตาสุนัข

ปรับกลไกการใช้งานให้ง่ายขึ้น และสามารถป้ายตาสุนัขได้แม่นยำขึ้น โดยการเพิ่มแผ่นยางที่สามารถพับขึ้นได้เป็นรูปกรวย บริเวณใกล้ปากหลอดไว้สำหรับครอบตาสุนัขขณะป้ายตา ดังภาพที่ 3.103

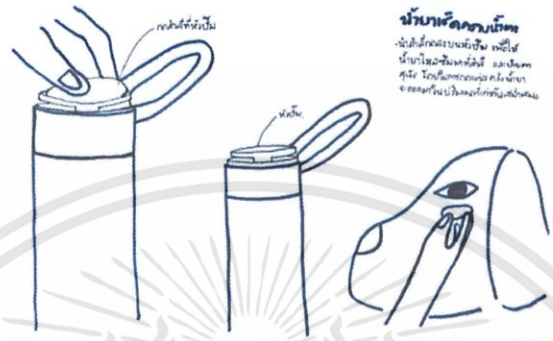


ภาพที่ 3.103 แบบสุดท้ายโครงสร้างเพื่อการใช้งานยาป้ายตาสุนัข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2) น้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัข

ใช้บรรจุภัณฑ์มาตรฐานที่มีลักษณะหัวปั๊มเป็นถาด เมื่อกดถาดลงไปน้ำยาจะซึมขึ้นมา โดยน้ำยาจะออกมาครั้งละ 2 มิลลิลิตร แล้วนำสำลีซับน้ำยา และเช็ดตาสุนัข ช่วยในการควบคุมปริมาณได้ดีขึ้น และรวดเร็วขณะใช้งาน ดังภาพที่ 3.104



ภาพที่ 3.104 แบบสุดท้ายโครงสร้างเพื่อการใช้งานน้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัข

3) ครีมทาตัวสุนัข และโคลนหมักขนสุนัข

บรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นหลอดบีบ แปรงทาตัวสุนัขที่เป็นส่วนหนึ่งของบรรจุภัณฑ์มีหลักการทำงานเหมือนลิปสติก สามารถหมุนเลื่อนขึ้นลงได้ เมื่อต้องการใช้งาน และเลิกใช้งานปากหลอดมีแผ่นยางซิลิโคนกั้น หากไม่มีบีบหลอดครีมหรือโคลน ผลิตภัณฑ์จะไม่ไหลออกมา สามารถบีบหลอดเพื่อใช้ผลิตภัณฑ์ไปพร้อมๆ กับใช้แปรงทาลงบนตัวสุนัขได้ ดังภาพที่ 3.105

ภาพที่ 3.105 แบบสุดท้ายโครงสร้างเพื่อการใช้งานครีมทาตัวสุนัข และโคลนหมักขนสุนัข

สรุปแบบสุดท้ายของโครงสร้างเพื่อการใช้งานทั้งหมดมี 8 โครงสร้าง ที่จะนำไปรวมเข้ากับรูปทรงบรรจุภัณฑ์ และกราฟิก ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1) แชมพูสุนัข

ใช้บรรจุภัณฑ์มาตรฐานดังที่อธิบายไว้ในภาพที่ 3.91 โดยสรุปลำดับขั้นตอนการใช้งาน ดังภาพที่ 3.106

ภาพที่ 3.106 แบบสุดท้ายโครงสร้างเพื่อการใช้งานแชมพูสุนัข

2) สเปรย์สำหรับฉีดพ่นบนตัวสุนัข

มีวิธีการใช้งานดังที่อธิบายไว้ในภาพที่ 3.92 โดยสรุปลำดับขั้นตอนการใช้งานสำหรับใส่รายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ ดังภาพที่ 3.107

ภาพที่ 3.107 แบบสุดท้ายโครงสร้างเพื่อการใช้งานสเปรย์สำหรับฉีดพ่นบนตัวสุนัข

3) ยาป้ายตาสุนัข

มีวิธีการใช้งานดังที่อธิบายไว้ในภาพที่ 3.103 โดยสรุปลำดับขั้นตอนการใช้งานสำหรับใส่รายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ ดังภาพที่ 3.108

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.108 แบบสุดท้ายโครงสร้างเพื่อการใช้งานยาป้ายตาสุนัข

4) น้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัข

ใช้บรรจุภัณฑ์มาตรฐานดังที่อธิบายไว้ในภาพที่ 3.104 โดยสรุปลำดับขั้นตอนการใช้งาน ดังภาพที่ 3.109

ภาพที่ 3.109 แบบสุดท้ายโครงสร้างเพื่อการใช้งานน้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัข

5) น้ำมันหยอดหูสุนัข

มีวิธีการใช้งานดังที่อธิบายไว้ในภาพที่ 3.73 โดยปรับปรุงแป้นกดให้มีรูปทรงที่กดง่ายขึ้น และเหมาะกับรูปทรงบรรจุภัณฑ์แบบสุดท้าย ซึ่งจะอธิบายในหัวข้อที่ 3.4.4.2 โดยสรุปลำดับขั้นตอนการใช้งานสำหรับใส่รายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ ดังภาพที่ 3.110

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.110 แบบสุดท้ายโครงสร้างเพื่อการใช้งานน้ำมันหยอดหูสุนัข

6) ครีมทาตัวสุนัข และโคลนหมักขนสุนัข

มีวิธีการใช้งานดังที่อธิบายไว้ในภาพที่ 3.105 โดยสรุปลำดับขั้นตอนการใช้งานสำหรับใส่รายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ ดังภาพที่ 3.111

ภาพที่ 3.111 แบบสุดท้ายโครงสร้างเพื่อการใช้งานครีมทาตัวสุนัข และโคลนหมักขนสุนัข

7) แป้งโรยตัวสุนัข

มีวิธีการใช้งานดังที่อธิบายไว้ในภาพที่ 3.77 ปรับเปลี่ยนรูปทรงขวดใหม่ ซึ่งจะอธิบายในหัวข้อที่ 3.4.4.2 โดยสรุปลำดับขั้นตอนการใช้งานสำหรับใส่รายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ ดังภาพที่ 3.112

ภาพที่ 3.112 แบบสุดท้ายโครงสร้างเพื่อการใช้งานแป้งโรยตัวสุนัข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8) สเปรย์สำหรับฉีดพ่นบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่

มีวิธีการใช้งานดังที่อธิบายไว้ในภาพที่ 3.78 ปรับเปลี่ยนรูปทรงขวดใหม่ ซึ่งจะอธิบายในหัวข้อที่ 3.4.4.2 โดยสรุปลำดับขั้นตอนการใช้งานสำหรับใส่รายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ ดังภาพที่ 3.113

ภาพที่ 3.113 แบบสุดท้ายโครงสร้างเพื่อการใช้งานสเปรย์สำหรับฉีดพ่นบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่

นำบรรจุภัณฑ์ที่รวมโครงสร้างเพื่อการใช้งานเข้ากับรูปทรงบรรจุภัณฑ์แบบสุดท้ายที่จะกล่าวในหัวข้อที่ 3.4.4.2 ไปทดสอบกับสุนัข โดยอ.น.สพ.ชิติชัย จารุเดชา ภาควิชาเทคนิคการสัตวแพทย์ คณะเทคนิคสัตวแพทย์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เป็นผู้ทดสอบ โดยแสดงหุ่นจำลองแบบสุดท้ายที่นำไปทดสอบโครงสร้างเพื่อการใช้งาน ดังภาพที่ 3.114

ภาพที่ 3.114 หุ่นจำลองแบบสุดท้ายที่นำไปทดสอบโครงสร้างเพื่อการใช้งาน

ทดสอบโครงสร้างการใช้งานของบรรจุภัณฑ์ 8 โครงสร้าง ซึ่งสัตวแพทย์เป็นผู้ทดสอบสามารถสรุปผลการทดสอบได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1) แชมพูสุนัข

ผลการทดสอบพบว่ามีรูปทรงที่ช่วยจับไม่ให้ลื่นหลุดมือ และมีฝาที่สามารถกระจายแรงกดได้ดี ดังภาพที่ 3.115

ภาพที่ 3.115 ทดสอบโครงสร้างเพื่อการใช้งานของแชมพูสุนัข

2) สเปรย์สำหรับฉีดพ่นบนตัวสุนัข

ผลการทดสอบพบว่าควรสามารถหมุนฝาได้ด้านข้าง แทนการหมุนแนวดิ่ง ดังภาพที่ 3.116

ภาพที่ 3.116 ทดสอบโครงสร้างเพื่อการใช้งานของสเปรย์สุนัข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3) ยาป้ายตา

ผลการทดสอบพบว่าควรระมัดระวังสุนัขตกใจ หากมีสิ่งของไปใกล้ดวงตา ดังภาพที่ 3.117

ภาพที่ 3.117 ทดสอบโครงสร้างเพื่อการใช้งานของยาป้ายตาสุนัข

4) น้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัข

ผลการทดสอบพบว่าใช้งานได้สะดวก ควบคุมปริมาณได้ง่าย และไม่หกเลอะเทอะ ดังภาพที่ 3.118

ภาพที่ 3.118 ทดสอบโครงสร้างเพื่อการใช้งานของน้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัข

5) น้ำมันหยอดหูสุนัข

ผลการทดสอบพบว่าใช้งานได้สะดวก ควบคุมปริมาณได้ง่าย ดังภาพที่ 3.119

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.119 ทดสอบโครงสร้างเพื่อการใช้งานของน้ำมันหยอดหูสุนัข

6) ครีมทาตัวสุนัข และโคลนหมักขนสุนัข

ผลการทดสอบพบว่าควรระวังขนสุนัขเข้าไปติดในแปรง ดังภาพที่ 3.120

ภาพที่ 3.120 **ทดสอบโครงสร้างเพื่อการใช้งานของครีมทาตัวสุนัข และโคลนหมักขนสุนัข**

7) แป้งโรยตัวสุนัข

ผลการทดสอบพบว่าสามารถควบคุมปริมาณได้ดีขึ้น ใช้ได้กับสุนัขหลายขนาด ดังภาพ ที่ 3.121

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.121 ทดสอบโครงสร้างเพื่อการใช้งานของแป้งโรยตัวสุนัข

8) สเปรย์สำหรับฉีดพ่นบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่

ผลการทดสอบพบว่าสามารถใช้งานได้ดี เหมาะกับขนาดพื้นที่ที่แตกต่างกัน ดังภาพที่ 3.122

ภาพที่ 3.122 ทดสอบโครงสร้างเพื่อการใช้งานของสเปรย์สำหรับฉีดพ่นบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่

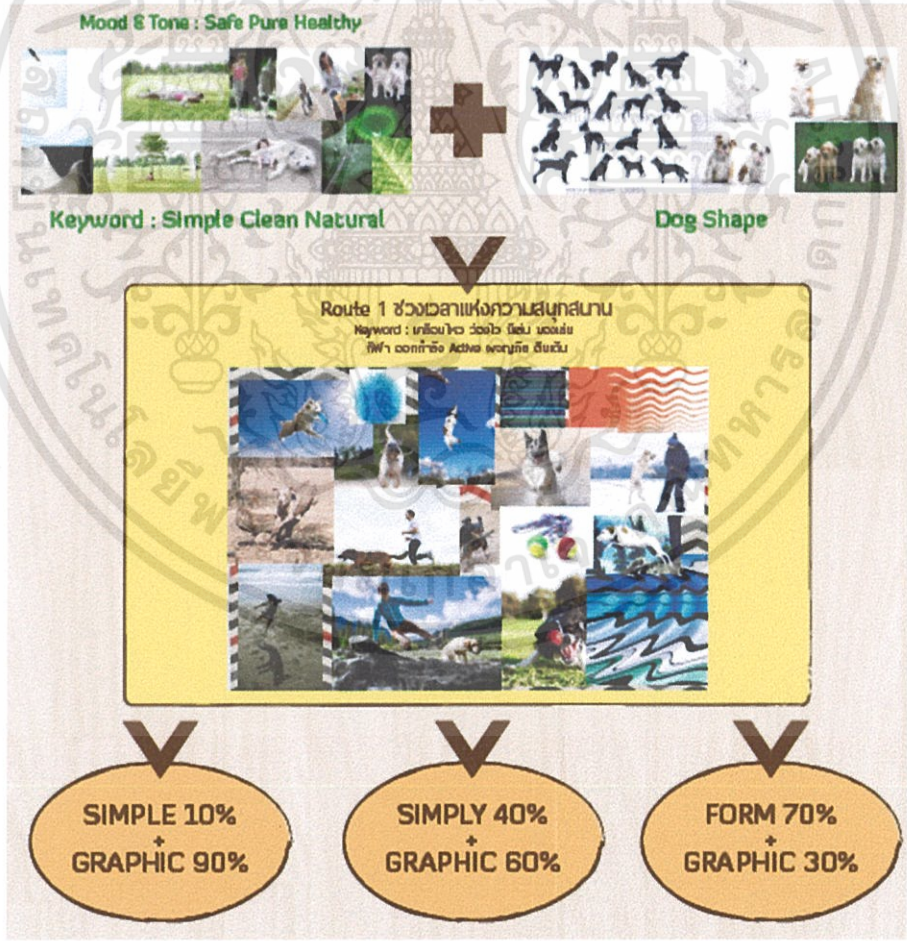
สรุปผลการทดสอบโดยรวม โครงสร้างเพื่อการใช้งานแบบสุดท้ายสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ดี อาจมีข้อบกพร่องที่เกี่ยวกับลักษณะกายภาพ และปฏิกิริยาของสุนัขที่หลากหลาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4.4.2 แบบสุดท้ายการออกแบบรูปทรงบรรจุภัณฑ์

ได้รับคำแนะนำให้พัฒนารูปทรงบรรจุภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ของสินค้าสำหรับสุนัขแตกต่างจากคู่แข่ง เหมาะสมกับลักษณ์ของกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ในบทที่ 2 โดยปรับปรุงแนวคิดในการออกแบบรูปทรงบรรจุภัณฑ์ที่เดิมนำความเป็นธรรมชาติ ปลอดภัย และบริสุทธิ์มารวมกัน เปลี่ยนเป็นแนวคิดเดียวกับการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ คือ แบ่งปันช่วงเวลาแห่งความสุข ดังอธิบายไว้ในภาพที่ 3.95 ภายใต้ลักษณะ และโทนสี ปลอดภัย บริสุทธิ์ สุขภาพดี ที่กำหนดไว้แล้ว มาผสมผสานกับแรงบันดาลใจจากรูปร่างสุนัข และเลือกแนวทางในการออกแบบที่ 1 ช่วงเวลาแห่งความสนุกสนานไปออกแบบ

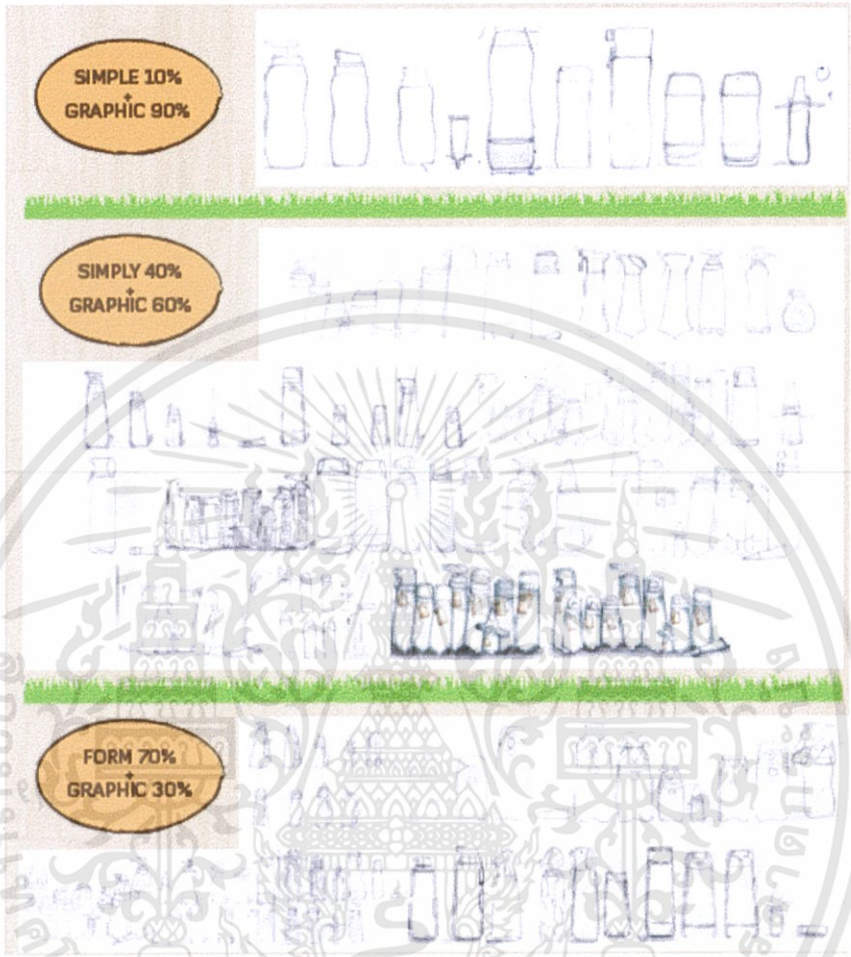
นอกจากนี้ได้แบ่งสัดส่วนในการออกแบบรูปทรง และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ออกเป็น 3 แนวทาง ได้แก่ เน้นรูปทรง 10% กราฟิก 90% เน้นรูปทรง 40% กราฟิก 60% และเน้นรูปทรง 70% กราฟิก 30% ดังแสดงในภาพที่ 3.123



ภาพที่ 3.123 แนวคิดในการออกแบบรูปทรงบรรจุภัณฑ์

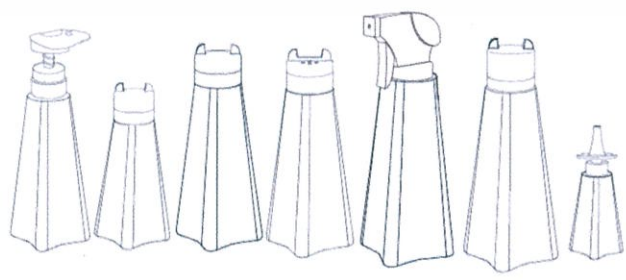
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวคิด และแนวทางในภาพที่ 3.123 นำมาออกแบบรูปทรงบรรจุภัณฑ์ได้ดังภาพที่ 3.124



ภาพที่ 3.124 การออกแบบรูปทรงบรรจุภัณฑ์ในขั้นตอนแบบสุดท้าย

ภาพที่ 3.124 เลือกแนวทางในการออกแบบรูปทรงบรรจุภัณฑ์ที่เน้นรูปทรง 40% กราฟิก 60% นำไปรวมกับโครงสร้างเพื่อการใช้งาน ดังภาพที่ 3.125 โดยคำนึงถึงเกณฑ์ในการเลือกรูปทรงบรรจุภัณฑ์ที่นำเสนอไปในหัวข้อแบบร่างครั้งที่ 1 หัวข้อที่ 3.4.1.2



ภาพที่ 3.125 แบบสุดท้ายของรูปทรงบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

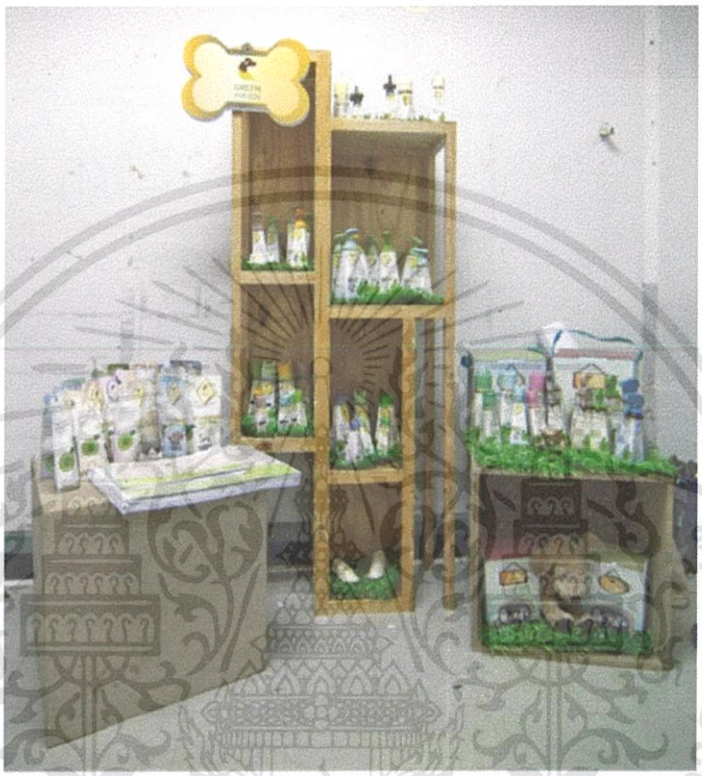
3.4.4.3 แบบสุดท้ายการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และระบบเอกลักษณ์ร่วม

นำรูปทรงบรรจุภัณฑ์ที่รวมเข้ากับโครงสร้างเพื่อการใช้งานแล้วในภาพที่ 3.125 ไปรวมกับกราฟิกภายใต้แนวคิดในการออกแบบในภาพที่ 3.95 ซึ่งเลือกแนวทางในการออกแบบที่ 1 ช่วงเวลาแห่งความสนุกสนาน นำไปออกแบบกราฟิกในขั้นตอนแบบสุดท้าย แสดงกราฟิก และระบบเอกลักษณ์ร่วมบนหุ่นจำลอง ดังภาพที่ 3.126 โดยคำนึงถึงเกณฑ์ในการเลือกกราฟิกบรรจุภัณฑ์ที่นำเสนอไปในหัวข้อแบบร่างครั้งที่ 1หัวข้อที่ 3.4.1.3

ภาพที่ 3.126 แบบสุดท้ายของโครงสร้างเพื่อการใช้งานบรรจุภัณฑ์ รูปทรงบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นอกจากแสดงโครงสร้างเพื่อการใช้งานบรรจุภัณฑ์ รูปทรงบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกบรรจุภัณฑ์ ยังมีชั้นวางสินค้าสื่อส่งเสริมการขายสำหรับแสดงงานแสดงสินค้าต่างๆ และแนะนำสินค้าให้เป็นที่รู้จักในร้านค้าที่ฝากขายสินค้า และห้างสรรพสินค้า ดังแสดงในบทที่ 2 ดังภาพที่ 3.127



ภาพที่ 3.127 แบบสุดท้ายของระบบเอกลักษณ์ร่วม และสื่อส่งเสริมการขาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

การนำเสนอผลงาน

4.1 ภาพถ่ายหุ่นจำลอง

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการนั้น เป็นการปรับภาพลักษณ์ใหม่ของบริษัท เพื่อสื่อสารตัวตนของบริษัทต่อกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เพิ่มมูลค่าให้กับตราสินค้า เนื่องจากสินค้ามีราคาสูงกว่าคู่แข่งในท้องตลาด และพัฒนาโครงสร้างการใช้งานบรรจุภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อความสะดวกสบายขณะใช้งานบรรจุภัณฑ์ โดยบรรจุภัณฑ์ขวดทั้งหมดจะติดฉลากโดยใช้วิธีการเคลือบฟิล์ม PVC เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ขวดมีลักษณะโค้งมนและทึบ เพราะความต้องการของผลิตภัณฑ์ คือ ห้ามถูกแสงแดด เพราะจะทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมคุณภาพ

ภาพที่ 4.1 ภาพถ่ายรวมผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.2 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์แชมพูสุนัข

ภาพที่ 4.3 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์สเปรย์สุนัข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.4 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์น้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัข น้ำมันหยอดหูสุนัข ครีมทาตัวสุนัข และยาป้ายตาสุนัข

ภาพที่ 4.5 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์โคลนหมักขนสุนัข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.6 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์แป้งโรยตัวสุนัข

ภาพที่ 4.7 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์สเปรย์สำหรับฉีดพ่นบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

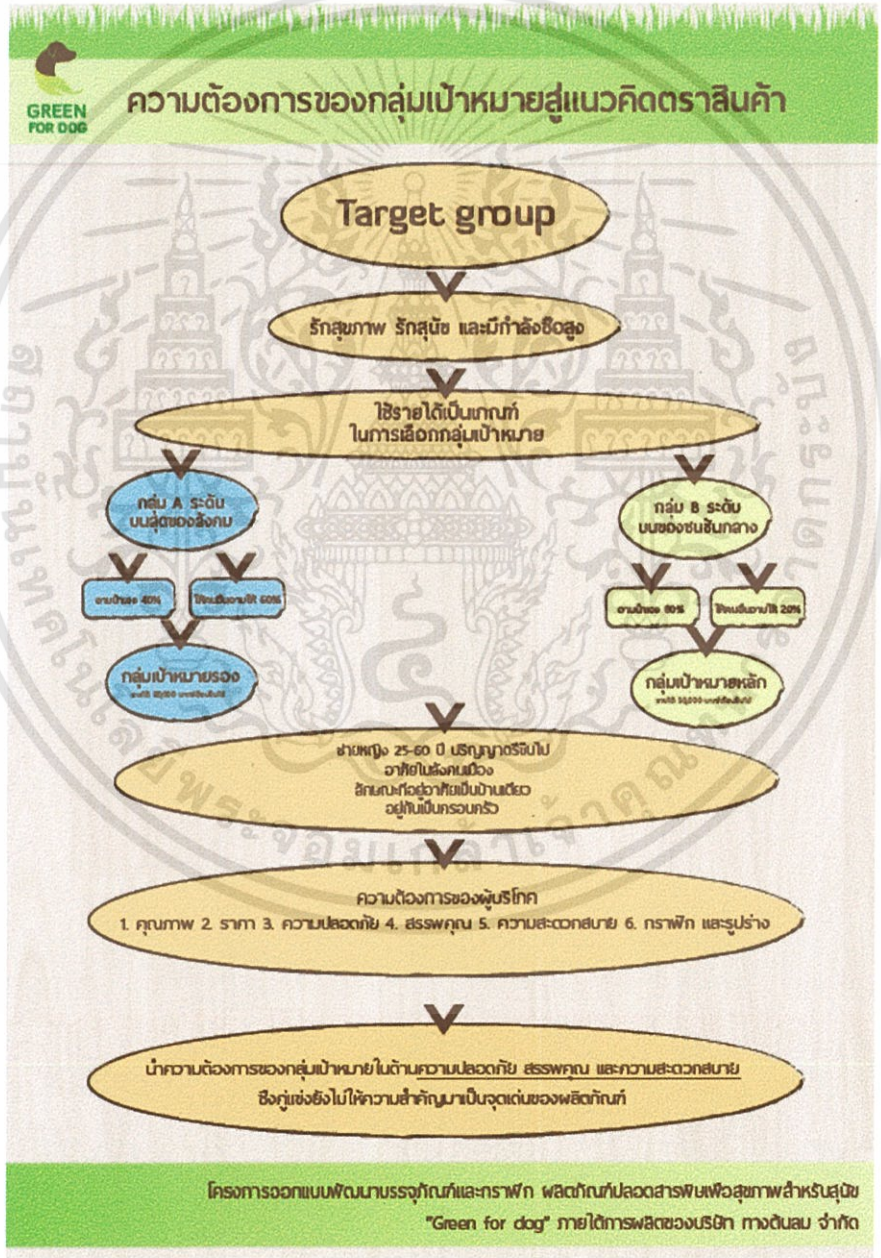
ภาพที่ 4.8 ภาพถ่าย (จากซ้ายไปขวา) ชุดป้องกันโรคผิวหนังสุนัขสำหรับสุนัขพันธุ์กลางและพันธุ์ใหญ่ ชุดป้องกันโรคผิวหนังสำหรับสุนัขพันธุ์เล็ก ชุดรักษาโรคผิวหนังสุนัขสำหรับสุนัขพันธุ์เล็ก และชุดรักษาโรคผิวหนังสำหรับสุนัขกลางและพันธุ์ใหญ่

ภาพที่ 4.9 ภาพถ่ายชั้นวางสินค้า และผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 ภาพย่อแผ่นนำเสนองาน

แผ่นการนำเสนอผลงานนี้ จะเริ่มตั้งแต่**ลำดับขั้นตอนการคิด วิเคราะห์ และการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ จนกระทั่งการตีความข้อมูลทั้งหมดสู่แนวคิดตราสินค้า** (Brand Concept) **แนวคิดผลิตภัณฑ์** (Product Concept) **แนวคิดการออกแบบ** (Design Concept) **แนวทางการออกแบบ** (Design Routes) ความต้องการในการออกแบบ เนื่องมาจาก 2P 2C วัสดุ และกรรมวิธีการผลิต การพัฒนาแบบรูปทรง และกราฟิกของบรรจุภัณฑ์ และกลไกวิธีการใช้งานบรรจุภัณฑ์รวมไปถึงวิธีการใช้งานบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 4.10 แผ่นนำเสนองาน แผ่นที่ 1

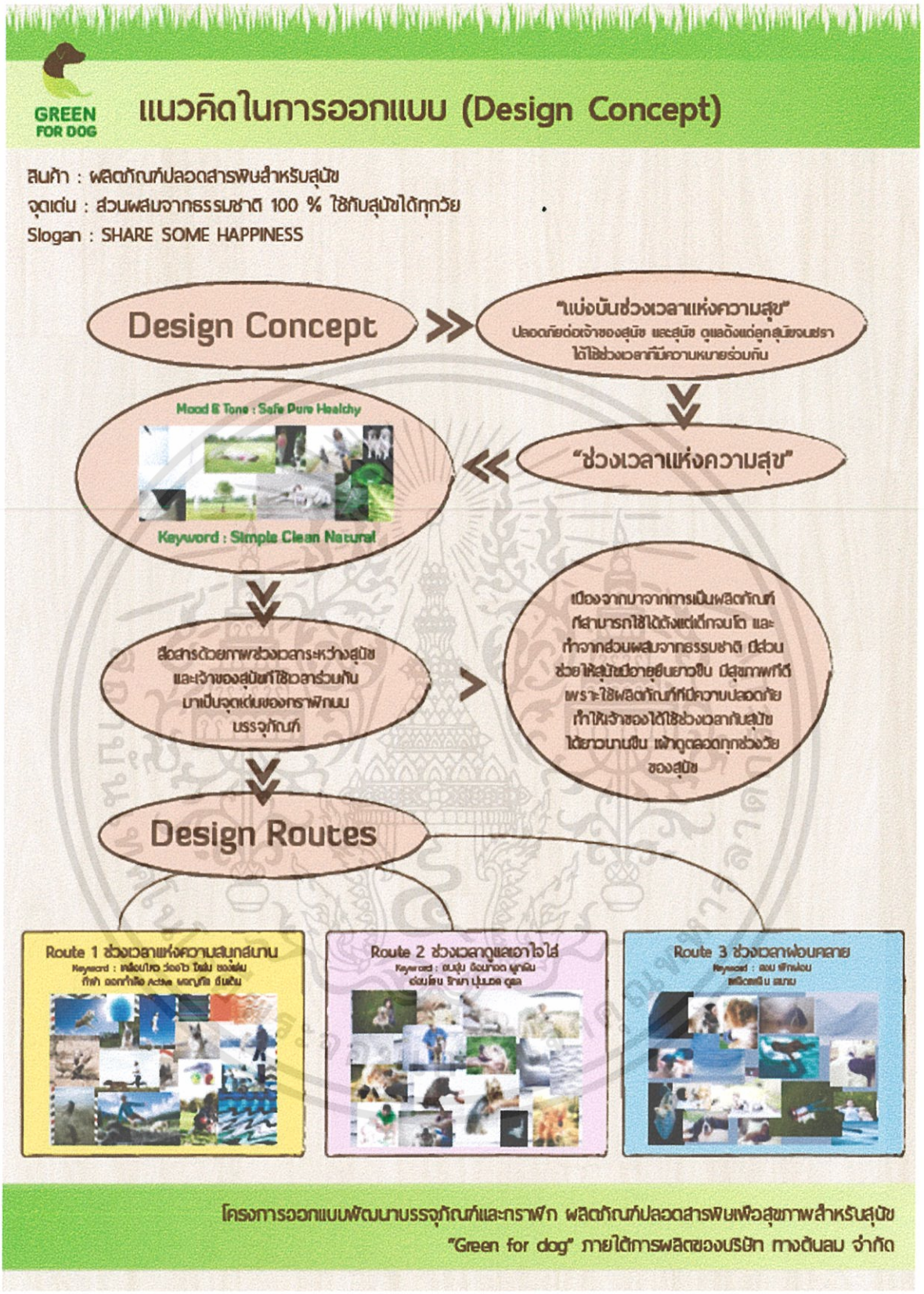
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.11 แผ่นนำเสนองาน แผ่นที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

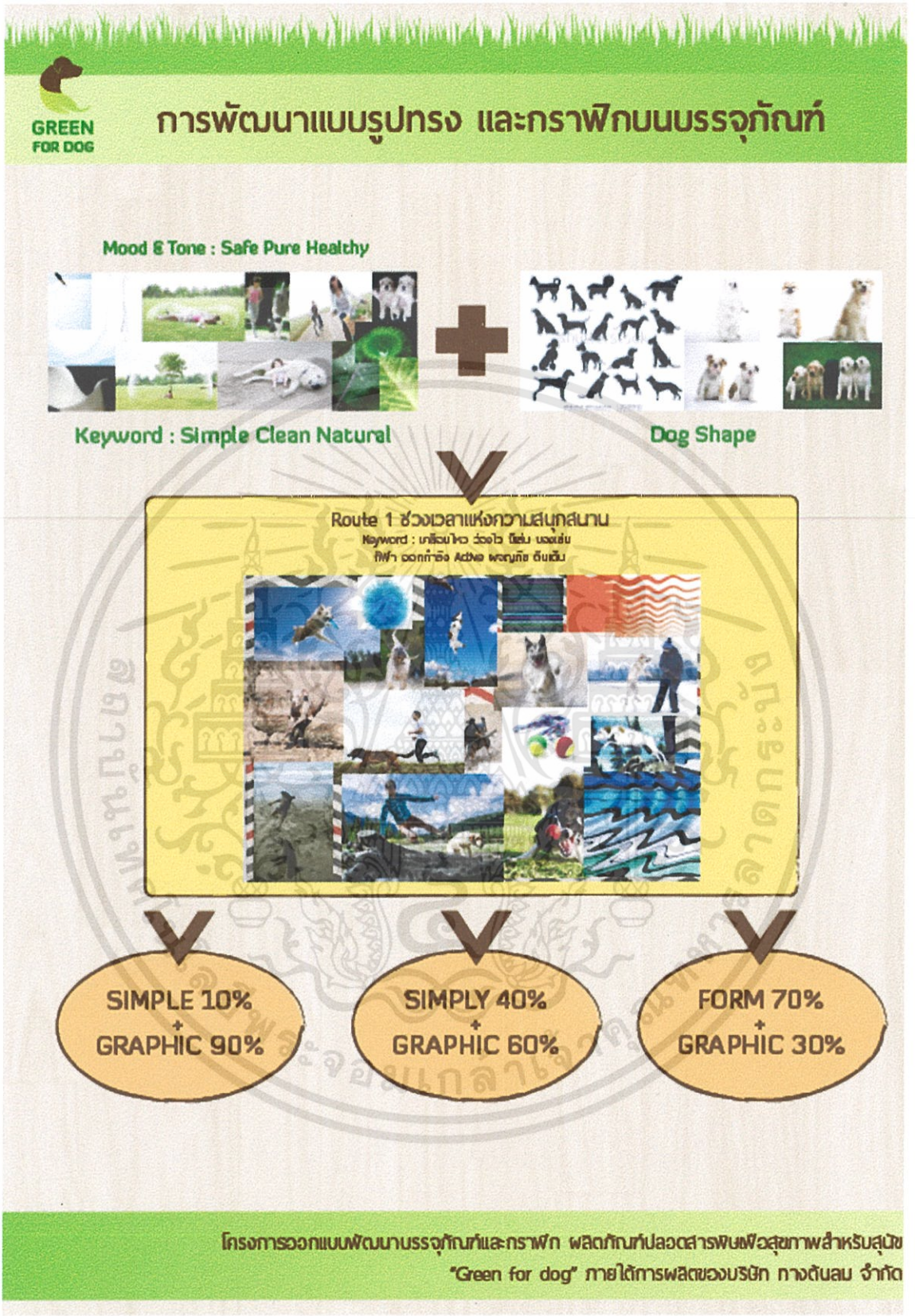
ภาพที่ 4.12 แผ่นนำเสนองาน แผ่นที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



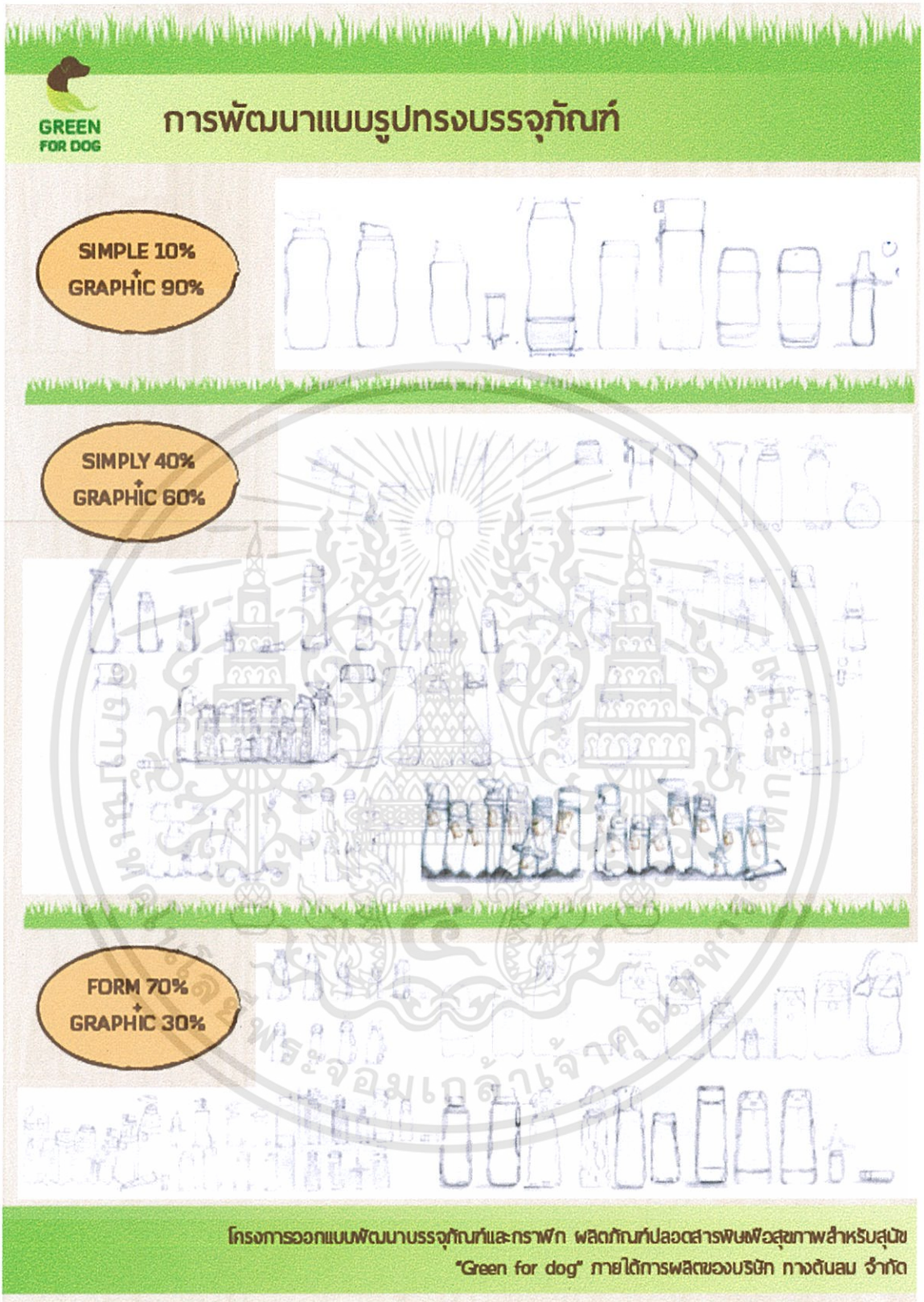
ภาพที่ 4.13 แผ่นนำเสนองาน แผ่นที่ 4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.14 แผ่นนำเสนองาน แผ่นที่ 5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.15 แผ่นนำเสนองาน แผ่นที่ 6

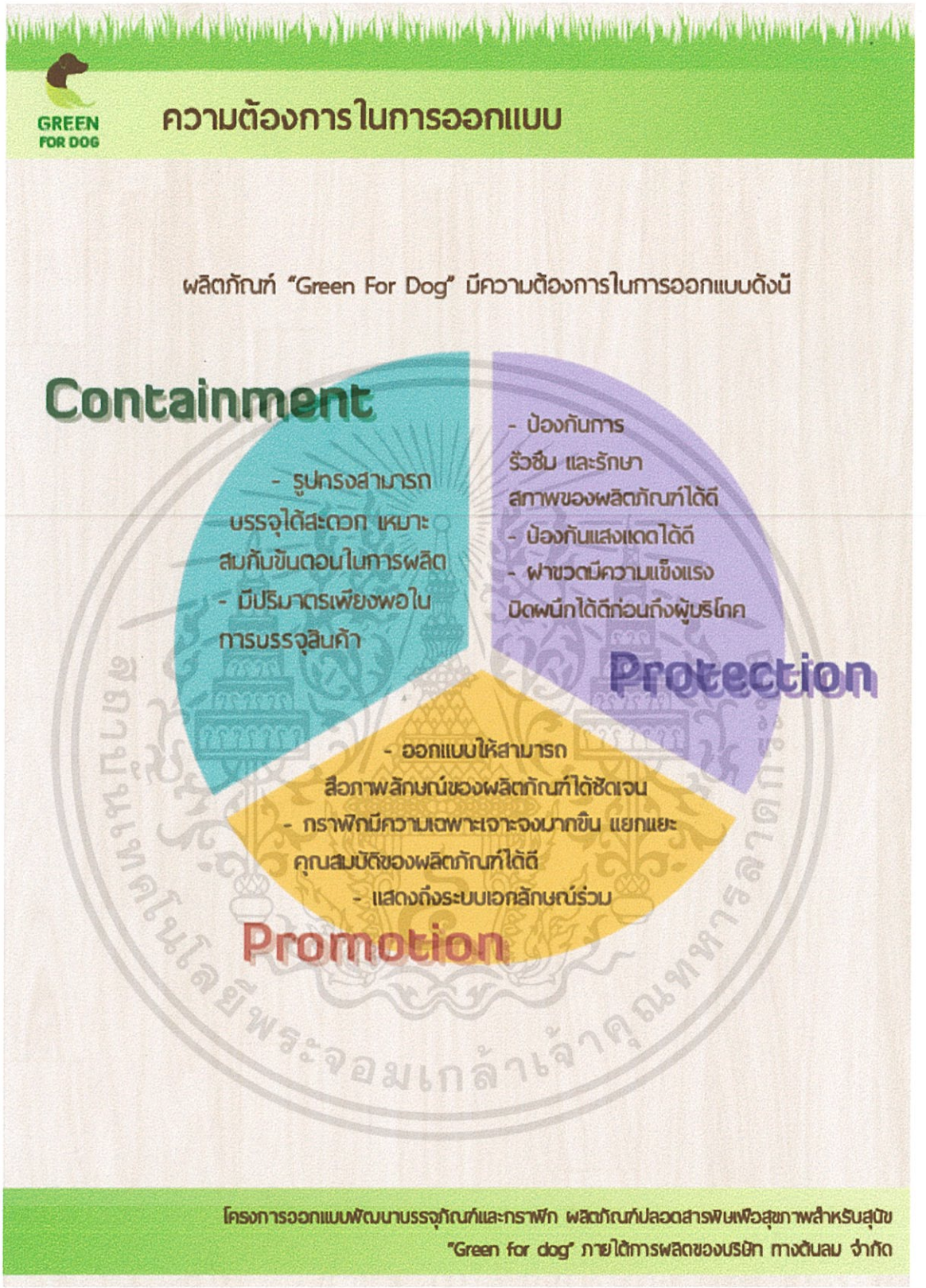
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.16 แผ่นนำเสนองาน แผ่นที่ 7

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.17 แผ่นนำเสนองาน แผ่นที่ 8

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.18 แผ่นนำเสนองาน แผ่นที่ 9

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.19 แผ่นนำเสนองาน แผ่นที่ 10

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

GREEN FOR DOG

ความต้องการในการออกแบบ

Convenience

ความต้องการด้านความสะดวกสบายของแต่ละผลิตภัณฑ์

3. สเปรย์สำหรับฉีดพ่นบนตัวสุนัข หรือชุบสำลีทาบนตัวสุนัข

ลักษณะทางกายภาพ : ของเหลว ไม่มีความหนืด ละลายน้ำ
พ่น 1 ครั้ง เท่ากับ 1.5 cc
Convenience : - ผลิตภัณฑ์ไหลเป็นมือขณะใช้งาน
- ควบคุมปริมาณขณะใช้งานได้ดี
- รวดเร็วขณะใช้งาน
การพ่นสเปรย์ในแต่ละครั้ง ปริมาณที่เหมาะสม
คือ 3-6 cc/น้ำหนัก 1 กิโลกรัมของสุนัข โดยจะมากหรือน้อยนั้น ขึ้นอยู่กับลักษณะขนของสุนัข

4. สเปรย์ฉีดบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่
ลักษณะทางกายภาพ : ของเหลว ไม่มีความหนืด ละลายน้ำ
พ่น 1 ครั้ง เท่ากับ 1.5 cc
Convenience : - ป้องกันผลิตภัณฑ์เป็นมือขณะใช้งาน
- ควบคุมปริมาณ
- จับได้สะดวก

วัสดุ และกรรมวิธีการผลิต

- ฝาที่เลือกใช้คือ สเปรย์ ซึ่งนิยมใช้สำหรับของเหลว เพราะพุ่งกระจายได้กว้าง เมื่อฉีดไปบนตัวสุนัข และปรับระดับหัวได้ ลดการไหลเหยิ่มของสเปรย์
- วัสดุที่ใช้ในการผลิต : PET โพลิเอทีลีนเทเรฟทาเรต เนื่องจากมีความแข็งแรงสูงต้านแรงกระแทกทน ต่อน้ำมัน แอลกอฮอล์ และตัวทำละลายได้ดี การซึมผ่านของออกซิเจนต่ำ
- วิธีการผลิต ขวด Injection Blow Molding
ฝา (PP) Injection

โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์และกราฟิก ผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข
"Green for dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด

ภาพที่ 4.20 แผ่นนำเสนองาน แผ่นที่ 11

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

GREEN FOR DOG

ความต้องการในการออกแบบ

Convenience

ความต้องการด้านความสะดวกสบายของแต่ละผลิตภัณฑ์

5. ยาป้ายตาสุนัข

ลักษณะทางกายภาพ : กึ่งแข็ง ความหนืดสูง

Convenience : - ควบคุมปริมาณขณะใช้งานได้ดี
- รวดเร็วขณะใช้งาน

บีบใช้ครั้งละ 0.5-1 ซม.

6. ครีมทาตัวสุนัข

ลักษณะทางกายภาพ : กึ่งแข็ง ความหนืดสูง

Convenience : - มือของเจ้าของไม่โดนแผลสุนัขขณะใช้งาน
- ควบคุมปริมาณขณะใช้งานได้ดี
- เปิดปิดง่าย

7. โคลนหมักขนสุนัข

ลักษณะทางกายภาพ : กึ่งเหลวกึ่งแข็ง ไม่ละลายน้ำ

Convenience : - ป้องกันผลิตภัณฑ์เปื้อนมือขณะใช้งาน
- เปิดปิดง่าย

วัสดุ และกรรมวิธีการผลิต

- วัสดุที่ใช้ในการผลิต : พลาสติกทำจาก HDPE สามารถคืนรูปทรงได้ภายหลังการบีบไม่สูญเสียความสวยงาม
- วิธีการผลิต : หลอด Injection
  ฝา (PP) Injection Blow Molding

โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์และกราฟิก ผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข
"Green for dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางด้นลม จำกัด

ภาพที่ 4.21 แผ่นนำเสนองาน แผ่นที่ 12

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

GREEN FOR DOG

ความต้องการในการออกแบบ

Convenience

ความต้องการด้านความสะดวกสบายของแต่ละผลิตภัณฑ์

8. น้ำยาเช็ดคราบน้ำตา

ลักษณะกายภาพ : ของเหลวไม่มีความหนืด ละลายน้ำ

Convenience : - ต้องใช้งานร่วมกับสำลี
- ควบคุมปริมาณขณะใช้งานได้ดี
- รวดเร็วขณะใช้งาน

วัสดุ และกรรมวิธีการผลิต

- ฝาที่เลือกใช้คือ ฝาปิมแบบไม่สูญญากาศ เนื่องจากมีแรงดันไม่มากเท่ากับแบบบรรจุภัณฑ์สูญญากาศ ทำให้เวลาใช้ผลิตภัณฑ์ไม่ออกมามากเกินไป หรือแรงเกินไปเหมาะกับผลิตภัณฑ์ที่มีความหนืด
- วัสดุที่ใช้ในการผลิต : PET โพลิเอทีลีนเทเรฟทาเรต เนื่องจากมีความแข็งแรงสูงต้านแรงกระแทกทนต่อน้ำมัน แอลกอฮอล์ และตัวทำละลายได้ดี การซึมผ่านของออกซิเจนต่ำ

วิธีการผลิต : ขวด Injection Blow Molding
ฝา (PP) Injection

9. แป้งโรยตัวสุนัข

ลักษณะกายภาพ : ผงละเอียดไม่ละลายน้ำ

Convenience : - เปิดปิดง่าย
- รวดเร็วขณะใช้งาน
- ผลิตภัณฑ์ไม่หกขณะทำความสะอาด

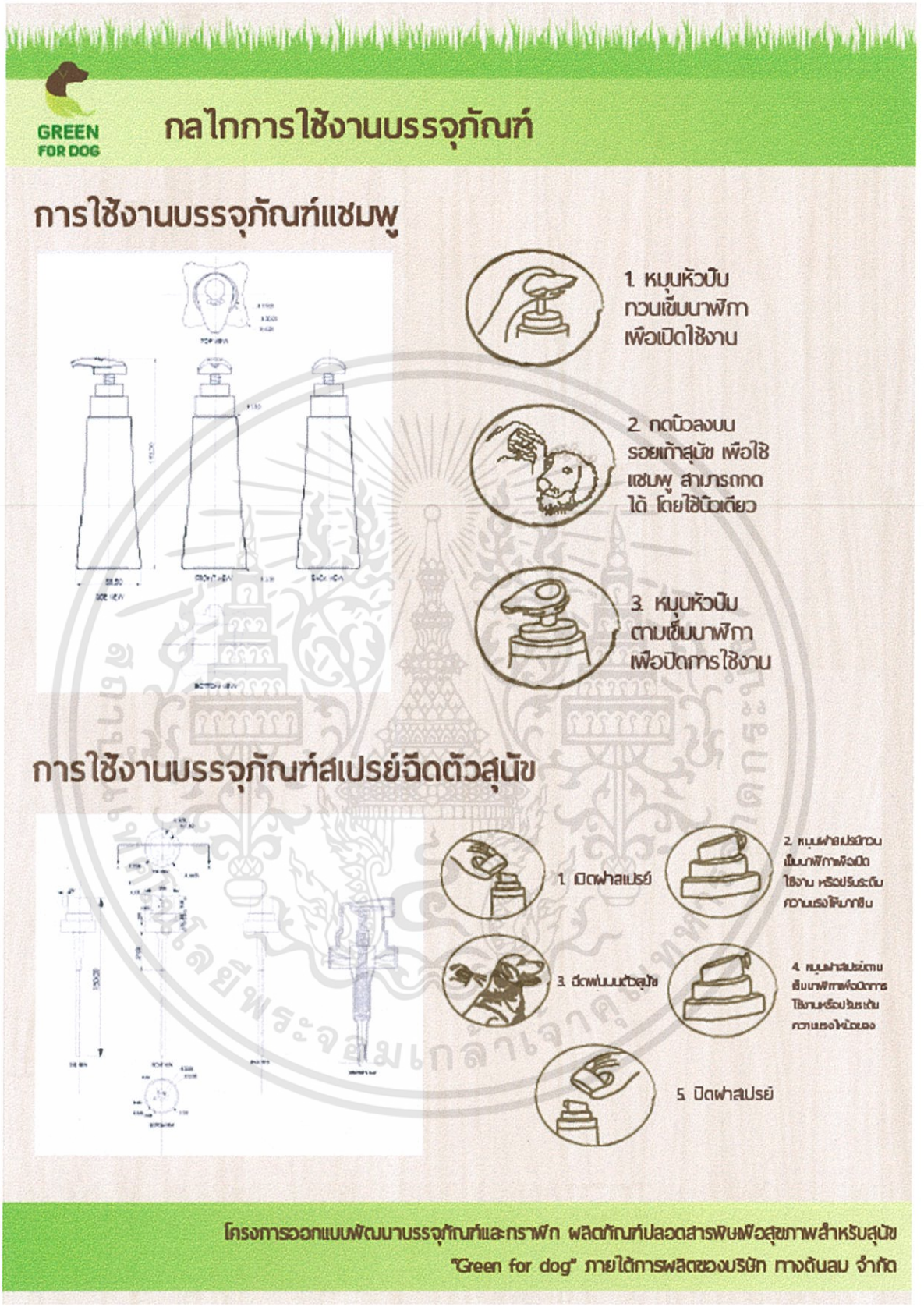
วัสดุ และกรรมวิธีการผลิต

- วัสดุที่ใช้ในการผลิต : HDPE ไฮเด็นซิตี้โพลีเอทีลีน เนื่องจากมีการซึมผ่านของไอน้ำต่ำ ต้านแรงกระแทกได้ดี มีราคาถูก
- วิธีการผลิต ขวด Injection
ฝา (PP) Injection

โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์และกราฟิก ผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข
"Green for dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางด้นลม จำกัด

ภาพที่ 4.22 แผ่นนำเสนองาน แผ่นที่ 13

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.23 แผ่นนำเสนองาน แผ่นที่ 14

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.24 แผ่นนำเสนองาน แผ่นที่ 15

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.25 แผ่นนำเสนองาน แผ่นที่ 16

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.26 แผ่นนำเสนองาน แผ่นที่ 17

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.27 แผ่นนำเสนองาน แผ่นที่ 18

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3 คู่มือการใช้งานตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ (Manual Guideline)

แสดงระบบการใช้งานตราสัญลักษณ์ในโอกาสต่างๆ เช่น การใช้ตราสัญลักษณ์ในสภาพปกติจะใช้แบบสีเต็มเป็นหลัก การใช้สัญลักษณ์แบบสีเดียวบนพื้นหลังสีขาว การใช้ตราสัญลักษณ์ร่วมกับภาพพื้นหลังแบบต่างๆ เป็นต้น รวมถึงการแสดงองค์ประกอบของกราฟิกและการสื่อสารที่นำมาใช้บนบรรจุภัณฑ์ โดยแสดงหลักการในการใช้งาน การจัดวาง นักออกแบบสามารถยึดหลักการจัดวางองค์ประกอบตามที่แสดงไว้ได้ คู่มือเล่มนี้จึงมีประโยชน์ในการควบคุมงานออกแบบให้เป็นในทิศทางเดียวกัน (ดูภาคผนวก ก.)

4.4 แบบแสดงรายละเอียด (Working Drawing)

แบบแสดงรายละเอียดทั้งหมด (ดูภาคผนวก ข.) ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ดังต่อไปนี้

1. บรรจุภัณฑ์แชมพูสุนัขขนาดบรรจุ 250 ml และ 500 ml
2. บรรจุภัณฑ์สเปรย์สุนัขขนาดบรรจุ 220 ml และ 500 ml
3. บรรจุภัณฑ์น้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัขขนาดบรรจุ 220 ml และ 500 ml
4. บรรจุภัณฑ์ยาป้ายตาสุนัขขนาด 7 g
5. บรรจุภัณฑ์น้ำมันหยอดหูสุนัขขนาดบรรจุ 10 ml และ 60 ml
6. บรรจุภัณฑ์โคลนหมักขนสุนัข และครีมทาตัวสุนัขขนาดบรรจุ 100 g และ 300 g
7. บรรจุภัณฑ์แป้งโรยตัวสุนัขขนาดบรรจุ 150 g และ 450 g
8. บรรจุภัณฑ์สเปรย์สำหรับฉีดพ่นบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่ขนาดบรรจุ 250 ml และ 500 ml

4.5 แบบแสดงกราฟิก (Artwork)

แบบแสดงกราฟิกที่ใช้แสดงขนาด ระบบการพิมพ์ และชนิดของกระดาษ (ดูภาคผนวก ค.) เพื่อให้กราฟิกที่พิมพ์ออกมาตรงตามที่กำหนดไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการออกแบบ

ภาพลักษณ์ของตราสินค้า และประสิทธิภาพในการใช้งานของบรรจุภัณฑ์ในขั้นตอนแบบสุดท้าย สามารถสรุปผลโดยใช้เงื่อนไขการออกแบบเป็นตัดสินเป็นตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 5.1 สรุปการเปรียบเทียบประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์ก่อนและหลังการออกแบบ

เงื่อนไขการออกแบบ (Requirement)	ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับสุนัข								ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่
	แชมพูสุนัข	สเปรย์สุนัข	น้ำยาเช็ดคราบน้ำตาสุนัข	ยาป้ายตาสุนัข	น้ำมันหยอดหูสุนัข	โคลนหมักขนสุนัข	ครีมทาตัวสุนัข	แป้งโรยตัวสุนัข	สเปรย์สำหรับฉีดพ่นบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่
ภาพลักษณ์	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
การสื่อสาร	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
การจดจำ	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
การแยกประเภทของสินค้า	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
การบรรจุผลิตภัณฑ์	●	●	●	●	●	●	●	●	●
ความสะดวกสบายในการใช้งาน	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	●
การปกป้องสินค้า	▲	▲	▲	●	▲	●	●	●	●
วัสดุ	●	●	●	●	●	●	●	●	●
การผลิต	●	●	▼	●	▲	▼	▼	●	●

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การส่งเสริมการขาย	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
ราคา	●	●	▼	▼	▼	▼	▼	●	●

สัญลักษณ์ที่แสดงในตารางที่ 5.1 มีความหมายดังนี้

▲ มีประสิทธิภาพดีกว่าบรรจุภัณฑ์เดิม

▼ มีประสิทธิภาพด้อยกว่ากว่าบรรจุภัณฑ์เดิม

● มีประสิทธิใกล้เคียงหรือเทียบเท่าบรรจุภัณฑ์เดิม

ตารางที่ 5.1 แสดงให้เห็นว่าบรรจุภัณฑ์ใหม่ สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ดีขึ้น ในด้านภาพลักษณ์ การสื่อสาร การจดจำ การแยกประเภทของสินค้า ความสะดวกสบาย การปกป้องสินค้า และการส่งเสริมการขาย ทำให้กลุ่มเป้าหมายสามารถรับรู้ถึงความเป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ปลอดสารพิษสำหรับสุนัขได้ชัดเจนยิ่งขึ้น แต่การทำให้บรรจุภัณฑ์มีประสิทธิภาพในการใช้งานที่ดีขึ้น ทำให้มีกรรมวิธีการผลิตที่ยุ่งยากส่งผลถึงต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น การเลือกบรรจุภัณฑ์ในโครงการไปประยุกต์ใช้งานจึงควรคำนึงถึงเงื่อนไขในการออกแบบดังกล่าว

5.2 ข้อเสนอแนะของคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

5.2.1 ด้านการออกแบบกราฟิก ควรเพิ่มความสามารถในการแยกแยะประเภทของสินค้าให้ชัดเจนมากขึ้น เช่น การเพิ่มสีบริเวณฝาขวดจะช่วยเพิ่มความสามารถในการแยกแยะสินค้าได้ดีขึ้น ทบทวนแตกต่างของโทนสีที่ใช้ โดยคำนึงถึงแนวคิดในการออกแบบ

5.2.2 ด้านการออกแบบโครงสร้าง ปรับปรุงรูปทรงของฝาขวดให้ดูน่าสนใจมากยิ่งขึ้น แสดงถึงความเป็นผลิตภัณฑ์ของสุนัขให้ชัดเจน ปรับปรุงขวดที่ขนาดใกล้เคียงกันให้มีขนาดเดียวกัน เพื่อลดต้นทุนในการผลิต สามารถพัฒนารูปทรงของบรรจุภัณฑ์ต่อได้

5.3 ข้อเสนอแนะของนักศึกษา

5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์สุนัข เนื่องจากข้อจำกัดด้านเวลา ในการทำวิทยานิพนธ์ตามหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต ทำให้มีการจำกัดประเด็นในการศึกษาเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ใช้ภายนอกกับสุนัข ไม่รวมผลิตภัณฑ์อาหารสุนัข หากผู้ประกอบการหรือผู้ที่สนใจจะนำไปใช้จึงควรมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์สุนัขในรูปแบบอื่นๆด้วย และเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพดียิ่งขึ้นจึงควรพัฒนาในด้านการสื่อสาร โดยอาจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีการนำสื่ออื่นๆ มาใช้ในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายให้เกิดผลที่แน่นอนมากขึ้น และการแยกแยะประเภทของสินค้าโดยใช้โทนสีหรือสัญลักษณ์แยกแยะสินค้า การพัฒนาในด้านการผลิต อาจมีการปรับปรุงวิธีการใช้งาน หรือการลดชิ้นส่วนต่างๆลงเพื่อเป็นการลดต้นทุนด้านการผลิต รวมไปถึงการพัฒนารูปทรงของบรรจุภัณฑ์ให้มีความโดดเด่น ดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย แสดงความเป็นผลิตภัณฑ์ของสุนัขที่ชัดเจนมากขึ้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อให้เกิดความเป็นไปได้ในการนำไปใช้จริง เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ที่เกิดขึ้นเป็นบางบรรจุภัณฑ์เป็นบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่ยังไม่เคยมีมาก่อน จึงควรอธิบายวิธีการใช้งานต่อกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน และเนื่องด้วยในเวลาที่จำกัด จากการนำไปทดสอบบรรจุภัณฑ์กับผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งเป็นสัตวแพทย์พบว่าสามารถพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นได้อีก ซึ่งควรคำนึงถึงปฏิกิริยาของสุนัข และความสะดวกสบายในการใช้งานของกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ

5.4 การออกแบบเพิ่มเติมจากข้อเสนอแนะ

ออกแบบเพิ่มเติมในส่วนของการเพิ่มความสามารถในการแยกแยะประเภทของสินค้าให้ชัดเจนมากขึ้น โดยใช้สีของคอขวดช่วยในการแยกแยะประเภทของสูตรแชมพู และใช้สีของฝาปั๊มในการแยกแยะประเภทของขนสุนัข ปรับปรุงขวดที่ขนาดใกล้เคียงกันให้มีขนาดเดียวกัน เพื่อลดต้นทุนในการผลิต และปรับปรุงรูปทรงของฝาขวดให้ดูน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

ภาพที่ 5.1 (ซ้าย) ฉลากแชมพูก่อนการแก้ไขปรับปรุง

ภาพที่ 5.2 (ขวา) ฉลากแชมพูหลังเพิ่มสีบริเวณฝาขวด และปรับโทนสีที่ใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

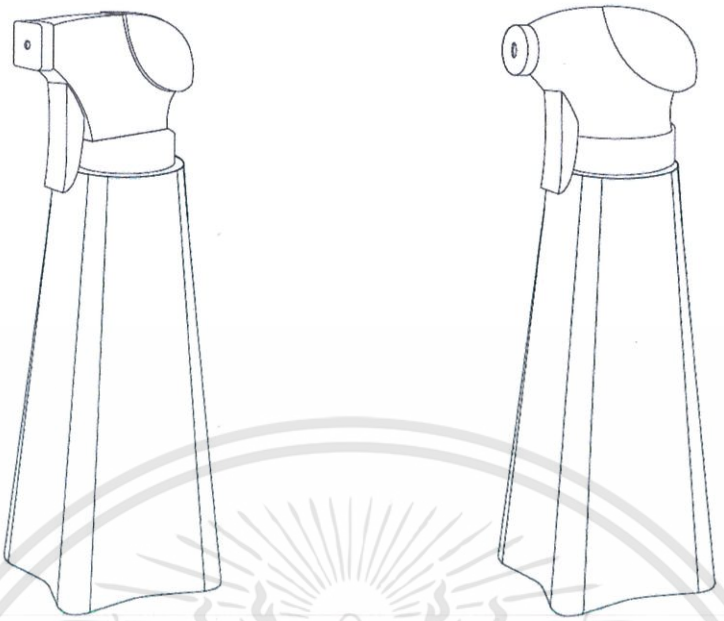
ภาพที่ 5.3 (ซ้าย) ขนาดขวดแป้งโรยตัวสุนัข 450 g และขนาดขวดแชมพูสุนัข 500 ml ก่อนปรับขนาด

ภาพที่ 5.4 (ขวา) ขนาดขวดแป้งโรยตัวสุนัข และขนาดขวดแชมพูสุนัขหลังปรับขนาดเป็นขวด 500 ml

ภาพที่ 5.5 (ซ้าย) ขนาดขวดแชมพูสุนัข 250 ml และขนาดขวดสเปรย์สุนัข 220 ml ก่อนปรับขนาด

ภาพที่ 5.6 (ขวา) ขนาดขวดแชมพูสุนัข และขนาดขวดสเปรย์สุนัขหลังปรับขนาดเป็นขวด 250 ml

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.7 (ซ้าย) สเปรย์สำหรับฉีดพ่นบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่ก่อนปรับปรุงรูปทรงของฝาขวด
ภาพที่ 5.8 (ขวา) สเปรย์สำหรับฉีดพ่นบริเวณที่สุนัขอาศัยอยู่หลังปรับปรุงรูปทรงของฝาขวดให้มีมิติมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

กอง บก.ฐานเศรษฐกิจ. "ชี้ธุรกิจสัตว์เลี้ยงไทยคึกคัก." [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://www.thannews.th.com. 2555.

ส่วนข่าวและรายการภูมิภาค กระทรงเกษตร และสหกรณ์. [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://region8.prd.go.th. 2555.

พิสิทธิ์ เลาหวินิจ. "แนวโน้มธุรกิจเพ็ทช็อปปี 2555-2556" [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://kugarden.co.th/ceo.htm. 2556.

ฉัตรชัย วงษ์ชัยยะ. 2556. แผนธุรกิจ "Green for dog". กรมทรัพย์สินทางปัญญาร่วมกับสำนักพัฒนาเทคนิคศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

สัตวแพทย์หญิงบัณฑิตา สภาวจิตร และสัตวแพทย์หญิงชวภา วรรธนะประทีบ. "4 ขา Marketing เปิดขุมทรัพย์หมื่นล้าน ตลาดโฮ่ง-เหมียว". [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://2g.pantip.com. 2555.

มยุรี ภาคลำเจียก. บรรจุภัณฑ์สินค้าอุปโภคบริโภค. กรุงเทพมหานคร :บริษัทโรงพิมพ์หยีเฮง, 2556.

คณาจารย์ภาควิชาอายุรศาสตร์.คณะสัตวแพทยศาสตร์.จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.2554. สุนัข. พิมพ์ครั้งที่ 12.

มณีสินธุ์ พัชทรา. "ฟิล์มหด และฟิล์มยืดความเหมือนที่แตกต่าง". [Online]. เข้าถึงได้จาก : http:// http://www.ftiplastic.com. 2555.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริษัท ดิจิตอล กราเวียร์ แพคเกจจิ้ง จำกัด. “ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเทคนิคการพิมพ์บรรจุภัณฑ์ ”. [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://www.packingsiam.com

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. “มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์สหรับสุนัข”. [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://tcps.tisi.go.th. 2547.

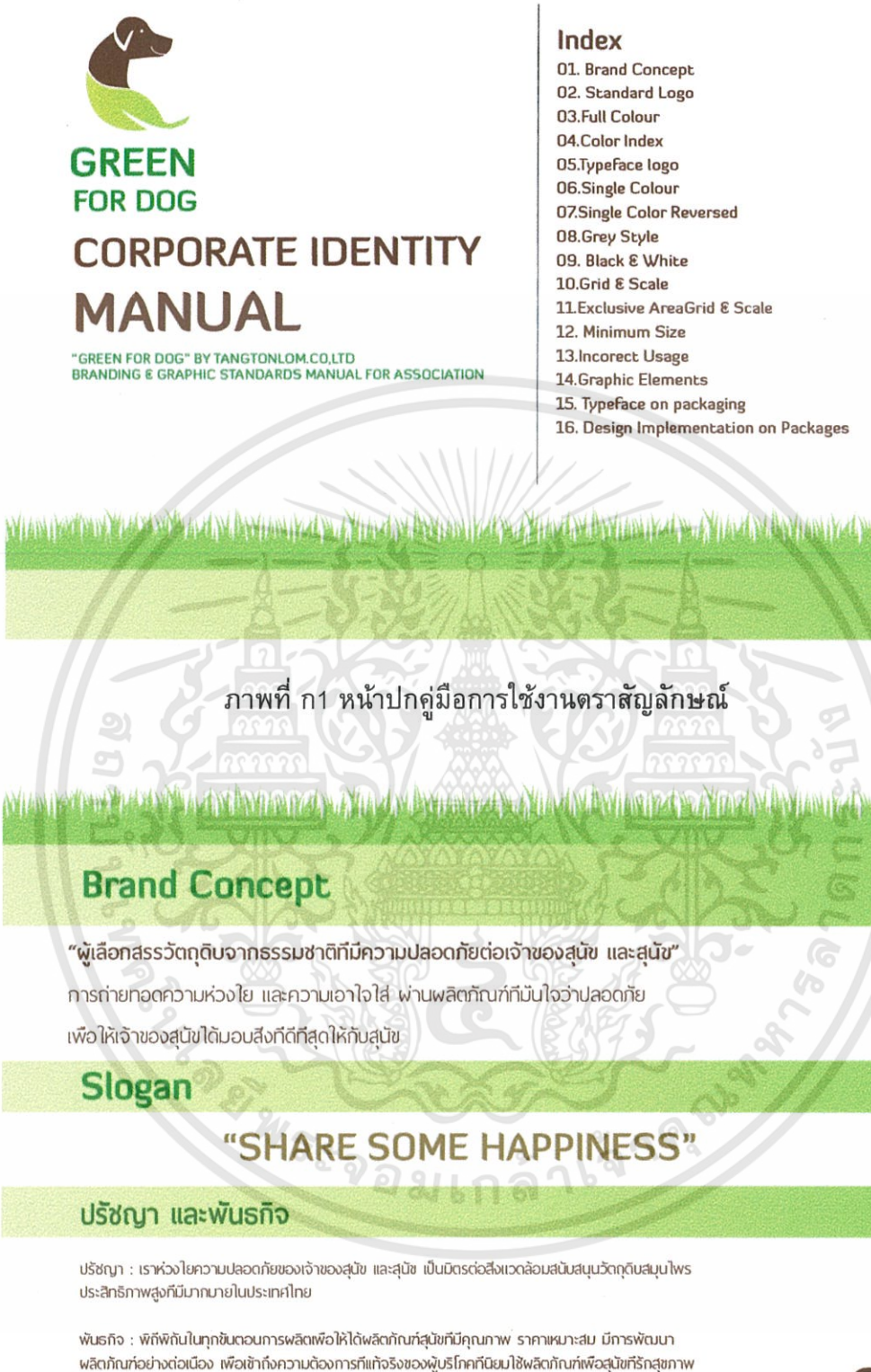
กระทรวงพาณิชย์. “มาตรฐาน มกท.”. [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://www.organic.moc.go.th

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก

คู่มือการใช้งานตราสัญลักษณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ ก1 หน้าปกคู่มือการใช้งานตราสัญลักษณ์

ภาพที่ ก2 แนวคิด และที่มาในการออกแบบตราสัญลักษณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Standard Logo

GREEN
FOR DOG

"Green" แปลว่า สีเขียว ซึ่งเป็นสีของต้นไม้ สีที่สื่อถึงความบริสุทธิ์ อบอุ่น ปลอดภัย ที่ได้จากธรรมชาติ ปราศจากการปรุงแต่ง เมื่อนำมารวมกันเป็น "Green For Dog" จะสื่อความหมายถึงบริษัทว่าเป็นผู้คัดสรรความปลอดภัยจากธรรมชาติ มามอบให้กับสุนัขนั่นเอง โดยใช้รูปใบไม้มาเป็นส่วนหนึ่งของตัวสุนัข

02

ภาพที่ ก3 ลักษณะ และการใช้ตราสัญลักษณ์แบบทางการ

Full Colour

GREEN
FOR DOG

การใช้ตราสัญลักษณ์ในสภาพปกติ ให้ใช้แบบสีเต็มเป็นหลัก โดยมีการใช้สีตัวอักษรสีเขียว และใช้สีน้ำตาลเข้มในตัวสุนัข

03

ภาพที่ ก4 การใช้งานตราสัญลักษณ์เพื่อการค้า (ใช้งานในรูปแบบสีเต็ม)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Color Index

สีที่ใช้ในตราสัญลักษณ์ สีหลักในวงสีจะเป็นสีแบบปฐมภูมิและสีที่ผสมกับจะเป็นสีแบบทุติยภูมิ

Primary Logo

C=35 M=70 Y=100 K=40

C=20 M=0 Y=75 K=25

C=70 M=30 Y=100 K=10

ภาพที่ ก5 สีที่ใช้ในตราสัญลักษณ์

Typeface logo

Diavlo

1234567890!@#$%&-+=

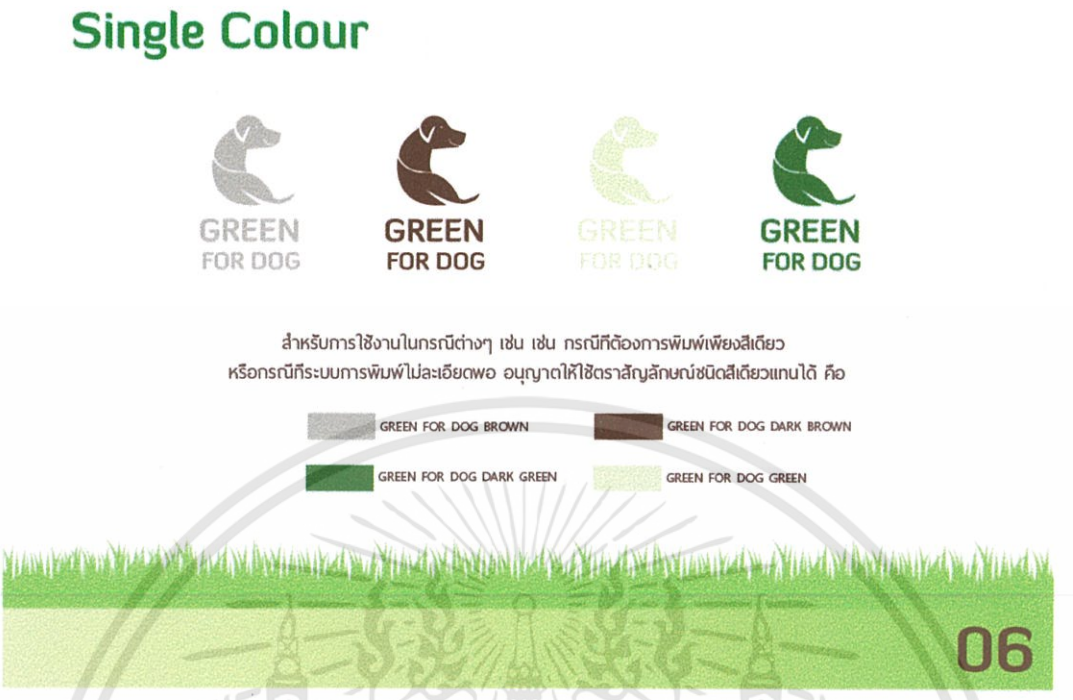
abcdefghijklmnopqrstuv
wxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRS
TUVWXYZ

ตัวอักษรในตราสัญลักษณ์ใช้ตัวอักษร Diavlo ซึ่งเป็นตัวพิมพ์ใหญ่ทั้งหมด

ภาพที่ ก6 ชนิดของตัวอักษรที่ใช้ในตราสัญลักษณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ ก7 การใช้งานตราสัญลักษณ์เพื่อการค้า (ใช้งานในรูปแบบสีเดียว)

ภาพที่ ก8 การใช้งานตราสัญลักษณ์เพื่อการค้า (ใช้งานในรูปแบบสีเดียวบนพื้นหลังสีขาว)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Grey Style

GREEN
FOR DOG

ตราสัญลักษณ์ชนิดไล่โทนสีเทา
ในกรณีที่มีข้อจำกัดทางด้านการพิมพ์
อนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์ชนิดไล่โทนสีเทาแทนได้

08

ภาพที่ ก9 การใช้งานตราสัญลักษณ์เพื่อการค้า (ใช้งานในรูปแบบโทนสีเทา-ดำ)

Black & White

GREEN
FOR DOG

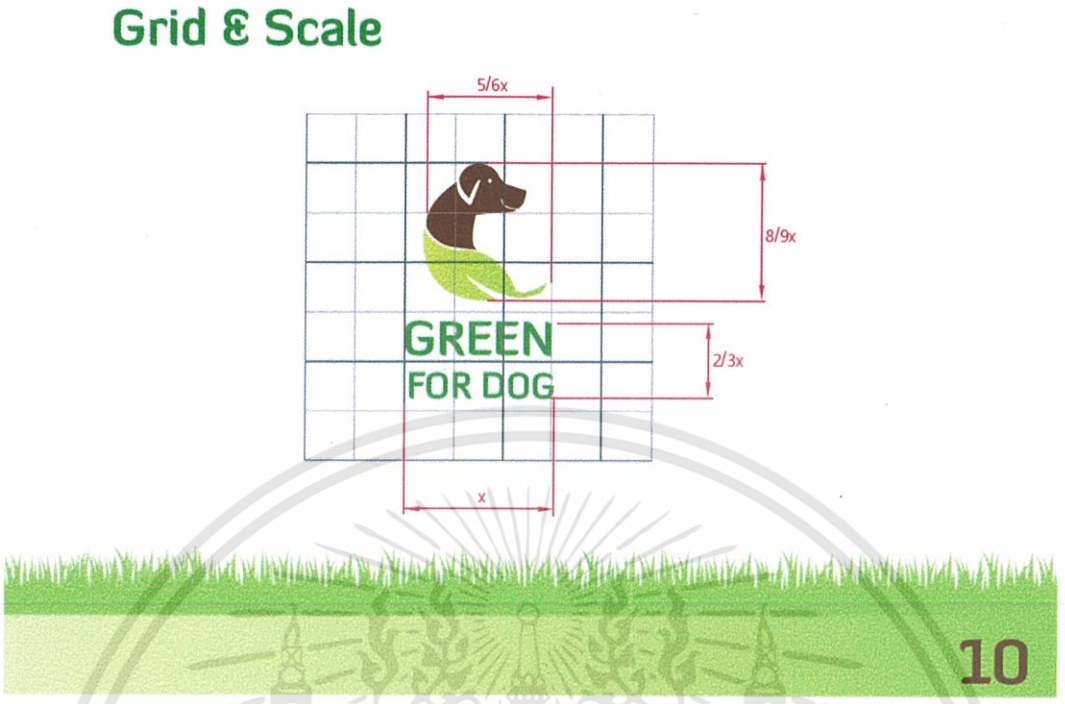
GREEN
FOR DOG

ตราสัญลักษณ์ชนิดสีขาวดำ
ในกรณีที่มีข้อจำกัดทางด้านการพิมพ์ อนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์ ชนิดสีขาวดำแทนได้และอนุญาตให้ใช้
ตราสัญลักษณ์ชนิดสีเดียวแบบกลับสีมาใช้เป็นชนิดสีขาวดำ ได้

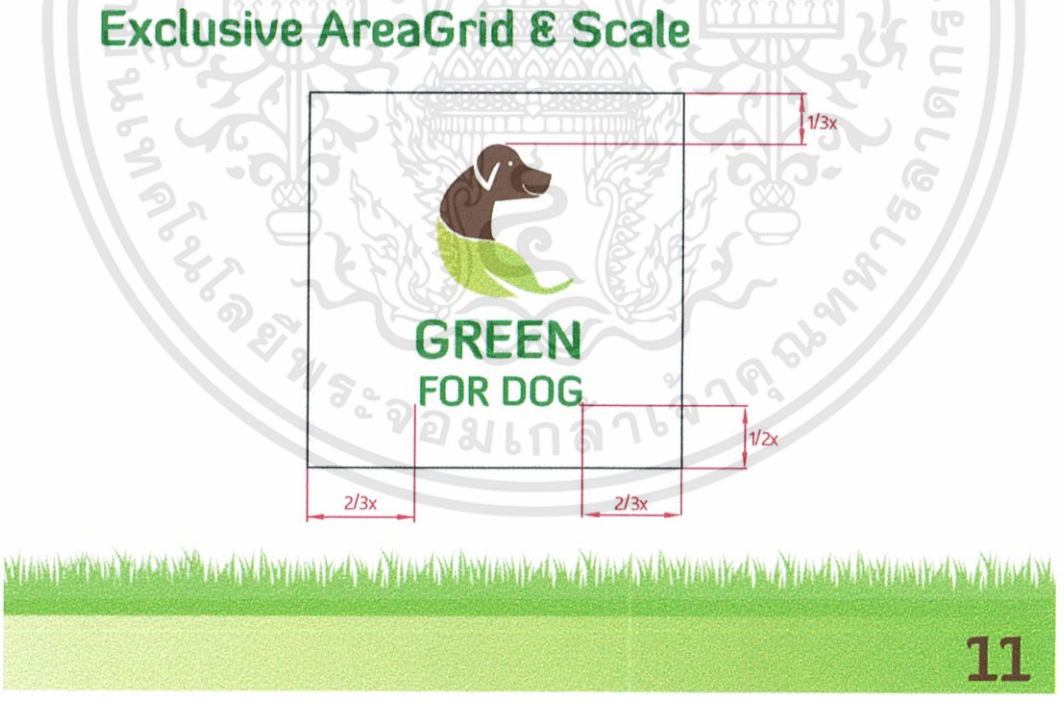
09

ภาพที่ ก10 การใช้งานตราสัญลักษณ์เพื่อการค้า (ใช้งานในรูปแบบสีขาว-ดำ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



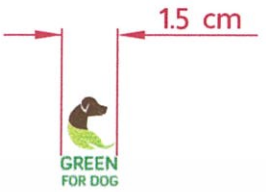
ภาพที่ ก11 ขนาดพื้นที่ภายในตราสัญลักษณ์



ภาพที่ ก12 ขนาด และสัดส่วนของตราสัญลักษณ์บนพื้นที่พิเศษ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Minimum Size



ควรหลีกเลี่ยงการใช้ตราสัญลักษณ์ ในขนาดความกว้างที่น้อยกว่า 1.5 ซม.

12

ภาพที่ ก13 ขนาดเล็กที่สุดที่สามารถนำตราสัญลักษณ์ไปใช้งาน

Incorect Usage

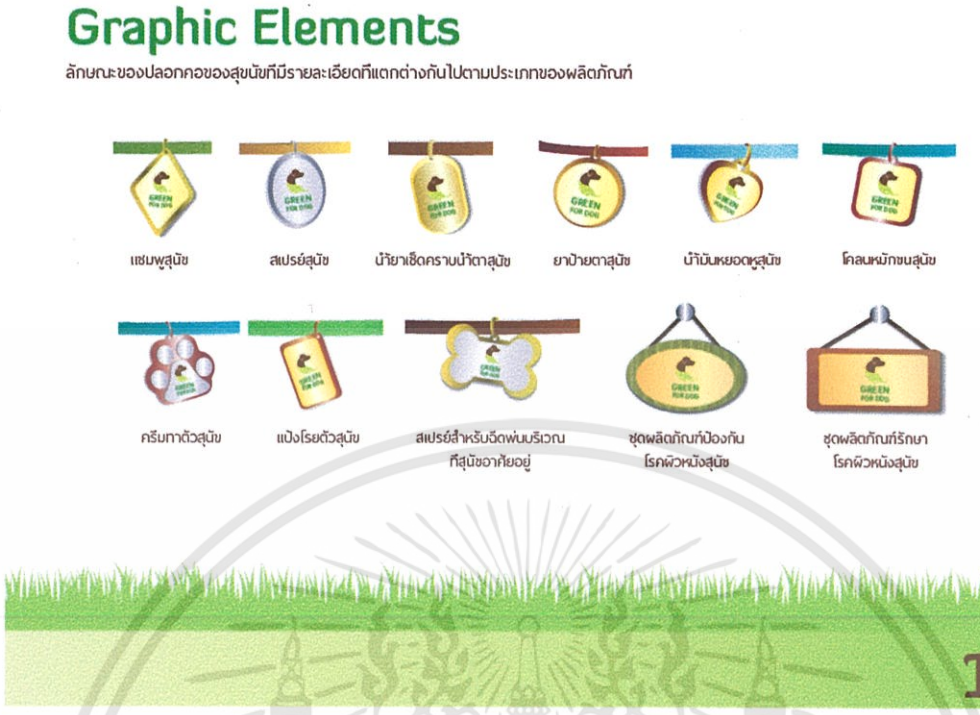
ห้ามย่อหรือขยายตราสัญลักษณ์
ซึ่งทำให้ผิดสัดส่วน

ห้ามเปลี่ยนสีสัญลักษณ์หรือตัวอักษร
นอกเหนือจากที่กำหนดไว้

13

ภาพที่ ก14 การใช้งานตราสัญลักษณ์ที่ไม่ถูกต้อง

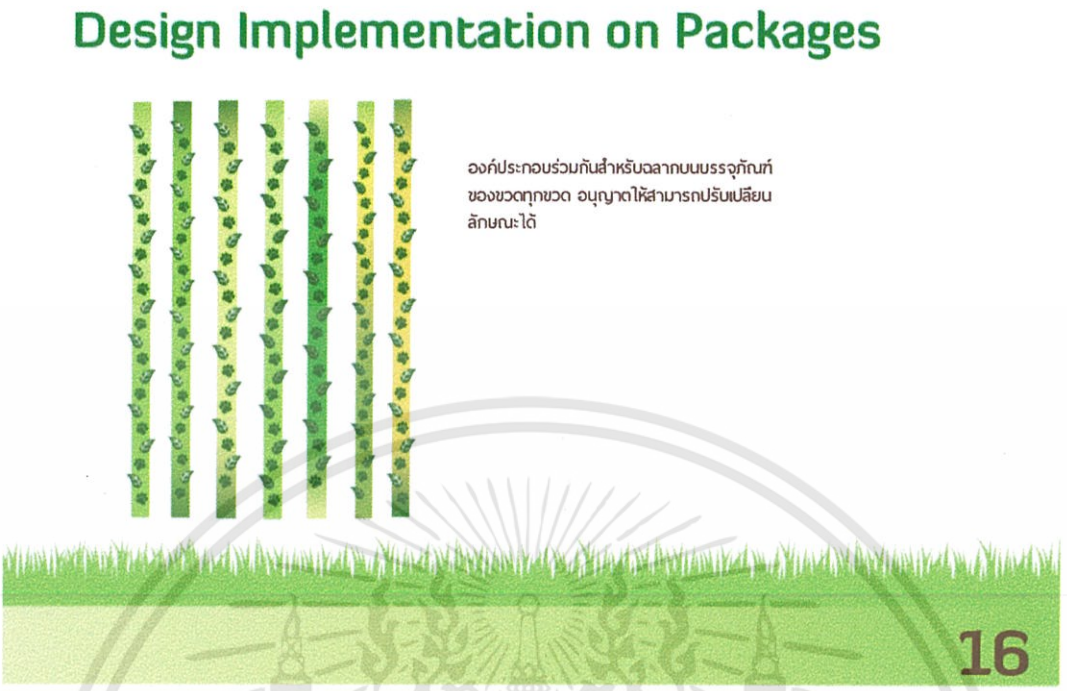
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



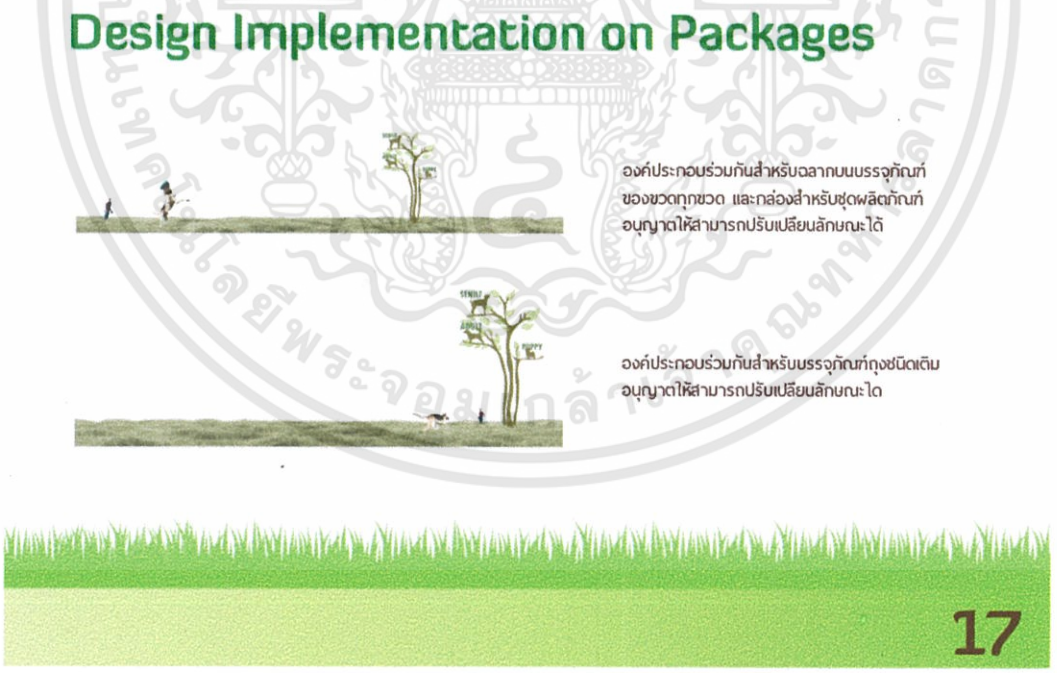
ภาพที่ ก15 องค์ประกอบของกราฟิกที่ใช้ร่วมกับตราสัญลักษณ์ และเพิ่มความสามารถในการแยกแยะของผลิตภัณฑ์

ภาพที่ ก16 ลักษณะตัวอักษรที่ใช้งานบนบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ ก17 ลักษณะองค์ประกอบกราฟิกที่ใช้ร่วมบนบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ ก18 ลักษณะองค์ประกอบกราฟิกที่ใช้ร่วมบนบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Design Implementation on Packages

องค์ประกอบร่วมกันสำหรับแยกประเภทของชุดผลิตภัณฑ์
(ซ้าย) สำหรับสุนัขพันธุ์เล็ก (ขวา) สำหรับสุนัขพันธุ์กลาง และพันธุ์ใหญ่

18

ภาพที่ ก19 ลักษณะองค์ประกอบกราฟิกที่ใช้ร่วมบนบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ข

WORKING DRAWING

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

WORKING DRAWING

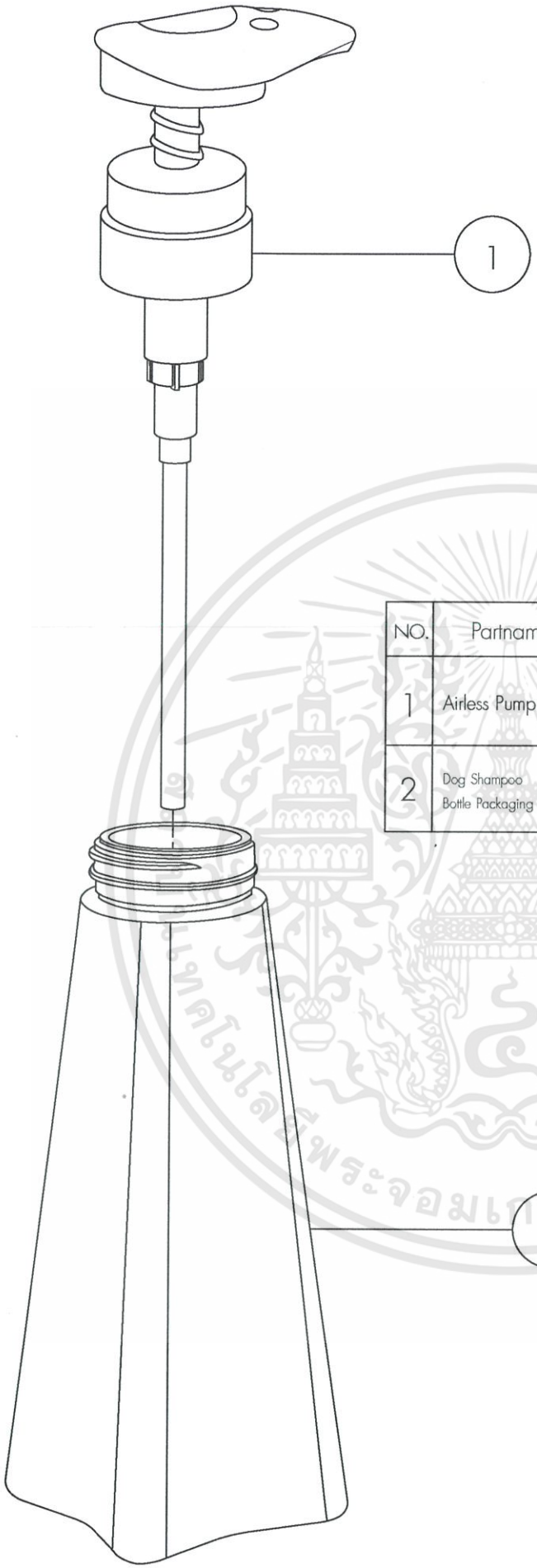
Project : โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข “Green For Dog” ภายใต้การผลิตของ บริษัท ทางต้นลม จำกัด

Cilent : บริษัท ทางต้นลม จำกัด

Designer : นางสาวธิดาพร ฤทธิ์เรืองเดช 52020198 สาขาวิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสาตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

Content

Dog Shampoo	1
Dog Spray	8
Dog Tear Stain Remover	18
Dog Eyes Drug	28
Dog Ears Drop	33
Dog Mud & Body Lotion	40
Dog Powder	54
Dog Habitat Spray	64



NO.	Partname	Quantity	Material	Process	Finishing	Remark
1	Airless Pump	1	PP	Injection	Glossy	Pantene Standard Part
2	Dog Shampoo Bottle Packaging (250 ml)	1	PET	Injection Blow Molding	Flat	-

โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ภาเขตันลม จำกัด

PARTNAME : Assembly & Specification of Dog Shampoo Packaging (250 ml)

THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2

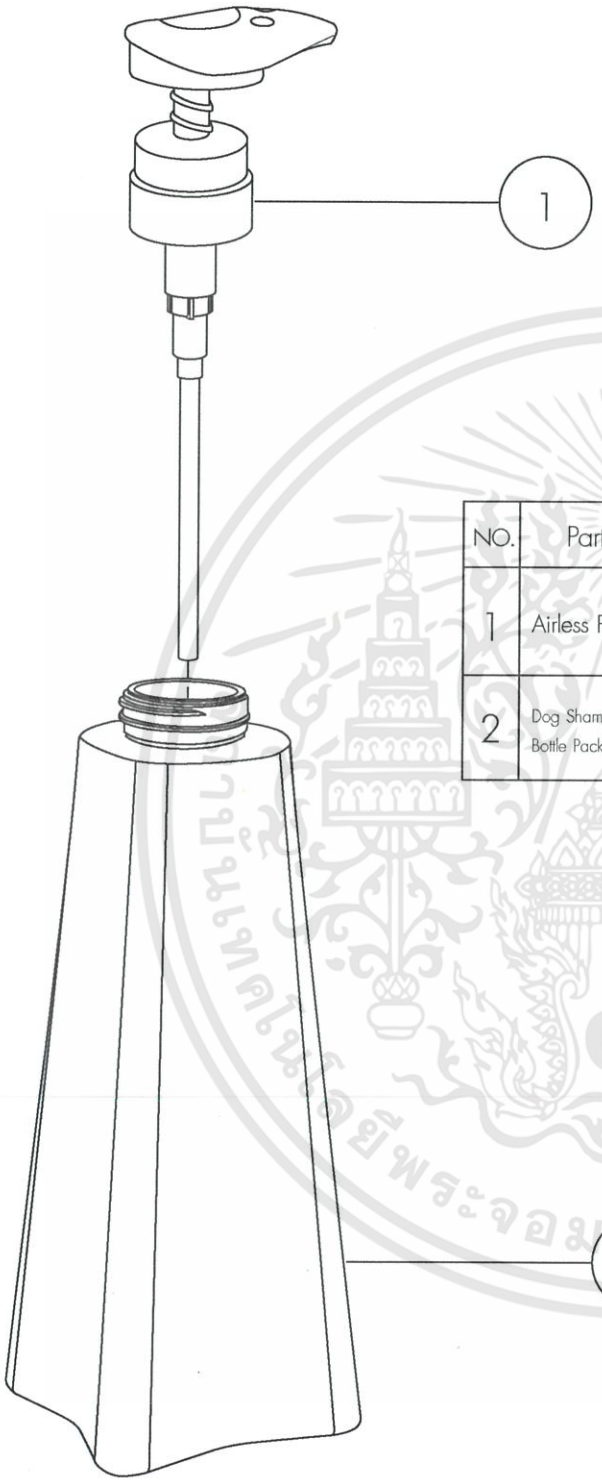
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN | FACULTY OF ARCHITECTURE

NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH | CODE : 52020198

UNIT: mm | SCALE : 1:2 | DATE : 26/03/2014 | PAGE : 1 of 70

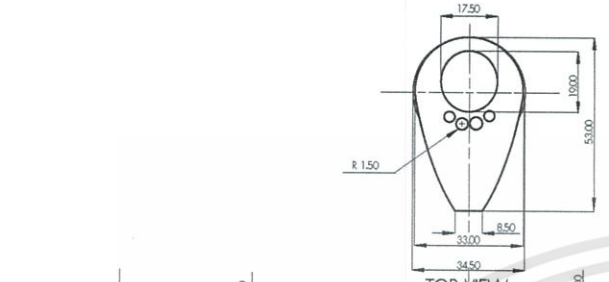
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อาทิ ห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของผลงานนี้ทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



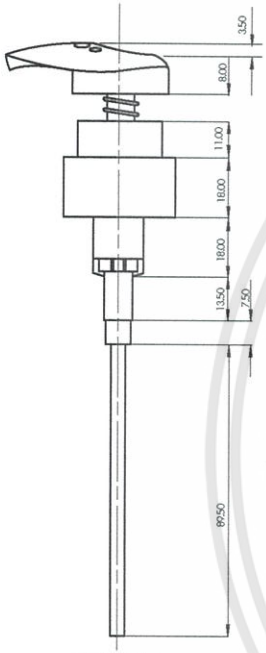
NO.	Partname	Quantity	Material	Process	Finishing	Remark
1	Airless Pump	1	PP	Injection	Glossy	Pantene Standard Part
2	Dog Shampoo Bottle Packaging (500 ml)	1	PET	Injection Blow Molding	Flat	-

การออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท กางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Assembly & Specification of Dog Shampoo Packaging (500 ml)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG		
		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	FACULTY OF ARCHITECTURE	
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH	CODE : 52020198	
		UNIT: mm	SCALE : 1:4	DATE : 26/03/2014	PAGE : 2 of 70

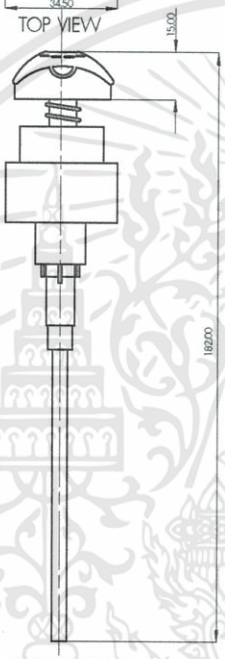
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่อนุญาตให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของผลงานทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



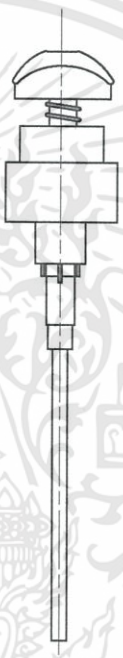
TOP VIEW



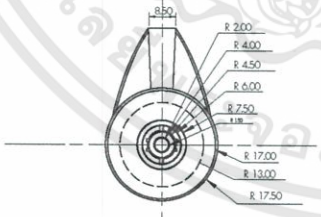
SIDE VIEW



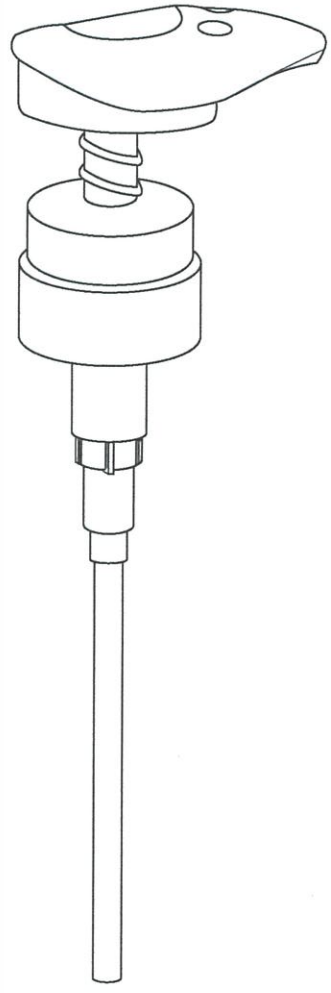
FRONT VIEW



BACK VIEW



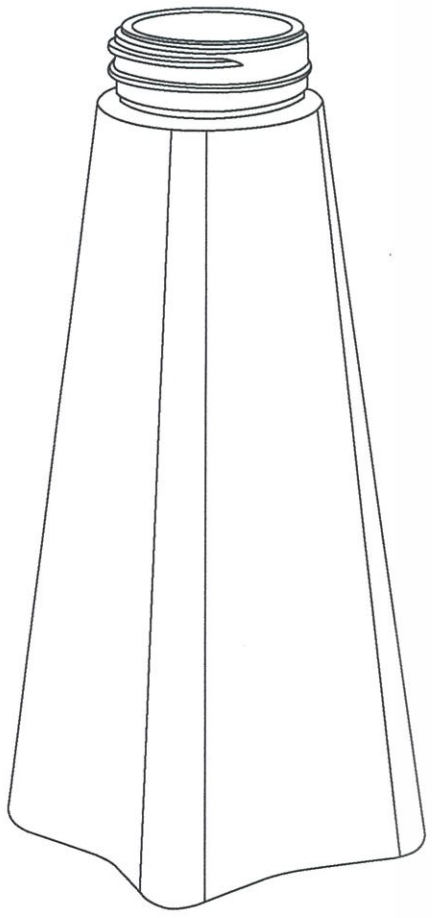
BOTTOM VIEW



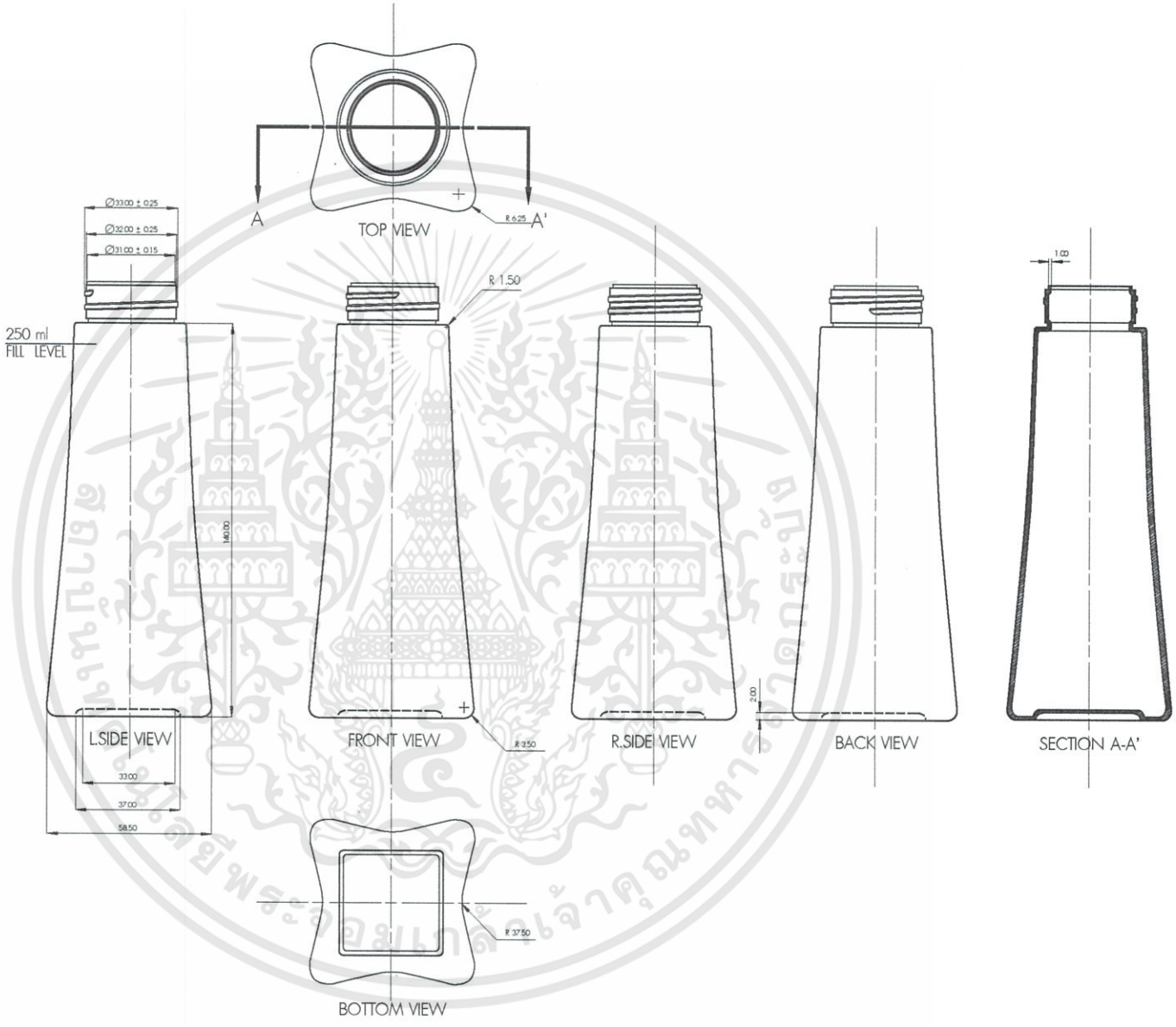
PERSPECTIVE 1:2

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

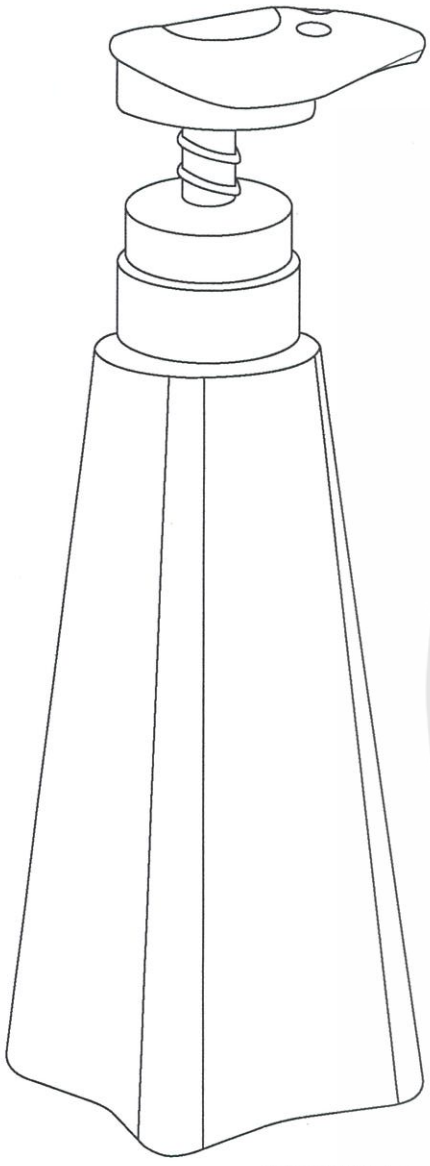
โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Airless Pump (Pantene Standard Part)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
	MATERIAL : PP	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN			FACULTY OF ARCHITECTURE
		NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH			CODE : 52020198
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	UNIT: mm	SCALE : 1:4	DATE : 26/03/2014	PAGE : 3 of 70



PERSPECTIVE 1:2



โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกพลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การพลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Shampoo Bottle Packaging (250 ml)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
	MATERIAL : PET	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN			FACULTY OF ARCHITECTURE
		NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH			CODE : 52020198
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	UNIT: mm	SCALE : 1:4	DATE : 26/03/2014	PAGE : 4 of 70

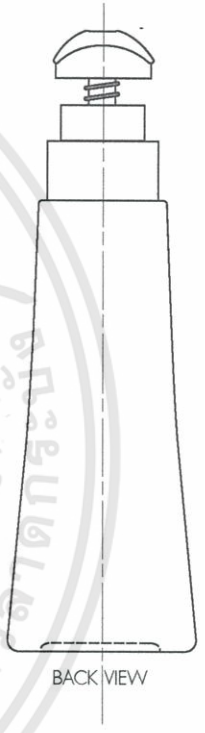


PERSPECTIVE 1:2

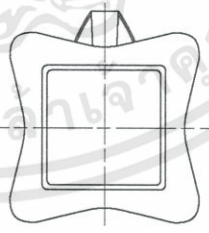
TOP VIEW

SIDE VIEW

FRONT VIEW



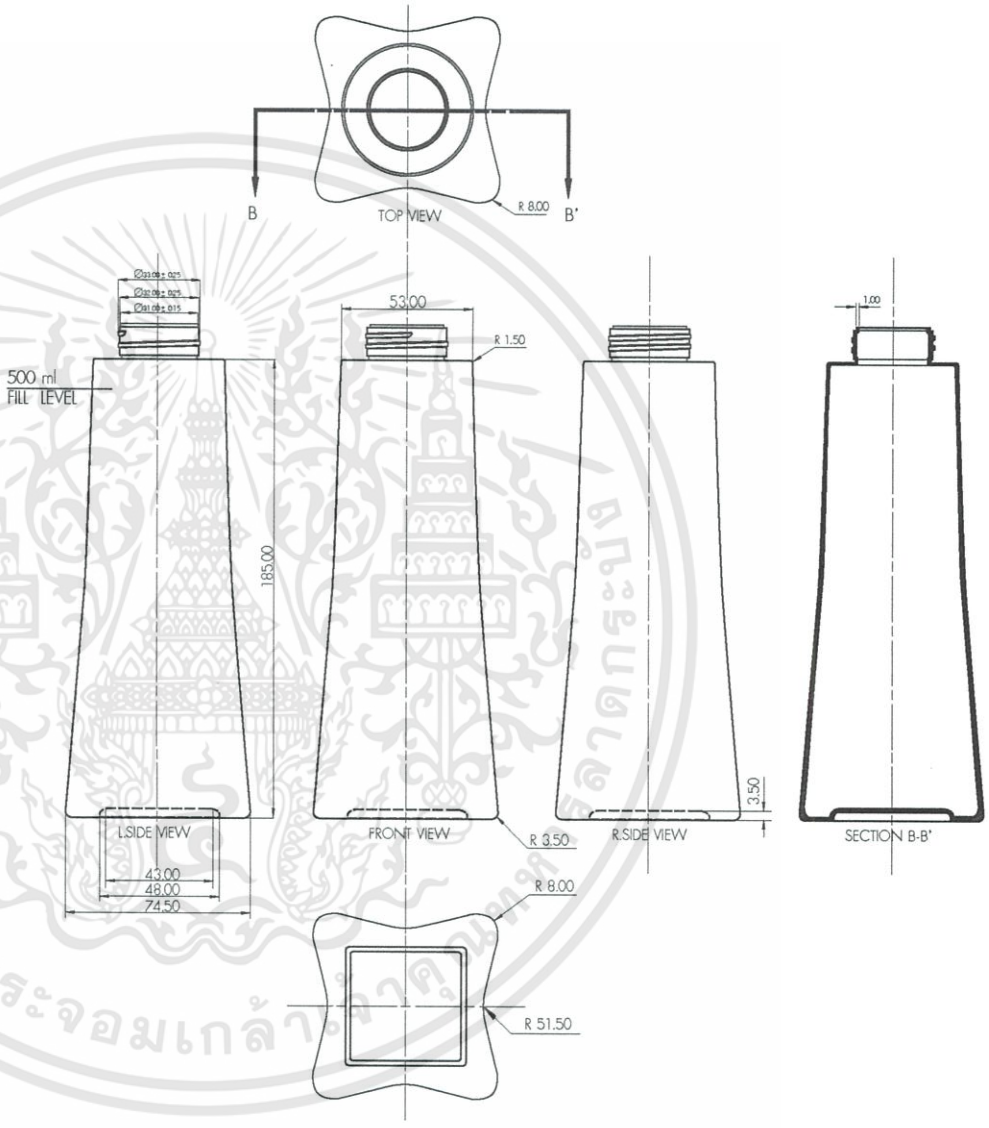
BACK VIEW



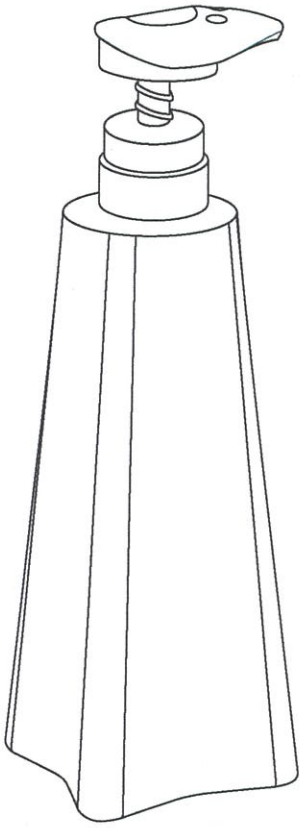
BOTTOM VIEW

โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข “Green For Dog” ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Shampoo Packaging (250 ml)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG		
		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN		FACULTY OF ARCHITECTURE
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH		CODE : 52020198
		UNIT: mm	SCALE : 1:4	DATE : 26/03/2014	PAGE : 5 of 70

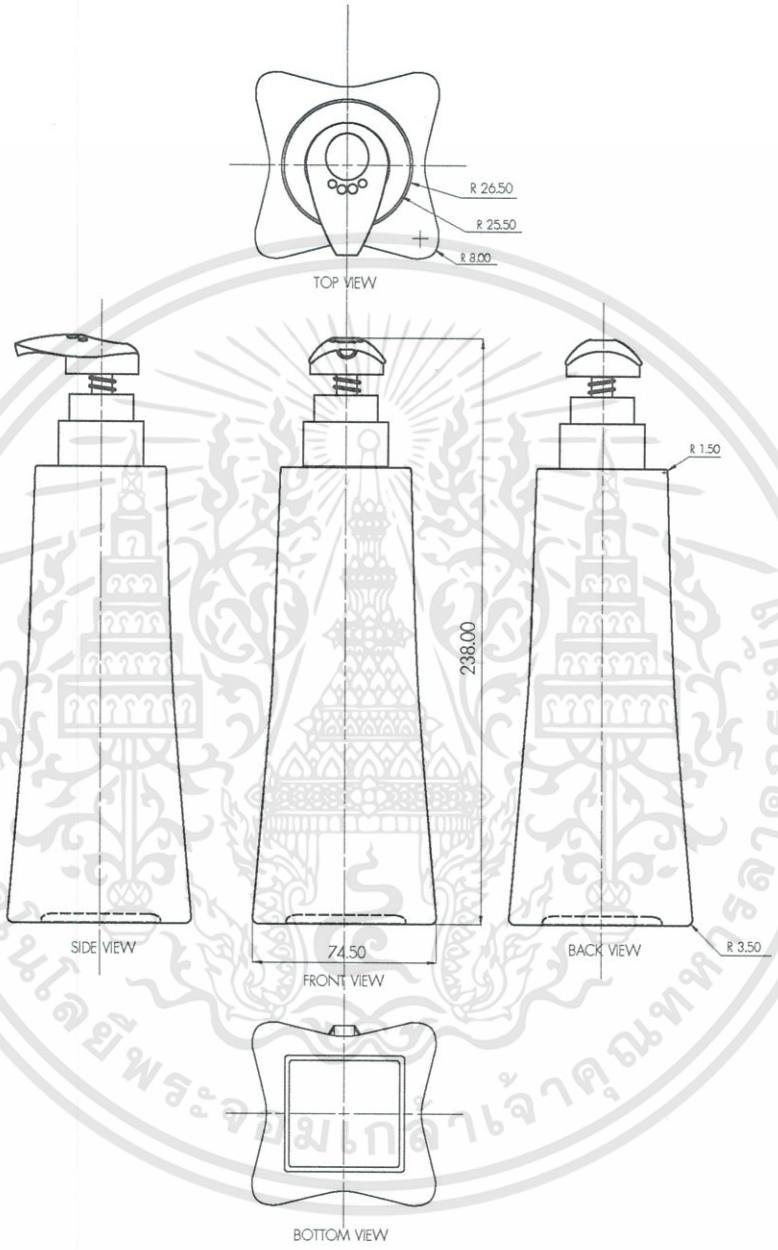
PERSPECTIVE 1:2



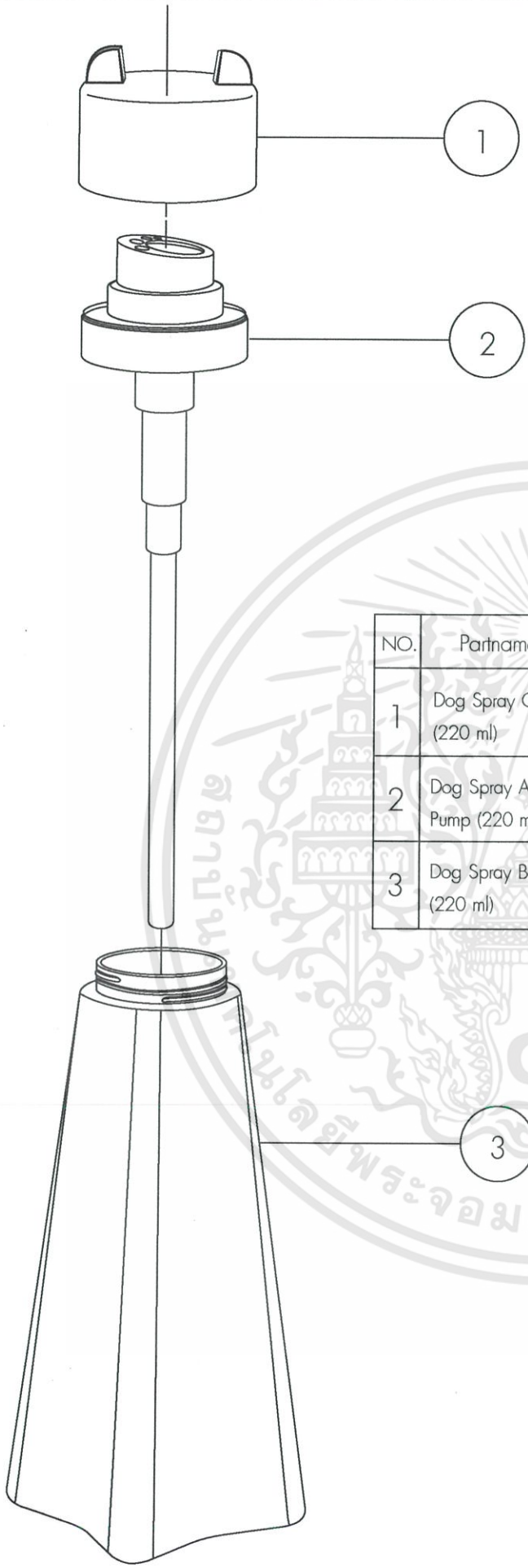
โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และการผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Shampoo Bottle Packaging (500 ml)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
	MATERIAL : PET	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN			FACULTY OF ARCHITECTURE
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH			CODE : 52020198
		UNIT: mm	SCALE : 1:6	DATE : 26/03/2014	PAGE : 6 of 70



PERSPECTIVE 1:4



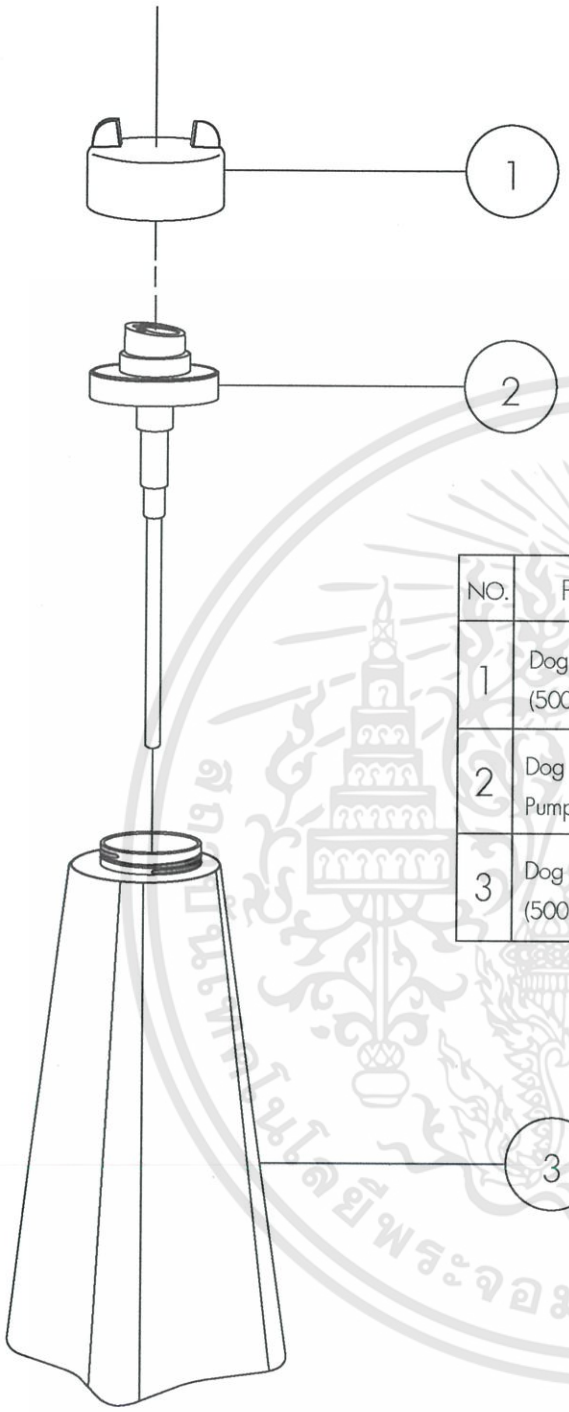
โครงการออกแบบพัฒนานวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข “Green For Dog” ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Shampoo Packaging (500 ml)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN			FACULTY OF ARCHITECTURE
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH			CODE : 52020198
		UNIT: mm	SCALE : 1:6	DATE : 26/03/2014	PAGE : 7 of 70



NO.	Partname	Quantity	Material	Process	Finishing	Remark
1	Dog Spray Cap (220 ml)	1	PP	Injection	Glossy	-
2	Dog Spray Airless Pump (220 ml)	1	PP	Injection	Glossy	-
3	Dog Spray Bottle (220 ml)	1	PET	Injection Blow Molding	Flat	-

โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิก พลิตภัณฑ์บลอดสารพิษเพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Assembly & Specification of Dog Spray (220 ml)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	FACULTY OF ARCHITECTURE		
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH		CODE : 52020198	
		UNIT: mm	SCALE : 1:2	DATE : 26/03/2014	PAGE : 8 of 70

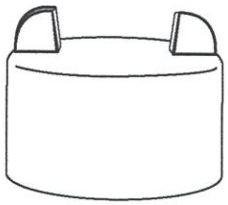
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่อนุญาตให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารนี้ทุกครั้งที่มีการนำไปใช้ ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารนี้ทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



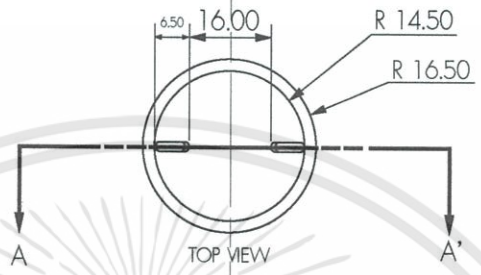
NO.	Partname	Quantity	Material	Process	Finishing	Remark
1	Dog Spray Cap (500 ml)	1	PP	Injection	Glossy	-
2	Dog Spray Airless Pump (500 ml)	1	PP	Injection	Glossy	-
3	Dog Spray Bottle (500 ml)	1	PET	Injection Blow Molding	Flat	-

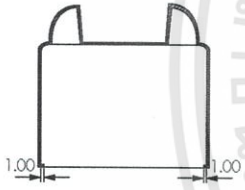
โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิก ผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Assembly & Specification of Dog Habitat Spray (500 ml)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN		FACULTY OF ARCHITECTURE	
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH		CODE : 52020198	
		UNIT: mm	SCALE : 1:4	DATE : 26/03/2014	PAGE : 9 of 70

สงวนลิขสิทธิ์ของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
เมื่อการนำเสนอใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

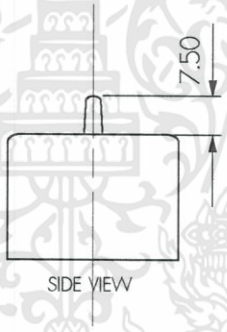


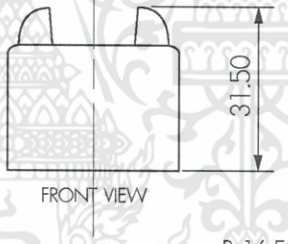
PERSPECTIVE 1:2

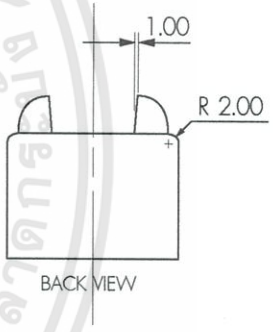


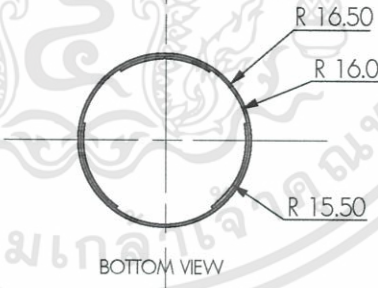


SECTION A-A'
Scale 2:1

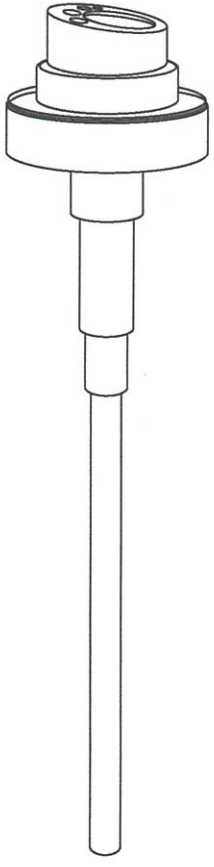




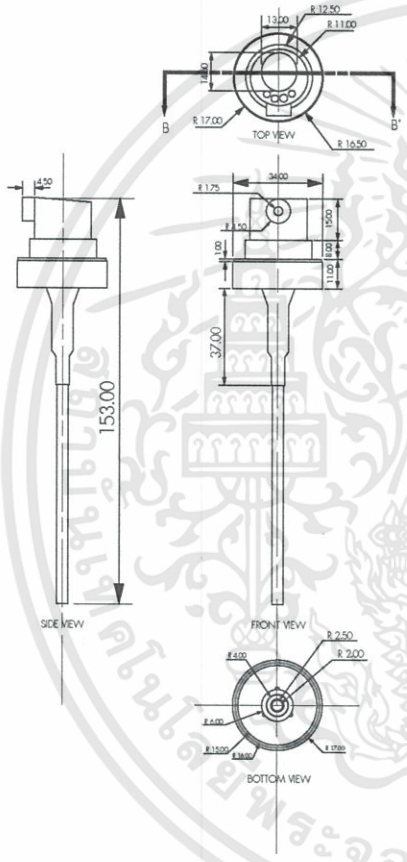


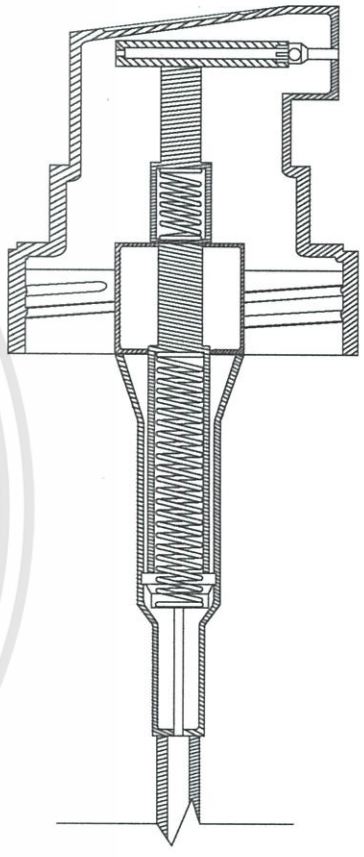


โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Spray Cap (220 ml)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
	MATERIAL : PP	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN			FACULTY OF ARCHITECTURE
		NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH			CODE : 52020198
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	UNIT: mm	SCALE : 1:4	DATE : 26/03/2014	PAGE : 10 of 70



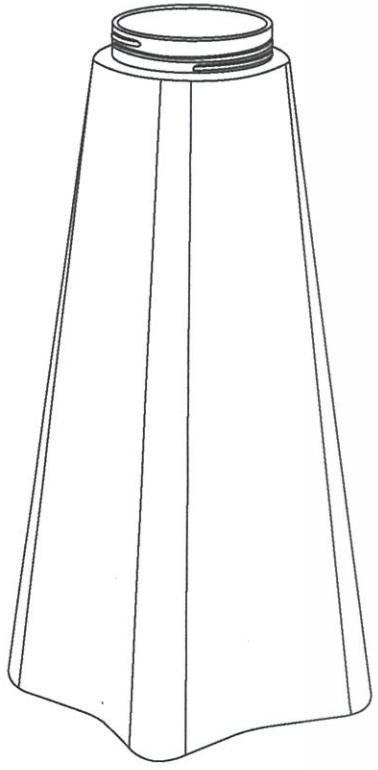
PERSPECTIVE 1:2



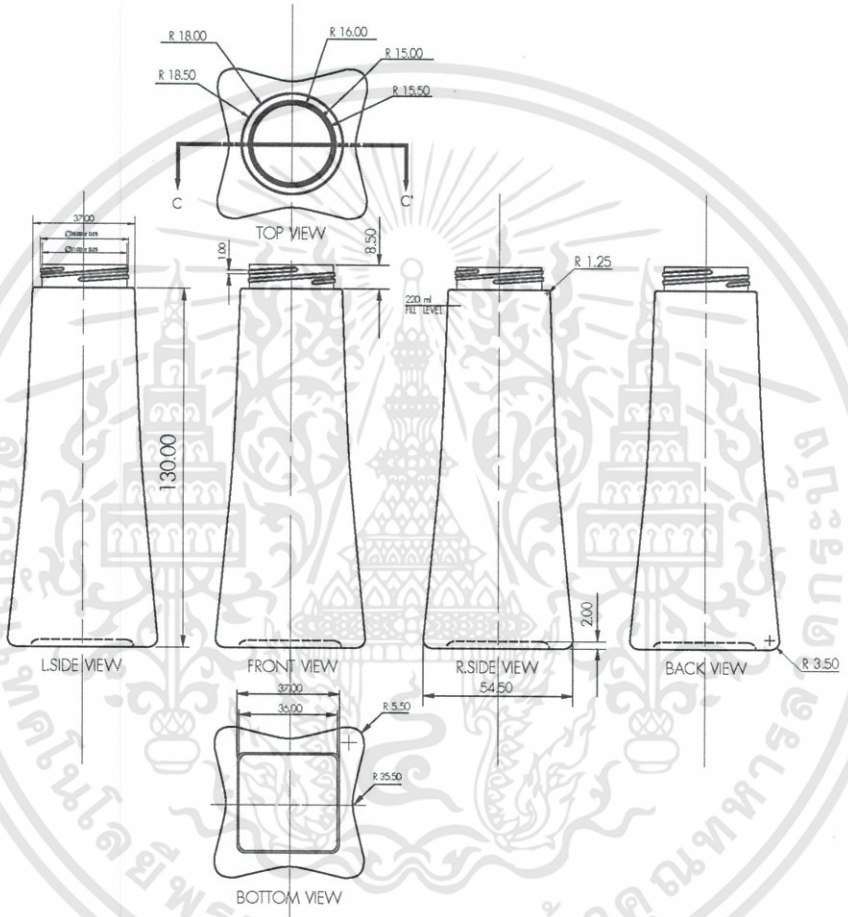


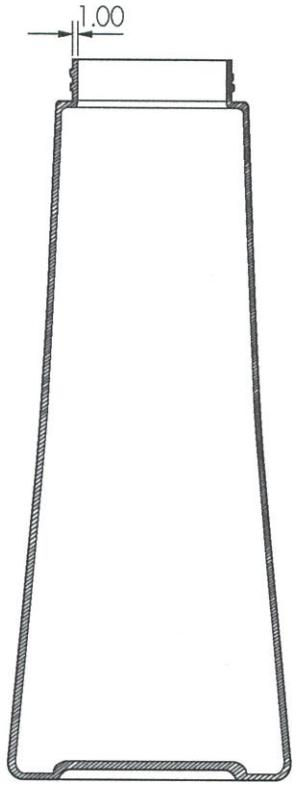
SECTION B-B'
Scale 1:1

โครงการออกแบบพัฒนานวัตกรรมจุกกัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Spray Airless Pump (220 ml)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG		
	MATERIAL : PP	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN		FACULTY OF ARCHITECTURE
		NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH		CODE : 52020198
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	UNIT: mm	SCALE : 1:2	DATE : 26/03/2014 / PAGE : 11 of 70



PERSPECTIVE 1:2

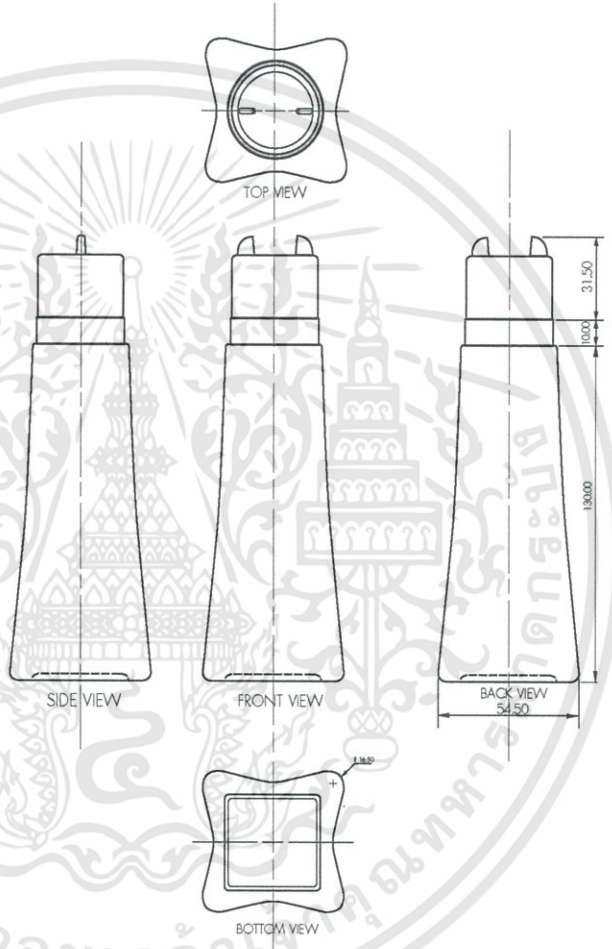




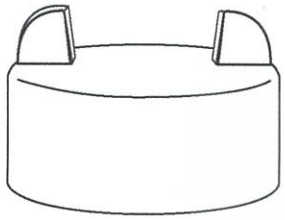
SECTION C-C'
Scale 1:2

โครงการออกแบบพัฒนานวัตกรรมภัณฑ์ และภราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Spray Bottle (220 ml)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG		
	MATERIAL : PET	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN		FACULTY OF ARCHITECTURE
		NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH		CODE : 52020198
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	UNIT: mm	SCALE : 1:2	DATE : 26/03/2014 | PAGE : 12 of 70

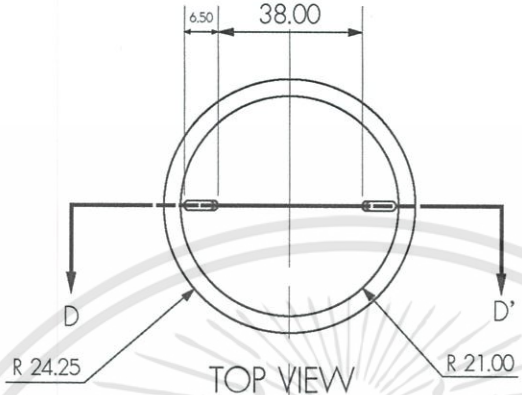
PERSPECTIVE 1:2



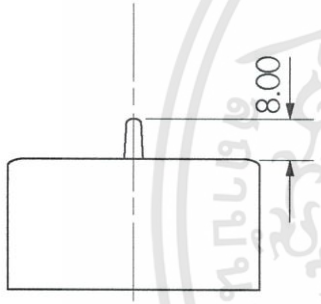
โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Spray (220 ml)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN			FACULTY OF ARCHITECTURE
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH			CODE : 52020198
		UNIT: mm	SCALE : 1:4	DATE : 26/03/2014	PAGE : 13 of 70



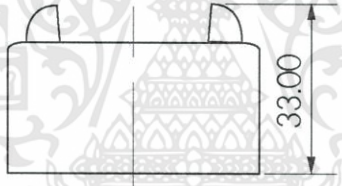
PERSPECTIVE 1:2



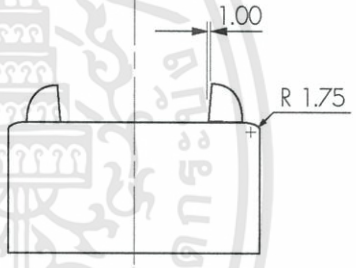
TOP VIEW



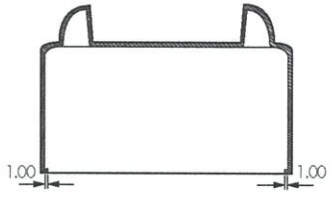
SIDE VIEW



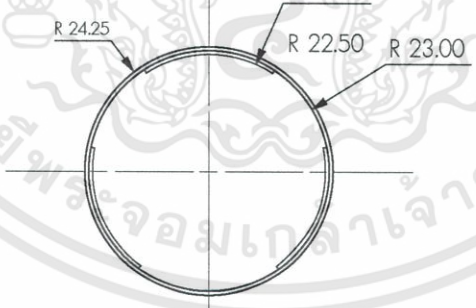
FRONT VIEW



BACK VIEW

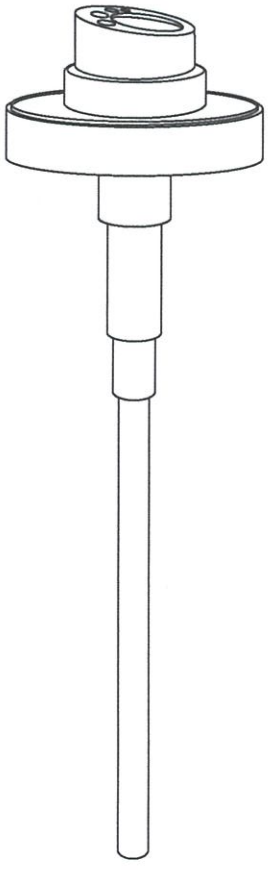


SECTION D-D'
Scale 1:2

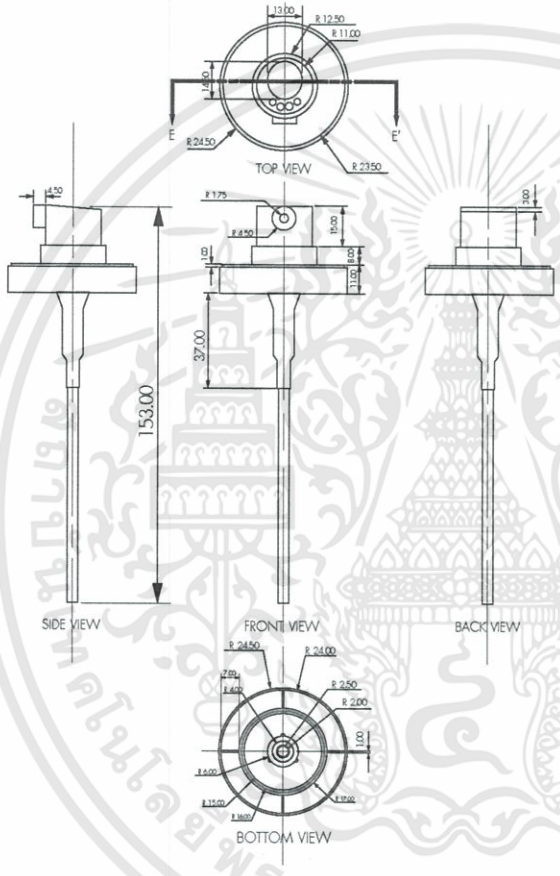


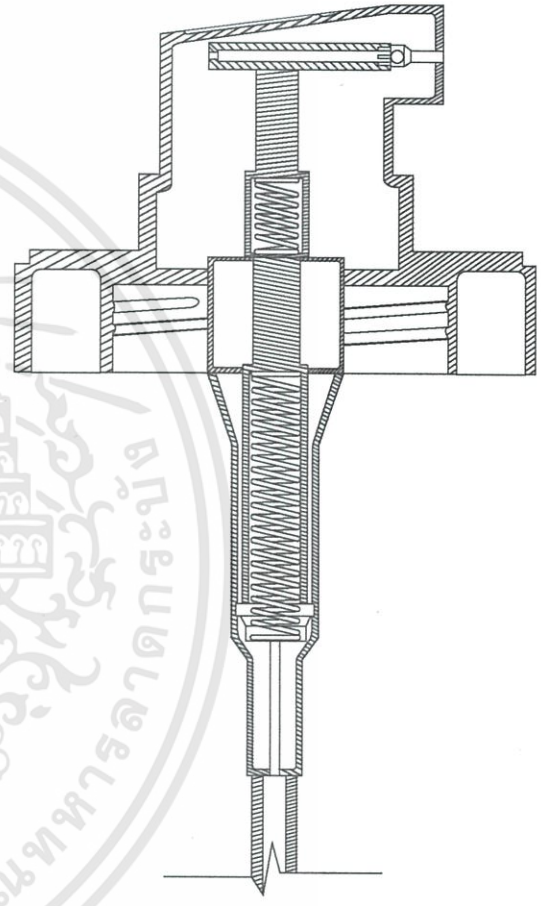
BOTTOM VIEW

โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Spray Cap (500 ml)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG		
	MATERIAL : PP	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN		FACULTY OF ARCHITECTURE
		NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH		CODE : 52020198
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	UNIT: mm	SCALE : 1:2	DATE : 26/03/2014 / PAGE : 14 of 70



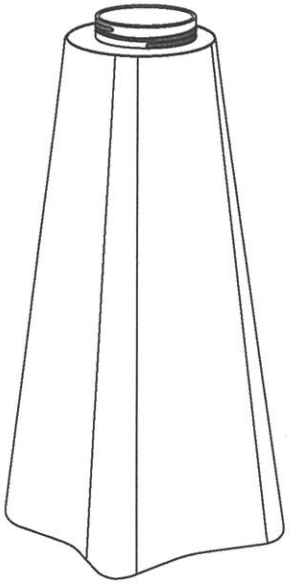
PERSPECTIVE 1:2



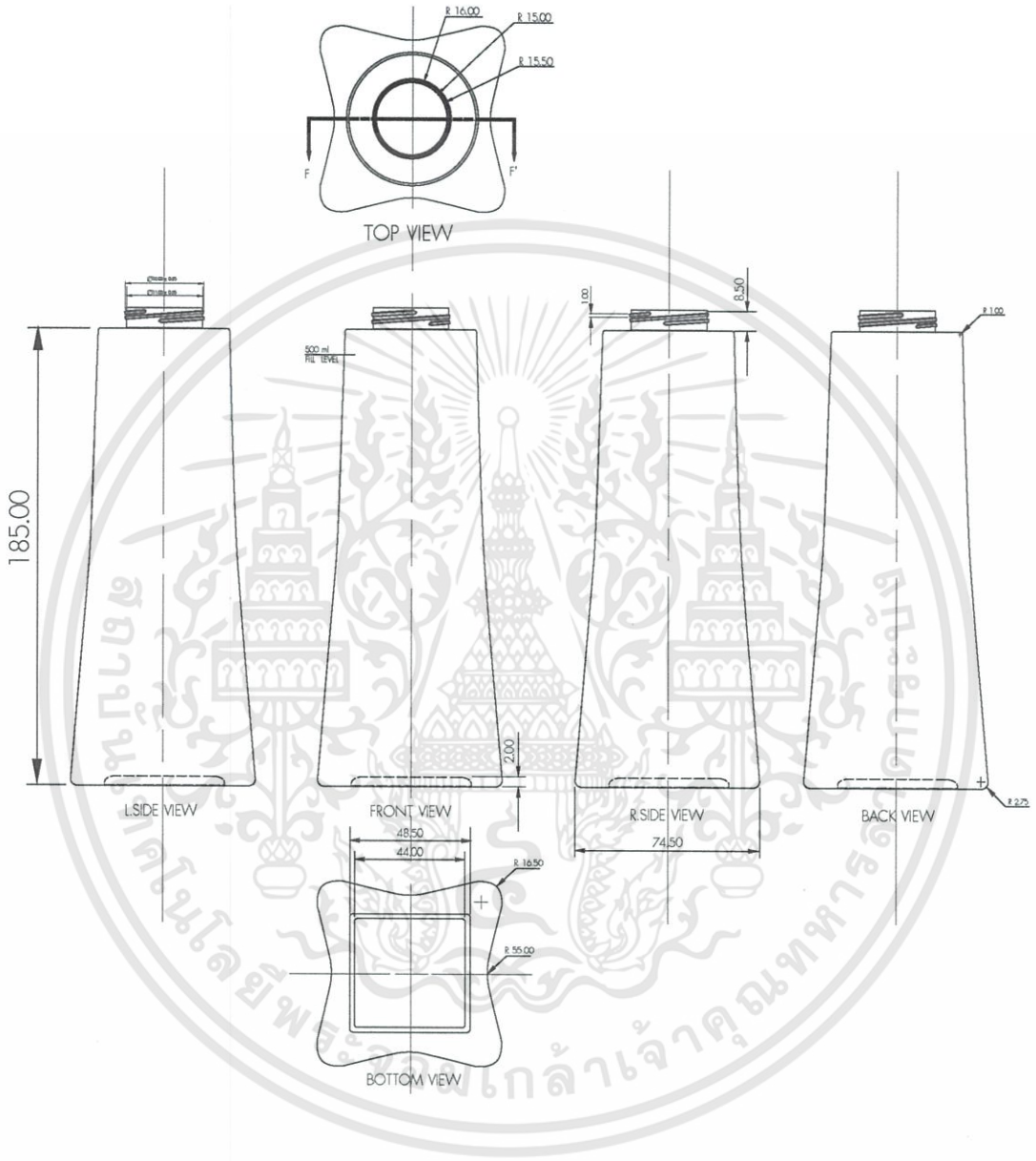


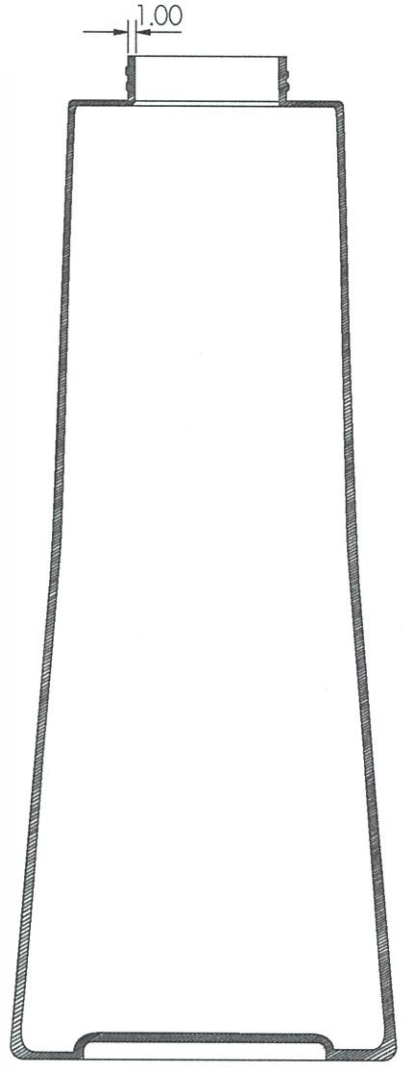
SECTION E-E'
Scale 1:1

โครงการออกแบบพัฒนานวัตกรรมจุกภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Spray Airless Pump (500 ml)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG		
	MATERIAL : PP	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN		FACULTY OF ARCHITECTURE
		NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH		CODE : 52020198
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	UNIT: mm	SCALE : 1:2	DATE : 26/03/2014	PAGE : 15 of 70



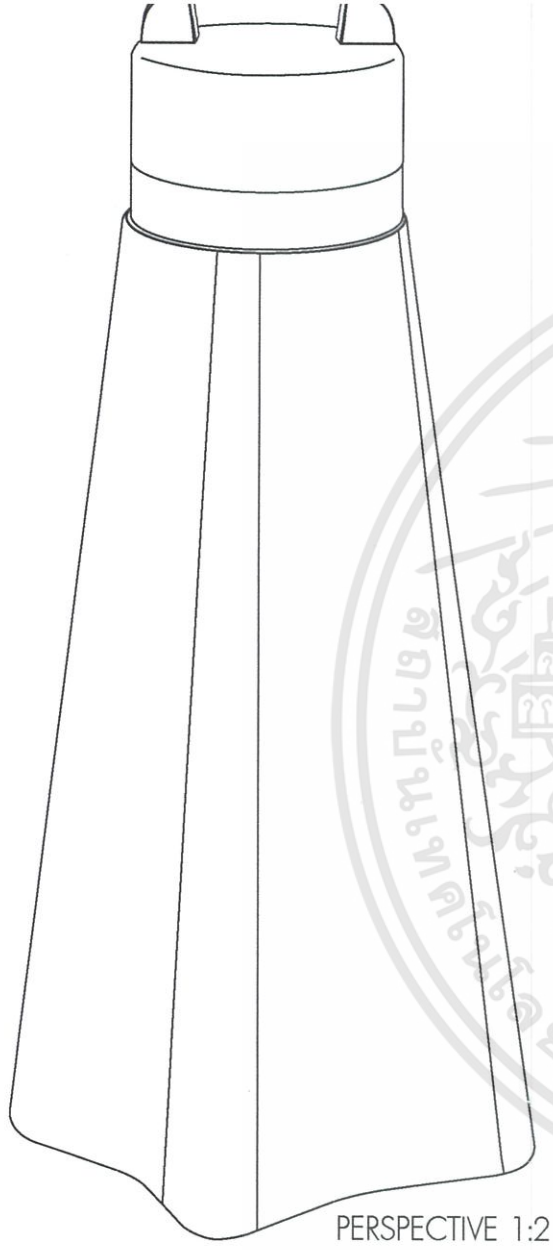
PERSPECTIVE 1:4



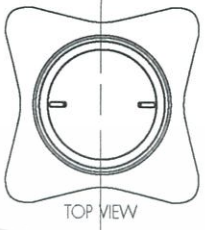


SECTION F-F'
Scale 1:2

โครงการออกแบบพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และภาชนะบรรจุภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Spray Bottle (500 ml)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG		
	MATERIAL : PET	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN		FACULTY OF ARCHITECTURE
		NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH		CODE : 52020198
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	UNIT: mm	SCALE : 1:2	DATE : 26/03/2014 / PAGE : 16 of 70



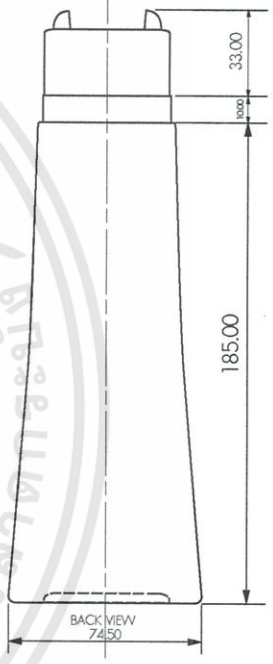
PERSPECTIVE 1:2



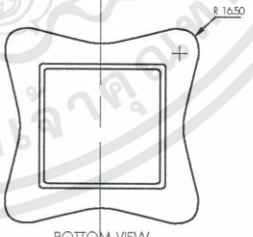
TOP VIEW

SIDE VIEW

FRONT VIEW

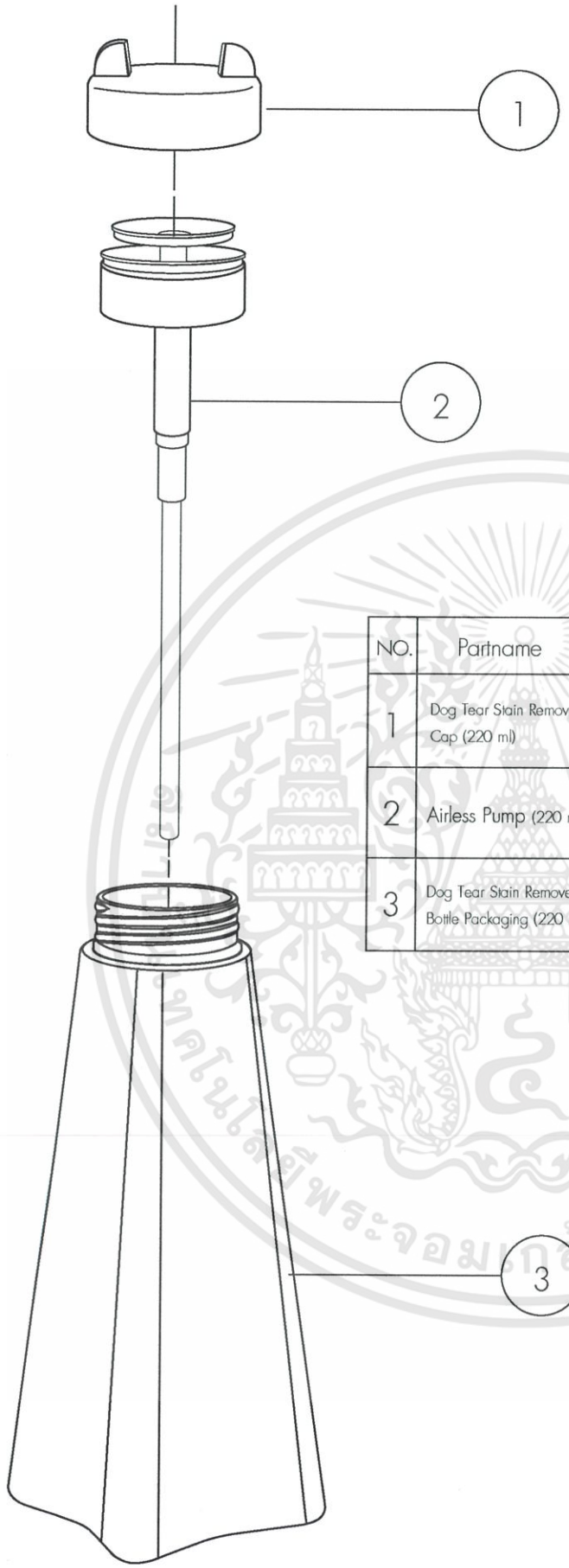


BACK VIEW
74.50



BOTTOM VIEW

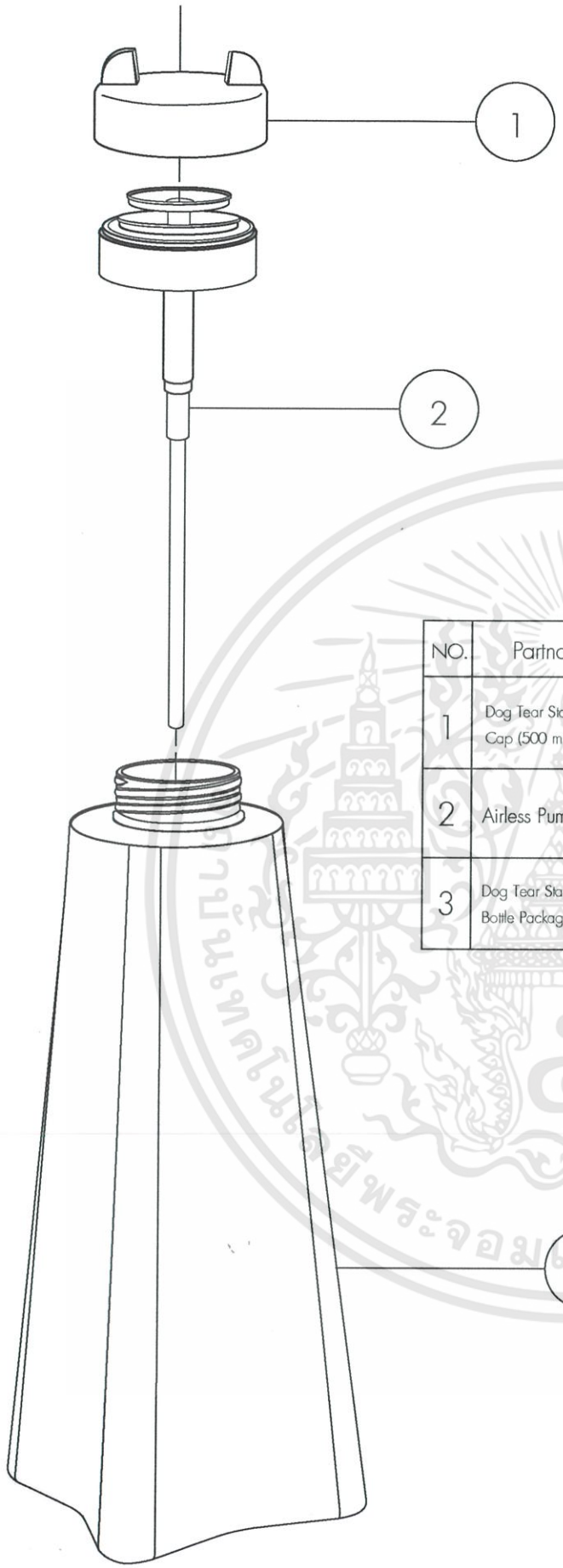
โครงการออกแบบพัฒนานวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Spray (500 ml)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG		
		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN		FACULTY OF ARCHITECTURE
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH		CODE : 52020198
		UNIT: mm	SCALE : 1:4	DATE : 26/03/2014 | PAGE : 17 of 70



NO.	Partname	Quantity	Material	Process	Finishing	Remark
1	Dog Tear Stain Remover Cap (220 ml)	1	PP	Injection	Glossy	-
2	Airless Pump (220 ml)	1	PP	Injection	Glossy	Conimex Standard Part
3	Dog Tear Stain Remover Bottle Packaging (220 ml)	1	PET	Injection Blow Molding	Flat	-

โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การพัฒนาของบริษัท ทางด้นลม จำกัด	PARTNAME : Assembly & Specification of Dog Tear Stain Remover (220 ml) THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN | FACULTY OF ARCHITECTURE NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH | CODE : 52020198	
		UNIT: mm | SCALE : 1:2 | DATE : 26/03/2014 | PAGE : 18 of 70	

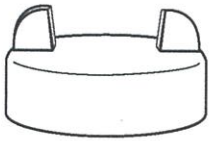
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่อนุญาตให้ทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ ทั้งหมดหรือบางส่วน ในรูปแบบใดๆ ทั้งสิ้น



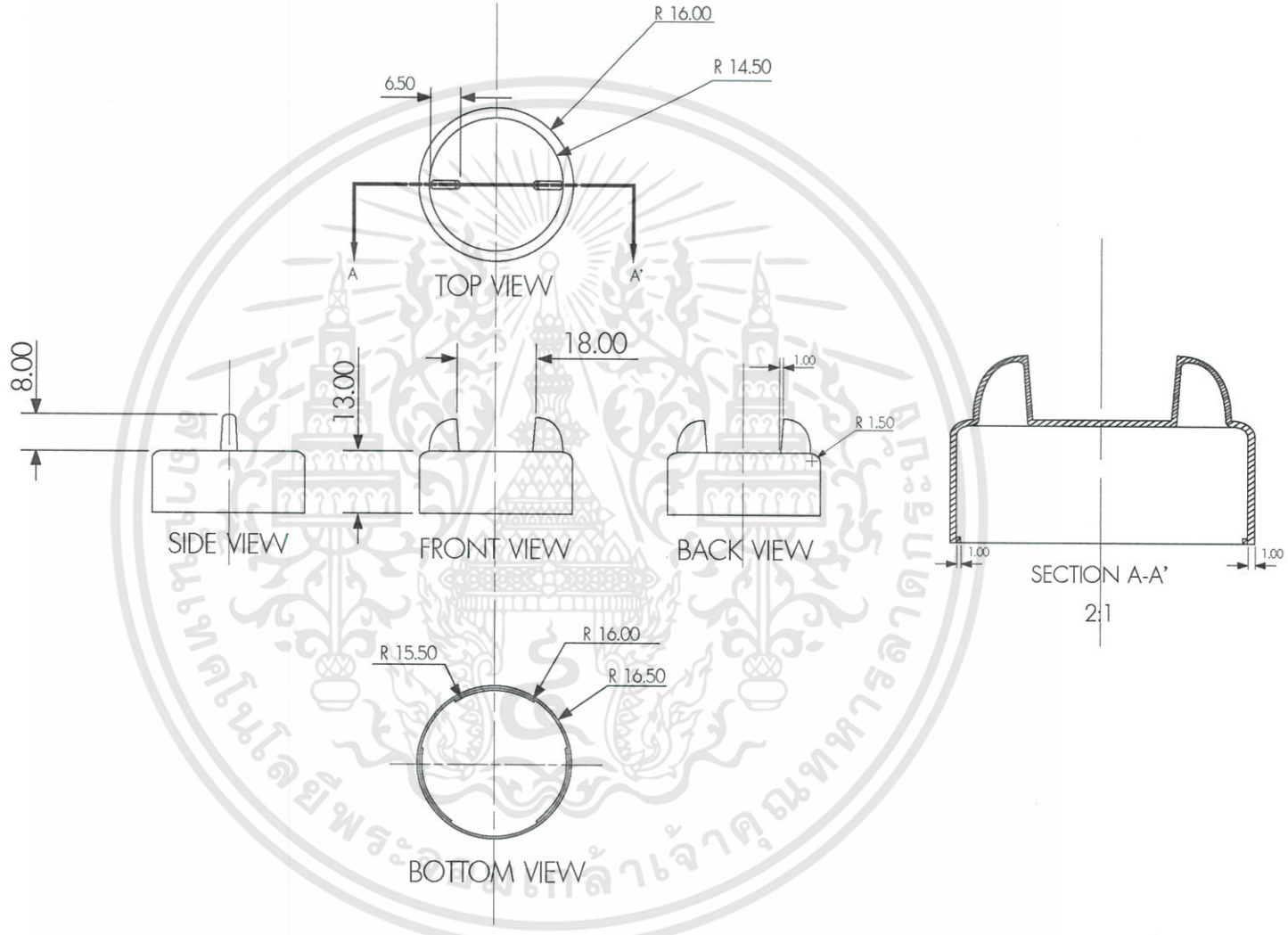
NO.	Partname	Quantity	Material	Process	Finishing	Remark
1	Dog Tear Stain Remover Cap (500 ml)	1	PP	Injection	Glossy	-
2	Airless Pump (500 ml)	1	PP	Injection	Glossy	Conimex Standard Part
3	Dog Tear Stain Remover Bottle Packaging (500 ml)	1	PET	Injection Blow Molding	Flat	-

ภาพนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่อนุญาตให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของผลงานทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

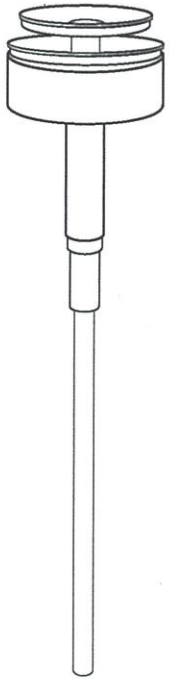
โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท กางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Assembly & Specification of Dog Tear Stain Remover (500 ml)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	FACULTY OF ARCHITECTURE		
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH		CODE : 52020198	
		UNIT: mm	SCALE : 1:4	DATE : 26/03/2014	PAGE : 19 of 70



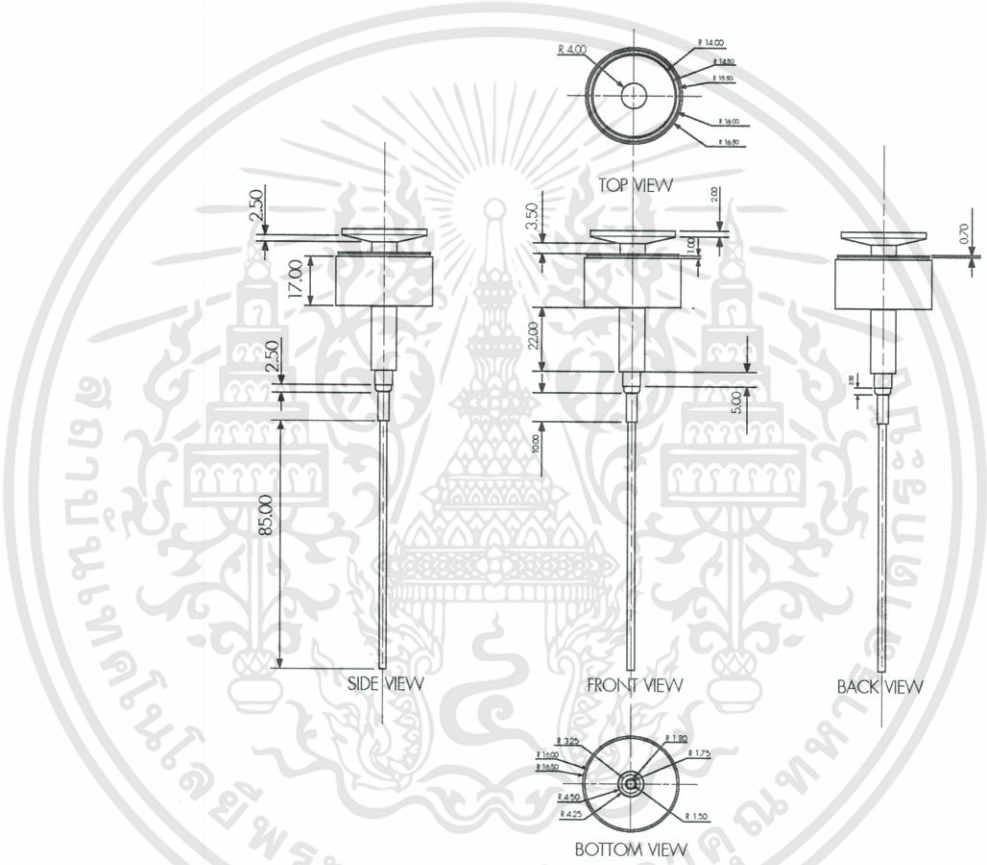
PERSPECTIVE 1:2



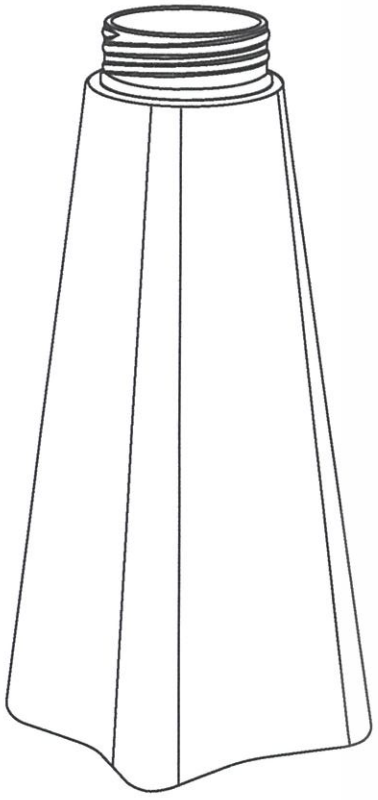
โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Tear Stain Remover Cap (220 ml)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
	MATERIAL : PP	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN			FACULTY OF ARCHITECTURE
		NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH			CODE : 52020198
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	UNIT: mm	SCALE : 1:2	DATE : 26/03/2014	PAGE : 20 of 70



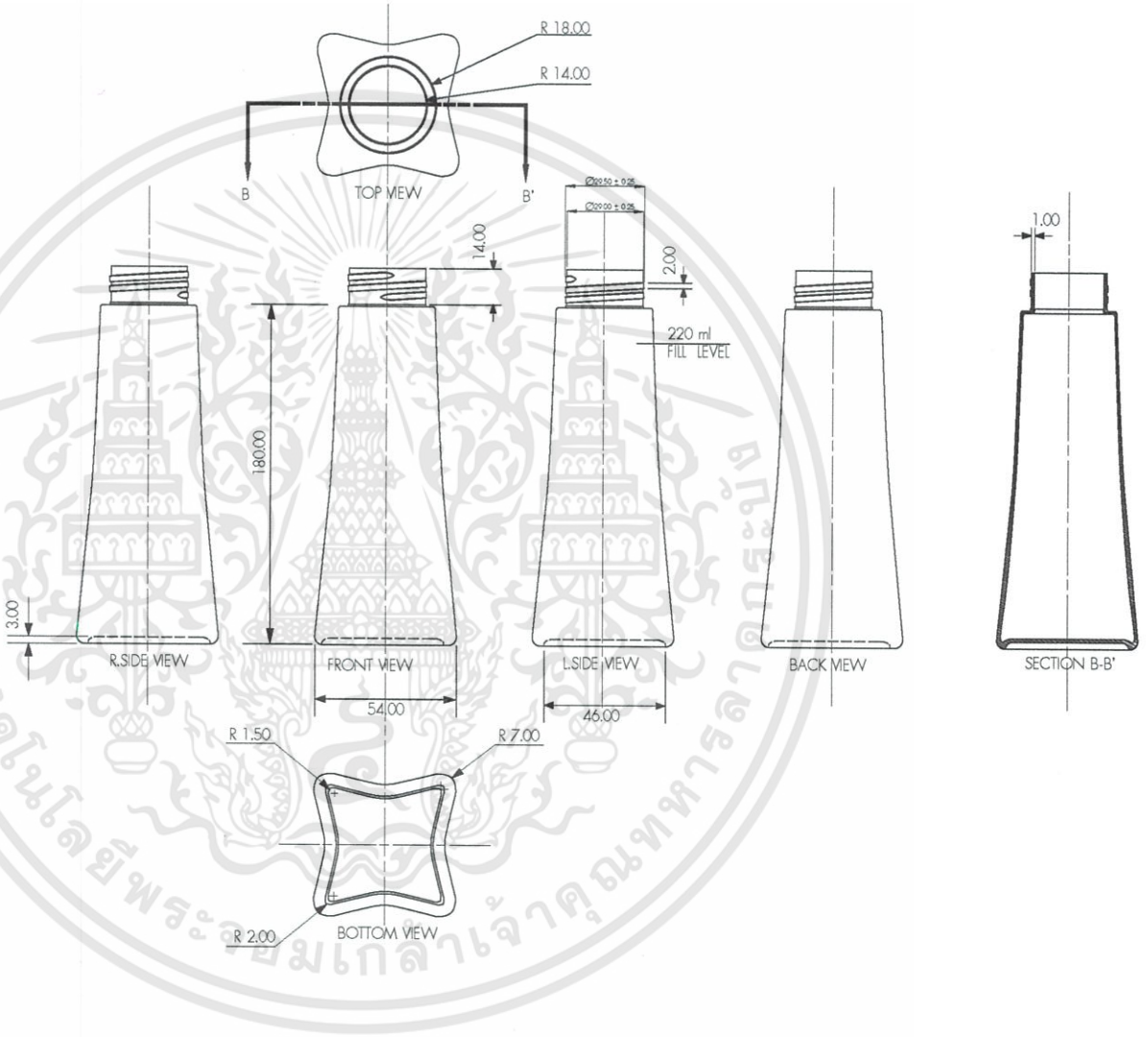
PERSPECTIVE 1:2



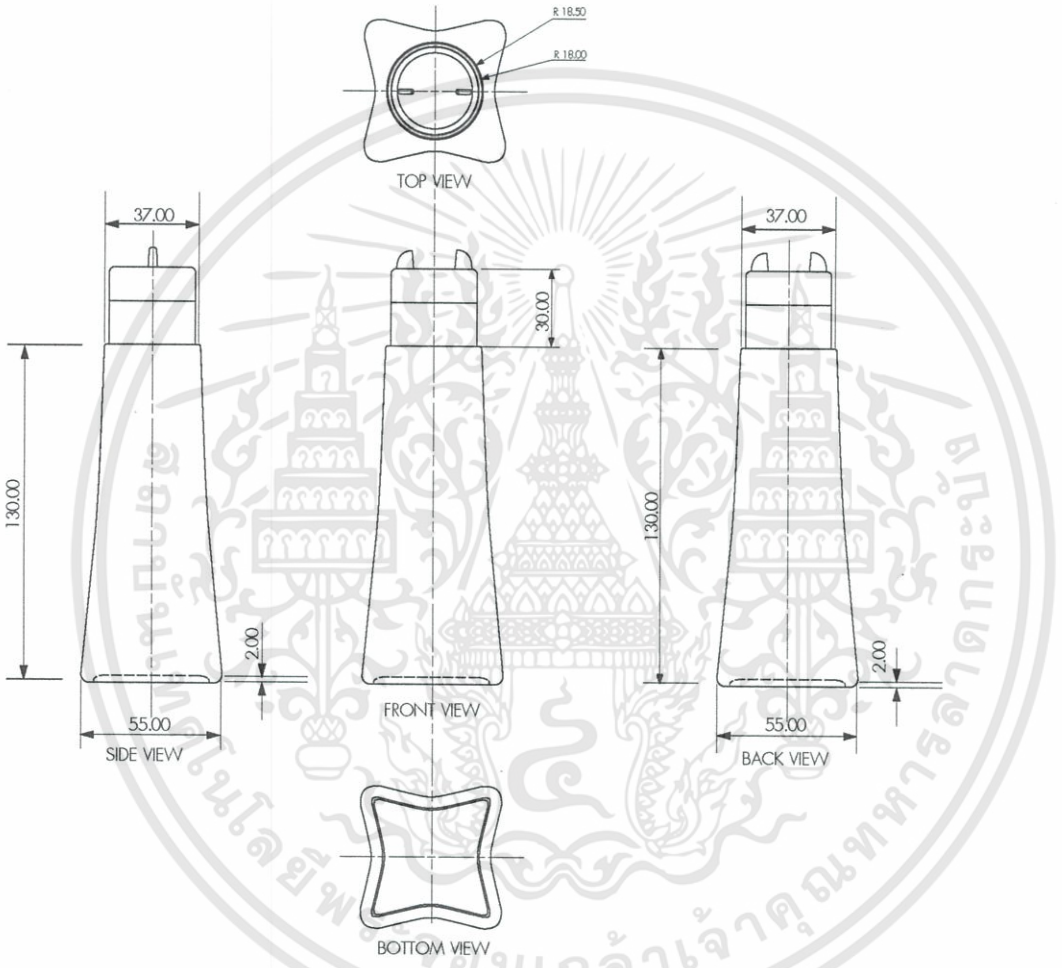
โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Airless Pump (220 ml) (Conimex Standard Part)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
	MATERIAL : PP	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN			FACULTY OF ARCHITECTURE
		NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH			CODE : 52020198
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	UNIT: mm	SCALE : 1:4	DATE : 26/03/2014	PAGE : 21 of 70

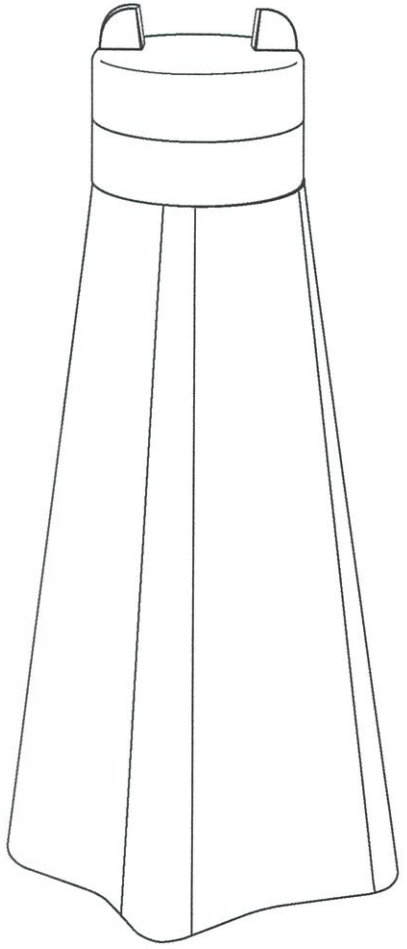


PERSPECTIVE 1:2



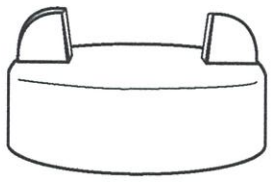
โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Tear Stain Remover Bottle Packaging (220 ml)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
	MATERIAL : PET	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN			FACULTY OF ARCHITECTURE
		NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH			CODE : 52020198
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	UNIT: mm	SCALE : 1:4	DATE : 26/03/2014	PAGE : 22 of 70



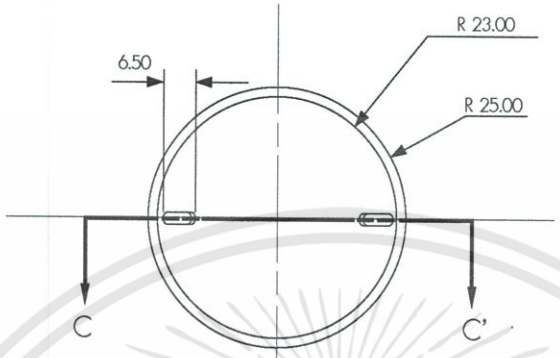


PERSPECTIVE 1:2

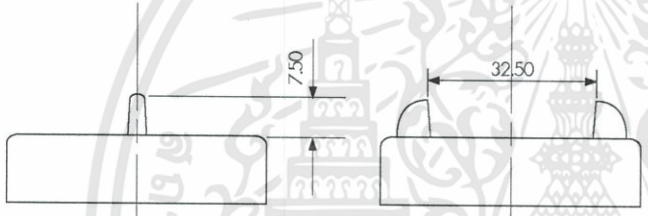
โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Tear Stain Remover Packaging (220 ml)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN			FACULTY OF ARCHITECTURE
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH			CODE : 52020198
		UNIT: mm	SCALE : 1:4	DATE : 18/01/2014	PAGE : 23 of 70



PERSPECTIVE 1:2

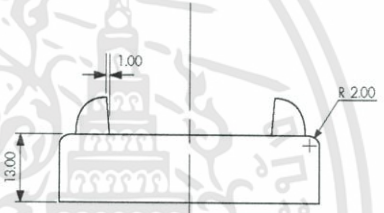


TOP VIEW

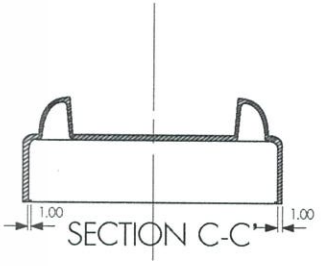


SIDE VIEW

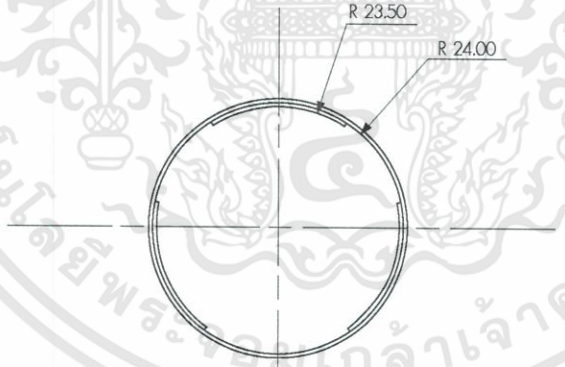
FRONT VIEW



BACK VIEW

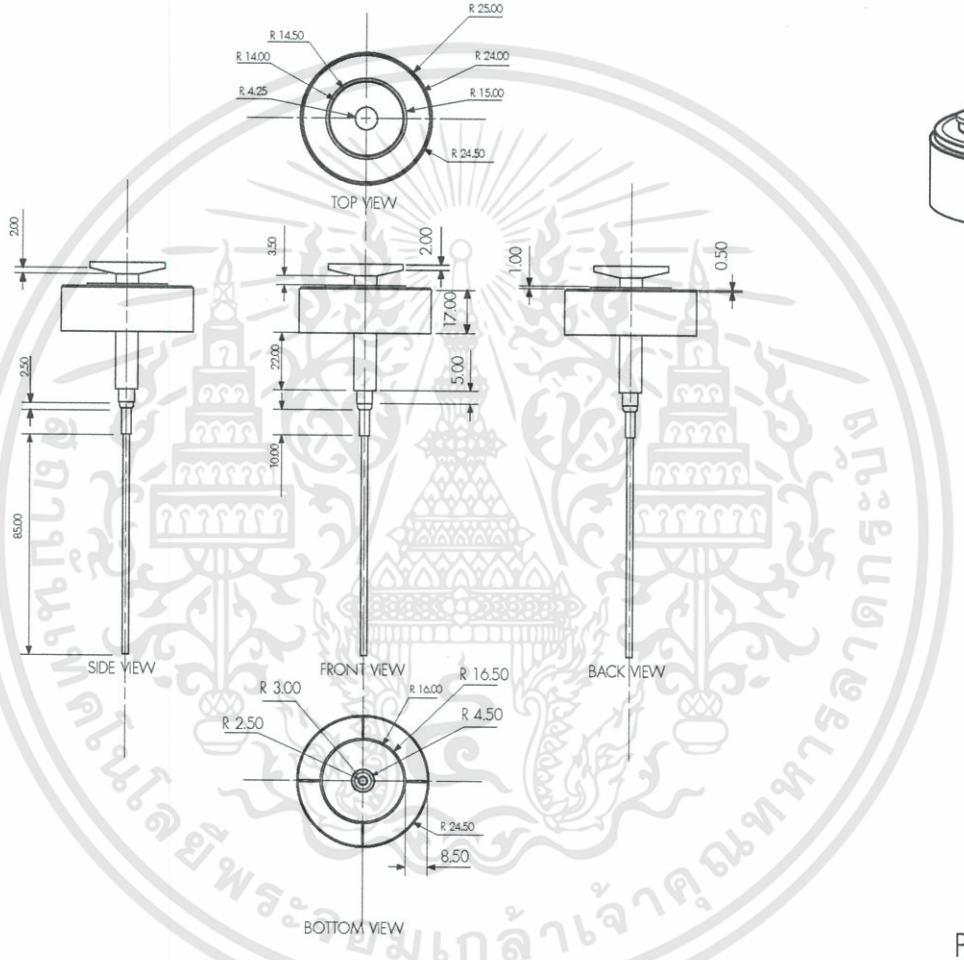


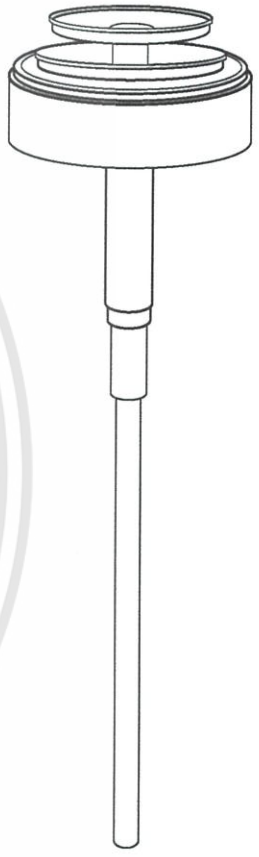
SECTION C-C'



BOTTOM VIEW

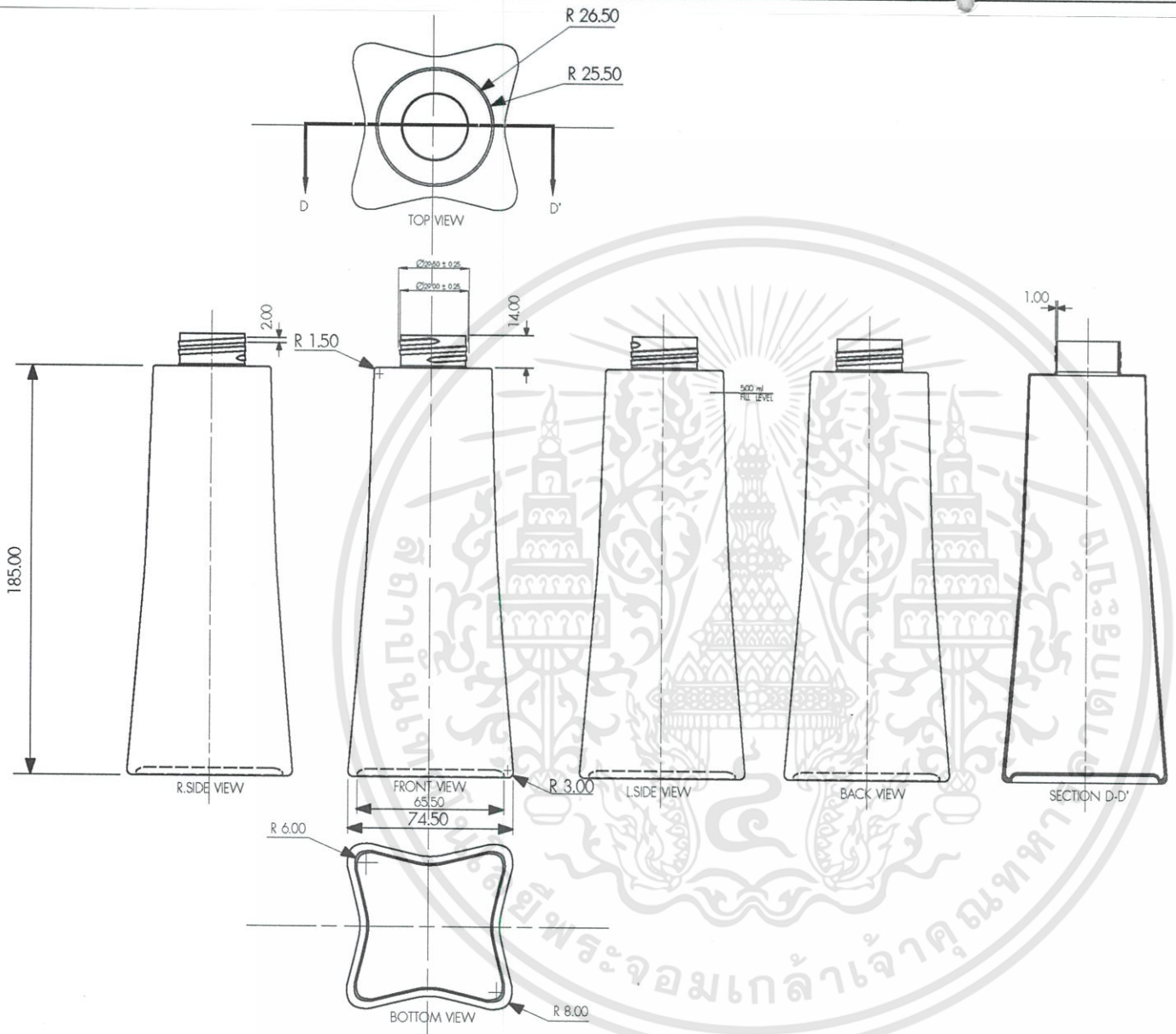
โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Tear Stain Remover Cap (500 ml)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG		
	MATERIAL : PP	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN		FACULTY OF ARCHITECTURE
		NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH		CODE : 52020198
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	UNIT: mm	SCALE : 1:2	DATE : 26/03/2014 / PAGE : 24 of 70

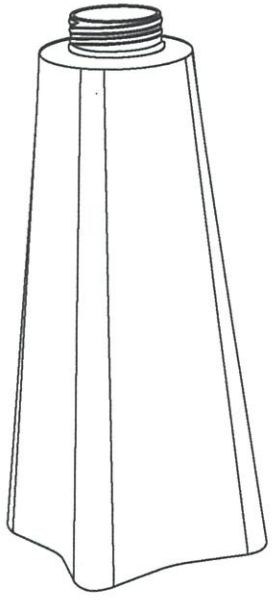




PERSPECTIVE 1:2

โครงการออกแบบพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Airless Pump (500 ml) (Conimex Standard Part)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG		
	MATERIAL : PP	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN		FACULTY OF ARCHITECTURE
		NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH		CODE : 52020198
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	UNIT: mm	SCALE : 1:4	DATE : 26/03/2014 | PAGE : 25 of 70

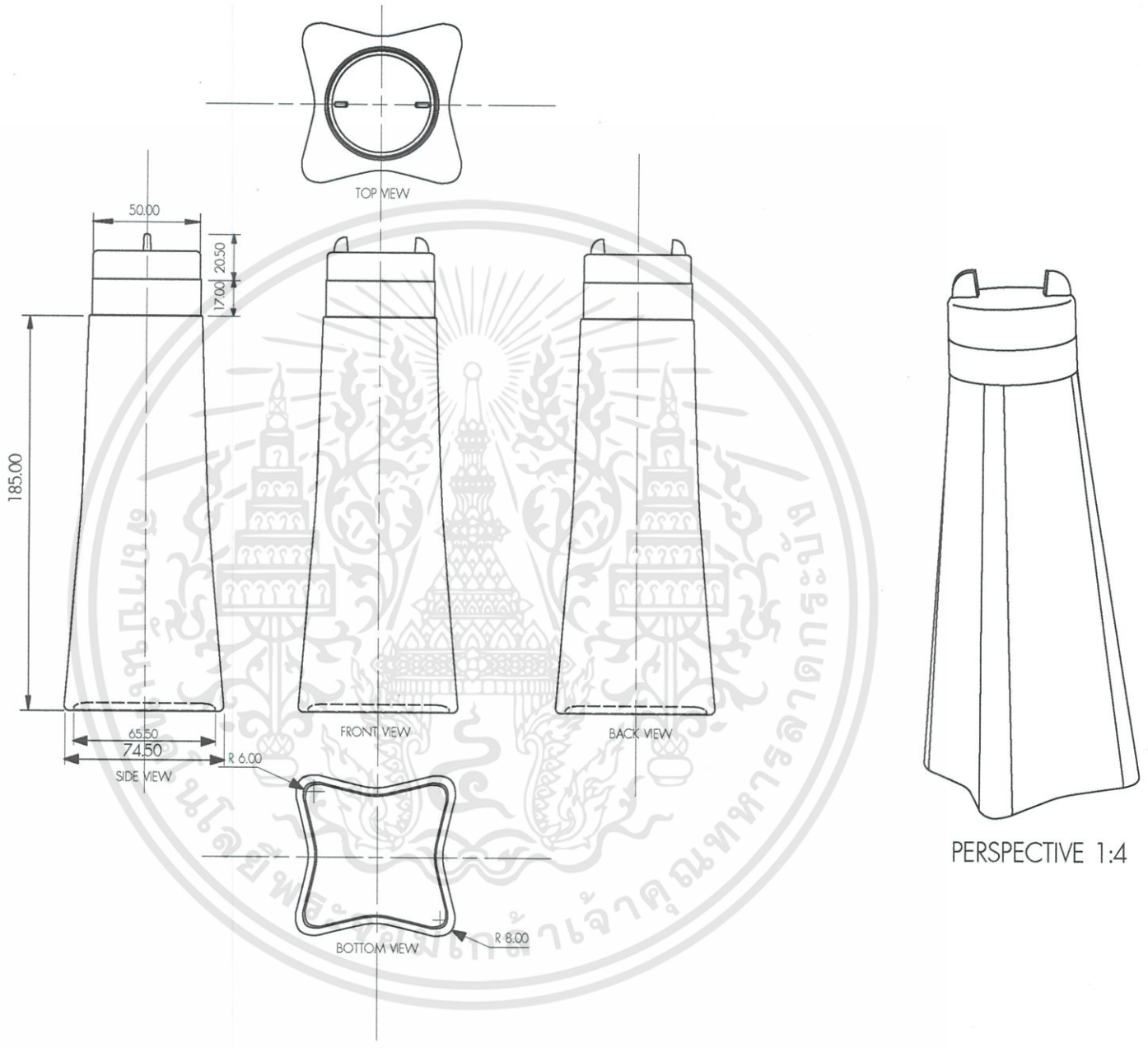




PERSPECTIVE 1:4

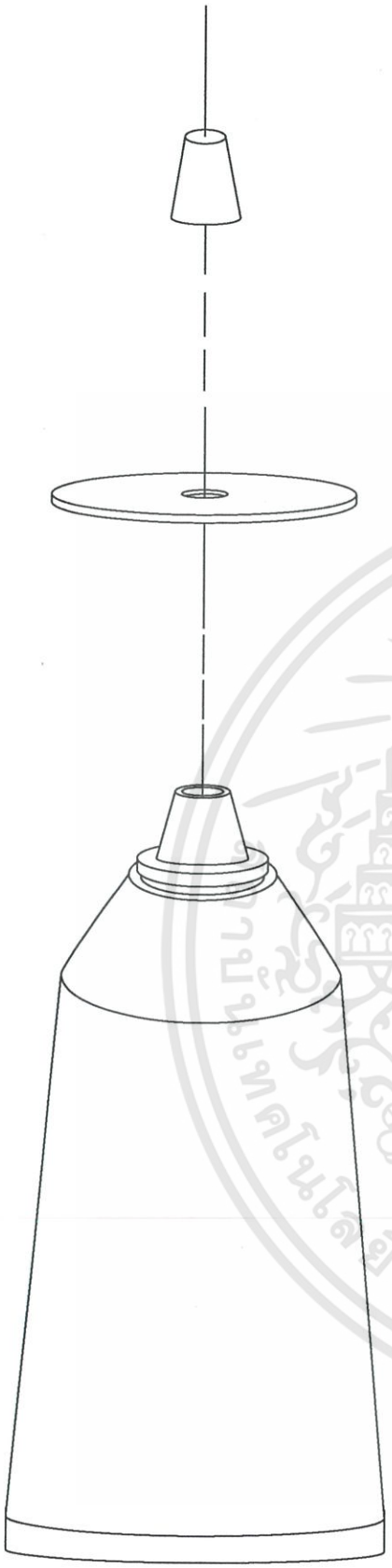
โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด

PARTNAME : Dog Tear Stain Remover Bottle Packaging (500 ml)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
MATERIAL : PET	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN			FACULTY OF ARCHITECTURE
	NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH			CODE : 52020198
THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	UNIT: mm	SCALE : 1:4	DATE : 26/03/2014	PAGE : 26 of 70



PERSPECTIVE 1:4

โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Tear Stain Remover Packaging (500 ml)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG		
		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN		FACULTY OF ARCHITECTURE
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH		CODE : 52020198
		UNIT: mm	SCALE : 1:4	DATE : 18/01/2014	PAGE : 27 of 70

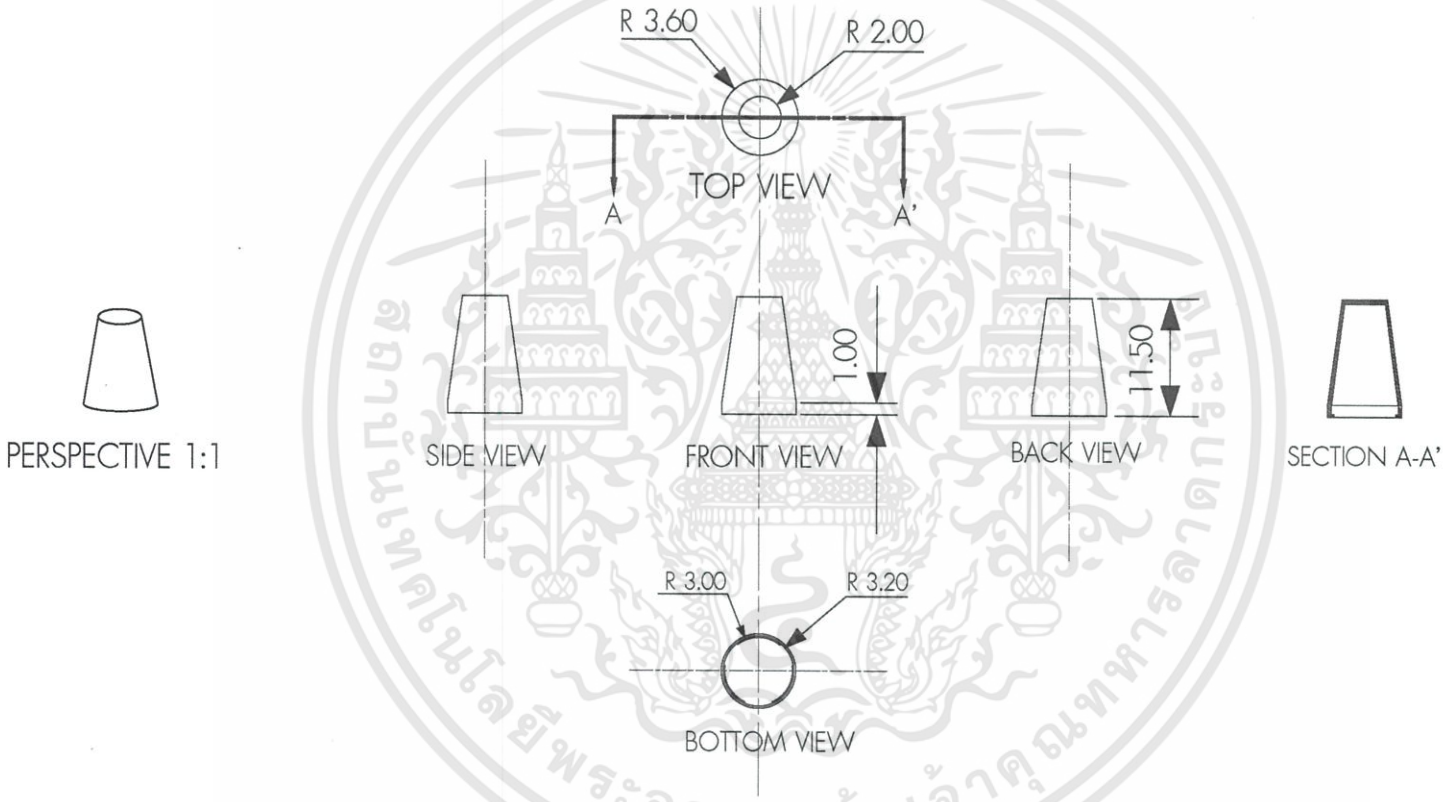


NO.	Partname	Quantity	Material	Process	Finishing	Remark
1	Dog Eyes Drug Cap	1	PP	Injection	Glossy	-
2	Dog Eyes Drug Silicone	1	Silicone	-	-	-
3	Dog Eyes Drug Tube (7 g)	1	PE	Injection Blow Molding	Glossy	-

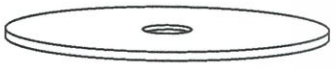
ภาควิชาเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิก ผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทาวต้นลม จำกัด	PARTNAME : Assembly & Specification of Dog Eyes Drug (7 g)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	FACULTY OF ARCHITECTURE		
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH	CODE : 52020198		
		UNIT: mm	SCALE : 1:1	DATE : 26/03/2014	PAGE : 28 of 70

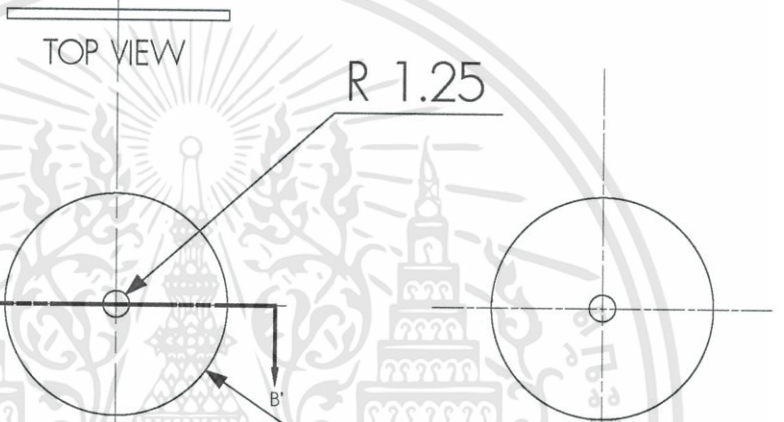
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่อนุญาตให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Eyes Drug Cap	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
	MATERIAL : PP	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN		FACULTY OF ARCHITECTURE	
		NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH		CODE : 52020198	
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	UNIT: mm	SCALE : 1:1	DATE : 26/03/2014	PAGE : 29 of 70

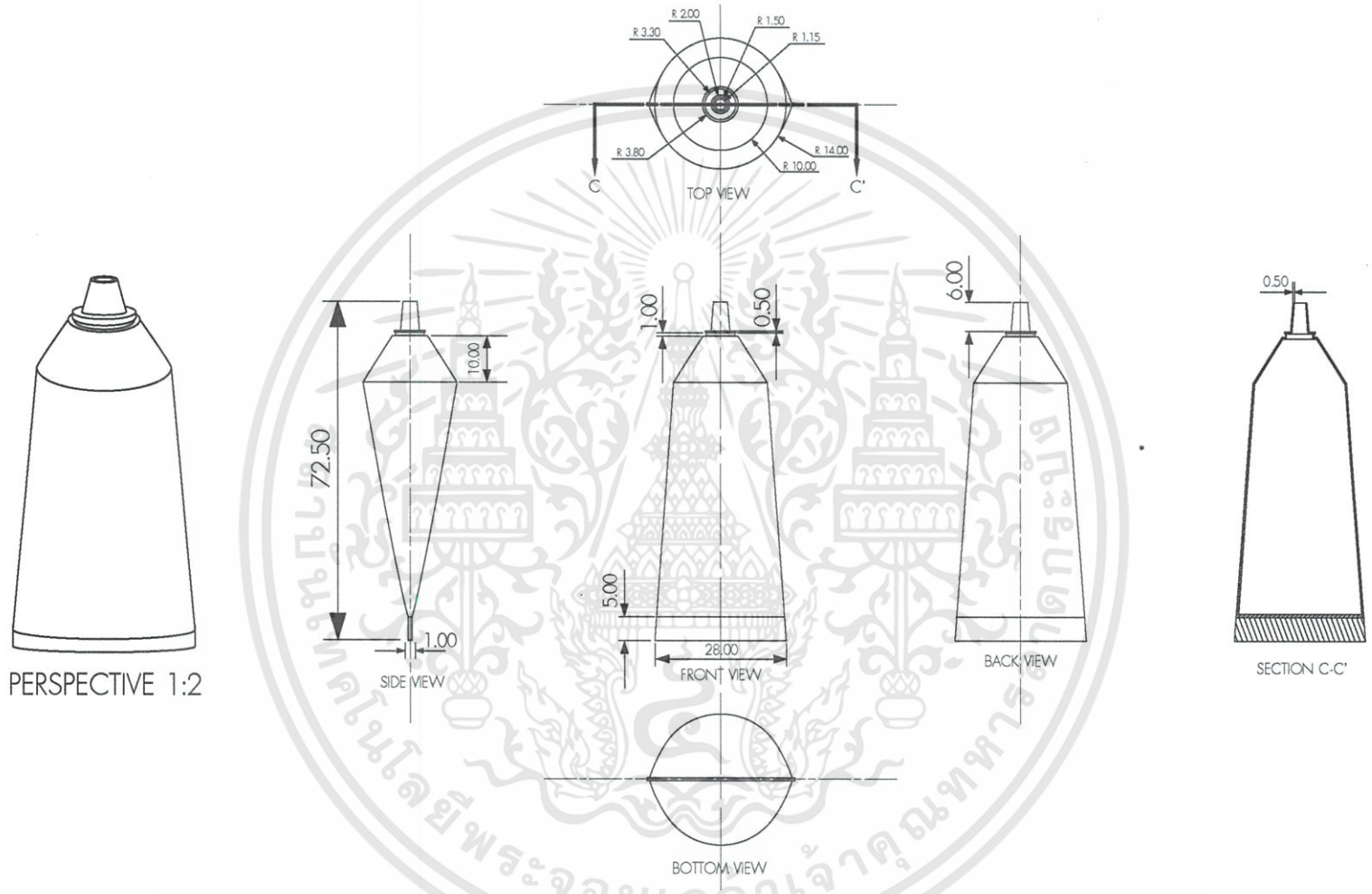


PERSPECTIVE 1:1

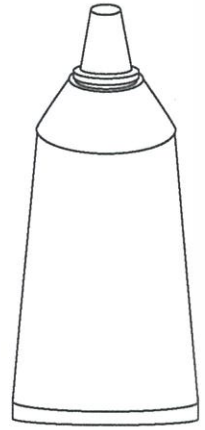


SECTION B-B'

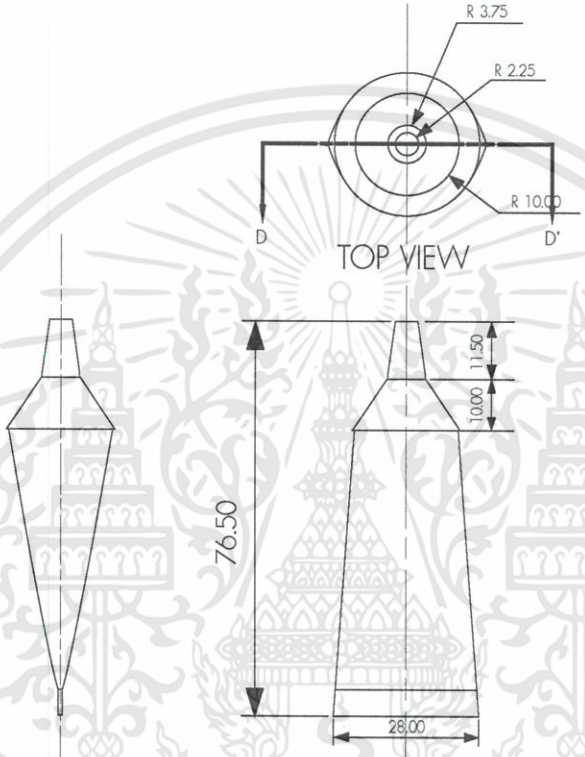
โครงการออกแบบพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Eyes Drug Silicone	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
	MATERIAL : Silicone	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN			FACULTY OF ARCHITECTURE
		NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH			CODE : 52020198
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	UNIT: mm	SCALE : 1:1	DATE : 26/03/2014	PAGE : 30 of 70

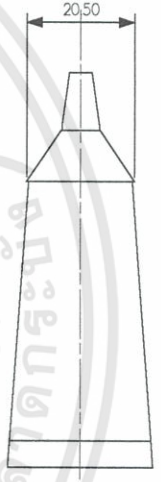


โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Eyes Drug Tube (7 g)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
	MATERIAL : PE	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN		FACULTY OF ARCHITECTURE	
		NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH		CODE : 52020198	
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	UNIT: mm	SCALE : 1:2	DATE : 26/03/2014	PAGE : 31 of 70

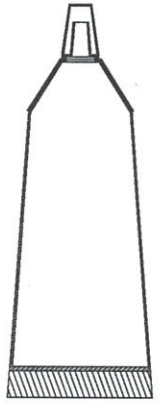


PERSPECTIVE 1:2





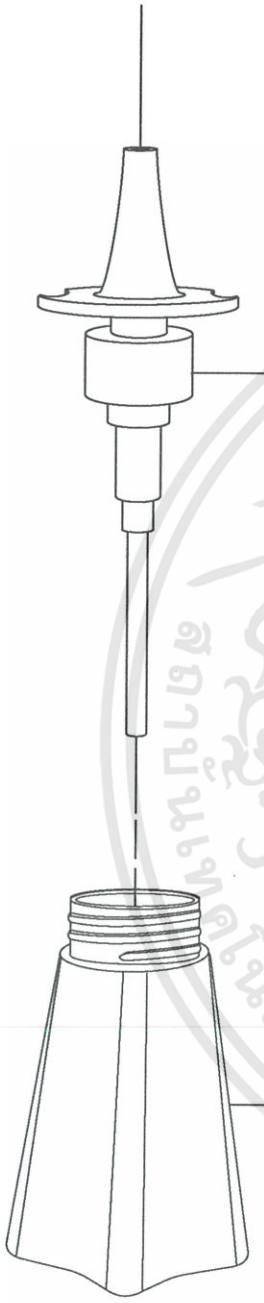
BACK VIEW



SECTION D-D'

BOTTOM VIEW

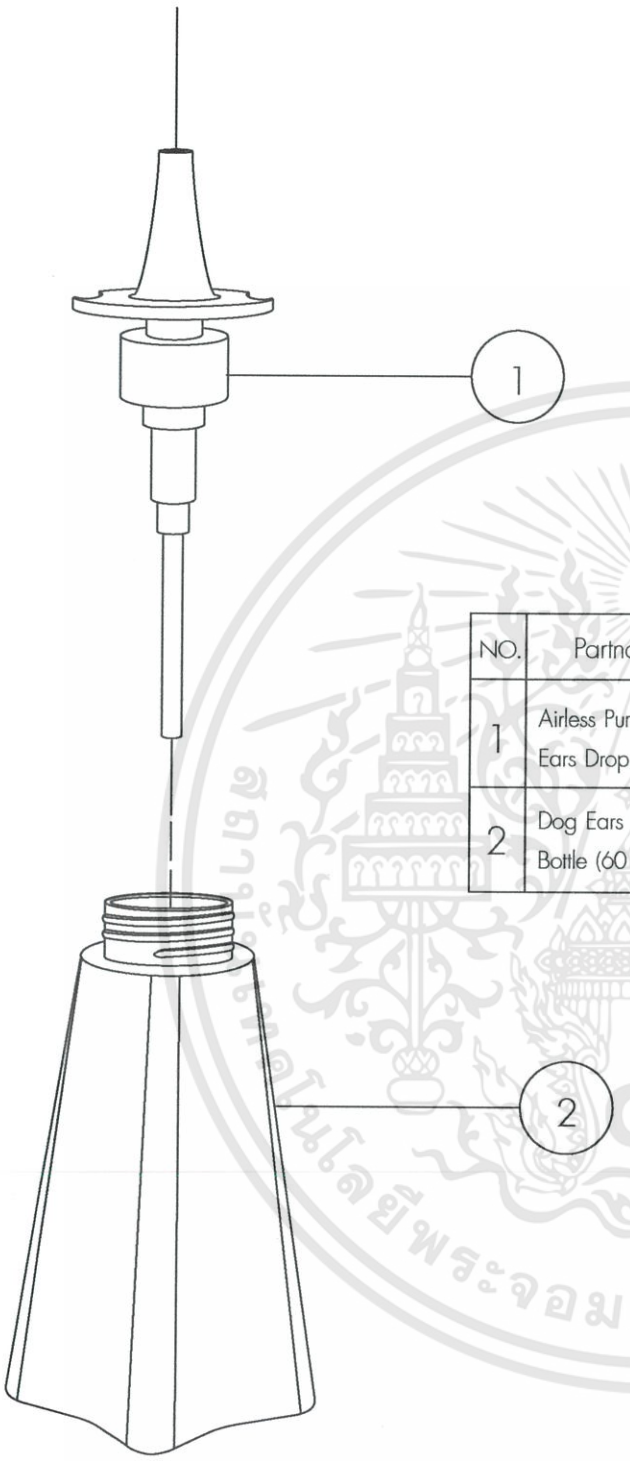
โครงการออกแบบพัฒนานวัตกรรมภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Eyes Drug (7 g)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG		
		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN		FACULTY OF ARCHITECTURE
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH		CODE : 52020198
		UNIT: mm	SCALE : 1:2	DATE : 18/01/2014 | PAGE : 32 of 70



NO.	Partname	Quantity	Material	Process	Finishing	Remark
1	Airless Pump Ears Drop	1	PP	Injection	Glossy	-
2	Dog Ears Drop Bottle (10 ml)	1	PET	Injection Blow Molding	Flat	-

โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิก พลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การพลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Assembly & Specification of Dog Ears Drop (10 ml) THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG		
		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	FACULTY OF ARCHITECTURE	
		NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH		CODE : 52020198
		UNIT: mm	SCALE : 1:2	DATE : 26/03/2014	PAGE : 33 of 70

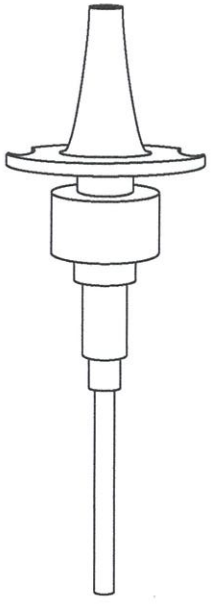
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่อนุญาตให้ทำซ้ำ ดัดแปลง ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของผลงานทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



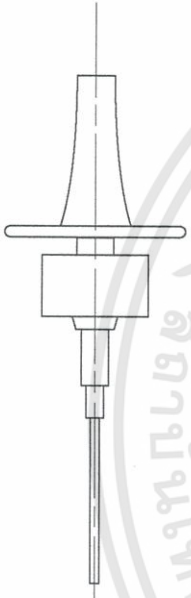
NO.	Partname	Quantity	Material	Process	Finishing	Remark
1	Airless Pump Ears Drop	1	PP	Injection	Glossy	-
2	Dog Ears Drop Bottle (60 ml)	1	PET	Injection Blow Molding	Flat	-

โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิก ผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Assembly & Specification of Dog Ears Drop (60 ml)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	FACULTY OF ARCHITECTURE		
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH	CODE : 52020198		
		UNIT: mm	SCALE : 1:2	DATE : 26/03/2014	PAGE : 34 of 70

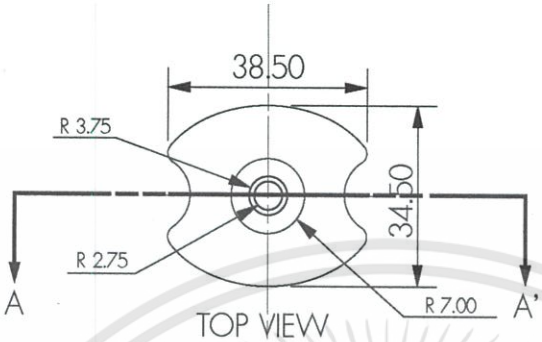
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



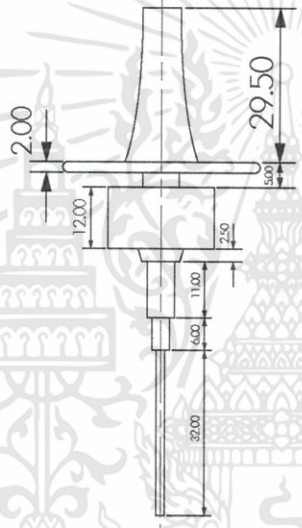
PERSPECTIVE 1:2



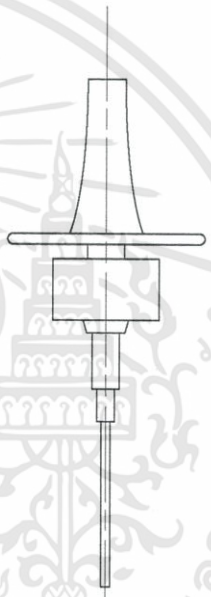
SIDE VIEW



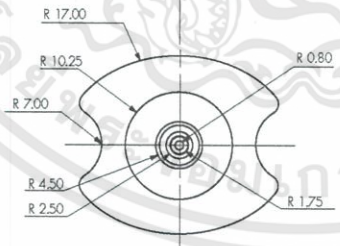
TOP VIEW



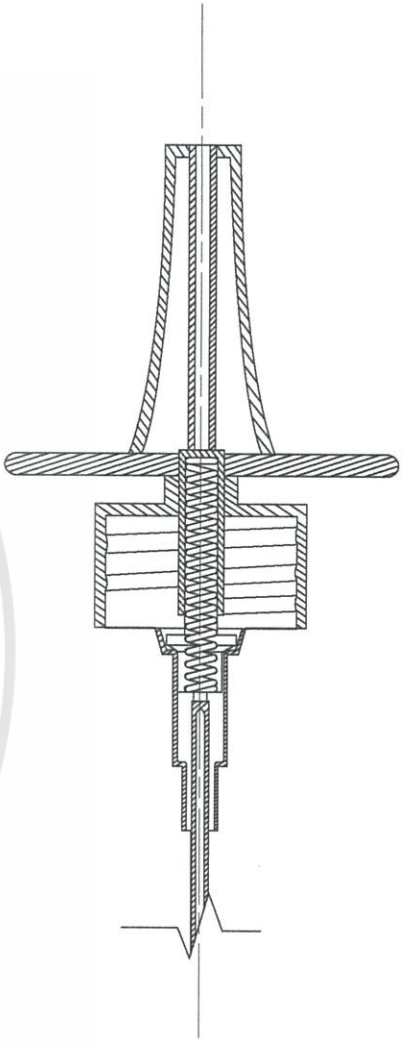
FRONT VIEW



BACK VIEW

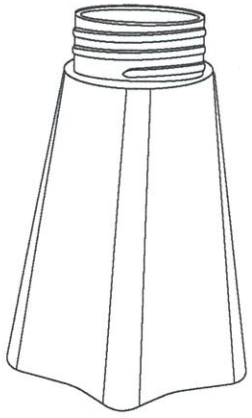


BOTTOM VIEW

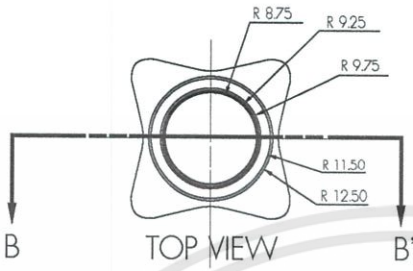


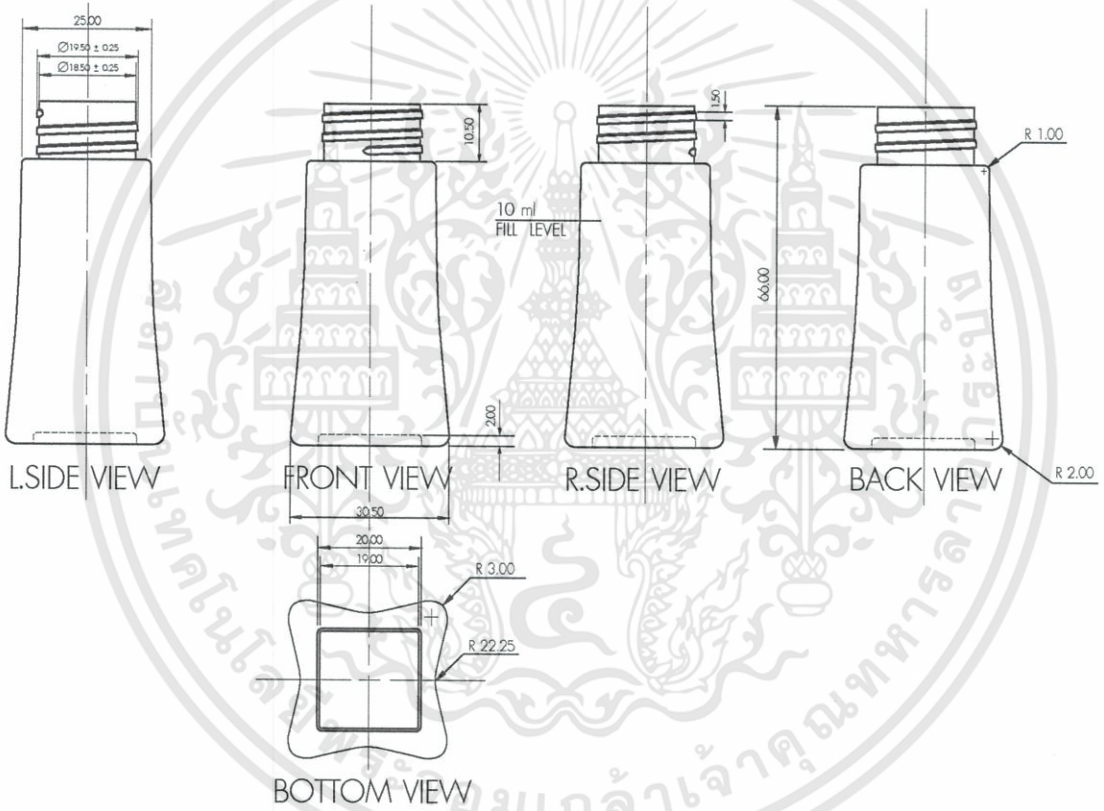
SECTION A-A'
Scale 1:1

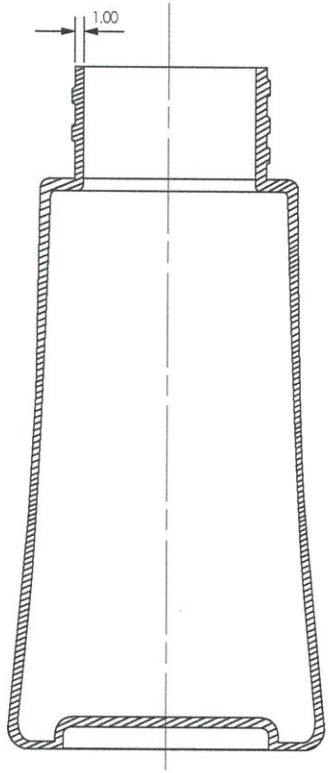
โครงการออกแบบพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และการผลิตผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Airless Pump Ears Drop	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG		
	MATERIAL : PP	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN		FACULTY OF ARCHITECTURE
		NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH		CODE : 52020198
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	UNIT: mm	SCALE : 1:2	DATE : 26/03/2014 / PAGE : 35 of 70



PERSPECTIVE 1:2

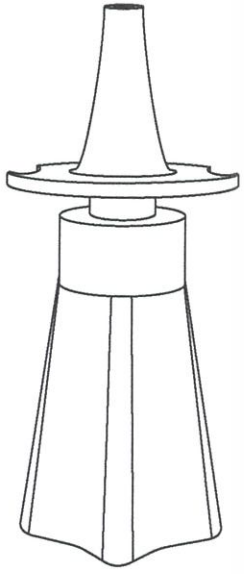




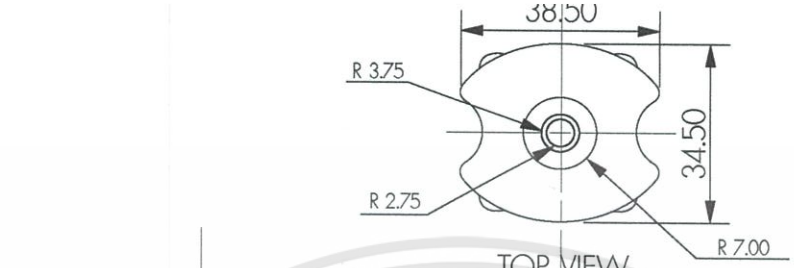


SECTION B-B'
Scale 1:1

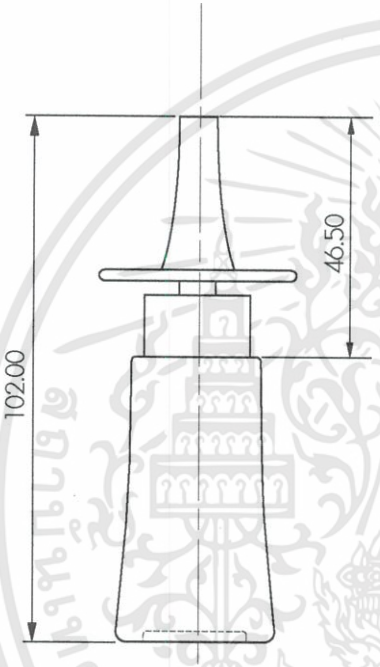
โครงการออกแบบพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และภาชนะบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Ears Drop Bottle (10 ml)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
	MATERIAL : PET	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN			FACULTY OF ARCHITECTURE
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH			CODE : 52020198
		UNIT: mm	SCALE : 1:2	DATE : 26/03/2014	PAGE : 36 of 70



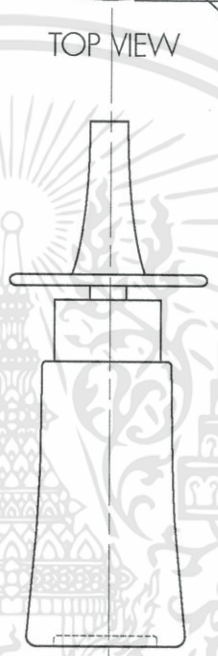
PERSPECTIVE 1:2



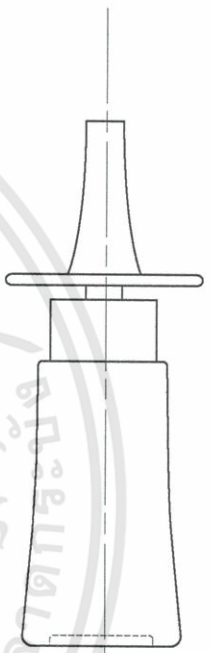
TOP VIEW



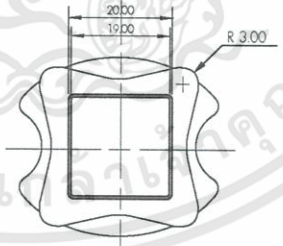
SIDE VIEW



FRONT VIEW

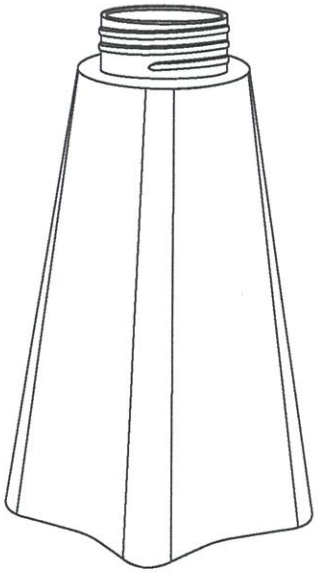


BACK VIEW

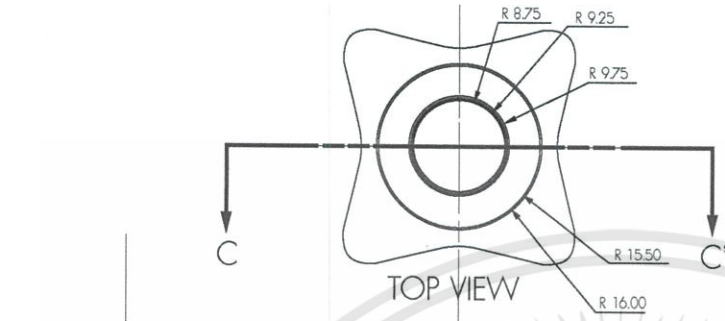


BOTTOM VIEW

โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Ears Drop (10 ml)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN			FACULTY OF ARCHITECTURE
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH			CODE : 52020198
		UNIT: mm	SCALE : 1:2	DATE : 26/03/2014	PAGE : 37 of 70



PERSPECTIVE 1:2

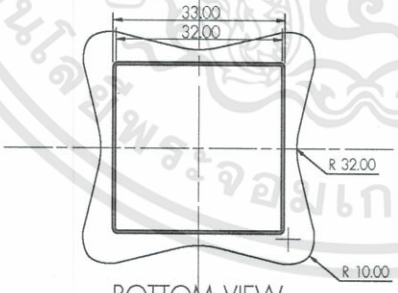


TOP VIEW

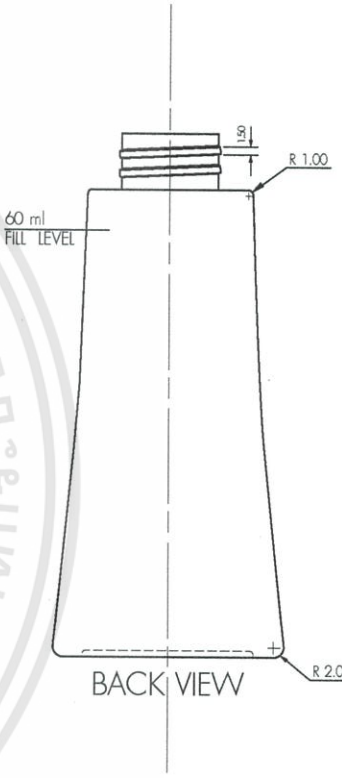
L.SIDE VIEW

FRONT VIEW

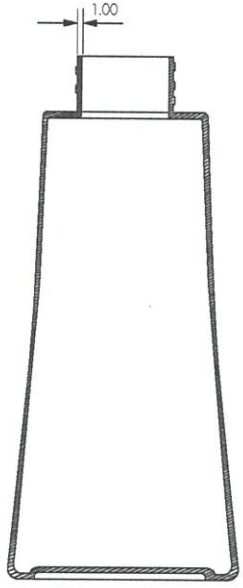
R.SIDE VIEW



BOTTOM VIEW

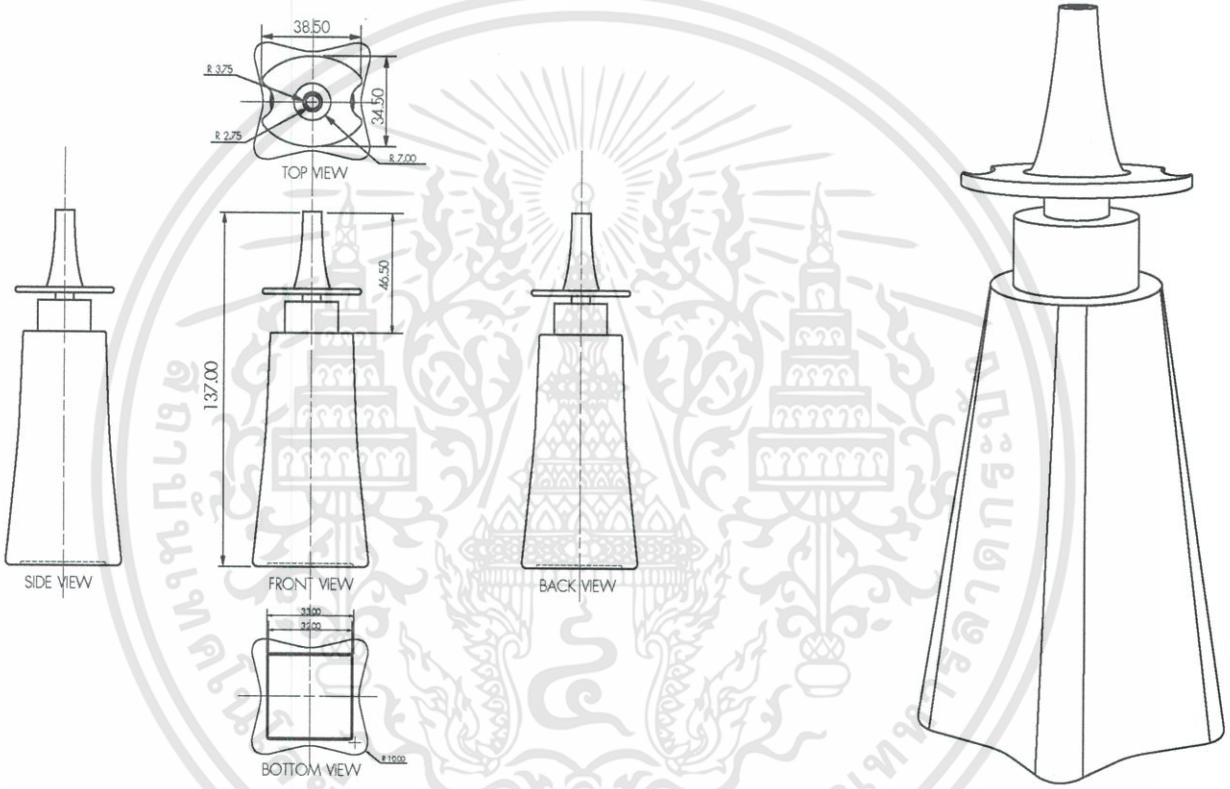


BACK VIEW



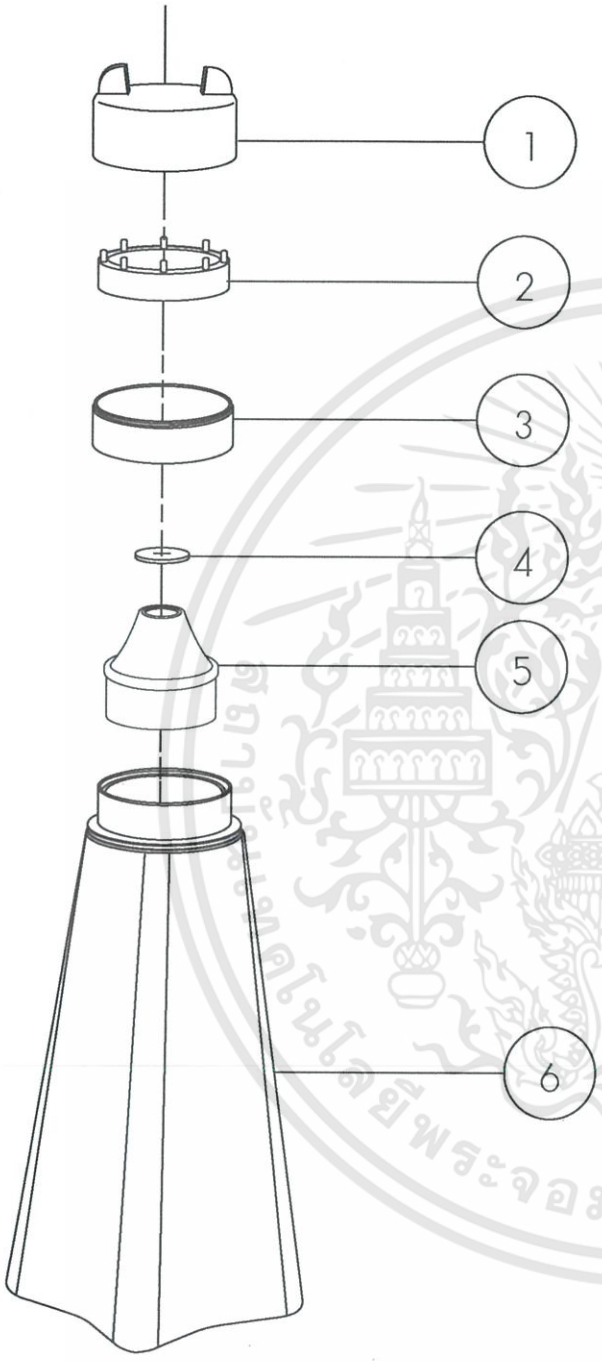
SECTION C-C'

โครงการออกแบบพัฒนานวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Ears Drop Bottle (60 ml)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG		
	MATERIAL : PET	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN		FACULTY OF ARCHITECTURE
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH		CODE : 52020198
		UNIT: mm	SCALE : 1:2	DATE : 26/03/2014 / PAGE : 38 of 70



PERSPECTIVE 1:2

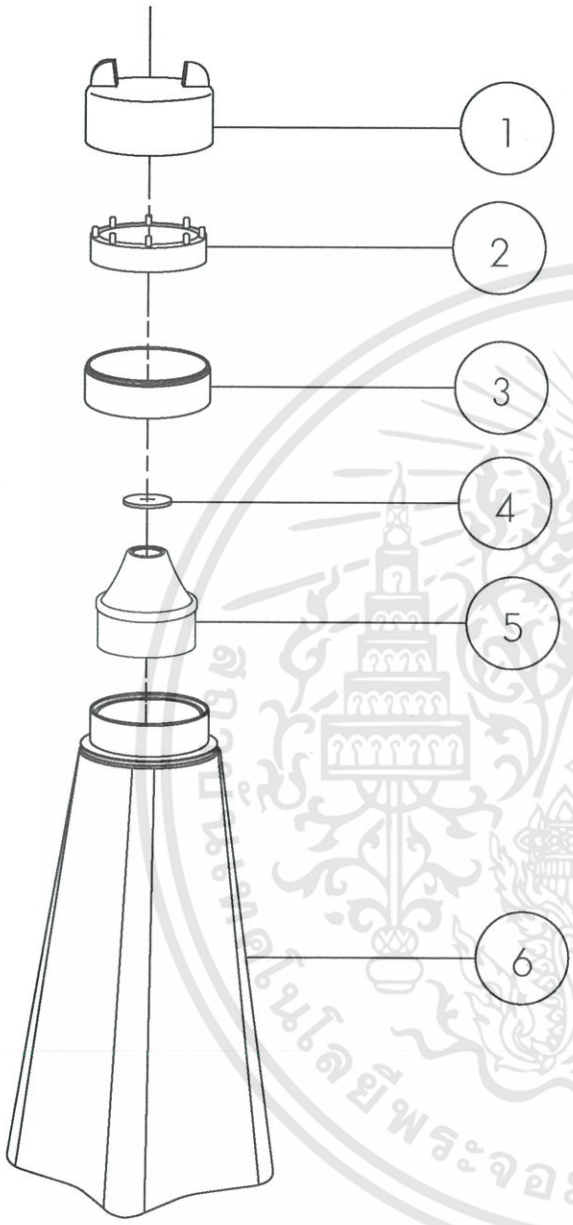
โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Ears Drop (60 ml)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN			FACULTY OF ARCHITECTURE
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH			CODE : 52020198
		UNIT: mm	SCALE : 1:4	DATE : 26/03/2014	PAGE : 39 of 70



NO.	Partname	Quantity	Material	Process	Finishing	Remark
1	Dog Mud & Body Lotion Cap (100 g)	1	PP	Injection	Glossy	-
2	Dog Brush (100 g)	1	Silicone	-	-	-
3	Dog Mud & Body Lotion Part 1 (100 g)	1	PP	Injection	Glossy	-
4	Dog Mud & Body Lotion Part 2 (100 g)	1	Silicone	-	-	-
5	Dog Mud & Body Lotion Part 3 (100 g)	1	PP	Injection	Glossy	-
6	Dog Mud & Body Lotion Bottle Packaging (100 g)	1	HDPE	Injection Blow Molding	Flat	-

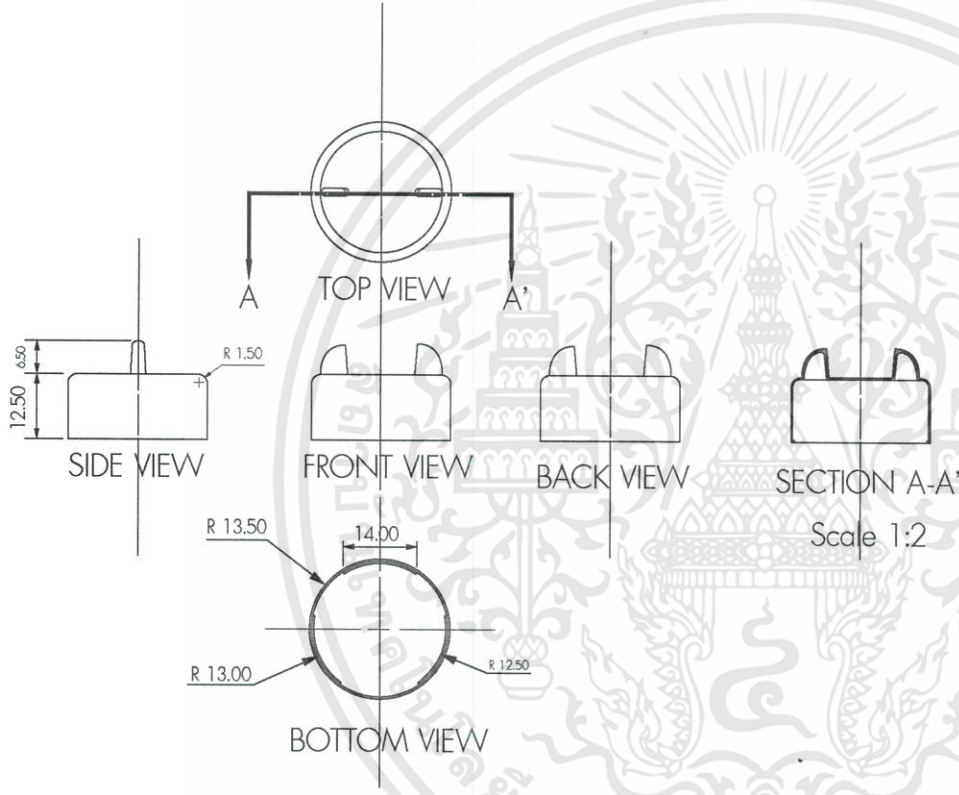
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่อนุญาตให้ทำซ้ำ ดัดแปลง ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของผลงานทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

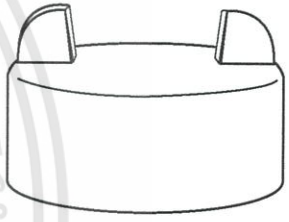
โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Assembly & Specification of Dog Mud & Body Lotion Packaging (100 g)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	FACULTY OF ARCHITECTURE
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH	CODE : 52020198
		UNIT: mm / SCALE : 1:2 / DATE : 26/03/2014	PAGE : 40 of 70



NO.	Partname	Quantity	Material	Process	Finishing	Remark
1	Dog Mud & Body Lotion Cap (300 g)	1	PP	Injection	Glossy	-
2	Dog Brush (300 g)	1	Silicone	-	-	-
3	Dog Mud & Body Lotion Part 1 (300 g)	1	PP	Injection	Glossy	-
4	Dog Mud & Body Lotion Part 2 (300 g)	1	Silicone	-	-	-
5	Dog Mud & Body Lotion Part 3 (300 g)	1	PP	Injection	Glossy	-
6	Dog Mud & Body Lotion Bottle Packaging (300 g)	1	HDPE	Injection Blow Molding	Flat	-

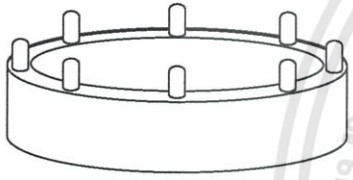
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



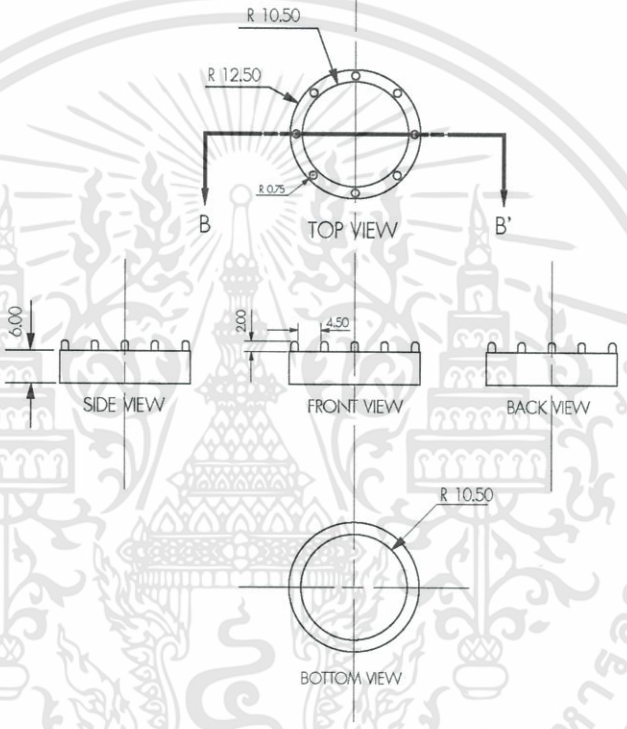


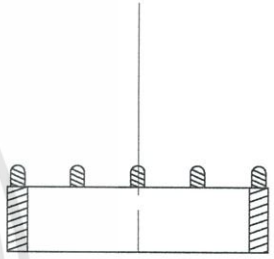
PERSPECTIVE 1:1

โครงการออกแบบพัฒนานวัตกรรมภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Mud & Body Lotion Cap (100 g)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG		
	MATERIAL : PP	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN		FACULTY OF ARCHITECTURE
		NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH		CODE : 52020198
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	UNIT: mm	SCALE : 1:2	DATE : 26/03/2014	PAGE : 42 of 70



PERSPECTIVE 1:1

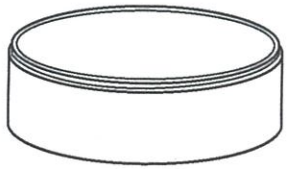




SECTION B-B'

Scale 1:1

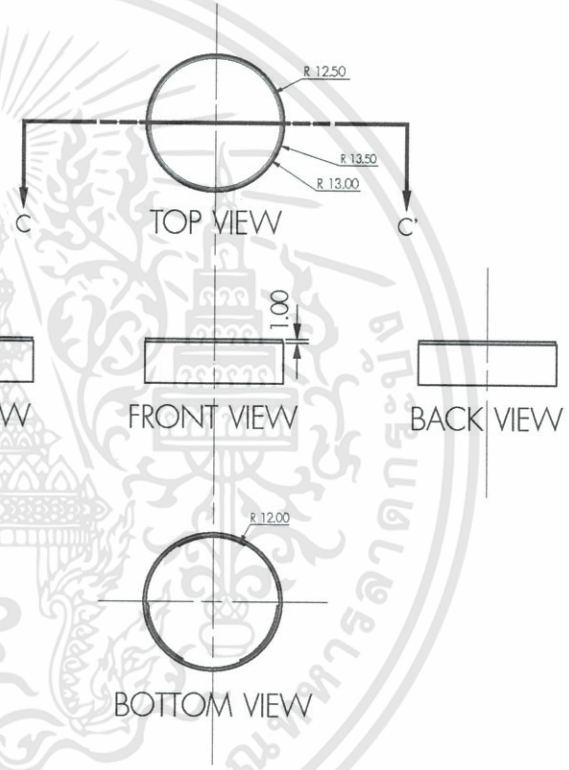
โครงการออกแบบพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Brush	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
	MATERIAL : Silicone	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN			FACULTY OF ARCHITECTURE
		NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH			CODE : 52020198
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	UNIT: mm	SCALE : 1:2	DATE : 26/03/2014	PAGE : 43 0f 70



PERSPECTIVE 1:1

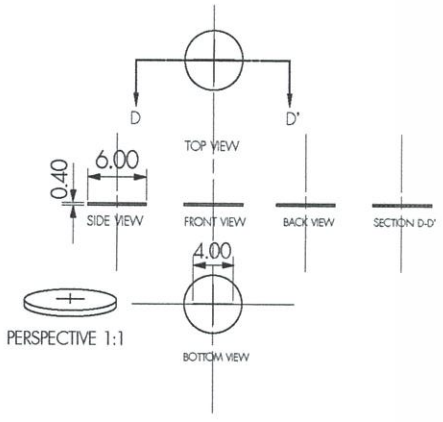
SECTION C-C'

Scale 1:1

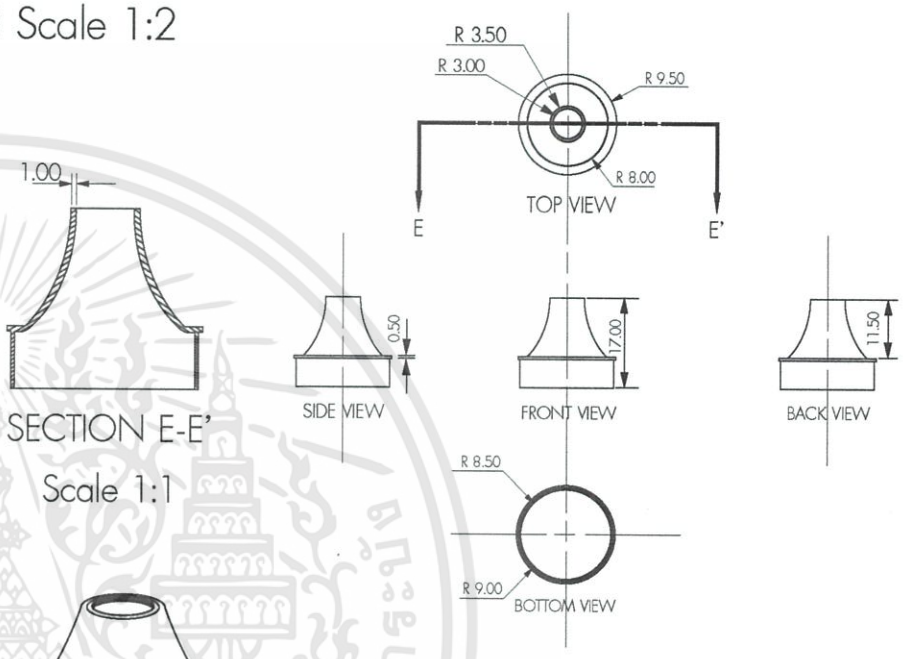


โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Mud & Body LotionPart 1 (100 g)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
	MATERIAL : PP	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN			FACULTY OF ARCHITECTURE
		NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH			CODE : 52020198
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	UNIT: mm	SCALE : 1:2	DATE : 26/03/2014	PAGE : 44 of 70

Part 2 Scale 1:1

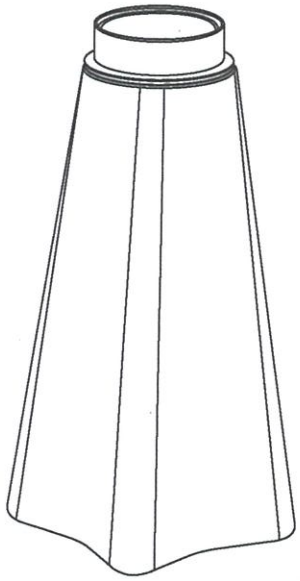


Part 3 Scale 1:2

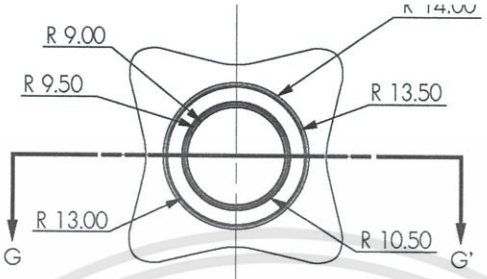


PERSPECTIVE 1:1

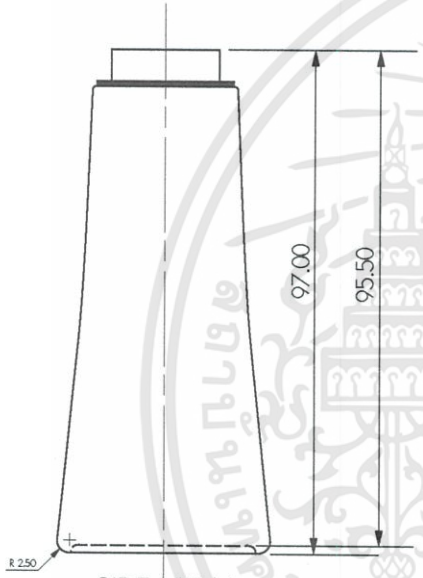
โครงการออกแบบพัฒนานวัตกรรรรจุภัณฑ์ และการผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Mud & Body Lotion Packaging (100 g) Part 2,3	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG		
	MATERIAL : Part 2 Silicone, Part 3 PP	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN		FACULTY OF ARCHITECTURE
		NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH		CODE : 52020198
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	UNIT: mm	SCALE :	DATE : 26/03/2014 / PAGE : 45 of 70



PERSPECTIVE 1:2



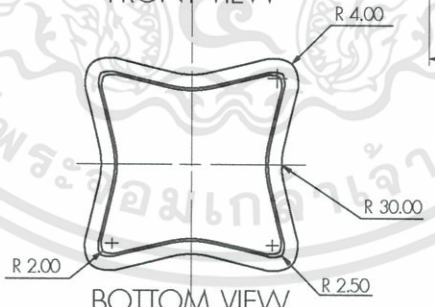
TOP VIEW



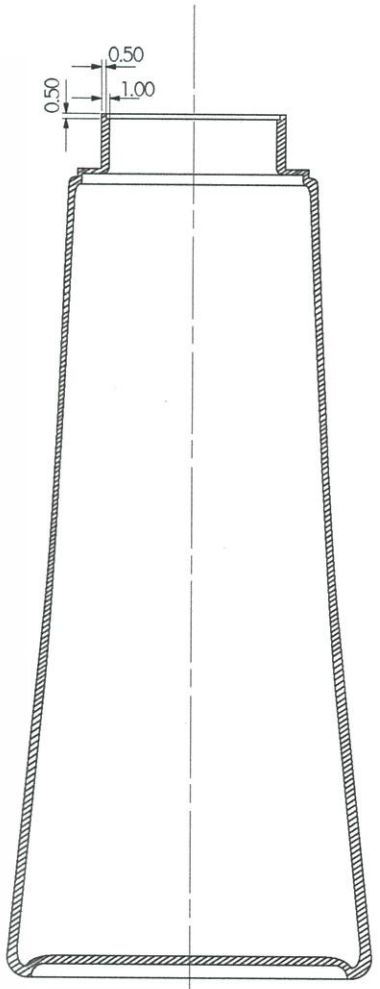
SIDE VIEW

FRONT VIEW

BACK VIEW



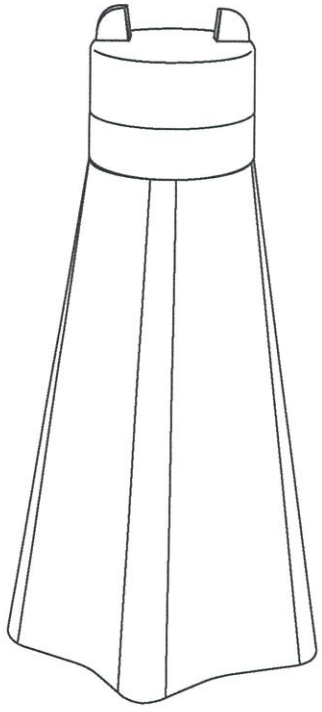
BOTTOM VIEW



SECTION G-G'

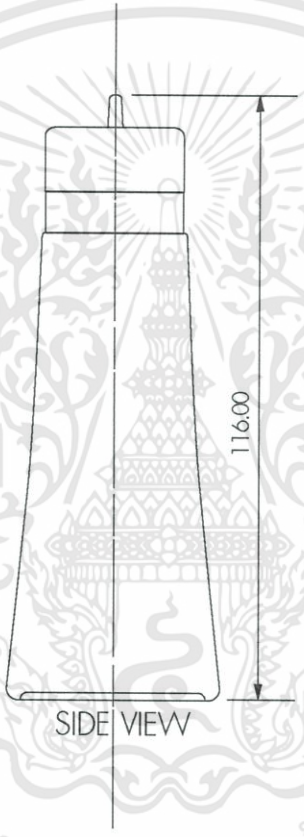
Scale 1:1

โครงการออกแบบพัฒนานวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Mud & Body Lotion Bottle Packaging (100 g)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG		
	MATERIAL : HDPE	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN		FACULTY OF ARCHITECTURE
		NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH		CODE : 52020198
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	UNIT: mm	SCALE : 1:2	DATE : 26/03/2014 | PAGE : 46 of 70

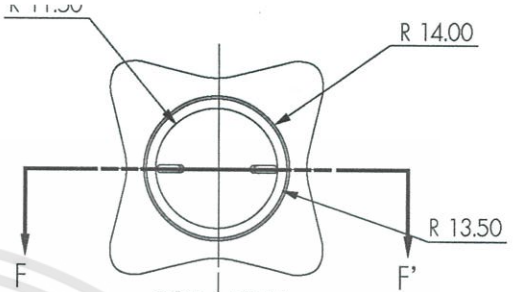


PERSPECTIVE 1:2

SECTION F-F'
Scale 1:2

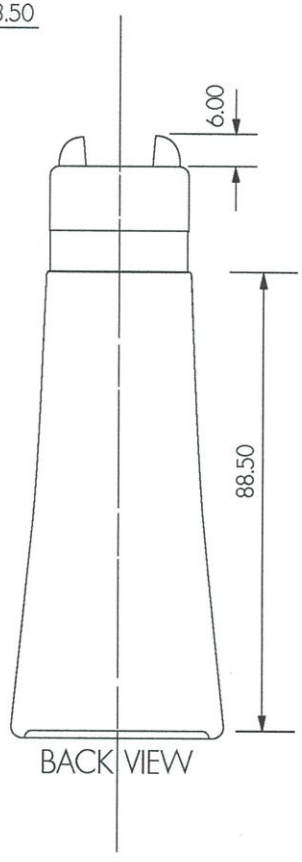


SIDE VIEW

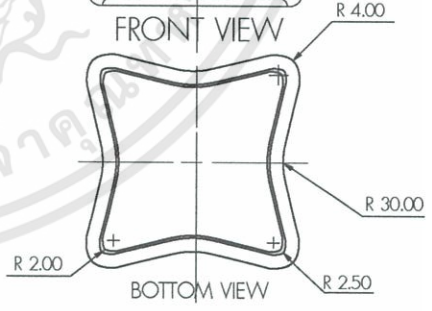


TOP VIEW

FRONT VIEW

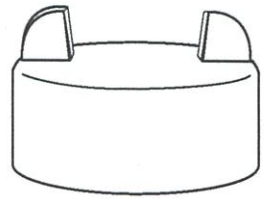


BACK VIEW



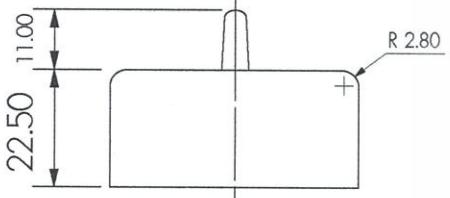
BOTTOM VIEW

โครงการออกแบบพัฒนานวัตกรรรรัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Mud & Body Lotion Packaging (100 g)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	FACULTY OF ARCHITECTURE
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH	CODE : 52020198
		UNIT: mm / SCALE : 1:2	DATE : 18/01/2014 / PAGE : 47 of 70

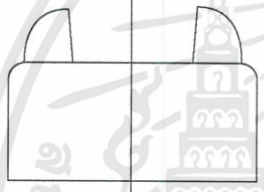


PERSPECTIVE 1:2

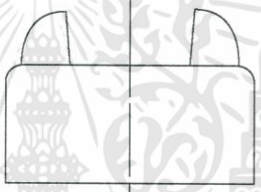
H TOP VIEW H'



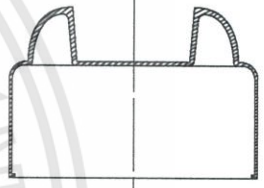
SIDE VIEW



FRONT VIEW

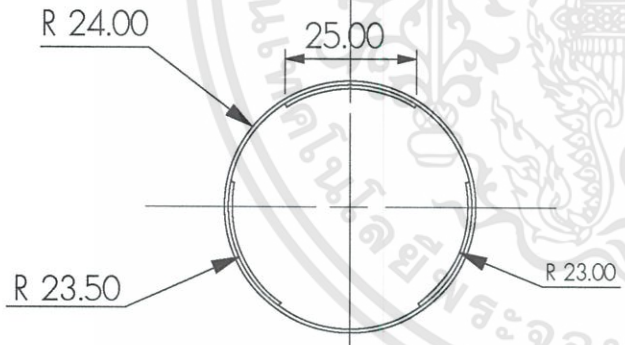


BACK VIEW



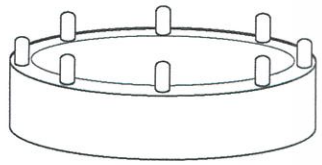
SECTION H-H'

Scale 1:2

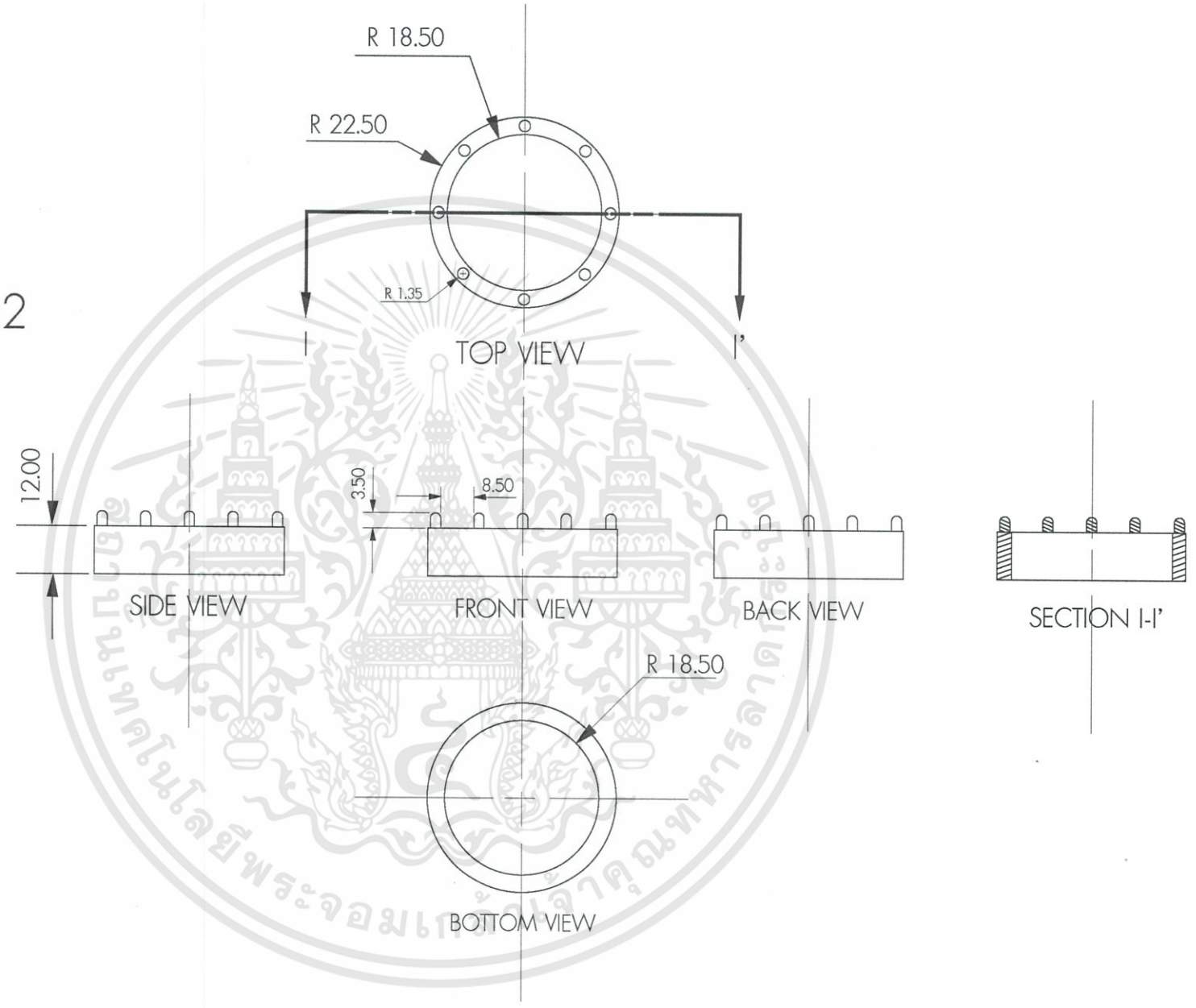


BOTTOM VIEW

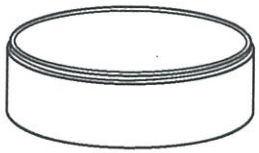
โครงการออกแบบพัฒนานวัตกรรมจุกภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Mud & Body Lotion Cap (300 g)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
	MATERIAL : PP	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN			FACULTY OF ARCHITECTURE
		NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH			CODE : 52020198
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	UNIT: mm	SCALE : 1:2	DATE : 26/03/2014	PAGE : 48 of 70



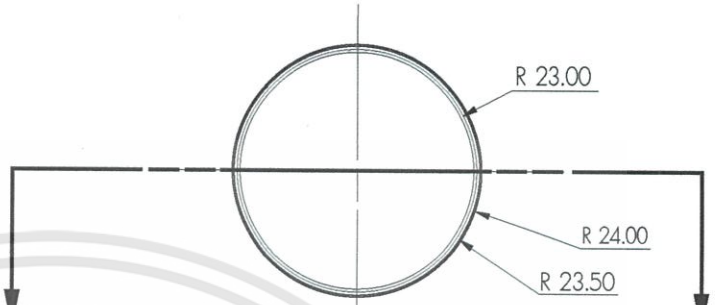
PERSPECTIVE 1:2



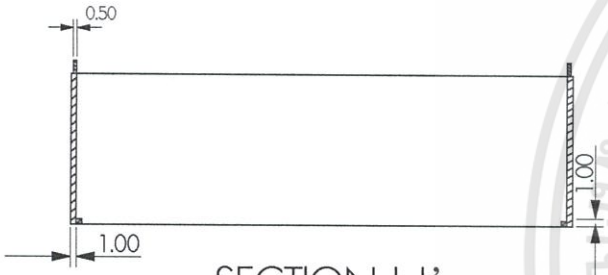
โครงการออกแบบพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Brush (300 g)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
	MATERIAL : Silicone	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN			FACULTY OF ARCHITECTURE
		NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH			CODE : 52020198
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	UNIT: mm	SCALE : 1:2	DATE : 26/03/2014	PAGE : 49 of 70



PERSPECTIVE 1:2

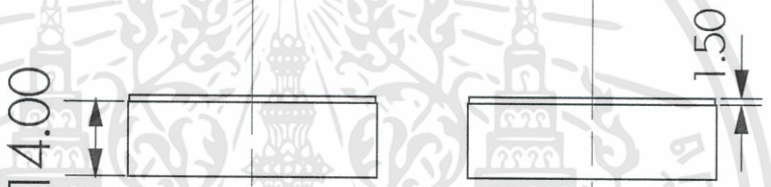


TOP VIEW

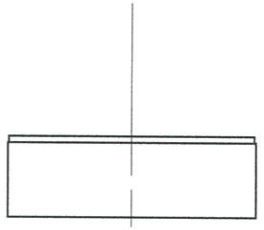


SECTION L-L'

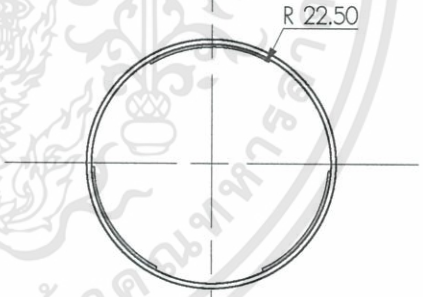
Scale 1:1



SIDE VIEW FRONT VIEW



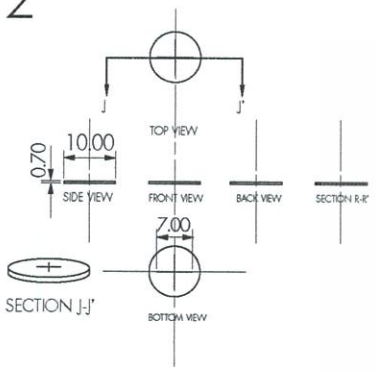
BACK VIEW



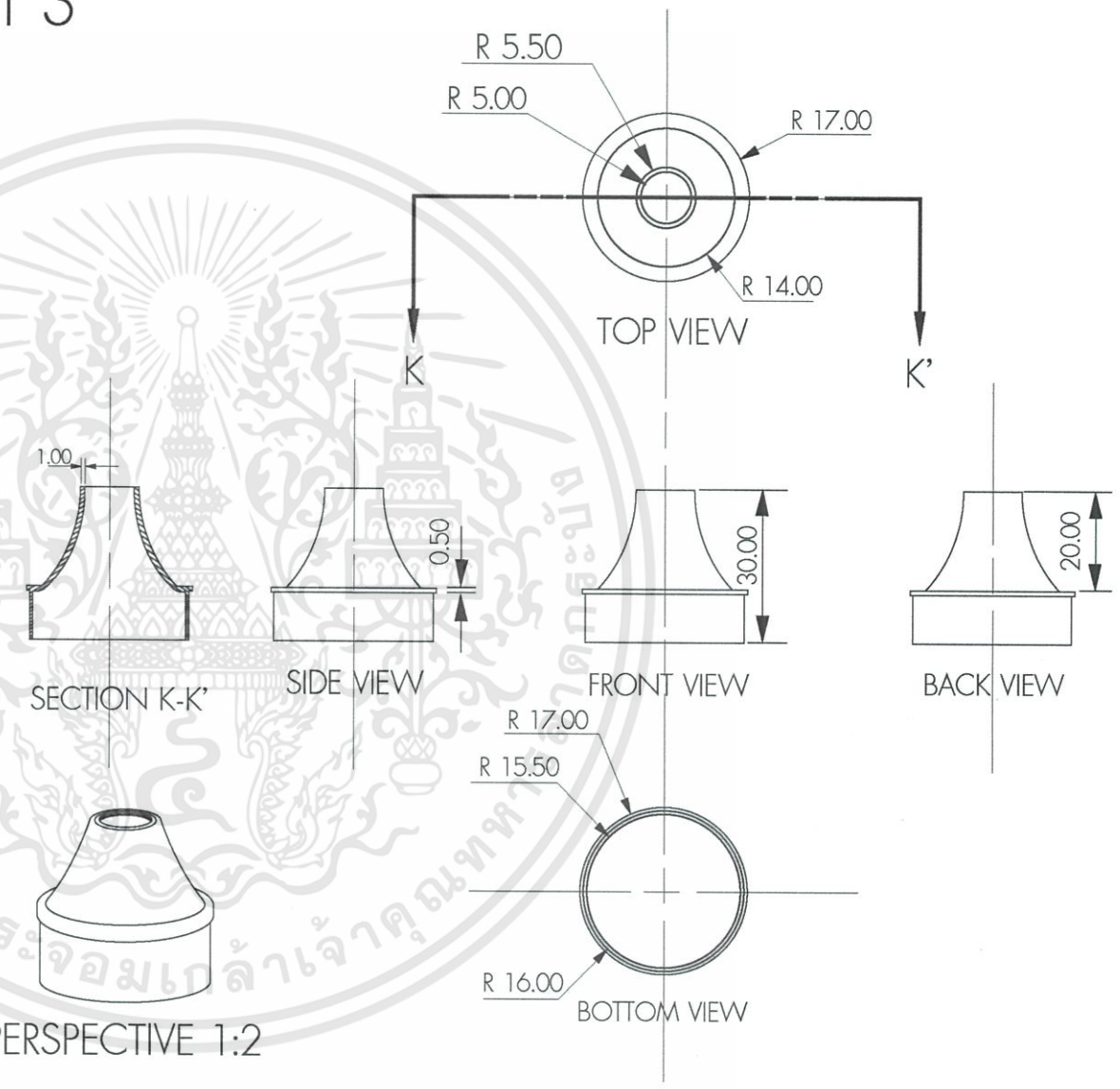
BOTTOM VIEW

โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Mud & Body Lotion Packaging (300 g) Part 1	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG		
	MATERIAL : PP	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN		FACULTY OF ARCHITECTURE
		NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH		CODE : 52020198
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	UNIT: mm	SCALE : 1:2	DATE : 26/03/2014 PAGE : 50 of 70

Part 2

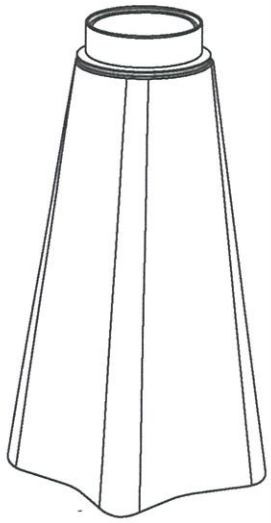


Part 3

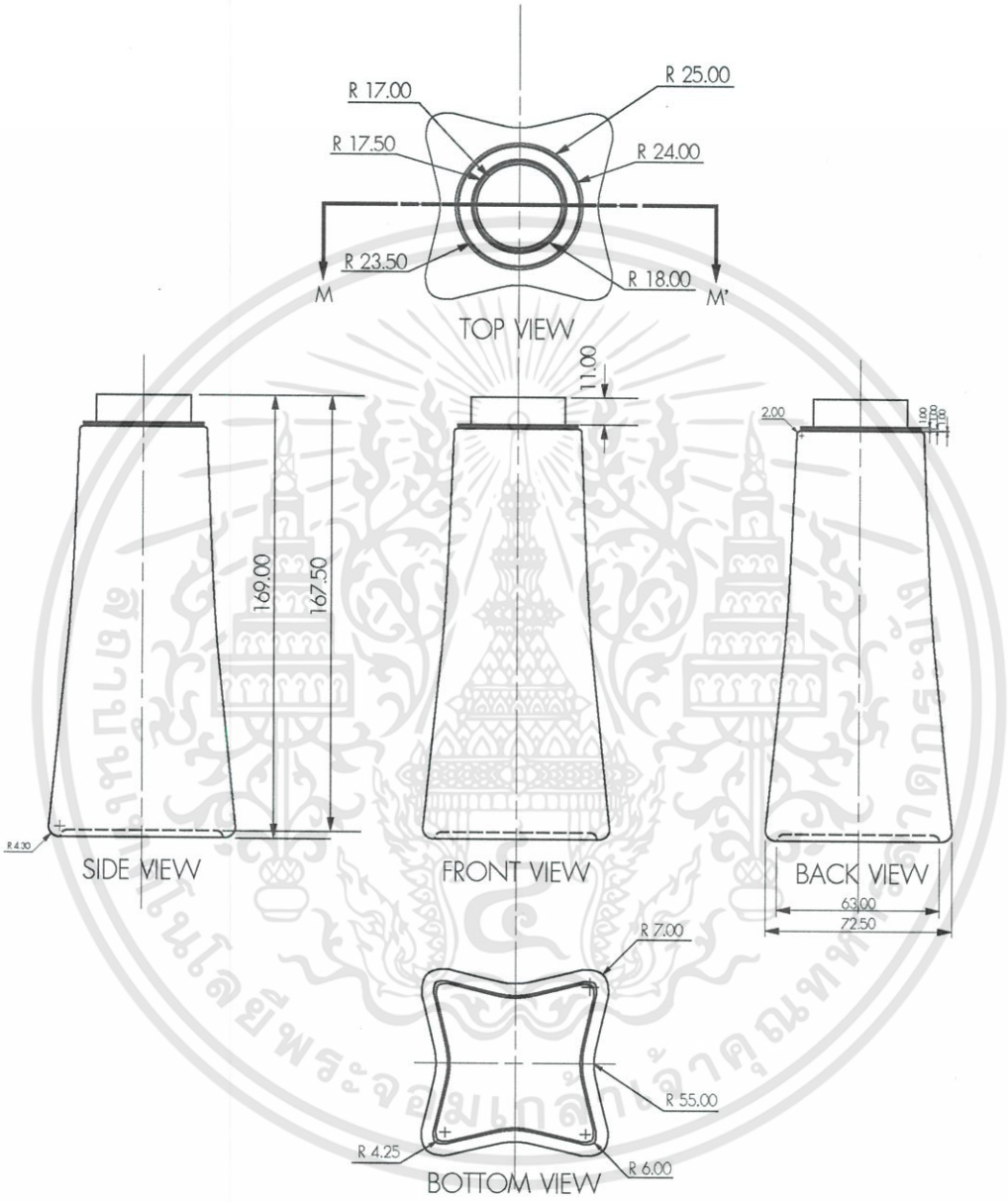


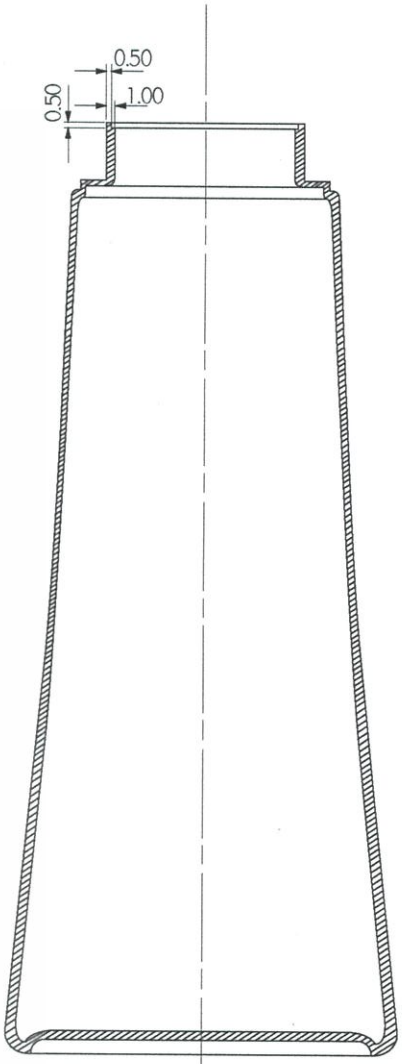
PERSPECTIVE 1:2

โครงการออกแบบพัฒนานวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางตันลม จำกัด	PARTNAME : Dog Mud & Body Lotion Packaging (300 g) Part 2,3	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
	MATERIAL : Part 2 Silicone , Part 3 PP	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN			FACULTY OF ARCHITECTURE
		NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH			CODE : 52020198
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	UNIT: mm	SCALE : 1:2	DATE : 26/03/2014	PAGE : 51 of 70



PERSPECTIVE 1:4

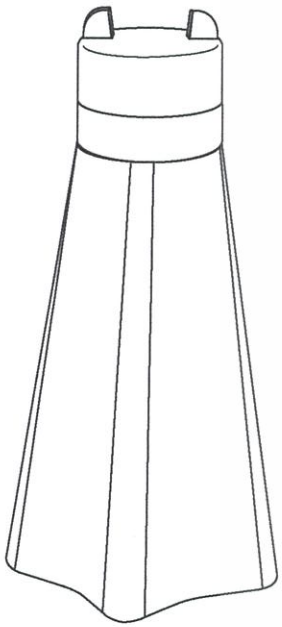




SECTION M-M'

Scale 1:2

โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Mud & Body Lotion Bottle Packaging (300 g)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG		
	MATERIAL : HDPE	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN		FACULTY OF ARCHITECTURE
		NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH		CODE : 52020198
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	UNIT: mm	SCALE : 1:4	DATE : 26/03/2014	PAGE : 52 of 70

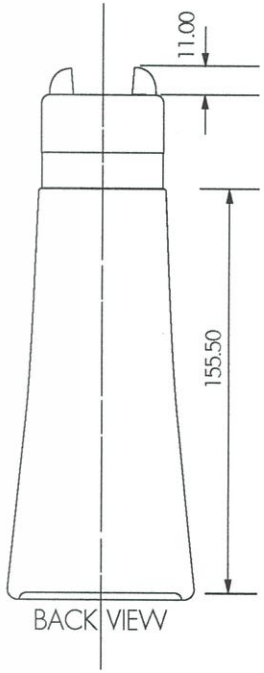


PERSPECTIVE 1:4

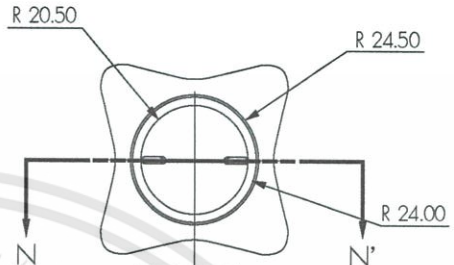
SECTION N-N'
Scale 1:4

SIDE VIEW

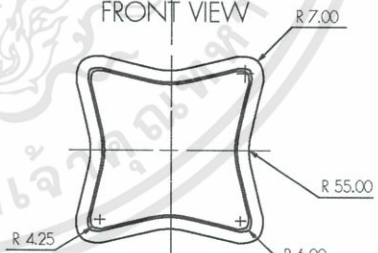
FRONT VIEW



BACK VIEW



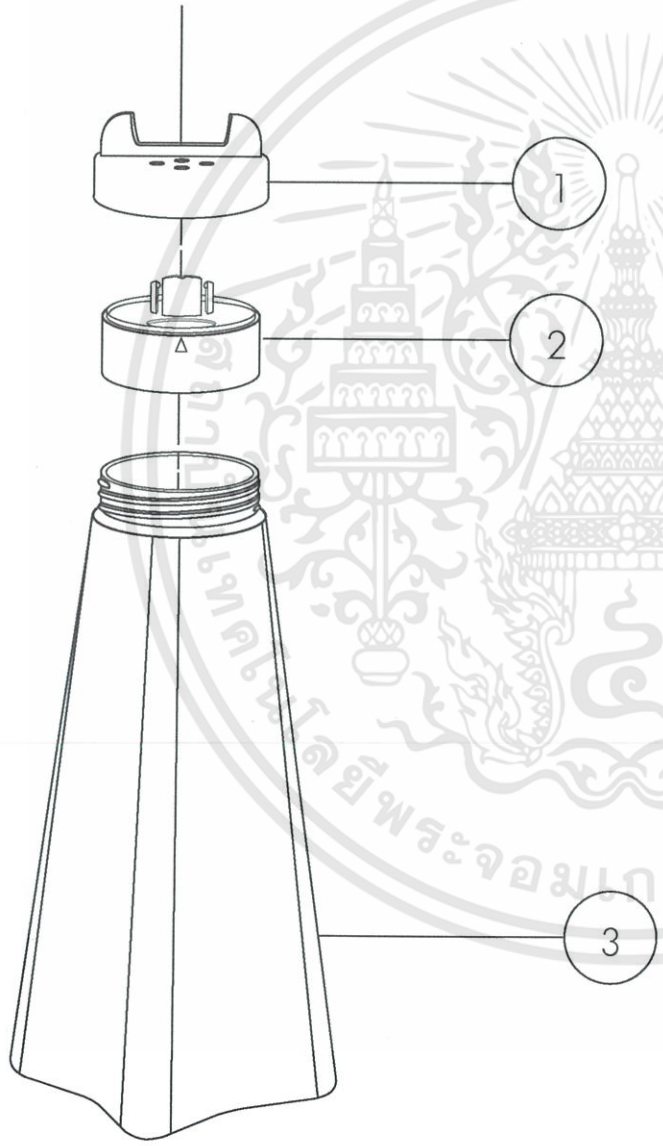
TOP VIEW



BOTTOM VIEW

โครงการออกแบบพัฒนานวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Mud & Body Lotion Packaging (300 g)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG		
		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN		FACULTY OF ARCHITECTURE
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH		CODE : 52020198
		UNIT: mm	SCALE : 1:4	DATE : 18/01/2014 | PAGE : 53 of 70

NO.	Partname	Quantity	Material	Process	Finishing	Remark
1	Dog Powder Cap (150 g) Part 1	1	PP	Injection	Glossy	-
2	Dog Powder Cap (150 g) Part 2	1	PP	Injection	Glossy	-
3	Dog Powder Bottle (150 g)	1	HDPE	Injection Blow Molding	Flat	-



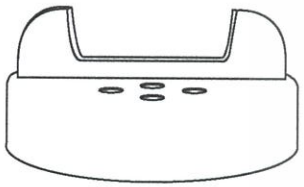
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่อนุญาตให้ทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ หรือนำออกจำหน่าย ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น

โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทาดต้นลม จำกัด	PARTNAME : Assembly & Specification of Dog Powder Packaging (150 g)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	FACULTY OF ARCHITECTURE		
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH		CODE : 52020198	
		UNIT: mm	SCALE : 1:2	DATE : 26/03/2014	PAGE : 54 of 70

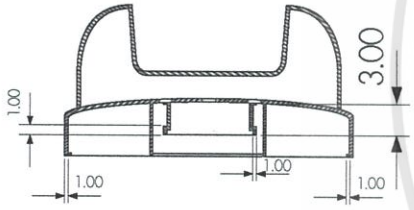
NO.	Partname	Quantity	Material	Process	Finishing	Remark
1	Dog Powder Cap (450 g) Part 1	1	PP	Injection	Glossy	-
2	Dog Powder Cap (450 g) Part 2	1	PP	Injection	Glossy	-
3	Dog Powder Bottle (450 g)	1	HDPE	Injection Blow Molding	Flat	-

โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิก ผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Assembly & Specification of Dog Powder Packaging (450 g)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	FACULTY OF ARCHITECTURE		
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH	CODE : 52020198		
		UNIT: mm	SCALE : 1:4	DATE : 26/03/2014	PAGE : 55 of 70

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

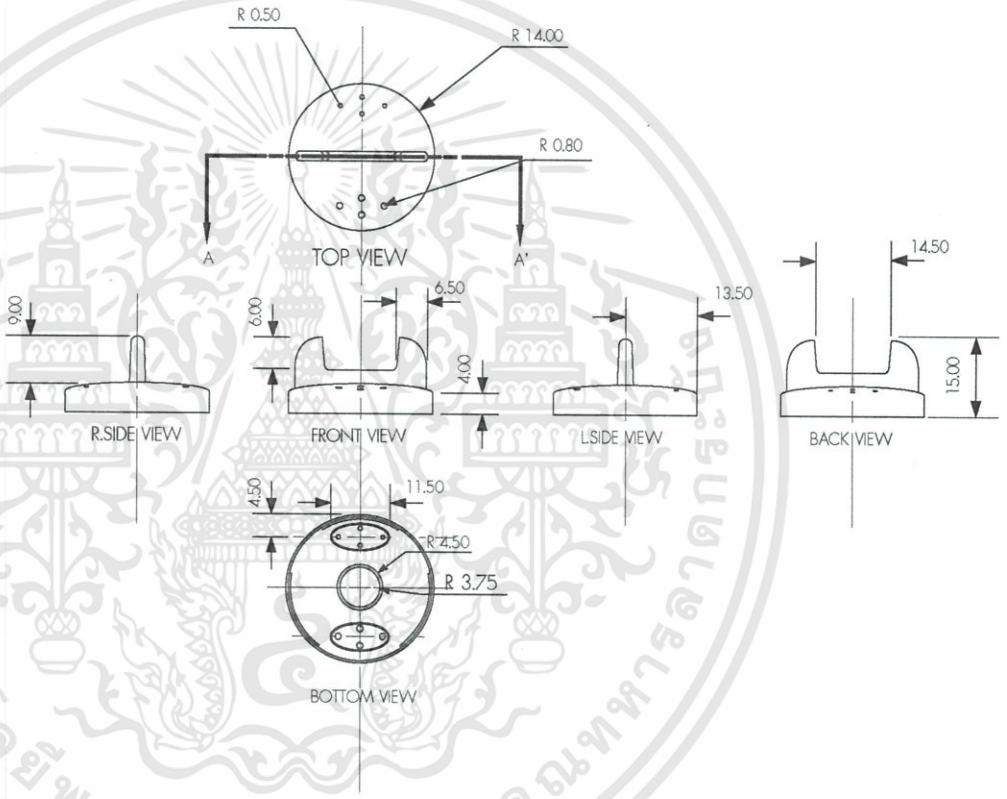


PERSPECTIVE 1:1

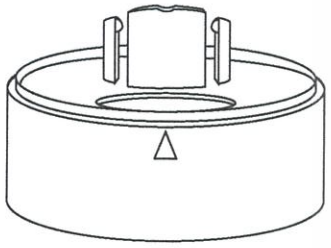


SECTION A-A'

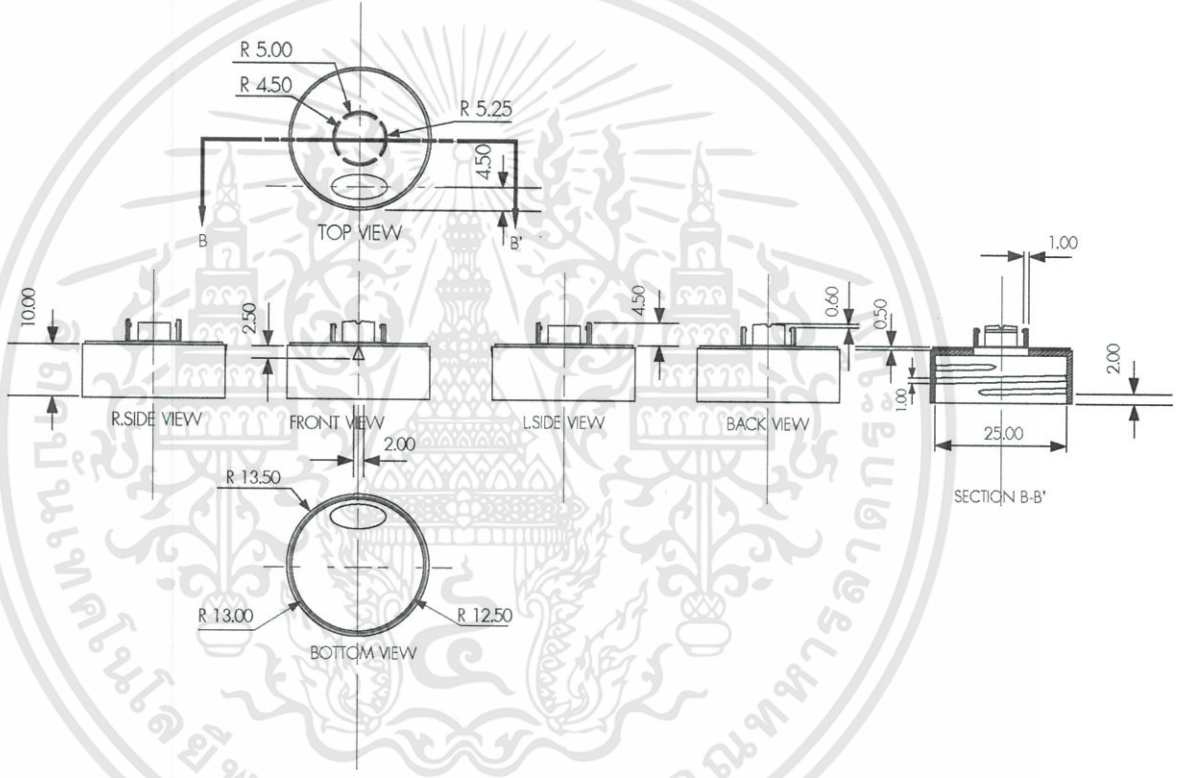
Scale 1:1



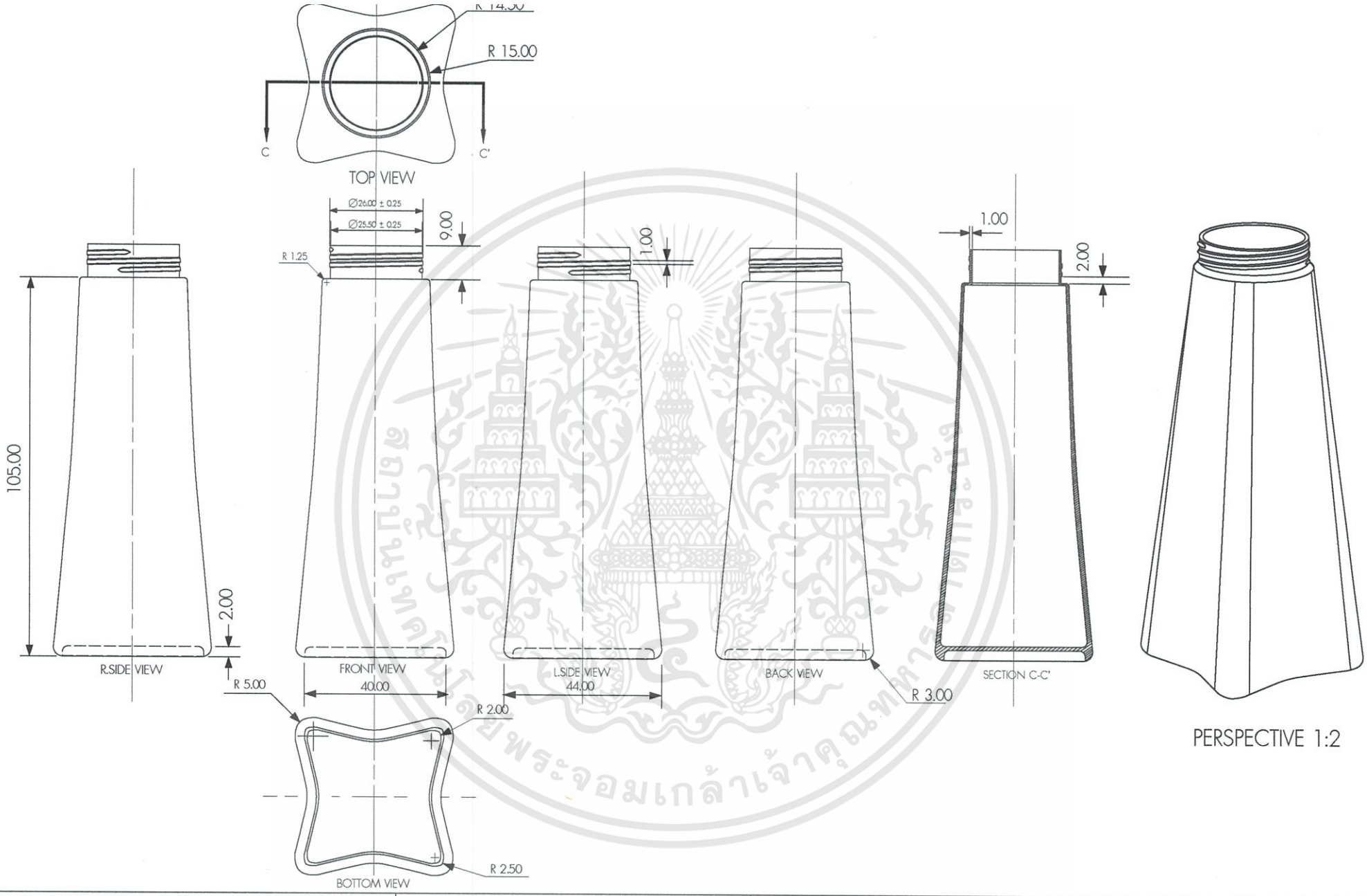
โครงการออกแบบพัฒนานวัตกรรมภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Powder Cap (150 g) Part 1	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
	MATERIAL : PP	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN			FACULTY OF ARCHITECTURE
		NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH			CODE : 52020198
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	UNIT: mm	SCALE : 1:2	DATE : 26/03/2014	PAGE : 56 of 70



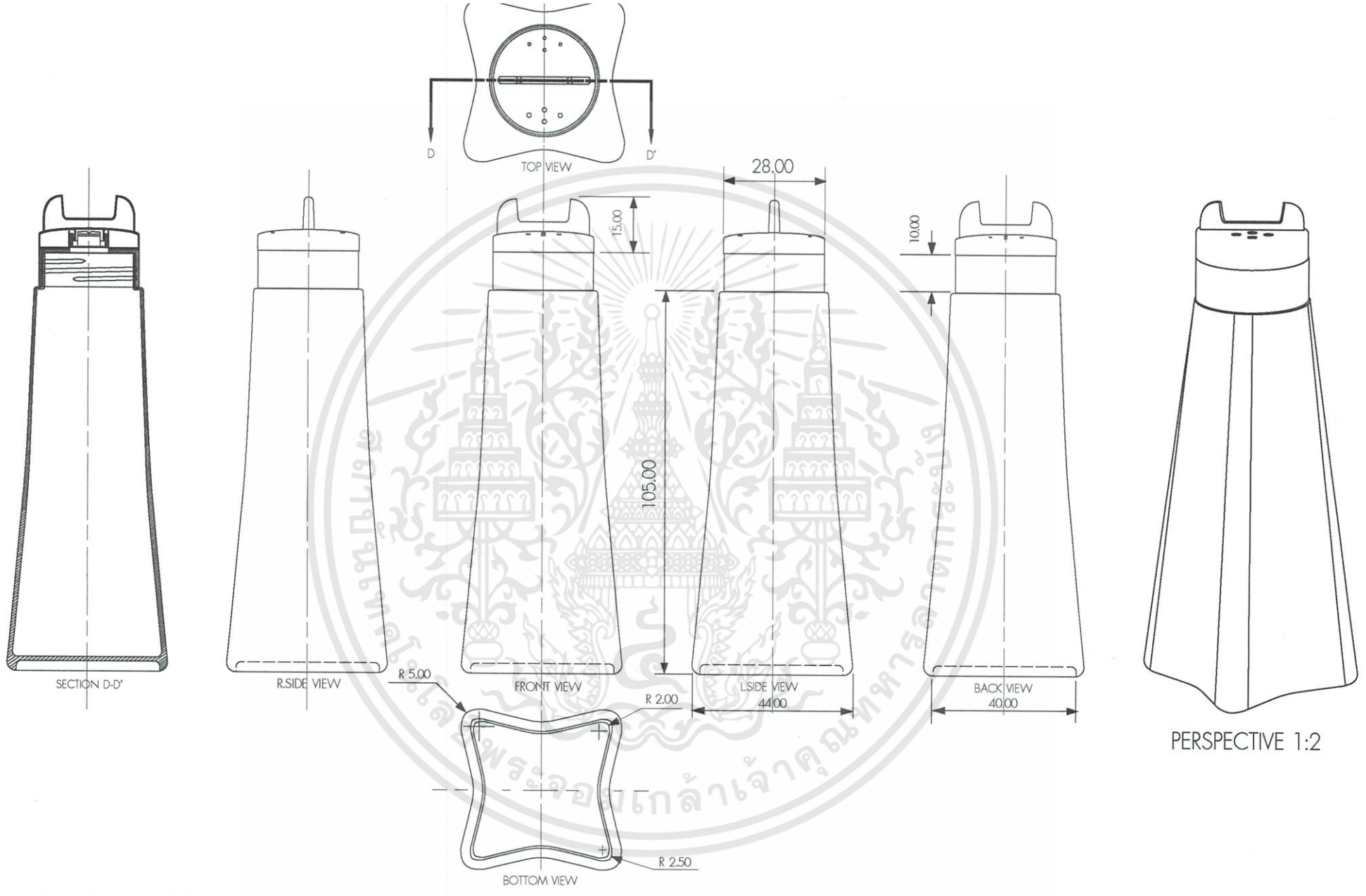
PERSPECTIVE 1:1



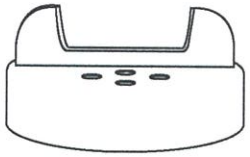
โครงการออกแบบพัฒนานวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Powder Cap (150 g) Part 2	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
	MATERIAL : PP	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN			FACULTY OF ARCHITECTURE
		NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH			CODE : 52020198
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	UNIT: mm	SCALE : 1:2	DATE : 26/03/2014	PAGE : 57 of 70



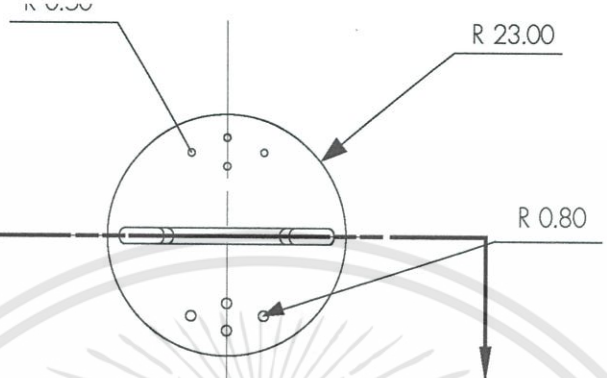
โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Powder Bottle (150 g)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
	MATERIAL : HDPE	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN			FACULTY OF ARCHITECTURE
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH			CODE : 52020198
		UNIT: mm	SCALE : 1:2	DATE : 26/03/2014	PAGE : 58 of 70



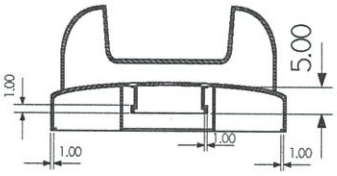
โครงการออกแบบพัฒนานวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : : Dog Powder Packaging (150 g)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG		
		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN		FACULTY OF ARCHITECTURE
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH		CODE : 52020198
		UNIT: mm	SCALE : 1:2	DATE : 26/03/2014	PAGE : 59 of 70



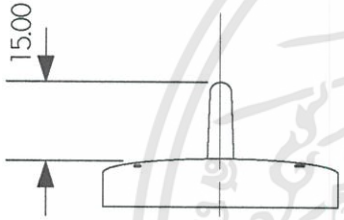
PERSPECTIVE 1:2



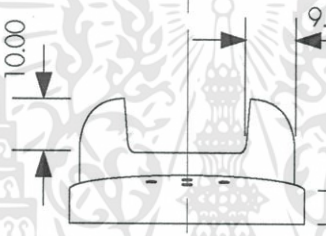
TOP VIEW



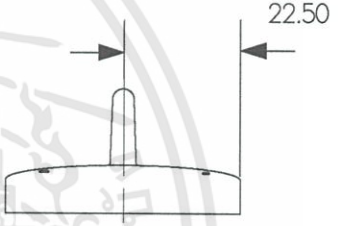
SECTION E-E'



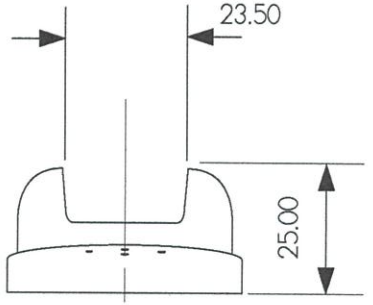
R.SIDE VIEW



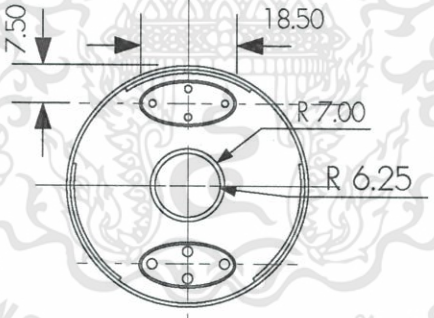
FRONT VIEW



L.SIDE VIEW

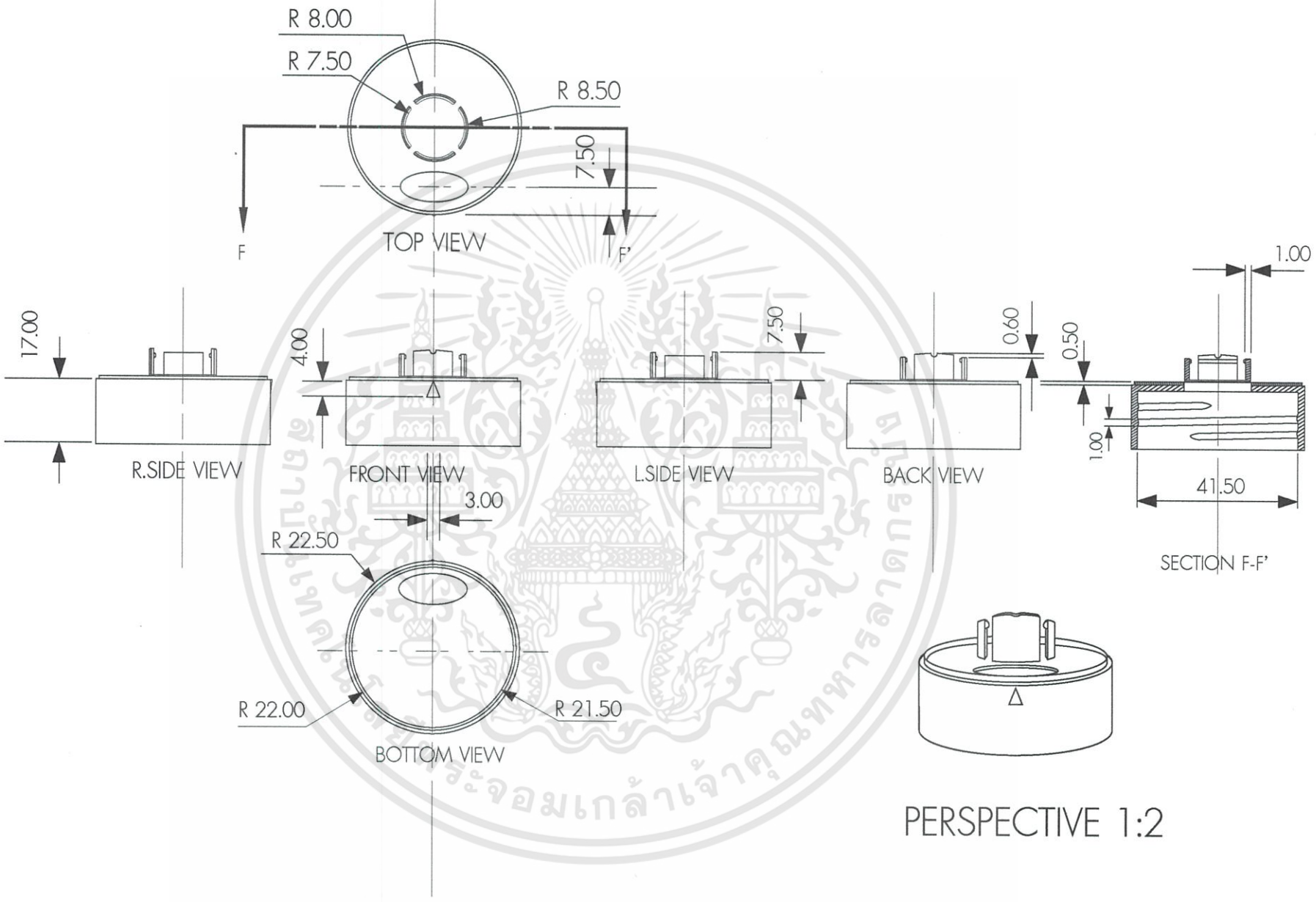


BACK VIEW



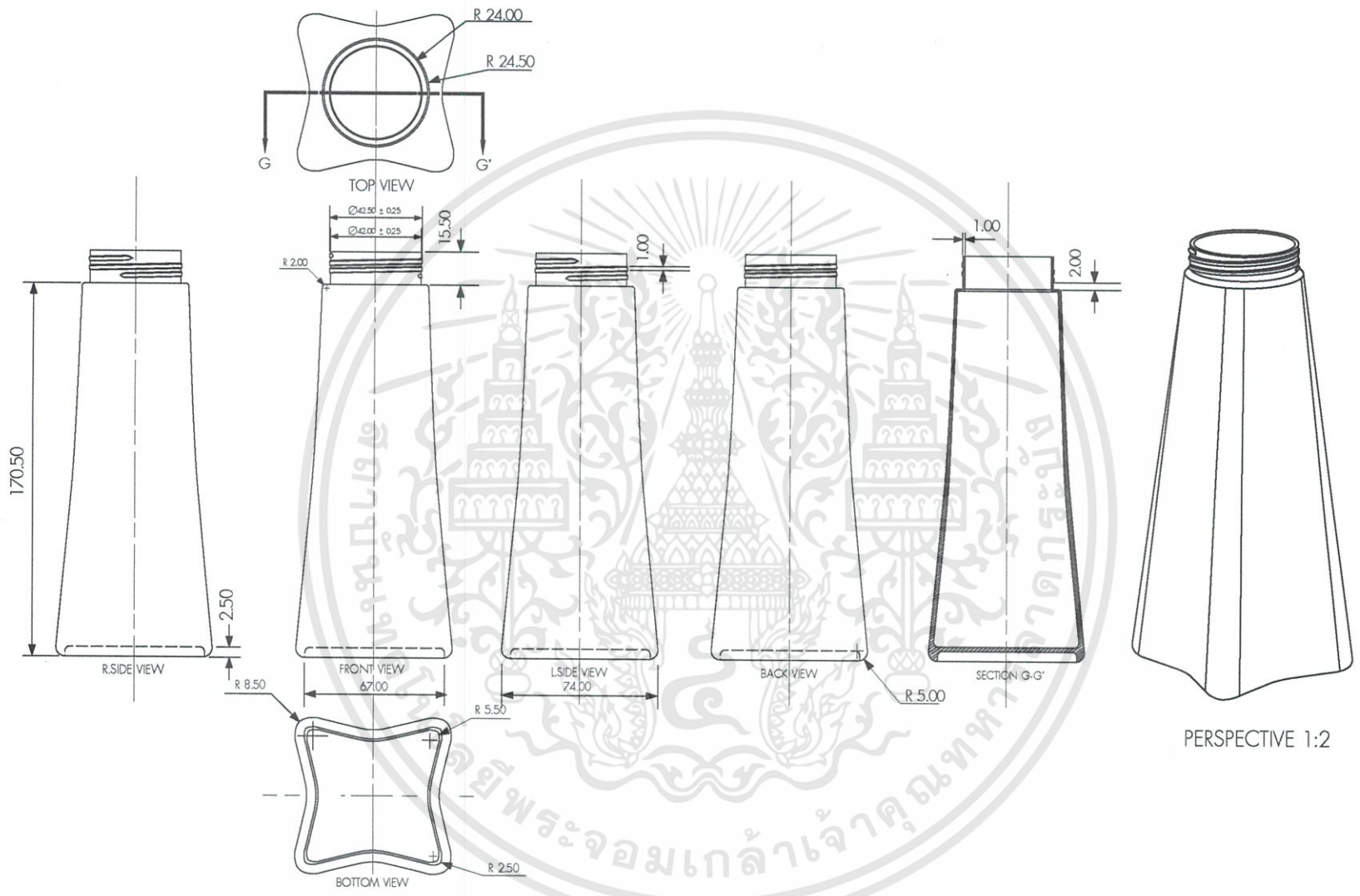
BOTTOM VIEW

โครงการออกแบบพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Powder Cap (450 g) Part 1	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG		
	MATERIAL : PP	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN		FACULTY OF ARCHITECTURE
		NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH		CODE : 52020198
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	UNIT: mm	SCALE : 1:2	DATE : 26/03/2014 / PAGE : 60 of 70

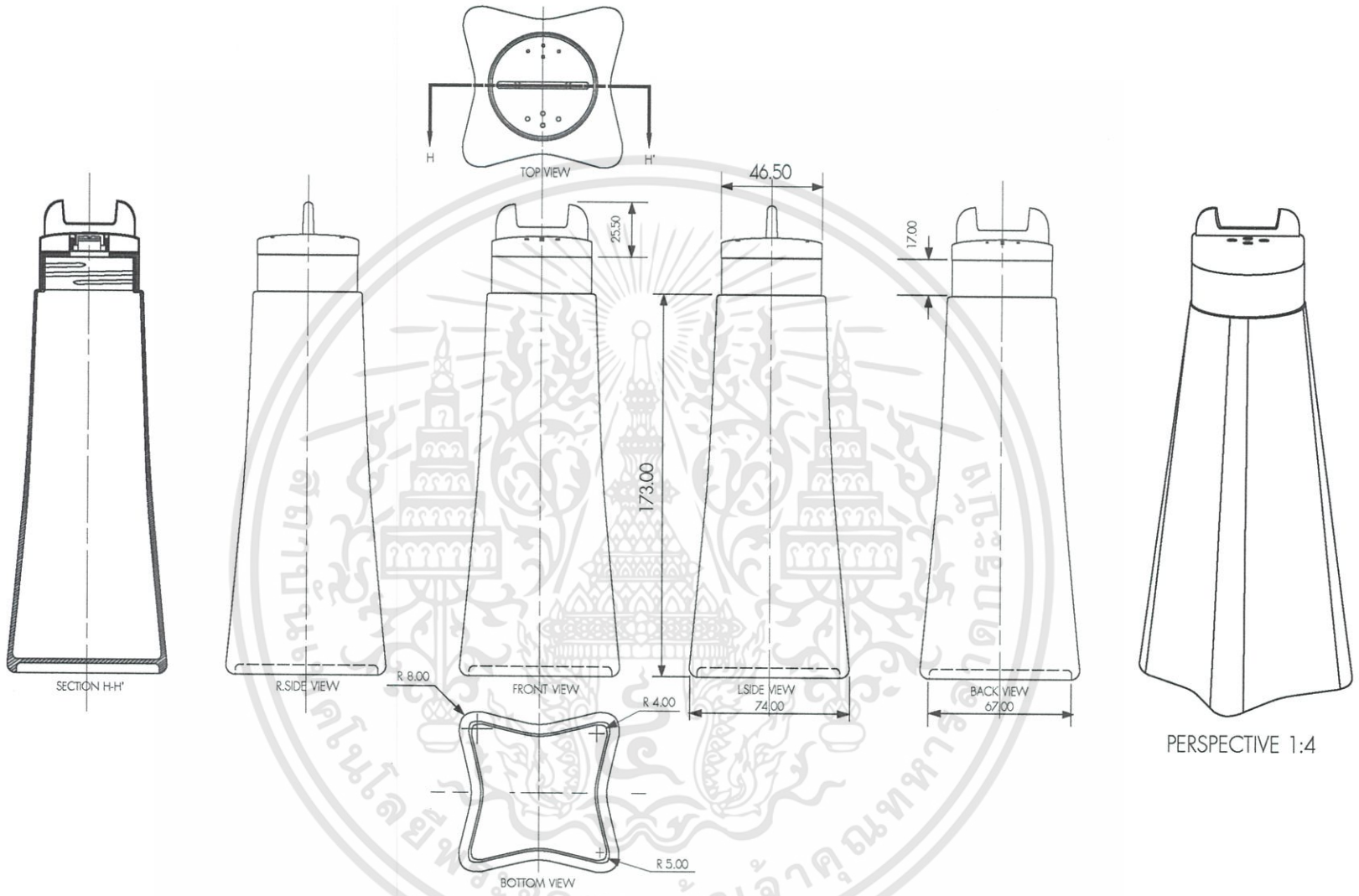


PERSPECTIVE 1:2

โครงการออกแบบพัฒนานวัตกรรมจุกกันหก และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Powder Cap (450 g) Part 2	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG		
	MATERIAL : PP	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN		FACULTY OF ARCHITECTURE
		NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH		CODE : 52020198
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	UNIT: mm	SCALE : 1:2	DATE : 26/03/2014	PAGE : 61 of 70

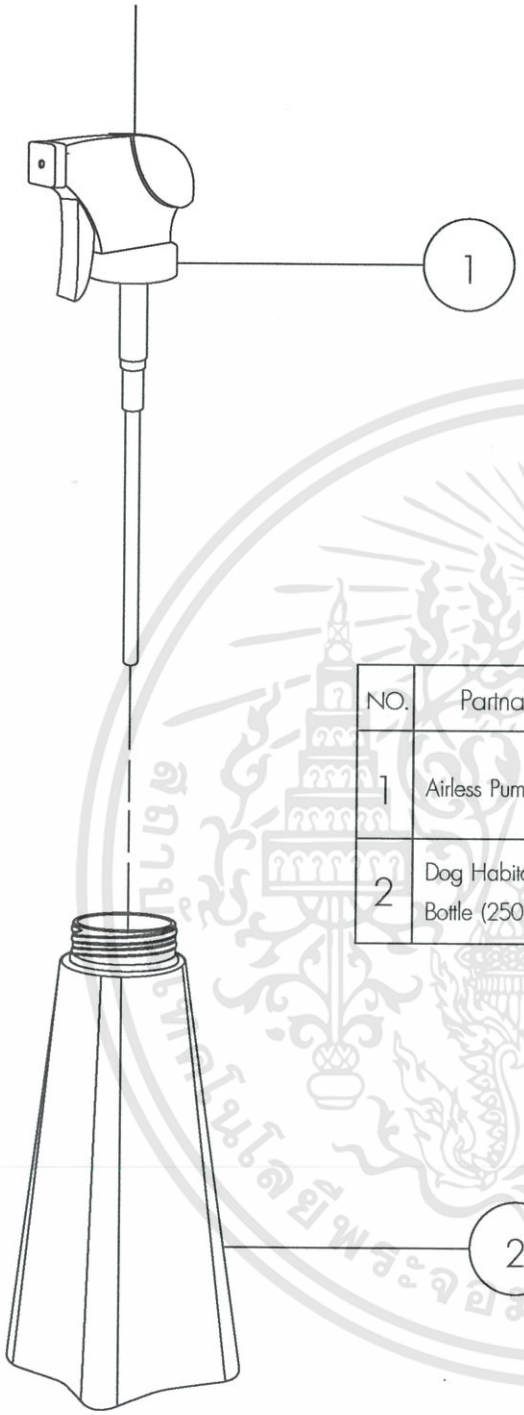


โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Powder Bottle (450 g)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
	MATERIAL : HDPE	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN			FACULTY OF ARCHITECTURE
		NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH			CODE : 52020198
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	UNIT: mm	SCALE : 1:2	DATE : 26/03/2014	PAGE : 62 of 70



PERSPECTIVE 1:4

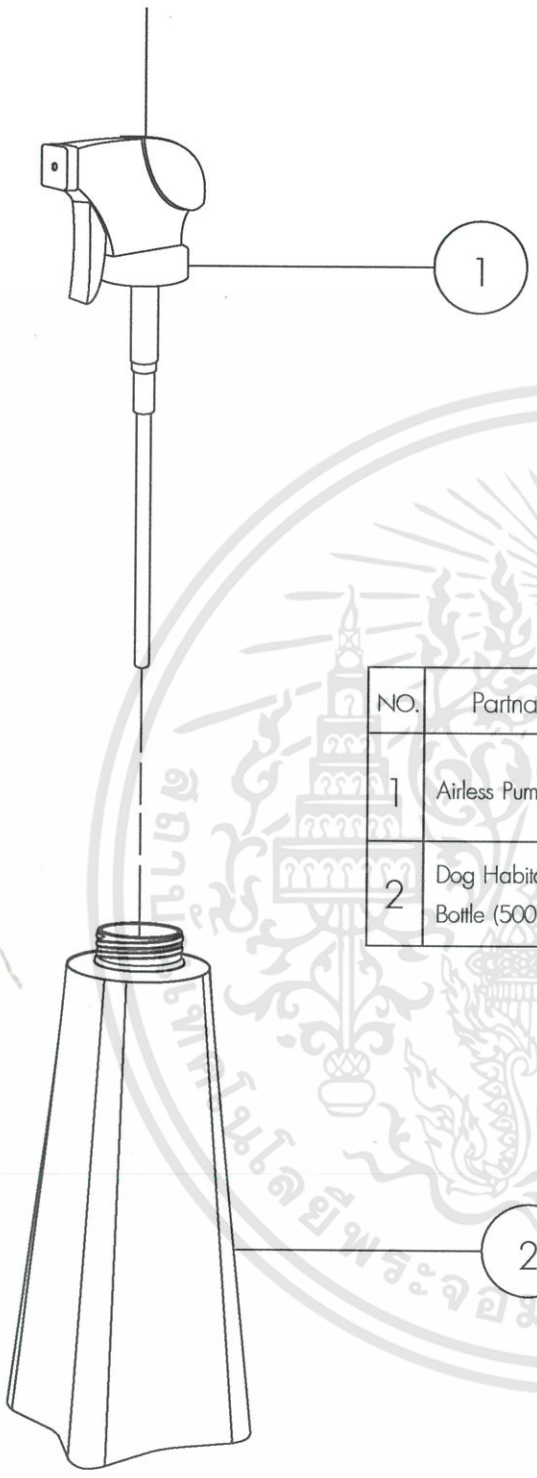
โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกฉลากบรรจุภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : : Dog Powder Packaging (450 g)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG		
		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN		FACULTY OF ARCHITECTURE
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH		CODE : 52020198
		UNIT: mm	SCALE : 1:4	DATE : 26/03/2014 | PAGE : 63 of 70



NO.	Partname	Quantity	Material	Process	Finishing	Remark
1	Airless Pump Spray	1	PP	Injection	Glossy	-
2	Dog Habitat Spray Bottle (250 ml)	1	PET	Injection Blow Molding	Flat	-

โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิก ผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Assembly & Specification of Dog Habitat Spray (250 ml)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN / FACULTY OF ARCHITECTURE
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH / CODE : 52020198
		UNIT: mm / SCALE : 1:4 / DATE : 26/03/2014 / PAGE : 64 of 70

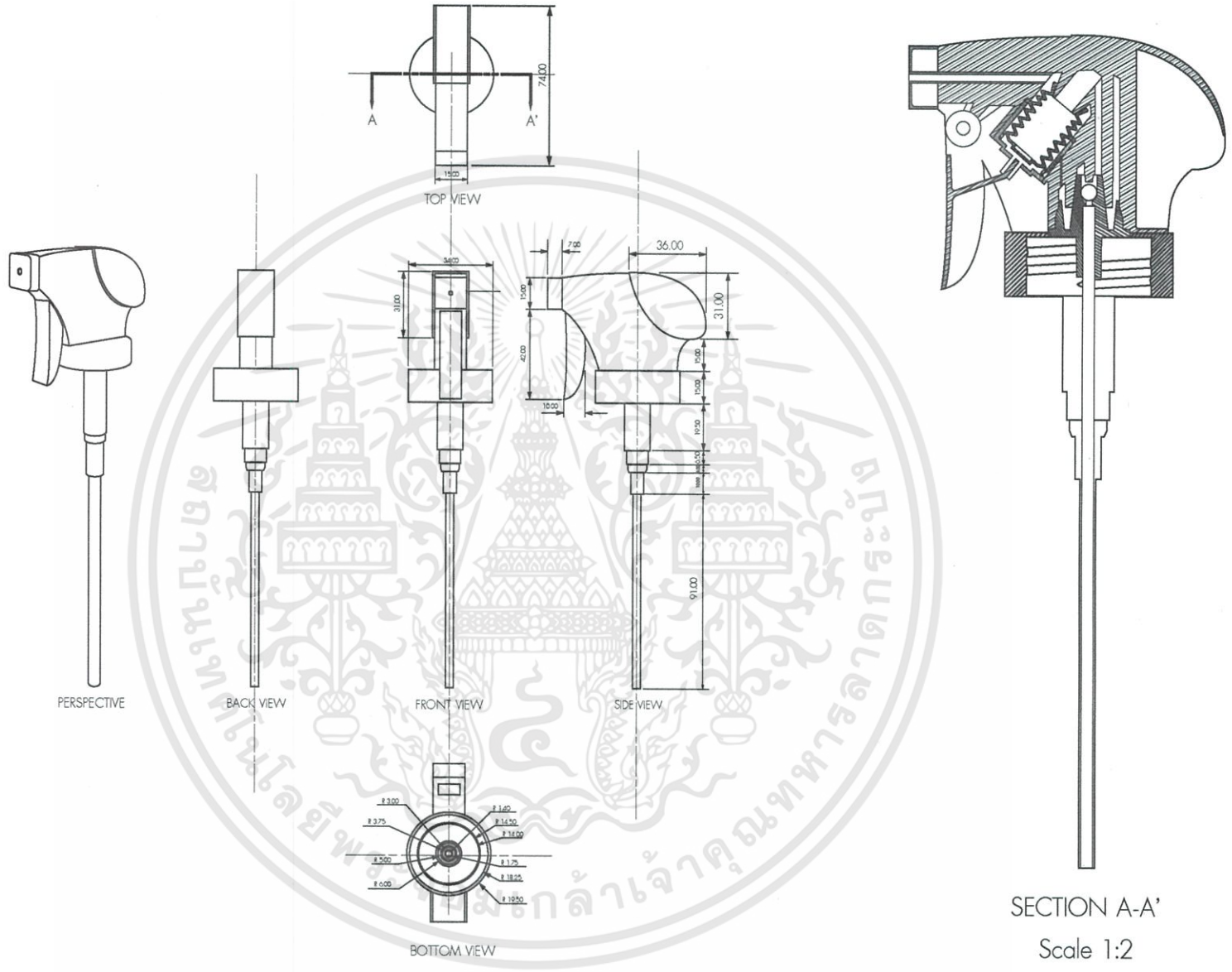
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



NO.	Partname	Quantity	Material	Process	Finishing	Remark
1	Airless Pump Spray	1	PP	Injection	Glossy	-
2	Dog Habitat Spray Bottle (500 ml)	1	PET	Injection Blow Molding	Flat	-

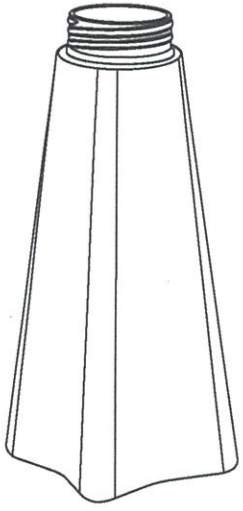
โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การพัฒนาของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Assembly & Specification of Dog Habitat Spray (500 ml) THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN | FACULTY OF ARCHITECTURE NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH | CODE : 52020198 UNIT: mm | SCALE : 1:4 | DATE : 26/03/2014 | PAGE : 65 of 70	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่อนุญาตให้ทำซ้ำ ดัดแปลง ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของผลงานทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

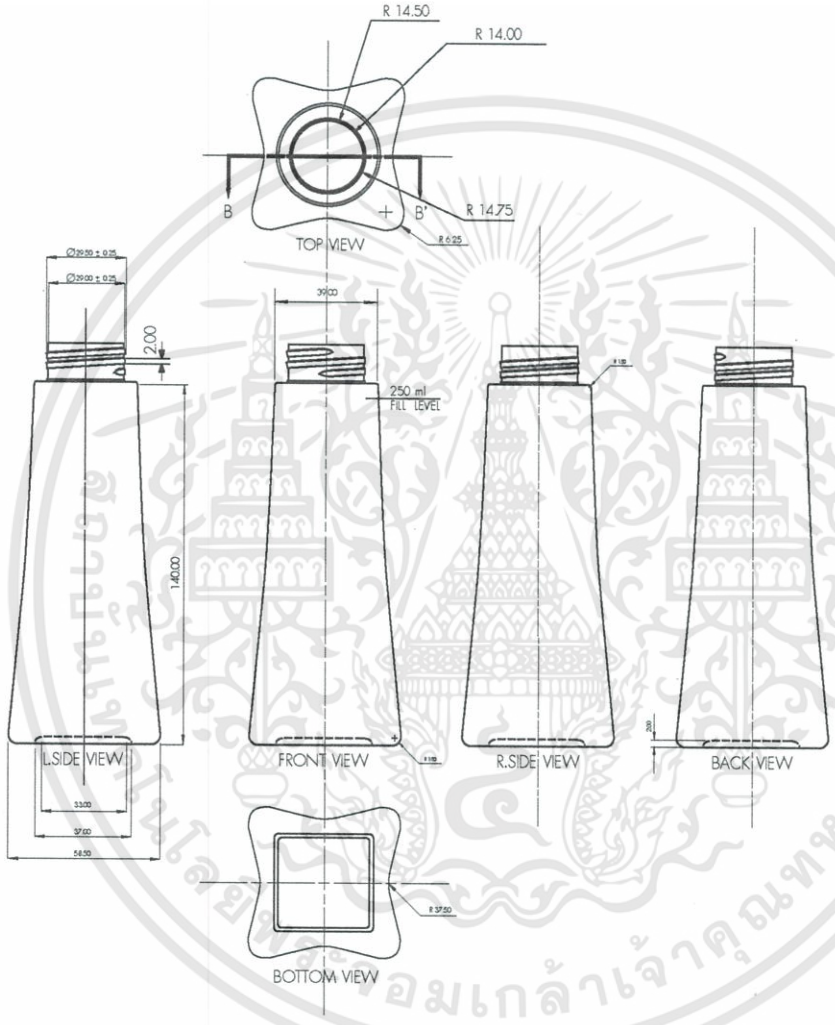


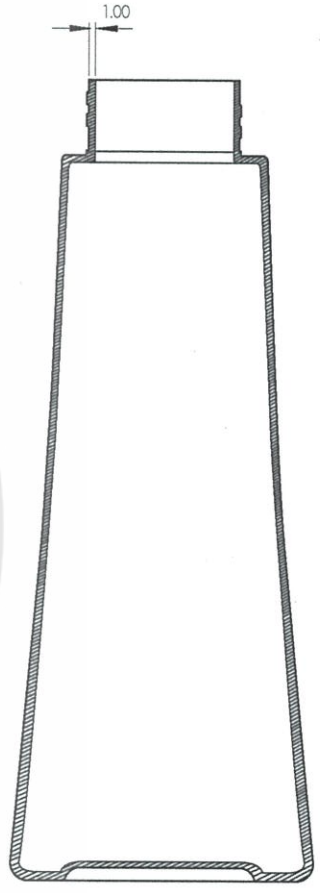
SECTION A-A'
Scale 1:2

โครงการออกแบบพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และภราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Airless Pump Spray	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
	MATERIAL : PP	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN			FACULTY OF ARCHITECTURE
		NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH			CODE : 52020198
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	UNIT: mm	SCALE : 1:4	DATE : 26/03/2014	PAGE : 66 of 70



PERSPECTIVE

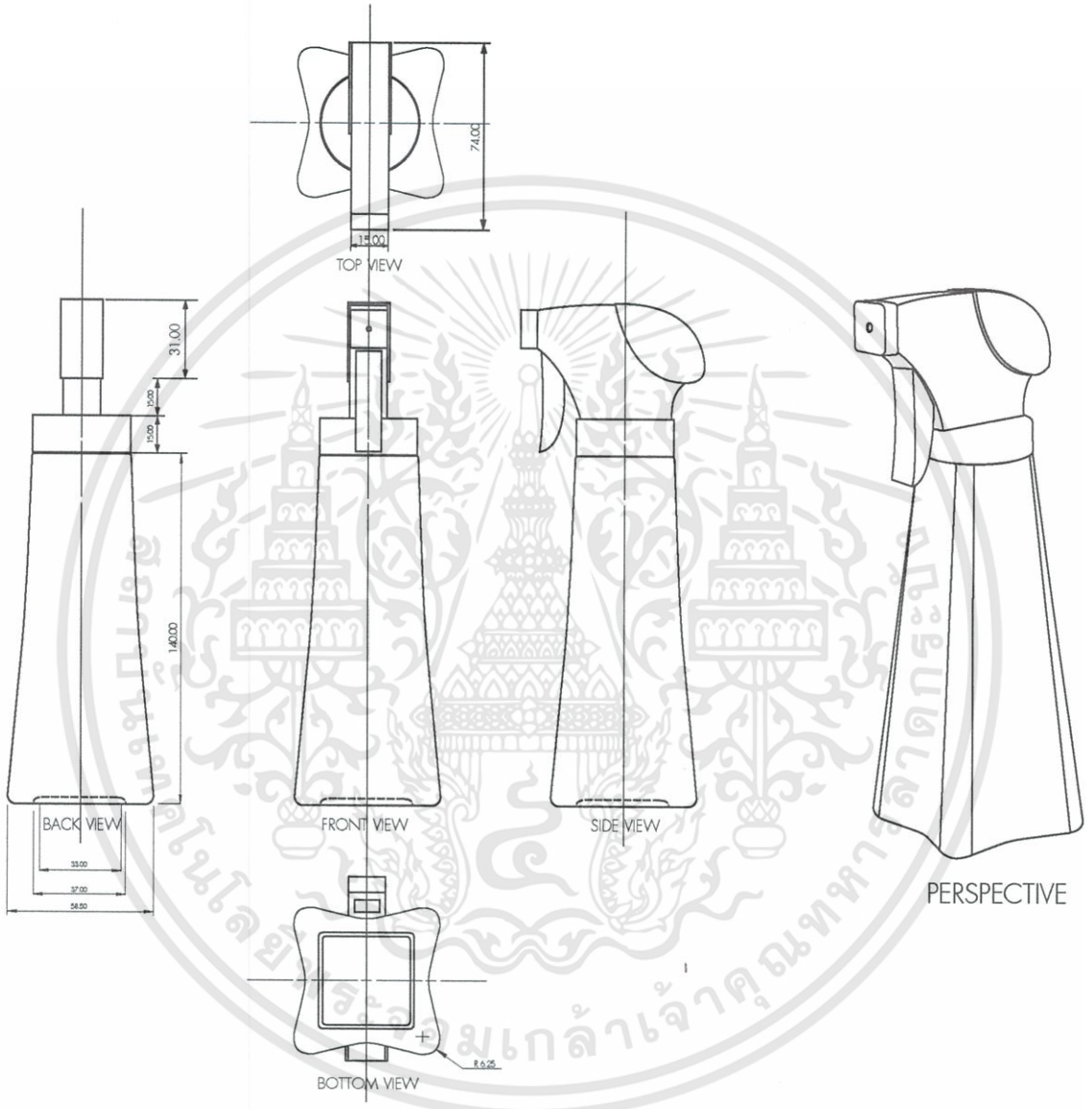




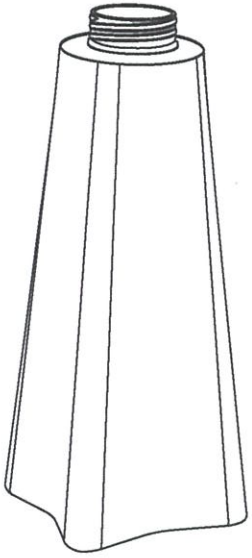
SECTION B-B'

Scale 1:2

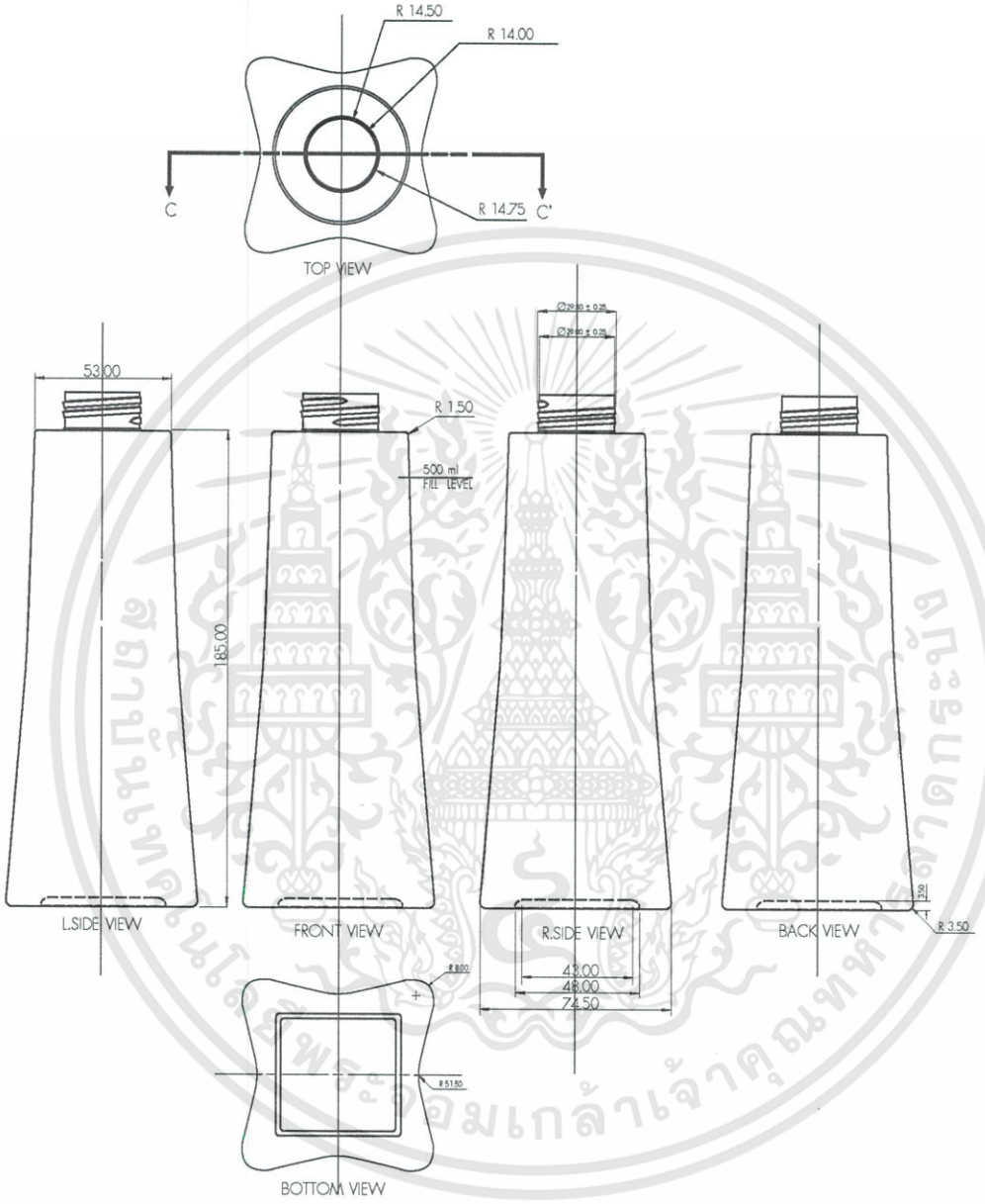
โครงการออกแบบพัฒนานวัตกรรมภัณฑ์ และภราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Habitat Spray Bottle (250 ml)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
	MATERIAL : PET	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN			FACULTY OF ARCHITECTURE
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH			CODE : 52020198
		UNIT: mm	SCALE : 1:4	DATE : 26/03/2014	PAGE : 67 of 70

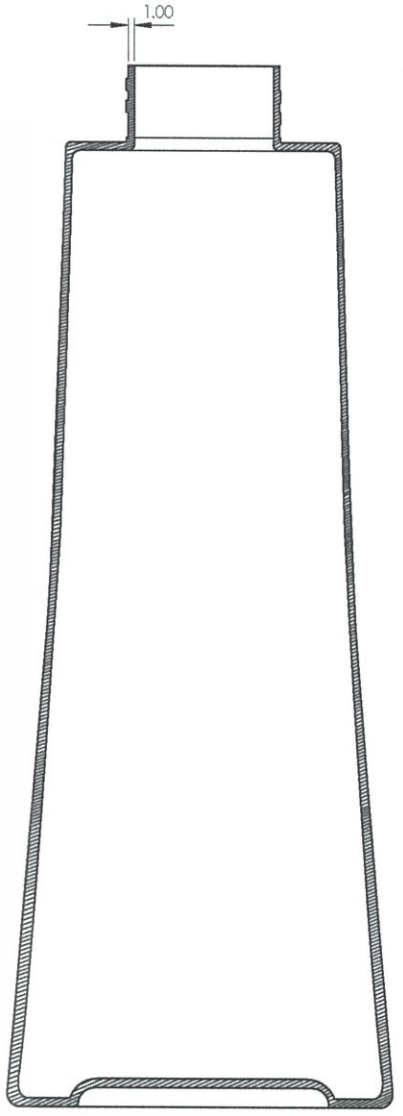


โครงการออกแบบพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และภาชนะบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Habitat Spray (250 ml)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN			FACULTY OF ARCHITECTURE
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH			CODE : 52020198
		UNIT: mm	SCALE : 1:4	DATE : 26/03/2014	PAGE : 68 of 70



PERSPECTIVE

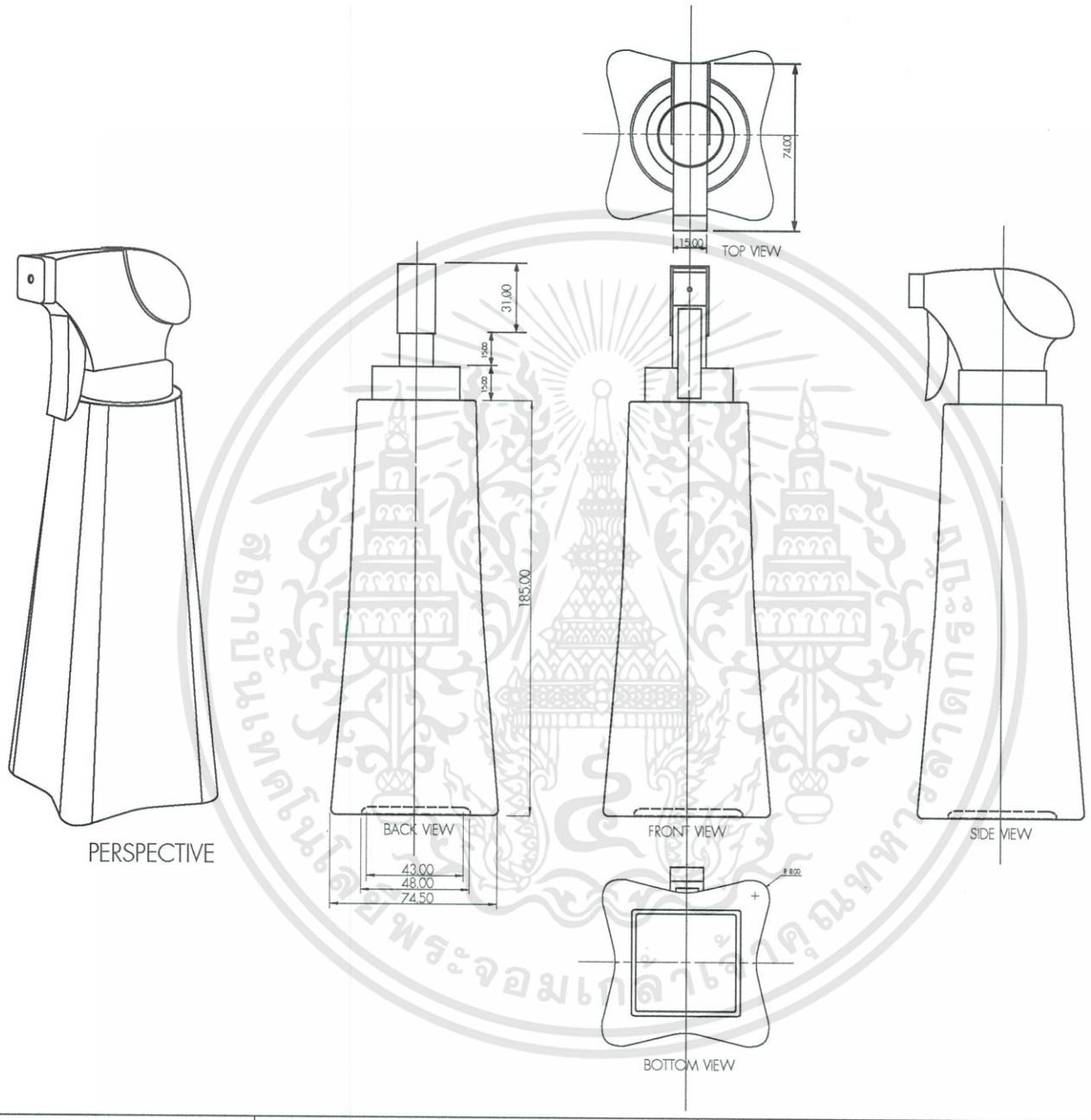




SECTION C-C'

Scale 1:2

โครงการออกแบบพัฒนานวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Habitat Spray Bottle (500 ml)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
	MATERIAL : PET	DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN			FACULTY OF ARCHITECTURE
		NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH			CODE : 52020198
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	UNIT: mm	SCALE : 1:4	DATE : 26/03/2014	PAGE : 69 of 70



โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข "Green For Dog" ภายใต้การผลิตของบริษัท ทางต้นลม จำกัด	PARTNAME : Dog Habitat Spray (500 ml)	KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN			FACULTY OF ARCHITECTURE
	THESIS IN INDUSTRIAL DESIGN 2	NAME : TIDAPORN RITREAUNGDETH			CODE : 52020198
		UNIT: mm	SCALE : 1:4	DATE : 26/03/2014	PAGE : 70 of 70

ภาคผนวก ค

ARKWORK

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ARTWORK

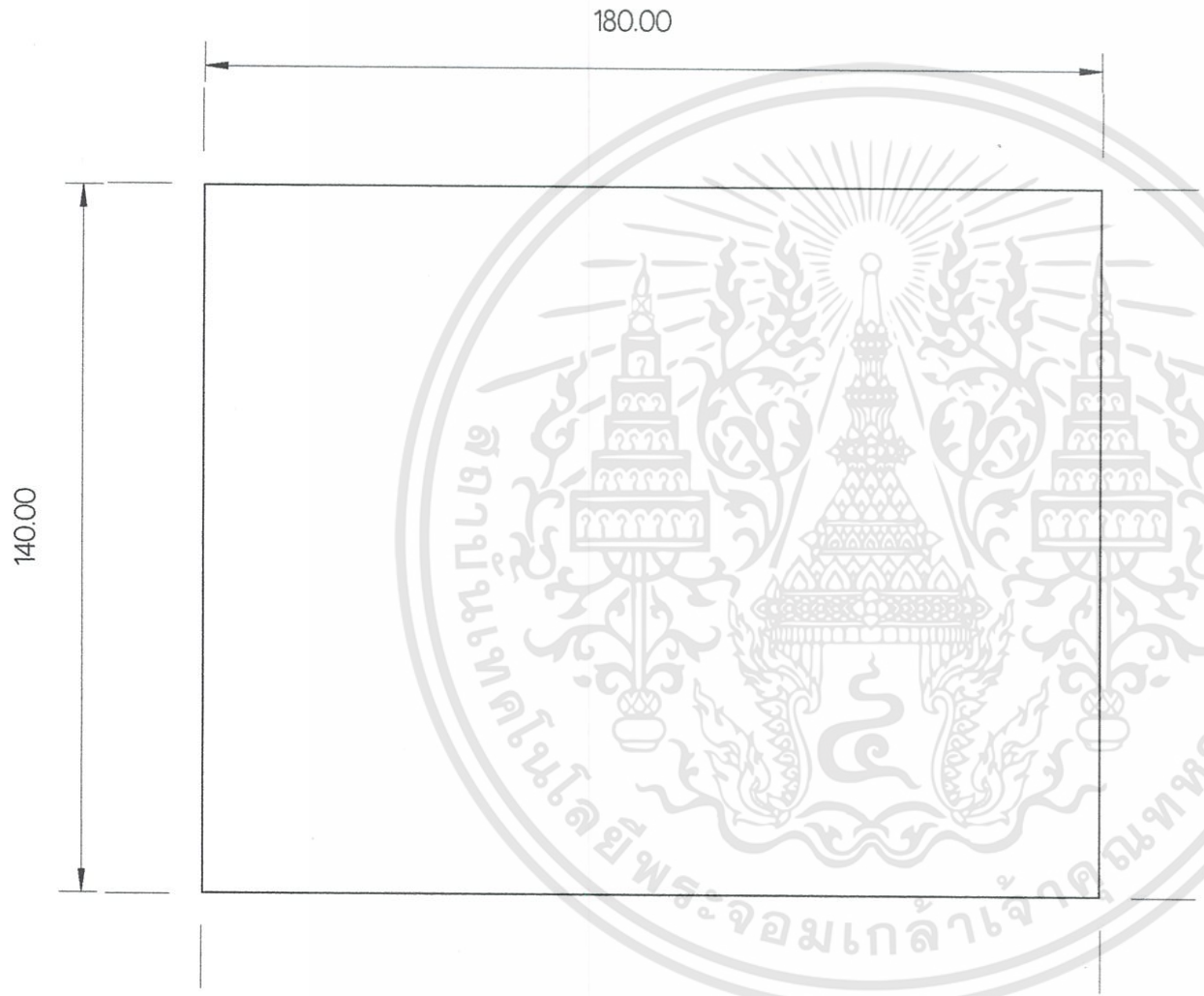
Project : โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพสำหรับสุนัข “Green For Dog” ภายใต้การผลิตของ บริษัท ทางต้นลม จำกัด

Cilent : บริษัท ทางต้นลม จำกัด

Designer : นางสาวธิดาพร ฤทธิ์เรืองเดช 52020198 สาขาวิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

Content

Dog Shampoo	1
Dog Spray	19
Dog Tear Stain Remover	28
Dog Eyes Drug	30
Dog Ears Drop	32
Dog Mud	33
Dog Body Lotion	43
Dog Powder	45
Dog Habitat Spray	51
Protective Dog Skin Diseases Set	63
The Treatment of Dog Skin	65


180.00
140.00

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

Green for dog shampoo 250 ml artwork

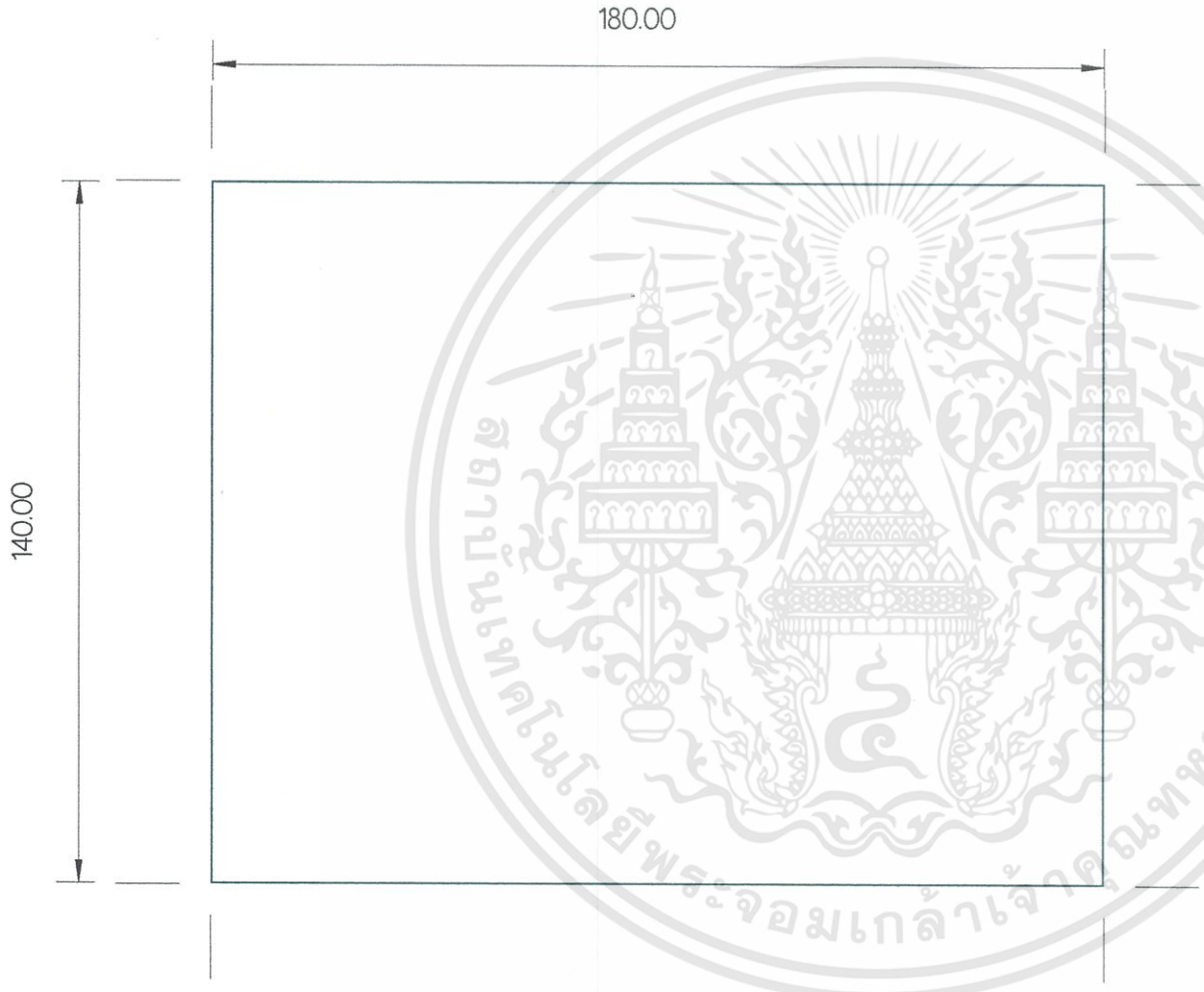
Project : Green for dog

	C = 15 M = 0 Y = 5 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 5 M = 0 Y = 5 K = 0		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 0
	C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30		C = 40 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0		C = 50 M = 45 Y = 80 K = 30
	C = 35 M = 0 Y = 90 K = 0		C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0
	C = 5 M = 0 Y = 75 K = 0		C = 20 M = 20 Y = 100 K = 0

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

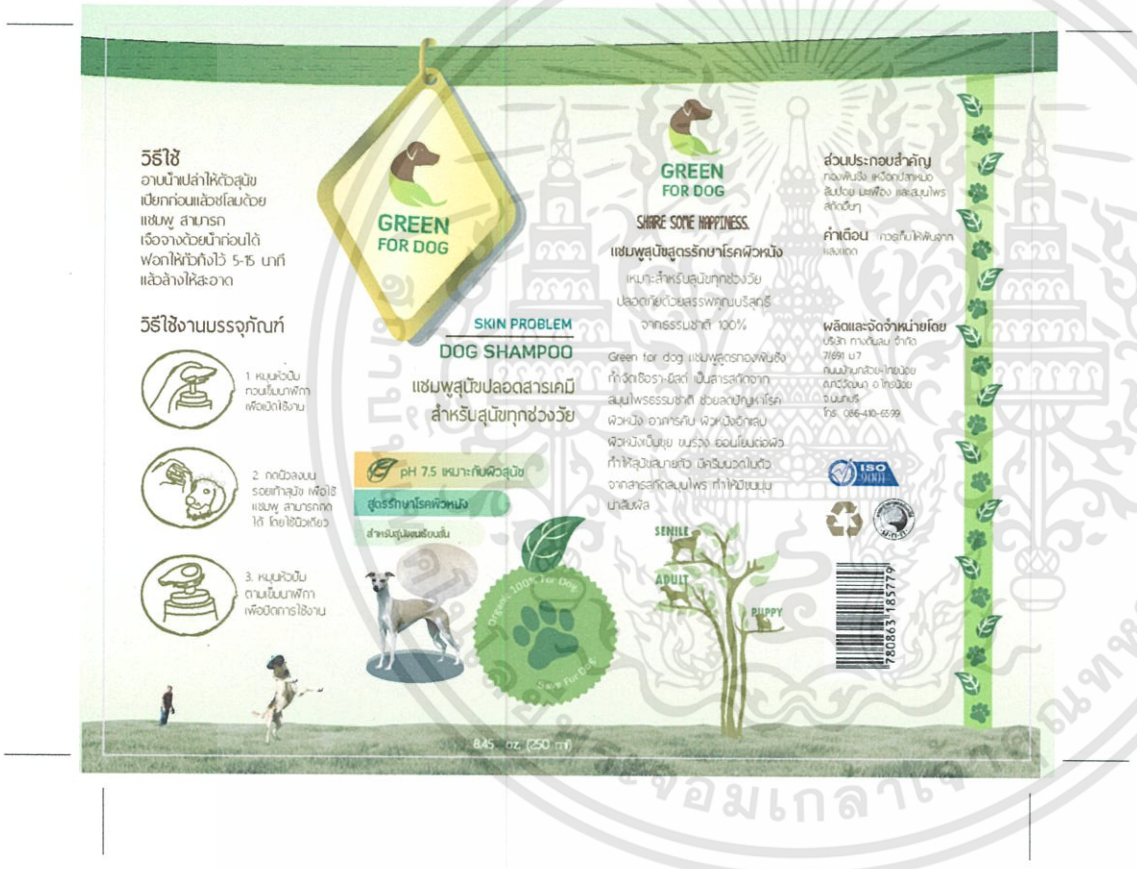
UNIT : mm


180.00
140.00

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

Green for dog shampoo 250 ml artwork

Project : Green for dog



	C = 15 M = 0 Y = 30 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 0 M = 0 Y = 10 K = 0		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 0
	C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30		C = 40 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0		C = 50 M = 45 Y = 80 K = 30
	C = 35 M = 0 Y = 90 K = 0		C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0
	C = 5 M = 0 Y = 75 K = 0		C = 20 M = 20 Y = 100 K = 0

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

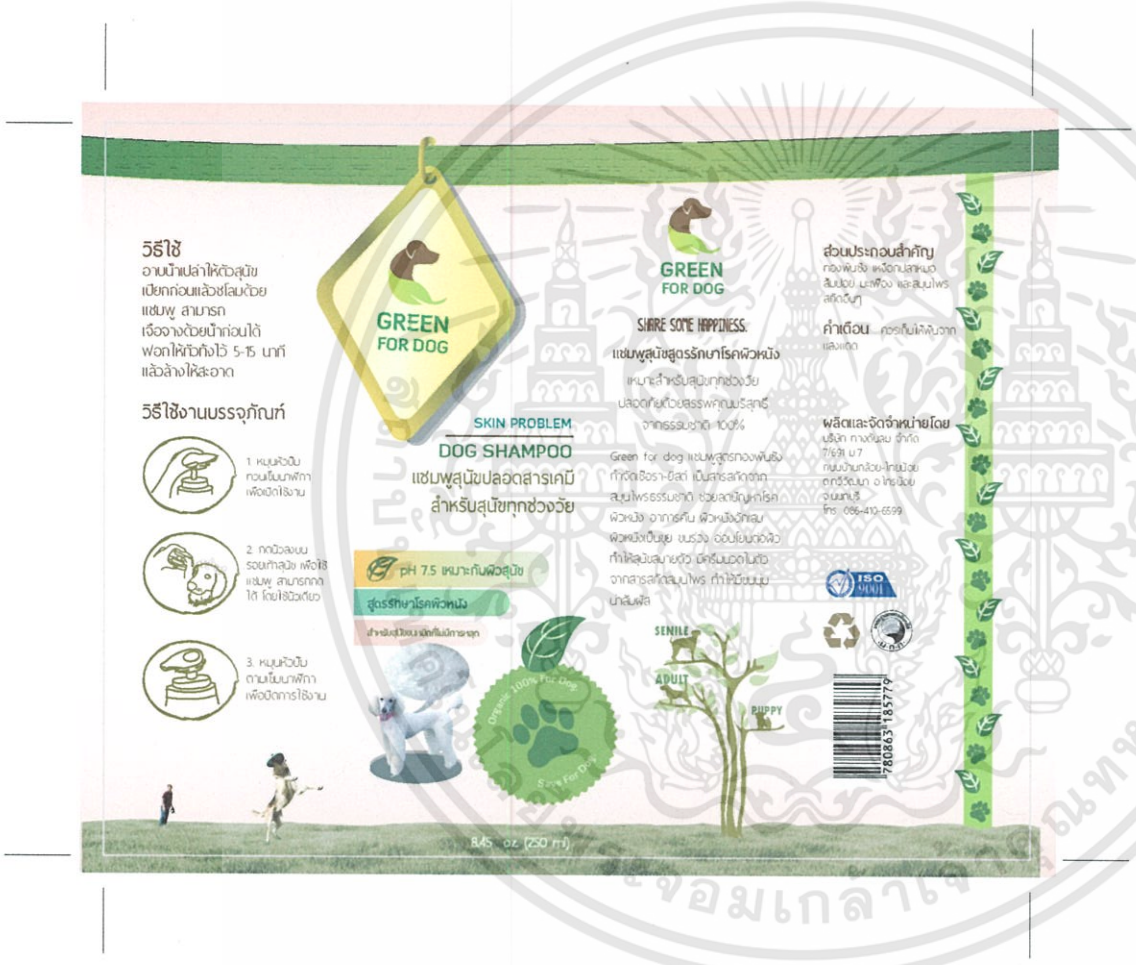
UNIT : mm

180.00
140.00

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

Green for dog shampoo 250 ml artwork

Project : Green for dog

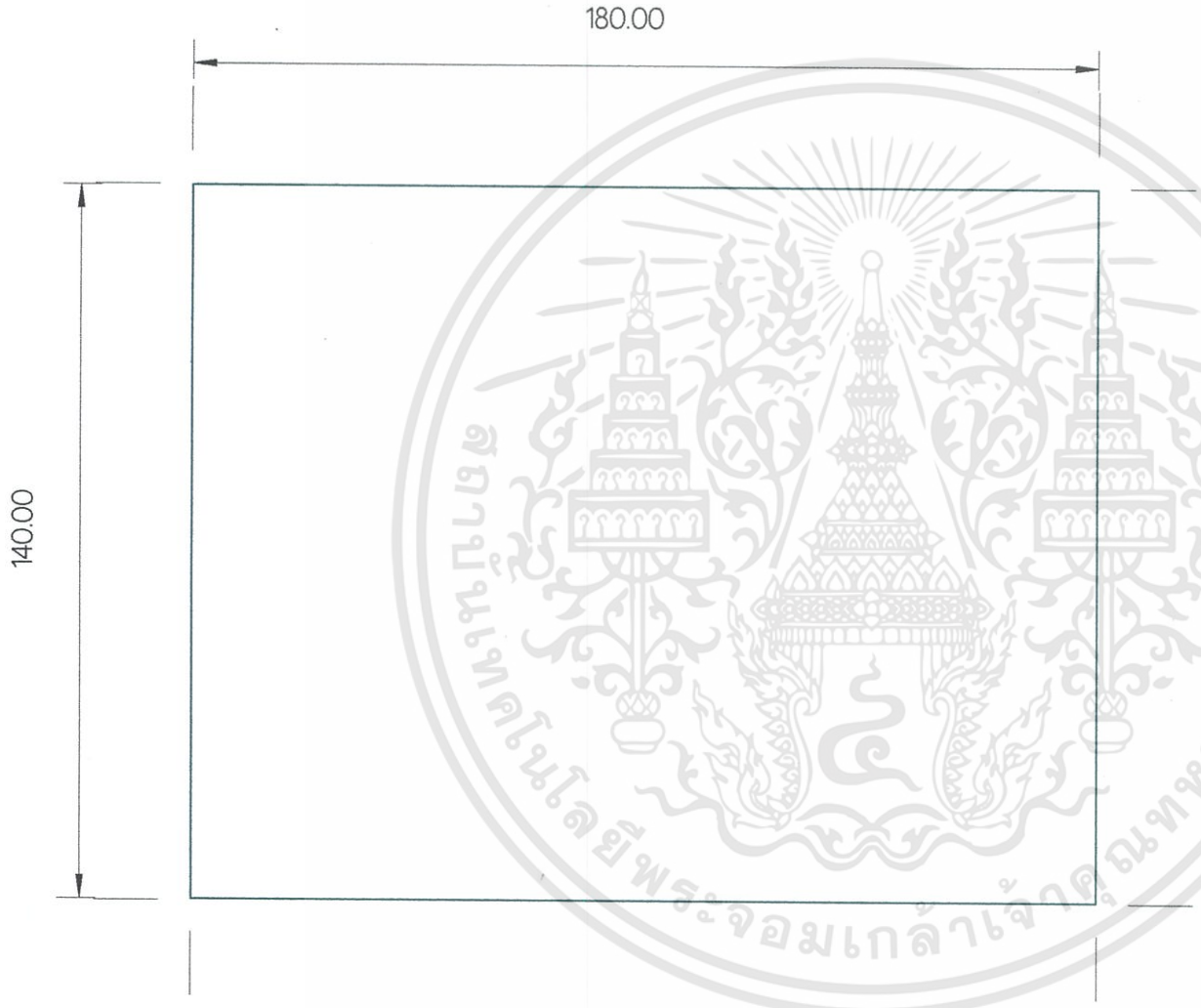


	C = 0 M = 20 Y = 20 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 0 M = 5 Y = 5 K = 0		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 0
	C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30		C = 40 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0		C = 50 M = 45 Y = 80 K = 30
	C = 35 M = 0 Y = 90 K = 0		C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0
	C = 5 M = 0 Y = 75 K = 0		C = 20 M = 20 Y = 100 K = 0

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

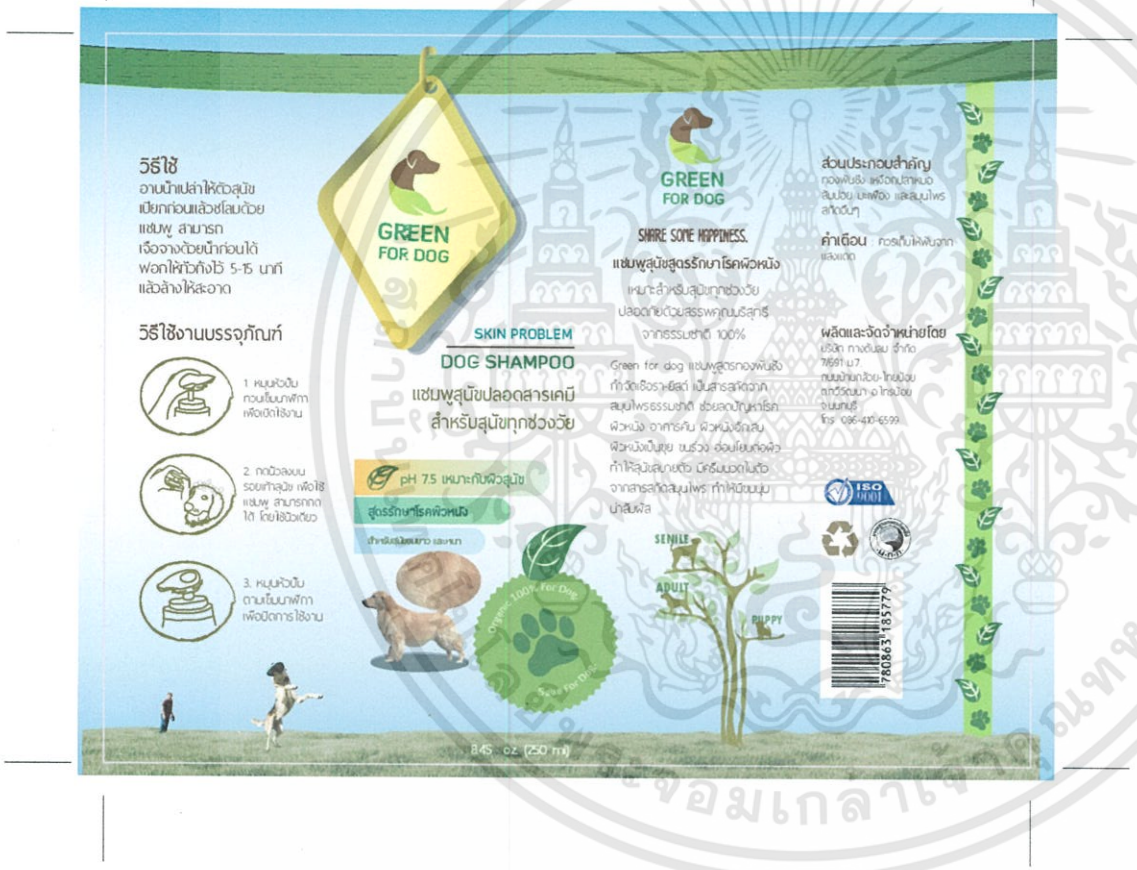
UNIT : mm


180.00
140.00

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

Green for dog shampoo 250 ml artwork

Project : Green for dog

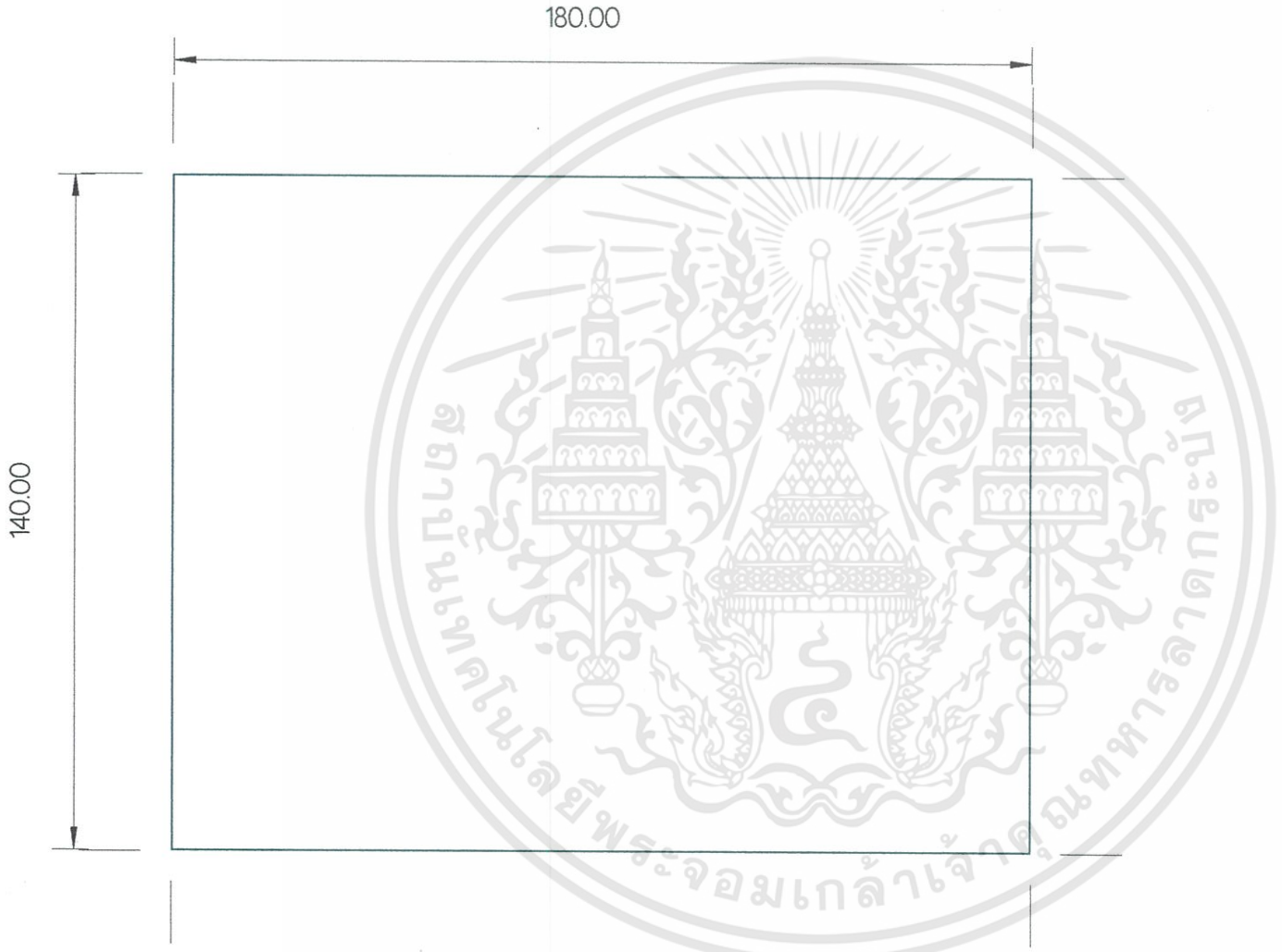


	C = 50 M = 0 Y = 0 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 5 M = 0 Y = 5 K = 0		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 0
	C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30		C = 40 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0		C = 50 M = 45 Y = 80 K = 30
	C = 35 M = 0 Y = 90 K = 0		C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0
	C = 5 M = 0 Y = 75 K = 0		C = 20 M = 20 Y = 100 K = 0

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

UNIT : mm


180.00
140.00

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

Green for dog shampoo 250 ml artwork

Project : Green for dog

	C = 0 M = 10 Y = 35 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 0 M = 5 Y = 5 K = 0		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 0
	C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30		C = 40 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0		C = 50 M = 45 Y = 80 K = 30
	C = 35 M = 0 Y = 90 K = 0		C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0
	C = 5 M = 0 Y = 75 K = 0		C = 20 M = 20 Y = 100 K = 0

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

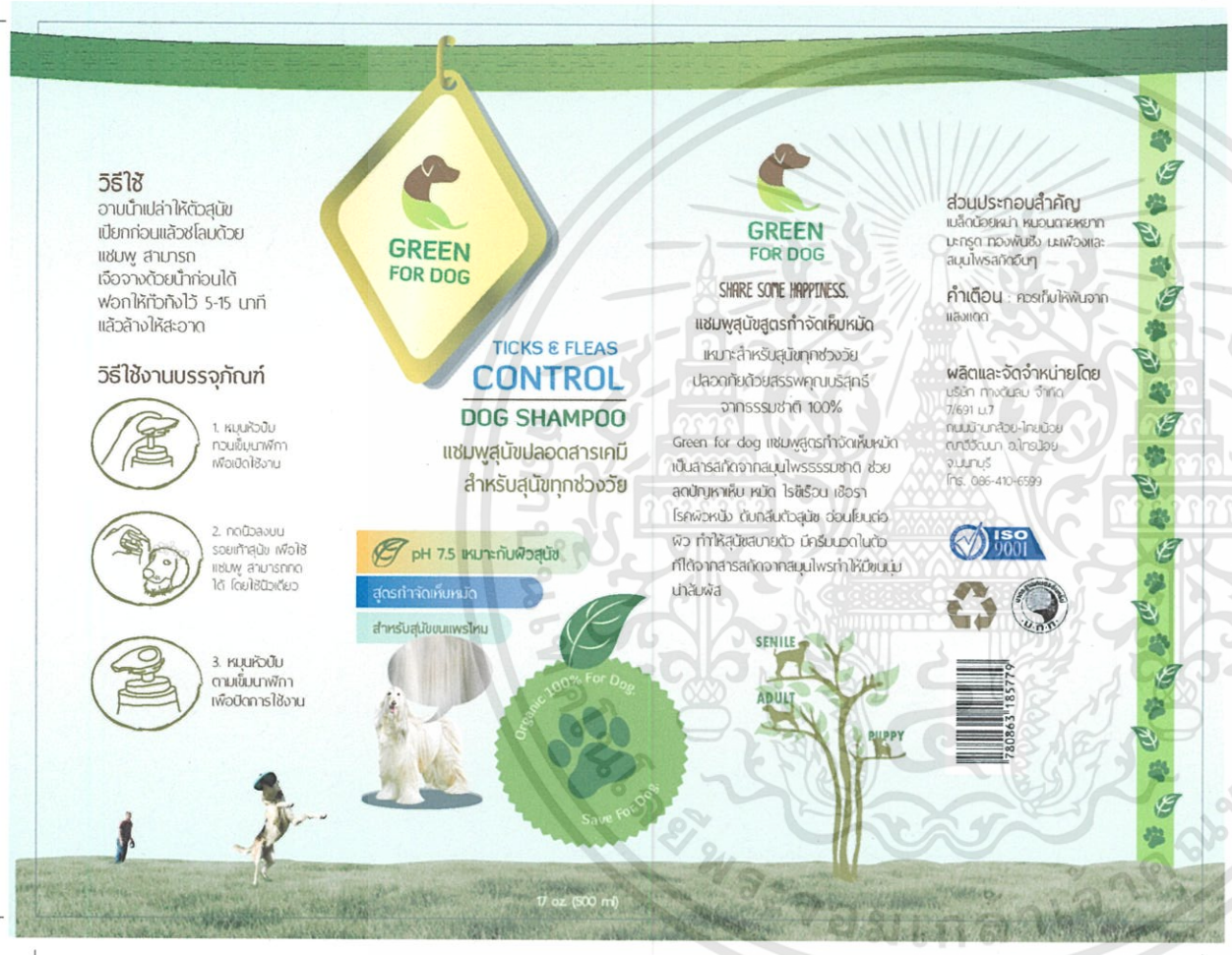
UNIT : mm

225.00
185.00

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

Green for dog shampoo 500 ml artwork

Project : Green for dog



	C = 15 M = 0 Y = 5 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 5 M = 0 Y = 5 K = 0		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 0
	C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30		C = 40 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0		C = 50 M = 45 Y = 80 K = 30
	C = 35 M = 0 Y = 90 K = 0		C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0
	C = 5 M = 0 Y = 75 K = 0		C = 20 M = 20 Y = 100 K = 0
	C = 85 M = 60 Y = 0 K = 0		

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

UNIT : mm

225.00
185.00

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

Green for dog shampoo 500 ml artwork

Project : Green for dog

	C = 15 M = 0 Y = 5 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 5 M = 0 Y = 5 K = 0		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 0
	C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30		C = 40 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0		C = 50 M = 45 Y = 80 K = 30
	C = 35 M = 0 Y = 90 K = 0		C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0
	C = 5 M = 0 Y = 75 K = 0		C = 20 M = 20 Y = 100 K = 0
	C = 60 M = 0 Y = 50 K = 0		

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

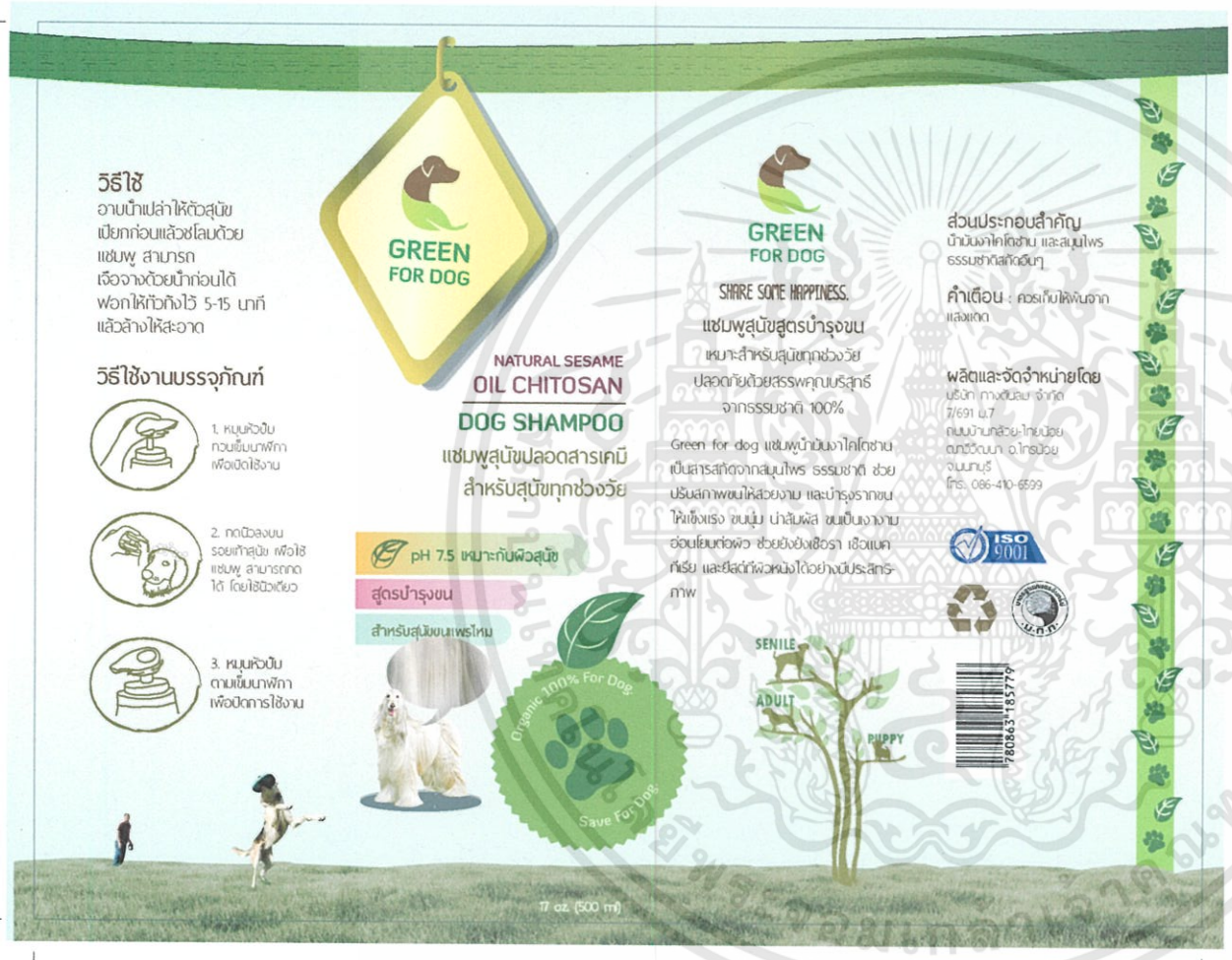
Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

UNIT : mm

225.00
185.00

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198
Green for dog shampoo 500 ml artwork

Project : Green for dog

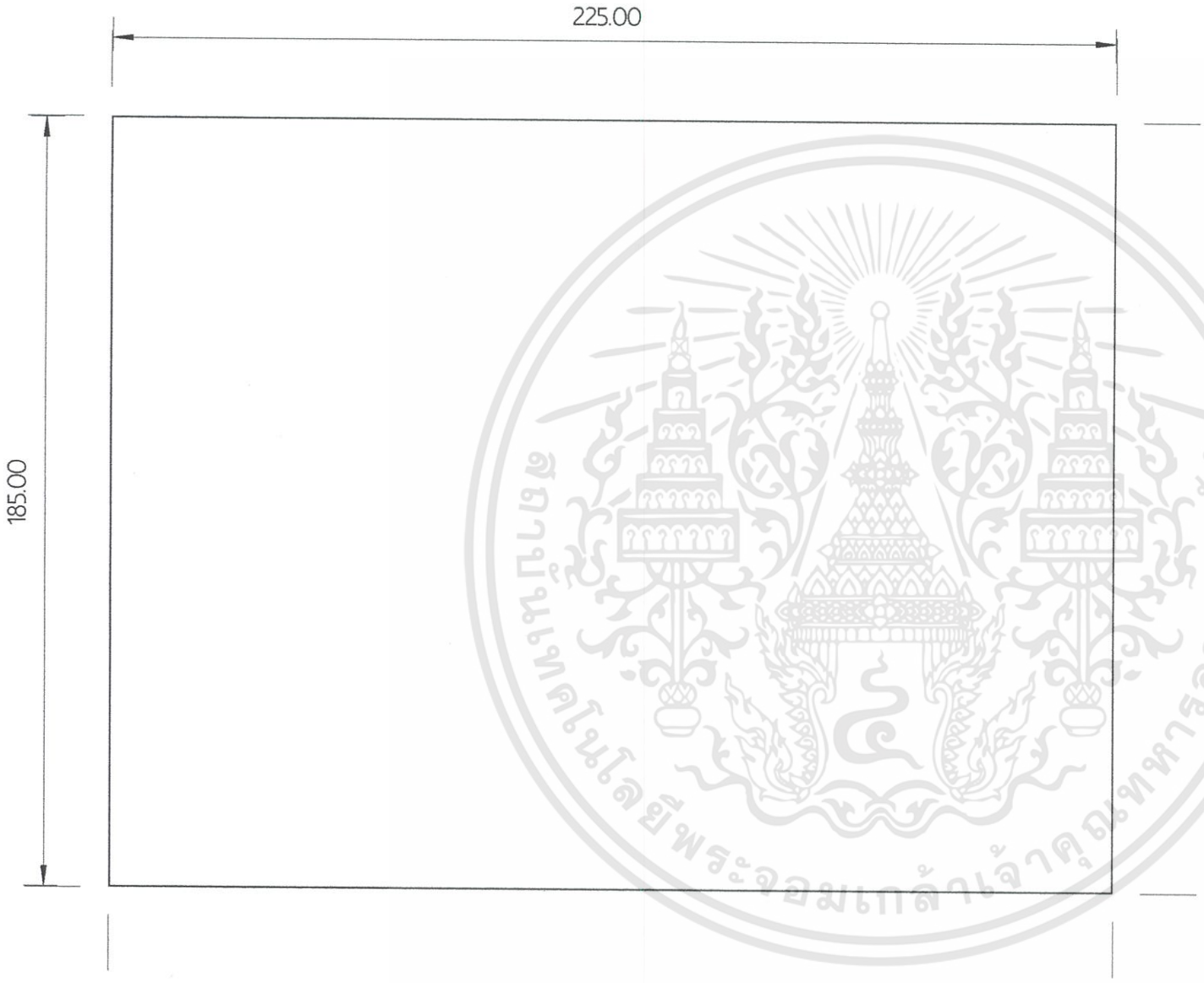


	C = 15 M = 0 Y = 5 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 5 M = 0 Y = 5 K = 0		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 0
	C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30		C = 40 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0		C = 50 M = 45 Y = 80 K = 30
	C = 35 M = 0 Y = 90 K = 0		C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0
	C = 5 M = 0 Y = 75 K = 0		C = 20 M = 20 Y = 100 K = 0
	C = 0 M = 0 Y = 70 K = 0		

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

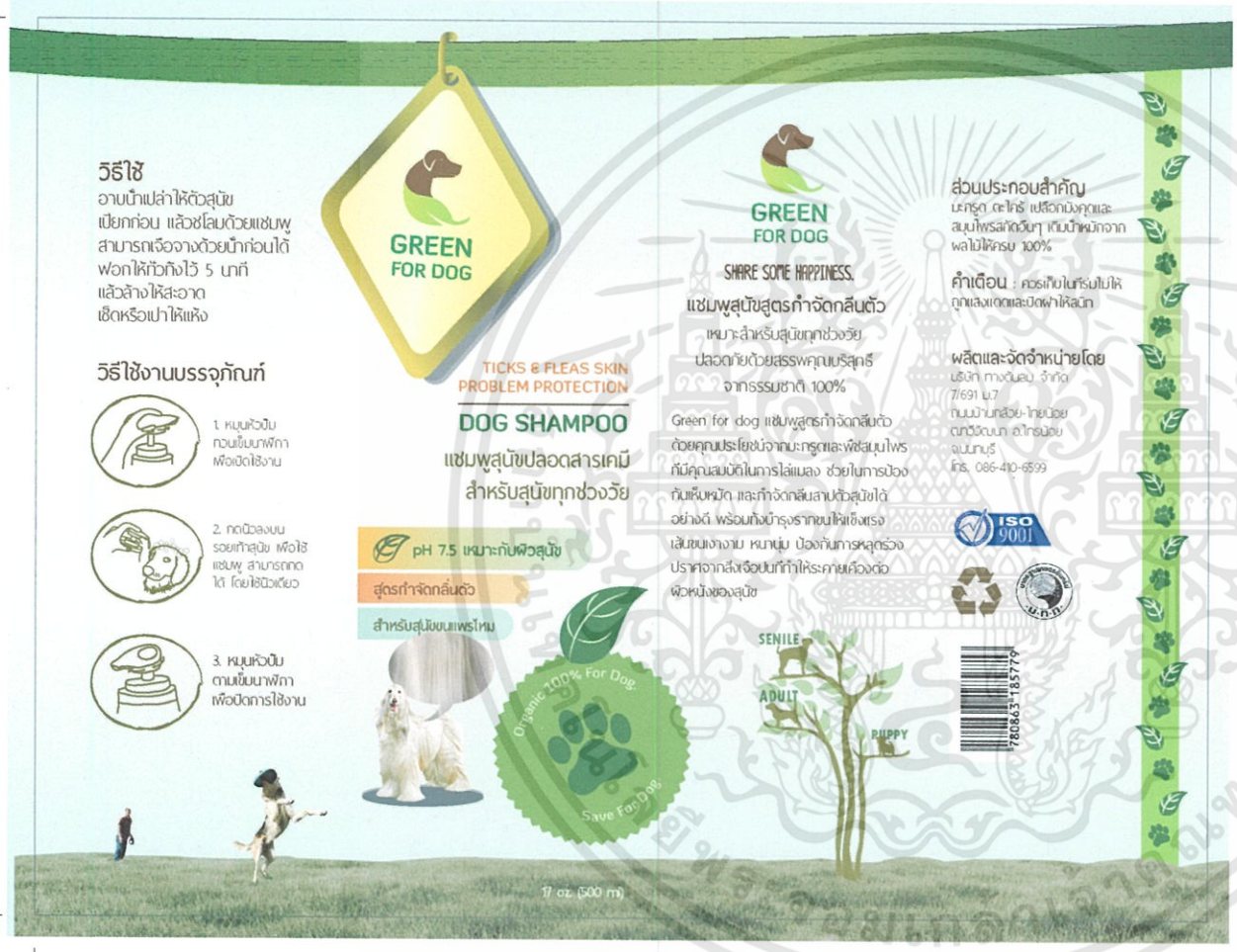
UNIT : mm


225.00
185.00

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

Green for dog shampoo 500 ml artwork

Project : Green for dog



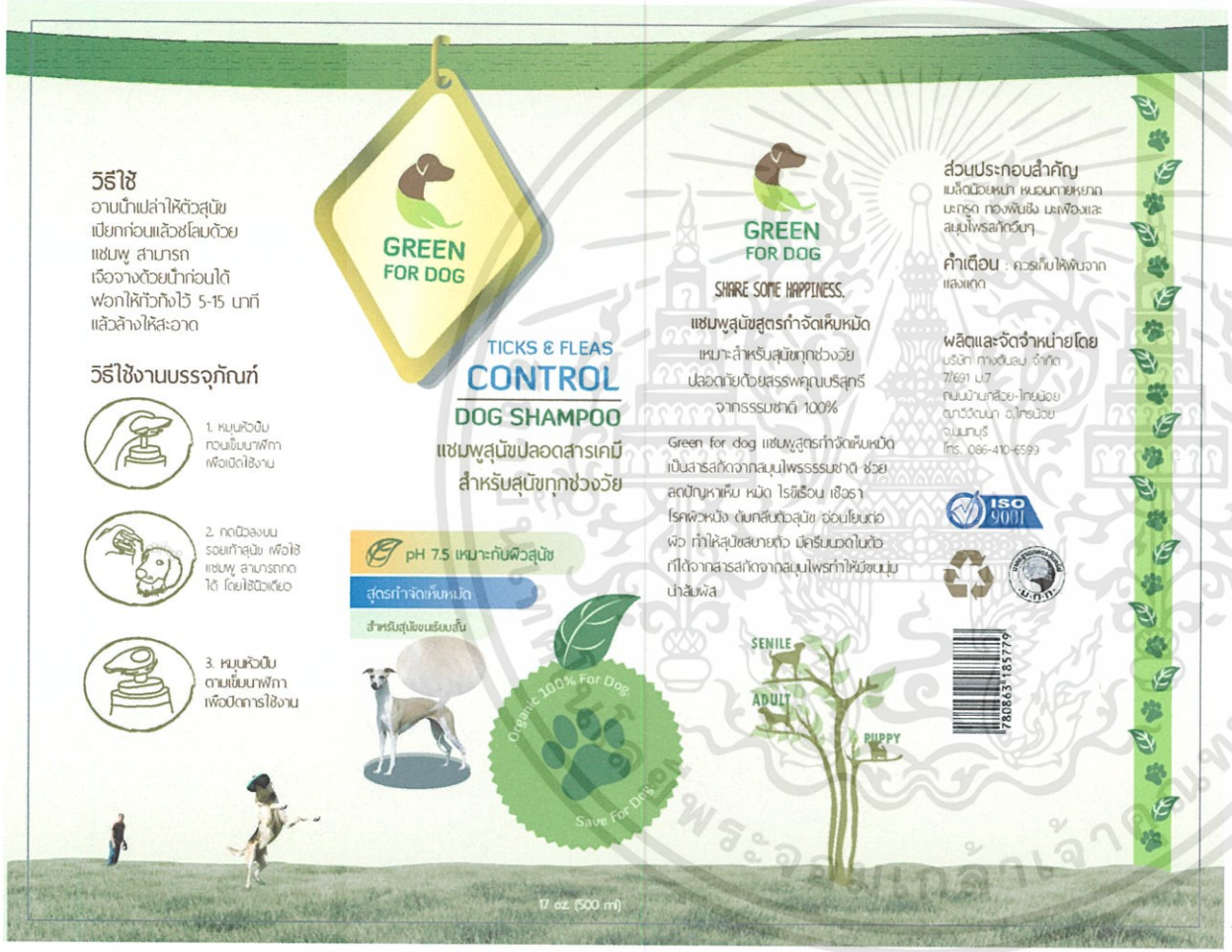
	C = 15 M = 0 Y = 5 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 5 M = 0 Y = 5 K = 0		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 0
	C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30		C = 40 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0		C = 50 M = 45 Y = 80 K = 30
	C = 35 M = 0 Y = 90 K = 0		C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0
	C = 5 M = 0 Y = 75 K = 0		C = 20 M = 20 Y = 100 K = 0
	C = 0 M = 55 Y = 90 K = 0		

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

UNIT : mm

225.00
185.00



Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

Green for dog shampoo 500 ml artwork

Project : Green for dog

	C = 15 M = 0 Y = 5 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 5 M = 0 Y = 5 K = 0		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 0
	C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30		C = 40 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0		C = 50 M = 45 Y = 80 K = 30
	C = 35 M = 0 Y = 90 K = 0		C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0
	C = 5 M = 0 Y = 75 K = 0		C = 20 M = 20 Y = 100 K = 0
	C = 85 M = 60 Y = 0 K = 0		

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

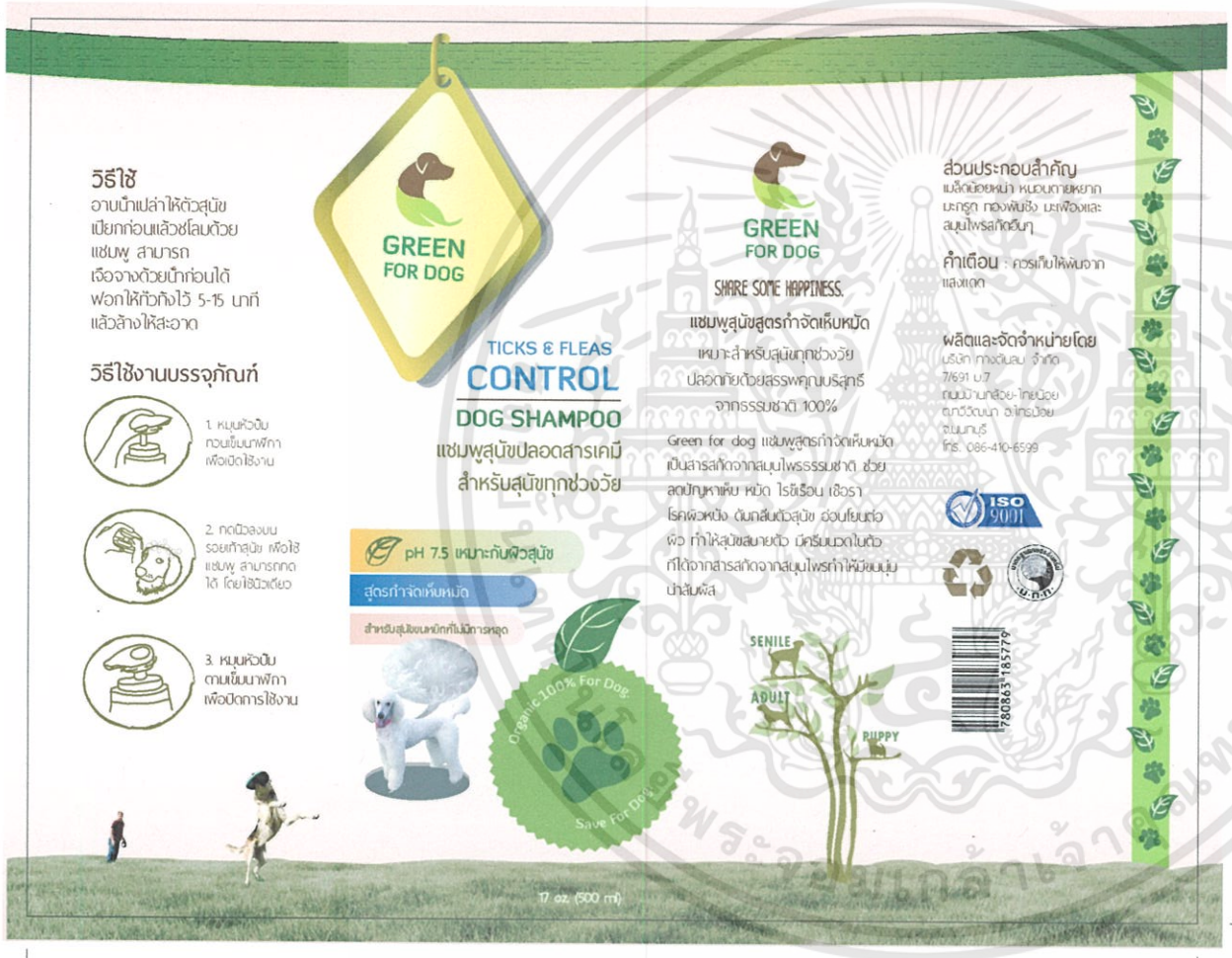
UNIT : mm

225.00
185.00

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

Green for dog shampoo 500 ml artwork

Project : Green for dog

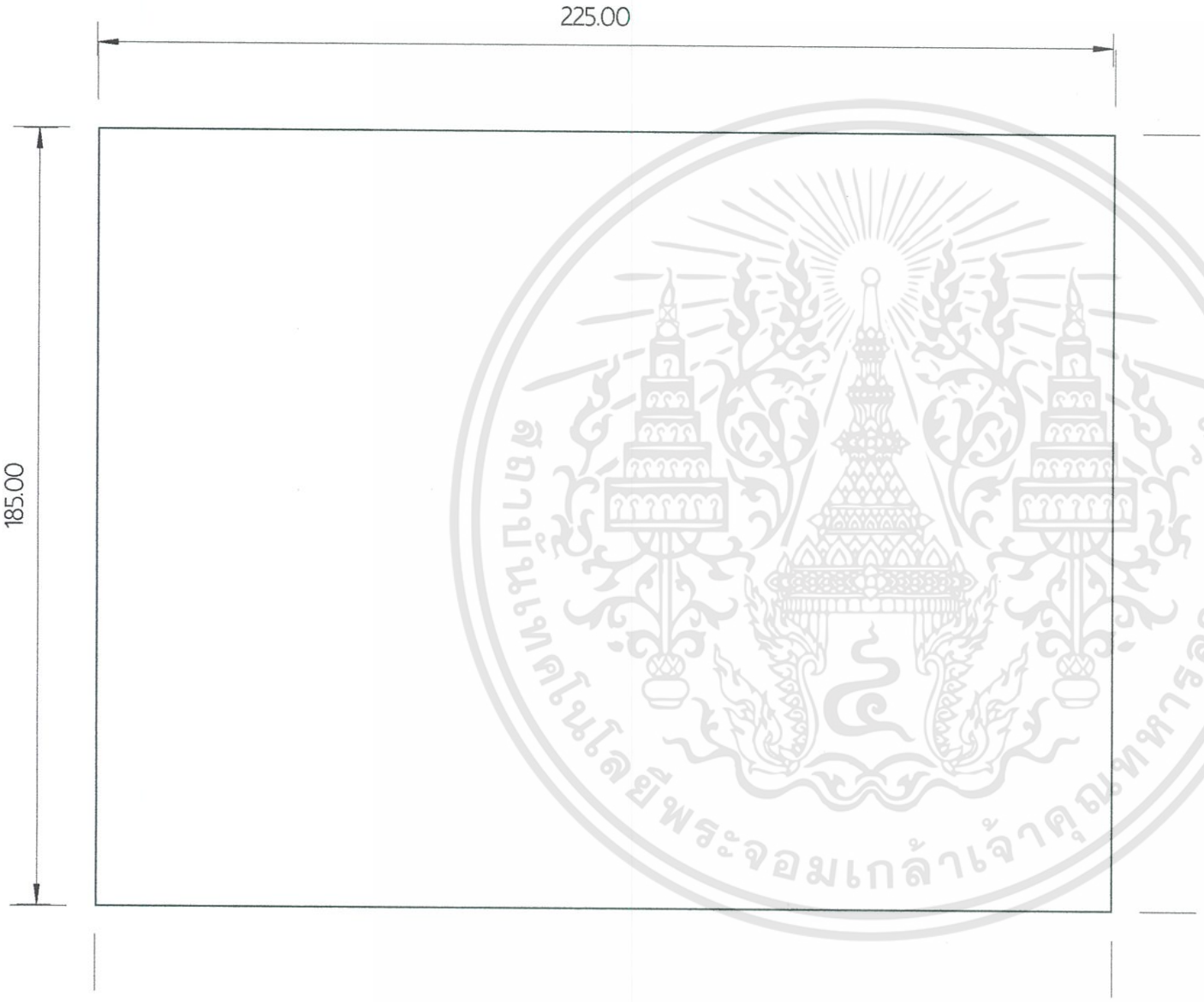


	C = 0 M = 20 Y = 20 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 0 M = 5 Y = 5 K = 0		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 0
	C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30		C = 40 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0		C = 50 M = 45 Y = 80 K = 30
	C = 35 M = 0 Y = 90 K = 0		C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0
	C = 5 M = 0 Y = 75 K = 0		C = 20 M = 20 Y = 100 K = 0
	C = 85 M = 60 Y = 0 K = 0		

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

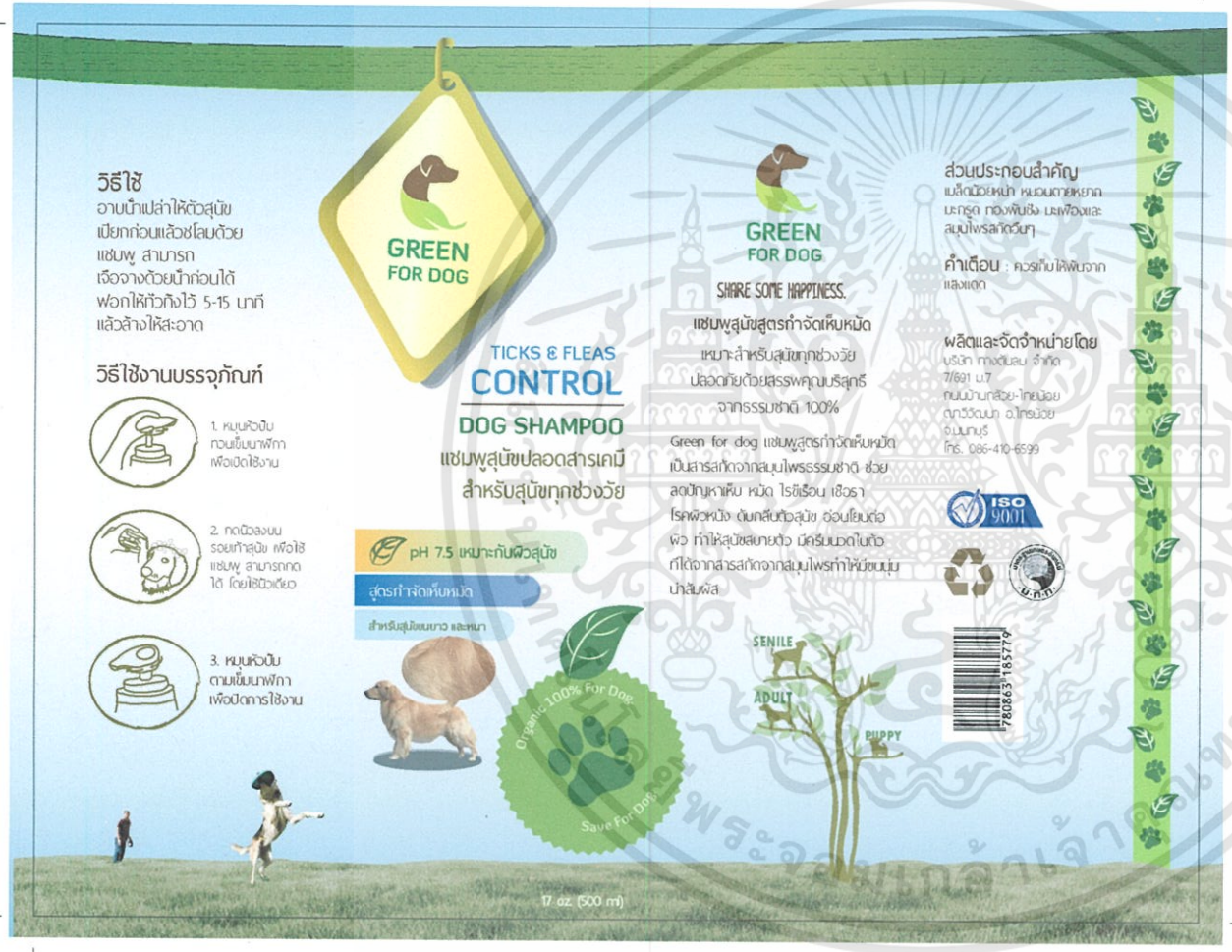
UNIT : mm


225.00
185.00

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

Green for dog shampoo 500 ml artwork

Project : Green for dog

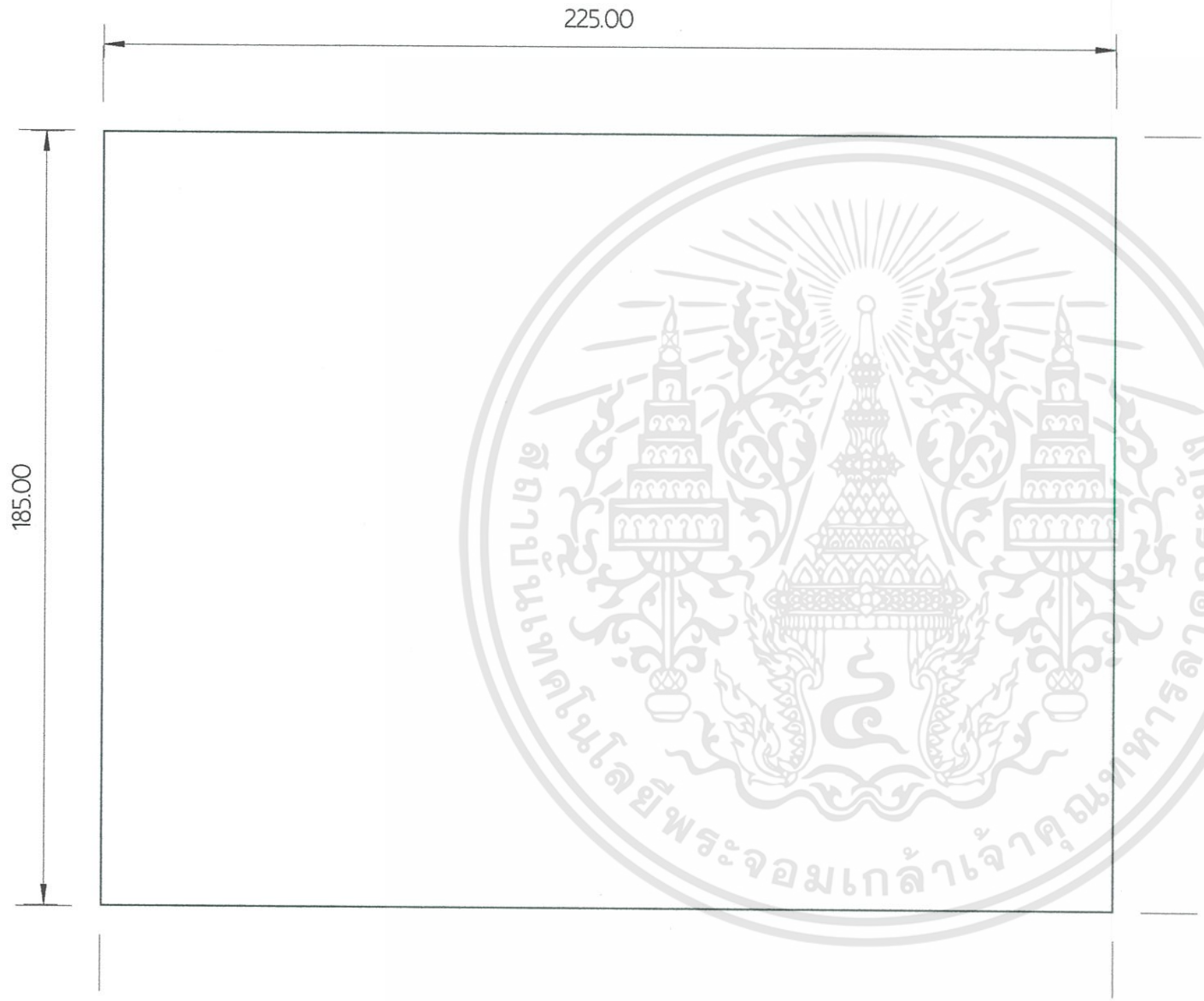


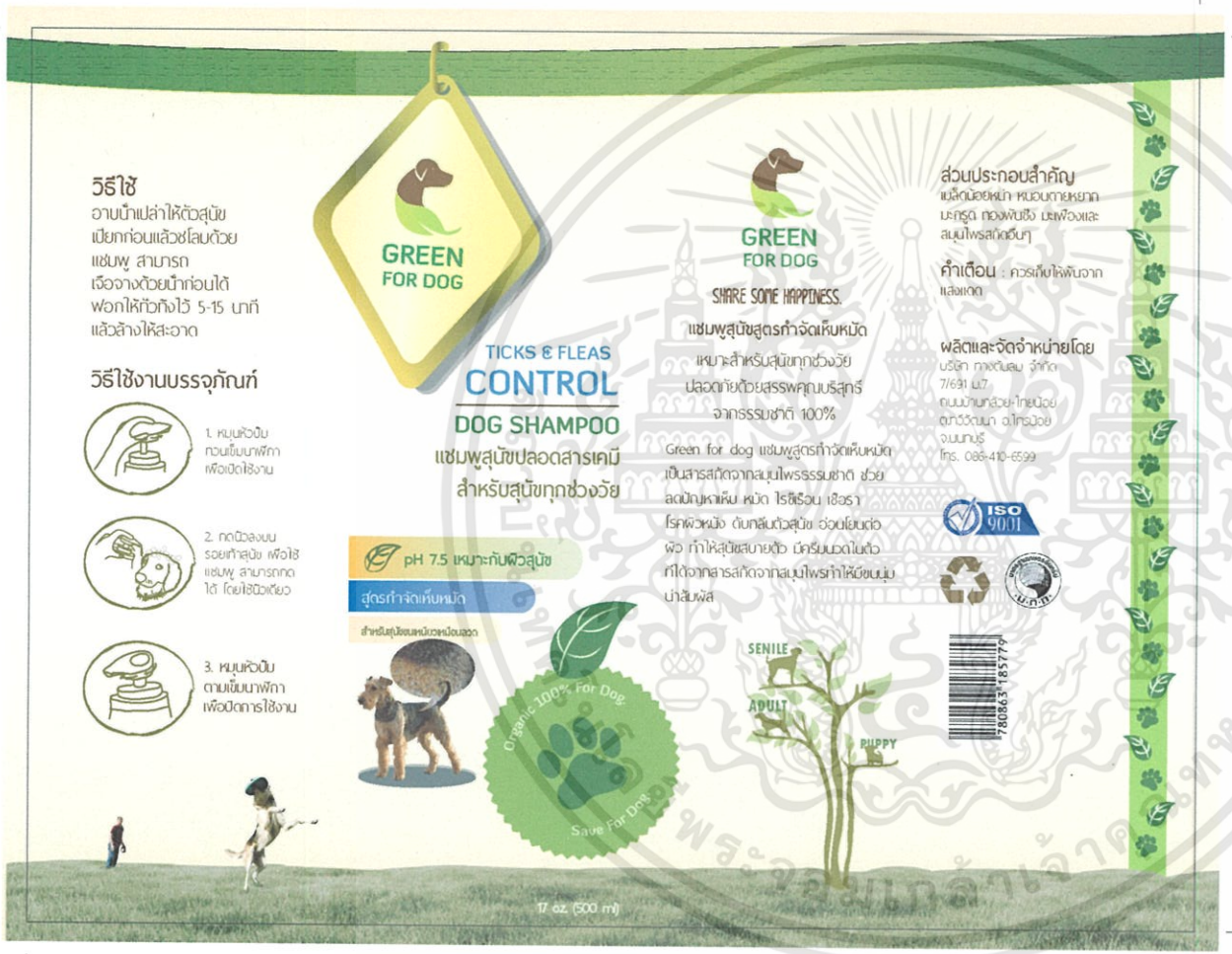
	C = 50 M = 0 Y = 0 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 5 M = 0 Y = 5 K = 0		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 0
	C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30		C = 40 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0		C = 50 M = 45 Y = 80 K = 30
	C = 35 M = 0 Y = 90 K = 0		C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0
	C = 5 M = 0 Y = 75 K = 0		C = 20 M = 20 Y = 100 K = 0
	C = 85 M = 60 Y = 0 K = 0		

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

UNIT : mm


225.00
185.00



Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

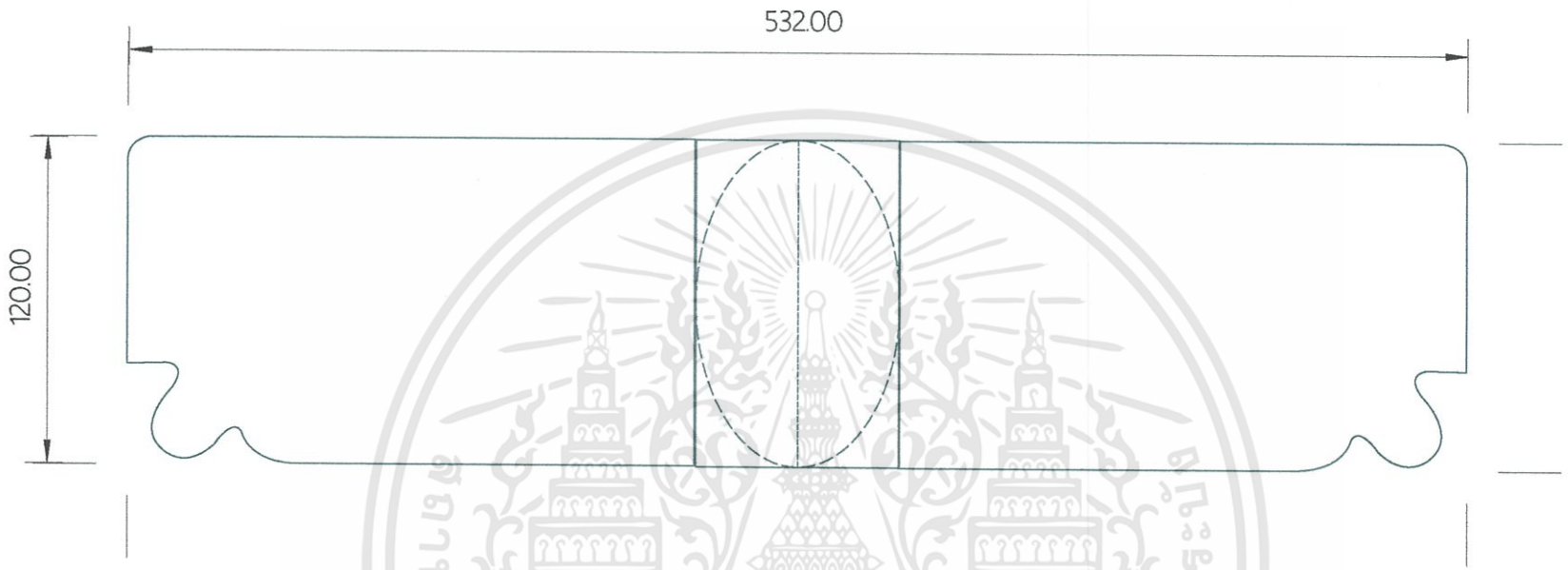
Green for dog shampoo 500 ml artwork

Project : Green for dog

	C = 0 M = 10 Y = 35 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 0 M = 5 Y = 5 K = 0		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 0
	C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30		C = 40 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0		C = 50 M = 45 Y = 80 K = 30
	C = 35 M = 0 Y = 90 K = 0		C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0
	C = 5 M = 0 Y = 75 K = 0		C = 20 M = 20 Y = 100 K = 0
	C = 85 M = 60 Y = 0 K = 0		

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

UNIT : mm


532.00
120.00

C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90	C = 55 M = 20 Y = 100 K = 0	C = 40 M = 45 Y = 100 K = 15	C = 50 M = 45 Y = 80 K = 30	C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0	C = 20 M = 20 Y = 100 K = 0
C = 15 M = 0 Y = 5 K = 0	C = 5 M = 0 Y = 5 K = 0	C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30	C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0	C = 35 M = 0 Y = 90 K = 0	C = 5 M = 0 Y = 75 K = 0

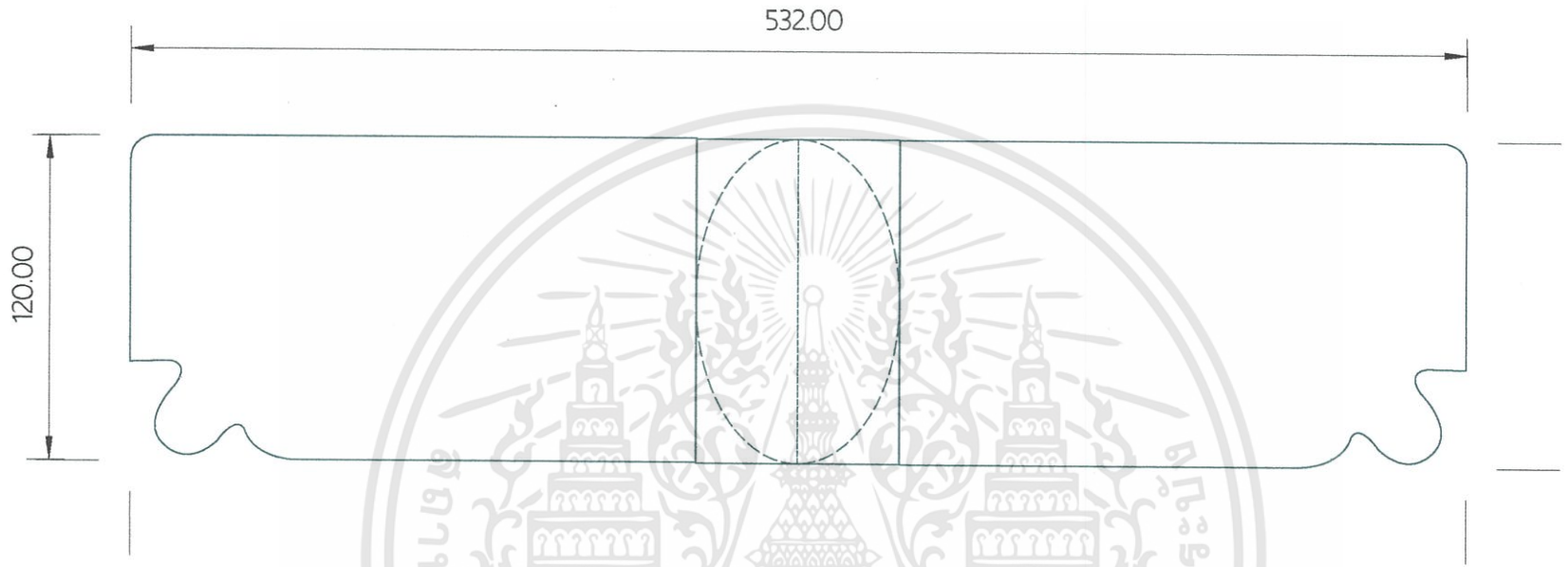
Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198
Green for dog shampoo pouch 400 ml artwork

Project : Green for dog

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : LDPE
Printing Process : Gravure

UNIT : mm
Scale : 1 : 4


532.00
120.00

C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90	C = 55 M = 20 Y = 100 K = 0	C = 40 M = 45 Y = 100 K = 15	C = 50 M = 45 Y = 80 K = 30	C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0	C = 20 M = 20 Y = 100 K = 0

C = 15 M = 0 Y = 30 K = 0	C = 0 M = 0 Y = 10 K = 0	C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30	C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0	C = 35 M = 0 Y = 90 K = 0	C = 5 M = 0 Y = 75 K = 0

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198
Green for dog shampoo pouch 400 ml artwork

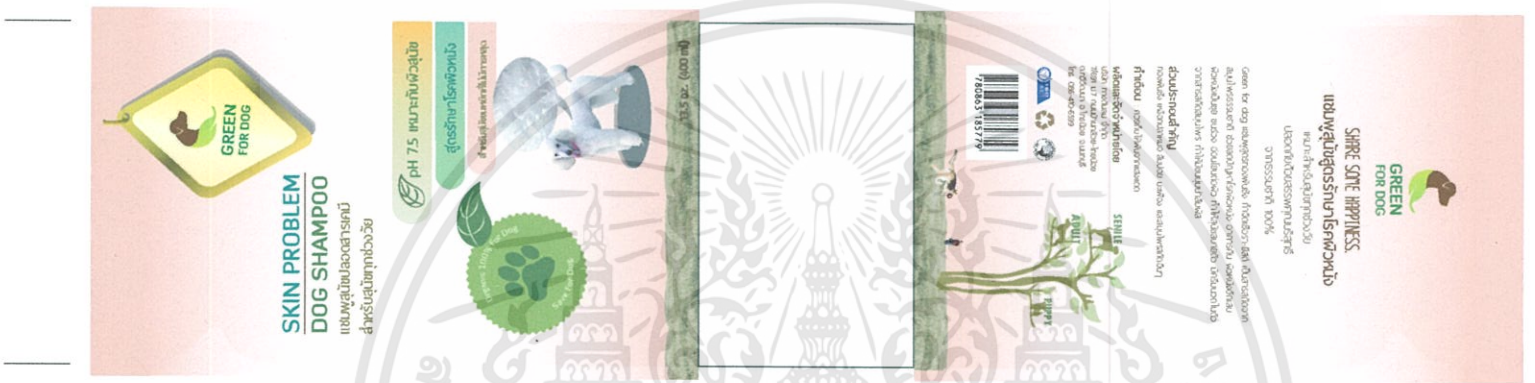
Project : Green for dog

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : LDPE
Printing Process : Gravure

UNIT : mm
Scale : 1:4

532.00
120.00



C = 0
M = 20
Y = 20
K = 0

C = 55
M = 20
Y = 100
K = 0

C = 40
M = 45
Y = 100
K = 15

C = 50
M = 45
Y = 80
K = 30

C = 35
M = 30
Y = 65
K = 0

C = 20
M = 20
Y = 100
K = 0

C = 0
M = 5
Y = 5
K = 0

C = 5
M = 0
Y = 5
K = 0

C = 70
M = 40
Y = 100
K = 30

C = 20
M = 0
Y = 45
K = 0

C = 35
M = 0
Y = 90
K = 0

C = 5
M = 0
Y = 75
K = 0

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198
Green for dog shampoo pouch 400 ml artwork

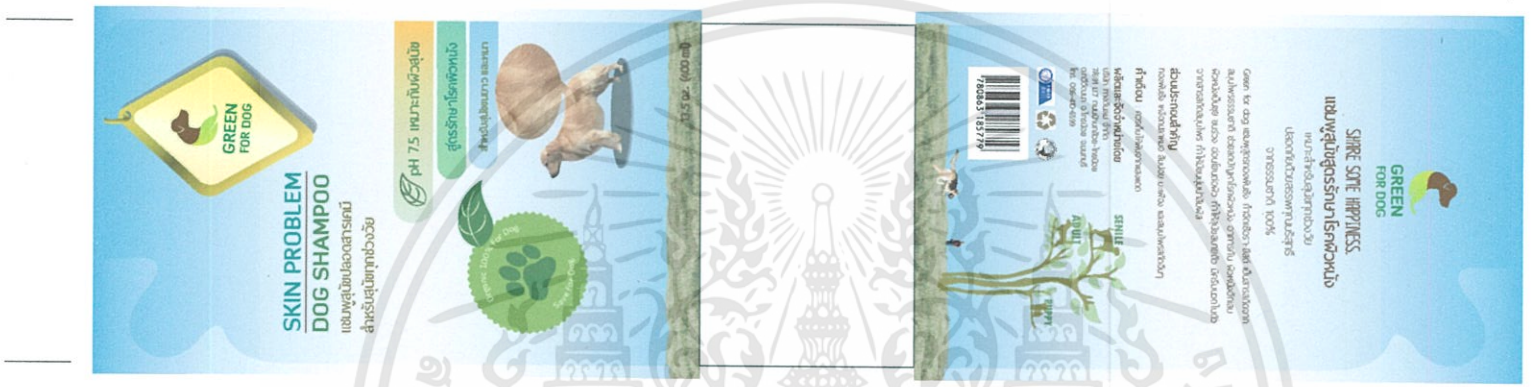
Project : Green for dog

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : LDPE
Printing Process : Gravure

UNIT : mm
Scale : 1 : 4

532.00
120.00



C = 75
M = 70
Y = 70
K = 90

C = 55
M = 20
Y = 100
K = 0

C = 40
M = 45
Y = 100
K = 15

C = 50
M = 45
Y = 80
K = 30

C = 35
M = 30
Y = 65
K = 0

C = 20
M = 20
Y = 100
K = 0

C = 50
M = 0
Y = 0
K = 0

C = 5
M = 0
Y = 5
K = 0

C = 70
M = 40
Y = 100
K = 30

C = 20
M = 0
Y = 45
K = 0

C = 35
M = 0
Y = 90
K = 0

C = 5
M = 0
Y = 75
K = 0

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198
Green for dog shampoo pouch 400 ml artwork

Project : Green for dog

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : LDPE
Printing Process : Gravure

UNIT : mm
Scale : 1 : 4

532.00
120.00

C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90	C = 55 M = 20 Y = 100 K = 0	C = 40 M = 45 Y = 100 K = 15	C = 50 M = 45 Y = 80 K = 30	C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0	C = 20 M = 20 Y = 100 K = 0

C = 0 M = 10 Y = 35 K = 0	C = 0 M = 5 Y = 5 K = 0	C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30	C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0	C = 35 M = 0 Y = 90 K = 0	C = 5 M = 0 Y = 75 K = 0

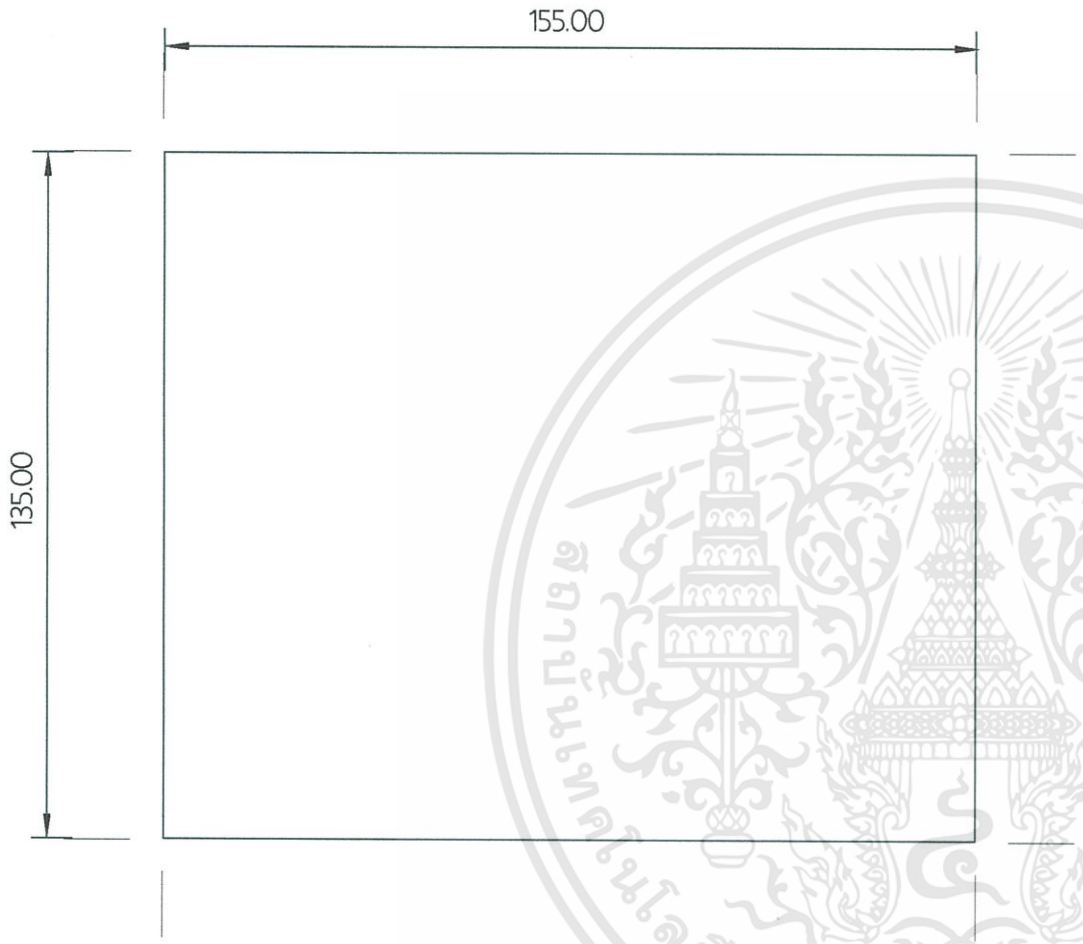
Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198
Green for dog shampoo pouch 400 ml artwork

Project : Green for dog

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : LDPE
Printing Process : Gravure

UNIT : mm
Scale : 1 : 4


155.00
135.00

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

Green for dog spray 220 ml artwork

Project : Green for dog

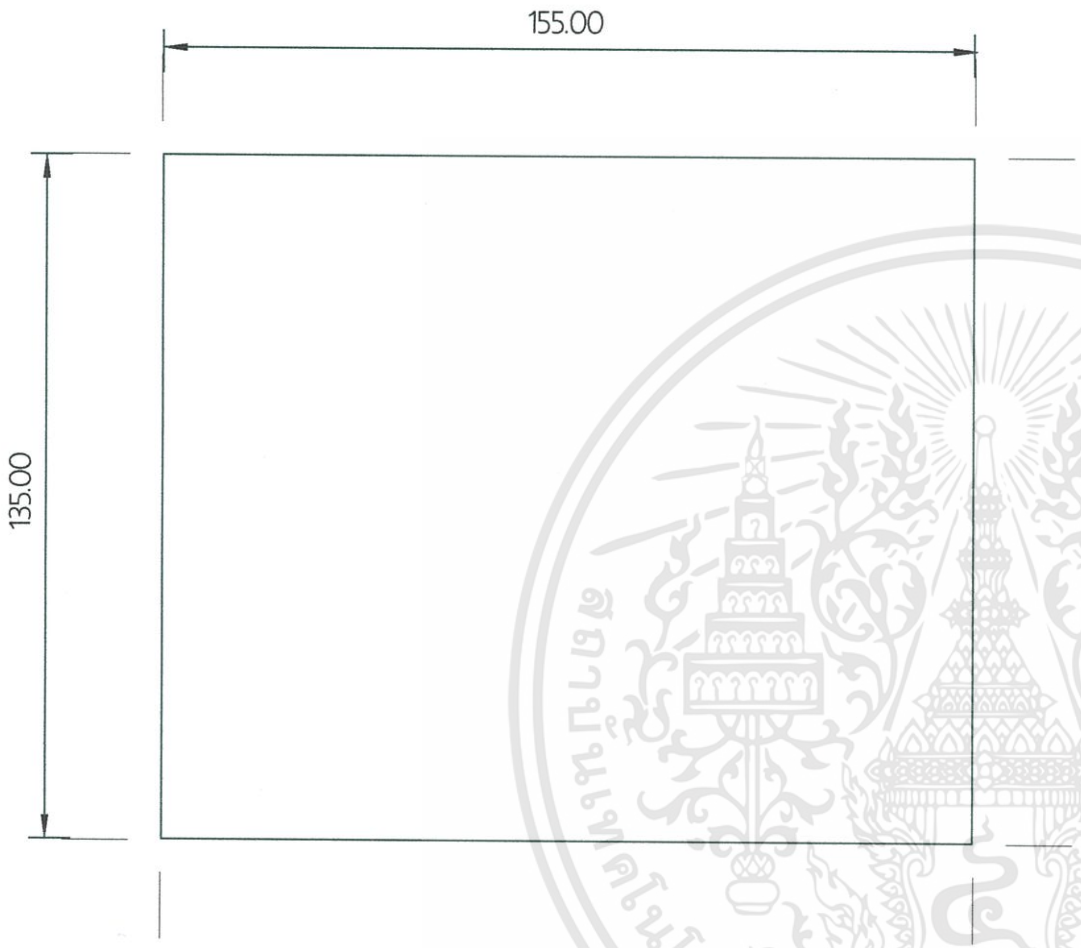
	C = 30 M = 85 Y = 100 K = 45		C = 0 M = 35 Y = 100 K = 0
	C = 5 M = 10 Y = 100 K = 0		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 5
	C = 65 M = 0 Y = 100 K = 0		C = 45 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 55 M = 0 Y = 30 K = 0		C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30
	C = 0 M = 0 Y = 0 K = 25		C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0
	C = 0 M = 0 Y = 0 K = 70		C = 85 M = 25 Y = 65 K = 5
	C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 35 M = 70 Y = 100 K = 40		

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

UNIT : mm

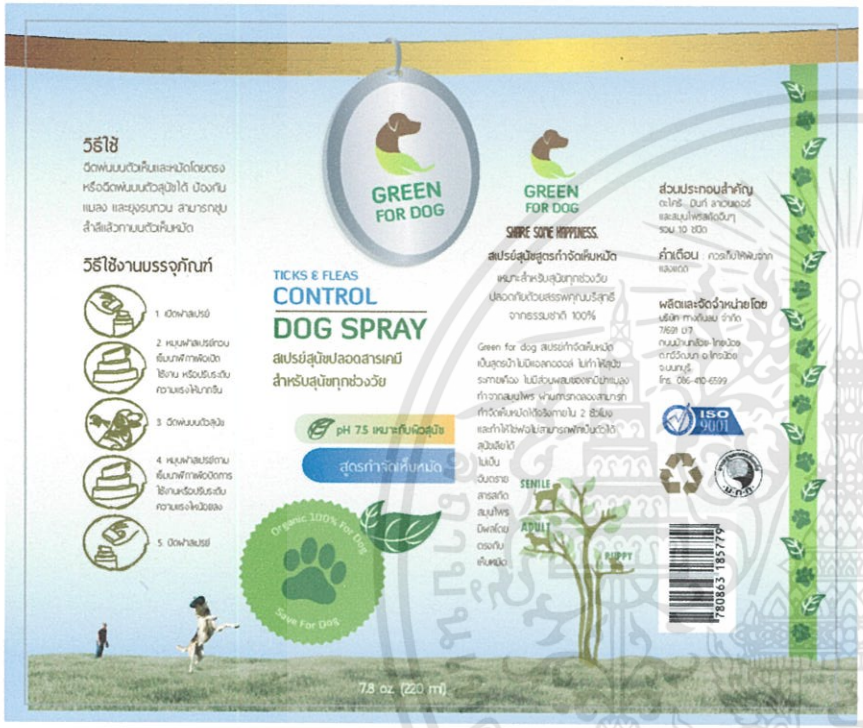
วิทยาลัยพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง


155.00
135.00

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

Green for dog spray 220 ml artwork

Project : Green for dog

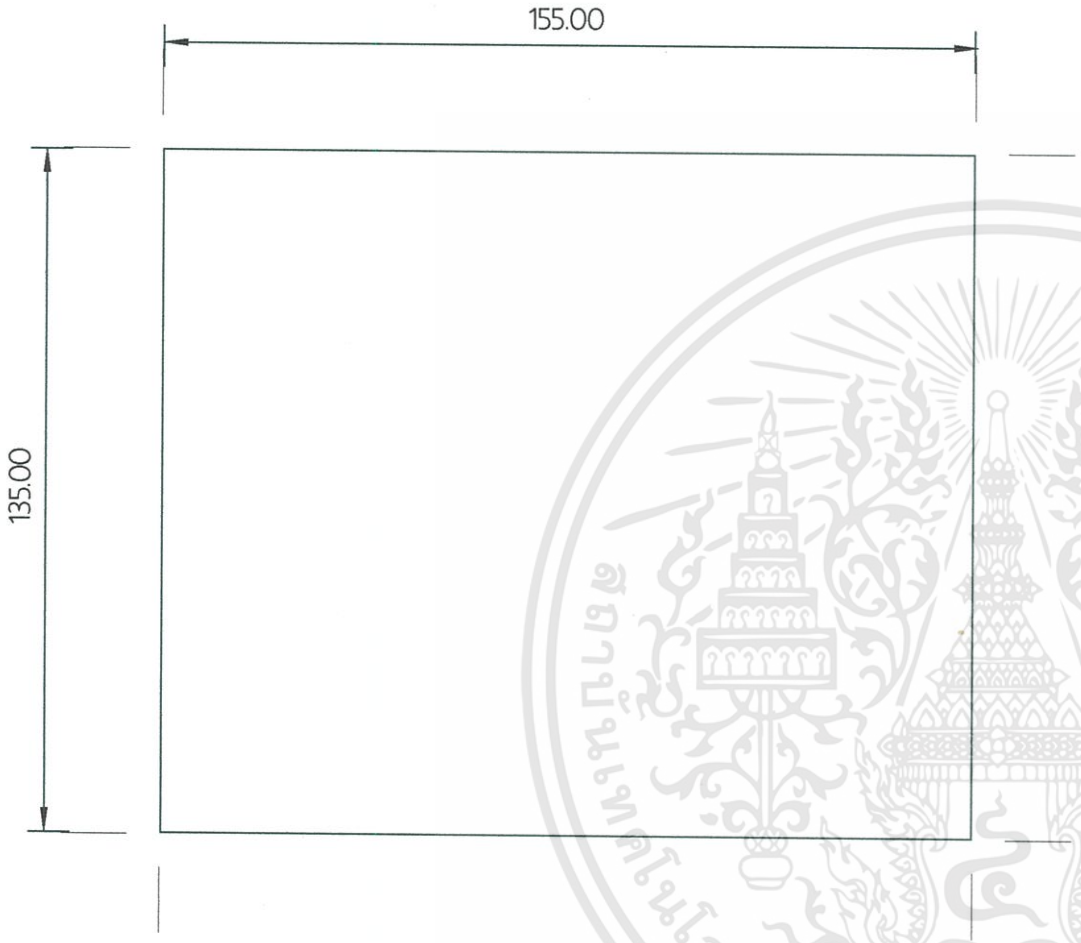


Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

	C = 30 M = 85 Y = 100 K = 45		C = 0 M = 35 Y = 100 K = 0
	C = 5 M = 10 Y = 100 K = 0		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 5
	C = 55 M = 15 Y = 0 K = 0		C = 45 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 35 M = 0 Y = 65 K = 0		C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30
	C = 0 M = 0 Y = 0 K = 25		C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0
	C = 0 M = 0 Y = 0 K = 70		C = 70 M = 40 Y = 0 K = 0
	C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 35 M = 70 Y = 100 K = 40		

UNIT : mm


155.00
135.00

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

Green for dog spray 220 ml artwork

Project : Green for dog

	C = 30 M = 85 Y = 100 K = 45		C = 0 M = 35 Y = 100 K = 0
	C = 5 M = 10 Y = 100 K = 0		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 5
	C = 0 M = 70 Y = 0 K = 0		C = 45 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 5 M = 5 Y = 90 K = 0		C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30
	C = 0 M = 0 Y = 0 K = 25		C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0
	C = 0 M = 0 Y = 0 K = 70		C = 30 M = 100 Y = 55 K = 20
	C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 35 M = 70 Y = 100 K = 40		

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

UNIT : mm

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

225.00
185.00

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

Green for dog spray 500 ml artwork

Project : Green for dog

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

	C = 30 M = 85 Y = 100 K = 45		C = 0 M = 35 Y = 100 K = 0
	C = 5 M = 10 Y = 100 K = 0		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 5
	C = 65 M = 0 Y = 100 K = 0		C = 45 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 55 M = 0 Y = 30 K = 0		C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30
	C = 0 M = 0 Y = 0 K = 25		C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0
	C = 0 M = 0 Y = 0 K = 70		C = 85 M = 25 Y = 65 K = 5
	C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 35 M = 70 Y = 100 K = 40		

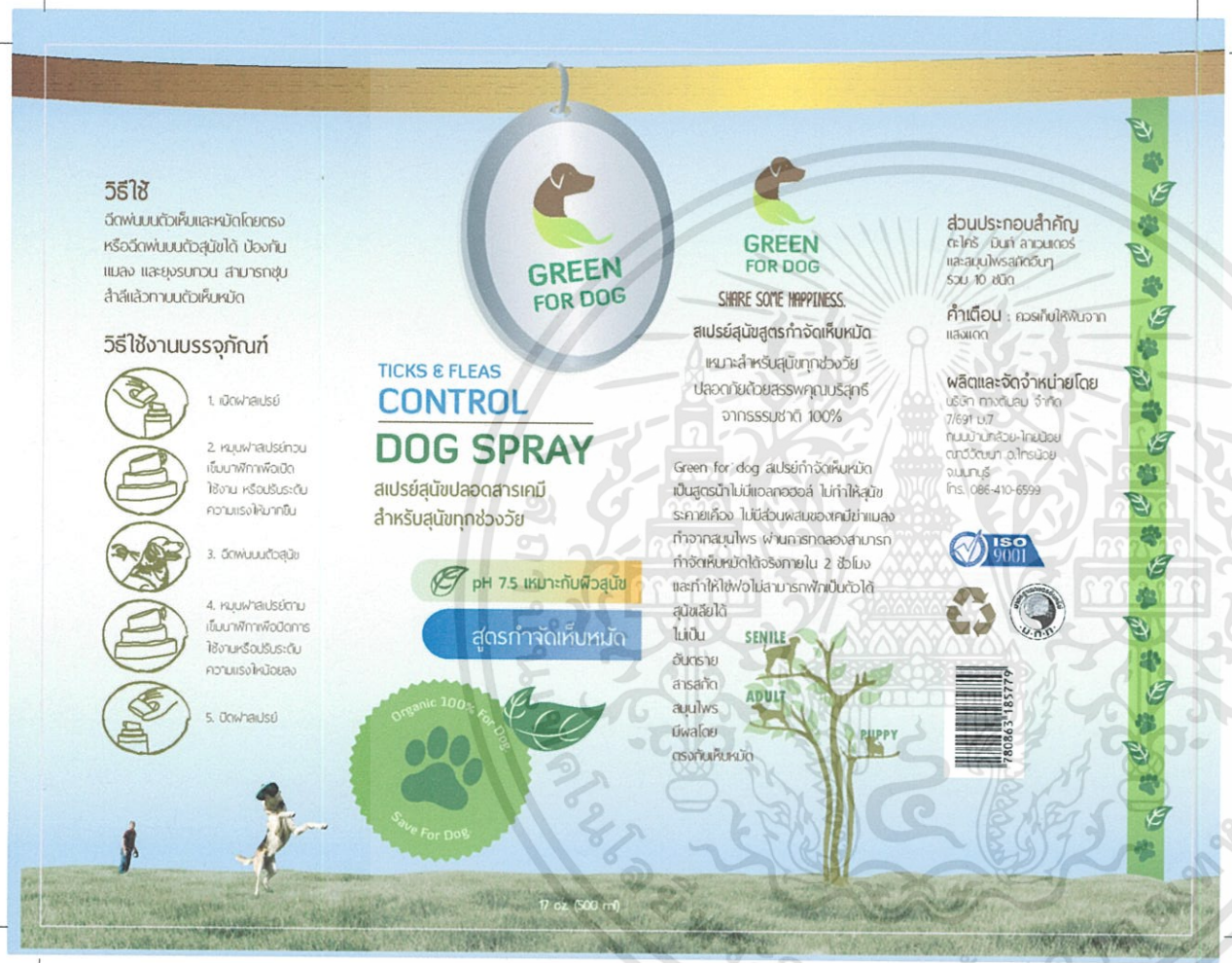
UNIT : mm

225.00
185.00

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

Green for dog spray 500 ml artwork

Project : Green for dog



Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

	C = 30 M = 85 Y = 100 K = 45		C = 0 M = 35 Y = 100 K = 0
	C = 5 M = 10 Y = 100 K = 0		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 5
	C = 55 M = 15 Y = 0 K = 0		C = 45 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 35 M = 0 Y = 65 K = 0		C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30
	C = 0 M = 0 Y = 0 K = 25		C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0
	C = 0 M = 0 Y = 0 K = 70		C = 70 M = 40 Y = 0 K = 0
	C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 35 M = 70 Y = 100 K = 40		

UNIT : mm

225.00
185.00

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

Green for dog spray 500 ml artwork

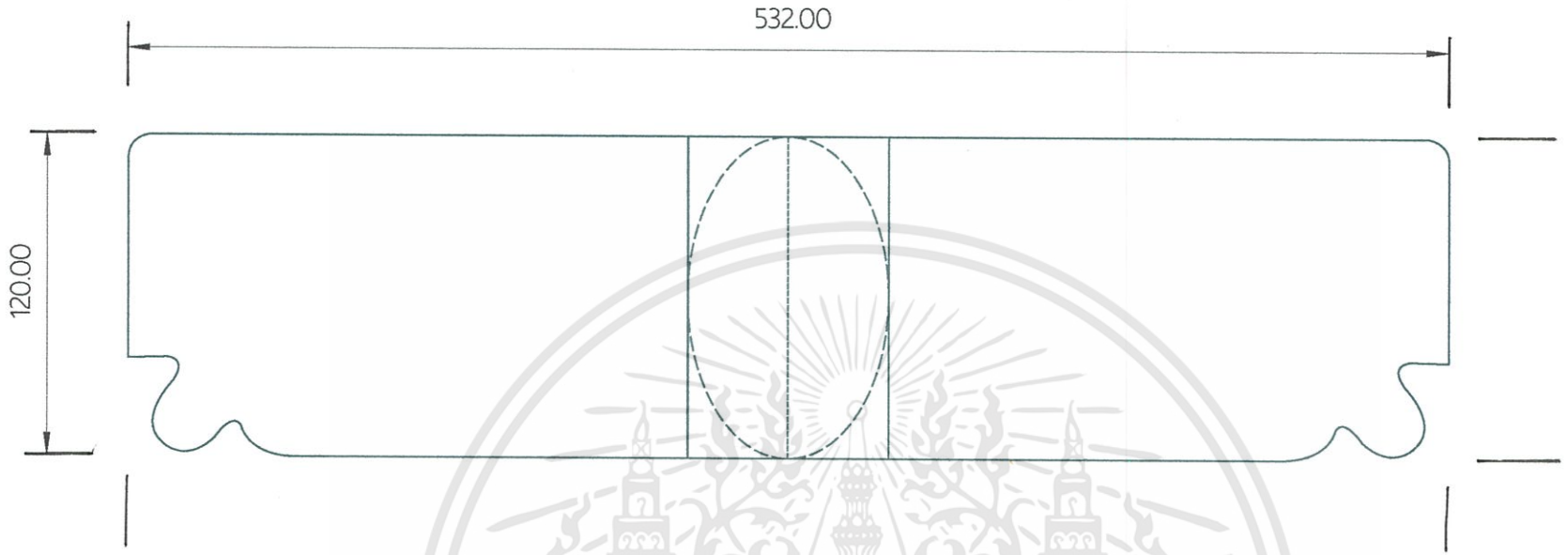
Project : Green for dog

	C = 30 M = 85 Y = 100 K = 45		C = 0 M = 35 Y = 100 K = 0
	C = 5 M = 10 Y = 100 K = 0		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 5
	C = 0 M = 70 Y = 0 K = 0		C = 45 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 5 M = 5 Y = 90 K = 0		C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30
	C = 0 M = 0 Y = 0 K = 25		C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0
	C = 0 M = 0 Y = 0 K = 70		C = 30 M = 100 Y = 55 K = 20
	C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 35 M = 70 Y = 100 K = 40		

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

UNIT : mm


532.00
120.00

C = 65 M = 0 Y = 100 K = 0	C = 55 M = 0 Y = 30 K = 0	C = 0 M = 0 Y = 0 K = 25	C = 0 M = 0 Y = 0 K = 70	C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0	C = 0 M = 35 Y = 100 K = 0
C = 55 M = 20 Y = 100 K = 5	C = 45 M = 45 Y = 100 K = 15	C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30	C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0	C = 85 M = 25 Y = 65 K = 5	C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90	C = 35 M = 70 Y = 100 K = 40

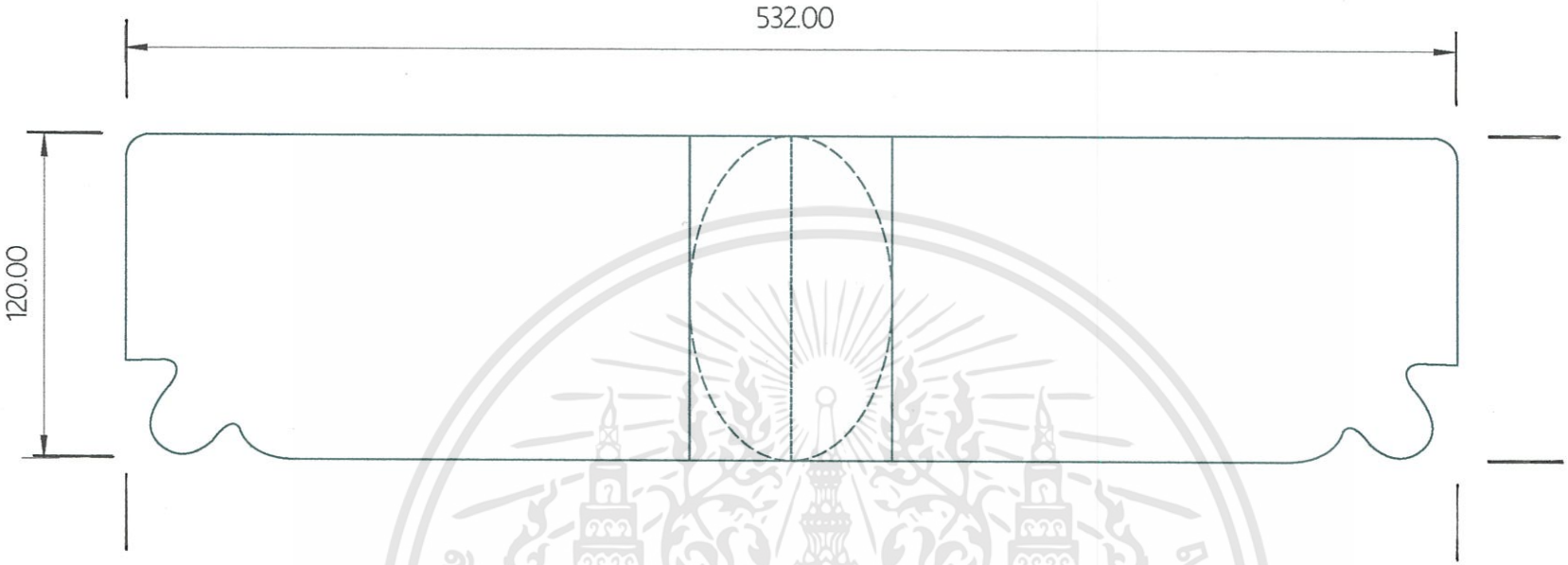
Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198
Green for dog medicinal liquid pouch 400 ml artwork

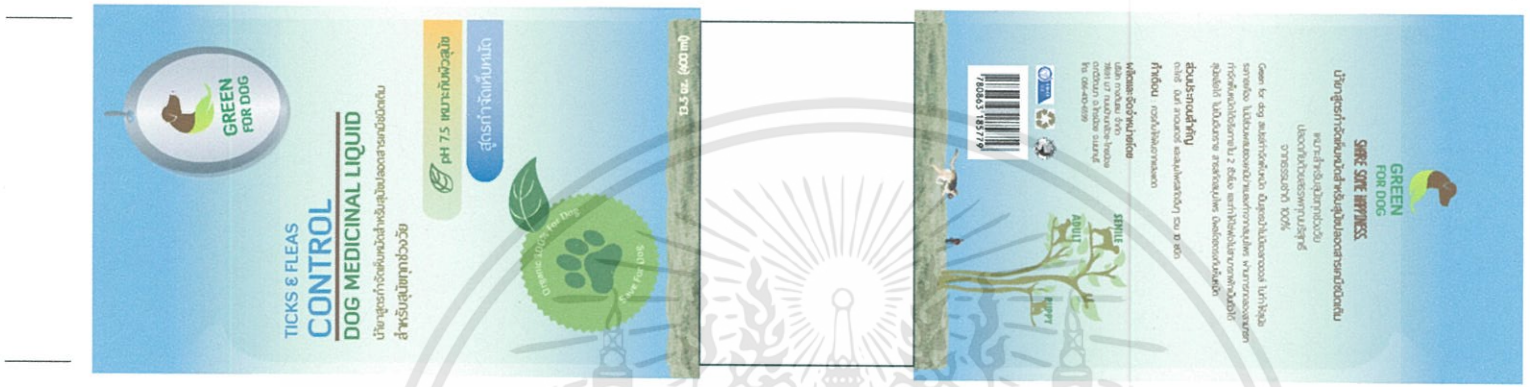
Project : Green for dog

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : LDPE
Printing Process : Gravure

UNIT : mm
Scale : 1:4


532.00
120.00



C = 55 M = 15 Y = 0 K = 0	C = 35 M = 0 Y = 65 K = 0	C = 0 M = 0 Y = 0 K = 25	C = 0 M = 0 Y = 0 K = 70	C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0	C = 0 M = 35 Y = 100 K = 0	
C = 55 M = 20 Y = 100 K = 5	C = 45 M = 45 Y = 100 K = 15	C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30	C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0	C = 70 M = 40 Y = 0 K = 0	C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90	C = 35 M = 70 Y = 100 K = 40

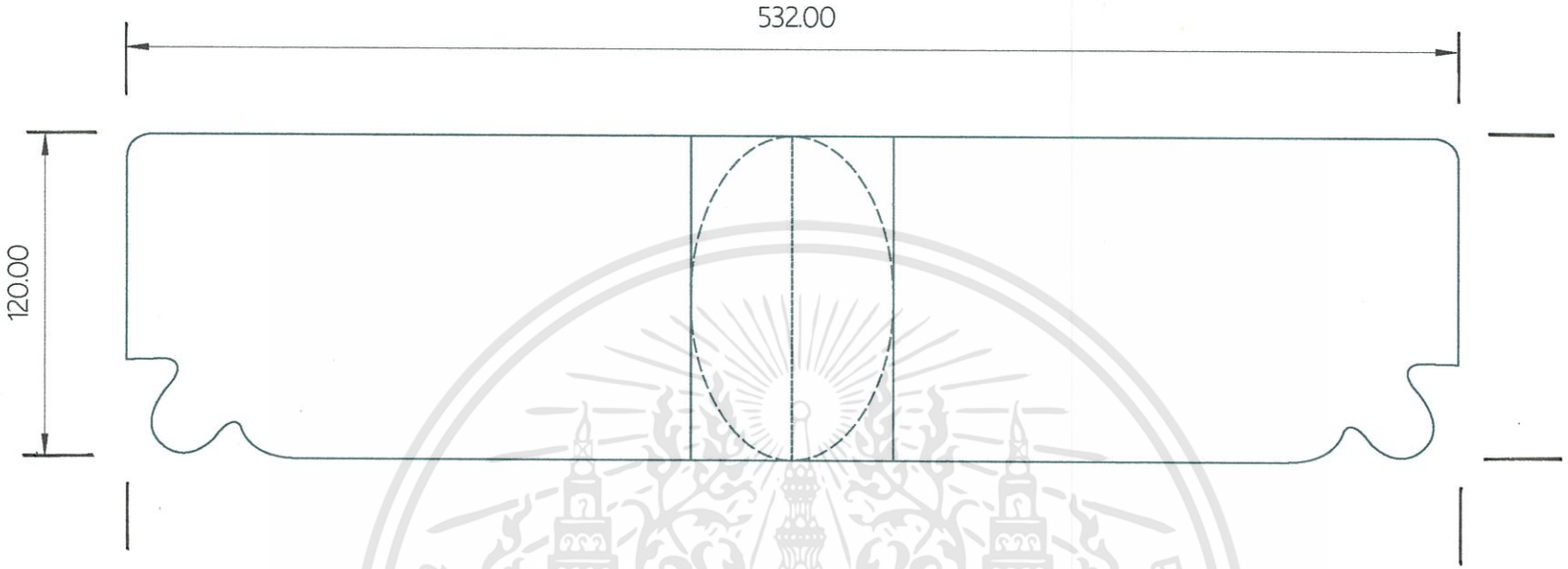
Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

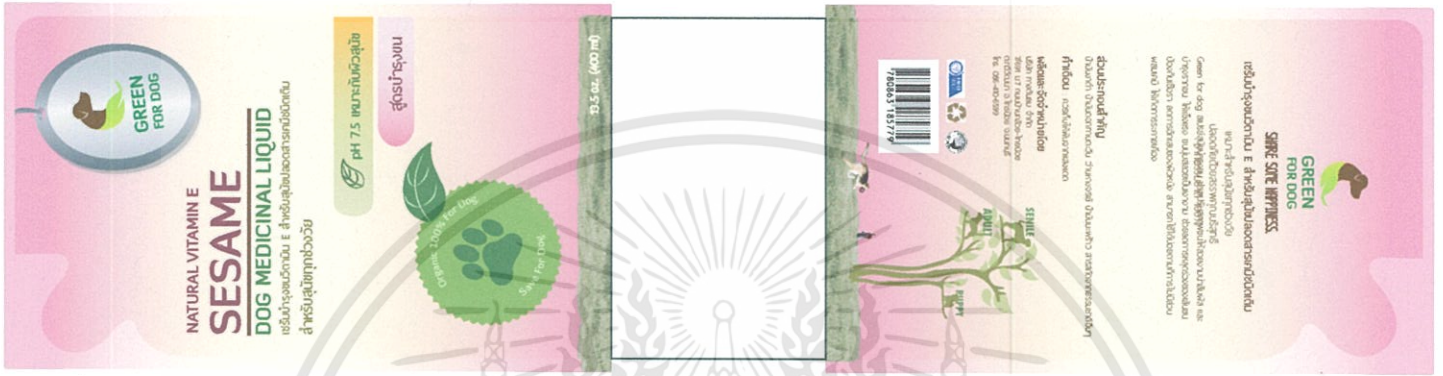
Green for dog medicinal liquid pouch 400 ml artwork
Project : Green for dog

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : LDPE
Printing Process : Gravure

UNIT : mm
Scale : 1:4


532.00
120.00



C = 0 M = 70 Y = 0 K = 0	C = 5 M = 5 Y = 90 K = 0	C = 0 M = 0 Y = 0 K = 25	C = 0 M = 0 Y = 0 K = 70	C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0	C = 0 M = 35 Y = 100 K = 0								
C = 55 M = 20 Y = 100 K = 5	C = 45 M = 45 Y = 100 K = 15	C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30	C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0	C = 30 M = 100 Y = 55 K = 20	C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90	C = 35 M = 70 Y = 100 K = 40							

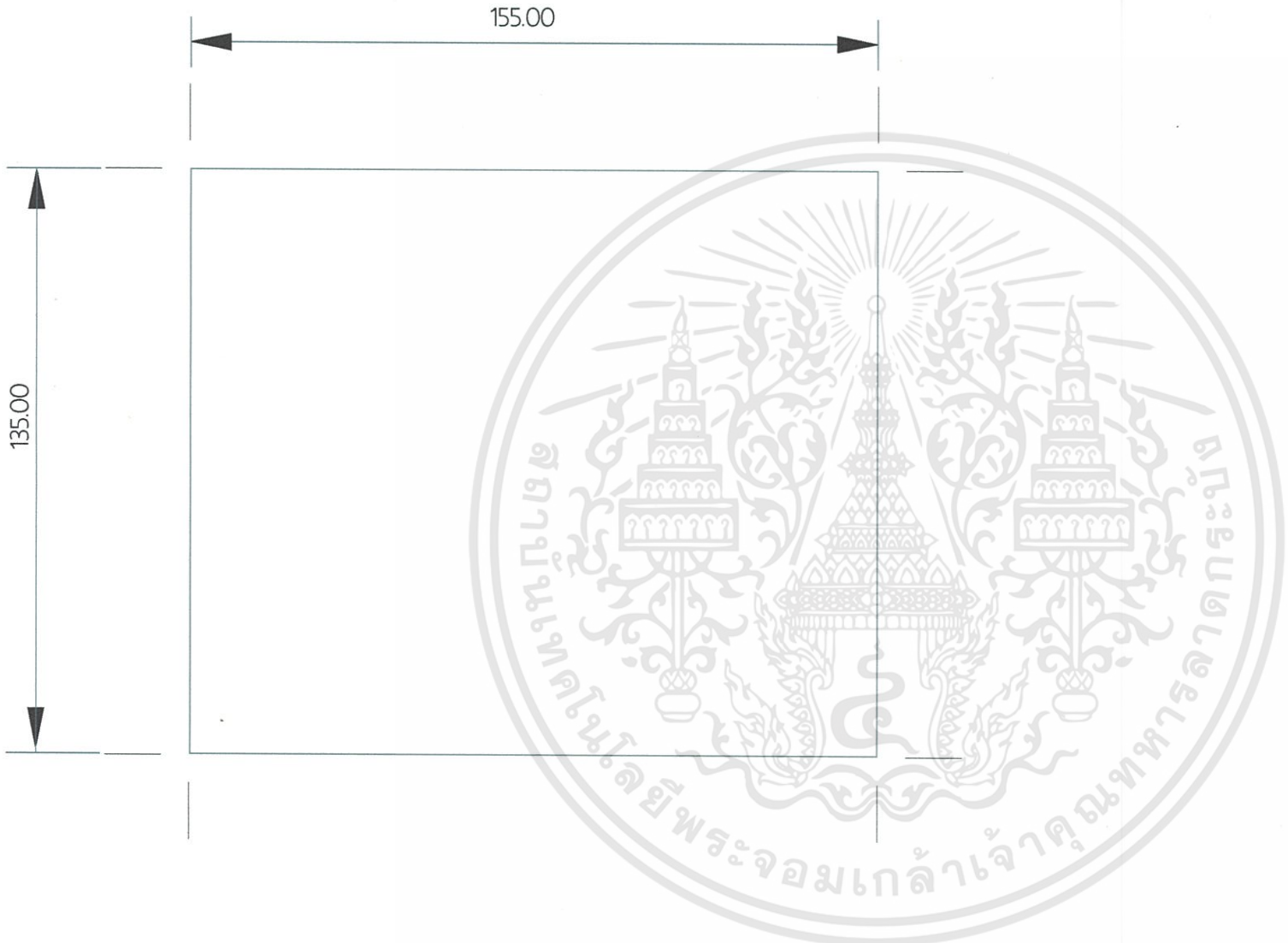
Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

Green for dog medicinal liquid pouch 400 ml artwork
Project : Green for dog

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : LDPE
Printing Process : Gravure

UNIT : mm
Scale : 1:4


155.00
135.00

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
Code No. : 52020198

Green for dog Tear Stain Remover 220 ml artwork

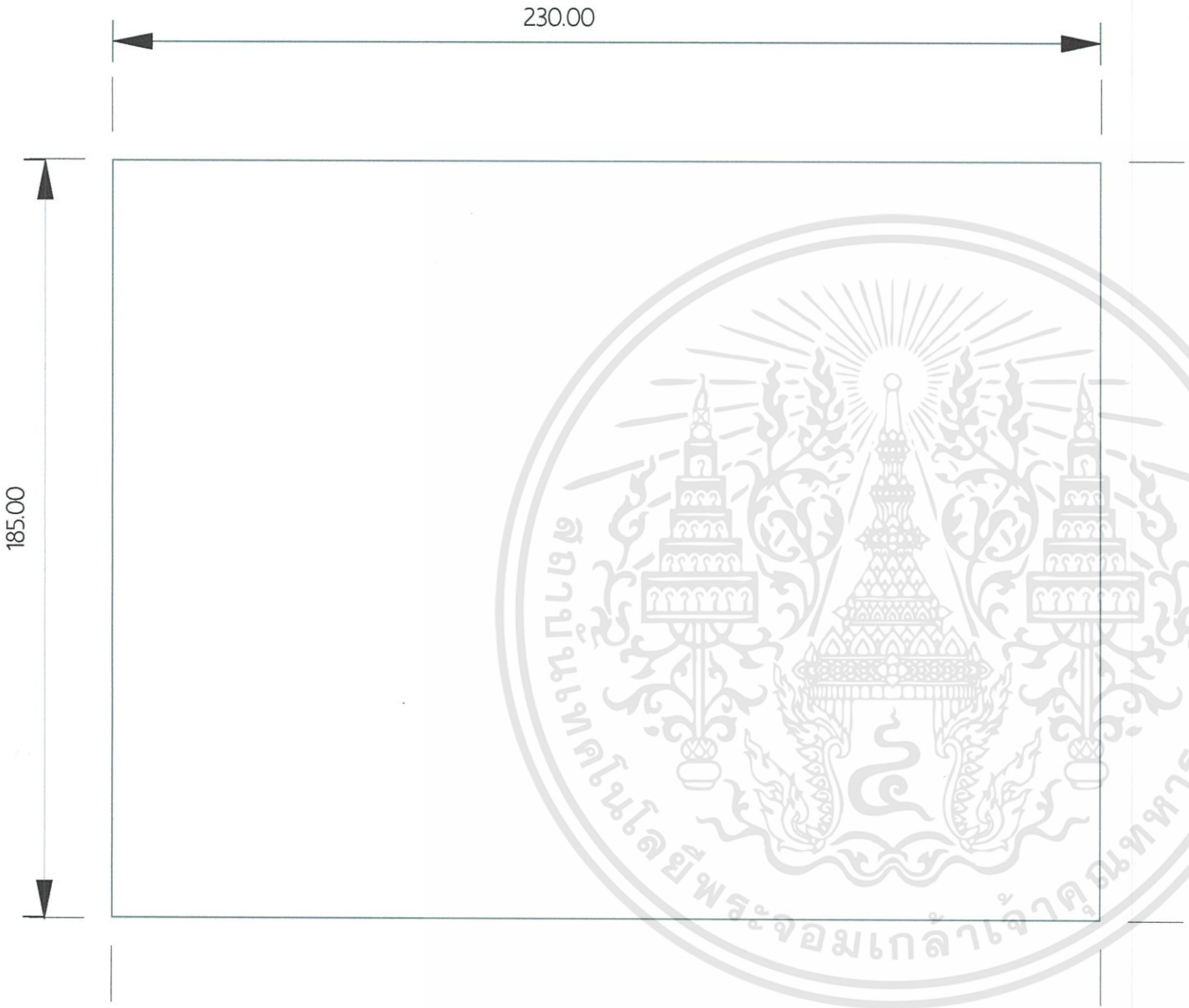
Project : Green for dog

	C = 0 M = 5 Y = 0 K = 5		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 0 M = 5 Y = 5 K = 0		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 0
	C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30		C = 40 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 20 M = 0 Y = 80 K = 0		C = 50 M = 45 Y = 80 K = 30
	C = 35 M = 0 Y = 90 K = 0		C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0
	C = 5 M = 0 Y = 75 K = 0		C = 20 M = 20 Y = 100 K = 0

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

UNIT : mm


230.00
185.00

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
Code No. : 52020198

Green for dog Tear Stain Remover 500 ml artwork

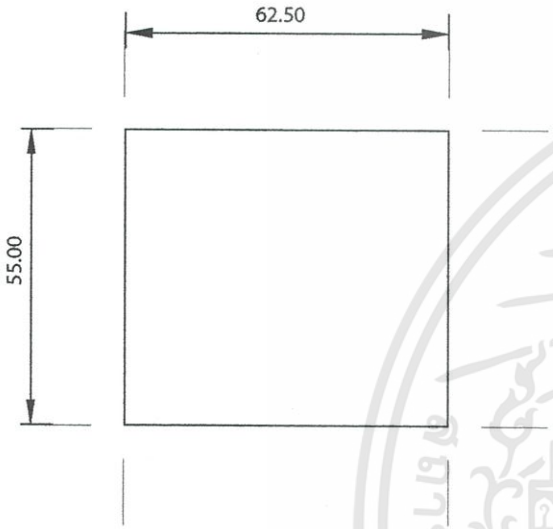
Project : Green for dog

	C = 0 M = 5 Y = 0 K = 5		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 0 M = 5 Y = 5 K = 0		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 0
	C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30		C = 40 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 20 M = 0 Y = 80 K = 0		C = 50 M = 45 Y = 80 K = 30
	C = 35 M = 0 Y = 90 K = 0		C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0
	C = 5 M = 0 Y = 75 K = 0		C = 20 M = 20 Y = 100 K = 0

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

UNIT : mm


62.50
55.00

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
Code No. : 52020198

Green for dog eyes drug 7 g artwork

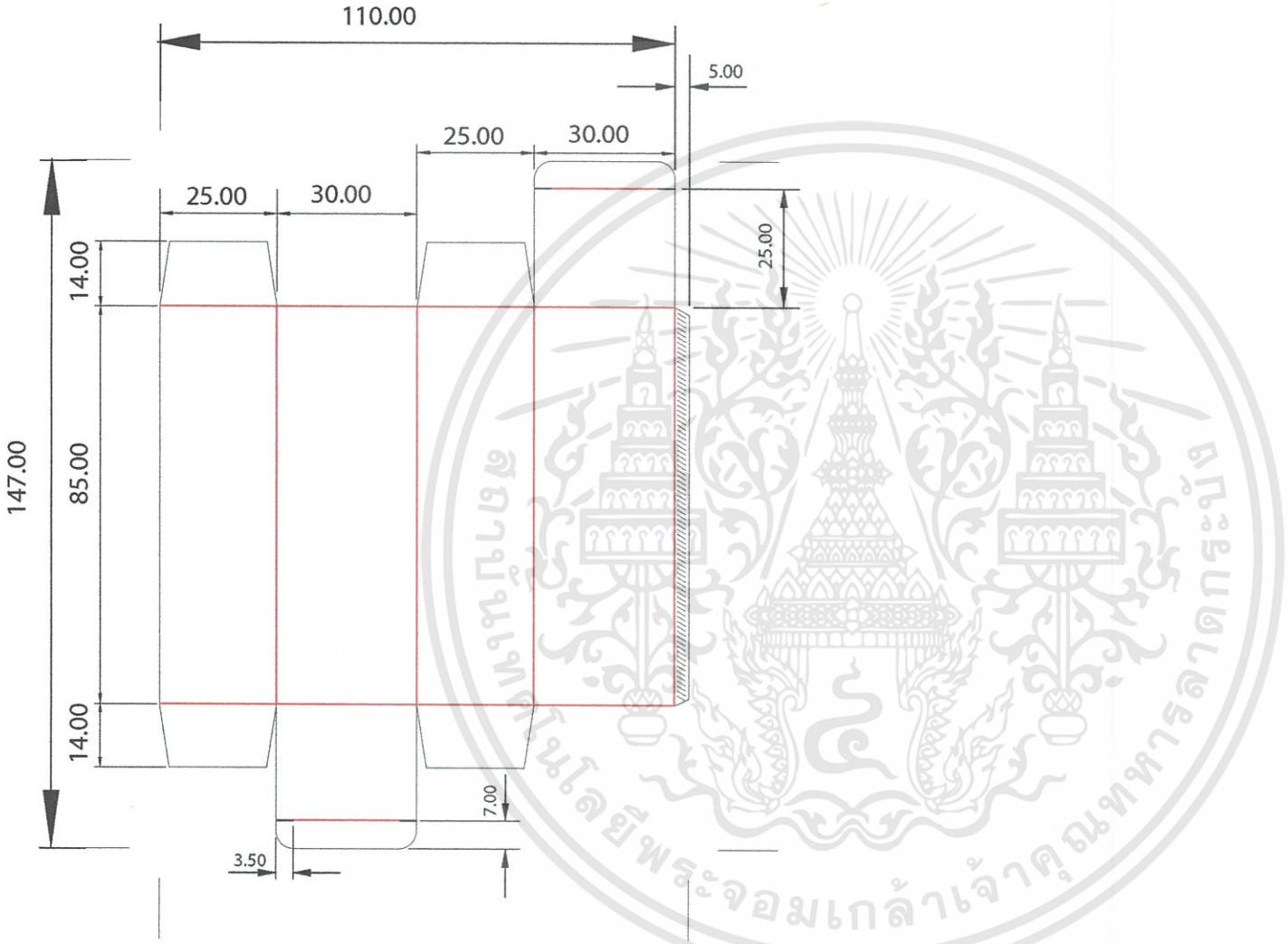
Project : Green for dog

C = 0 M = 5 Y = 0 K = 5	C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
C = 0 M = 5 Y = 5 K = 0	C = 55 M = 20 Y = 100 K = 0
C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30	C = 40 M = 45 Y = 100 K = 15
C = 20 M = 0 Y = 80 K = 0	C = 50 M = 45 Y = 80 K = 30
C = 35 M = 0 Y = 90 K = 0	C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0
C = 5 M = 0 Y = 75 K = 0	C = 20 M = 20 Y = 100 K = 0

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

UNIT : mm



วันที่	26/03/14		
ชื่อลูกค้า	Green for dog		
ชื่อสินค้า	ยาป้ายตาสุนัข		
สัดส่วน	1:1		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก	30	25	85
หน้ากระดาษ			
ชนิดกระดาษ	กระดาษกล่องแป้ง 200 gm		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำแบบ	นส.ฮิดาพร ฤทธิ์เรืองเดช		

Cutting line

Folding out line

Folding in line

Glue line

ด้านหน้า

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วันที่	26/03/14		
ชื่อลูกค้า	Green for dog		
ชื่อสินค้า	ยาป้ายตาสุนัข		
สัดส่วน	1:1		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก	30	25	85
หน้ากระดาษ			
ชนิดกระดาษ	กระดาษกล่องแป้ง 200 gm		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำแบบ	นส.ธิดาพร ฤทธิ์เรืองเดช		

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
Code No. : 52020198

Green for dog eyes drug box 7 g artwork

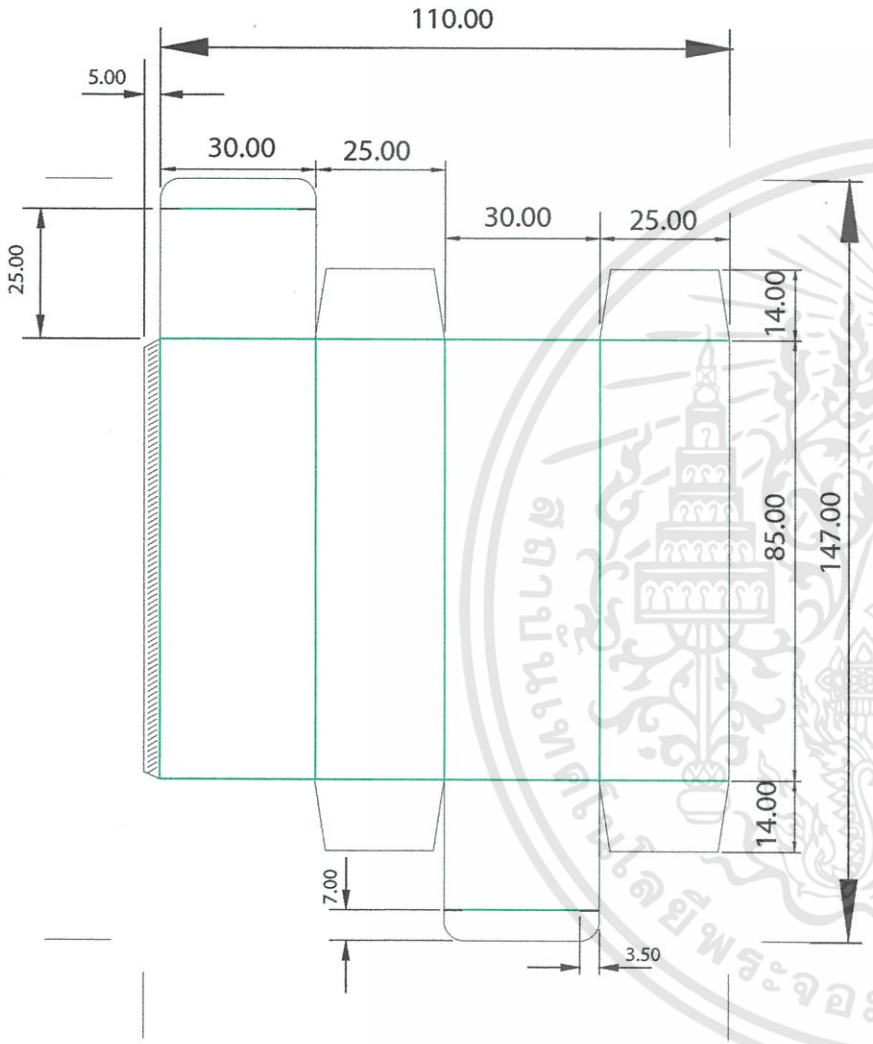
Project : Green for dog

C = 0 M = 5 Y = 0 K = 5			C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
C = 0 M = 5 Y = 5 K = 0			C = 55 M = 20 Y = 100 K = 0
C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30			C = 40 M = 45 Y = 100 K = 15
C = 20 M = 0 Y = 80 K = 0			C = 50 M = 45 Y = 80 K = 30
C = 35 M = 0 Y = 90 K = 0			C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0
C = 5 M = 0 Y = 75 K = 0			C = 20 M = 20 Y = 100 K = 0

UNIT : mm

Cutting line
Folding out line
Folding in line
Glue line

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ



วันที่	26/03/14		
ชื่อลูกค้า	Green for dog		
ชื่อสินค้า	ยาป้ายตาสุนัข		
สัดส่วน	1:1		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก	30	25	85
หน้ากระดาษ			
ชนิดกระดาษ	กระดาษกล่องแป้ง 200 gm		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำแบบ	นส.ธิดาพร ฤทธิ์เรืองเดช		

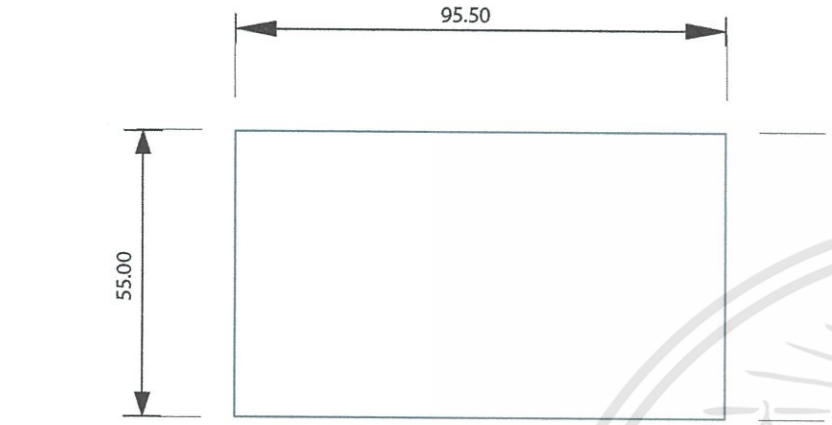
Cutting line

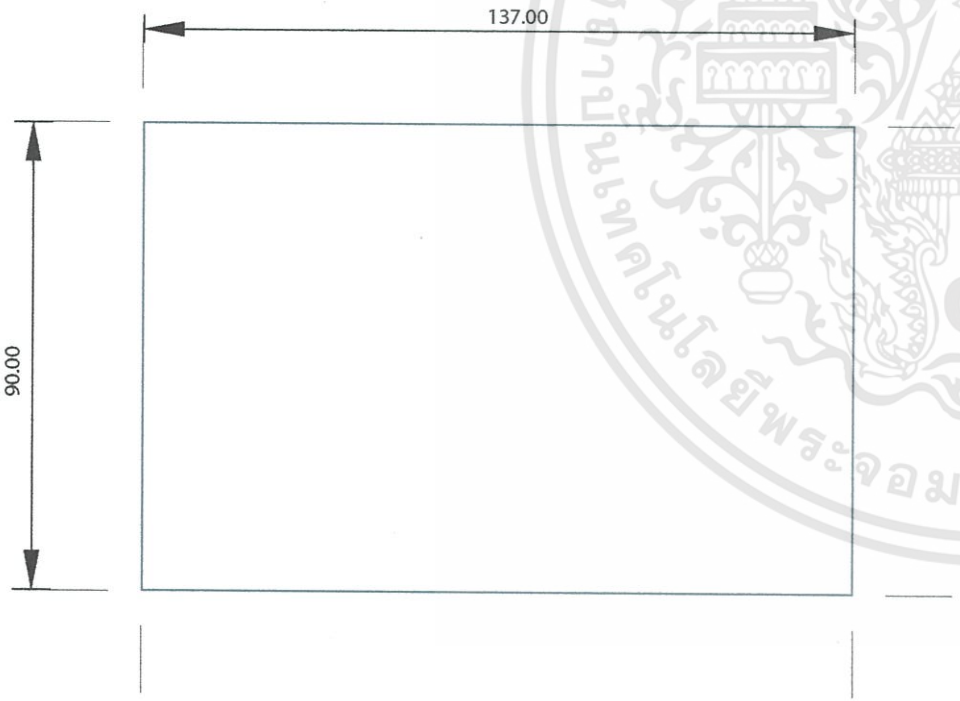
Folding out line

Folding in line

Glue line

ด้านหลัง


95.50
55.00


137.00
90.00

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

Green for dog ear drops 10 ml & 60 ml artwork

Project : Green for dog

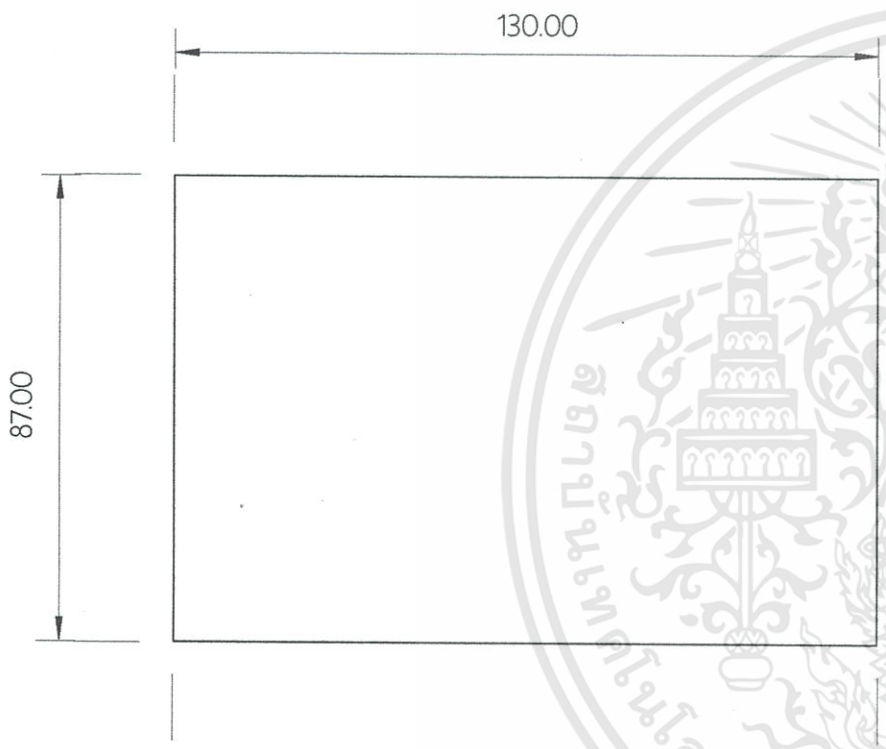
	C = 100 M = 100 Y = 10 K = 10		C = 55 M = 10 Y = 95 K = 0
	C = 50 M = 0 Y = 0 K = 0		C = 45 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 25 M = 55 Y = 100 K = 5		C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30
	C = 0 M = 5 Y = 95 K = 0		C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0
	C = 30 M = 95 Y = 100 K = 45		C = 40 M = 60 Y = 100 K = 30
	C = 0 M = 0 Y = 35 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0		C = 35 M = 70 Y = 100 K = 40

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox

Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

UNIT : mm


130.00
87.00

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

Green for dog mud 100 g artwork

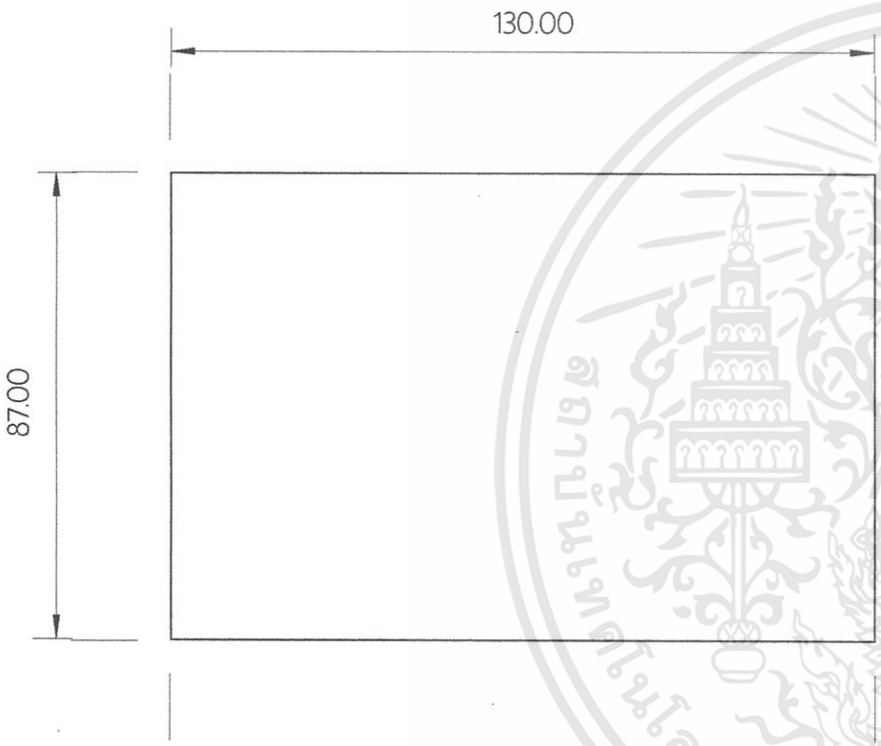
Project : Green for dog

C = 15 M = 0 Y = 5 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90	
C = 5 M = 0 Y = 5 K = 0		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 0	
C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30		C = 40 M = 45 Y = 100 K = 15	
C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0		C = 50 M = 45 Y = 80 K = 30	
C = 35 M = 0 Y = 90 K = 0		C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0	
C = 5 M = 0 Y = 75 K = 0		C = 20 M = 20 Y = 100 K = 0	

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

UNIT : mm


130.00
87.00

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

Green for dog mud 100 g artwork

Project : Green for dog

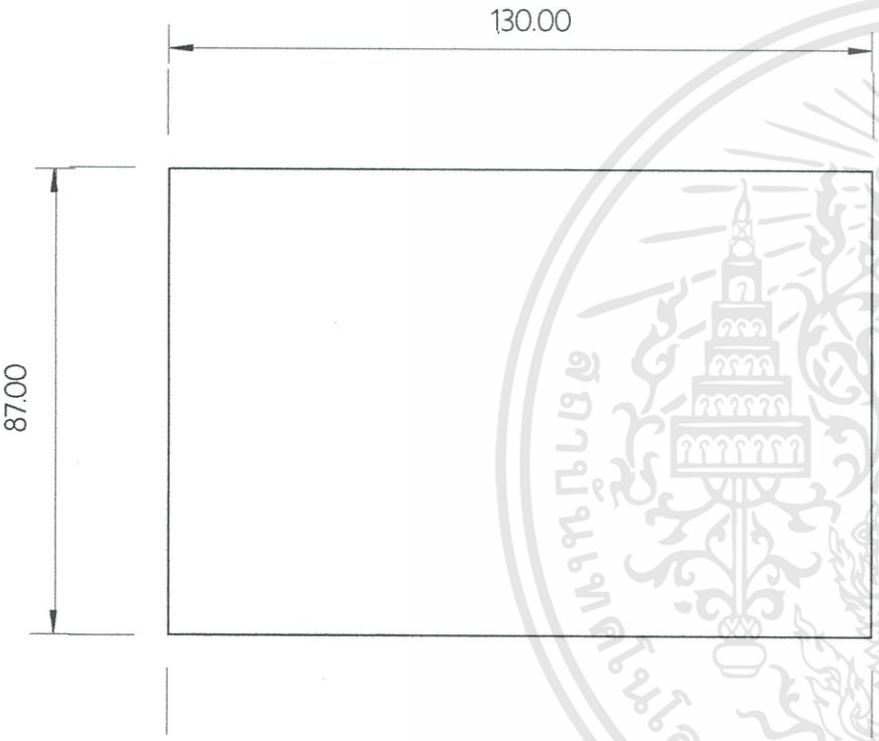
	C = 15 M = 0 Y = 30 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 0 M = 0 Y = 10 K = 0		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 0
	C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30		C = 40 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0		C = 50 M = 45 Y = 80 K = 30
	C = 35 M = 0 Y = 90 K = 0		C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0
	C = 5 M = 0 Y = 75 K = 0		C = 20 M = 20 Y = 100 K = 0

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

UNIT : mm

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง


130.00
87.00

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

Green for dog mud 100 g artwork

Project : Green for dog

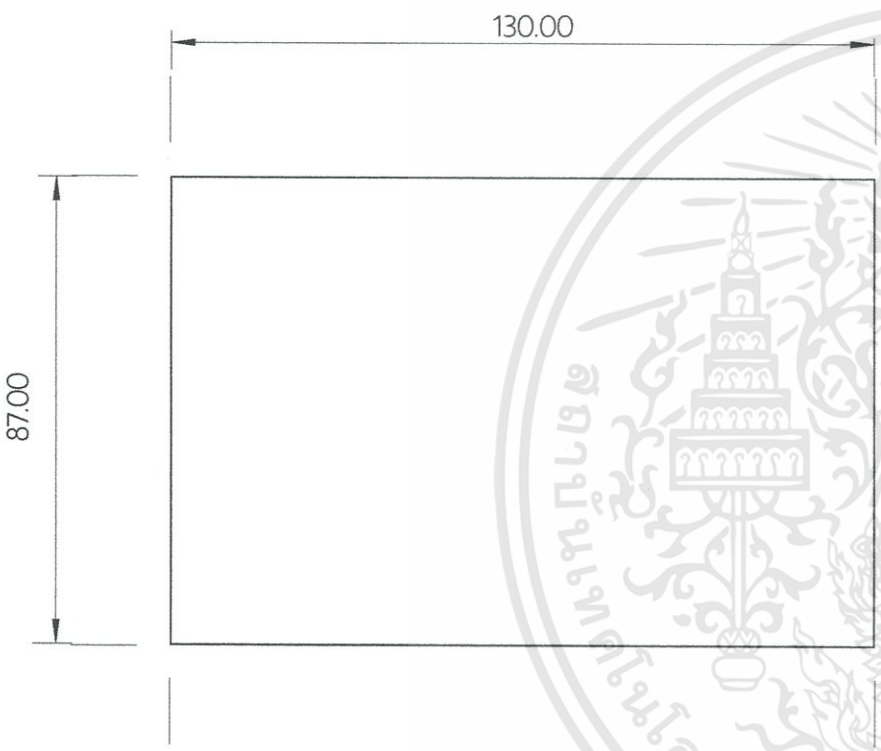
C = 0 M = 20 Y = 20 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90	
C = 0 M = 5 Y = 5 K = 0		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 0	
C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30		C = 40 M = 45 Y = 100 K = 15	
C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0		C = 50 M = 45 Y = 80 K = 30	
C = 35 M = 0 Y = 90 K = 0		C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0	
C = 5 M = 0 Y = 75 K = 0		C = 20 M = 20 Y = 100 K = 0	

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

UNIT : mm

สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย


130.00
87.00

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

Green for dog mud 100 g artwork

Project : Green for dog

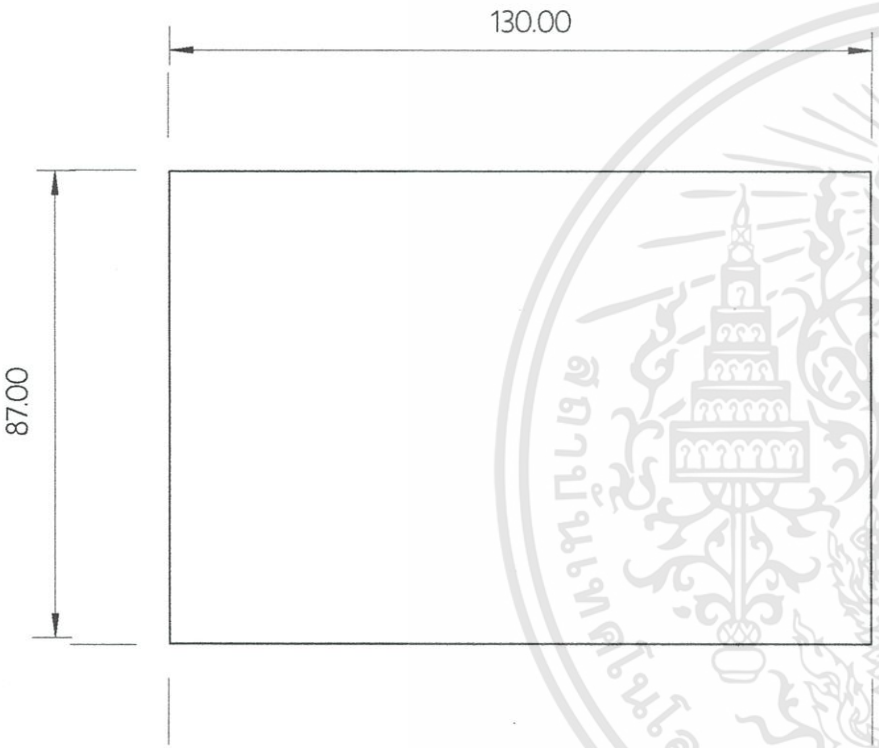
	C = 50 M = 0 Y = 0 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 5 M = 0 Y = 5 K = 0		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 0
	C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30		C = 40 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0		C = 50 M = 45 Y = 80 K = 30
	C = 35 M = 0 Y = 90 K = 0		C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0
	C = 5 M = 0 Y = 75 K = 0		C = 20 M = 20 Y = 100 K = 0

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

UNIT : mm

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง


130.00
87.00

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

Green for dog mud 100 g artwork

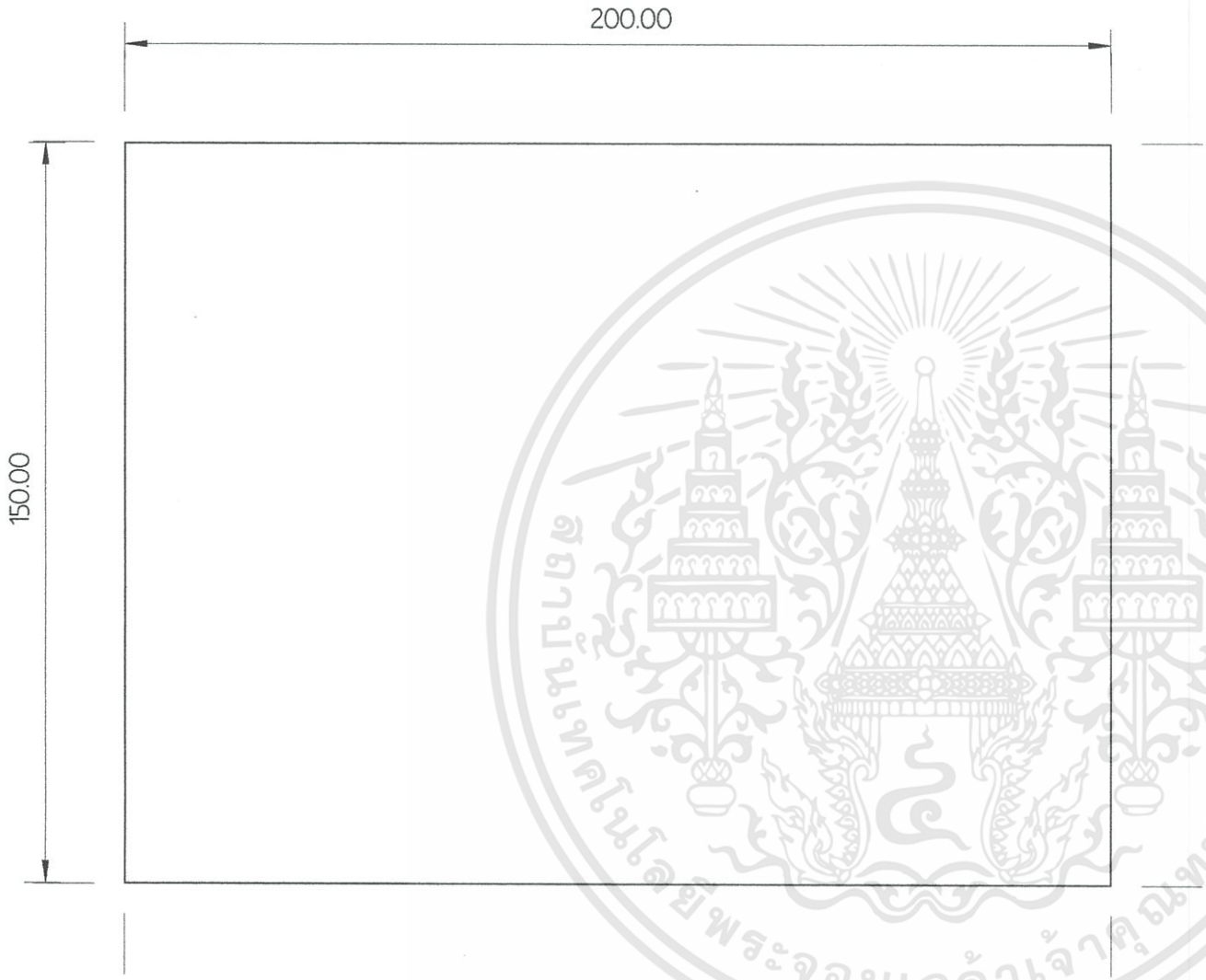
Project : Green for dog

C = 0 M = 10 Y = 35 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90	
C = 0 M = 5 Y = 5 K = 0		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 0	
C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30		C = 40 M = 45 Y = 100 K = 15	
C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0		C = 50 M = 45 Y = 80 K = 30	
C = 35 M = 0 Y = 90 K = 0		C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0	
C = 5 M = 0 Y = 75 K = 0		C = 20 M = 20 Y = 100 K = 0	

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

UNIT : mm


200.00
150.00

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

Green for dog mud 300 g artwork

Project : Green for dog

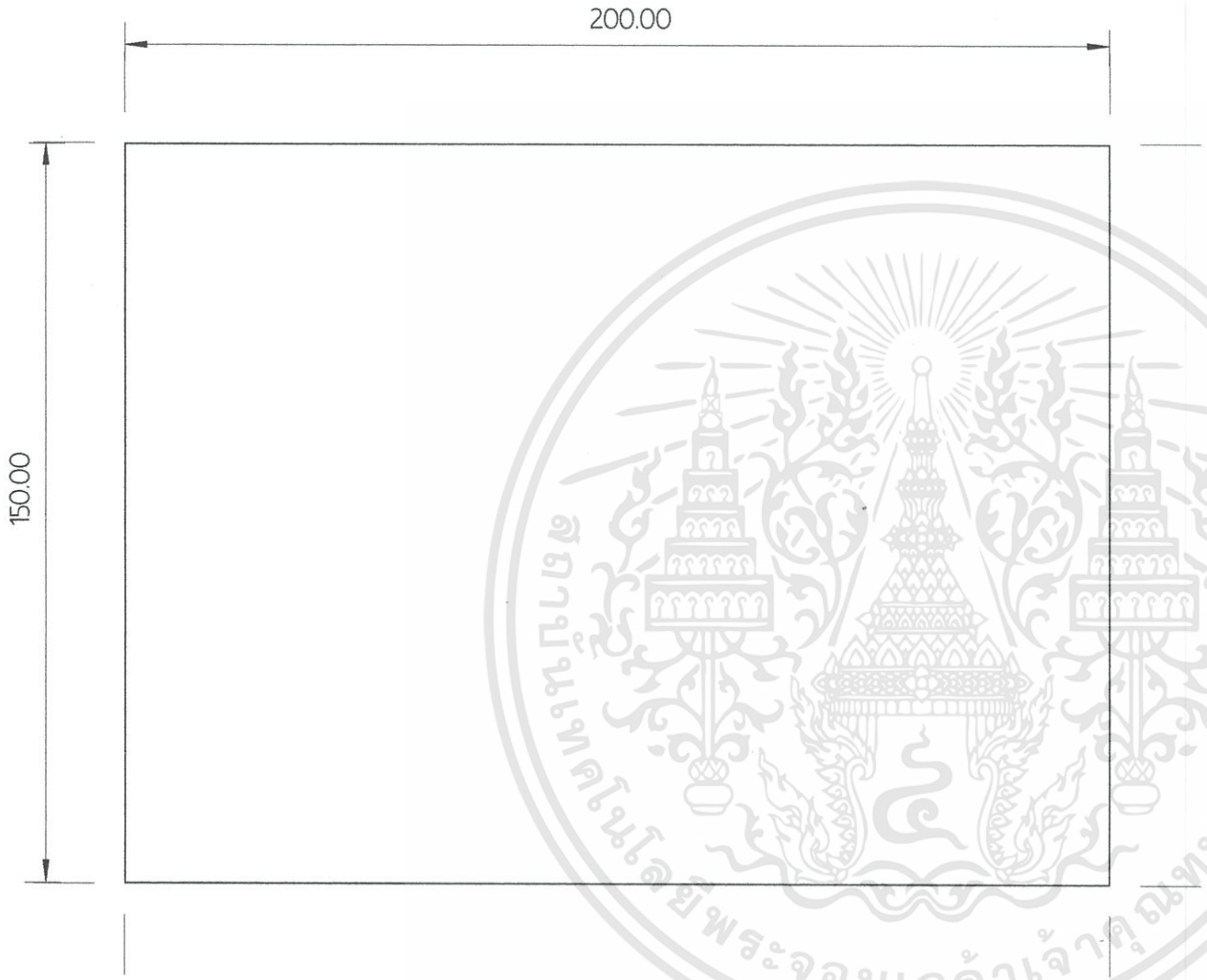
	C = 15 M = 0 Y = 5 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 5 M = 0 Y = 5 K = 0		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 0
	C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30		C = 40 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0		C = 50 M = 45 Y = 80 K = 30
	C = 35 M = 0 Y = 90 K = 0		C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0
	C = 5 M = 0 Y = 75 K = 0		C = 20 M = 20 Y = 100 K = 0

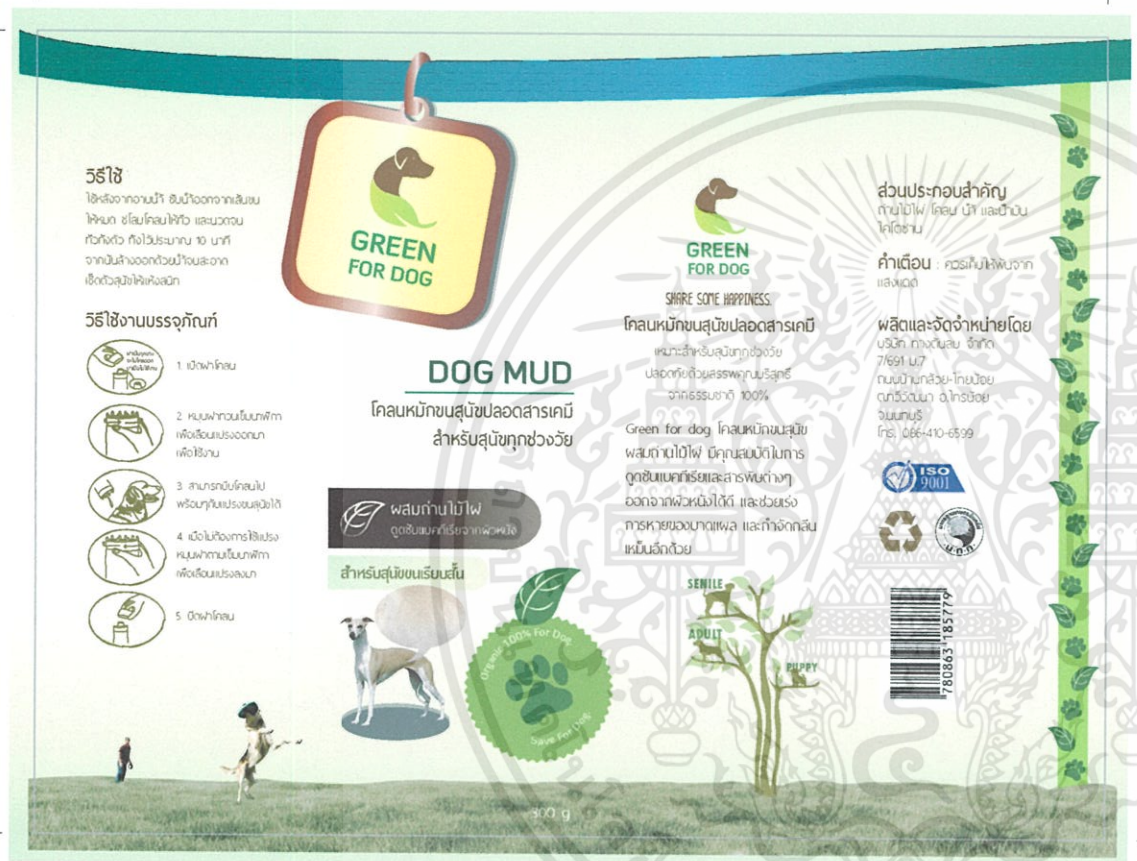
Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

UNIT : mm

มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง


200.00
150.00



Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

Green for dog mud 300 g artwork

Project : Green for dog

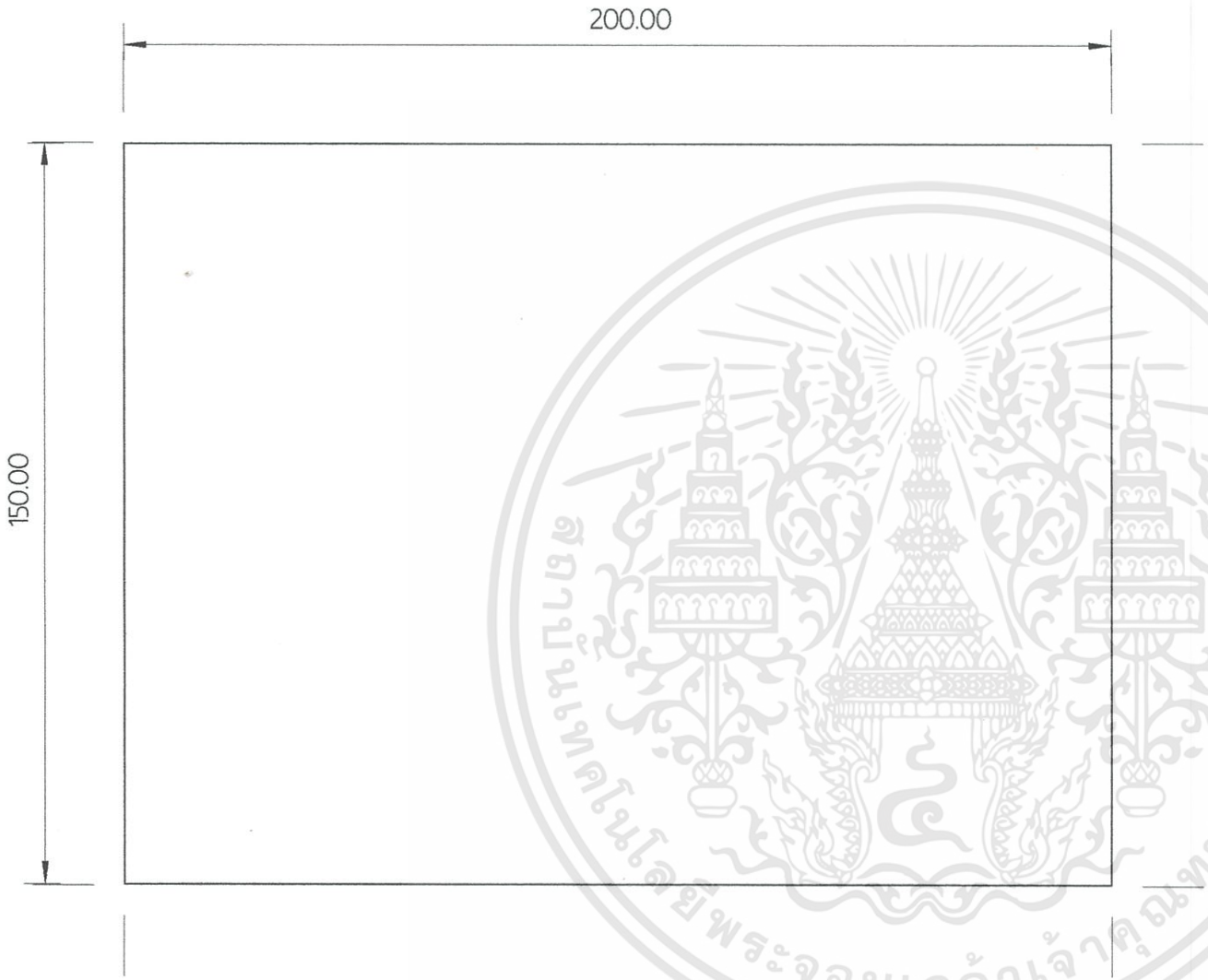
	C = 15 M = 0 Y = 30 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 0 M = 0 Y = 10 K = 0		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 0
	C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30		C = 40 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0		C = 50 M = 45 Y = 80 K = 30
	C = 35 M = 0 Y = 90 K = 0		C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0
	C = 5 M = 0 Y = 75 K = 0		C = 20 M = 20 Y = 100 K = 0

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

UNIT : mm

มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง


200.00
150.00

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

Green for dog mud 300 g artwork

Project : Green for dog

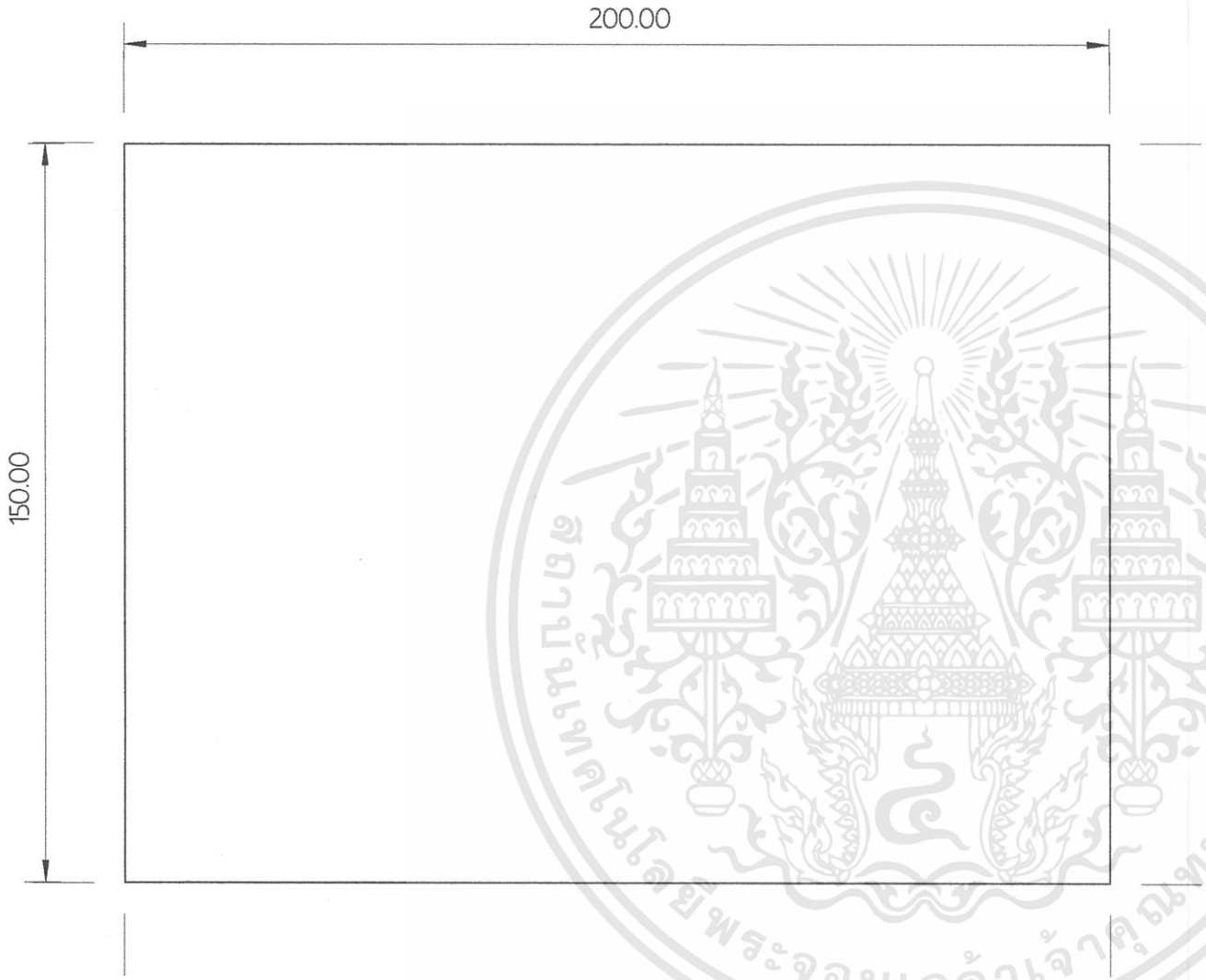
	C = 0 M = 20 Y = 20 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 0 M = 5 Y = 5 K = 0		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 0
	C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30		C = 40 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0		C = 50 M = 45 Y = 80 K = 30
	C = 35 M = 0 Y = 90 K = 0		C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0
	C = 5 M = 0 Y = 75 K = 0		C = 20 M = 20 Y = 100 K = 0

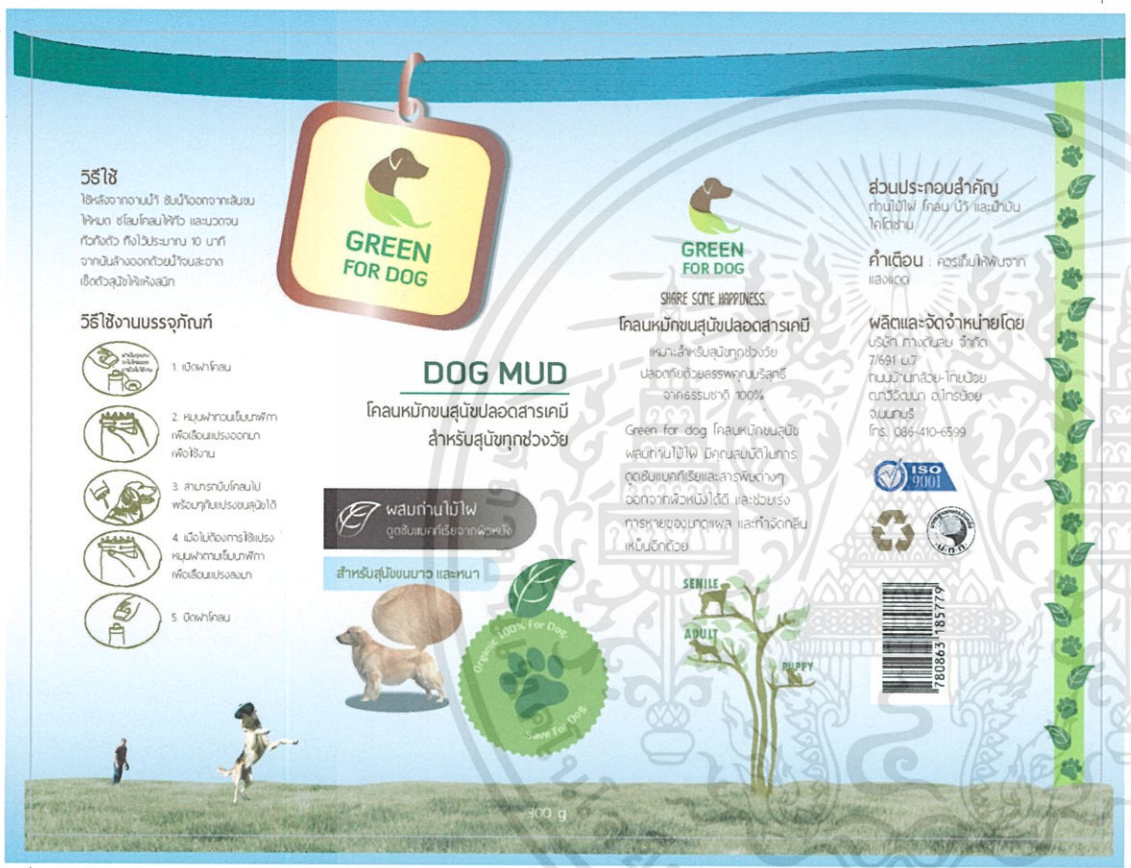
Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

UNIT : mm

มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง


200.00
150.00



Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

Green for dog mud 300 g artwork

Project : Green for dog

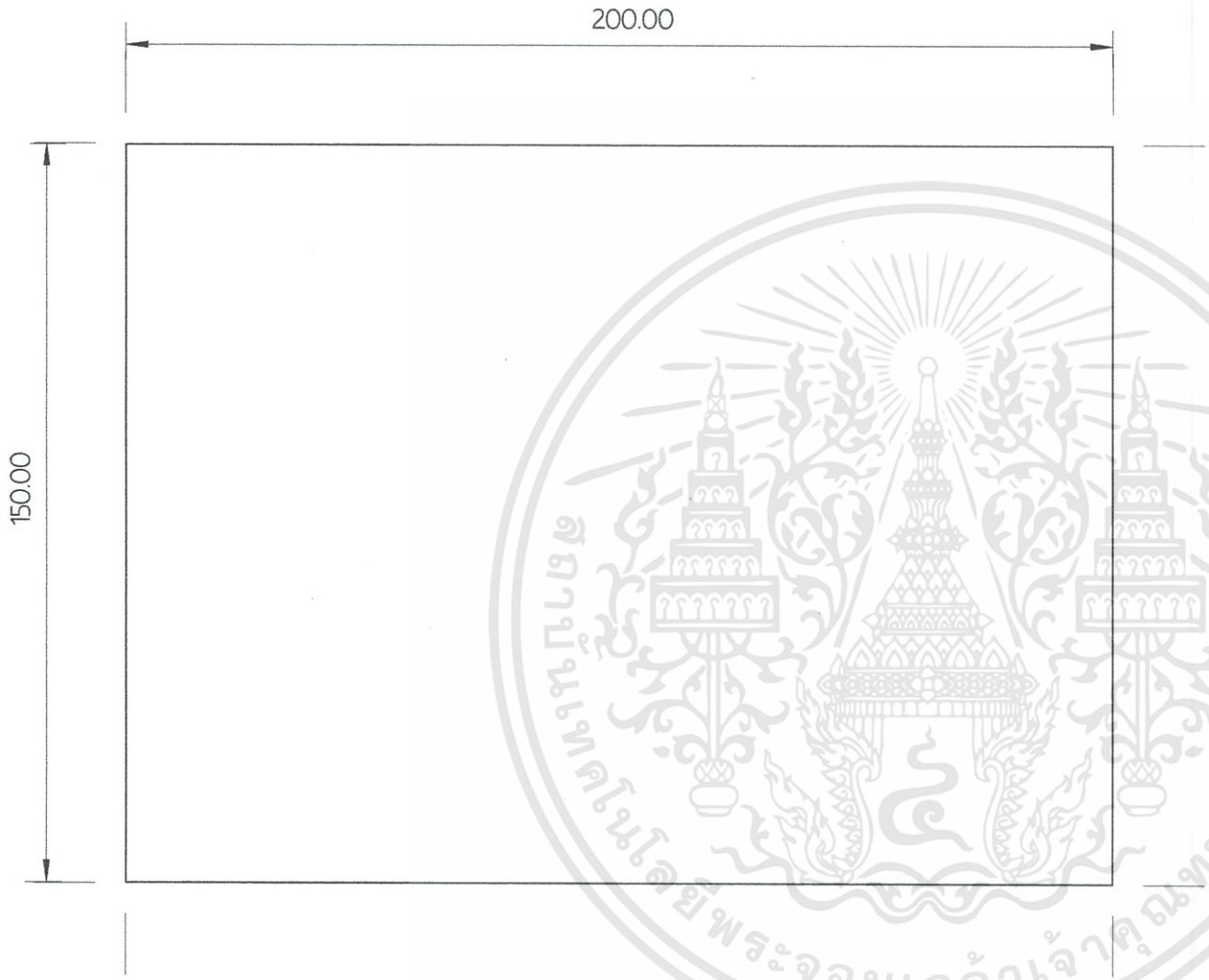
	C = 50 M = 0 Y = 0 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 5 M = 0 Y = 5 K = 0		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 0
	C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30		C = 40 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0		C = 50 M = 45 Y = 80 K = 30
	C = 35 M = 0 Y = 90 K = 0		C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0
	C = 5 M = 0 Y = 75 K = 0		C = 20 M = 20 Y = 100 K = 0

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

UNIT : mm

มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง


200.00
150.00

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

Green for dog mud 300 g artwork

Project : Green for dog

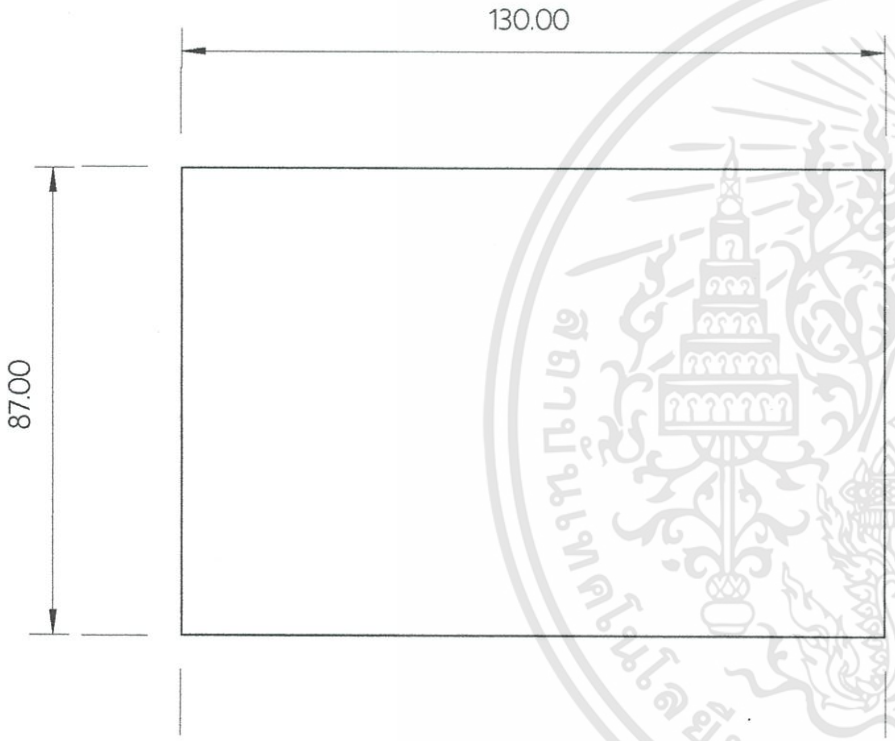
	C = 0 M = 10 Y = 35 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 0 M = 5 Y = 5 K = 0		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 0
	C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30		C = 40 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0		C = 50 M = 45 Y = 80 K = 30
	C = 35 M = 0 Y = 90 K = 0		C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0
	C = 5 M = 0 Y = 75 K = 0		C = 20 M = 20 Y = 100 K = 0

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

UNIT : mm

มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง


130.00
87.00

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

Green for dog body lotion 100 g artwork

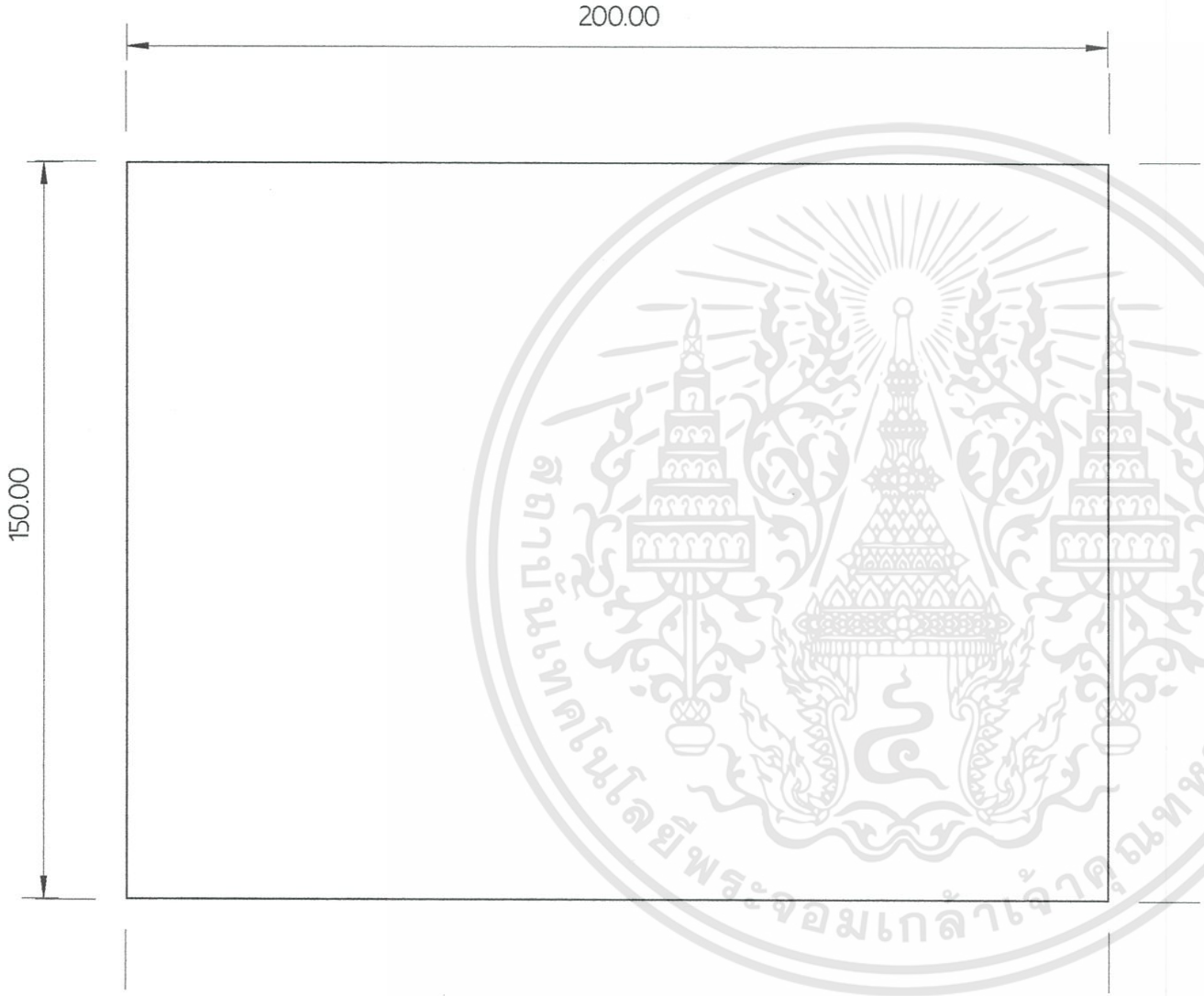
Project : Green for dog

	C = 0 M = 10 Y = 35 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 0 M = 5 Y = 5 K = 0		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 0
	C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30		C = 40 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0		C = 50 M = 45 Y = 80 K = 30
	C = 35 M = 0 Y = 90 K = 0		C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0
	C = 5 M = 0 Y = 75 K = 0		C = 20 M = 20 Y = 100 K = 0
	C = 0 M = 20 Y = 20 K = 0		

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

UNIT : mm


200.00
150.00

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

Green for dog body lotion 300 g artwork

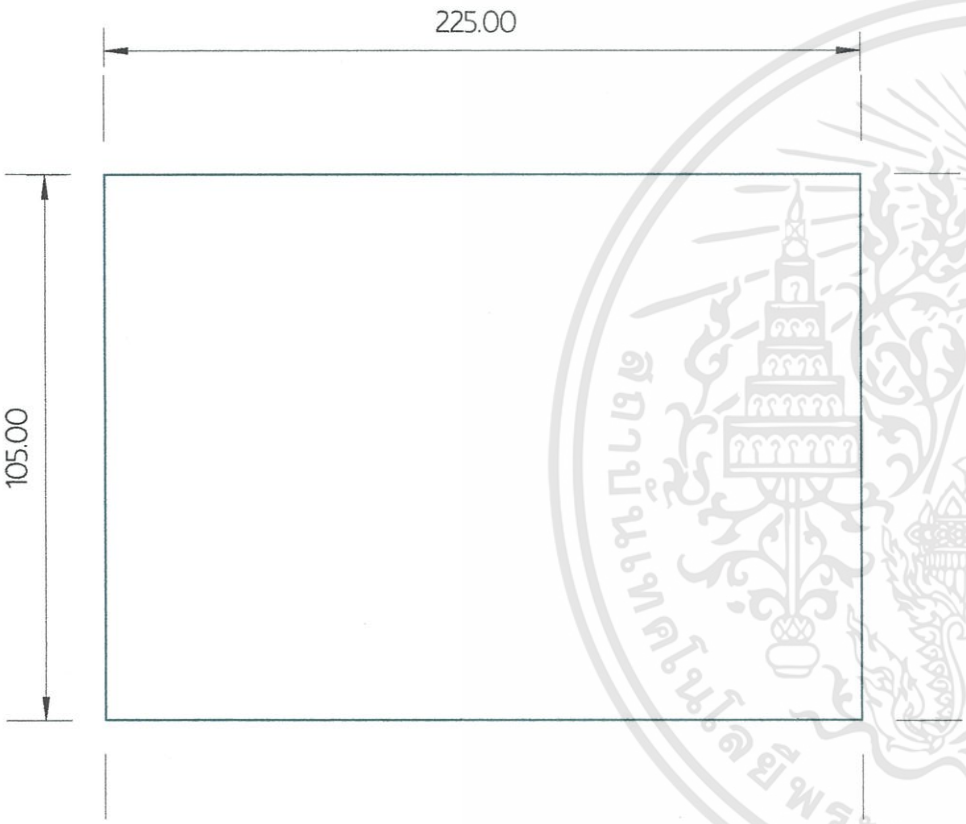
Project : Green for dog

	C = 0 M = 10 Y = 35 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 0 M = 5 Y = 5 K = 0		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 0
	C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30		C = 40 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0		C = 50 M = 45 Y = 80 K = 30
	C = 35 M = 0 Y = 90 K = 0		C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0
	C = 5 M = 0 Y = 75 K = 0		C = 20 M = 20 Y = 100 K = 0
	C = 0 M = 20 Y = 20 K = 0		

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

UNIT : mm


225.00
105.00

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

Green for dog powder 150 g artwork

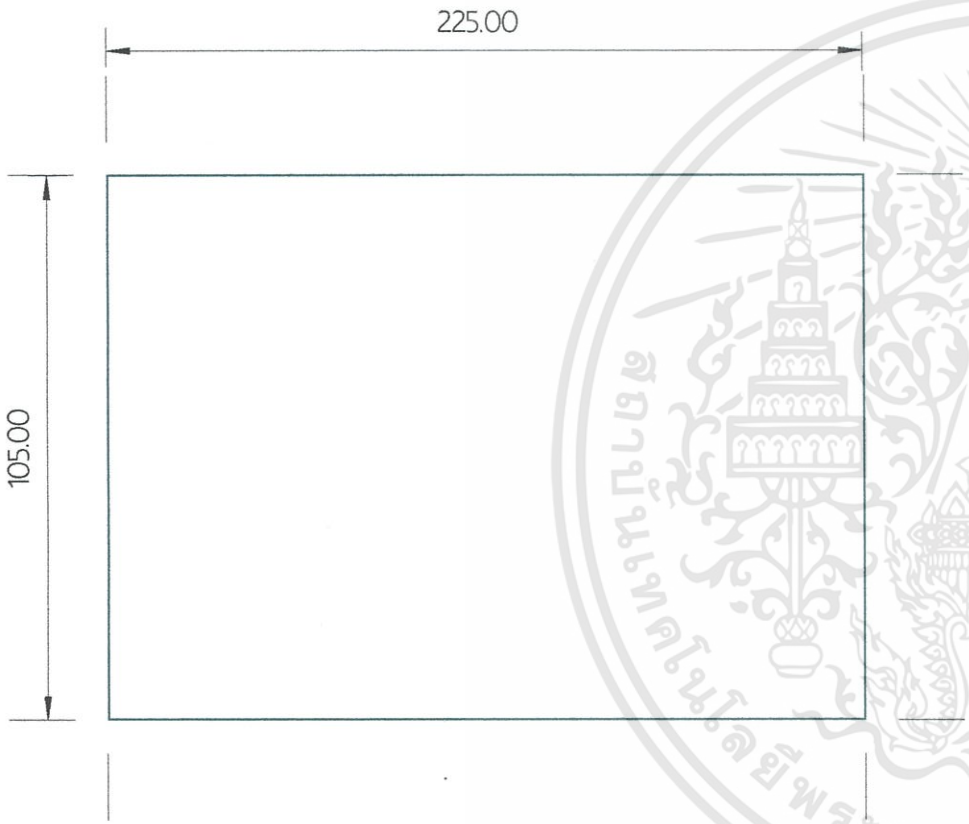
Project : Green for dog

C = 15 M = 0 Y = 5 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90	
C = 5 M = 0 Y = 5 K = 0		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 0	
C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30		C = 40 M = 45 Y = 100 K = 15	
C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0		C = 50 M = 45 Y = 80 K = 30	
C = 35 M = 0 Y = 90 K = 0		C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0	
C = 5 M = 0 Y = 75 K = 0		C = 20 M = 20 Y = 100 K = 0	

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

UNIT : mm


225.00
105.00

Green for dog powder 150 g artwork

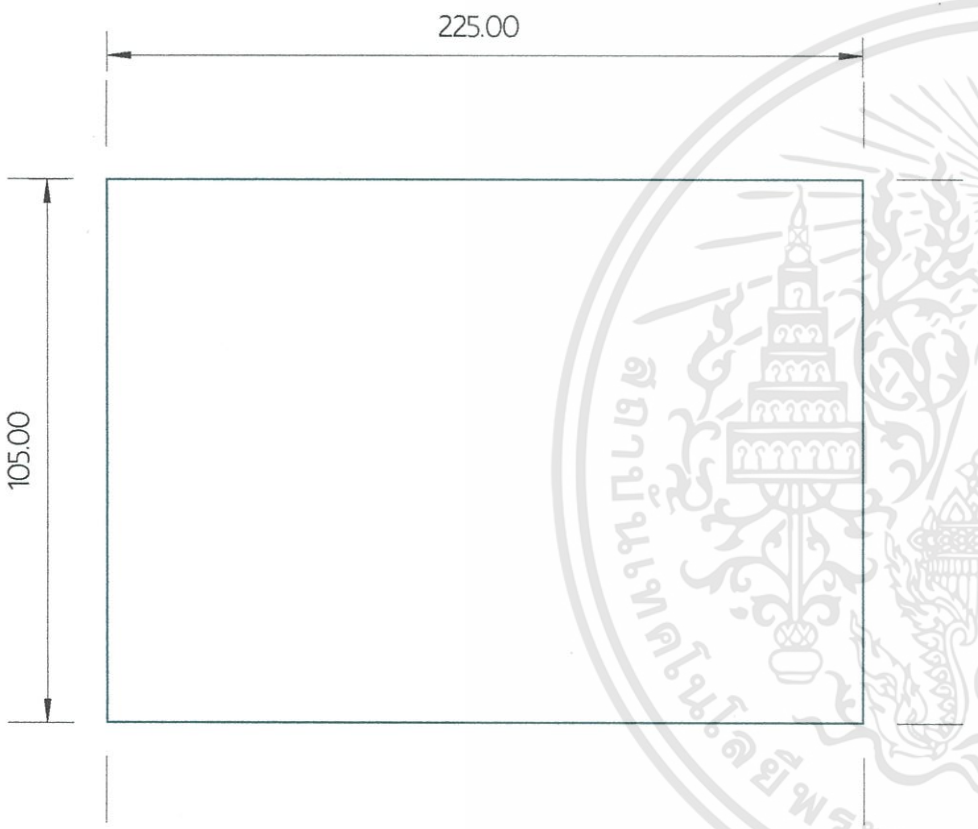
Project : Green for dog

	C = 15 M = 0 Y = 30 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 0 M = 0 Y = 10 K = 0		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 0
	C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30		C = 40 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0		C = 50 M = 45 Y = 80 K = 30
	C = 35 M = 0 Y = 90 K = 0		C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0
	C = 5 M = 0 Y = 75 K = 0		C = 20 M = 20 Y = 100 K = 0

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

UNIT : mm


225.00
105.00

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

Green for dog powder 150 g artwork

Project : Green for dog

	C = 15 M = 20 Y = 0 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 0 M = 5 Y = 0 K = 0		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 0
	C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30		C = 40 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0		C = 50 M = 45 Y = 80 K = 30
	C = 35 M = 0 Y = 90 K = 0		C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0
	C = 5 M = 0 Y = 75 K = 0		C = 20 M = 20 Y = 100 K = 0

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

UNIT : mm

225.00
170.50

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

Green for dog powder 450 g artwork

Project : Green for dog

	C = 15 M = 0 Y = 5 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 5 M = 0 Y = 5 K = 0		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 0
	C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30		C = 40 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0		C = 50 M = 45 Y = 80 K = 30
	C = 35 M = 0 Y = 90 K = 0		C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0
	C = 5 M = 0 Y = 75 K = 0		C = 20 M = 20 Y = 100 K = 0

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

UNIT : mm

225.00
170.50

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

Green for dog powder 450 g artwork

Project : Green for dog

	C = 15 M = 0 Y = 30 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 0 M = 0 Y = 10 K = 0		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 0
	C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30		C = 40 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0		C = 50 M = 45 Y = 80 K = 30
	C = 35 M = 0 Y = 90 K = 0		C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0
	C = 5 M = 0 Y = 75 K = 0		C = 20 M = 20 Y = 100 K = 0

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

UNIT : mm

225.00
170.50

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

Green for dog powder 450 g artwork

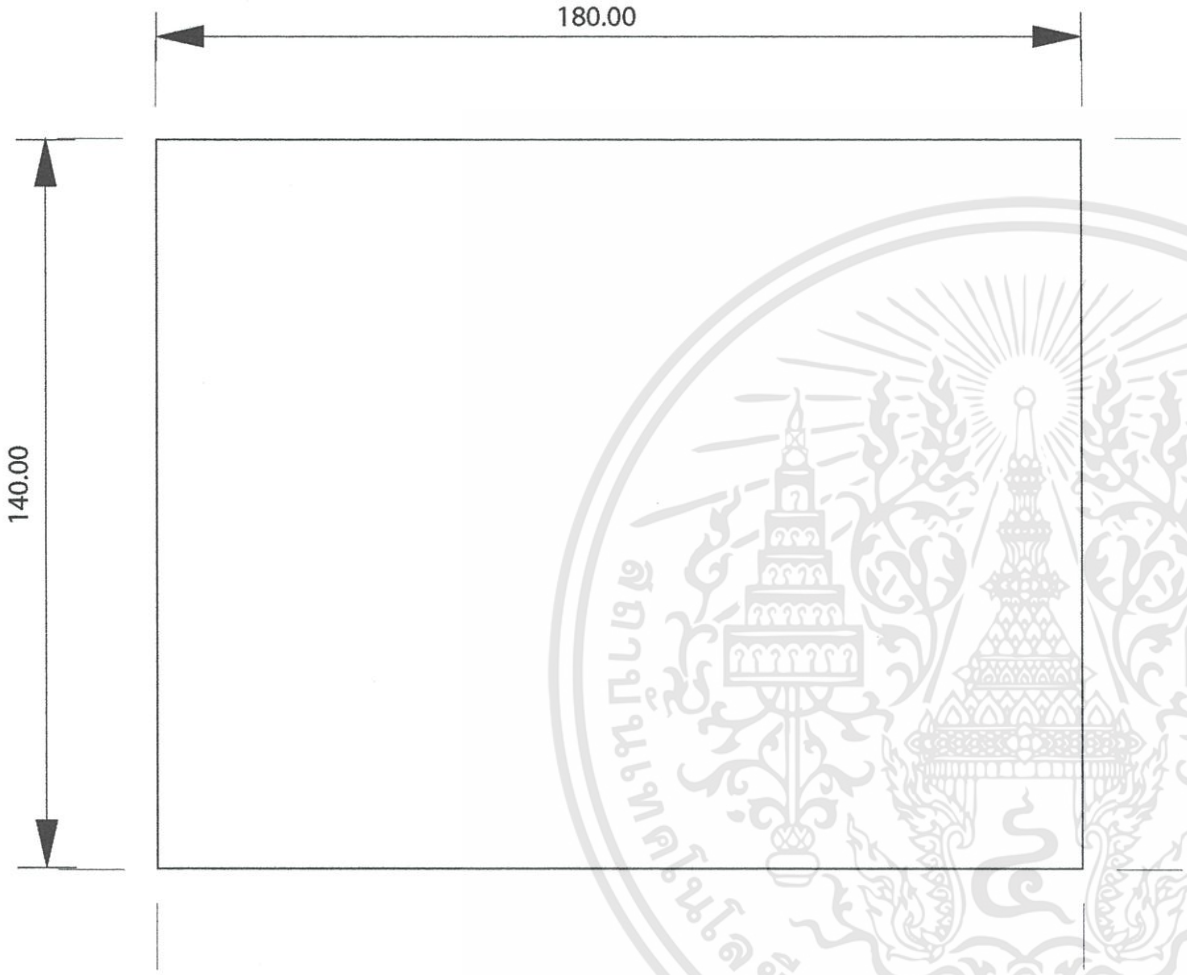
Project : Green for dog

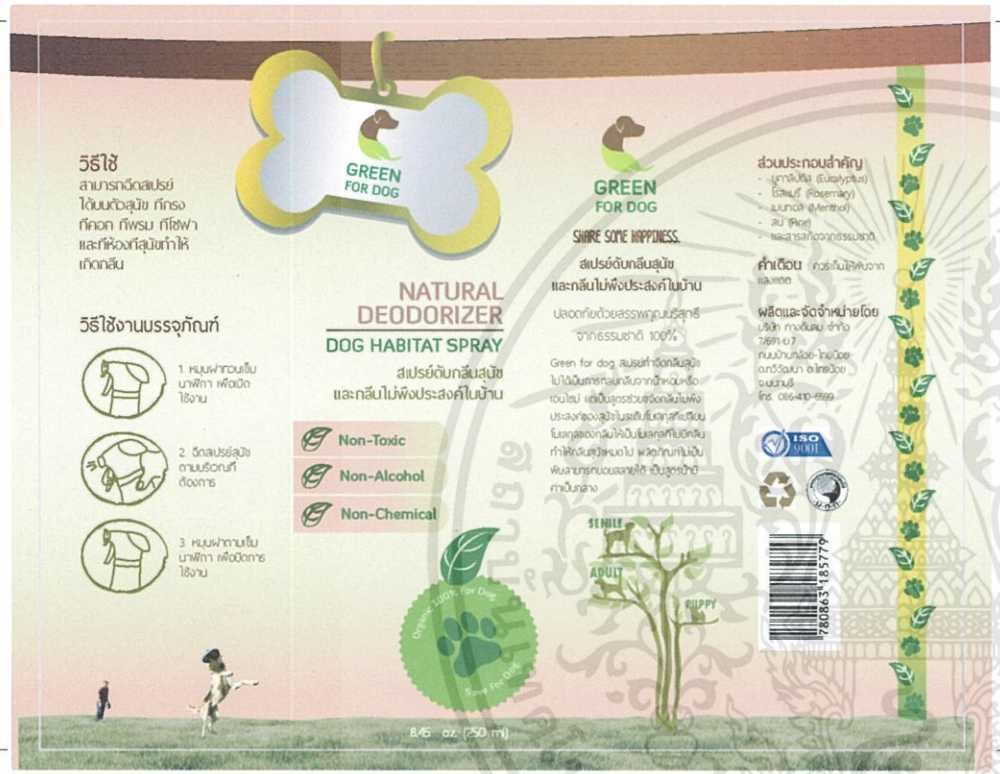
	C = 15 M = 20 Y = 0 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 0 M = 5 Y = 0 K = 0		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 0
	C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30		C = 40 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0		C = 50 M = 45 Y = 80 K = 30
	C = 35 M = 0 Y = 90 K = 0		C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0
	C = 5 M = 0 Y = 75 K = 0		C = 20 M = 20 Y = 100 K = 0

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

UNIT : mm


180.00
140.00



Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

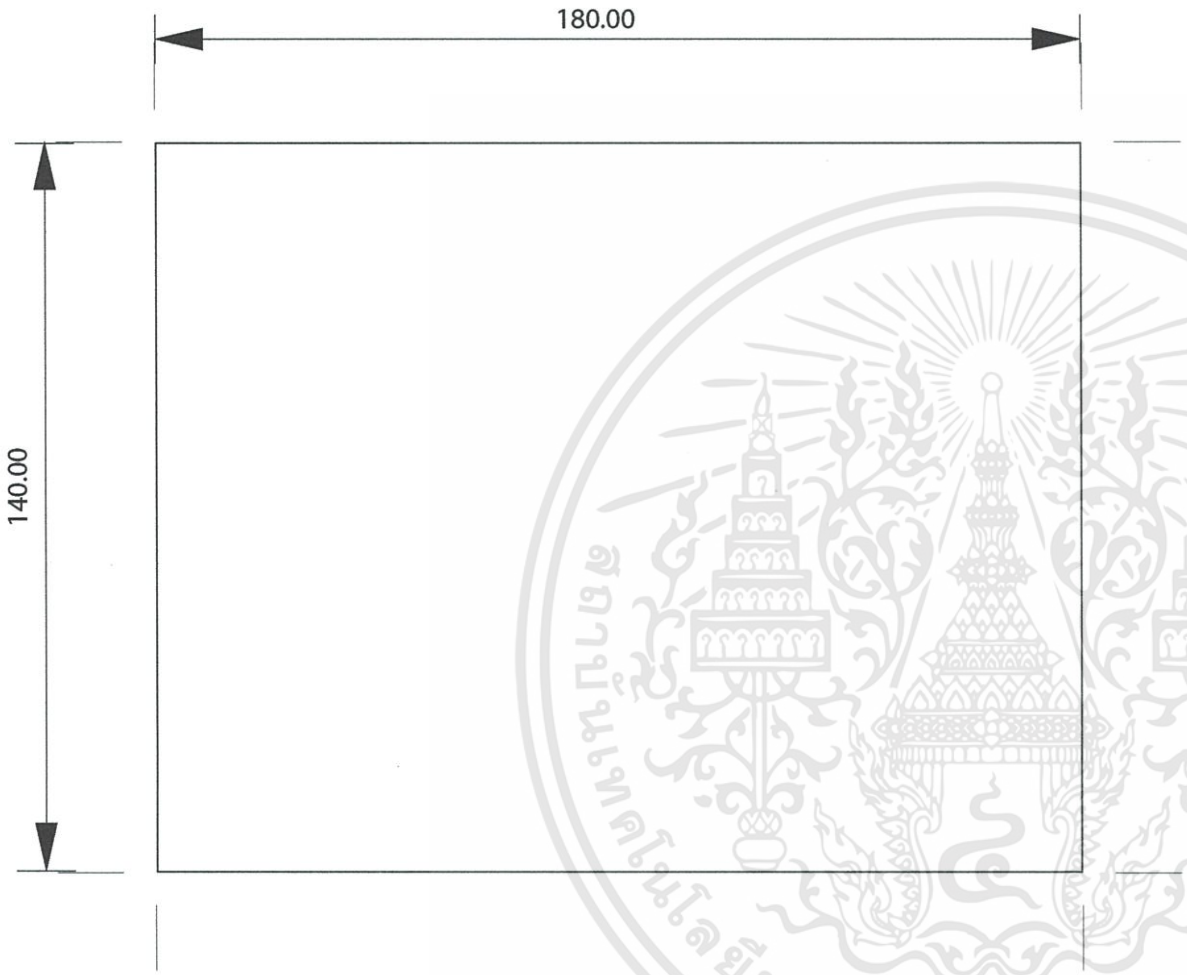
Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

Green for dog habitat spray 250 ml artwork

Project : Green for dog

	C = 45 M = 85 Y = 80 K = 70		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 5
	C = 30 M = 65 Y = 100 K = 15		C = 45 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 5 M = 30 Y = 40 K = 0		C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30
	C = 30 M = 0 Y = 100 K = 0		C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0
	C = 0 M = 0 Y = 0 K = 30		C = 25 M = 65 Y = 65 K = 10
	C = 20 M = 15 Y = 100 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0		C = 35 M = 70 Y = 100 K = 40

UNIT : mm


180.00
140.00

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

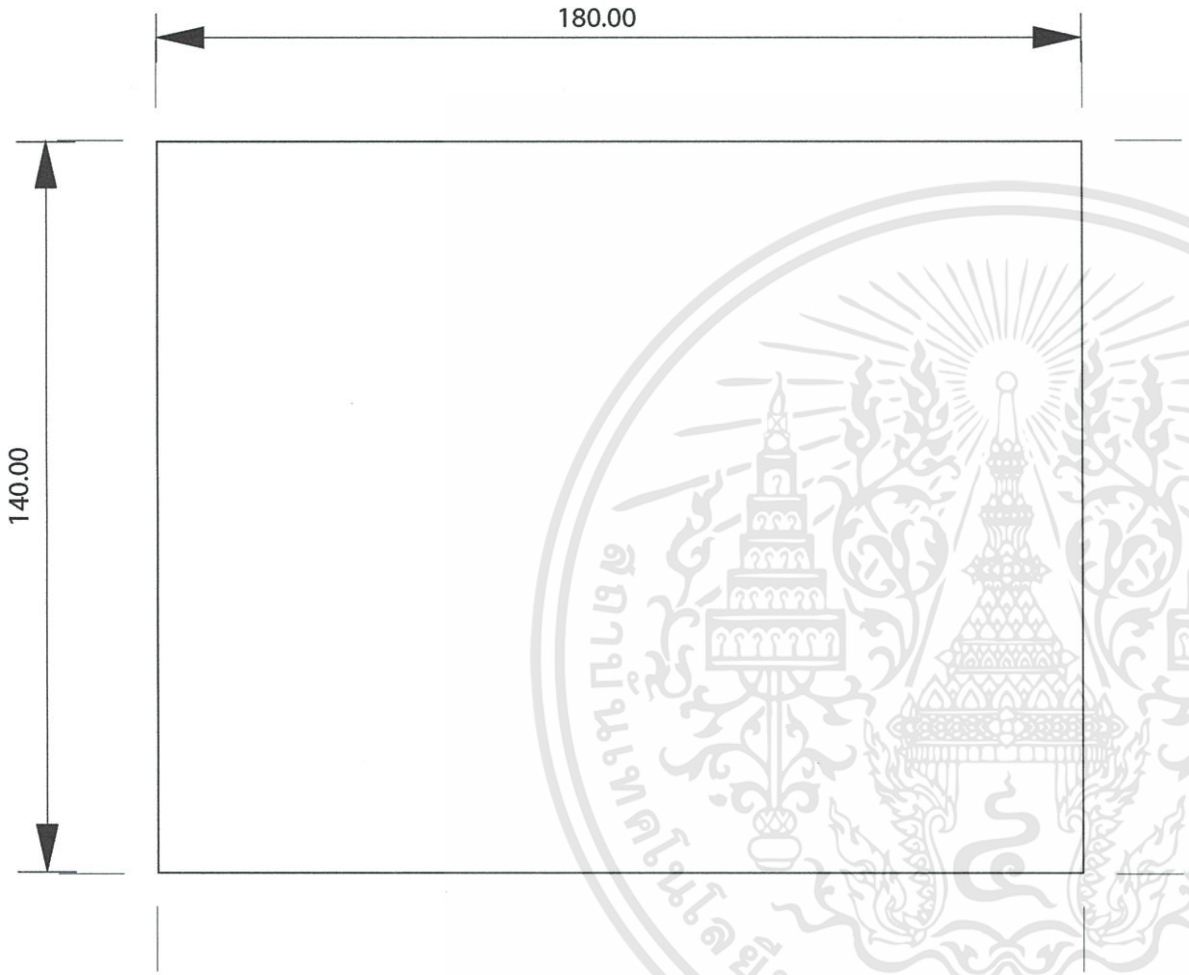
Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

Green for dog habitat spray 250 ml artwork

Project : Green for dog

C = 45 M = 85 Y = 80 K = 70		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 5	
C = 30 M = 65 Y = 100 K = 15		C = 45 M = 45 Y = 100 K = 15	
C = 35 M = 15 Y = 30 K = 0		C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30	
C = 10 M = 0 Y = 45 K = 0		C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0	
C = 0 M = 0 Y = 0 K = 30		C = 75 M = 50 Y = 45 K = 20	
C = 20 M = 15 Y = 100 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90	
C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0		C = 35 M = 70 Y = 100 K = 40	

UNIT : mm


180.00
140.00

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

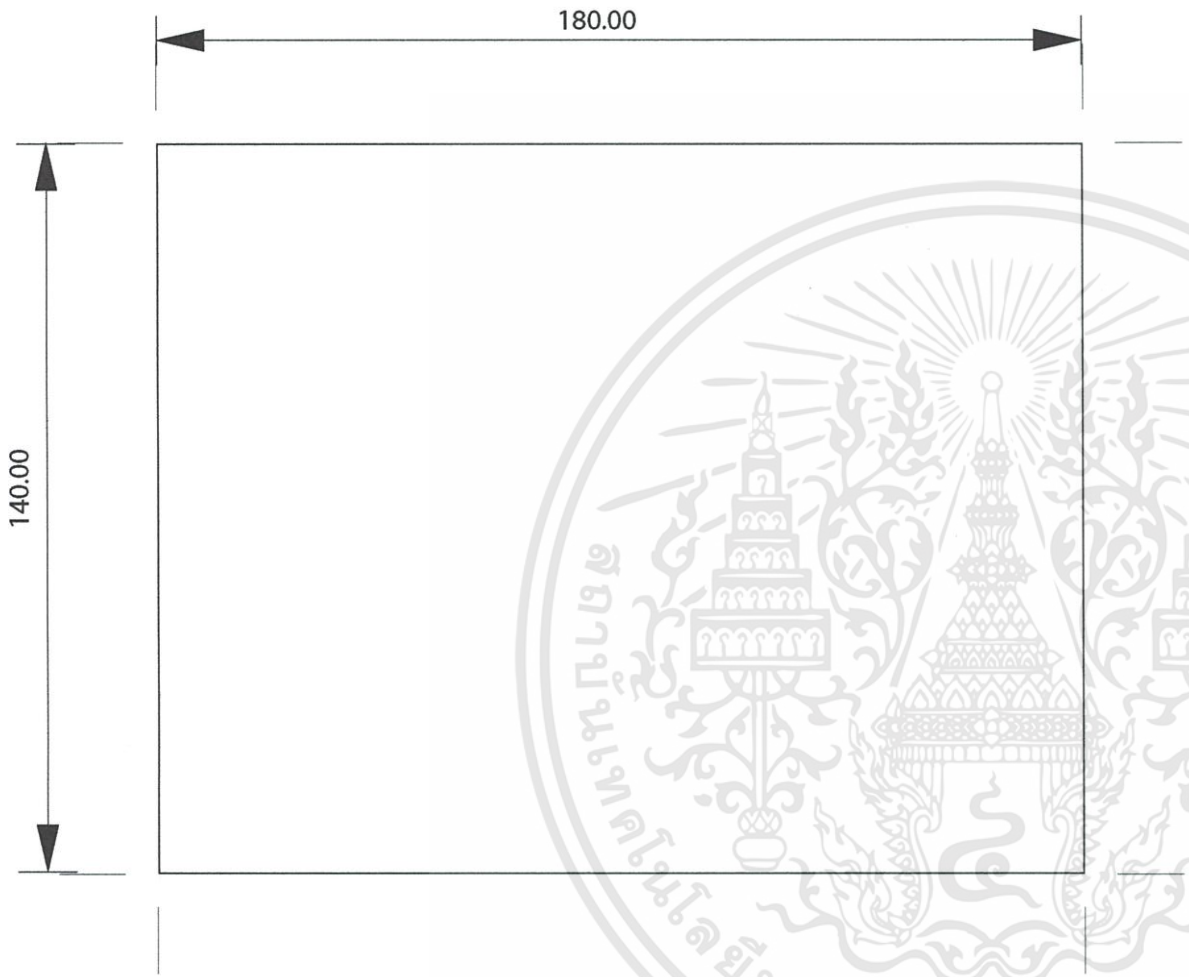
Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

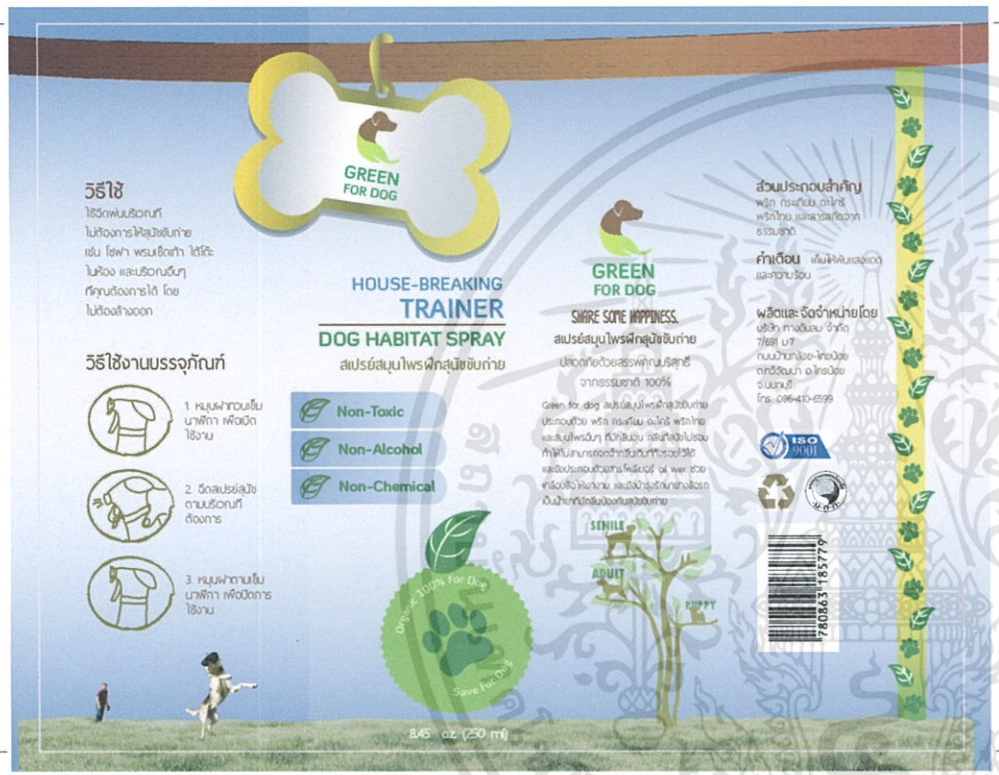
Green for dog habitat spray 250 ml artwork

Project : Green for dog

C = 45 M = 85 Y = 80 K = 70		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 5	
C = 30 M = 65 Y = 100 K = 15		C = 45 M = 45 Y = 100 K = 15	
C = 65 M = 10 Y = 85 K = 0		C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30	
C = 0 M = 25 Y = 95 K = 0		C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0	
C = 0 M = 0 Y = 0 K = 30		C = 60 M = 30 Y = 90 K = 10	
C = 20 M = 15 Y = 100 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90	
C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0		C = 35 M = 70 Y = 100 K = 40	

UNIT : mm


180.00
140.00



Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

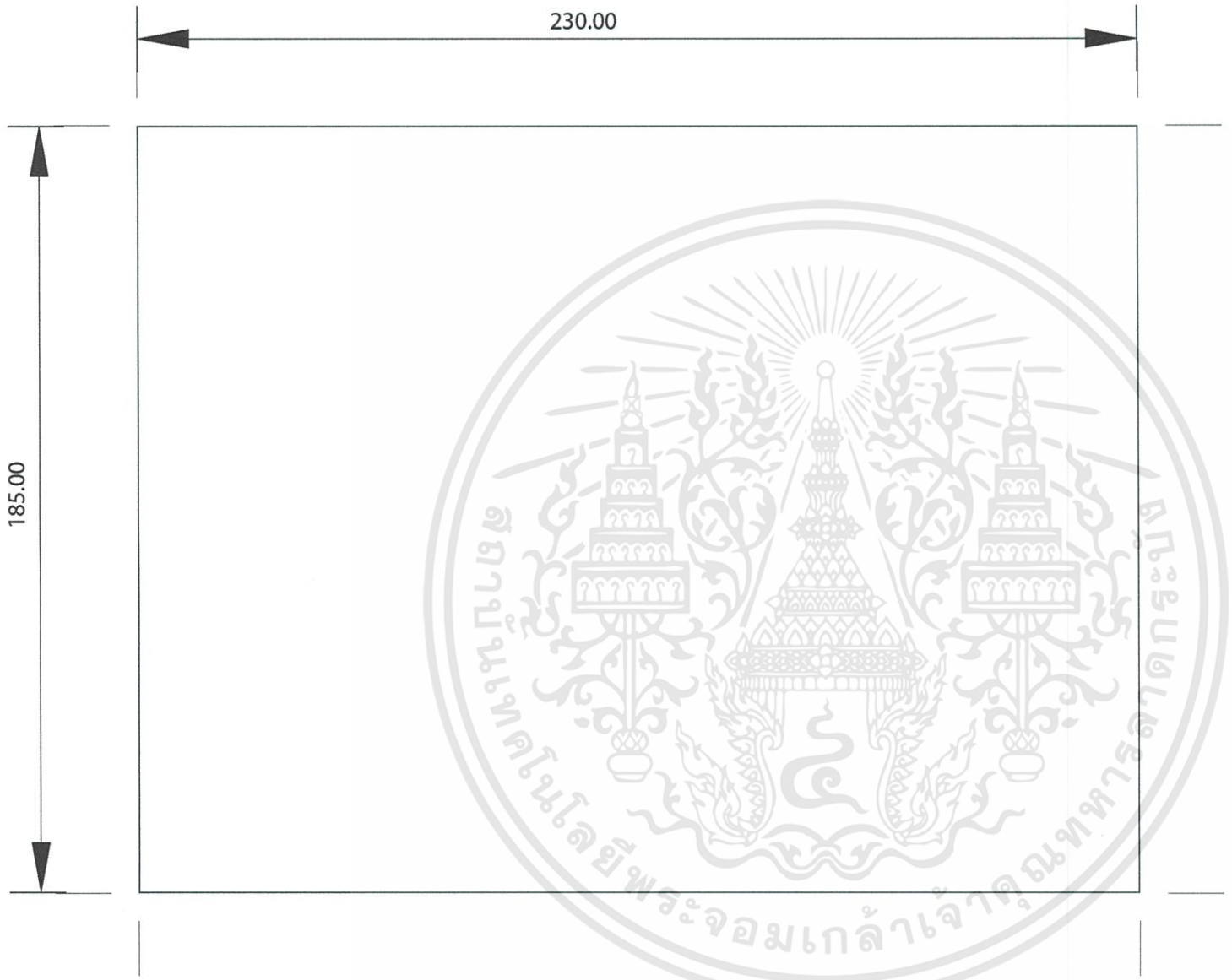
Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

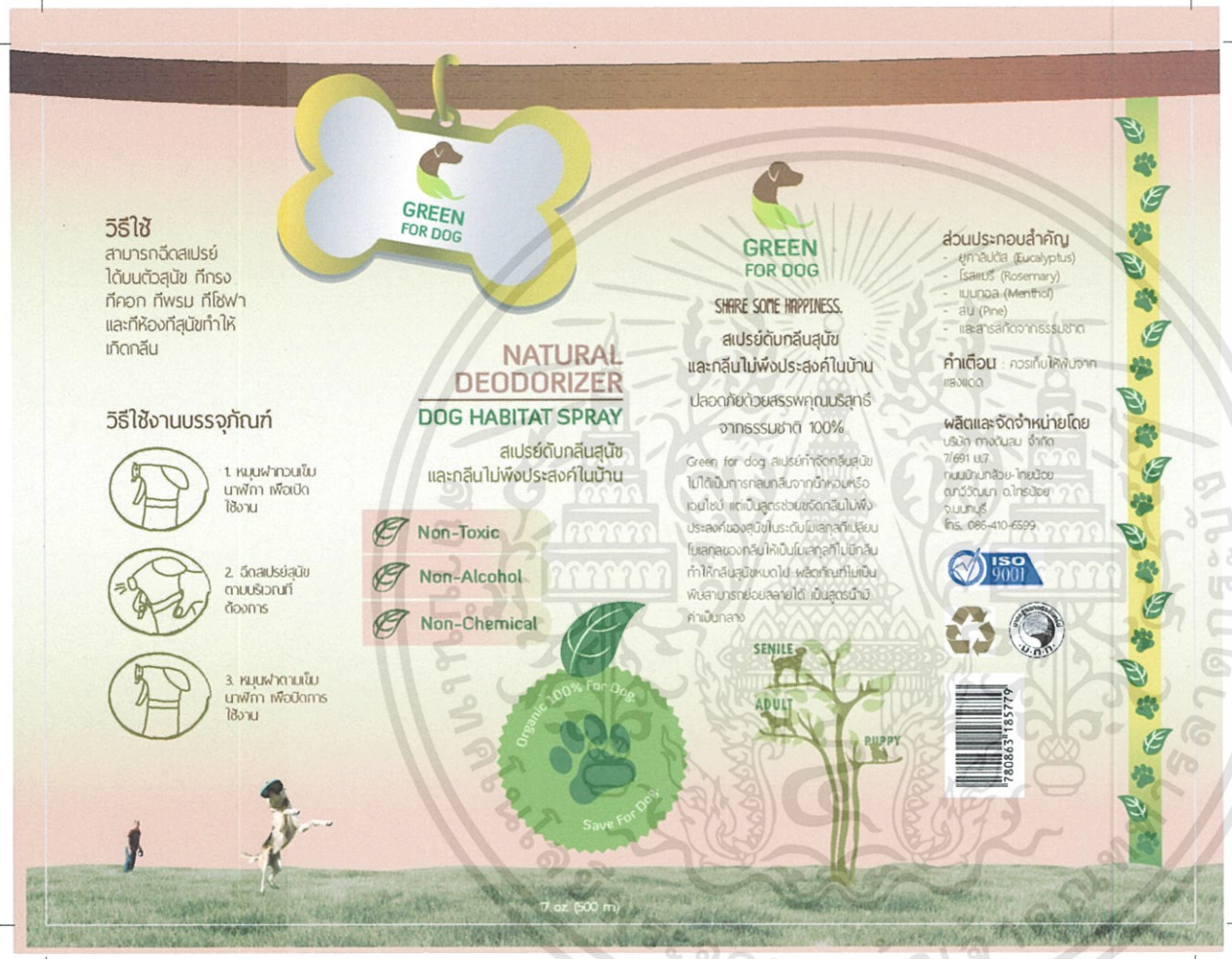
Green for dog habitat spray 250 ml artwork

Project : Green for dog

	C = 45 M = 85 Y = 80 K = 70		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 5
	C = 30 M = 65 Y = 100 K = 15		C = 45 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 55 M = 40 Y = 5 K = 0		C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30
	C = 30 M = 15 Y = 5 K = 0		C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0
	C = 0 M = 0 Y = 0 K = 30		C = 75 M = 50 Y = 25 K = 5
	C = 20 M = 15 Y = 100 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0		C = 35 M = 70 Y = 100 K = 40

UNIT : mm


230.00
185.00



Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

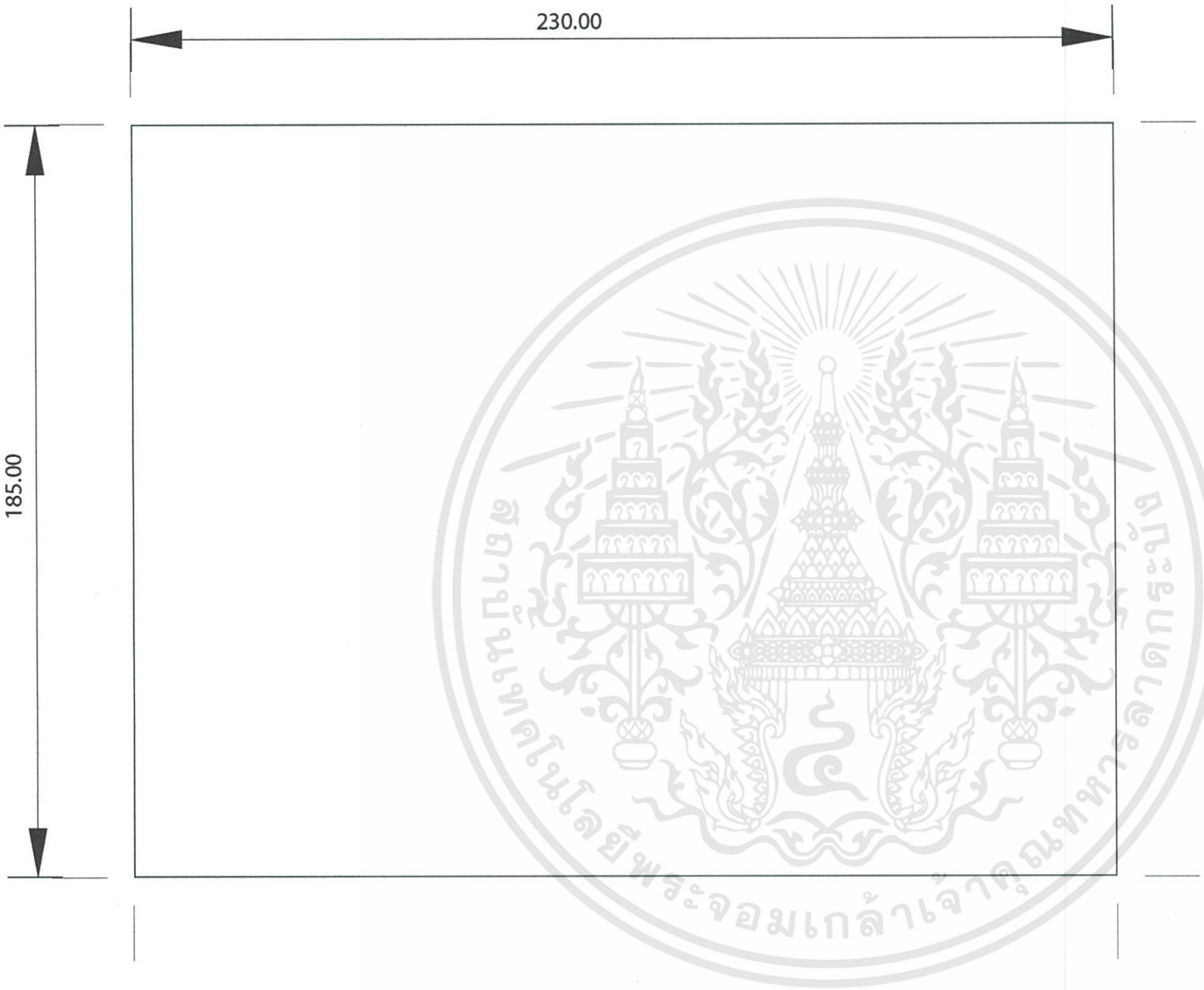
Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

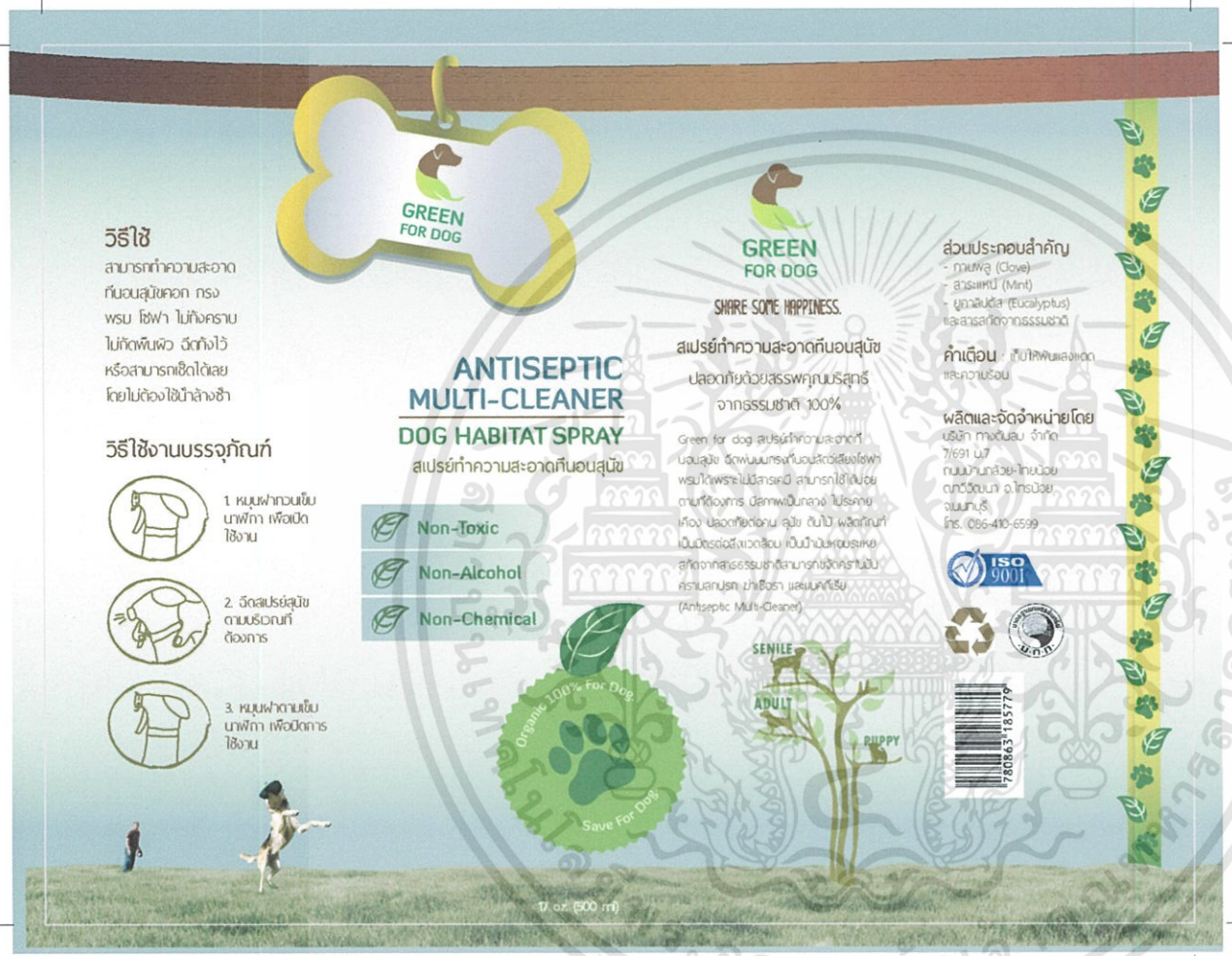
Green for dog habitat spray 500 ml artwork

Project : Green for dog

	C = 45 M = 85 Y = 80 K = 70		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 5
	C = 30 M = 65 Y = 100 K = 15		C = 45 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 5 M = 30 Y = 40 K = 0		C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30
	C = 30 M = 0 Y = 100 K = 0		C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0
	C = 0 M = 0 Y = 0 K = 30		C = 25 M = 65 Y = 65 K = 10
	C = 20 M = 15 Y = 100 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0		C = 35 M = 70 Y = 100 K = 40

UNIT : mm


230.00
185.00



Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

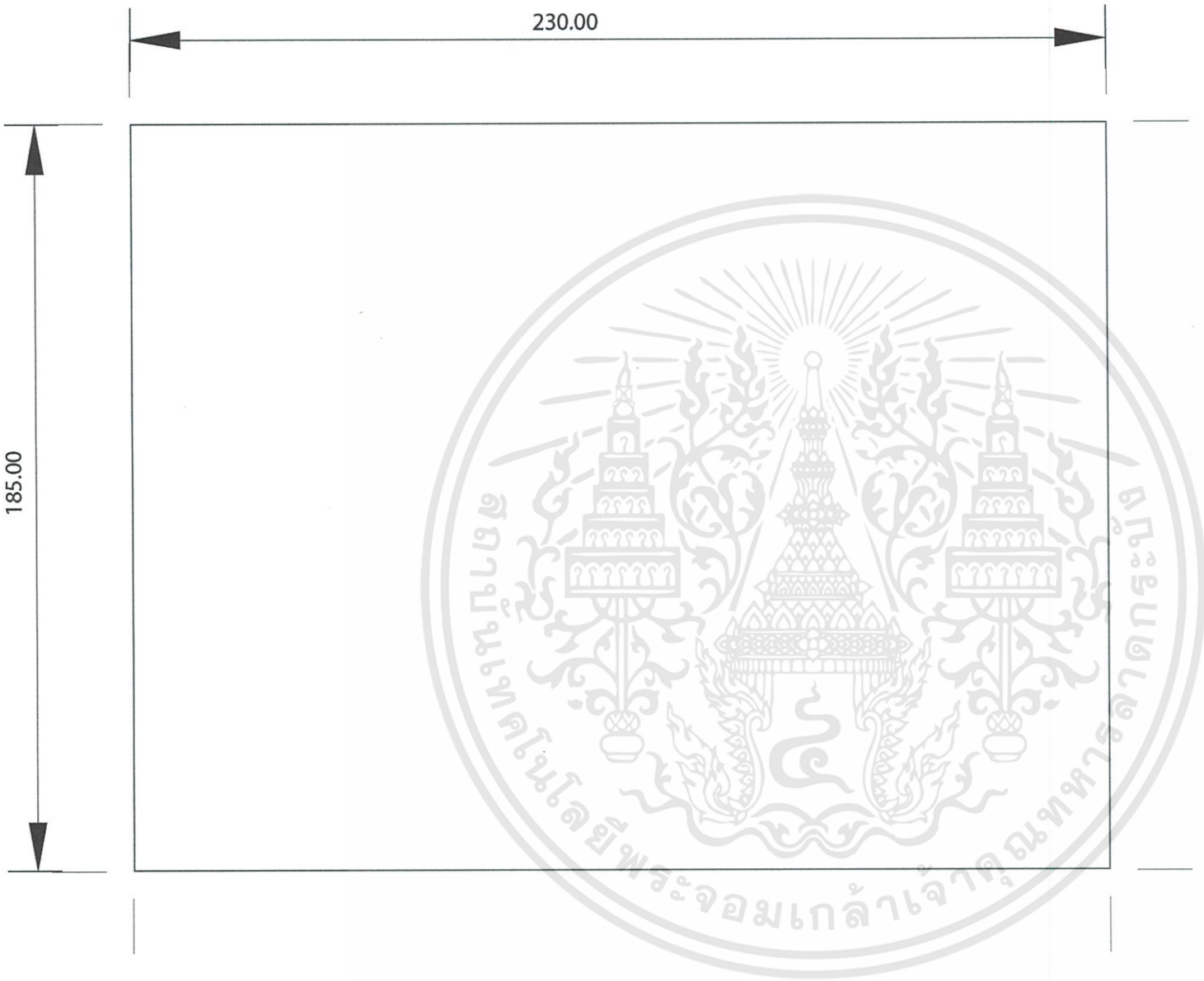
Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

Green for dog habitat spray 500 ml artwork

Project : Green for dog

	C = 45 M = 85 Y = 80 K = 70		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 5
	C = 30 M = 65 Y = 100 K = 15		C = 45 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 35 M = 15 Y = 30 K = 0		C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30
	C = 10 M = 0 Y = 45 K = 0		C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0
	C = 0 M = 0 Y = 0 K = 30		C = 75 M = 50 Y = 45 K = 20
	C = 20 M = 15 Y = 100 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0		C = 35 M = 70 Y = 100 K = 40

UNIT : mm


230.00
185.00

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

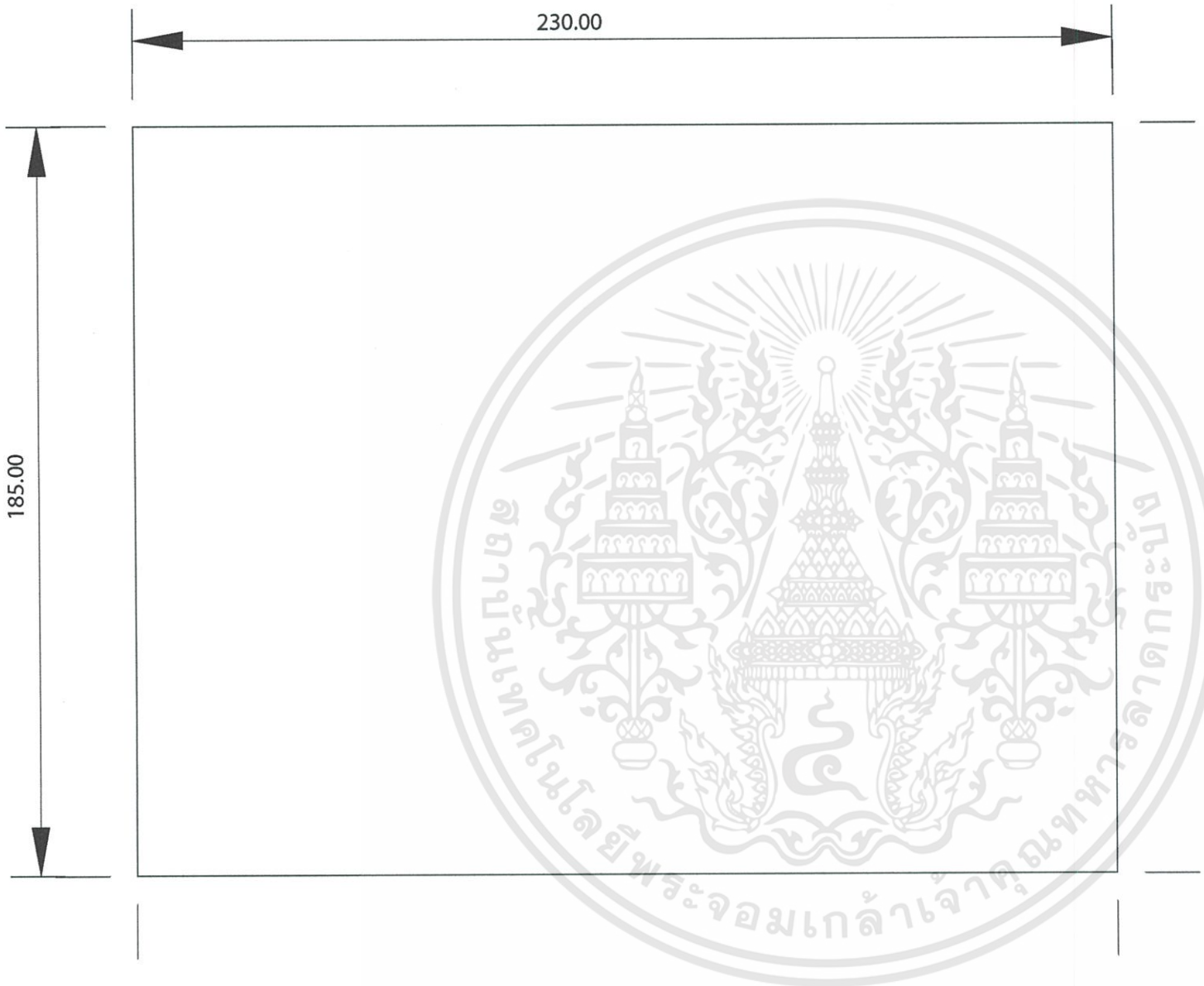
Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

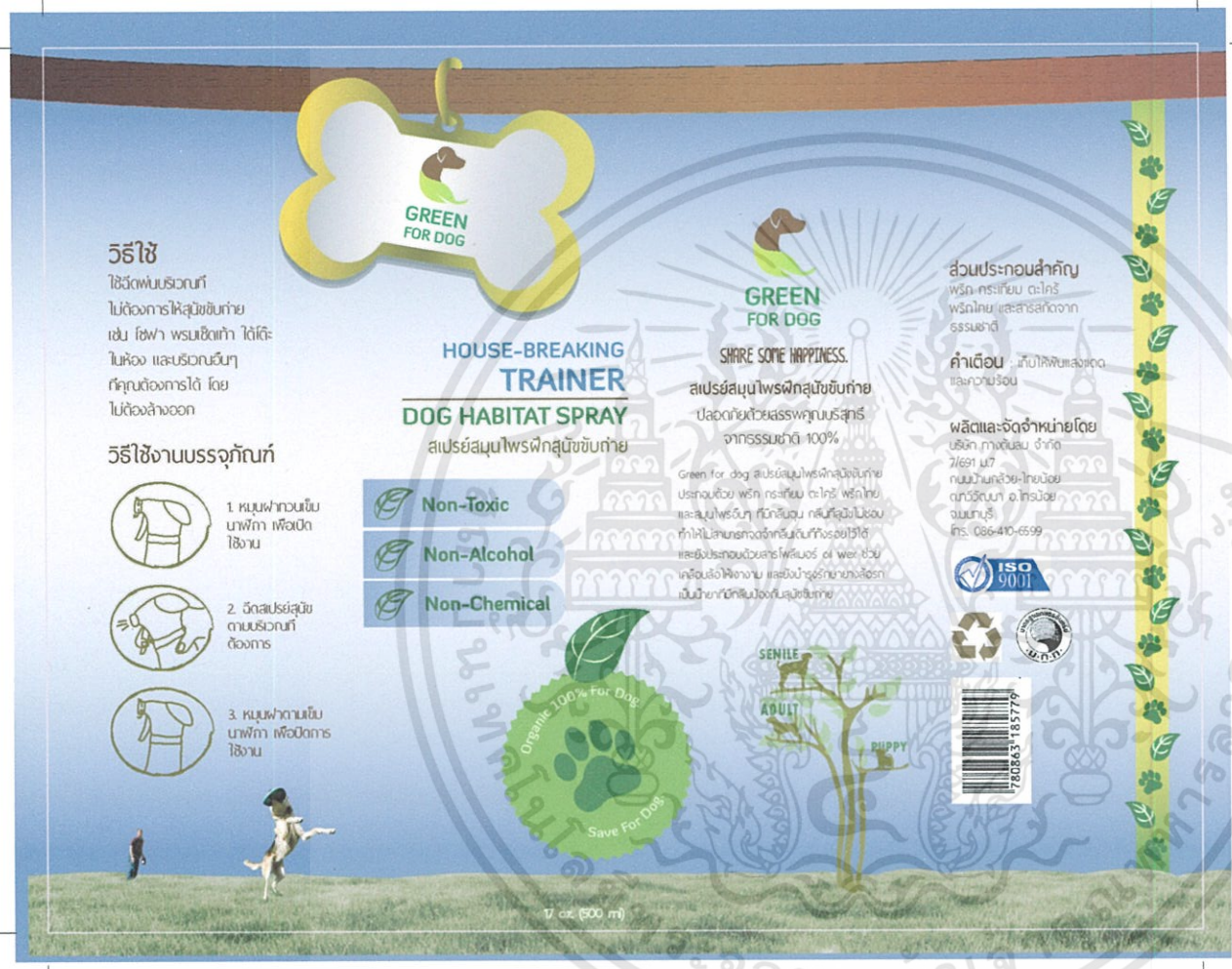
Green for dog habitat spray 500 ml artwork

Project : Green for dog

	C = 45 M = 85 Y = 80 K = 70		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 5
	C = 30 M = 65 Y = 100 K = 15		C = 45 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 65 M = 10 Y = 85 K = 0		C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30
	C = 0 M = 25 Y = 95 K = 0		C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0
	C = 0 M = 0 Y = 0 K = 30		C = 60 M = 30 Y = 90 K = 10
	C = 20 M = 15 Y = 100 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0		C = 35 M = 70 Y = 100 K = 40

UNIT : mm


230.00
185.00



Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : PVC Film
Printing Process : Gravure

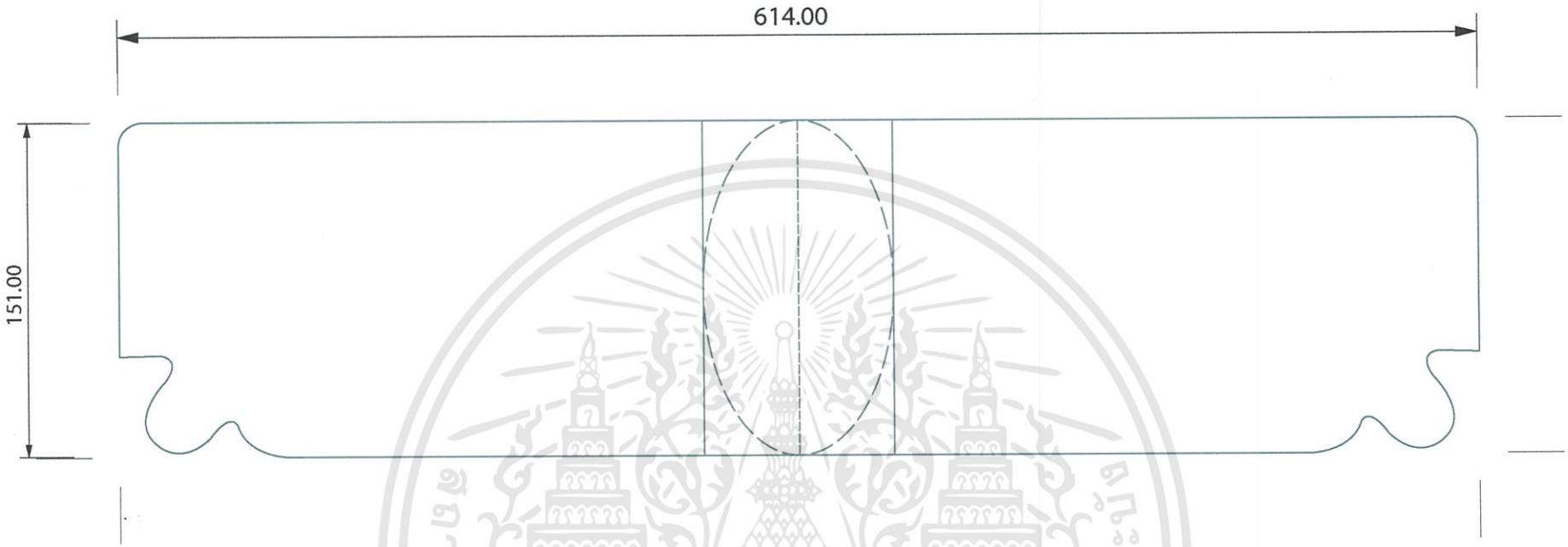
Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

Green for dog habitat spray 500 ml artwork

Project : Green for dog

	C = 45 M = 85 Y = 80 K = 70		C = 55 M = 20 Y = 100 K = 5
	C = 30 M = 65 Y = 100 K = 15		C = 45 M = 45 Y = 100 K = 15
	C = 55 M = 40 Y = 5 K = 0		C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30
	C = 30 M = 15 Y = 5 K = 0		C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0
	C = 0 M = 0 Y = 0 K = 30		C = 75 M = 50 Y = 25 K = 5
	C = 20 M = 15 Y = 100 K = 0		C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90
	C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0		C = 35 M = 70 Y = 100 K = 40

UNIT : mm


614.00
151.00

C = 5
M = 30
Y = 40
K = 0

C = 30
M = 0
Y = 100
K = 0

C = 0
M = 0
Y = 0
K = 30

C = 20
M = 15
Y = 100
K = 0

C = 35
M = 30
Y = 65
K = 0

C = 35
M = 70
Y = 100
K = 40

C = 55
M = 20
Y = 100
K = 5

C = 45
M = 45
Y = 100
K = 15

C = 70
M = 40
Y = 100
K = 30

C = 20
M = 0
Y = 45
K = 0

C = 25
M = 65
Y = 65
K = 10

C = 75
M = 70
Y = 70
K = 90

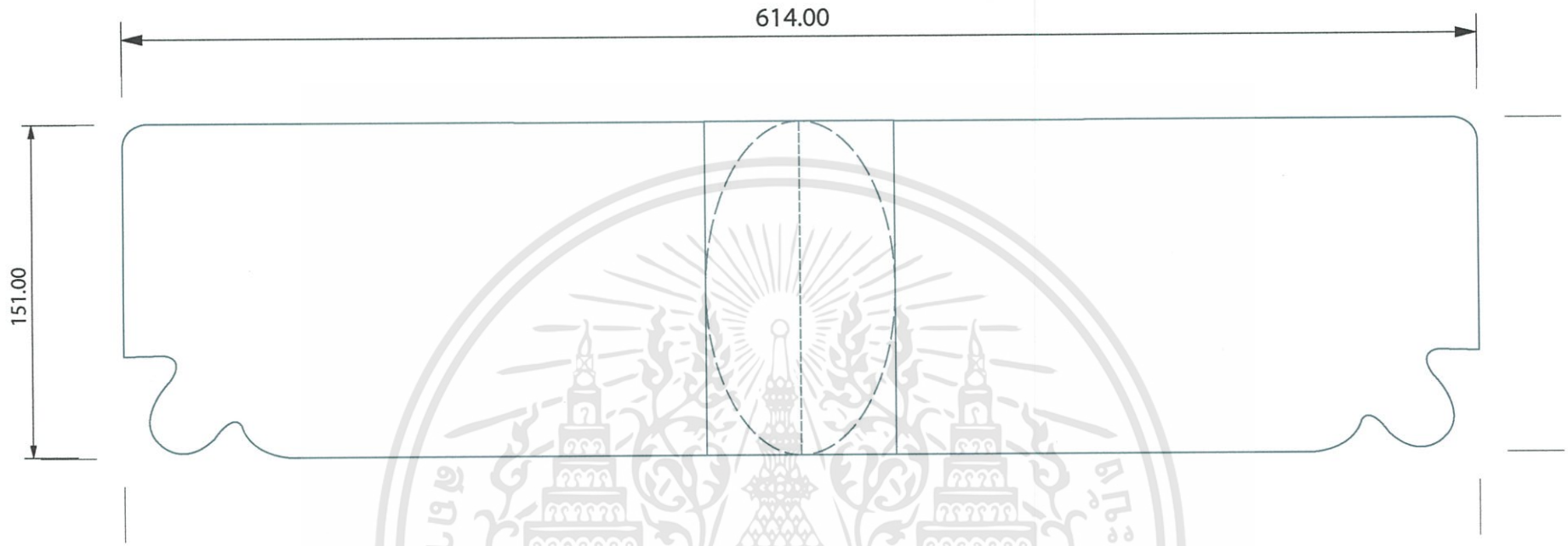
Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198
Green for dog habitat liquid 600 ml artwork

Project : Green for dog

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : LDPE
Printing Process : Gravure

UNIT : mm
Scale : 1:4


614.00
151.00

C = 35 M = 15 Y = 30 K = 0	C = 10 M = 0 Y = 45 K = 0	C = 0 M = 0 Y = 0 K = 30	C = 20 M = 15 Y = 100 K = 0	C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0	C = 35 M = 70 Y = 100 K = 40
C = 55 M = 20 Y = 100 K = 5	C = 45 M = 45 Y = 100 K = 15	C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30	C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0	C = 75 M = 50 Y = 45 K = 20	C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

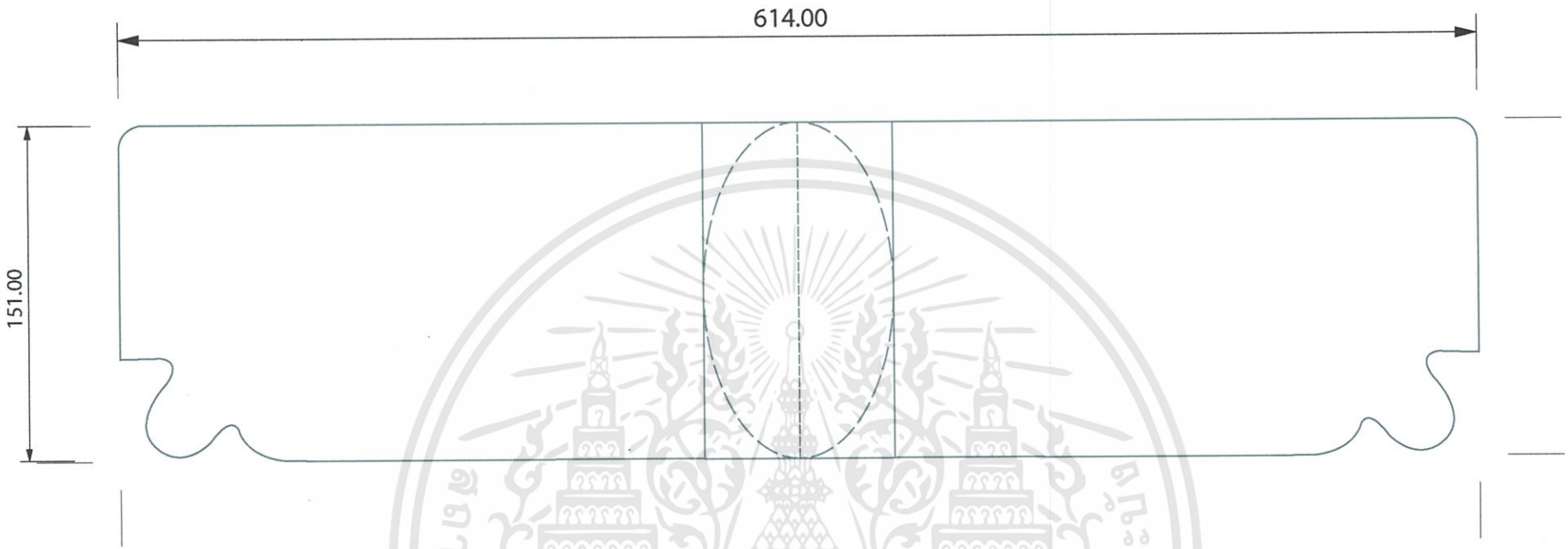
Green for dog habitat liquid 600 ml artwork

Project : Green for dog

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : LDPE
Printing Process : Gravure

UNIT : mm
Scale : 1:4


614.00
151.00

C = 65 M = 10 Y = 85 K = 0	C = 0 M = 25 Y = 95 K = 0	C = 0 M = 0 Y = 0 K = 30	C = 20 M = 15 Y = 100 K = 0	C = 35 M = 30 Y = 65 K = 0	C = 35 M = 70 Y = 100 K = 40
C = 55 M = 20 Y = 100 K = 5	C = 45 M = 45 Y = 100 K = 15	C = 70 M = 40 Y = 100 K = 30	C = 20 M = 0 Y = 45 K = 0	C = 60 M = 30 Y = 90 K = 10	C = 75 M = 70 Y = 70 K = 90

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

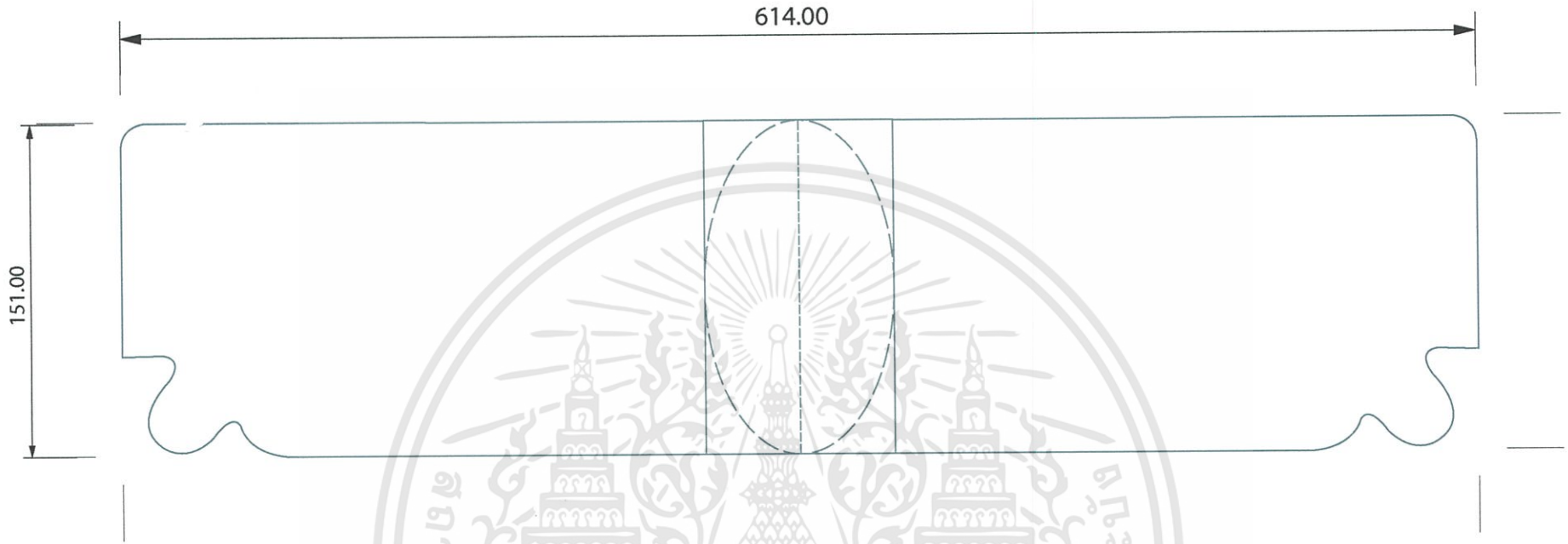
Green for dog habitat liquid 600 ml artwork

Project : Green for dog

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : LDPE
Printing Process : Gravure

UNIT : mm
Scale : 1:4


614.00
151.00

C = 55
M = 40
Y = 5
K = 0

C = 30
M = 15
Y = 5
K = 0

C = 0
M = 0
Y = 0
K = 30

C = 20
M = 15
Y = 100
K = 0

C = 35
M = 30
Y = 65
K = 0

C = 35
M = 70
Y = 100
K = 40

C = 55
M = 20
Y = 100
K = 5

C = 45
M = 45
Y = 100
K = 15

C = 70
M = 40
Y = 100
K = 30

C = 20
M = 0
Y = 45
K = 0

C = 75
M = 50
Y = 25
K = 5

C = 75
M = 70
Y = 70
K = 90

Designer : TIDAPORN RITREAUNGDETH
CODE No. : 52020198

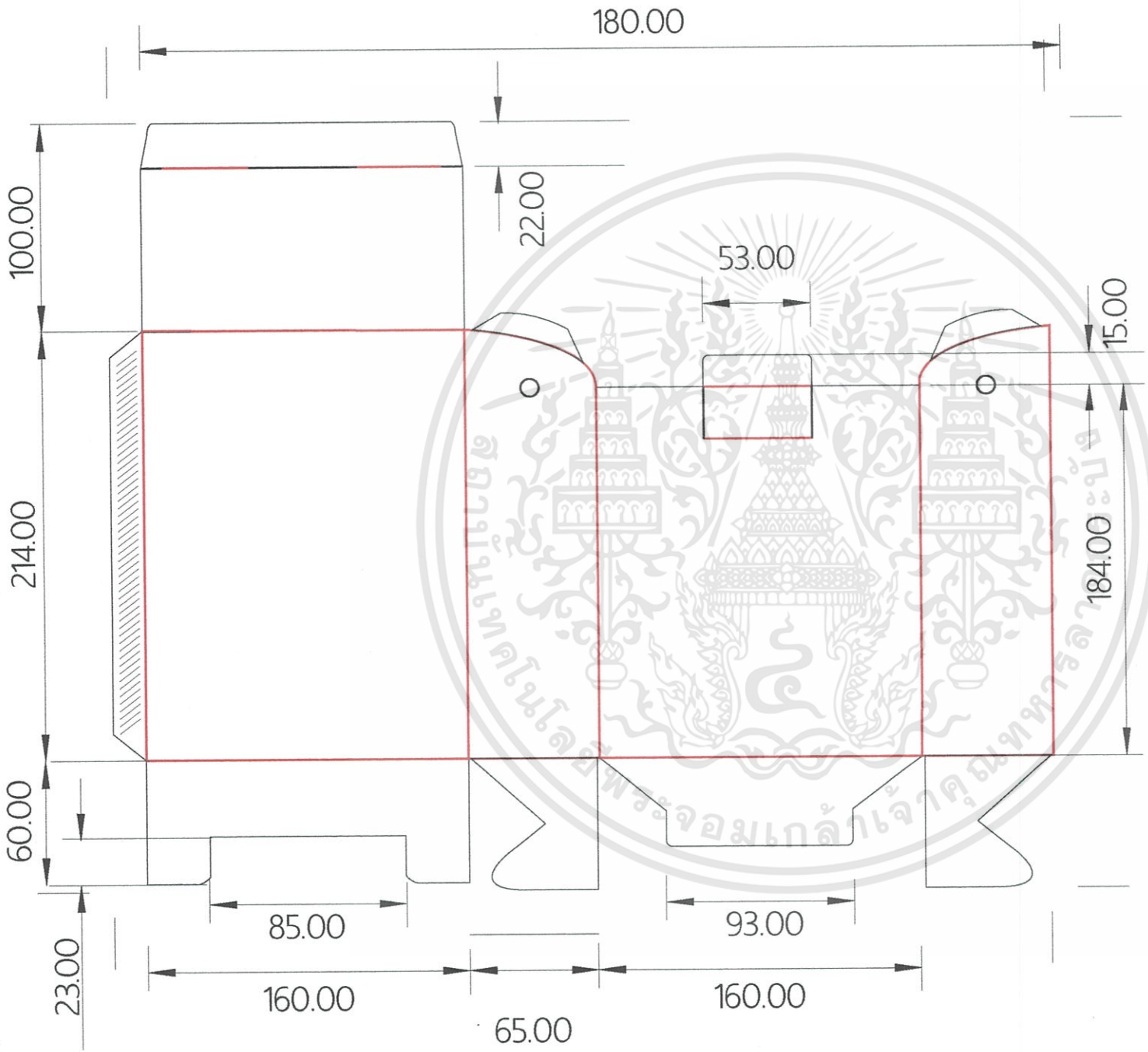
Green for dog habitat liquid 600 ml artwork

Project : Green for dog

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

Material : LDPE
Printing Process : Gravure

UNIT : mm
Scale : 1:4



วันที่	26/03/14		
ชื่อลูกค้า	Green for dog		
ชื่อสินค้า	ชุดป้องกันโรคผิวหนังสุนัข		
สัดส่วน	1:4		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก	160	65	214
หน้ากระดาษ			
ชนิดกระดาษ	กระดาษกล่องแป้ง 500 gm		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำแบบ	นส.อิศาพร ฤทธิ์เรืองเดช		

Cutting line

Folding out line

Folding in line

Glue line

ด้านหน้า

วันที่	26/03/14		
ชื่อลูกค้า	Green for dog		
ชื่อสินค้า	ชุดป้องกันโรคผิวหนังสุนัข		
สัดส่วน	1:4		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก	160	65	214
หน้ากระดาษ			
ชนิดกระดาษ	กระดาษกล่องแป้ง 500 gsm		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำแบบ	นส.ธิดาพร ฤทธิ์เรืองเดช		

Cutting line

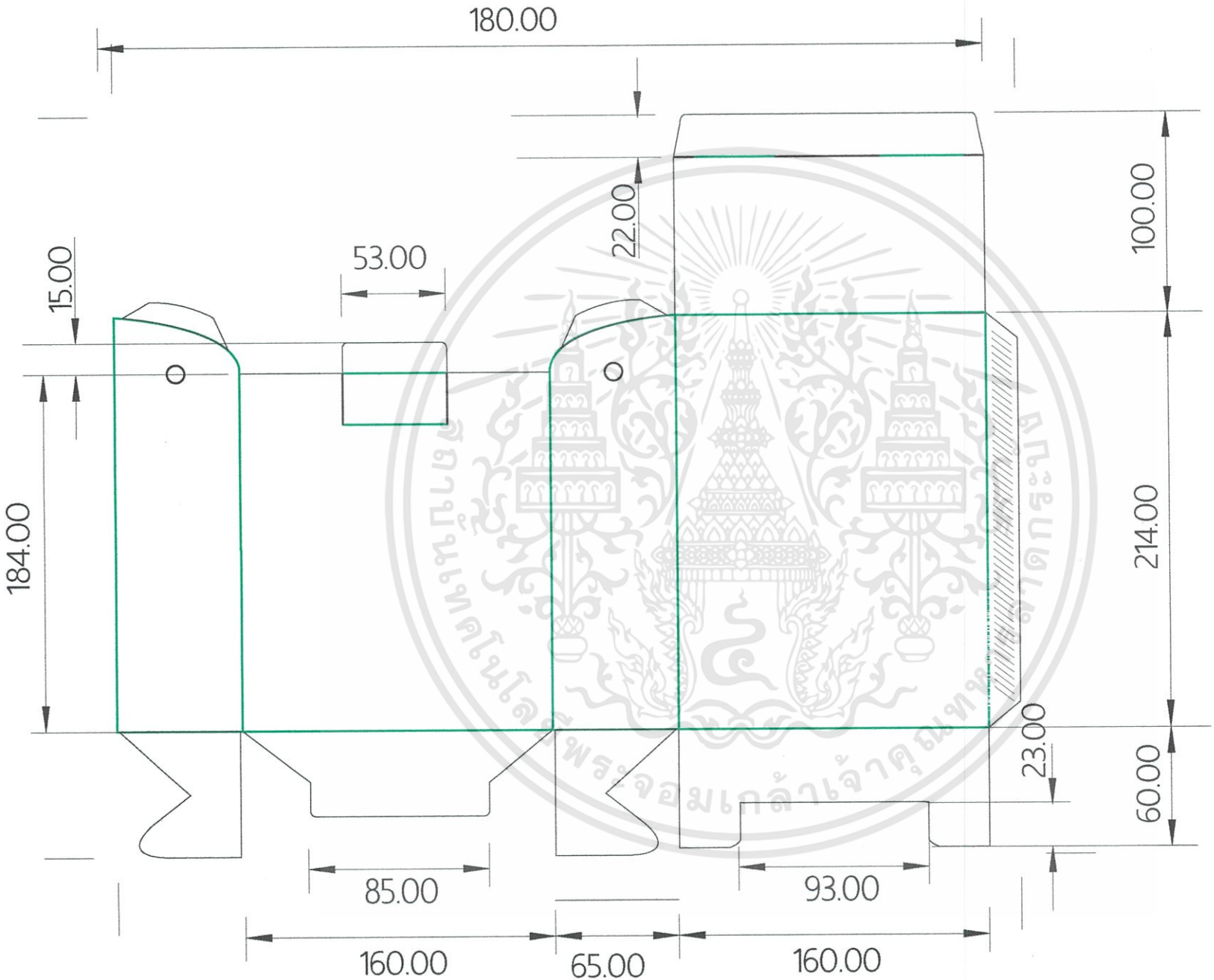
Folding out line

Folding in line

Glue line

C = 30 M = 10 Y = 70 K = 0	C = 35 M = 10 Y = 5 K = 0
C = 55 M = 20 Y = 100 K = 0	C = 45 M = 40 Y = 40 K = 50
C = 70 M = 40 Y = 100 K = 25	C = 60 M = 55 Y = 55 K = 25
C = 5 M = 5 Y = 65 K = 0	C = 30 M = 25 Y = 60 K = 0
C = 0 M = 35 Y = 100 K = 0	C = 45 M = 35 Y = 70 K = 10
C = 35 M = 70 Y = 100 K = 70	C = 60 M = 55 Y = 80 K = 5

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung



วันที่	26/03/14		
ชื่อลูกค้า	Green for dog		
ชื่อสินค้า	ชุดป้องกันโรคผิวหนังสุนัข		
สัดส่วน	1:4		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก	160	65	214
หน้ากระดาษ			
ชนิดกระดาษ	กระดาษกล่องแป้ง 500 gm		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำแบบ	นส.ฮิดาพร ฤทธิ์เรืองเดช		

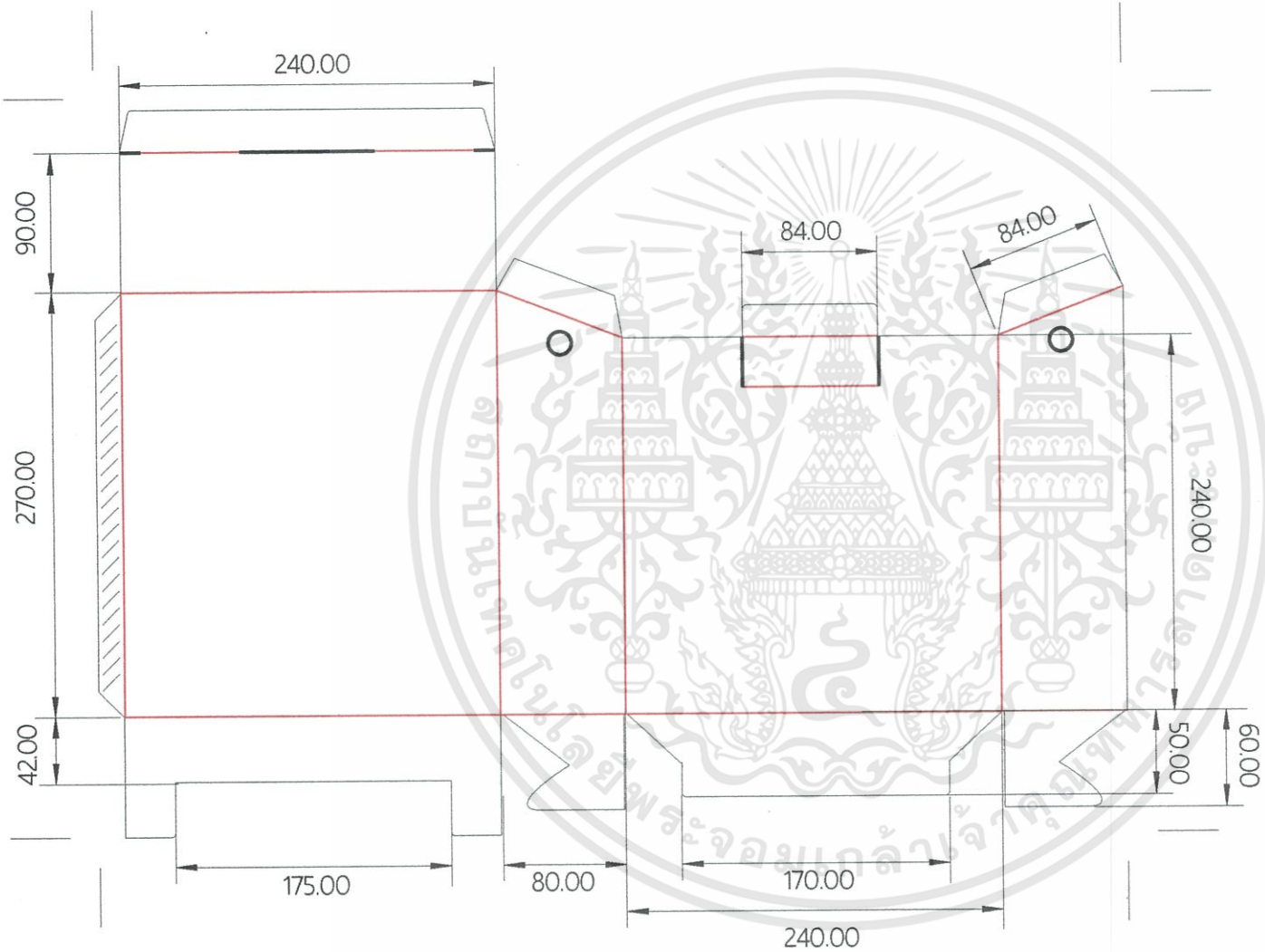
Cutting line

Folding out line

Folding in line

Glue line

ด้านหลัง



วันที่	26/03/14		
ชื่อลูกค้า	Green for dog		
ชื่อสินค้า	ชุดป้องกันโรคผิวหนังสุนัข		
สัดส่วน	1:6		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก	240	80	270
หน้ากระดาษ			
ชนิดกระดาษ	กระดาษลูกฟูกลอน E		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำแบบ	นส.ฮิดายาพร ฤทธิ์เรืองเดช		

Cutting line

Folding out line

Folding in line

Glue line

ด้านหน้า

วันที่	26/03/14		
ชื่อลูกค้า	Green for dog		
ชื่อสินค้า	ชุดป้องกันโรคผิวหนังสุนัข		
สัดส่วน	1:6		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก	240	80	270
หน้ากระดาษ			
ชนิดกระดาษ	กระดาษลูกฟูกลอน E		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำแบบ	นส.สิตาพร ฤทธิ์เรืองเดช		

Cutting line

Folding out line

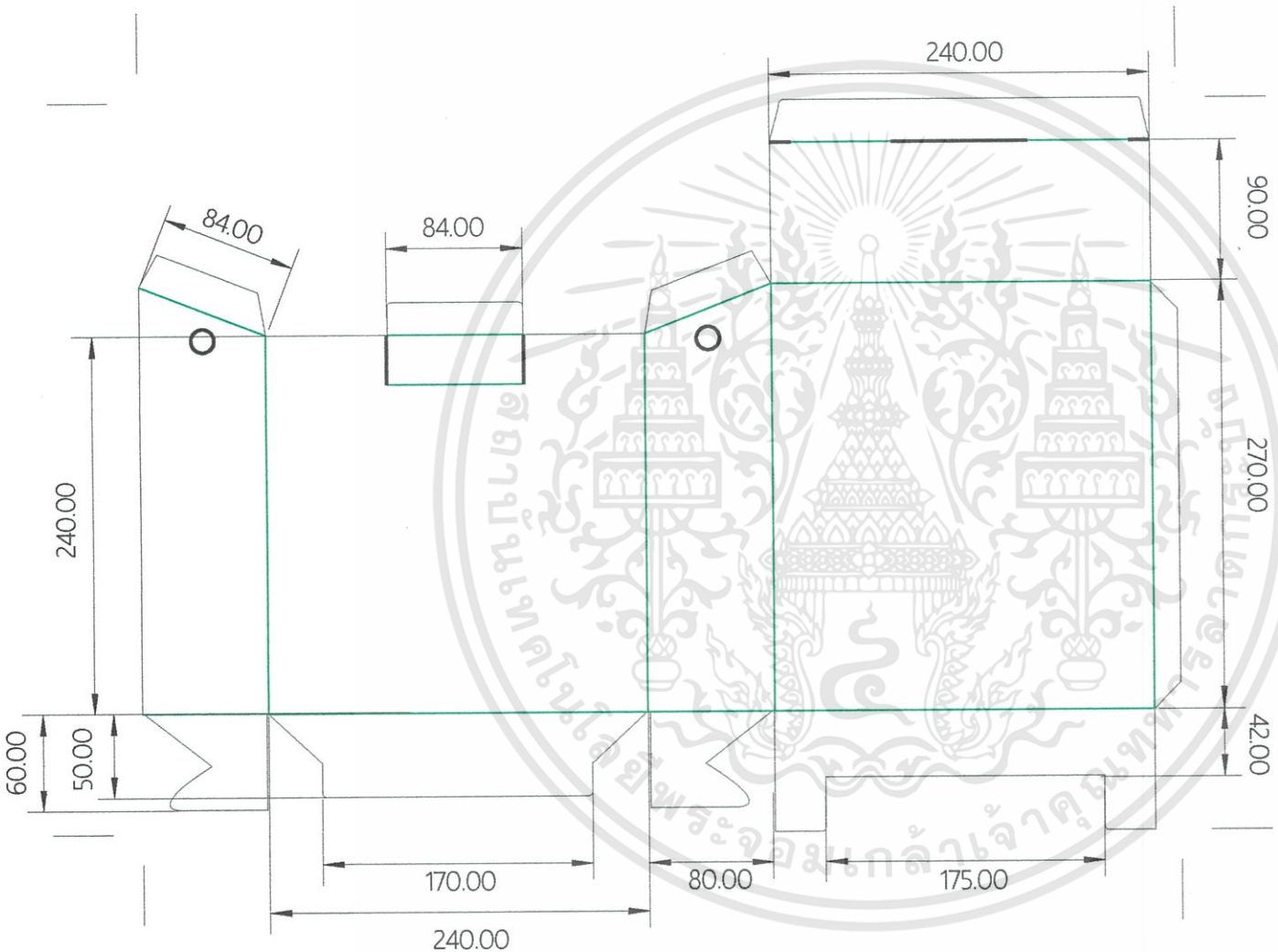
Folding in line

Glue line

	C = 30 M = 10 Y = 70 K = 0		C = 35 M = 10 Y = 5 K = 0
	C = 55 M = 20 Y = 100 K = 0		C = 45 M = 40 Y = 40 K = 50
	C = 70 M = 40 Y = 100 K = 25		C = 60 M = 55 Y = 55 K = 25
	C = 5 M = 5 Y = 65 K = 0		C = 30 M = 25 Y = 60 K = 0
	C = 0 M = 35 Y = 100 K = 0		C = 45 M = 35 Y = 70 K = 10
	C = 35 M = 70 Y = 100 K = 70		C = 60 M = 55 Y = 80 K = 5

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

วันที่	26/03/14		
ชื่อลูกค้า	Green for dog		
ชื่อสินค้า	ชุดป้องกันโรคผิวหนังสุนัข		
สัดส่วน	1:6		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก	240	80	270
หน้ากระดาษ			
ชนิดกระดาษ	กระดาษลูกฟูกลอน E		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำแบบ	นส.ฮิดาพร ฤทธิ์เรืองเดช		



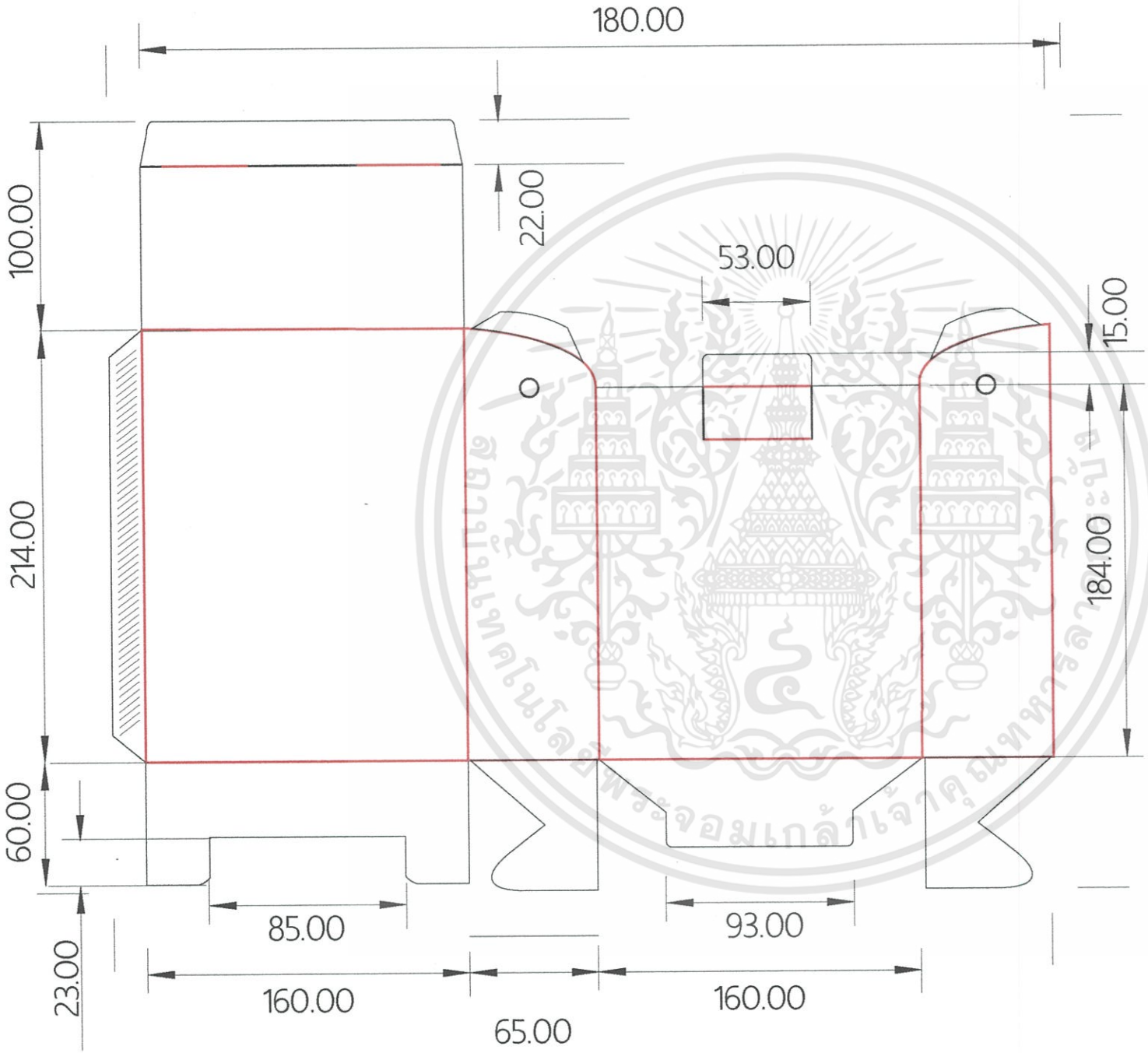
Cutting line

Folding out line

Folding in line

Glue line

ด้านหลัง



วันที่	26/03/14		
ชื่อลูกค้า	Green for dog		
ชื่อสินค้า	ชุดรักษาโรคผิวหนังสุนัข		
สัดส่วน	1:4		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก	160	65	214
หน้ากระดาษ			
ชนิดกระดาษ	กระดาษกล่องแป้ง 500 gm		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำแบบ	นส.ฮิดาพร ฤทธิ์เรืองเดช		

Cutting line

Folding out line

Folding in line

Glue line

ด้านหน้า

วันที่	26/03/14		
ชื่อลูกค้า	Green for dog		
ชื่อสินค้า	ชุดรักษาโรคผิวหนังสุนัข		
สัดส่วน	1:4		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก	160	65	214
หน้ากระดาษ			
ชนิดกระดาษ	กระดาษกล่องแป้ง 500 gsm		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำแบบ	นส.สิตาพร ฤทธิ์เรืองเดช		

Cutting line

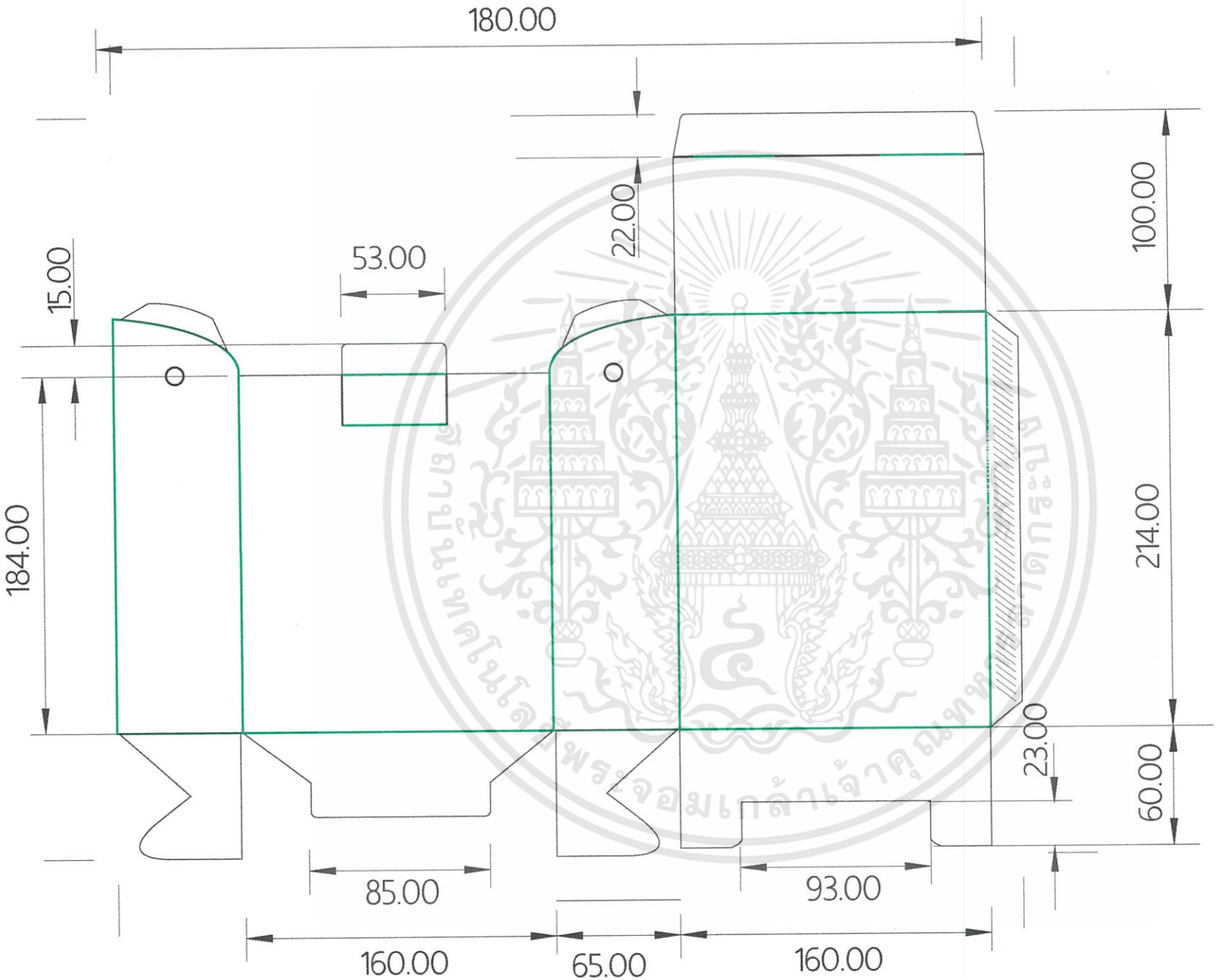
Folding out line

Folding in line

Glue line

	C = 5 M = 5 Y = 65 K = 0			C = 25 M = 5 Y = 20 K = 0	
	C = 0 M = 35 Y = 100 K = 0			C = 45 M = 40 Y = 40 K = 50	
	C = 35 M = 70 Y = 100 K = 70			C = 60 M = 55 Y = 55 K = 25	
	C = 30 M = 10 Y = 70 K = 0			C = 30 M = 25 Y = 60 K = 0	
	C = 55 M = 20 Y = 100 K = 0			C = 45 M = 35 Y = 70 K = 10	
	C = 70 M = 40 Y = 100 K = 25			C = 60 M = 55 Y = 80 K = 5	

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung



วันที่	26/03/14		
ชื่อลูกค้า	Green for dog		
ชื่อสินค้า	ชุดรักษาโรคผิวหนังสุนัข		
สัดส่วน	1:4		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก	160	65	214
หน้ากระดาษ			
ชนิดกระดาษ	กระดาษกล่องแป้ง 500 gm		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำแบบ	นส.ฮิตาพร ฤทธิ์เรืองเดช		

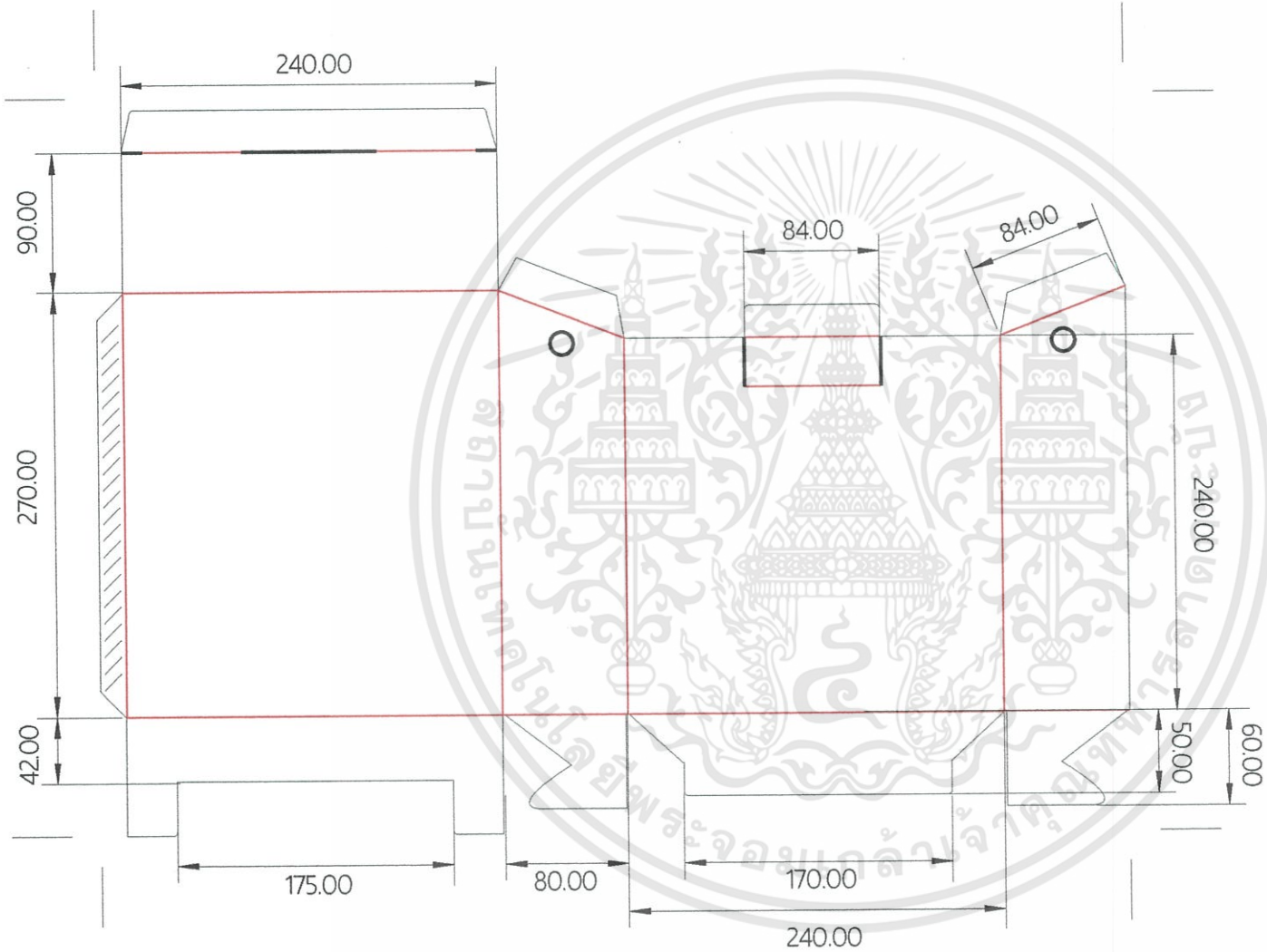
Cutting line

Folding out line

Folding in line

Glue line

ด้านหลัง



วันที่	26/03/14		
ชื่อลูกค้า	Green for dog		
ชื่อสินค้า	ชุดรักษาโรคผิวหนังสุนัข		
สัดส่วน	1:6		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก	240	80	270
หน้ากระดาษ			
ชนิดกระดาษ	กระดาษลูกฟูกลอน E		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำแบบ	นส.ธิดาพร ฤทธิ์เรืองเดช		

Cutting line

Folding out line

Folding in line

Glue line

ด้านหน้า

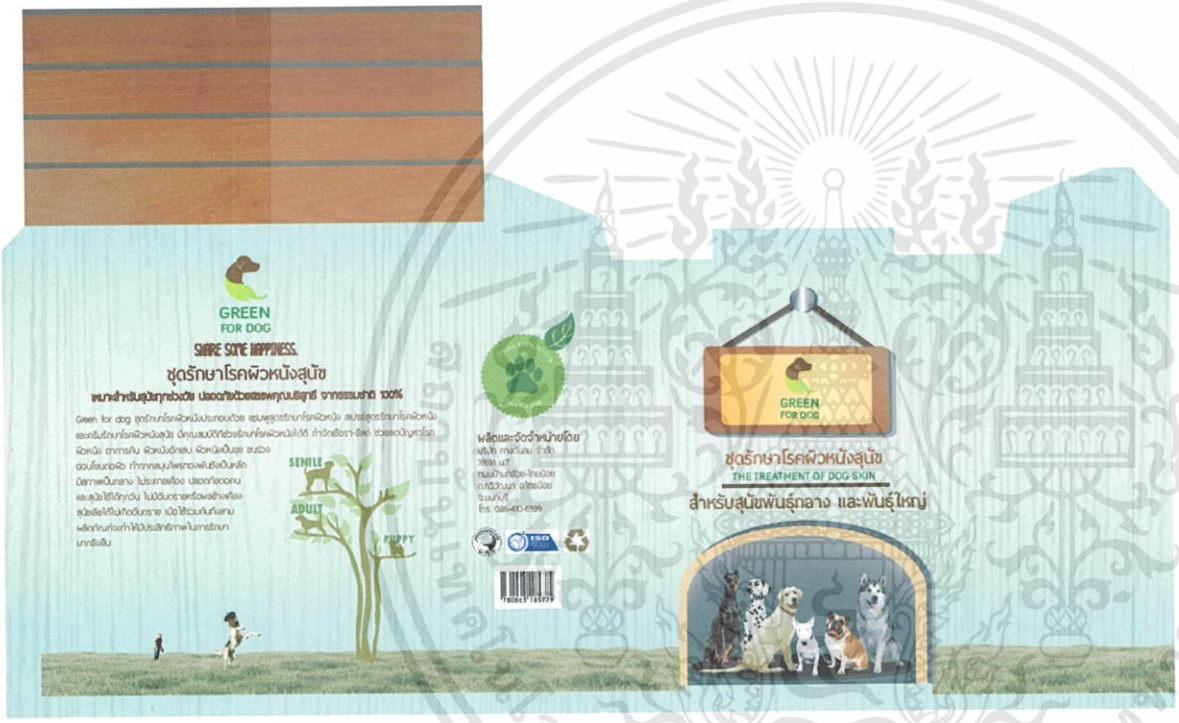
วันที่	26/03/14		
ชื่อลูกค้า	Green for dog		
ชื่อสินค้า	ชุดรักษาโรคผิวหนังสุนัข		
สัดส่วน	1:6		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก	240	80	270
หน้ากระดาษ			
ชนิดกระดาษ	กระดาษลูกฟูกลอน E		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำแบบ	นส.ฮิดาพร ฤทธิ์เรืองเดช		

Cutting line

Folding out line

Folding in line

Glue line



C = 5
M = 5
Y = 65
K = 0

C = 25
M = 5
Y = 20
K = 0

C = 0
M = 35
Y = 100
K = 0

C = 45
M = 40
Y = 40
K = 50

C = 35
M = 70
Y = 100
K = 70

C = 60
M = 55
Y = 55
K = 25

C = 30
M = 10
Y = 70
K = 0

C = 30
M = 25
Y = 60
K = 0

C = 55
M = 20
Y = 100
K = 0

C = 45
M = 35
Y = 70
K = 10

C = 70
M = 40
Y = 100
K = 25

C = 60
M = 55
Y = 80
K = 5

Font ภาษาไทย : ThaiSans Neue ExtLt
ThaiSans Neue SemBd SP ThunderFox
Green for dog : Diavlo
Share some happiness : Kruengprung

สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในพระบรมราชูปถัมภ์สมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าคุณพระนครินทร์

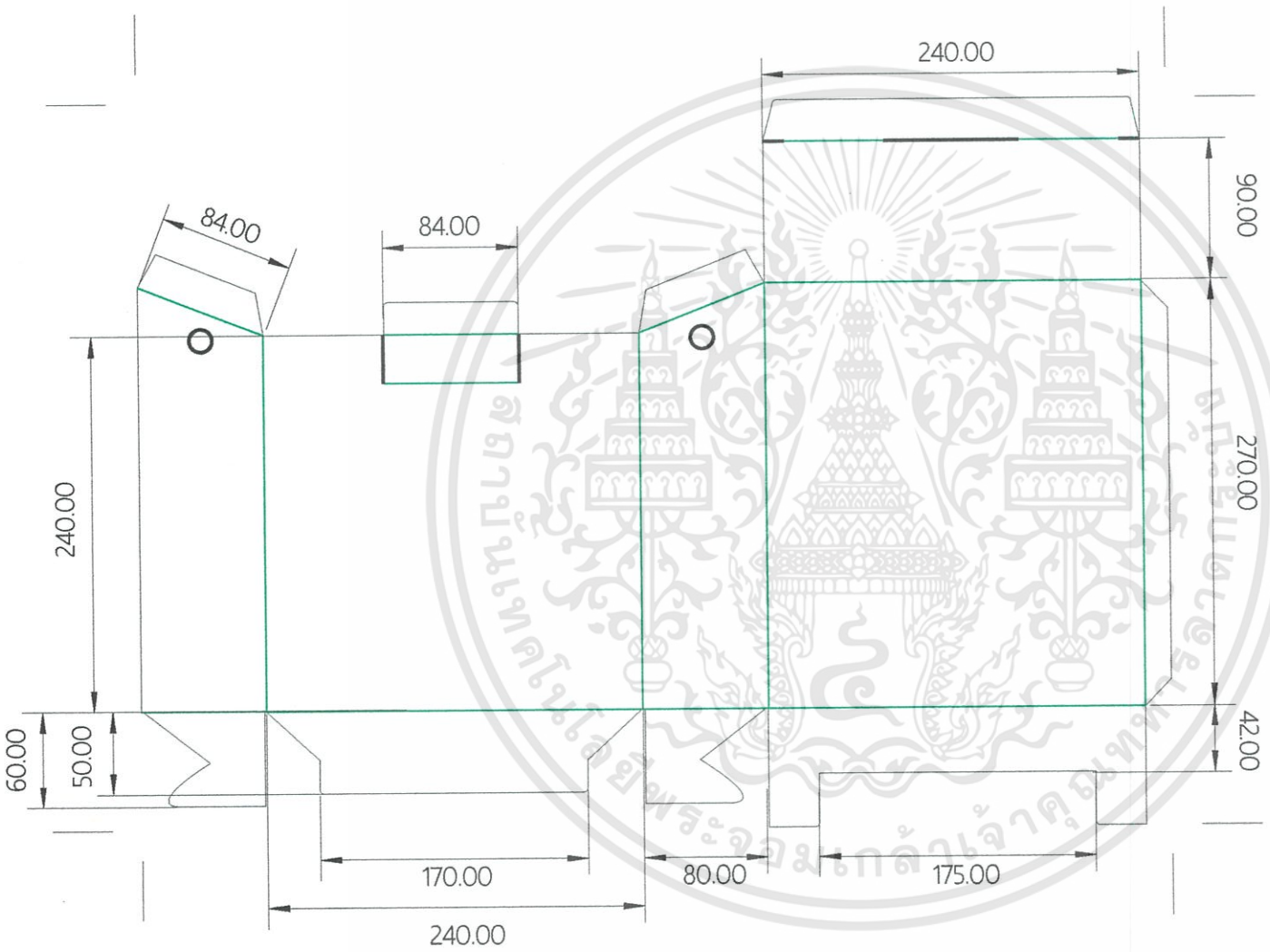
วันที่	26/03/14		
ชื่อลูกค้า	Green for dog		
ชื่อสินค้า	ชุดรักษาโรคผิวหนังสุนัข		
สัดส่วน	1:6		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก	240	80	270
หน้ากระดาษ			
ชนิดกระดาษ	กระดาษลูกฟูกลอน E		
เครื่องพิมพ์	Offset		
ผู้จัดทำแบบ	นส.ฮิดาพร ฤทธิ์เรืองเดช		

Cutting line

Folding out line

Folding in line

Glue line



ด้านหลัง

ประวัติการศึกษา

ชื่อ	นางสาวธิดาพร ฤทธิ์เรืองเดช
ระดับการศึกษา	
อนุบาล	โรงเรียนพระหฤทัยคอนแวนต์ จังหวัดกรุงเทพมหานคร
ประถมศึกษา	โรงเรียนพระหฤทัยคอนแวนต์ จังหวัดกรุงเทพมหานคร
มัธยมศึกษา	โรงเรียนพระหฤทัยคอนแวนต์ จังหวัดกรุงเทพมหานคร
อุดมศึกษา	สาขาวิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้