



โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกผลิตภัณฑ์ยารักษาสิว  
สำหรับกลุ่มเป้าหมายวัยต่ำกว่าอุดมศึกษา ภายใต้ตราสินค้า ชิตาวรรณคลินิก

PACKAGING AND GRAPHIC DESIGN OF ACNE TREATMENT

TEENAGER AGED 14 TO 18 YEARS BY SITAWAN CLINIC



วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาการออกแบบอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2556

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร  
ลาดกระบัง อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต

.....  
ผศ.พิเชฐ โสวิทยสกุล

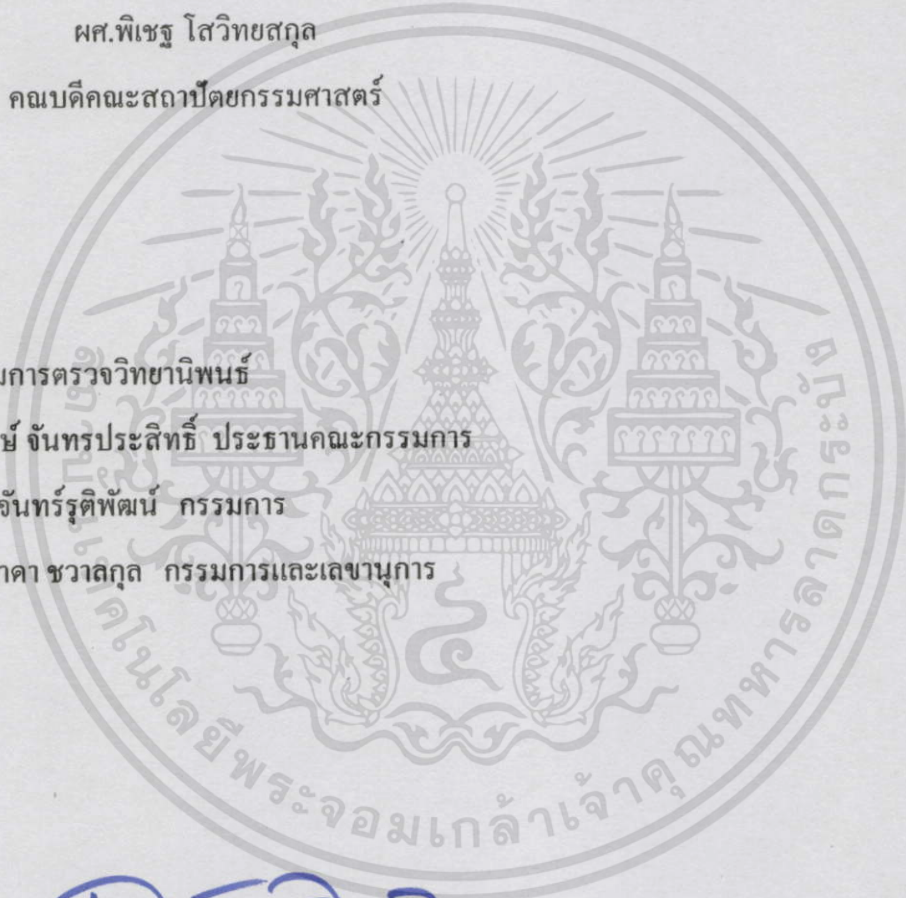
คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

คณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์

อ. ธนารักษ์ จันทประสิทธิ์ ประธานคณะกรรมการ

อ. สมชัย จันทร์รุดิพัฒน์ กรรมการ

ผศ.ดร. ญาดา ชาวาลกุล กรรมการและเลขานุการ



.....  
อ. ธนารักษ์ จันทประสิทธิ์

อ. ธนารักษ์ จันทประสิทธิ์

อาจารย์ที่ปรึกษา

หัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกผลิตภัณฑ์ยารักษาสิวสำหรับ  
กลุ่มเป้าหมายวัยต่ำกว่าอุดมศึกษา ภายใต้ตราสินค้า ยิตาวรรณคลินิก  
ชื่อนักศึกษา นางสาว สิริยา โทมัส  
รหัสนักศึกษา 52020224 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สาขาวิชาศิลปอุตสาหกรรม  
อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ธนารักษ์ จันทระประสิทธิ์ ปีการศึกษา 2556

---

### บทคัดย่อ

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกผลิตภัณฑ์ยารักษาสิวสำหรับกลุ่มเป้าหมายวัยต่ำกว่าอุดมศึกษา ภายใต้ตราสินค้า ยิตาวรรณคลินิก เกิดจากคลินิกจึงมีนโยบายที่จะสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ ภายใต้ตราสินค้า ยิตาวรรณคลินิก โดยมุ่งเน้นเจาะกลุ่มตลาดที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างกลุ่มตลาดวัยรุ่น จึงมีวัตถุประสงค์ที่จะออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพสามารถตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมการใช้งานของผู้บริโภคในช่วงวัยต่ำกว่าอุดมศึกษาให้สามารถใช้งานด้วยตนเองได้อย่างถูกต้องและปลอดภัย โดยแก้ปัญหาภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์เดิมที่ยังไม่ตอบสนองต่อค่านิยมของกลุ่มเป้าหมาย โดยมีกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์มีการสื่อสารที่เข้าใจง่ายส่งเสริมภาพลักษณ์ เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ ภายใต้ตราสินค้า ยิตาวรรณคลินิก รูปแบบใหม่

ในการดำเนินการออกแบบเริ่มจากการวิเคราะห์ข้อมูลด้านต่างๆของยิตาวรรณคลินิก พร้อมกับศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของผลิตภัณฑ์จากแหล่งข้อมูลความรู้ต่าง ศึกษาพฤติกรรมความต้องการด้านการใช้งานด้านการสื่อสารของกลุ่มเป้าหมายจากการสำรวจกลุ่มเป้าหมายทั้งสองกลุ่ม โดยตรง จากนั้นจึงทำการออกแบบเป็นบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่ที่มีความเหมาะสมสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายหลักที่เป็นผู้ใช้โดยตรงอย่างเด็กวัยรุ่นและกลุ่มเป้าหมายรองที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้ออย่างผู้ปกครอง โดยอยู่บนพื้นฐานความสามารถในการดำเนินการผลิตของยิตาวรรณคลินิก ที่ดำเนินการอยู่เดิมและยังสามารถนำแนวคิดนี้ไปพัฒนาใช้ร่วมกับสินค้าที่มีอยู่เดิมหรือกำลังจะเกิดขึ้นในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณคุณพ่อ นายพีรเดช โทมัส และพี่สาว น.ส.ธัญญาฯ โทมัส ผู้ที่ทั้งเป็นกำลังเสริมยามเดือดร้อนและเป็นกำลังใจสำคัญในยามที่ข้าพเจ้าท้อแท้ รวมถึงคุณแม่ นางสมพร โทมัส ที่คอยจ้ำจี้จ้ำไชให้ข้าพเจ้าตั้งใจเรียน ให้โอกาสข้าพเจ้าค้นหาตัวเองเพื่อเตรียมตัวทำวิทยานิพนธ์ถึงแม้คุณแม่จะไม่อยู่เห็นก็ตามแต่ข้าพเจ้าก็ตั้งใจเสมอมา ขอขอบพระคุณครอบครัวโทมัสและครอบครัวประเสริฐผลสำหรับกำลังใจและความห่วงใยที่มีให้

ขอขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ธนารักษ์ จันทประสิทธิ์ หรืออาจารย์แป๊กก็ ที่คอยให้คำปรึกษาแก้สับสนอย่างอดทนเสมอมา ขอขอบพระคุณทุกคำแนะนำไม่ว่าจะในเรื่องงาน เรื่องอนาคต หรือแม้แต่เรื่องการใช้ชีวิต ขอขอบคุณสิ่งทุกอย่างที่ทำให้ข้าพเจ้าได้มาเป็นลูกศิษย์ของอาจารย์ อีกทั้งขอขอบพระคุณกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์อีกสองท่านคือ อาจารย์อ้อ หรือ ผศ.ดร. ญาดา ขวาลกุล และ อ. สมชัย จันทรัฐดิพัฒน์ ผู้คอยให้คำแนะนำดีๆแก่ข้าพเจ้าเสมอมา

ขอขอบคุณเพื่อนชาวศอ.5 ที่ถึงแม้จะมีวิทยานิพนธ์ของตัวเองแต่ก็ยังสละเวลามาให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยเฉพาะ นายจินตวัฒน์ นาคพันธ์ (กานต์), น.ส. พิสิณี ตรงชื่น(มาย), น.ส. ณัตินี แสงกาสนีย์(ฝ้าย), น.ส.ณัฐฐา อาจารย์ยะ (อ๊อบ), นายกันต์ ตรงสุวรรณ (กัน), นายณัฐพล ศรีอภิวัต (เพชรแม่) นายธนัตต์ โพธิ์ทอง (บรีส), นายกมลนทรธรรณ ณัฐเศรษฐ์ (นัทหัวหน้า), น.ส. รจนาถ สุขวงษ์ศิลป์ (น้ำ), น.ส.เจนจิรา บัวลอย (เจน) ขอขอบคุณรหัสที่น่ารัก 8,50,74 ทั้งพี่ๆที่คอยถามไถ่ให้คำปรึกษา และน้องๆที่คอยช่วยเหลือ ได้วิ่งไปด้วยกันเสมอมา โดยเฉพาะ น้องเหมียว น้องไอซ์ น้องฟลุค น้องมด น้องฉัตร น้องต่าย น้องโบ๊ท

และที่ขาดไม่ได้เลยคือ เพื่อนครอบครัวแพกเกจอันอบอุ่นของพวกเรา จะไม่ลืมการได้รู้แบบลิ้มวันลิ้มคืนที่ห้องปฏิบัติการพลาสติกเลย ขอขอบคุณกำลังใจทุกคำแนะนำที่มีให้กันตลอดเวลาที่ร่วมทุกข์ร่วมสุขด้วยกันมา สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณทุกคนทุกสิ่งที่มีส่วนช่วยเหลือให้กำลังใจนอกเหนือจากที่เอ่ยมาทุกท่าน ขออภัยหากไม่ได้เอ่ยชื่อหรือทำตกหล่น แต่ขอขอบพระคุณจากใจจริงที่มีส่วนร่วมช่วยให้ข้าพเจ้าได้ประสบความสำเร็จในชีวิตอีกหนึ่งขั้น

ขอขอบพระคุณทุกท่านและทุกสิ่งทุกอย่างที่ทำให้ข้าพเจ้ามีวันนี้ ขอขอบคุณค่ะ

# สารบัญ

	หน้า
ไบอโนมัตวิทย์ยานิพนธ์	II
บทคัดย่อ	III
กิตติกรรมประกาศ	IV
สารบัญ	V
สารบัญตาราง	VII
สารบัญรูปภาพ	IX
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ	2
1.3 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับนิสิตาวรรณคลินิก	3
1.4 ขอบเขตของโครงการ	9
1.5 เจาะใจความต้องการ ปัญหา และแนวทางการแก้ไข	18
1.6 ขั้นตอนการออกแบบ	30
1.7 ความเป็นไปได้ของโครงการ	31
1.8 ผลที่คาดว่าจะได้รับ	32
บทที่ 2 การค้นคว้าและสรุปผลข้อมูล	
2.1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับ นิตาวรรณคลินิก	33
2.2 ข้อมูลด้านการตลาด	39
2.3 สรุปภาพลักษณ์ใหม่ของตราสินค้า	49
2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย	54
2.5 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใน โครงการ	66
2.6 ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุและการเลือกใช้	75

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 2 การค้นคว้าและสรุปผลข้อมูล	
2.7 ข้อบังคับทางกฎหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ	90
2.8 สรุปวิเคราะห์ และนำเสนอ เป้าหมายของโครงการ	91
บทที่ 3 การออกแบบและการพัฒนาแบบ	
3.1 แนวความคิดในการออกแบบ	93
3.2 การพัฒนาตราผลิตภัณฑ์	97
3.3 การพัฒนาแนวความคิดและการออกแบบ (ขั้นตอนแบบร่าง)	103
3.4 การพัฒนาแนวความคิดและการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ (ขั้นสุดท้าย Final Design)	136
3.5 สรุปผลขั้นตอนสุดท้าย (Final Design)	139
3.6 วิเคราะห์ส่วนที่ต้องปรับปรุงแก้ไขขั้นสุดท้าย (Design Analysis)	144
บทที่ 4 บทสรุป	
4.1 สรุปผลการออกแบบ	145
4.2 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	146
4.3 ข้อเสนอแนะของนักศึกษา	147
4.4 การออกแบบเพิ่มเติมจากข้อเสนอแนะ	148

# สารบัญตาราง

	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 แสดงรายละเอียดผลิตภัณฑ์หามวดคูแลผิว	4
1.2 แสดงรายละเอียดผลิตภัณฑ์หามวดคูแลผิวผลิตภัณฑ์หามวดยารักษา	6
1.3 แสดงขอบเขตโครงการด้านปริมาณ ผลิตภัณฑ์หามวดคูแลผิว	10
1.3 แสดงขอบเขตโครงการด้านปริมาณ ผลิตภัณฑ์หามวดยารักษา	12
บทที่ 2 การค้นคว้าและสรุปผลข้อมูล	
2.1 วิเคราะห์บรรจุภัณฑ์ ยีตาวรรณคลินิก	36
2.2 วิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน (SWOT Analysis) ยีตาวรรณคลินิก	38
2.3 แสดงข้อมูลด้านคู่แข่งทางการตลาดตราสินค้า	42
2.4 ตารางแสดงการแบ่งลักษณะของคู่แข่ง	46
2.5 ตารางแสดงพฤติกรรมการใช้งานบรรจุภัณฑ์	57
2.6 ตารางแสดงขนาดสัดส่วนค่าเฉลี่ยมือของคนไทยช่วง 13 – 18 ปี	64
2.7 ตารางแสดงข้อมูลทั่วไปของผลิตภัณฑ์ยารักษาผิว	73
2.8 สรุปปริมาณการบรรจุที่ส่งผลต่อการออกแบบของผลิตภัณฑ์ยารักษาผิว	74
2.9 ตารางแสดงคุณสมบัติของขวดพลาสติกชนิดต่างๆ	80
2.10 ตารางแสดงราคาของภาชนะบรรจุภัณฑ์พลาสติก(โดยประมาณ)	84
2.11 แสดงน้ำหนักของผลิตภัณฑ์และความหนาของกระดาษแข็งที่เหมาะสม	86
2.12 ตารางแสดงขนาดสัดส่วนค่าเฉลี่ยมือของคนไทยช่วง 13 – 18 ปี	87
บทที่ 3 การออกแบบและการพัฒนาแบบ	
3.1 แสดงการวิเคราะห์ให้คะแนนเลือกแบบตราสัญลักษณ์	100
3.2 วิเคราะห์ให้คะแนนเลือกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ด้านการใช้งานควบคุมปริมาณกรดผลไม้อื่นและวิตามินเอ	104

## สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

### บทที่ 3 การออกแบบและการพัฒนาแบบ

#### 3.3 วิเคราะห์ให้คะแนนเลือกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์

ด้านการใช้งานควบคุมปริมาณยาเต็มสิ่ว

104

#### 3.4 วิเคราะห์ให้คะแนนเลือกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ด้านการใช้งาน

ด้านการช่วยทาล้าง

105

#### 3.5 วิเคราะห์ให้คะแนนเลือกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ด้านการใช้งาน

ด้านการช่วยเท

106

#### 3.6 วิเคราะห์ให้คะแนนเลือกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ด้านการใช้งาน

ด้านการช่วยทา

107

#### 3.7 วิเคราะห์ให้คะแนนเลือกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ด้านการใช้งาน

ด้านการช่วยซึมลงผิวหนัง

108

# สารบัญรูปภาพ

หน้า

## บทที่ 1 บทนำ

1.1 บริเวณหน้าคลินิกยิตาวรรณ แสดงให้เห็นตราสัญลักษณ์ ยิตาวรรณคลินิก รูปแบบเดิม	3
---	---

## บทที่ 2 การค้นคว้าและสรุปผลข้อมูล

2.1 ภาพตราสัญลักษณ์ และคลินิกยิตาวรรณ	33
2.2 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ที่มีวางจำหน่ายในคลินิกยิตาวรรณ	34
2.3 ภาพแสดงลักษณะตราสัญลักษณ์ ยิตาวรรณคลินิก	35
2.4 ภาพตัวอย่างสินค้าจาก ยิตาวรรณคลินิก	36
2.5 แผนภูมิแสดงมูลค่าตลาดยาธิวในประเทศไทย	39
2.6 แสดงฉลากบนบรรจุภัณฑ์ของคลินิกยิตาวรรณ	40
2.7 แสดงสถานที่จัดจำหน่ายเดิมของคลินิกยิตาวรรณ	41
2.8 แสดงสถานที่จัดจำหน่ายในอนาคตตามนโยบายของคลินิกยิตาวรรณ	41
2.9 แสดงแผนภูมิเปรียบเทียบลักษณะบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มคู่แข่งทางการตลาด	46
2.10 แสดงแผนภูมิเปรียบเทียบลักษณะกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มคู่แข่งทางการตลาด	47
2.11 แผนภูมิแสดงวิเคราะห์ตำแหน่งทางการตลาดของกลุ่มคู่แข่ง	48
2.12 แผนภาพกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของตราสินค้าใหม่	49
2.13 แผนภาพแสดงลักษณะบุคลิกภาพของตราสินค้ายิตาวรรณใหม่	50
2.14 ภาพแสดงลักษณะทางกายภาพของกลุ่มเป้าหมายหลัก	52
2.15 ภาพแสดงลักษณะทางกายภาพของกลุ่มเป้าหมายรอง	53
2.16 แผนภูมิแสดงสถานที่ในการเลือกซื้อเวชสำอาง/ยาธิว ของกลุ่มเป้าหมายหลัก	54
2.17 แผนภูมิแสดงเกณฑ์ในการเลือกซื้อยาธิวของกลุ่มเป้าหมายหลัก	55
2.18 แผนภูมิแสดงมุมมองของผู้ปกครองที่มีต่อวัยรุ่นที่ใช้ยาธิวด้วยตนเอง	55

## สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 2 การค้นคว้าและสรุปผลข้อมูล	
2.19 แผนภูมิแสดงเกณฑ์ในการเลือกซื้อยารักษาสิวของผู้ปกครอง ที่หวังจะให้วัยรุ่นเลือกซื้อ	56
2.20 ขนาดสัดส่วนมือของวัยรุ่น	63
2.21 แสดงลักษณะการจับ โดยใช้นิ้วชี้กับนิ้วหัวแม่มือในการจับ	64
2.22 แสดงลักษณะการจับทั้งอุ้งมือ	64
2.23 แสดงลักษณะการจับกระชับเต็มมือ	65
2.24 แสดงการแบ่งชนิดของสิว	67
2.25 ภาพแสดงลักษณะสิวกึ่งเสบนชนิดหัวเปิด และชนิดหัวปิด	67
2.26 ภาพแสดงลักษณะสิวกุดตันชนิดหัวเปิด และชนิดหัวปิด	68
2.27 ภาพแสดงลักษณะสิวมดบริเวณหน้าผาก	69
2.28 ภาพแสดงลักษณะสิวลึ้นบริเวณจมูก	70
2.29 ภาพแสดงลักษณะรอยดำแผลเป็นจากสิว	71
2.30 แสดงลำดับขั้นการใช้งานยารักษาสิวในช่วงระหว่างวัน	72
2.31 แสดงลำดับขั้นการใช้งานยารักษาสิวของสิวลแต่ละประเภทในช่วงระหว่างวัน	73
2.32 การขึ้นรูปด้วยการฉีด	81
2.33 การขึ้นรูปด้วยเครื่องรีด	82
2.34 แม่พิมพ์เป่าแบบ Extrusion และกระบวนการเป่าแบบ Extrusion	82
2.35 แม่พิมพ์เป่าแบบ Injection และกระบวนการเป่าแบบ Injection	82
2.36 แสดงส่วนประกอบของขวด	84

## สารบัญรูปลูกภาพ (ต่อ)

หน้า

### บทที่ 3 การออกแบบและการพัฒนาแบบ

3.1 แผนภาพแนวทางในการออกแบบ (Design Route)	96
3.2 แสดงแนวทางในการออกแบบตราผลิตภัณฑ์แนวทางที่ 1	97
3.3 แสดงแนวทางในการออกแบบตราผลิตภัณฑ์แนวทางที่ 2	98
3.4 แสดงแนวทางในการออกแบบตราผลิตภัณฑ์แนวทางที่ 3	98
3.5 แสดงแนวทางในการออกแบบตราผลิตภัณฑ์แนวทางที่ 4	99
3.6 แสดงการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ขั้นพัฒนา	99
3.7 ตราสัญลักษณ์แนวทางที่ 4 ที่ได้รับเลือกจากเกณฑ์การให้คะแนน	101
3.8 ทดลองใช้งานตราสัญลักษณ์แนวทางที่ 4 ในรูปแบบต่างๆ	101
3.9 ทดลองใช้งานตราสัญลักษณ์แนวทางที่ 4 บนพื้นหลังต่างๆ	102
3.10 ภาพแสดงการทดลองใช้งานตราสัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์	102
3.11 ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ด้านการใช้งานควบคุมปริมาณ	103
3.12 ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ด้านการช่วยทาหลัง	105
3.13 ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ด้านการใช้งานช่วยเท	106
3.14 ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ด้านการใช้งานช่วยทา	107
3.15 ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ด้านการใช้งานช่วยซึมเข้าผิวหนัง	108
3.16 ภาพแสดงแรงบันดาลใจในแนวทางการออกแบบที่ 1	109
3.17 ภาพแสดงการออกแบบแบบร่างในแนวทางการออกแบบที่ 1	110
3.18 ภาพแสดงแรงบันดาลใจในแนวทางการออกแบบที่ 2	110
3.19 ภาพแสดงการออกแบบแบบร่างในแนวทางการออกแบบที่ 2	111
3.20 ภาพแสดงแรงบันดาลใจในแนวทางการออกแบบที่ 3	111
3.21 ภาพแสดงการออกแบบแบบร่างในแนวทางการออกแบบที่ 3	112
3.22 ภาพแสดงโครงสร้างด้านการใช้งานของกรดผลไม้และวิตามินเอทาหน้า	113

## สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 การออกแบบและการพัฒนาแบบ	
3.23 ภาพแสดงการออกแบบ โครงสร้างด้านการใช้งานของกรดผลไม้ และวิตามินเอทาหน้า	113
3.24 ภาพแสดงโครงสร้างด้านการใช้งานของชาแต้มสิว	114
3.25 ภาพแสดงการออกแบบ โครงสร้างด้านการใช้งานของชาแต้มสิว	114
3.26 ภาพแสดง โครงสร้างด้านการใช้งานของชาทาสิวที่หลัง	115
3.27 ภาพแสดงการออกแบบ โครงสร้างด้านการใช้งานของชาทาสิวที่หลัง	115
3.28 ภาพแสดง โครงสร้างด้านการใช้งานของชาเป็งน้ำ	116
3.29 ภาพแสดงการออกแบบ โครงสร้างด้านการใช้งานของชาเป็งน้ำ	116
3.30 ภาพแสดง โครงสร้างด้านการใช้งานของชาทาสิวเสียน	117
3.31 ภาพแสดงการออกแบบ โครงสร้างด้านการใช้งานของชาทาสิวเสียน	117
3.32 ภาพแสดง โครงสร้างด้านการใช้งานของชาลบรอยคำ	118
3.33 ภาพแสดงการออกแบบ โครงสร้างด้านการใช้งานของชาลบรอยคำ	118
3.34 ภาพแสดง โครงสร้างบรรจุภัณฑ์สุดท้ายในชั้นแบบร่าง	119
3.35 ภาพแสดงการออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ชุดรวมหน่วย	120
3.36 ภาพแสดงการออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ชุดรวมหน่วยโอกาสพิเศษ	121
3.37 ภาพแสดง โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ชุดรวมหน่วยสุดท้ายในชั้นแบบร่าง	121
3.38 ภาพแสดงแรงบันดาลใจในการออกแบบแนวทางที่ 1	122
3.39 ภาพแสดงออกแบบกราฟิกแนวทางที่ 1	122
3.40 ภาพแสดงแรงบันดาลใจในการออกแบบแนวทางที่ 2	123
3.41 ภาพแสดงออกแบบกราฟิกแนวทางที่ 2	123
3.42 ภาพแสดงแรงบันดาลใจในการออกแบบแนวทางที่ 3	124
3.43 ภาพแสดงออกแบบกราฟิกแนวทางที่ 3	124
3.44 ภาพแสดงออกแบบกราฟิกแนวทางที่ 1	125

## สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 การออกแบบและการพัฒนาแบบ	
3.45 ภาพแสดงออกแบบกราฟิกแนวทางที่ 2	126
3.46 ภาพแสดงออกแบบกราฟิกแนวทางที่ 3	126
3.47 ภาพแสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชื่อของผู้บริโภค	127
3.48 ภาพแสดงออกแบบกราฟิกสัญลักษณ์เพื่อการสื่อสาร	128
3.49 ภาพแสดงออกแบบกราฟิกสัญลักษณ์เพื่อการสื่อสาร(2)	129
3.50 ภาพแสดงออกแบบกราฟิกสัญลักษณ์เพื่อการสื่อสาร แนวทางที่1	129
3.51 ภาพแสดงออกแบบกราฟิกสัญลักษณ์เพื่อการสื่อสาร แนวทางที่2	130
3.52 ภาพแสดงออกแบบกราฟิกสัญลักษณ์เพื่อการสื่อสาร แนวทางที่3	130
3.53 ภาพแสดงออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์	131
3.54 ภาพแสดงกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สุดท้ายในชั้นแบบร่าง	132
3.55 ภาพแสดงโครงสร้างบรรจุภัณฑ์สุดท้ายในชั้นแบบร่าง	132
3.56 ภาพแสดงสัญลักษณ์ดอกไม้ที่แทนตัวยาแต่ละชนิด	133
3.57 ภาพแสดงสัญลักษณ์ชนิดสีของแต่ละประเภท	134
3.58 ภาพแสดงสัญลักษณ์ช่วงเวลาการใช้งานของยา	134
3.59 ภาพแสดงวิธีการใช้งานของยา	134
3.60 สรุปผลการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ (ขั้นตอนแบบร่าง)	135
3.61 สรุปผลการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ (ขั้นตอนแบบร่าง)	135
3.62 ภาพแสดงความสามารถในการจำของมนุษย์	136
3.63 ภาพแสดงโทนสีของยาแต่ละชนิด	137
3.64 ภาพแสดงสัญลักษณ์ของสีของแต่ละชนิด	137
3.65 ภาพแสดงสัญลักษณ์ช่วงเวลาการใช้งานและลำดับการใช้งาน	138
3.66 ภาพแสดงวิธีการใช้งานของยาแต่ละชนิด	138
3.67 ภาพแสดงการนำสัญลักษณ์มาใช้งานบนบรรจุภัณฑ์	139

## สารบัญรูปลูกภาพ (ต่อ)

หน้า

### บทที่ 3 การออกแบบและการพัฒนาแบบ

3.68	สรุปผลการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ขายปลีกชั้นตอนสุดท้าย	139
3.69	สรุปผลการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ขายจัดชุดชั้นตอนสุดท้าย	140
3.70	สรุปผลการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ขายรวมหน่วยชั้นตอนสุดท้าย	140
3.71	สรุปผลการออกแบบกราฟิกส่วนประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์ใช้งาน ในคลินิกชั้นตอนสุดท้าย	140
3.72	แผ่นนำเสนอผลงานชั้นสุดท้ายเรื่องวัตถุประสงค์และ ความต้องการในการออกแบบ	141
3.73	แผ่นนำเสนอผลงานชั้นสุดท้ายเรื่องแนวคิดในการออกแบบ	142
3.74	แผ่นนำเสนอผลงานชั้นสุดท้ายเรื่องการปรับปรุงตราสัญลักษณ์	142
3.75	แผ่นนำเสนอผลงานชั้นสุดท้ายเรื่องการปรับปรุงด้านการใช้งาน	143
3.76	แผ่นนำเสนอผลงานชั้นสุดท้ายเรื่องการปรับปรุงด้านการสื่อสาร	143
3.77	แผ่นนำเสนอผลงานชั้นสุดท้ายเรื่องบรรจุภัณฑ์จัดชุดและ บรรจุภัณฑ์รวมหน่วย	144

### บทที่ 4 บทสรุป

4.1	ผลการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ขายปลีกชั้นตอนสุดท้าย	145
4.2	ภาพแสดงผลงานแก้ไขแบบตามคำแนะนำ	148

### บรรณานุกรมและเอกสารอ้างอิง

ประวัติการศึกษา	150
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้งานผลิตภัณฑ์ยารักษาสิวในวัยรุ่นน	151
ภาคผนวก ข แบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ยารักษาสิวของวัยรุ่นนในมุมมองผู้ปกครอง	155
ภาคผนวก ค คู่มือการใช้งานตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์	157
ภาคผนวก ง แบบแสดงรายละเอียดบรรจุภัณฑ์ (Drawing)	162
ภาคผนวก จ แบบส่งงานเพื่อการพิมพ์บรรจุภัณฑ์ (Artwork)	163

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และ xiv อ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา

สิวคือการอักเสบเรื้อรังของรูขุมขนและต่อมไขมัน มีลักษณะเป็นตุ่มนูนเล็กๆ ขึ้นมาบริเวณ หน้า คอ หน้าอก หลัง ไหล่ หรือต้นแขน เป็นได้ทุกช่วงวัยแต่มักเป็นในเด็กวัยรุ่น สาเหตุหลักของการเกิดสิว เกิดจากการกระตุ้นของสารเคมีภายใน พวกลูทาลิน โพรเจสเตอโรน และกลุ่มก้อนไขมัน ภายในผิวหนังอุดตันรูเปิดต่อไขมัน การกระตุ้นจากสารเคมีภายนอก บังคับร่วมอื่นๆ ประจำเดือน ความเครียด การเสียดสี การรักษาความสะอาด อาหารที่มีไขมัน รังสีและแสงแดด แม้ว่าสิวไม่ใช่โรคร้ายที่ทำให้ถึงกับเสียชีวิตหรือพิการ แต่ก็อาจทิ้งร่องรอยของแผลเป็นบนใบหน้า เกิดเป็นปมด้อยที่บั่นทอนความมั่นใจได้ วัยรุ่นเป็นวัยที่ต้องการเป็นที่ยอมรับในสังคม เริ่มหาวิธีการสร้างจุดเด่นอันเป็นเอกลักษณ์ บุคลิกภาพของตน การมีสิวมั้เพียงเล็กน้อย อาจจะทำให้สูญเสียความมั่นใจ เป็นกั่วงวลต่อบุคลิกภาพและรูปลักษณ์ของตน ทำให้มีความรู้สึก กดดัน หงุดหงิดง่าย และไม่มั่นใจในตัวเอง จนบางคนอาจเกิดความรู้สึก ไม่อยากพบเจอใคร หลายคนเลือกที่จะปรึกษาแพทย์หรือผู้เชี่ยวชาญตาม โรงพยาบาลหรือคลินิก ในบางที่ค่ารักษาที่แพงเกินกว่าที่เด็กวัยรุ่นจะจ่ายเองไหว ทั้งๆที่ หากรู้จักวิธีการรักษาที่ถูกต้อง สิวก็ไม่ใช่โรคร้ายแรงสามารถรักษาเองได้ที่บ้าน ทำให้ในปัจจุบันกลุ่มเป้าหมายเริ่มให้ความสนใจกับทางเลือกใหม่ โดยปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมารักษาสิวมั้ที่ไม่ร้ายแรง ด้วยตนเองมากขึ้น ชุมชนรักษาสิวมั้ที่วางขายตามท้องตลาดในปัจจุบันมีบรรจุภัณฑ์ที่คล้ายคลึงกัน ดูเป็นทางการแบบเวชภัณฑ์ทั่วไป อีกทั้งฉลากยังใช้ศัพท์ทางการแพทย์ที่เข้าใจยากและขั้นตอนวิธีการใช้ก็ดูยุ่งยาก ซับซ้อน อ่านแล้วไม่เข้าใจและสับสนในวิธีการรักษา ทำให้ขายออกฤทธิ์ได้โดยไม่เต็มประสิทธิภาพ จากปัญหาและโอกาสที่ได้สังเกตเห็นในจุดนี้ พบว่าบรรจุภัณฑ์มีความสำคัญอย่างมากในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี การออกแบบต้องตอบสนองต่อพฤติกรรมการใช้งานให้สามารถเข้าใจได้อย่างปลอดภัยถูกต้องตามวิธีการใช้ อีกทั้งยังสามารถสร้างความน่าเชื่อถือต่อตัวผลิตภัณฑ์ให้ผู้ปกครองของกลุ่มเป้าหมายให้ความไว้วางใจ สร้างภาพลักษณ์ให้ดูดีดูน่าเชื่อถือแต่ยังคงความน่าเชื่อถือของตัวยาไว้ บอกขั้นตอนการใช้งาน โดยละเอียดและชัดเจนเข้าใจง่าย ทำให้กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์ รู้สึกว่าการรักษาสิวมั้เป็นเรื่องง่ายไม่ยุ่งยากและสร้างความแตกต่างของบรรจุภัณฑ์ให้ดูแตกต่างโดดเด่นเหนือคู่แข่ง

เดิมยิตาบรรณคลินิก เป็นเพียงคลินิกที่ให้การรักษาด้าน โรคผิวหนัง สิว ฝ้า ผมบาง ทั่วไป มีการจ่ายยาตามวินิจฉัยทางการแพทย์ โดยยาที่จ่ายเป็นยาที่ทาง ยิตาบรรณคลินิก ผลิตขึ้นเอง หลังจากเปิดคลินิกมาเป็นเวลาหลายปี สัมผัสชื่อเสียงในด้านการรักษาที่ดี จนกลายเป็นคลินิกที่ใครหลายคนให้ความไว้วางใจ บ่อยครั้งลูกค้าที่รักษาจนหายดีแล้วยังคงกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวจาก ยิตาบรรณคลินิก อย่างสม่ำเสมอ มี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การแนะนำต่อกันถึงผลการใช้ที่น่าพอใจ จนเกิดกลุ่มลูกค้าของผลิตภัณฑ์ยากลุ่มใหญ่และมีแนวโน้มที่จะขยายฐานลูกค้ากลุ่มนี้ออกต่อไปเรื่อยๆ ทางคลินิกจึงมีนโยบายที่จะสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ ภายใต้ตราสินค้า ยิตาวรรณคลินิก โดยมุ่งเน้นเจาะกลุ่มตลาดที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างกลุ่มตลาดวัยรุ่น ซึ่งเป็นช่วงวัยที่เริ่มให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์และเริ่มมีอาการการเป็นสิวมากที่สุด แต่ไม่มีกำลังทรัพย์มากพอที่จะจ่ายเงินค่ารักษาตามโรงพยาบาลหรือคลินิก จึงเกิดเป็นโครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกผลิตภัณฑ์ ยารักษาสิวสำหรับกลุ่มเป้าหมายวัยต่ำกว่าอุดมศึกษา ภายใต้ตราสินค้า ยิตาวรรณคลินิก เพื่อแก้ปัญหาภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ตอบสนองต่อค่านิยมของกลุ่มเป้าหมาย ป้องกันพฤติกรรมการใช้งานที่ผิดวิธี รวมถึงกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่มีการสื่อสารที่เข้าใจง่ายส่งเสริมภาพลักษณ์ สร้างทางเลือกใหม่ อีกทั้งสร้างประโยชน์ทางการค้าและประชาสัมพันธ์ให้ ยิตาวรรณคลินิกการแพทย์ อีกด้วย

## 1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.2.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกผลิตภัณฑ์สิ่งที่มีประสิทธิภาพสามารถตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมการใช้งานของผู้บริโภคในช่วงวัยต่ำกว่าอุดมศึกษาให้สามารถใช้งานด้วยตนเองได้อย่างถูกต้องและปลอดภัย

1.2.2 ออกแบบและจัดทำระบบกราฟิกใช้งานบนบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างเอกลักษณ์ของ ยิตาวรรณคลินิกการแพทย์ ที่สอดคล้องตรงกับกลุ่มเป้าหมาย และเกิดการยอมรับ การไว้วางใจจากผู้ปกครองของกลุ่มเป้าหมาย

### 1.3 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับยิตดาวรรณคลินิก

ยิตดาวรรณคลินิก เป็นคลินิกที่ให้การรักษาด้าน โรคผิวหนัง สิว ฝ้า ผดผื่น ทั่วไปมีการจ่ายยาตาม วินิจฉัยทางการแพทย์ โดยยาที่จ่ายเป็นยาที่ทาง ยิตดาวรรณคลินิก ผลิตขึ้นเอง หลังจากเปิดคลินิกมาเป็นเวลา หลายปี สัมผัสชื่อเสียงในด้านการรักษาที่ดี จนกลายเป็นคลินิกที่ใครหลายคนให้ความไว้วางใจ ในปัจจุบัน ทางคลินิกมีนโยบายที่จะสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้ายิตดาวรรณคลินิกเพื่อขยาย โอกาสทางการค้า ยกระดับผลิตภัณฑ์ยาเพื่อเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงผู้บริโภค





ภาพที่ 1.1 บริเวณหน้าคลินิกยิตดาวรรณ แสดงให้เห็นตราสัญลักษณ์ ยิตดาวรรณคลินิก รูปแบบเดิม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เนื่องจากมีดาวรรณคลินิก เป็นคลินิกที่ให้การรักษาด้านโรคผิวหนัง สิว ฝ้า ผดผื่น ทั่วไป จึงมีความหลากหลายของตัวผลิตภัณฑ์เพื่อความครอบคลุมตามอาการของโรคผิวหนังที่รักษา แต่่นโยบายที่จะสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์เพื่อขยายโอกาสทางการค้าที่มุ่งเน้นเจาะกลุ่มตลาดที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างกลุ่มตลาดวัยรุ่น ซึ่งเป็นช่วงวัยที่เริ่มให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์และเริ่มมีอาการการเป็นสิวมากที่สุด จึงเลือกเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีความจำเป็นอย่างหมวดการดูแลผิวพื้นฐาน และผลิตภัณฑ์หมวดยารักษาสิวเท่านั้น มีรายละเอียดตามตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1.1 แสดงรายละเอียดผลิตภัณฑ์หมวดดูแลผิว




ผลิตภัณฑ์	ขนาด	สูตร	สรรพคุณ	ราคา
<p>สบู่เหลวล้างหน้า</p> 	<p>240 ml 60ml</p>	<p>-ผิวแห้ง -ผิวมัน -ผิวผสม</p>	<p>สบู่เหลวล้างหน้าสูตรอ่อนโยน ฝนอมผิว เพิ่มความชุ่มชื้นให้ผิวที่มีปัญหา 3 สูตร สำหรับผิวผสม ผิวแห้งและผิวมัน</p>	<p>ประมาณ 200 บาท</p>
<p>โลชั่นเช็ดหน้า</p> 	<p>240 ml 60ml</p>		<p>โลชั่นเช็ดหน้าสูตรอ่อนโยน ไม่มีแอลกอฮอล์ เพิ่มความชุ่มชื้นให้ผิวที่มีปัญหา เช็ดเพื่อปรับกรดเมสบนใบหน้า ปรับสภาพผิวเพื่อให้ยารักษาสิวมียุทธประสิทธิภาพยิ่งขึ้น</p>	<p>ประมาณ 200 บาท</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์	ขนาด	สูตร	สรรพคุณ	ราคา
<b>ครีมบำรุงสำหรับคนเป็นสิว</b> 	5g, 15g, 40g		หลังการทายาที่อาจทำ ให้ผิวแห้งลอกเป็นขุย จึงมีครีมบำรุงสำหรับ คนเป็นสิว เพิ่มความ ชุ่มชื้น ให้ผิวที่มีปัญหา หลังการทายา	ประมาณ 350 บาท
<b>ครีมกันแดดสำหรับคนเป็นสิว</b> 	5g 15g 40g		ยาทากันแดดสำหรับผู้ เป็นสิว ไม่ทำให้อุดตัน ไม่ก่อให้เกิดสิว อ่อนโยน ป้องกันแดด SPF30	ประมาณ 350 บาท
<b>แชมพูสระผม</b> 	240 ml 60 ml		แชมพูสระผม ไม่ทำ ให้ผมแห้ง ไม่มีสารก่อ ระคายเคืองใบหน้า	ประมาณ 250 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ผลิตภัณฑ์	ขนาด	สูตร	สรรพคุณ	ราคา
<b>กรดผลไม้ (AHA)</b> 	5g 15g 40g		ใช้ทาเพื่อผลัดเซลล์ผิวที่ ตายแล้ว ปรับสีผิวให้ สม่ำเสมอ ลดความ หยาบกร้านของผิว การ สะสมของชั้นผิวหนังชั้น ใต้ที่เป็นอีกหนึ่ง สาเหตุการเกิดสิว	ประมาณ 350 บาท
<b>ยาทาสิวเสี้ยน</b> 	5g 15g		ใช้ทาเพื่อลอกสิวเสี้ยน	ประมาณ 140 บาท
<b>ยาทาถอนด่างหน้า</b> 	5g 15g 40g		ใช้ทาทั่วหน้าก่อนล้าง หน้าทิ้งไว้ 5-15 นาที แล้วล้างออก เพื่อ กระตุ้นให้หัวสิวที่ฝังอยู่ ใต้ผิวหนังไหลออกมา	ประมาณ 350 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์	ขนาด	สูตร	สรรพคุณ	ราคา
<b>เจลรักษาสิว</b> 	5g 15g 40g		ช่วยระงับการ เจริญเติบโตของเชื้อ แบคทีเรียซึ่งสาเหตุของ การเกิดสิว ช่วยให้สิวลด ุดตันยุบตัว ลดการ อักเสบ	ประมาณ 350 บาท
<b>ยาลบรอยดำ</b> 	15g 40g		ช่วยลดรอยดำ รอยแดง จาก สิว กระจุก รอย ฝ้าก่อนนอนหลังจาก สิวหายแล้ว	ประมาณ 350 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 1.4 ขอบเขตของโครงการ

จากวัตถุประสงค์ข้างต้น สามารถนำมากำหนดขอบเขตโครงการได้ 2 ประเด็นหลักคือ ขอบเขตโครงการด้านคุณภาพและขอบเขตโครงสร้างด้านปริมาณ ดังต่อไปนี้

### 1.4.1 ขอบเขตโครงการด้านคุณภาพ

1.4.1.1 ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุกัญชา มุ่งเน้นให้บรรจุกัญชาที่มีลักษณะการใช้งานที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค สะดวก ถูกต้องตามวิธีการใช้งานที่เฉพาะเจาะจงของสินค้าแต่ละชนิดซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคสามารถใช้งานได้อย่างปลอดภัยเต็มประสิทธิภาพ อีกทั้งยังมีครบตามหน้าที่ของบรรจุกัญชา 4 ด้านหลัก มีลักษณะ โครงสร้างที่มีเอกลักษณ์ร่วม (Corporate Identity) สามารถแยกแยะความแตกต่างของสินค้าแต่ละชนิดได้

1.4.1.2 ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุกัญชา ออกแบบปรับปรุงตราสัญลักษณ์ใหม่ของ มิติวารรณคณิก ให้มีเอกลักษณ์ที่สื่อถึงความเป็นตัวตนให้ชัดเจนยิ่งขึ้นและเหมาะสมกับสินค้าและกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถแยกแยะประเภทของสินค้า ด้านหมวดหมู่การใช้งาน สื่อสารขั้นตอนการใช้งาน รายละเอียดผลิตภัณฑ์ ผลข้างเคียงได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม อีกทั้งออกแบบกราฟิกบนบรรจุกัญชาให้มีเอกลักษณ์ร่วม (Corporate Identity) ดึงดูดผู้บริโภคสามารถแยกแยะความแตกต่างของสินค้าแต่ละชนิดได้

1.4.2 ขอบเขตโครงการด้านปริมาณ จากการวิเคราะห์สินค้าทั้งหมดในโครงการ จึงได้ทำการแบ่งสินค้าตามการใช้งานออกเป็นทั้งหมด 2 หมวดหมู่สินค้า ได้แก่ กลุ่มสินค้าหมวดดูแลผิวและกลุ่มสินค้าหมวดรักษา ตามตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1.3 แสดงรายละเอียดผลิตภัณฑ์หมวดดูแลผิวผลิตภัณฑ์หมวดดูแลผิว

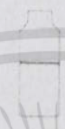

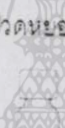
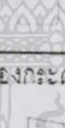
รายการผลิตภัณฑ์หมวดดูแลผิว		ประเภทบรรจุภัณฑ์		ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณ
		ชั้น	ชนิดรูปแบบขวด		
ผลิตภัณฑ์ สบู่อ่อนล้างหน้า	ขนาดบรรจุ 240 ml	จำนวนสูตร 3 สูตร - มีกลิ่น - ไม่มีกลิ่น - มีส่วนผสม	Primary Package	โครงสร้าง <input checked="" type="radio"/> วัสดุฐาน	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
				<input type="radio"/> เอกแบบ	
โฟมเมอริ	240 ml		Primary Package	กรรพิก <input type="radio"/> เอกแบบอิสระ	1 กรรพิกหลัก 3 เอกลักษณะร่วม
				โครงสร้าง <input type="radio"/> วัสดุฐาน	
ผสมยูเคริมเกรด	240 ml		Primary Package	กรรพิก <input type="radio"/> เอกแบบอิสระ	1 กรรพิกหลัก 1 เอกลักษณะร่วม
				โครงสร้าง <input checked="" type="radio"/> วัสดุฐาน	
				กรรพิก <input type="radio"/> เอกแบบอิสระ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
				กรรพิก <input type="radio"/> เอกแบบอิสระ	1 กรรพิกหลัก 2 เอกลักษณะร่วม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการผลิตภัณฑ์หมวดดูแลผิว			ประเภทบรรจุภัณฑ์		ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณ
ผลิตภัณฑ์	ขนาดบรรจุ	จำนวนสูตร	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ		
ครีมกันแดด	40g		Primary Package	หลอด	โครงสร้าง <input checked="" type="radio"/> มาตรฐาน <input type="radio"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
					กราฟิก <input type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="radio"/> เอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์ร่วม
			Secondary Package	กล่องกระดาษ	โครงสร้าง <input checked="" type="radio"/> มาตรฐาน <input type="radio"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
					กราฟิก <input type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="radio"/> เอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์ร่วม
ครีมบำรุง	40g		Primary Package	ตลับ	โครงสร้าง <input checked="" type="radio"/> มาตรฐาน <input type="radio"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
					กราฟิก <input type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="radio"/> เอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์ร่วม
			Secondary Package	กล่องกระดาษ	โครงสร้าง <input checked="" type="radio"/> มาตรฐาน <input type="radio"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
					กราฟิก <input type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="radio"/> เอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์ร่วม

ตารางที่ 1.4 แสดงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ขนาดผู้ใหญ่ผลิตภัณฑ์ขนาดยารักษา

รายการผลิตภัณฑ์หมวดยารักษา			ประเภทบรรจุภัณฑ์		ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณ
ผลิตภัณฑ์	ขนาดบรรจุ	จำนวนสูตร	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ		
ยากินแก้ปวด	1 แผง		Primary Package	Blister Pack	โครงสร้าง <input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
					กราฟิก <input type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="radio"/> เอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์ร่วม
			Secondary Package	กล่องกระดาษ	โครงสร้าง <input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
					กราฟิก <input type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="radio"/> เอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์ร่วม
ยาละลายยด้า	15 g		Primary Package	ตลับ	โครงสร้าง <input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
					กราฟิก <input type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="radio"/> เอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์ร่วม
			Secondary Package	กล่องกระดาษ	โครงสร้าง <input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
					กราฟิก <input type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="radio"/> เอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์ร่วม

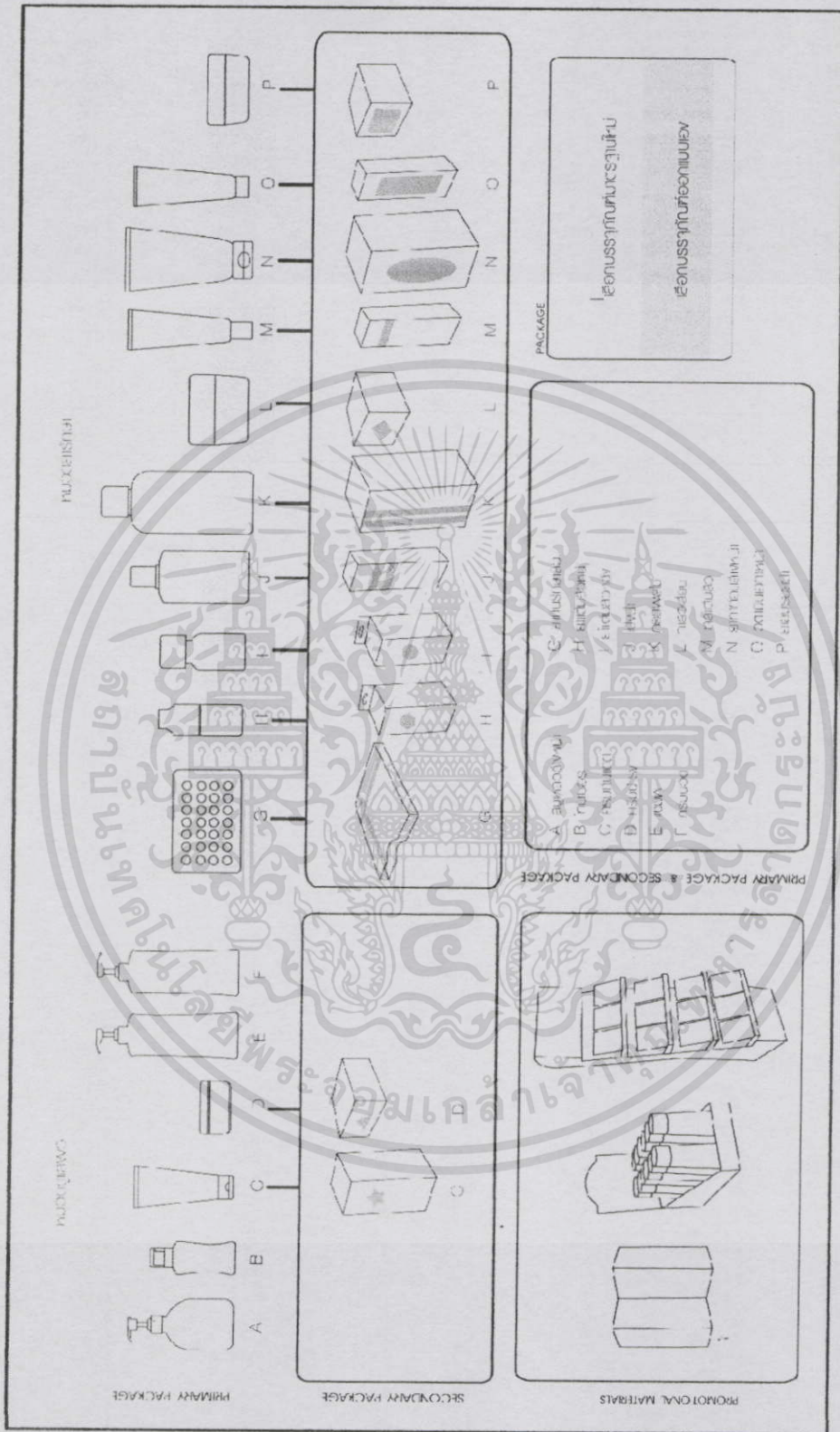
รายการผลิตภัณฑ์หมวดยารักษา			ประเภทบรรจุภัณฑ์		ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณ
ผลิตภัณฑ์	ขนาดบรรจุ	จำนวนสูตร	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ		
แต้มน้ำที่หน้า			Primary Package	ขวดหยด	โครงสร้าง <input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง
					กราฟิก <input type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="radio"/> เอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์ร่วม
			Secondary Package	กล่องกระดาษ	โครงสร้าง <input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง
					กราฟิก <input type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="radio"/> เอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์ร่วม
แต้มน้ำที่หลัง			Primary Package	ขวดหยด	โครงสร้าง <input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง
					กราฟิก <input type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="radio"/> เอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์ร่วม
			Secondary Package	กล่องกระดาษ	โครงสร้าง <input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง
					กราฟิก <input type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="radio"/> เอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์ร่วม

รายการผลิตภัณฑ์หมวดยารักษา :			ประเภทบรรจุภัณฑ์		ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณ
ผลิตภัณฑ์	ขนาดบรรจุ	จำนวนสูตร	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ		
แผ่นน้ำ			Primary Package	ขวดเท	โครงสร้าง <input type="radio"/> มาตรฐาน	1 โครงสร้าง
					<input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	1 ขนาด
			Secondary Package	กล่องกระดาษ	กราฟิก <input type="radio"/> ออกแบบอิสระ	1 กราฟิกหลัก
					<input checked="" type="radio"/> เอกลักษณ์ร่วม	1 เอกลักษณ์ร่วม
กรดผลไม้(AHA)	40g	2 สูตร - เข้มข้น 10% - เข้มข้น 5 %	Primary Package	ขวดเท	โครงสร้าง <input checked="" type="radio"/> มาตรฐาน	1 โครงสร้าง
					<input type="radio"/> ออกแบบ	1 ขนาด
			Secondary Package	กล่องกระดาษ	กราฟิก <input type="radio"/> ออกแบบอิสระ	1 กราฟิกหลัก
					<input checked="" type="radio"/> เอกลักษณ์ร่วม	2 เอกลักษณ์ร่วม
					โครงสร้าง <input type="radio"/> มาตรฐาน	1 โครงสร้าง
					<input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	1 ขนาด
					กราฟิก <input type="radio"/> ออกแบบอิสระ	1 กราฟิกหลัก
					<input checked="" type="radio"/> เอกลักษณ์ร่วม	2 เอกลักษณ์ร่วม

รายการผลิตภัณฑ์หมวดยารักษา			ประเภทบรรจุภัณฑ์		ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณ
ผลิตภัณฑ์	ขนาดบรรจุ	จำนวนสูตร	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ		
ทาลิวลิ้น	15 g		Primary Package	ตลับ	โครงสร้าง <input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
				กล่องกระดาษ	กราฟิก <input type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="radio"/> เอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์ร่วม
			Secondary Package	ตลับ	โครงสร้าง <input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
				กล่องกระดาษ	กราฟิก <input type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="radio"/> เอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์ร่วม
ยาทาถอนล้างหน้า	40 g		Primary Package	หลอด	โครงสร้าง <input checked="" type="radio"/> มาตรฐาน <input type="radio"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
				กล่องกระดาษ	กราฟิก <input type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="radio"/> เอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์ร่วม
			Secondary Package	หลอด	โครงสร้าง <input checked="" type="radio"/> มาตรฐาน <input type="radio"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
				กล่องกระดาษ	กราฟิก <input type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="radio"/> เอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์ร่วม

รายการผลิตภัณฑ์หมวดยารักษา			ประเภทบรรจุภัณฑ์		ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณ
ผลิตภัณฑ์	ขนาดบรรจุ	จำนวนสูตร	ชั้น	ชนิดรูปแบบ		
วิตามินเอ ทาน้ำ	40 g		Primary Package	หลอด	โครงสร้าง <input type="radio"/> มาตรฐาน	1 โครงสร้าง
					<input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	1 ขนาด
			Secondary Package	กล่องกระดาษ	กราฟิก <input type="radio"/> ออกแบบอิสระ	1 กราฟิกหลัก
					<input checked="" type="radio"/> เอกลักษณะร่วม	1 เอกลักษณะร่วม
เจลรักษาผิว			Primary Package	หลอดปากแหลม	โครงสร้าง <input type="radio"/> มาตรฐาน	1 โครงสร้าง
					<input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	1 ขนาด
			Secondary Package	กล่องกระดาษ	กราฟิก <input type="radio"/> ออกแบบอิสระ	1 กราฟิกหลัก
					<input checked="" type="radio"/> เอกลักษณะร่วม	1 เอกลักษณะร่วม
Secondary Package	กล่องกระดาษ	โครงสร้าง <input type="radio"/> มาตรฐาน	1 โครงสร้าง			
		<input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	1 ขนาด			
Secondary Package				กราฟิก <input type="radio"/> ออกแบบอิสระ	1 กราฟิกหลัก	
				<input checked="" type="radio"/> เอกลักษณะร่วม	1 เอกลักษณะร่วม	

ภาพรวมขอบเขตโครงการด้านปริมาณ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### สรุปขอบเขตโครงการด้านปริมาณ

- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ประเภท Primary Package และ Secondary Package โดยแยก Primary Package เป็น โครงสร้างมาตรฐาน 7 โครงสร้าง โครงสร้างออกแบบเอง 7 โครงสร้าง Secondary Package 13 โครงสร้าง รวมทั้งหมด 27 โครงสร้าง 20 กราฟิก รวม 32 ชิ้นงาน
- ออกแบบส่วนส่งเสริมการขาย เช่น ชั้นวางสินค้า แผ่นพับ โปสเตอร์ เป็นต้น

### 1.5 เงื่อนไขความต้องการ ปัญหา และแนวทางการแก้ไข

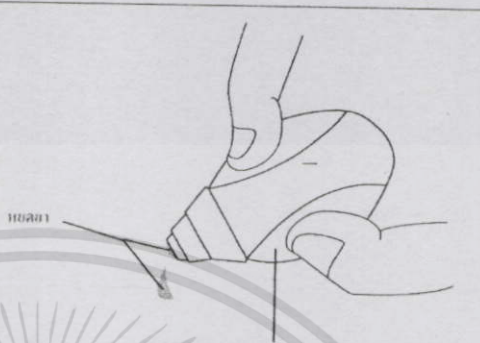
ในแต่ละผลิตภัณฑ์ต่างมีความต้องการและปัญหาที่แตกต่างกันอันเนื่องมาจากสภาพที่แตกต่าง คุณสมบัติทางเคมีของยาแต่ละตัว จึงขอสรุปเงื่อนไขความต้องการและปัญหาออกเป็นทีละตัวยาเพื่อความง่ายแก่การหาแนวทางการออกแบบ

1. เงื่อนไขความต้องการ ปัญหาและแนวทางแก้ไขผลิตภัณฑ์ยาแก้ปวดที่ใบหน้า	
เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<b>ด้านการบรรจุ</b> -ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็นของเหลวใส -บรรจุภัณฑ์เดิมบรรจุใส่ขวดหยอด วิธีการใช้ต้องหยดยาลงไปที่นิ้ว แล้วเอายาที่ปลายนิ้วแต้มสิ่วอีกเสบ	- ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์เอื้อต่อการบรรจุสินค้าในระบบอุตสาหกรรม โดยยังคำนึงถึงการใช้งาน
<b>ด้านความสะดวกสบาย</b> -บรรจุภัณฑ์เดิมบรรจุใส่ขวดหยอด วิธีการใช้ต้องหยดยาลงไปที่นิ้ว แล้วเอายาที่ปลายนิ้วแต้มสิ่วอีกเสบ หากนิ้วสกปรกทำให้เชื้อโรคจากนิ้วเข้าสู่สิ่ว ทำให้อักเสบยิ่งขึ้น อีกทั้งหากสิ่วอีกเสบโดนสัมผัสมากๆ เข้า ยิ่งทำให้สิ่วอักเสบจากแรงเสียดสีมากยิ่งขึ้นกลายเป็นสิ่วที่ยากต่อการรักษา	- ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์ใช้งานสะดวก มีลักษณะที่จับถนัดมือ สามารถนำยามาแต้มที่สิ่วโดยตรงโดยไม่ต้องใช้นิ้วสัมผัส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
-----------------------------	-----------------

แบบที่ 1



มีขั้วหลอดบางที่แข็งแรง ะนิหลอด  
ของหม้อสุญญากาศ สามารถไปเล่น  
ควมระสที่อัสบน โลกที่บรรจุอซิให้โชนสี

แบบที่ 2



ใช้เส้นจันตไปในขวด จะนิหลอด  
ของหม้อสุญญากาศสามารถไปเล่น  
โดยควมระสที่อัสบน  
โดยที่บรรจุอซิให้โชนสี

**ด้านการปกป้อง**

-สินค้ามีลักษณะเป็นของเหลวที่สามารถรั่วซึม  
และปนเปื้อนจากภายนอกได้

-เลือกใช้วัสดุขวดเป็นพลาสติกชนิดบีบใช้งานได้บ่อยไม่  
แตกเปราะเช่น PE PP โดยยังออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่  
สามารถป้องกันการรั่วซึม สามารถรักษาสภาพของสินค้า  
ได้ยาวนานและปิดผนึกได้อย่างมิดชิด

**ด้านการส่งเสริมการขาย**

-สินค้าประเภทนี้ผู้บริโภคมักมีความคาดหวัง  
ในประสิทธิภาพของสินค้าสูง

- ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือ สื่อถึง  
ประสิทธิภาพของสินค้า  
-สามารถใช้งานได้ถูกต้องตามวิธีการ เพื่อให้เขาได้แสดง  
ประสิทธิภาพได้เต็มที่ ทำให้ผู้บริโภคไว้วางใจในผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่ควรนำไปใช้ในการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. เงื่อนไขความต้องการ ปัญหาและแนวทางแก้ไขผลิตภัณฑ์ยาแต้มสิวที่หลัง

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา

แนวทางการออกแบบ

ด้านการบรรจุ

-ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็นของเหลวใส  
-บรรจุภัณฑ์เดิมไม่เอื้อต่อการใช้งาน โดยบรรจุใส่ขวดหยอด วิธีการใช้ต้องหยดยาลงไปทีละเม็ดแล้วเอาที่ปลายนิ้วแต้มสิวอีกเสบด้านหลัง ซึ่งผู้บริโภคไม่สามารถมองเห็นจึงมักแต้มผิดพลาด

- ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์ที่บรรจุในปริมาณเพียงพอต่อการใช้งานและอายุสินค้าอีกทั้งยังเอื้อให้ใช้งานได้ง่ายและถูกจุดยิ่งขึ้น



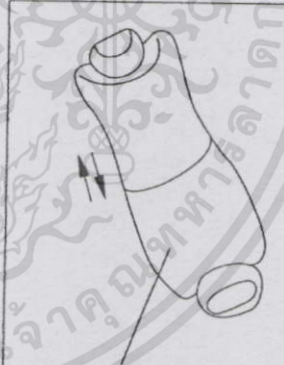
ด้านความสะดวกสบาย

-บรรจุภัณฑ์เดิมไม่เอื้อต่อการใช้งานในจุดที่มองไม่เห็นเช่นหลัง ไม่สามารถควบคุมปริมาณที่เหมาะสมได้



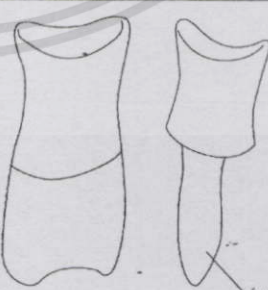
- ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์ใช้งานสะดวก มีลักษณะที่จับถนัดมือ สร้างความแม่นยำในการใช้งานที่ถูกต้อง กำหนดการไหลของสินค้าเพื่อให้ได้ปริมาณที่เหมาะสม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<b>ด้านการปกป้อง</b> -สินค้ามีลักษณะเป็นของเหลวที่สามารถรั่วซึมและปนเปื้อนจากภายนอกได้	-ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถป้องกันการรั่วซึม สามารถรักษาสภาพของสินค้าได้ยาวนานและปิดผนึกได้อย่างมิดชิด โดยเลือกใช้วัสดุขวดเป็นพลาสติกชนิดบีบีใช้งานได้บ่อยไม่แตกเปราะเช่น PE PP
<b>ด้านการส่งเสริมการขาย</b> -สินค้าประเภทนี้ผู้บริโภคมักคิดว่าใช้ตัวเดียวกับยาเต็มตัวทำให้ไม่มีความจำเป็นจะต้องซื้อ	- ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือ สู่ถึงประสิทธิภาพของสินค้า - สู่ถึงความสามารถใช้งานได้ถูกต้องตามวิธีการ เพื่อให้ยาได้แสดงประสิทธิภาพได้เต็มที่ ทำให้ผู้บริโภคไว้ใจและสนใจในผลิตภัณฑ์
<b>2. เงื่อนไขความต้องการ ปัญหาและแนวทางแก้ไขผลิตภัณฑ์ยาแก้ปวด</b>	
<b>ด้านการบรรจุ</b> -ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็นของเหลวผสมผงแป้ง -เมื่อต้องการใช้งาน ต้องเขย่าให้เข้ากัน แล้วเทลงฝ่ามือ จากนั้นจึงใช้นิ้วค่อยๆ ทาบนใบหน้าในบริเวณที่ต้องการ ขึ้นตอนดังกล่าวทำให้ตัวยาหกเลอะเทอะ อีกทั้งพอใช้ไปนานๆ แป้งก็จะแห้งกระจุกอยู่บริเวณปากขวดทำให้เกิดการสะสมของเชื้อโรค	- ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีปริมาณเพียงพอต่อการบรรจุสินค้า เอื้อให้ใช้งานได้ รองรับการใช้งาน  <p>นี่คือลักษณะที่ติดเบ็ดมือ รองรับการใช้งาน</p>

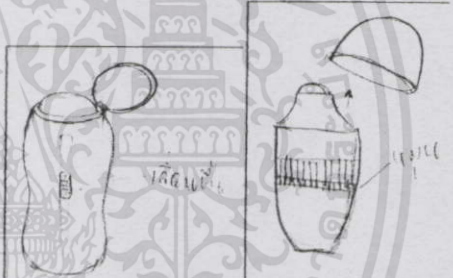
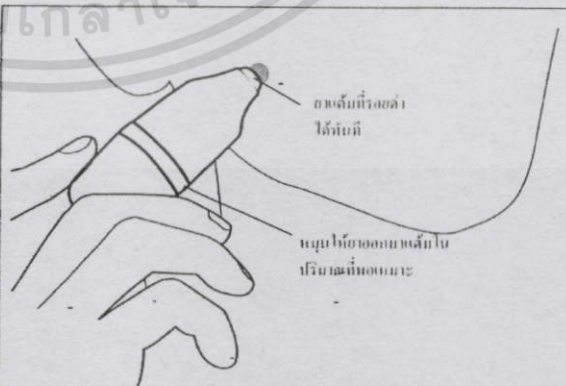
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
	 <p data-bbox="875 570 1057 606">รองรับการเขย่า</p>
<p data-bbox="67 1002 249 1038"><b>ด้านการปกป้อง</b></p> <ul data-bbox="67 1059 595 1330" style="list-style-type: none"> <li>-สินค้ามีลักษณะเป็นของเหลวที่สามารถรั่วซึม</li> <li>กระฉอกจากการเขย่ายาให้เข้ากัน</li> <li>-เกิดการสะสมของเชื้อโรคบริเวณปากขวด</li> <li>-ควรเก็บในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมแตกต่างจากยาตัวอื่น อย่างเช่นตู้เย็น</li> </ul>	 <p data-bbox="735 893 944 946">ฉีกก่อนเสิร์ฟไปตลาดกับยา ไม่หมดจะแกะ</p> <p data-bbox="651 1059 1267 1393">-ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ไม่มีพื้นที่ให้แบงก์รวมกันที่ปากขวด สามารถป้องกันการสะสมของเชื้อโรค อีกทั้งยังป้องกันการรั่วซึม สามารถรักษาสภาพของสินค้าได้ยาวนานและปิดผนึกได้อย่างมิดชิด</p> <p data-bbox="651 1287 1253 1393">-กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สามารถสื่อสารถึงรายละเอียดของยาผลข้างเคียง วิธีการเก็บรักษาที่เข้าใจง่าย</p>  <p data-bbox="1000 1734 1155 1776">ฉีกก่อนเสิร์ฟไปตลาดกับยา ไม่หมดจะแกะ</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. เจ็อนไขความต้งการ ปัญหและแนวทงแก้ไขผลิถักณ์ย้ากรคผลไม้(AHA)	
เจ็อนไขความต้งการ / ปัญห	แนวทงการออกแบ
<b>ด้านการบรรจุ</b> -ผลิถักณ์ที่มีถักษณะเป็นของเหลวชั้น เนื้อครีมสีขาว -บรรจุถักณ์เดิมบรรจุใส่กลับทำให้เกิดการปนเป็อนได้ง่าย	- ออกแบบให้บรรจุถักณ์มีปริมาตรเพียงพอต่อการบรรจุสินค้ำ สอดคล้องต่อการใช้งาน
<b>ด้านความสะดวกสบาย</b> -บรรจุถักณ์เดิมมีชั้นตอนการใช้งานที่ต้งควักเนื้อครีมออกมาแล้วค่อยๆใช้นิ้วแ้้มลงบนใบหน้าและถักคอทีละจุดทำให้เกิดการปนเป็อนได้ง่าย อิกทั้งยังไม่สามารถควบคุมปริมาณยาทีเหมาะสมได้ในการใช้งานแต่ละครั้ง -ผู้บริโภคไม่สามารถทราบได้ทันทีว่าตนเองเหมาะสมกับกรคผลไม้ 10% หรือ 5%	-ออกแบบบรรจุถักณ์เป็นหลอดบีบ ทีสามารถควบคุมการจ่ายยาให้ได้ปริมาณทีเหมาะสม -กราฟิกบนบรรจุถักณ์สามารถสื่อสารถึงชั้นตอนการใช้งานทีถูกต้ง แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้ำทีเข้าใจง่าย สามารถทราบว่าจะควรใช้ยาสูตรใด
<b>ด้านความสะดวกสบาย</b> -บรรจุถักณ์เดิมมีชั้นตอนการใช้งานที่ต้งควักเนื้อครีมออกมาแล้วค่อยๆใช้นิ้วแ้้มลงบนใบหน้าและถักคอทีละจุดทำให้เกิดการปนเป็อนได้ง่าย อิกทั้งยังไม่สามารถควบคุมปริมาณยาทีเหมาะสมได้ในการใช้งานแต่ละครั้ง -ผู้บริโภคไม่สามารถทราบได้ทันทีว่าตนเองเหมาะสมกับกรคผลไม้ 10% หรือ 5%	-ออกแบบบรรจุถักณ์เป็นหลอดบีบ ทีสามารถควบคุมการจ่ายยาให้ได้ปริมาณทีเหมาะสม -กราฟิกบนบรรจุถักณ์สามารถสื่อสารถึงชั้นตอนการใช้งานทีถูกต้ง แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้ำทีเข้าใจง่าย สามารถทราบว่าจะควรใช้ยาสูตรใด
<b>ด้านการปกป้อง</b> -สินค้ำมีถักษณะเป็นของเหลวทีสามารถรั่วซึมและปนเป็อนจากภายนอกได้	-ออกแบบบรรจุถักณ์ทีสามารถป้องกันการรั่วซึมสามารถรักษาสภาพของสินค้ำได้ยาวนานและปิดผนึกได้อย่างมิดชิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อิกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><b>ด้านการส่งเสริมการขาย</b></p> <p>-สินค้าประเภทนี้ผู้บริโภคมักมีความคาดหวังในประสิทธิภาพของสินค้าสูง</p>	<p>- ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือ สู่ถึงประสิทธิภาพของสินค้า</p> <p>-สามารถใช้งานได้ถูกต้องตามวิธีการ เพื่อให้ยาได้แสดงประสิทธิภาพได้เต็มที่ ทำให้ผู้บริโภคไว้วางใจในผลิตภัณฑ์</p>
<b>4. เงื่อนไขความต้องการ ปัญหาและแนวทางแก้ไขผลิตภัณฑ์ยาบรรเทาปวด</b>	
เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><b>ด้านการบรรจุ</b></p> <p>-ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็น เนื้อครีมสีขาวข้น ทาแล้วแห้งซึมเข้าไปในผิว</p> <p>-บรรจุภัณฑ์เดิมบรรจุใส่ตลับทำให้เกิดการปนเปื้อนได้ง่าย</p>	<p>- ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์ปิดสนิทมิดชิด มีปริมาณเพียงพอต่อการบรรจุน้ำมัน และสอดคล้องต่อการใช้งาน</p> 
<p><b>ด้านความสะดวกสบาย</b></p> <p>-บรรจุภัณฑ์เดิมบรรจุใส่ตลับ เมื่อต้องการใช้งาน ต้องใช้ปลายนิ้วจุ่มลงไปในตลับ เอาเนื้อยาที่ปลายนิ้วค่อยๆทาเบาๆที่รอยตำ</p>	<p>- ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์ที่สะดวกต่อการใช้งาน มีลักษณะที่จับถนัดมือ ไม่ปนเปื้อนได้ง่าย ปริมาณพอเหมาะถูกจุด</p> 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<b>ด้านการปกป้อง</b> -ป้องกันการปนเปื้อนที่อาจทำให้ยาเสื่อมสภาพ รวมทั้งป้องกันความเสียหายจากปัจจัยภายนอก ไม่ว่าจะเป็นความร้อนและความชื้น	-ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถป้องกันไม่ให้ยาเสื่อมสภาพ สามารถรักษาสภาพของสินค้าได้ยาวนาน และปิดผนึกได้อย่างมิดชิดไม่ปนเปื้อนได้ง่าย
<b>ด้านการส่งเสริมการขาย</b> -สินค้าประเภทนี้ผู้บริโภค โภคมักมีความคาดหวังในประสิทธิภาพของสินค้าให้เกิดผลอย่างรวดเร็ว	- ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือ สื่อถึงประสิทธิภาพของสินค้า -สามารถใช้งานได้อย่างถูกต้องตามวิธีการ เพื่อให้ยาได้แสดงประสิทธิภาพได้เต็มที่ สื่อถึงระยะเวลาที่ใช้ในการรักษาอย่างถูกต้องเพื่อทำความเข้าใจกับผู้บริโภค
<b>4. เงื่อนไขความต้องการ ปัญหาและแนวทางแก้ไขผลิตภัณฑ์ยาทาลิวเสียน</b>	
เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<b>ด้านการบรรจุ</b> -ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็นของเหลวข้นพอประมาณ -บรรจุภัณฑ์เดิมบรรจุใส่ตลับทำให้เกิดการปนเปื้อนได้ง่าย เวลาใช้ก็ต้องใช้นิ้วจุ่มเพื่อนำเนื้อยาออกมาทาบริเวณงูหรือคางที่มีสิ่วเสียน จากนั้นเกลี่ยยาให้ทั่วๆกัน ทั้งไว้ให้แห้งจึงลอกออก ผู้บริโภคบางคนอาจทาหนาไป บางไปก็ลอกสิ่วเสียนไม่ได้ ทำให้เกิดการสั่นเปลือยยา	- ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีปริมาณเพียงพอต่อการบรรจุสินค้า ปิดสนิทมิดชิด และสอดคล้องต่อการใช้งานที่เหมาะสม
<b>ด้านความสะดวกสบาย</b> -ลดขั้นตอนการใช้งาน ควรควบคุมปริมาณในการใช้ยาทาในแต่ละครั้งเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถลอกสิ่วเสียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ	-ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้เอื้อต่อการใช้งาน สามารถใช้งานได้สะดวก มีลักษณะที่จับถนัดมือ ไม่ลื่นหลุด ควบคุมการไหลของยาได้พอดีในการใช้งานแต่ละครั้ง อาจเป็นหัวแปรงที่มีขนอ่อนนุ่มไม่ระคายเคืองมีการควบคุมปริมาณยาที่พอดี ค้ำจับทาสะดวกทั้งสองที่ ไม่ว่าจะงูหรือคาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<b>ด้านการปกป้อง</b> - เนื่องจากบรรจุภัณฑ์เดิมบรรจุใส่กลับทำให้เกิดการปนเปื้อนได้ง่าย ไม่สามารถป้องกันความเสียหายจากปัจจัยภายนอกได้	- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถรักษาสภาพของสินค้าได้ยาวนานและปิดผนึกได้อย่างมิดชิดไม่ปนเปื้อนได้ง่าย ในขณะที่ยังสามารถใช้งานได้สะดวก
<b>ด้านการส่งเสริมการขาย</b> - วิธีการใช้งานก่อนหลังที่ถูกต้อง ยังมีผู้บริโภคจำนวนมากที่ยังคงไม่ทราบว่ามีขั้นตอนหลังจากใช้ยาลอกผิวเสร็จทำให้การรักษาไม่เกิดประสิทธิภาพเท่าที่ควร	- ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือ สื่อถึงประสิทธิภาพของสินค้า - สามารถใช้งานได้ถูกต้องตามวิธีการ เพื่อให้ยาได้แสดงประสิทธิภาพได้เต็มที่ ทำให้ผู้บริโภคไว้วางใจในผลิตภัณฑ์


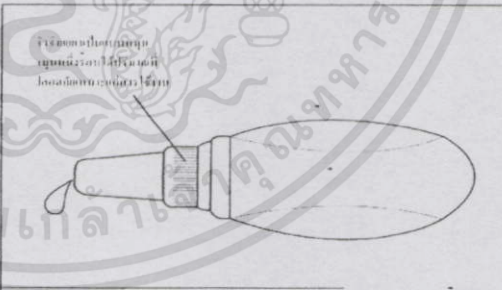
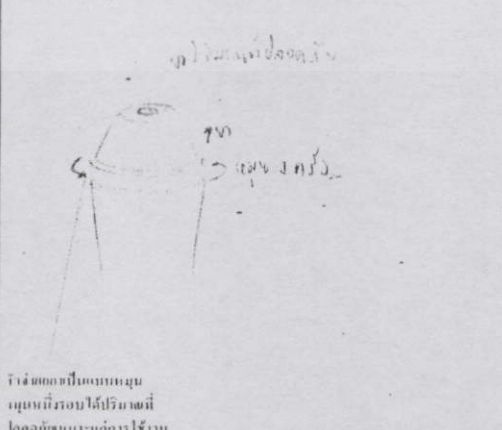
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4. เงื่อนไขความต้องการ ปัญหาและแนวทางแก้ไขผลิตภัณฑ์ยาทาก่อนล้างหน้า


เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<b>ด้านการบรรจุ</b> -ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็นของเหลวหนืดสีขาว -ตัวผลิตภัณฑ์มีสารเคมีที่ทำปฏิกิริยากับออกซิเจน	- ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีปริมาณเพียงพอต่อการบรรจุสินค้า ปิดสนิทมิดชิดไม่ให้ออกซิเจนเข้ามาทำให้ยาเสื่อมสภาพ และสอดคล้องต่อการใช้งาน
<b>ด้านความสะดวกสบาย</b> -สื่อสารให้เข้าใจถึงขั้นตอนการใช้งาน ความจำเป็นในการใช้งาน	-ออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นหลอดบีบ ที่สามารถควบคุมการจ่ายยาให้ได้ปริมาณที่เหมาะสม -กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สามารถสื่อสารถึงขั้นตอนการใช้งานที่ถูกต้อง แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าที่เข้าใจง่าย
<b>ด้านการปกป้อง</b> -สินค้านี้มีลักษณะเป็นของเหลวที่สามารถรั่วซึมและปนเปื้อนจากภายนอกได้ -ตัวยามีสารเคมีที่ทำปฏิกิริยากับออกซิเจน บรรจุภัณฑ์แบบเดิมเป็นคัลเลอร์ทำให้ออกซิเจนเข้าไปได้ง่ายทำให้ยาเสื่อมอายุก่อนที่ควร	-ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถป้องกันการรั่วซึม ป้องกันการทำปฏิกิริยากับออกซิเจน สามารถรักษาสภาพของสินค้าได้ยาวนานและปิดผนึกได้อย่างมิดชิด
<b>ด้านการส่งเสริมการขาย</b> -ผู้บริโภคมักไม่เข้าใจถึงความจำเป็นในการใช้งาน -ผู้บริโภคไม่เข้าใจถึงขั้นตอนการใช้งานที่ถูกต้อง	- ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือ สื่อถึงประสิทธิภาพของสินค้า -สามารถใช้งานได้ถูกต้องตามวิธีการ เพื่อให้ยาได้แสดงประสิทธิภาพได้เต็มที่ ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงวิธีการใช้งานที่ถูกต้องของผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. เงื่อนไขความต้องการ ปัญหาและแนวทางแก้ไขผลิตภัณฑ์ยาวิตามินเอ

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><b>ด้านการบรรจุ</b></p> <p>-ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็นของเหลวข้นสีขาวขุ่น</p>	<p>- ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีปริมาตรเพียงพอต่อการบรรจุสินค้า ปิดสนิทมิดชิด และสอดคล้องต่อการใช้งาน</p>
<p><b>ด้านความสะดวกสบาย</b></p> <p>-มีวิธีการใช้งานที่สะดวก ปลอดภัยเนื่องจากเป็นตัวยามีแรง จึงมีความจำเป็นที่จำต้องควบคุมปริมาณในการใช้งานแต่ละครั้ง เพื่อความปลอดภัย</p> <p>-มีความจำเป็นถึงในการสื่อสารถึงรายละเอียด ข้อห้ามต่างๆ การใช้งานที่เหมาะสมถูกต้อง</p>	<p>-ออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นหลอดบีบ ที่สามารถควบคุมการจ่ายยาให้ได้ปริมาณที่ปลอดภัยในการใช้งานแต่ละครั้ง</p> <p>แบบที่ 1</p> <p>สามารถกดหรือบีบยาออกมาได้ปริมาณพอเหมาะ</p>  <p>แบบที่ 2</p> <p>ใช้สอดเข้าไปในปากของอนุชนที่รอบรู้ใช้ปริมาณที่ปลอดภัยขณะการใช้งาน</p>  <p>ใช้สอดเข้าไปในปากของอนุชนที่รอบรู้ใช้ปริมาณที่ปลอดภัยขณะการใช้งาน</p> 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
	<p>-กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สามารถสื่อสารถึงขั้นตอนการใช้งานที่ถูกต้อง แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าที่เข้าใจง่าย เห็นชัดเจนถึงข้อห้ามต่างๆเมื่อใช้สินค้า</p>  <p>ใจสู้รักสู้</p>
<p><b>ด้านการปกป้อง</b></p> <p>-สินค้านี้มีลักษณะเป็นของเหลวที่สามารถรั่วซึมและปนเปื้อนจากภายนอกได้ ทำให้ยาเสื่อมสภาพเร็วเมื่อผู้บริโภคนำมาใช้แล้วอาจเกิดผลข้างเคียงที่รุนแรงกว่ายาอื่นๆ</p>	<p>-ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถป้องกันการรั่วซึมสามารถรักษาสภาพของสินค้าได้ยาวนานและปิดผนึกได้อย่างมิดชิดป้องกันการเสื่อมจากปัจจัยภายนอกได้</p>
<p><b>ด้านการส่งเสริมการขาย</b></p> <p>-สินค้านี้ประเภทนี้ผู้บริโภคมักมีความกลัวในความแรงของยา</p> <p>-ผู้บริโภคมักอาจใช้ยาเกินขนาดทำให้เกิดผลข้างเคียงที่รุนแรง</p>	<p>- ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือสื่อถึงประสิทธิภาพของสินค้าที่ให้ความปลอดภัยความมั่นใจแก่ผู้บริโภค</p> <p>-สามารถทำให้ผู้บริโภคนำมาใช้และใช้งานได้ถูกต้องตามวิธีการ</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 1.6 ขั้นตอนการออกแบบ

### 1.6.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับคลินิก

- การตลาดในปัจจุบันและแนวโน้มการตลาดในอนาคต
- ผลกระทบต่างๆในคลินิก
- ช่องทางการจัดจำหน่าย
- ชนิดของยา คุณสมบัติ ข้อมูลเกี่ยวกับยาที่ใช้ในคลินิก
- ระยะเวลา และวิธีการเก็บรักษาของยา
- วิธีการใช้งานของยาในแต่ละชนิด ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค
- ตลาดของยารักษาสิวที่วางขายในท้องตลาด
- ภาพลักษณ์ของแต่ละตราสินค้าคู่แข่งในท้องตลาด
- จุดขาย จุดเด่นของแต่ละตราสินค้า
- กลยุทธ์ทางการตลาด

### 1.6.2 ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

- พฤติกรรมการใช้งานและรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย
- พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า ขั้นตอนในการเลือกซื้อสินค้า
- ความต้องการ ความชอบที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายสนใจในผลิตภัณฑ์
- พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายในการใช้งานร่วมกับผลิตภัณฑ์ ปัญหาที่เกิดขึ้นและสภาพแวดล้อมการใช้งาน
- พฤติกรรมและรสนิยมของผู้ปกครองกลุ่มเป้าหมาย มุ่งมองต่อสินค้าความรู้สึกรับรู้ไว้วางใจต่อตัวผลิตภัณฑ์

### 1.6.3 วิเคราะห์สรุปแนวทางการออกแบบ

- วิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในเรื่องของการใช้งาน พฤติกรรมการใช้งานที่อาจเกิดอันตราย การต้องการความสะดวกสบายในการใช้งาน
- วิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพและชีวภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อหาประเภท บรรจุภัณฑ์และวัสดุที่ใช้ในการบรรจุที่เหมาะสม
- วิเคราะห์กรรมวิธีการผลิตในระบบอุตสาหกรรมเรื่องการจัดรูป การบรรจุ การประกอบ

### 1.6.4 คำเนิการออกแบบ

- นำข้อมูลจากการวิเคราะห์มาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ตอบสนองต่อความต้องการด้านต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- วิเคราะห์กรรมวิธีการผลิตในระบบอุตสาหกรรมเรื่องการขึ้นรูป การบรรจุ การประกอบ

#### 1.6.4 คำเนิการออกแบบ

- นำข้อมูลจากการวิเคราะห์มาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ตอบสนองต่อความต้องการด้านต่างๆ
- จัดทำหุ่นจำลองเพื่อศึกษาถึงการใช้งาน ขนาดสัดส่วนที่พอเหมาะ
- สรปุรูปแบบบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ

#### 1.6.5 ทดสอบและวิเคราะห์ผลการออกแบบ

- จัดทำแบบสอบถามสำรวจจากผู้บริโภคถึงความเข้าใจในการใช้งาน
- จัดทำต้นแบบเพื่อการวิเคราะห์ผลการออกแบบ
- จัดทำแบบสอบถามสำรวจจากผู้บริโภคและกลุ่มผู้ปกครองถึงความเข้าใจในการใช้งาน ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ
- วิเคราะห์ผลต้นแบบที่นำไปทดสอบ

#### 1.6.6 สรปุผลการออกแบบ

### 1.7 ความเป็นไปได้ของโครงการ

1.7.1 ด้านนโยบาย ในปัจจุบันสินค้าประเภทเวชภัณฑ์รักษาสิวมียอดการเติบโตที่เพิ่มสูงขึ้น เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคอย่างทั่วถึง สินค้าในโครงการถือได้ว่าเป็นอีกหนึ่งสินค้าที่มีความน่าสนใจและเหมาะสมกับผู้บริโภคในตลาดเป็นอย่างยิ่ง จึงเป็นโครงการออกแบบเพื่อให้เกิดการนำเสนอแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ยารักษาสิวมที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมการใช้งานให้เกิดการใช้งานที่ถูกต้องปลอดภัย

1.7.2 ด้านเศรษฐกิจ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาด้านการออกแบบเพื่อผู้บริโภค กระตุ้นตลาดให้เกิดความตื่นตัวจากรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมการใช้งานของกลุ่มเป้าหมายให้มีความปลอดภัยช่วยผลักดันให้สินค้าเป็นที่ยอมรับ เกิดการซื้อขายสินค้าในประเทศมากยิ่งขึ้น

1.7.3 ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาการออกแบบเพื่อผู้บริโภค โดยตอบสนองต่อพฤติกรรมการใช้งานให้เกิดการใช้งานที่ปลอดภัย ทำให้ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจในสินค้ามากขึ้น สามารถใช้งานได้ถูกต้องและเกิดผลตามจุดมุ่งหมาย

1.7.4 ด้านการศึกษา โครงการนี้จำเป็นที่จะต้องศึกษาพฤติกรรมการใช้งานของผู้บริโภค สินค้าที่มีอยู่ในปัจจุบัน ลักษณะและข้อจำกัดของสินค้า กลยุทธ์ทางการตลาด แนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำไปผลิตได้จริงในระบบอุตสาหกรรม การสร้างภาพลักษณ์ใหม่ที่นำเชื่อถือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.7.5 ด้านกฎหมายและข้อระเบียบ ออกโดยคำนึงถึงกฎหมายควบคุมสินค้าประเภทเครื่องสำอาง และพ.ร.บ. ยา เพื่อให้บรรลุจรรยาบรรณในโครงการถูกต้องตามกระบวนการกฎหมายและระเบียบข้อบังคับ

1.7.6 สรุปความเป็นไปได้ของโครงการ โครงการนี้มีความเป็นไปได้จริงในตลาดในอนาคตจากการศึกษาข้อมูลในเบื้องต้น อีกทั้งยังเป็นการฝึกฝนให้นักศึกษาได้มีโอกาสนำไปพัฒนางานออกแบบที่ครอบคลุมทั้งเรื่องโครงสร้างและกราฟิกที่อยู่ในขอบเขตที่เป็นไปได้จริง

## 1.8 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกผลิตภัณฑ์ยารักษาสิวสำหรับกลุ่มเป้าหมายวัยต่ำกว่า 20 ปี ศึกษารายได้ตราสินค้า มิถวนรรณคลินิก คาดว่าจะได้รับผลดังนี้

1.8.1 ทำให้เกิดโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่เหมาะสม ทำให้ผู้บริโภคสามารถใช้อย่างปลอดภัย ลดอันตรายที่เกิดจากการใช้ยาผิดพลาด อีกทั้งอำนวยความสะดวกที่สอดคล้องต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตของผู้บริโภค

1.8.2 สร้างทัศนคติที่ดีต่อกลุ่มสินค้าเกิดการยอมรับ การไว้วางใจในตัวสินค้าจากกลุ่มเป้าหมายและผู้ปกครองของกลุ่มเป้าหมายเกิดความสบายใจและมั่นใจในความปลอดภัยจากการใช้ยาของลูก

1.8.3 เกิดรูปแบบกราฟิก ระบบอัตลักษณ์ใหม่ เพื่อใช้ร่วมกับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์เป็นการสร้างเอกลักษณ์แก่ตราสินค้าให้เป็นที่จดจำ ส่งเสริมภาพลักษณ์อันดีให้แก่สินค้า สามารถสร้างประโยชน์ทางการค้าและประชาสัมพันธ์ให้มิถวนรรณคลินิกการแพทย์อีกด้วย

## บทที่ 2

### การค้นคว้าและสรุปผลข้อมูล

#### 2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับ ยิตาวรรณคลินิก

สำหรับ โครงการนี้จัดทำขึ้น โดยอ้างอิงข้อมูลพื้นฐานในเรื่องของรูปแบบสินค้า ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการที่มีอยู่แล้ว ซึ่งในโครงการนี้ได้อ้างอิงของทางคลินิกยิตาวรรณ เพื่อนำมาใช้ในการประกอบการศึกษาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในโครงการ เพื่อให้ได้ศึกษาเป็นข้อมูลพื้นฐาน และนำเสนอให้เกิดความเป็นไปได้จริงมากที่สุด มิได้มุ่งเน้นหรือมีวัตถุประสงค์ในการออกแบบเพื่อตราสินค้าของคลินิกดังกล่าวแต่ประการใด

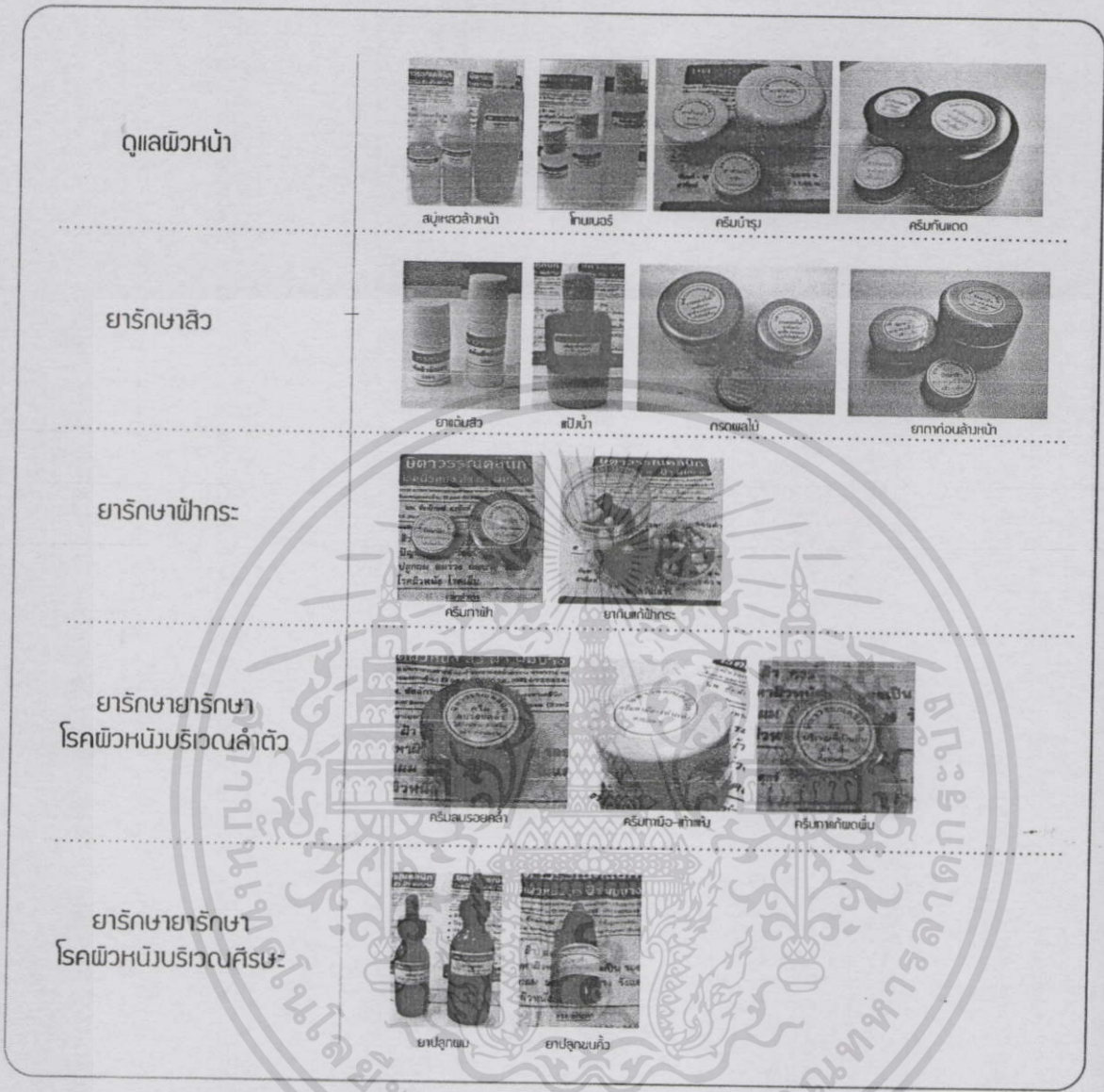


ภาพที่ 2.1 ภาพตราสัญลักษณ์ และคลินิกยิตาวรรณ

ชื่อคลินิก	ยิตาวรรณ คลินิกการแพทย์
สถานที่ตั้ง	2011/84 ถ.ประชาสงเคราะห์ แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10320
นโยบาย	มุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำทางด้านการศึกษาและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยารักษาผิว พัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยให้ความสำคัญในด้านการรักษาอย่างถูกวิธีและปลอดภัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา <sup>33</sup>และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ที่มีวางจำหน่าย



ภาพที่ 2.2 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ที่มีวางจำหน่ายในคลินิกษิตาวรรณ

## 2.1.1 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของตราสินค้า

# ชิตาวรรณคลินิก

## โรคผิวหนัง สิว ฝ้า ผดผื่น

ภาพที่ 2.3 ภาพแสดงลักษณะตราสัญลักษณ์ ชิตาวรรณคลินิก

ตราสัญลักษณ์ของชิตาวรรณคลินิกเป็นลักษณะการใช้ตัวอักษร ในการสร้างตราสัญลักษณ์ โดยใช้เป็นตัวอักษรที่มีชื่อว่าแจสมินยูพีซีตัวหนา(JasmineUPCBold)สีขาวบนพื้นสีน้ำเงินจะใช้สัญลักษณ์ นี้นบนบรรจุภัณฑ์แต่ละส่วน เช่น บรรจุภัณฑ์ในรูปแบบขวดและถุง เนื่องจากเป็นรูปเหลี่ยมที่ไม่สามารถวางลงบนตลับยาที่มีลักษณะผกกลมได้ จึงใช้ตัวอักษรแจสมินยูพีซี ตัวหนา (JasmineUPC Bold) โค้งตามรูปฉลากแทนอีกแบบ ซึ่งทำให้ขาดเอกลักษณ์ร่วม และความเป็นระเบียบ จึงจำเป็นต้องขอยกสำหรับผู้บริโภค

สีที่ใช้ประจำของชิตาวรรณจึงเป็นสีน้ำเงิน สีน้ำเงินบนพื้นขาว หรือสีขาวบนพื้นน้ำเงิน ในด้านการออกแบบจึงมักนำสีน้ำเงินไปใช้ ชื่อตราสินค้าชิตาวรรณนั้นเป็นชื่อของผู้ก่อตั้งคลินิกไม่ใช่ชื่อแพทย์ที่ให้การรักษาในปัจจุบัน จึงมีภาพลักษณ์สื่อถึงความเป็นมาอันยาวนานของคลินิกที่มุ่งมั่นให้การรักษาผู้ป่วยมาตลอดระยะเวลาหลายสิบปี เปรียบเสมือนแพทย์ผู้เชี่ยวชาญรักษาด้วยจรรยาบรรณอันดีในราคาข่อมเยา ซึ่งเป็นที่ศรัทธาแรกที่มีต่อตราสินค้าของผู้บริโภค แต่เนื่องจากตราสินค้าใช้มาเป็นเวลานานแล้ว ไม่มีการพัฒนาหรือปรับปรุงจึงทำให้ไม่เข้ากับยุคสมัยใหม่และไม่เป็นที่จดจำของผู้บริโภค

## 2.1.2 วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะรูปแบบผลิตภัณฑ์ในโครงการ

ทางชิตาวรรณคลินิกซึ่งได้ผลิตยาใช้รักษาโรคผิวหนังหลายกลุ่มด้วยกัน ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์คูแลผิวหน้า เช่น สบู่เหลวล้างหน้า โลชั่นเช็ดหน้า ครีมบำรุง ครีมกันแดด กลุ่มผลิตภัณฑ์ยารักษาสิว เช่น ยาแต้มสิว แป้งน้ำ ยาทาถอนด่างหน้า กรดผลไม้ม ขาลบรอยดำ กลุ่มผลิตภัณฑ์ยารักษาฝ้า กระ เช่น ครีมรักษาฝ้า กระ ยากินรักษาฝ้า กระ กลุ่มผลิตภัณฑ์ยารักษาโรคผิวหนังบริเวณลำตัว เช่น ครีมแก้แพ้ แก้ผดผื่น โลชั่นลดเหงื่อใต้วงแขน กลุ่มผลิตภัณฑ์ยารักษาโรคผิวหนังบริเวณศีรษะ เช่น ยาม่าเช็ดหนังศีรษะ ขาปลุกผม เซรั่มขนคิ้ว



ภาพที่ 2.4 ภาพตัวอย่างสินค้าจาก ยิตาวรรณคลินิก  
ที่มา [Online]: <http://board.212cafe.com/NanaLady>

เนื่องจากนโยบายที่จะสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์เพื่อขยายโอกาสทางการค้าที่มุ่งเน้นเจาะกลุ่มตลาดที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างกลุ่มตลาดวัยรุ่น ซึ่งเป็นช่วงวัยที่เริ่มให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์และเริ่มมีอาการการเป็นสิวมามากที่สุด สินค้าใหม่ในโครงการ จึงเลือกทำเลเฉพาะประเภท กลุ่มผลิตภัณฑ์ยารักษาสิวและกลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลผิว จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์บรรจุภัณฑ์ ของทางยิตาวรรณคลินิก ดังนี้

#### ตารางที่ 2.1 วิเคราะห์บรรจุภัณฑ์ ยิตาวรรณคลินิก

กลุ่มยารักษาสิว	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ประกอบด้วย ขาकिनแก้สิ้ว ยาแต้มสิ้ว ยาทา ก่อนล้างหน้า</li> <li>เจลแต้มสิ้ว ยาทาสิวเสี้ยน แป้งน้ำ ขาลบรอยดำ กรดผลไม้มัน และวิตามินเอ</li> <li>- ยาทา ก่อนล้างหน้า เจลแต้มสิ้ว ยาทาสิวเสี้ยน ขาลบรอยดำ กรดผลไม้มัน จะบรรจุอยู่ในบรรจุภัณฑ์แบบดัลท์ทึบ</li> <li>- ยาแต้มส่วนจะบรรจุอยู่ในบรรจุภัณฑ์แบบขวดหยอดพลาสติกสีทึบ</li> <li>- แป้งน้ำ จะถูกบรรจุในบรรจุภัณฑ์แบบขวดแบนพลาสติกสีขุ่นพอให้เห็นเนื้อใน</li> <li>- ขาकिन จะถูกบรรจุในบรรจุภัณฑ์กระปุกใส ผาพลาสติกสีขุ่น</li> </ul>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>กลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลผิว</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ประกอบด้วย สบู่เหลวล้างหน้า โทเนอร์ ครีมบำรุงผิว ครีมกันแดด</li> <li>- ครีมบำรุงผิวและครีมกันแดด ถูกบรรจุอยู่ในบรรจุภัณฑ์แบบคลัมป์พลาสติกสีทึบ</li> <li>- สบู่เหลวล้างหน้า ถูกบรรจุในบรรจุภัณฑ์แบบขวดทรงแบนสอบล่างพลาสติกสีใส เห็นเนื้อสบู่ภายในฝาพลาสติกสีทึบ</li> <li>- โทเนอร์ ถูกบรรจุในบรรจุภัณฑ์แบบขวดทรงกระบอกพลาสติกสีใส เห็นเนื้อใน ฝาพลาสติกสีทึบ</li> </ul>
<p>ลักษณะบรรจุภัณฑ์</p>	<p>ลักษณะสินค้าของทาง ยิดาวรรณคลินิก จะถูกบรรจุในบรรจุภัณฑ์มาตรฐานทั่วไปแล้วแกะฉลากด้วยกระดาษพิมพ์สองสี ใช้สีในการแบ่งแยกสินค้าแต่ละตัว โดยไม่มีการจัดตามหมวดหมู่ของผลิตภัณฑ์ มีตราสัญลักษณ์บนบางชนิดของสินค้าเท่านั้น</p>
<p>ตราสินค้า</p>	<p>ใช้ตัวหนังสือสีขาวบนพื้นน้ำเงิน ทำให้ดูโดดเด่นมองเห็นได้ในระยะไกล</p>
<p>สี</p>	<p>ใช้น้ำเงิน-ขาว เป็นหลักสีน้ำเงิน สีขาวบนพื้นน้ำเงิน สีน้ำเงินบนพื้นขาว หรือบนพื้นใสเพื่อให้เห็นเนื้อภายในบรรจุภัณฑ์</p>

### 2.1.3 วิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนของตราสินค้าที่มีผลต่อการออกแบบ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับยิตววรรณคลินิก ไม่ว่าจะในด้านภาพลักษณ์คลินิก ลักษณะรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของคลินิก จึงสามารถนำมาวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนได้ดังนี้

#### ตารางที่ 2.2 วิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน (SWOT Analysis) ยิตววรรณคลินิก

<b>Strength</b>	ยิตววรรณคลินิกมีการตั้งสมชื่อเสียงในด้านการรักษาที่ดี จนกลายเป็นคลินิกที่ลูกค้าให้ความไว้วางใจ ยังคงกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวจาก ยิตววรรณคลินิก อย่างสม่ำเสมอ จนเกิดกลุ่มลูกค้าของผลิตภัณฑ์ซากกลุ่มใหญ่และมีแนวโน้มที่จะขยายฐานลูกค้ากลุ่มนี้ออกต่อไปเรื่อยๆ นำไปสู่ความจงรักภักดีต่อแบรนด์ (Brand Loyalty) ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์
<b>Weakness</b>	เดิมยิตววรรณคลินิกขายผลิตภัณฑ์หน้าร้านในคลินิกเพียงแห่งเดียว อีกทั้งคลินิกยังไม่เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้บริโภคทั่วไปนัก ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงลูกค้าทั่วไปได้ เนื่องจากคลินิกไม่เคยโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ขอบข่ายส่วนใหญ่จึงมาจากลูกค้าเดิมและการแนะนำแบบปากต่อปาก
<b>Opportunity</b>	ในอดีตผู้บริโภคเมื่อมีอาการเป็นสิวลเลือกที่จะเป็นรักษากับแพทย์ผู้เชี่ยวชาญตามโรงพยาบาลหรือคลินิก แต่ในปัจจุบันกระแสการรักษาสิวลด้วยตนเองกำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น เนื่องจากการได้รับความรู้ว่าสิวลเป็น โรคที่สามารถรักษาได้เองหากใช้ยาได้อย่างถูกต้อง ทำให้สินค้ายารักษาสิวลด้วยตนเองกำลังได้รับความนิยมจากผู้บริโภค
<b>Threat</b>	ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ยารักษาสิวลนั้นมีสินค้าคู่แข่งเยอะ ทั้งสินค้าจากต่างประเทศและสินค้าในประเทศ ทำให้มีการแข่งขันสูง

## 2.2.2 กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps)

เนื่องจากยิตวารรณในอดีตเน้นขายผลิตภัณฑ์ที่คลินิกแต่เพียงเท่านั้น เมื่อขยายฐานการ ขายสินค้าออกไปวางขายในตลาดแห่งใหม่จึงมีความจำเป็นต้องวางแผนการตลาดเพื่อตอบสนองความ ต้องการของลูกค้าให้พอใจสูงสุด ด้วยกลยุทธ์ปรับปรุงส่วนผสมทางการตลาดประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) สถานที่จัดจำหน่าย (Place) ราคา (Price) และการส่งเสริมการขาย (Promotion)

### - ผลิตภัณฑ์ (Product)

ยิตวารรณคลินิกมีกำลังในการผลิตผลิตภัณฑ์ดูแลผิวของทางคลินิกเอง จึงสามารถให้ความ ว่างใจได้ในคุณภาพ สามารถแบ่งหมวดหมู่ของสินค้าได้เป็นสองหมวดหมู่คือ หมวดกลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแล ผิว ประกอบด้วย สบู่เหลวล้างหน้า โทเนอร์ กริมบำรุงผิว และครีมกันแดด หมวดกลุ่มผลิตภัณฑ์ยารักษา สิว ประกอบด้วย ยากินแก้สิว ยาแต้มสิว ยาทาถอนล้างหน้า เจลแต้มสิว ยาทาสิวเสี้ยน แป้งน้ำ ยาลบรอยดำ กรดผลไม้และวิตามินเอทาหน้า

ลักษณะสินค้าของทาง ยิตวารรณคลินิก จะถูกบรรจุในบรรจุภัณฑ์มาตรฐานทั่วไปแล้วปะฉลาก ด้วยกระดาษพิมพ์สองสี ใช้สีในการแบ่งแยกสินค้าแต่ละตัว โดยไม่มีการจัดตามหมวดหมู่ของผลิตภัณฑ์ มี ตราสัญลักษณ์บนบางชนิดของสินค้าเท่านั้น



ภาพที่ 2.6 แสดงฉลากบนบรรจุภัณฑ์ของคลินิกยิตวารรณ

เนื่องจากสัญลักษณ์เป็นรูปเหลี่ยมที่ไม่สามารถวางลงบนผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะผากกลมได้ จึงใช้ ตัวอักษร โคงตามรูปฉลากแทนอีกแบบ ซึ่งทำให้ขาดเอกลักษณ์ร่วม และความเป็นระเบียบ จัดจำได้ยาก สำหรับผู้บริโภค

### - สถานที่จัดจำหน่าย (Place)

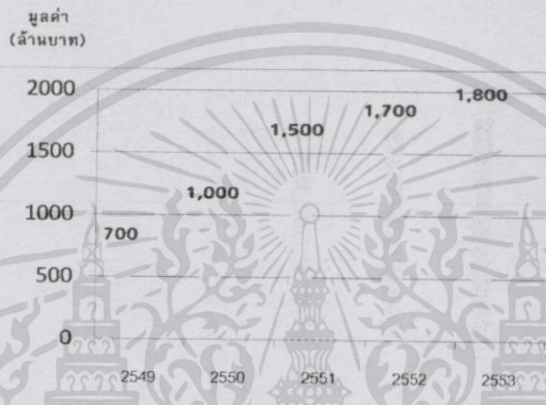
เดิมยิตวารรณคลินิกมีช่องทางการจัดจำหน่ายเดียวคือ เคาน์เตอร์ในคลินิกซึ่งเพียงสาขาเดียวที่ห้วย ขวาง ทำให้ผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภคมาพบกันได้ยาก ดังนั้นทางยิตวารรณคลินิกจึงมีนโยบายการเพิ่มช่อง

## 2.2 ข้อมูลด้านการตลาด

### 2.2.1 ลักษณะตลาดยารักษาสิวโดยรวมภายในประเทศ

ตลาดยารักษาสิวภายในประเทศปัจจุบันมีมูลค่ารวมโดยประมาณ 2,000 ล้านบาทต่อปี โดยต่อเนื่องโดยเฉลี่ยมากกว่าร้อยละ 30 ต่อปี

มูลค่าตลาดภายในประเทศของผลิตภัณฑ์  
เวชสำอางรักษาสิวในปี 49-53



ภาพที่ 2.5 แผนภูมิแสดงมูลค่าตลาดยารักษาสิวในประเทศไทย

ที่มา : บริษัท มาร์เก็ตอินโฟแอนด์คอมมิวนิเคชั่น จำกัด

จากกราฟจะเห็นว่าตลาดเติบโตแบบก้าวกระโดดในปี 2551 เนื่องจากการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการใหม่ ๆ นับเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้ตลาดเวชสำอางเริ่มมีการแข่งขันที่รุนแรง ซึ่งผู้ประกอบการรายใหม่นั้นส่วนใหญ่เป็นการขยายฐานเข้ามาของกลุ่มผู้ให้บริการคลินิกดูแลผิวหน้า ไม่ว่าจะเป็น วุฒิสักดิ์ คลินิก หรือเมดิแคร์ ซึ่งเปิดตัวแบรนด์เวชสำอางภายใต้แบรนด์เมดิเคิร์ม เพื่อสร้างฐานกลุ่มเป้าหมายใหม่ที่ยังไม่เคยใช้บริการเมดิแคร์ ซึ่งกลุ่มคลินิกที่ก้าวเข้ามาในตลาดสามารถแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดได้สูงสุดเป็นอันดับสองของตลาด ได้แก่ แพนคอสเมติก ที่มีรากฐานเดิมมาจาก ราชเทวีคลินิก และแบรนด์ ดร.สมชาย ที่มาจากคลินิก ดร.สมชาย

ทางการจัดจำหน่าย ก็การนำผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพและรักษาผิวออกจำหน่ายสู่ชั้นวางสินค้าทั่วไปในช่องทาง  
การจัดจำหน่ายในตลาดระดับสูงต่างๆ



ภาพที่ 2.7 แสดงสถานที่จัดจำหน่ายเดิมของคลินิกยิวารวม

เนื่องจากนโยบายของทางคลินิกที่มีความต้องการนำผลิตภัณฑ์ออกจำหน่ายสู่ชั้นวางสินค้าทั่วไป  
ตามพื้นที่ที่กลุ่มเป้าหมายมีพฤติกรรมในการ ไปจับจ่ายใช้สอยสินค้า โดยแบ่งตามลักษณะของสถานที่ดังนี้

Specialty Store	
ได้แก่ Boots และ วัตสัน	
Hyper market	
ได้แก่ ท็อปส์ มาร์เก็ต และ วิลล่า มาร์เก็ต	
Supercenter	
ได้แก่ เทสโก้โลตัส และ บิ๊กซี	
Convenience Stores	
ได้แก่ 7-11	

ภาพที่ 2.8 แสดงสถานที่จัดจำหน่ายในอนาคตตาม นโยบายของคลินิกยิวารวม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ราคา (Price) เดิมยี่สิบห้าบาท ได้มีการตั้งราคาผลิตภัณฑ์ในราคาที่ไม่สูงมากนัก เนื่องจากเน้นการจ่ายยาตามวินิจฉัยทางการแพทย์มากกว่าเน้นขาย แต่เนื่องจากยอดขายที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ รวมถึงการกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์ของลูกค้าเก่าทำให้ทางคลินิกมีนโยบายที่จะขยายโอกาสทางการค้า โดยยกผลิตภัณฑ์ไปวางจำหน่ายในตลาดที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่าย จึงมีความจำเป็นที่จะต้องปรับปรุงภาพลักษณ์ใหม่และยกระดับราคาให้สูงกว่าเดิมเพื่อยกระดับของผลิตภัณฑ์ให้ดูเป็นสินค้าคุณภาพสูง เพิ่มความมั่นใจให้กับผู้บริโภค





- การส่งเสริมการขาย (Promotion) เนื่องจากยารักษาสิวมีข้อมูลที่ยังต้องทำความเข้าใจอีกมาก จึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีส่วนพิมพ์ส่งเสริมการขาย (Leaflet, Brochure, POP) เพื่อเสริมความเข้าใจไม่ว่าจะกลุ่มเป้าหมายหลักอย่างวัยรุ่น หรือกลุ่มเป้าหมายรองอย่างผู้ปกครอง อีกทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ในการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภค (Customer relation prints) ได้แก่ นามบัตรและถุงกระดาษ

2.2.3 ข้อมูลด้านคู่แข่งหลัก คู่แข่งรอง จากการสอบถามทางบริษัทด้านคู่แข่งทางการตลาด และการสำรวจผลิตภัณฑ์ยารักษาสิวที่มีในท้องตลาด คู่แข่งทางการตลาดมีดังนี้  
ตารางที่ 2.3 แสดงข้อมูลด้านคู่แข่งทางการตลาด



1. คู่แข่งทางการตลาดตราสินค้า คร.สมชาย	
ตราสัญลักษณ์	
ผลิตภัณฑ์	
ภาพลักษณ์	แพทย์   เอกชน
กลุ่มเป้าหมาย	วัยรุ่น   ผู้ใหญ่
สรุป	เดิมมีภาพลักษณ์ที่ดูโบราณ เนื่องจากเป็นตราสินค้าที่อยู่มานานถึง 25 ปี ทำให้ฐานลูกค้าค่อนข้างมีอายุ 40 ปีขึ้นไป ปี 2552 จึงทำการปรับโฉมขึ้นใหม่ให้ทันสมัยมากขึ้น เพื่อขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มวัยรุ่น



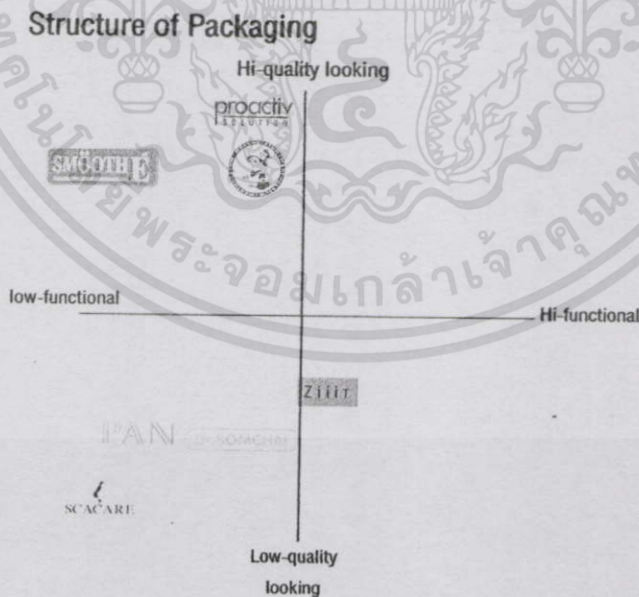


6. คู่แข่งทางการตลาดตราสินค้า สมูทฮี	
ตราสัญลักษณ์	
ผลิตภัณฑ์	
ภาพลักษณ์	แพทย์   เอกชน
กลุ่มเป้าหมาย	วัยรุ่น   ผู้ใหญ่
สรุป	เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วิตามินอีเป็นส่วนผสมสำคัญ จุดเด่นของแบรนด์คือการช่วยลดรอยแผลเป็น จุดต่างดำ เน้นให้ความรู้ในการทำความสะอาดผิวหน้าให้ถูกวิธี แก่กลุ่มที่มีสิ่วิวรอย สัดส่วนลูกค้าวัยรุ่นประมาณ 40-50% ผู้ใหญ่ 50%
7. คู่แข่งทางการตลาดตราสินค้า สกาแคร์	
ตราสัญลักษณ์	
ผลิตภัณฑ์	
ภาพลักษณ์	แพทย์   เอกชน
กลุ่มเป้าหมาย	วัยรุ่น   ผู้ใหญ่
สรุป	มีจุดเด่นในเรื่องการลดรอยดำเช่นเดียวกับสมูทฮี มุ่งเน้นเจาะกลุ่มเป้าหมายในช่วงวัย 24-30 ปีขึ้นไป สื่อแนวคิดผู้หญิงธรรมดาก็สามารถสวยเพอร์เฟคได้ มีนโยบายเพิ่มบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบของเพื่อขยายฐานลูกค้าต่างจังหวัด

ตารางที่ 2.4 ตารางแสดงการแบ่งลักษณะของกลุ่ม

ลักษณะคู่แข่ง	ตราผลิตภัณฑ์	ภาพลักษณ์
คู่แข่งทางตรง		มีการตั้งต้นมาจากคลินิก เช่นเดียวกับยิวดาวรรณ สามารถชูภาพลักษณ์เด่นด้านการแพทย์ให้ความรู้สึกน่าเชื่อถือ ได้มากกว่าแบรนด์อื่นๆ
คู่แข่งทางอ้อม		มีการสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ของยิวรักษาผิวขึ้นมา โดยมุ่งเน้นให้ภาพลักษณ์ของสถาบันวิจัย

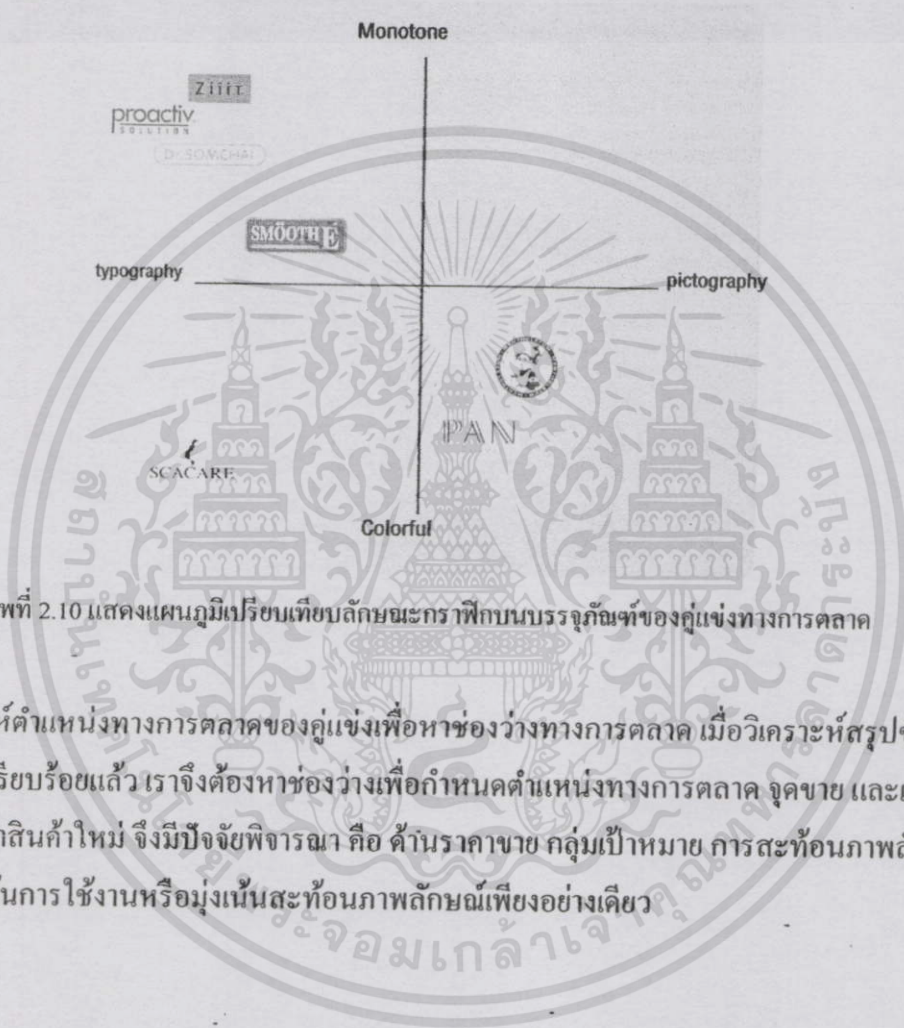
สรุปการเปรียบเทียบลักษณะทางบรรจุภัณฑ์และลักษณะทางกราฟิกของคู่แข่งทางการตลาดจะพบว่า ด้านลักษณะบรรจุภัณฑ์ โปรแอคทีฟ โซลูชัน เมน โทลาทัม สมูทตี้ และยิวอะเวย์ จะมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวทำให้คู่มือราคาและน่าเชื่อถือกว่าผลิตภัณฑ์อื่นในตลาด ดังแผนภูมิต่างต่อไปนี้



ภาพที่ 2.9 แสดงแผนภูมิเปรียบเทียบลักษณะบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มคู่แข่งทางการตลาด

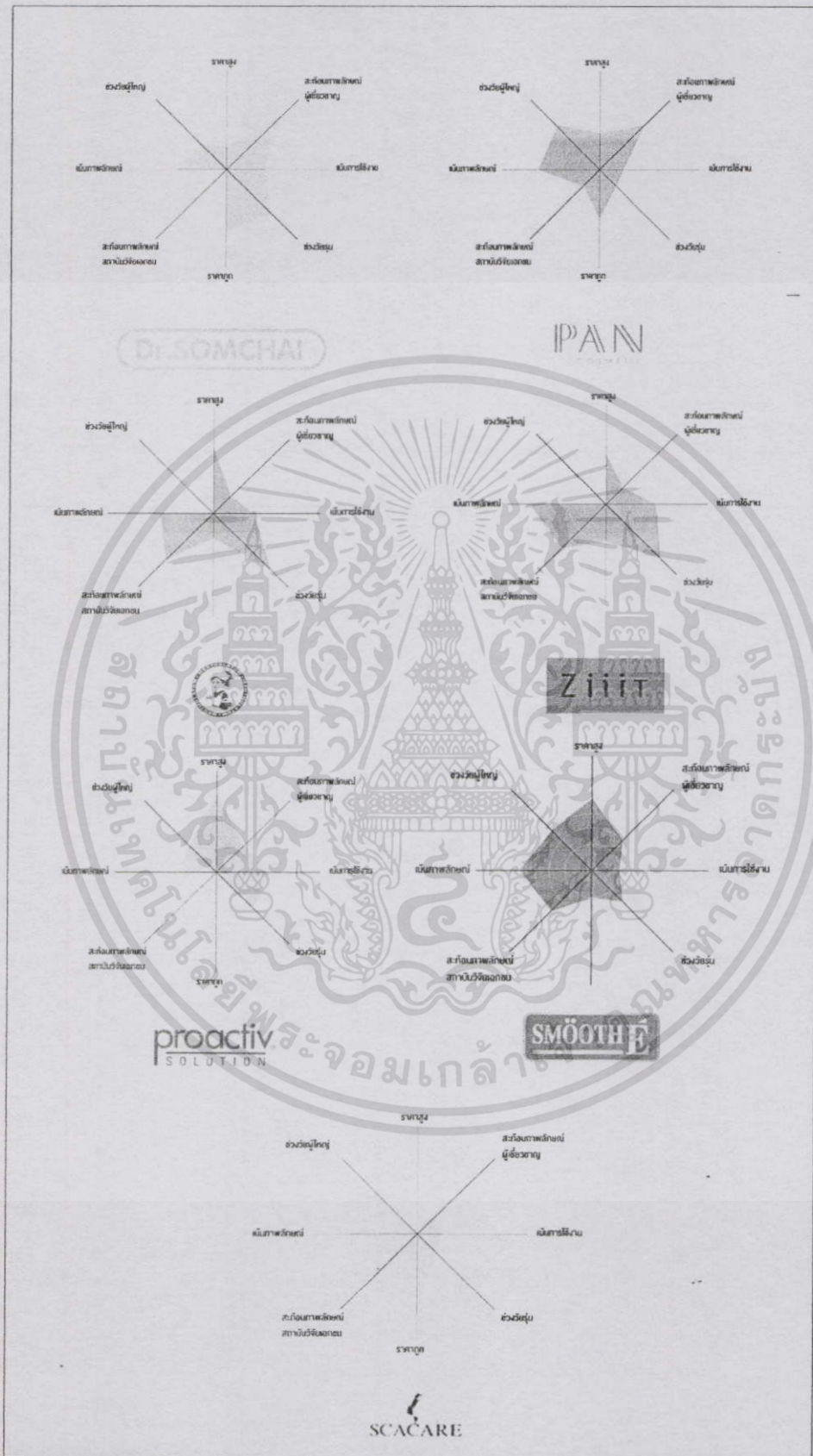
ด้านลักษณะกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ พบว่าตราสินค้า โปรแอคทีฟ โซลูชั่น สมูทตี้ ชิทอะเวย์ และคร. สมชาย จะใช้การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบของการใช้ตัวอักษรในโทนสีเดียว ในขณะที่เมน โทลาทัมและแพนคลินิก ออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบของการใช้ตัวอักษรผสมภาพเล็กน้อย โทนสีมากกว่าสามสีขึ้นไป ดังแผนภูมिนี้

### Graphic on Package



ภาพที่ 2.10 แสดงแผนภูมิเปรียบเทียบลักษณะกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทางการตลาด

วิเคราะห์ตำแหน่งทางการตลาดของกลุ่มเพื่อหาช่องว่างทางการตลาด เมื่อวิเคราะห์สรุปข้อมูลของตราสินค้าคู่แข่งเรียบร้อยแล้ว เราจึงต้องหาช่องว่างเพื่อกำหนดตำแหน่งทางการตลาด จุดขาย และเอกลักษณ์ในการพัฒนาตราสินค้าใหม่ จึงมีปัจจัยพิจารณา คือ ด้านราคาขาย กลุ่มเป้าหมาย การสะท้อนภาพลักษณ์องค์กร การมุ่งเน้นการใช้งานหรือมุ่งเน้นสะท้อนภาพลักษณ์เพียงอย่างเดียว



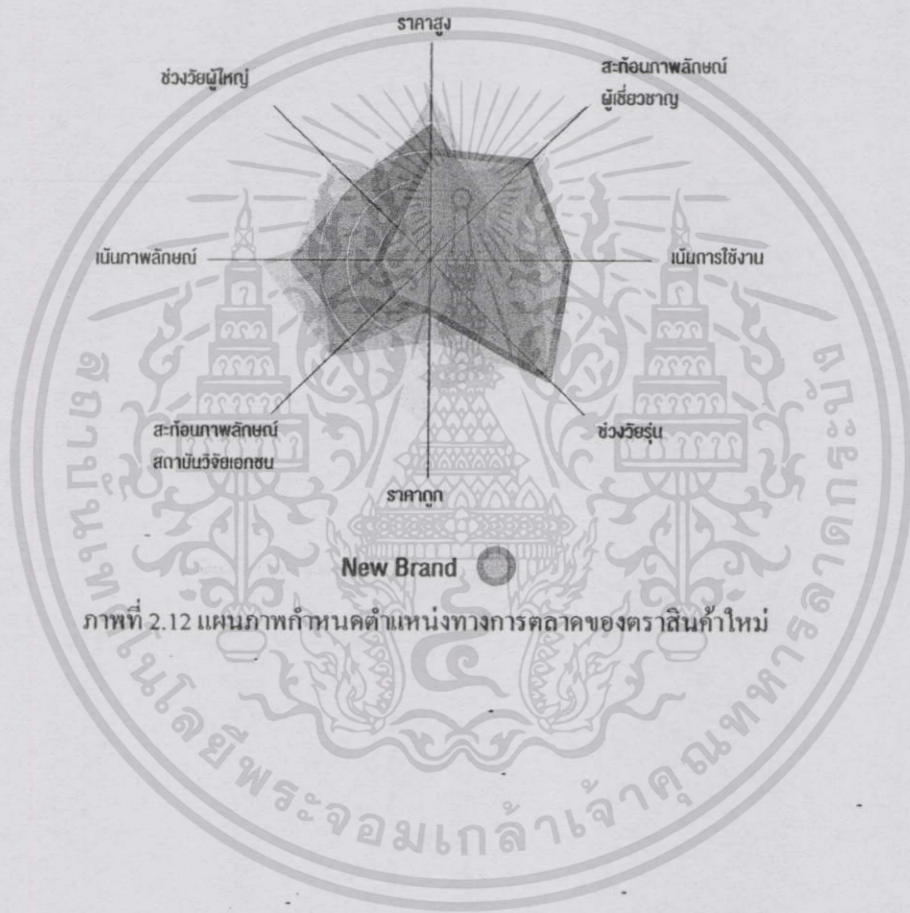
ภาพที่ 2.11 แผนภูมิแสดงวิเคราะห์ตำแหน่งทางการตลาดของกลุ่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 48 และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.3 สรุปภาพลักษณ์ใหม่ของตราสินค้า

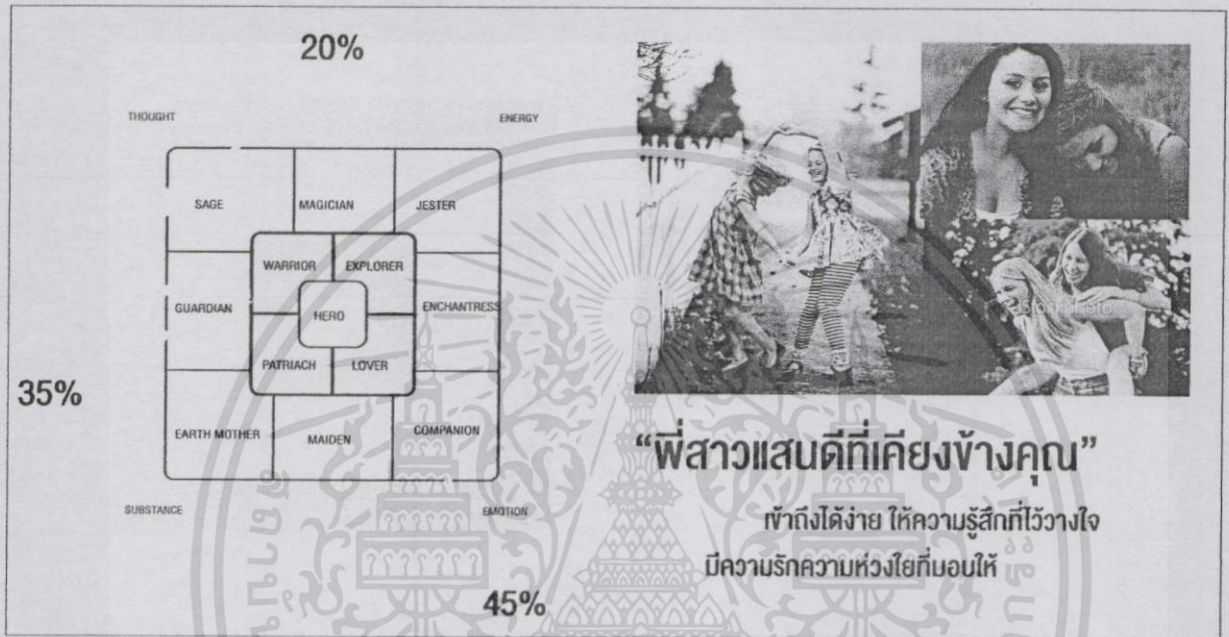
### 2.3.1 ตำแหน่งทางการตลาดของตราสินค้า

เมื่อวิเคราะห์ตำแหน่งทางการตลาดจาก โครงสร้างตราสินค้าของกลุ่มทางการตลาดแล้ว จะมองเห็นถึงช่องว่างทางการตลาดที่เกิดขึ้น จึงสามารถกำหนดตำแหน่งทางการตลาดให้กับตราสินค้าใหม่ โดยอ้างอิงจากช่องว่างทางการตลาดและวัตถุประสงค์ของการเกิดตราสินค้าใหม่ที่มุ่งเน้นการใช้งานอย่างถูกวิธีพร้อมกับสะท้อนภาพลักษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางการแพทย์ผิวหนัง โดยยังสามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายอย่างวัยรุ่นได้ ดังแผนภูมิต่างนี้



### 2.3.2 ลักษณะทางบุคลิกภาพของตราสินค้าใหม่ (Archetype Brand Myth)

หลังจากวางตำแหน่งทางการตลาดใหม่แล้วนั้น จึงนำข้อมูลจากแบบสำรวจกลุ่มเป้าหมาย มาวิเคราะห์หาความต้องการลักษณะบุคลิกภาพของตราสินค้าที่ให้กลุ่มเป้าหมายให้ความไว้วางใจเลือกซื้อ จึงออกแบบมาเป็นตราสินค้าที่ให้ความรู้สึกเหมือนคนในครอบครัวแนะนำให้ใช้เพื่อให้รู้สึกถึงความใกล้ชิดที่มากขึ้น อ่อนโยนขึ้น แต่ยังคงความรู้สึกที่น่าเชื่อถือ โดยมีส่วนผสมของลักษณะตัวตนของแบรนด์ดังนี้



ภาพที่ 2.13 แผนภาพแสดงลักษณะบุคลิกภาพของตราสินค้ายี่ห้อใหม่

#### 1) ส่วนผสมของแบรนด์ลักษณะเพื่อนสนิท (Companion) 45%

จากข้อมูลสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายหลัก พบว่า 33% มีความไว้วางใจในภาพลักษณ์ที่ดูน่าเชื่อถือแต่ภาพลักษณ์ของยี่ห้อสาวไม่ควรมีคูเป็นทางการแพथ์จริงจังเกินไป ทำให้ยี่ห้อควรต้องวางบุคลิกภาพให้เปรียบเป็นที่สาวที่อยู่เป็นเพื่อนเคียงข้างกับวัยรุ่นนตลอดการรักษา เพื่อให้มีลักษณะของความเป็นมิตร เชื่อเชิญให้เข้าหา และเข้าถึงง่าย และตราสินค้ายี่ห้อยี่ห้อนี้เจาะกลุ่มตลาดวัย 14-18 ปี คือช่วงวัยต่ำกว่าอุดมศึกษาหรือวัยมัธยมนั่นเอง การที่มีบุคลิกภาพเป็นที่สาวแสนดีจะรู้สึกได้ถึงความอบอุ่นเป็นกันเอง (Friendly) ทำให้เกิดความผ่อนคลาย (Relax) และสบายใจ (Comfort) มีลักษณะของความเป็นมิตร (Friendship) และให้ความช่วยเหลือสนับสนุน (Help & Support) ในเชิงกลยุทธ์ของการสื่อสารแล้ว ความเป็นแบรนด์ประเภทใกล้ชิด จะช่วยสร้างความรู้สึกไว้วางใจในสินค้าและบริการของแบรนด์ ผ่านความเชื่อมั่นอีกด้วย

2) ส่วนผสมของแบรนด์ลักษณะผู้พิทักษ์ (Guardian) 35%

เพื่อเพิ่มความหนักแน่นในเรื่องของการปกป้องคุ้มครอง แสดงถึงภาพลักษณ์ของการสนับสนุน พิถีพิถัน ใส่ใจในรายละเอียด แต่ไม่หือหาว ซึ่งนั่นคือด้าน Guardian มีความหมายว่า การปกป้อง คุ้มครอง(Protection) เป็นที่ปรึกษา (Mentoring) และมีระเบียบวินัย (Discipline) มีบุคลิกลักษณะของผู้ที่รอบคอบ (Organized) มีระบบระเบียบแบบแผน (Systematic) มีการบริหารควบคุมที่ดี(Controlled) เป็นพลังเงียบที่คอยเกื้อหนุนหรือคอยดูแลคุ้มครองอยู่เบื้องหลังเหมือนปิดทองหลังพระ ไม่โผล่ข้าง ก้าวร้าว มีความสงบนิ่ง

3) ส่วนผสมของแบรนด์ลักษณะนักปราชญ์ (Sage) 20%

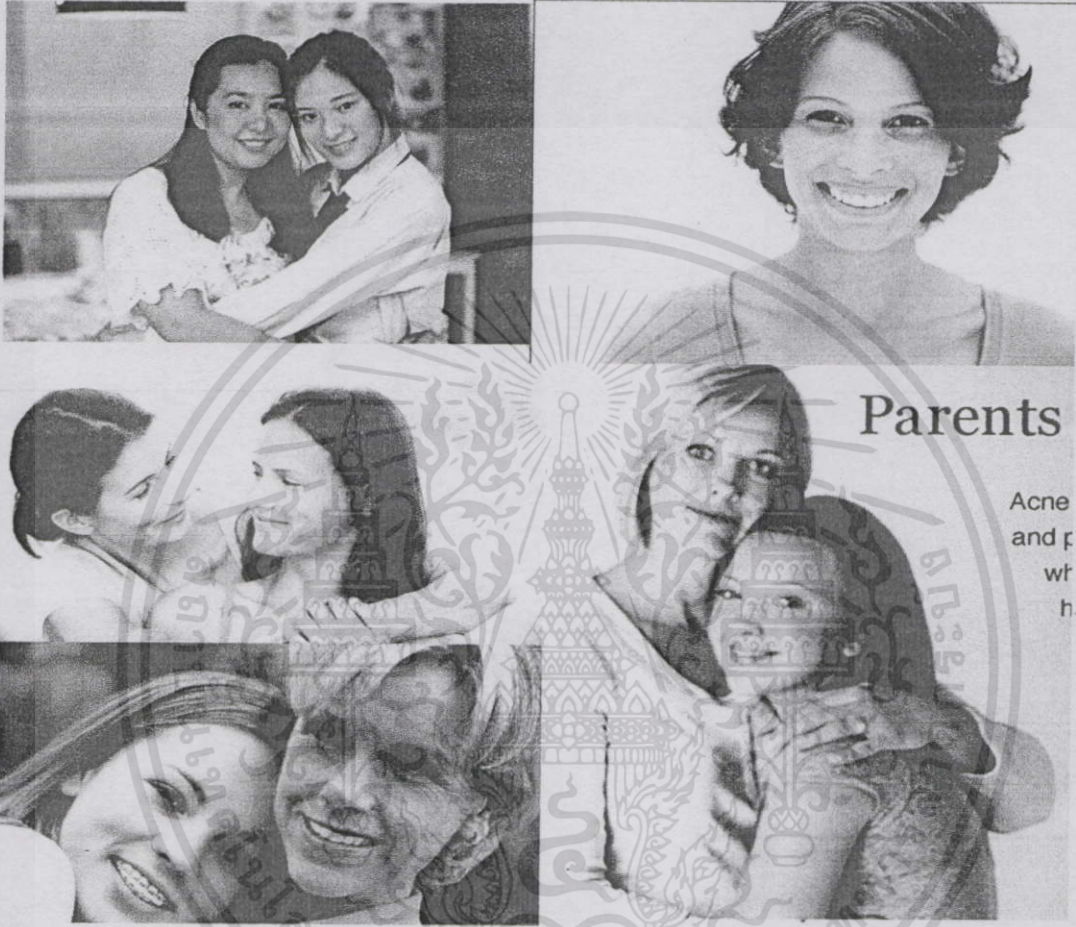
คงภาพลักษณ์ของการเป็นผู้รอบรู้ ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือในแบรนด์ ความสุขุม นุ่มลึก การตัดสินใจที่รอบคอบ เปี่ยมไปด้วยสติปัญญาและความคิดอันลึกซึ้ง ให้ความรอบรู้เป็นเครื่องนำทางชีวิต ใ้ประสบการณ์มาเป็นบทเรียน

## 2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย

เนื่องจากยิตววรรณคลินิกมีนโยบายที่จะขยายโอกาสทางการค้า โดยยกเอาผลิตภัณฑ์ดูแลผิวที่ทางคลินิกผลิตเองและขายเพียงหน้าคลินิกออกจำหน่ายสู่ตลาดใหญ่ภายในประเทศ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องวางกลุ่มเป้าหมายใหม่ จากการสำรวจพบว่าเคยยิตววรรณคลินิกมีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้หญิงวัยทำงานถึง 70% ทางคลินิกจึงจะจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ภายใต้ตราสินค้า ยิตววรรณคลินิก ให้มุ่งเน้นเจาะกลุ่มตลาดที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างกลุ่มตลาดวัยรุ่นเพื่อขยายฐานไปยังกลุ่มเป้าหมายใหม่ ซึ่งเป็นช่วงวัยที่เริ่มให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์และเริ่มมีอาการการเป็นสิ่วมากที่สุด แต่ไม่มีกำลังทรัพย์มากพอที่จะจ่ายเงินค่ารักษาตามโรงพยาบาลหรือคลินิก



กลุ่มเป้าหมายรองมาจากกลุ่มผู้ปกครองมีอิทธิพลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป้าหมายหลักอย่างวัยรุ่น และกลุ่มผู้ปกครองที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยารักษาผิวให้วัยรุ่นไปใช้  
กลุ่มเป้าหมายรอง



ภาพที่ 2.15 ภาพแสดงลักษณะทางกายภาพของกลุ่มเป้าหมายรอง

**ลักษณะทางกายภาพ(Demographic)**

กลุ่มเป้าหมายรอง : ผู้ปกครองของวัยรุ่นช่วงวัย 14-18ปีที่กำลังมีปัญหารีงสูว อายุ 35-60 ปี

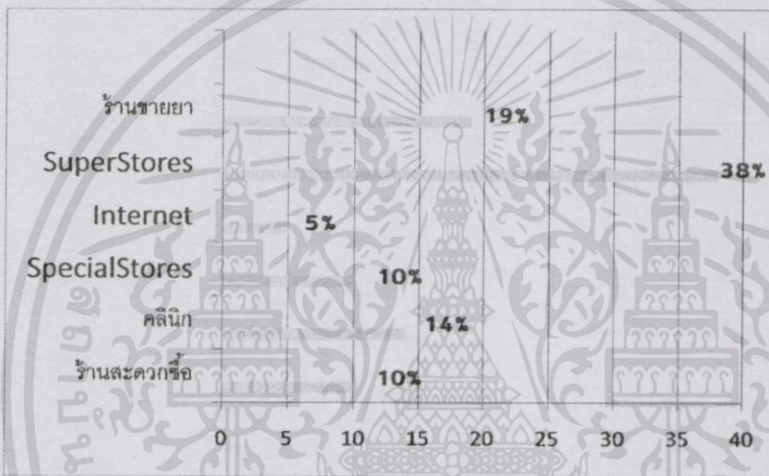
ลักษณะการใช้งาน : เป็นผู้ที่คำปรึกษาคุณแลบุตรที่กำลังประสบปัญหาในการเป็นสิว ซึ่งกลุ่มเป้าหมายรองจะมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อยารักษาสิวของวัยรุ่น

**ลักษณะทางจิตวิทยาของกลุ่มเป้าหมาย (Psychographic)**

มีประสบการณ์ชีวิต รอบคอบ พิถีพิถัน คัดเลือกแต่สิ่งดีๆ ให้แก่บุตรหลาน ซึ่งทุกอย่างต้องเป็นสิ่งที่ดีที่สุดมีคุณภาพที่สุดวางใจได้และเชื่อถือได้ เชื่อมมั่น ในกฎเกณฑ์ หนักแน่น มั่นคง

2.4.2 ศึกษาพฤติกรรม ความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันจากแบบสอบถาม ศึกษาพฤติกรรม และความต้องการที่เกิดขึ้นจริงสำหรับตลาดของผลิตภัณฑ์ยารักษาสิว โดยทำแบบสอบถามจำนวน 50 ชุด และนำแบบสอบถามที่ได้มาเทียบกับข้อมูลที่มีอยู่ว่ามีความสอดคล้องกันและมีปัญหาใดบ้างที่ผู้บริโภค ประสบอยู่ จากผลสำรวจ ได้ข้อมูลมาโดยเทียบกับอัตราส่วน 100 คิดเป็นเปอร์เซ็นต์มากน้อยดังนี้

- กลุ่มเป้าหมายหลัก ทำการสำรวจพฤติกรรมในการเลือกซื้อยารักษาสิวของกลุ่มเป้าหมาย หลักว่าซื้อที่ใดบ้าง โดยสามารถแบ่งช่องทางการเลือกซื้อของกลุ่มเป้าหมายได้เป็น 6 ช่องทาง คือ ร้านขาย ยา ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ อินเทอร์เน็ต ร้านขายปลีก คลินิกผิวหนัง และร้านสะดวกซื้อ พบว่ากลุ่มเป้าหมาย มีพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตามสถานที่ต่างๆดังนี้

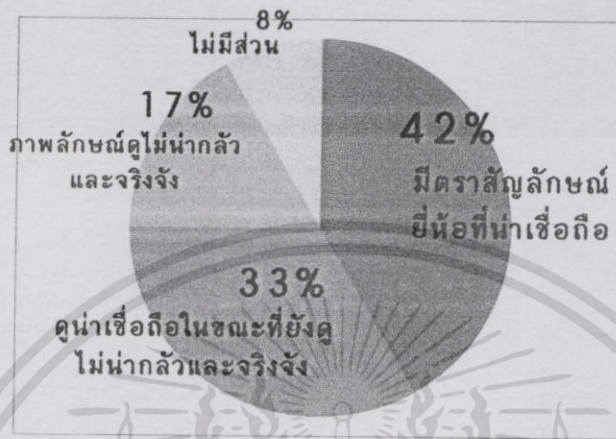


ภาพที่ 2.16 แผนภูมิแสดงสถานที่ในการเลือกซื้อเวชสำอาง/ยารักษาสิวของกลุ่มเป้าหมายหลัก

ที่มา : บริษัท มาร์เก็ตอินโฟ แอนด์ คอมมิวนิเคชั่น จำกัด

จากแผนภูมิสามารถสรุปได้ว่ากลุ่มเป้าหมายหลักมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อยารักษาสิวที่ ห้างสรรพสินค้า เป็นอันดับหนึ่ง เนื่องจากเป็นสถานที่ที่กลุ่มเป้าหมายหลักมีความสะดวกในการเลือกซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของทางคลินิกที่จะนำผลิตภัณฑ์ไปวางจำหน่ายบนห้างสรรพสินค้า

จากนั้นจึงทำการสำรวจถึงเกณฑ์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยารักษาสิวของกลุ่มเป้าหมายว่าใช้เกณฑ์ใดในการตัดสินใจในเรื่องของภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ จึงสามารถสรุปเกณฑ์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยารักษาสิว ดังแผนภูมिนี้



ภาพที่ 2.17 แผนภูมิแสดงเกณฑ์ในการเลือกซื้อยารักษาของกลุ่มเป้าหมายหลัก

จากการสำรวจพบว่ากลุ่มเป้าหมายหลักมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อยารักษาสิวโดยมองที่ภาพลักษณ์ที่มีความน่าเชื่อถือเป็นอันดับหนึ่ง แต่ยังมีบางส่วนที่มองว่านอกจากดูน่าเชื่อถือแล้วภาพลักษณ์ของยารักษาสิวไม่ควรเป็นเหตุเป็นทางแพทย์จริงจังเกินไป จึงสามารถสรุปเกณฑ์ในการเลือกซื้อยารักษาสิวดังแผนภูมินี้

- กลุ่มเป้าหมายรอง ทำการสำรวจความคิดเห็นมุมมองของกลุ่มผู้ปกครองที่มีต่อความสามารถของวัยรุ่นที่ใช้ยารักษาสิวด้วยตนเอง ว่ามีความไว้วางใจในบุตรให้ใช้งานยาด้วยตนเอง โดยไม่มีแพทย์คอยให้คำปรึกษาได้หรือไม่

98% ไม่เห็นด้วย

อาจใช้งานผิดวิธีเกิดผลข้างเคียงรุนแรง

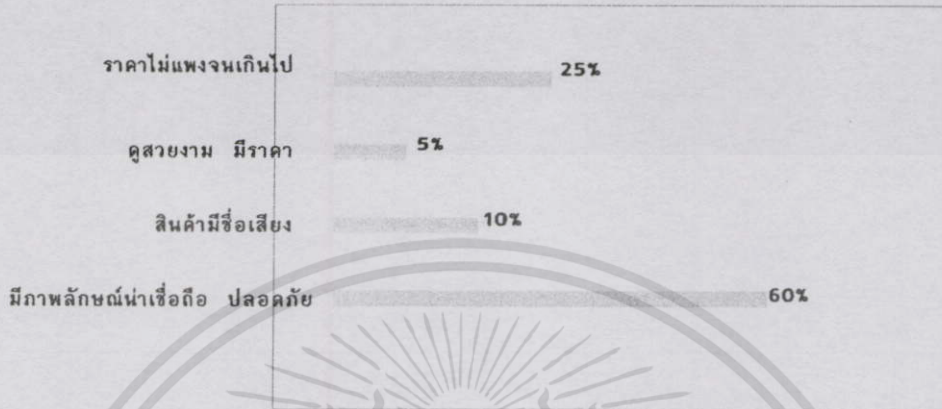
2% เห็นด้วย

ลูกโตแล้วดูแลตัวเองได้

ภาพที่ 2.18 แผนภูมิแสดงมุมมองของผู้ปกครองที่มีต่อวัยรุ่นที่ใช้ยารักษาสิวด้วยตนเอง

จากผลสำรวจพบว่ากลุ่มเป้าหมายรองหรือผู้ปกครองของกลุ่มวัยรุ่นกว่า 98% ไม่มีไว้วางใจให้วัยรุ่นใช้ยารักษาสิวด้วยตนเอง เนื่องจากผู้ปกครองจำนวนมากมองว่าวัยรุ่นยังไม่มีวุฒิภาวะมากพอที่จะตัดสินใจเลือกซื้อ หรือหาข้อมูลการใช้ยาที่ถูกต้องเหมาะสมกับอาการ และมีมุมมองว่ายารักษาสิวเป็นยาที่มีผลข้างเคียงรุนแรงหากใช้ผิดวิธี

จากนั้นจึงทำการสำรวจถึงเกณฑ์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยารักษาสิวของผู้ปกครองที่หวังจะให้วัยรุ่นเลือกซื้อว่าใช้เกณฑ์ใดในการตัดสินใจในเรื่องของภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ จึงสามารถสรุปเกณฑ์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยารักษาสิว ดังแผนภูมิต่างนี้



ภาพที่ 2.19 แผนภูมิแสดงเกณฑ์ในการเลือกซื้อยารักษาสิวของผู้ปกครองที่หวังจะให้วัยรุ่นเลือกซื้อ

จากแบบสอบถามพบว่ากลุ่มเป้าหมายหรือผู้ปกครองมีความมั่นใจในผลิตภัณฑ์ที่มีภาพลักษณ์น่าเชื่อถือ ในราคาที่พอเหมาะกับคุณภาพ มากกว่าชื่อเสียงและความสวยงาม สรุปข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถาม

จากการสัมภาษณ์พบว่า 70% ผู้ปกครองเป็นฝ่ายให้บุตรหลานวัยรุ่นของตนพิจารณาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยารักษาสิวด้วยตนเอง โดยที่ผู้ปกครองจะให้การสนับสนุนด้านค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม ซึ่งทำให้เห็นว่าแนวทางการออกแบบหรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์นั้นควรมุ่งเน้นไปที่ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายหลักที่เป็นวัยรุ่นมากกว่าการพิจารณาของผู้ปกครอง จากผลสำรวจทั้งหมดพบว่าวัยรุ่นต้องการเลือกซื้อยารักษาสิวที่มีความน่าเชื่อถือเป็นปัจจัยสำคัญที่สุด รองลงมาคือการมีภาพลักษณ์ที่ดีไม่เป็นทางการแพทย์ที่จริงจังจนเกินไป ทางเราจึงนำปัจจัยในการเลือกซื้อของวัยรุ่นสองปัจจัยหลักมาพิจารณาเป็นแนวทางในการออกแบบหาจุดเด่นสำคัญที่ทำให้วัยรุ่นตัดสินใจเลือกซื้อ เพิ่มยอดขายให้กับคลินิกโดยยังคงราคาที่เหมาะสม เนื่องจากปัจจัยทางราคายังคงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ผู้ปกครองให้ความสำคัญรองลงมาจากภาพลักษณ์ ถึงแม้ว่าจะเป็นจุดตัดสินใจของวัยรุ่นก็ตาม

-พฤติกรรมการใช้งานบรรจุภัณฑ์ยารักษาสิว จากการสำรวจในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตพฤติกรรมการใช้งานบรรจุภัณฑ์ยารักษาสิวในแต่ละตัวของผู้บริโภค

ตารางที่ 2.5 ตารางแสดงพฤติกรรมการใช้งานบรรจุภัณฑ์

1. พฤติกรรมการใช้งานบรรจุภัณฑ์ยาแต้มสิว													
ปัญหาที่พบจากการใช้งาน	<p>ปัญหาที่พบจากการใช้งาน</p> <table border="1"> <tr> <td>40%</td> <td>ขวดจับไม่ถนัด</td> </tr> <tr> <td>55%</td> <td>ฉลากอ่านไม่เข้าใจ</td> </tr> <tr> <td>55%</td> <td>ควบคุมปริมาณยาไม่ได้</td> </tr> <tr> <td>10%</td> <td>ขั้นตอนการใช้ยุ่งยาก</td> </tr> <tr> <td>80%</td> <td>เปิดปิดไม่สะดวก</td> </tr> <tr> <td>5%</td> <td>พกพาไม่ได้</td> </tr> </table>	40%	ขวดจับไม่ถนัด	55%	ฉลากอ่านไม่เข้าใจ	55%	ควบคุมปริมาณยาไม่ได้	10%	ขั้นตอนการใช้ยุ่งยาก	80%	เปิดปิดไม่สะดวก	5%	พกพาไม่ได้
40%	ขวดจับไม่ถนัด												
55%	ฉลากอ่านไม่เข้าใจ												
55%	ควบคุมปริมาณยาไม่ได้												
10%	ขั้นตอนการใช้ยุ่งยาก												
80%	เปิดปิดไม่สะดวก												
5%	พกพาไม่ได้												
ลักษณะการใช้งาน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มักใช้แต้มสิวที่มีอาการเจ็บ ทั่วๆที่ความเป็นจริงแล้ว ควรแต้มเฉพาะสิวก่อนเสบหัวหนองเท่านั้น</li> <li>- มักแต้มครั้งเดียวต่อวัน ตามหลักแล้วควรแต้มทุกๆ 6 ชั่วโมง</li> </ul>												
ลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์	เปิดฝาขวดยา > หยดยาลงบนปลายนิ้ว > นำยาที่ปลายนิ้วไปแต้มสิวลที่ระจุด > ปิดฝาขวดยา												
การเปรียบเทียบข้อพฤติกรรมการใช้งานยาแต้มสิว													
การใช้งานของผู้บริโภค													
การใช้งานที่ถูกต้อง													
2. พฤติกรรมการใช้งานบรรจุภัณฑ์ยาแต้มสิวลที่หลัง													
ปัญหาที่พบจากการใช้งาน	<p>ปัญหาที่พบจากการใช้งาน</p> <table border="1"> <tr> <td>40%</td> <td>ขวดจับไม่ถนัด</td> </tr> <tr> <td>55%</td> <td>ฉลากอ่านไม่เข้าใจ</td> </tr> <tr> <td>55%</td> <td>ควบคุมปริมาณยาไม่ได้</td> </tr> <tr> <td>10%</td> <td>ขั้นตอนการใช้ยุ่งยาก</td> </tr> <tr> <td>80%</td> <td>เปิดปิดไม่สะดวก</td> </tr> <tr> <td>5%</td> <td>พกพาไม่ได้</td> </tr> </table>	40%	ขวดจับไม่ถนัด	55%	ฉลากอ่านไม่เข้าใจ	55%	ควบคุมปริมาณยาไม่ได้	10%	ขั้นตอนการใช้ยุ่งยาก	80%	เปิดปิดไม่สะดวก	5%	พกพาไม่ได้
40%	ขวดจับไม่ถนัด												
55%	ฉลากอ่านไม่เข้าใจ												
55%	ควบคุมปริมาณยาไม่ได้												
10%	ขั้นตอนการใช้ยุ่งยาก												
80%	เปิดปิดไม่สะดวก												
5%	พกพาไม่ได้												

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะการใช้งาน	- มักใช้ยาคั่วเคียวกับขาแฉับสิวหน้า การที่ใช้นิ้วมือแฉับสิวที่ข้างหลังทำให้ไม่สะดวก หรือแฉับได้ถูกจุดนัก - ปัจจุบันมีการใช้สเปรย์ยา หรือแบบน้ำทาหลัง
ลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์	เปิดฝาขวดยา > หยดขา ลงบนปลายนิ้ว > นำยาที่ปลายนิ้วไปแฉับสิวที่หลัง > ปิดฝาขวดยา

การเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้งานยาแฉับสิวที่หลัง

การใช้งานของผู้บริโภค

การใช้งานที่ถูกต้อง

ไม่สะดวก

แฉับครั้งเดียว/วัน

แฉับทุกๆ 6 ชม.

เปลี่ยนยา+ค้อยา

3. พฤติกรรมการใช้งานบรรจุภัณฑ์แป้งน้ำ

ปัญหาที่พบจากการใช้งาน	<p>ปัญหาที่พบจากการใช้งาน</p> <table border="1"> <tr> <td>20%</td> <td>ขวดจับไม่ถนัด</td> </tr> <tr> <td>20%</td> <td>ฉลากอ่านไม่เข้าใจ</td> </tr> <tr> <td>70%</td> <td>ควบคุมปริมาณยาไม่ได้</td> </tr> <tr> <td>99%</td> <td>ขั้นตอนการใช้ยุ่งยาก</td> </tr> <tr> <td>45%</td> <td>เปิดปิดไม่สะดวก</td> </tr> <tr> <td>60%</td> <td>พกพาไม่ได้</td> </tr> </table>	20%	ขวดจับไม่ถนัด	20%	ฉลากอ่านไม่เข้าใจ	70%	ควบคุมปริมาณยาไม่ได้	99%	ขั้นตอนการใช้ยุ่งยาก	45%	เปิดปิดไม่สะดวก	60%	พกพาไม่ได้
20%	ขวดจับไม่ถนัด												
20%	ฉลากอ่านไม่เข้าใจ												
70%	ควบคุมปริมาณยาไม่ได้												
99%	ขั้นตอนการใช้ยุ่งยาก												
45%	เปิดปิดไม่สะดวก												
60%	พกพาไม่ได้												

ลักษณะการใช้งาน	- ยางจะแยกเป็นสองชั้น ระหว่างแป้งกับน้ำ ก่อนการใช้งานควรเขย่าให้เข้ากัน - มักทำหกเลอะเทอะขณะทาเพราะยาแป้งน้ำเหลวเหมือนน้ำทำให้ทาได้ยากกว่าครีม
-----------------	---

ลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์	เขย่าขวดยาให้เข้ากัน > เปิดฝา > เทยา ลงบนมือข้างซ้าย > ปิดฝา > ใช้มือขวาจุ่มยา > เกลี่ยาบนใบหน้าบริเวณที่มีสิวน
---------------------------	---

## การเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้งานยาแป้งน้ำ

การใช้งาน  
ของผู้บริโภค

ลิ้มเซย่า



การใช้งาน  
ที่ถูกต้อง

เซย่า



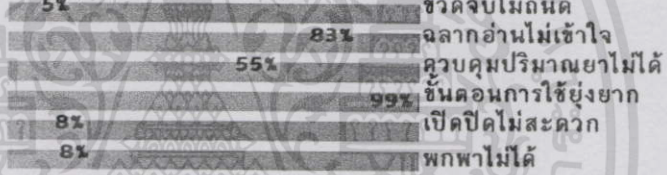
แป้งสะสมปากขาด

หกเลอะเทอะ

### 4. พฤติกรรมการใช้งานบรรจุภัณฑ์ยาทาผิวเสียน

ปัญหาที่พบจากการใช้งาน

ปัญหาที่พบจากการใช้งาน



ลักษณะการใช้งาน

- มักใช้งานโดยที่ไม่รู้ว่าควรใช้ในปริมาณเท่าใดทำให้ประสิทธิภาพในการลอกผิวไม่เต็มที่

ลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์

เปิดฝาคล้อยยา>ควักเนื้อยาออกจากถาด>ใช้นิ้วเกลี่ยยาตรงบริเวณที่มีผิวเสียน>ปิดฝาคล้อยยา>รอยาแห้ง 15-20 นาที>ลอกยาออกจากผิว

### การเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้งานยาทาผิวเสียน

การใช้งาน  
ของผู้บริโภค

กะปริมาณ  
ไม่ได้



ทิ้งไว้  
15-20 นาที

ลอกผิวไม่ได้  
เปลือยยา

ใช้นิ้วทา

ลอกผิวได้

การใช้งาน  
ที่ถูกต้อง

ทาไว้  
5-10 นาที



5. พฤติกรรมการใช้งานบรรจุภัณฑ์ยาทา ก่อนล้างหน้า													
ปัญหาที่พบจากการใช้งาน	<p>ปัญหาที่พบจากการใช้งาน</p> <table border="1"> <tr><td>55%</td><td>ขวดจับไม่ถนัด</td></tr> <tr><td>20%</td><td>ฉลากอ่านไม่เข้าใจ</td></tr> <tr><td>96%</td><td>ควบคุมปริมาณยาไม่ได้</td></tr> <tr><td>83%</td><td>ขั้นตอนการใช้ยุ่งยาก</td></tr> <tr><td>45%</td><td>เปิดปิดไม่สะดวก</td></tr> <tr><td></td><td>พกพาไม่ได้</td></tr> </table>	55%	ขวดจับไม่ถนัด	20%	ฉลากอ่านไม่เข้าใจ	96%	ควบคุมปริมาณยาไม่ได้	83%	ขั้นตอนการใช้ยุ่งยาก	45%	เปิดปิดไม่สะดวก		พกพาไม่ได้
55%	ขวดจับไม่ถนัด												
20%	ฉลากอ่านไม่เข้าใจ												
96%	ควบคุมปริมาณยาไม่ได้												
83%	ขั้นตอนการใช้ยุ่งยาก												
45%	เปิดปิดไม่สะดวก												
	พกพาไม่ได้												
ลักษณะการใช้งาน	- ผู้บริโภคมักทายาทั่วหน้า โดยที่ไม่รู้ว่าควรเว้นบริเวณที่เป็นสิวอักเสบ - หลายคนทายาทิ้งไว้นานเกิน 10 นาที												
ลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์	เปิดฝาขวดยา>ยาลงบนมือ>ทายาทั่วหน้า>ทิ้งยาไว้ 5-10 นาที> ล้างหน้าเอา ยาออก												

การเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้งานยาทา ก่อนล้างหน้า

**การใช้งาน  
ของผู้บริโภค**

โดน O2  
ยาเสื่อม

ทายาทั่ว  
หน้า

ทิ้งไว้  
15-20 นาที

ออกไปเจอแดด

**การใช้งาน  
ที่ถูกต้อง**

เว้น O2  
ยาเสื่อม

เว้นผิว  
อักเสบ

ทาไว้ 5-  
10 นาที

6. พฤติกรรมการใช้งานบรรจุภัณฑ์ยาลบรอยดำ													
ปัญหาที่พบจากการใช้งาน	<p>ปัญหาที่พบจากการใช้งาน</p> <table border="1"> <tr><td>3%</td><td>ขวดจับไม่ถนัด</td></tr> <tr><td>55%</td><td>ฉลากอ่านไม่เข้าใจ</td></tr> <tr><td>55%</td><td>ควบคุมปริมาณยาไม่ได้</td></tr> <tr><td>99%</td><td>ขั้นตอนการใช้ยุ่งยาก</td></tr> <tr><td>8%</td><td>เปิดปิดไม่สะดวก</td></tr> <tr><td></td><td>พกพาไม่ได้</td></tr> </table>	3%	ขวดจับไม่ถนัด	55%	ฉลากอ่านไม่เข้าใจ	55%	ควบคุมปริมาณยาไม่ได้	99%	ขั้นตอนการใช้ยุ่งยาก	8%	เปิดปิดไม่สะดวก		พกพาไม่ได้
3%	ขวดจับไม่ถนัด												
55%	ฉลากอ่านไม่เข้าใจ												
55%	ควบคุมปริมาณยาไม่ได้												
99%	ขั้นตอนการใช้ยุ่งยาก												
8%	เปิดปิดไม่สะดวก												
	พกพาไม่ได้												
ลักษณะการใช้งาน	- ผู้บริโภคหลายคนไม่ทราบว่าควรนวดเบาๆระหว่างแต้มยาลงบนรอยดำ เพื่อให้ยาที่มีเนื้อหนืดค่อยๆซึมเข้าไปในผิว												
ลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์	เปิดฝาดลับยา>ควักเนื้อยาออกมาจากคลับ>นำยาที่ปลายนิ้วไปแต้มรอยดำที่ สะเก็ด>กดเบาๆที่รอยดำจนกว่าเนื้อยาซึมหาย>ปิดฝาดลับยา												

การเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้งานยาลบรอยดำ

การใช้งาน  
ของผู้บริโภค

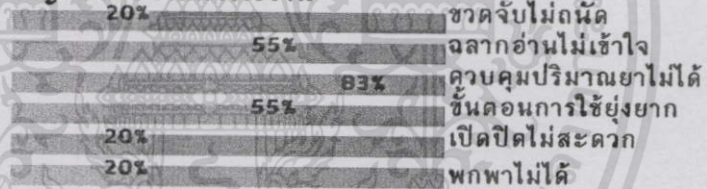


การใช้งาน  
ที่ถูกต้อง

7. พฤติกรรมการใช้งานบรรจุภัณฑ์กรณีผลไม่

ปัญหาที่พบจากการใช้งาน

ปัญหาที่พบจากการใช้งาน



ลักษณะการใช้งาน

- เนื่องจากตัวยามีปฏิริยาที่ค่อนข้างรุนแรงจึงมีความจำเป็นที่จะต้องใช้ในปริมาณที่กำหนดในแต่ละครั้ง แต่ผู้บริโภคมักไม่ทราบหรือไม่ปฏิบัติตามทำให้ใช้ยาเกินขนาด จนเกิดผลข้างเคียง
- มักทายาทั่วหน้า โดยที่ไม่ทราบว่าควรเว้นบริเวณที่เป็นสิิวอักเสบ
- ผู้บริโภคหลายคนไม่หลีกเลี่ยงการออกแดดขณะมียาอยู่บนหน้าทำให้เกิดผลข้างเคียงรุนแรง

ลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์

เปิดฝาขวดยา>บีบยาลงบนมือปริมาณขนาดเท่าเหรียญบาท>>ปิดฝาขวดยา  
>ทายาทั่วหน้า

การเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้งานกรดผลไม้มั



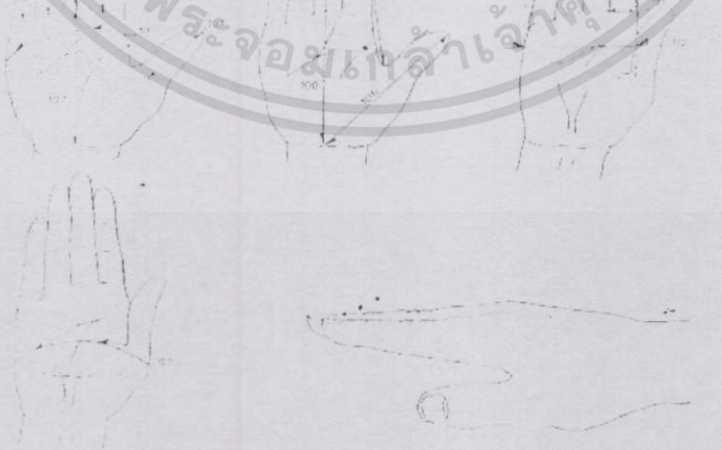
8. พฤติกรรมการใช้งานบรรจุภัณฑ์วิตามินเอทาหน้า

<p>ปัญหาที่พบจากการใช้งาน</p>	<p>ปัญหาที่พบจากการใช้งาน</p> <table border="1"> <tr> <td>5%</td> <td>ขวดจับไม่ถนัด</td> </tr> <tr> <td>83%</td> <td>จลกลอ่านไม่เข้าใจ</td> </tr> <tr> <td>99%</td> <td>ควบคุมปริมาณยาไม่ได้</td> </tr> <tr> <td>83%</td> <td>ขั้นตอนการใช้ยุ่งยาก</td> </tr> <tr> <td>55%</td> <td>เปิดปิดไม่สะดวก</td> </tr> <tr> <td>20%</td> <td>พกพาไม่ได้</td> </tr> </table>	5%	ขวดจับไม่ถนัด	83%	จลกลอ่านไม่เข้าใจ	99%	ควบคุมปริมาณยาไม่ได้	83%	ขั้นตอนการใช้ยุ่งยาก	55%	เปิดปิดไม่สะดวก	20%	พกพาไม่ได้
5%	ขวดจับไม่ถนัด												
83%	จลกลอ่านไม่เข้าใจ												
99%	ควบคุมปริมาณยาไม่ได้												
83%	ขั้นตอนการใช้ยุ่งยาก												
55%	เปิดปิดไม่สะดวก												
20%	พกพาไม่ได้												
<p>ลักษณะการใช้งาน</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เนื่องจากตัวยามีปฏิริยาที่รุนแรงจึงมีความจำเป็นที่จะต้องใช้ในปริมาณที่กำจัดในแต่ละครั้ง แต่ผู้บริโภคมักไม่ปฏิบัติตามทำให้ใช้ยาเกินขนาด จนเกิดผลข้างเคียงที่ตามรุนแรง</li> <li>- มักทายาทั่วหน้าโดยที่ไม่ทราบว่าควรเว้นบริเวณที่เป็นสิวอักเสบ</li> <li>- ผู้บริโภคหลายคนไม่หลีกเลี่ยงการออกแดดขณะมียาอยู่บนหน้าทำให้เกิดผลข้างเคียงรุนแรง</li> </ul>												
<p>ลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์</p>	<p>เปิดฝาขวดยา&gt;บีบยาลงบนมือปริมาณขนาดเท่าเม็ดถั่วเขียว&gt;ปิดฝาขวดยา &gt;ทายาทั่วหน้า</p>												

การเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้งานวิตามินเอทาหน้า



2.4.3 การใช้งานบรรจุภัณฑ์ของวัยรุ่นที่เกี่ยวข้องกับการยศาสตร์ เนื่องจากผู้ใช้ผลิตภัณฑ์เป็นบุคคลในช่วงวัย 14-18 ปี หรือที่เรียกกันว่าวัยรุ่น ดังนั้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ก็ควรมีขนาดที่สัมพันธ์กับลักษณะทางกายภาพของช่วงวัย โดยส่วนที่มีความสัมพันธ์กับบรรจุภัณฑ์ ก็คือสัดส่วนของฝ่ามือที่ใช้ในการหยิบจับถือ หรือหยิบยกเพื่อใช้งาน



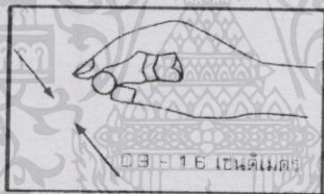
ภาพที่ 2.20 ขนาดสัดส่วนมือของวัยรุ่น

ที่มา : รายงานการสำรวจและวิจัย ขนาดโครงสร้างร่างกายคนไทย

ตารางที่ 2.6 ตารางแสดงขนาดสัดส่วนค่าเฉลี่ยมือของคนไทยช่วง 13 – 18 ปี

ช่วงอายุ	ค่าเฉลี่ยของสัดส่วนร่างกาย					
	13 ปี	14 ปี	15 ปี	16 ปี	17 ปี	18 ปี
ความยาวรอบมือ	23.5	24.1	24.7	24.8	25.4	25.4
ความยาวรอบฝ่ามือ	19.3	19.6	20.1	20.1	18.0	18.0
ความขานิ้วหัวแม่มือ	6.4	6.6	6.6	6.7	7.1	7.1
ความขานิ้วชี้	7.1	7.3	7.4	7.5	8.0	8.0
ความขานิ้วกลาง	8.0	8.2	8.3	8.4	8.6	8.6
ความขานิ้วนาง	7.3	7.5	7.6	7.6	7.8	7.8
ความขานิ้วก้อย	5.8	5.9	6.0	6.0	6.3	6.3
ความยาวฝ่ามือ	18.4	18.9	19.1	19.3	19.5	19.5
ความกว้างฝ่ามือ	7.4	7.6	7.9	7.8	8.0	8.0

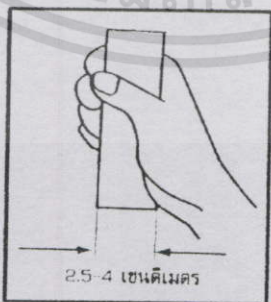
- ลักษณะการจับโดยใช้นิ้วหัวแม่มือในการจับ ขนาดที่จับเส้นผ่านศูนย์กลางประมาณ 0.9 -1.6 เซนติเมตร สูงประมาณ 1-2 เซนติเมตร



ภาพที่ 2.21 แสดงลักษณะการจับโดยใช้นิ้วชี้กับนิ้วหัวแม่มือในการจับ

ที่มา : เพิ่มภาพส่วนบุคคล จาดี กิริติพันธุ์ พ.ศ.2550 ปรับปรุงมาจาก หนังสือมนุษยมิติ

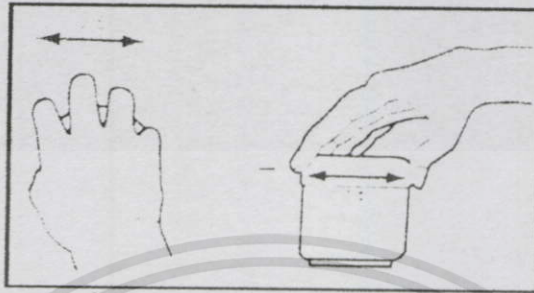
- ลักษณะการจับทั้งอุ้งมือ ขนาดที่จับมีเส้นผ่านศูนย์กลางหรือความกว้างประมาณ 4.4 เซนติเมตร



ภาพที่ 2.22 แสดงลักษณะการจับทั้งอุ้งมือ

ที่มา : เพิ่มภาพส่วนบุคคล จาดี กิริติพันธุ์ พ.ศ.2550 ปรับปรุงมาจาก หนังสือมนุษยมิติ

- ลักษณะการจับกระชับเต็มมือ ขนาดที่มือคนสามารถจับกระชับได้เต็มมือมีเส้นผ่านศูนย์กลางประมาณ 7.5 เซนติเมตร ส่วนการจับโดยใช้นิ้วมือขนาดที่จับกระชับ มีขนาดประมาณ 14 เซนติเมตร



ภาพที่ 2.23 แสดงลักษณะการจับกระชับเต็มมือ

ที่มา : เพิ่มภาพส่วนบุคคล จาก คีรีติพันธุ์ พ.ศ.2550 ปรับปรุงมาจาก หนังสือมนุษยมิติ

## 2.5 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ

ยา ตามความหมายในพระราชบัญญัติยา พ.ศ.2510 หมายความว่า วัตถุที่รับรองไว้ในตำรายาที่รัฐมนตรีประกาศ วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ในการวินิจฉัย บำบัด บรรเทา รักษาหรือป้องกันโรค หรือความเจ็บป่วยของมนุษย์หรือสัตว์ วัตถุที่เป็นเภสัชเคมีภัณฑ์หรือเภสัชเคมีภัณฑ์กึ่งสำเร็จรูปหรือวัตถุที่มุ่งหมายสำหรับให้เกิดผลต่อสุขภาพ โครงสร้างหรือการกระทำหน้าที่ใดๆของร่างกายมนุษย์หรือสัตว์ ในความหมายทั่วไป ยา คือ สารที่ใช้ป้องกัน บำบัดรักษา หรือตรวจวินิจฉัยโรค ซึ่งอาจจะได้มาจากการสังเคราะห์หรือจากแหล่งธรรมชาติก็ได้ ยาแต่ละชนิดต่างมีประสิทธิภาพในการรักษาโรครูปแบบต่างๆ โดยในโครงการนี้จะเลือกศึกษาเฉพาะยารักษาสิว ซึ่งมีทั้งชนิดทาภายนอกและชนิดรับประทาน สิวชนิดไม่รุนแรงหรือไม่มีการอักเสบมักจะใช้ยาทาภายนอก อาจจะใช้ชนิดหนึ่งหรือหลายชนิดร่วมกัน ซึ่งยารักษาสิวสามารถแบ่งเป็น 4 กลุ่มด้วยกันคือ

1) ยารักษาสิวชนิดผลัดผิวเซลล์ หลักการทำงานคือลดการอุดตันของสิว และทำให้สิวมิขนาดเล็กลงได้แก่ ยาทารักษาสิวกุ่มวิตามินเอ, กลุ่ม AHA และ BHA, กลุ่มอะเซลาอิกแอซิด (Azelaic Acid) และกลุ่มเบนซอยด์ (Benzoyl)

2) ยารักษาสิวชนิดฆ่าเชื้อแบคทีเรีย หลักการทำงานของยาชนิดนี้คือ ยับยั้งการเจริญเติบโตของเชื้อแบคทีเรีย ซึ่งเป็นต้นเหตุของการเกิดสิว ได้แก่ ยาทารักษาสิวกุ่มปฏิชีวนะ Clindamycin, Erythromycin, Metronidazole

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา 65 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ยารักษาสิวชนิดลดการอักเสบของผิวและบวมแดงของผิว ได้แก่ จำพวกยารักษาสิवरุนแรงกลุ่ม สเตียรอยด์ (Steroid) ซึ่งการใช้ควรใช้แค่พอรักษาหายแล้วหยุดทันทีเพราะหากใช้นานเกินไปก็อาจเกิดผลข้างเคียงต่อผิวได้

4. ยารักษาสิวลุ่มอื่นๆ ได้แก่ กลุ่ม Resorcinol, Licorice Extract PU40, Vitamin B3, Zinc Sulfate, Zinc Oxide หรือสารจากธรรมชาติ ซึ่งมีคุณสมบัติช่วยให้หัวสิวแห้ง และลดรอยแดงของผิว

ตัวยาที่นิยมใส่ในยารักษาสิวมตามท้องตลาดทั่วไป ส่วนมากจะนิยมกันแค่ตัวยาสองกลุ่มแรก คือ กลุ่มยารักษาสิวลดผลัดผิว และยารักษาสิวลดหน้าเชื้อแบคทีเรีย ยาที่ใช้รักษามีดังนี้

**Benzoyl peroxide** มีฤทธิ์ต้านเชื้อแบคทีเรีย P.acne และลดปริมาณกรดไขมันอิสระ และยังช่วยลดขนาดและจำนวนต่อมไขมัน (Comedones) ช่วยผลัดเซลล์ผิว ลดอาการอักเสบของผิว และลดการอุดตันรูขุมขน ยา นี้จะมีระคายเคืองต่อผิวหนังจะทำให้ผิวหนังลอกหลุดเร็วขึ้น ทำให้ปริมาณหัวสิวลดลง ในระยะแรกของการใช้ยาอาจจะทำให้ผิวหนังแดงอักเสบจึงควรจะเริ่มใช้ยาในขนาดความเข้มข้นต่ำๆ ทาระยะเวลาสั้น เช่น 5-10 นาที แล้วล้างออก เมื่อผิวหนังทนต่อยาจึงเพิ่มความเข้มข้น และทาไว้นานขึ้นจนไม่ต้องล้างออก ทาวันละ 2 ครั้งเมื่อทาตามบริเวณลำตัวอาจจะทำให้สีเสื่อจางลง

**salicylic acid** กรดนี้จะช่วยละลายขุยทำให้สิ่งสกปรกหลุดออก แต่จะไม่ช่วยในการลดการสร้างไขมัน ยา นี้จะต้องใช้อย่างต่อเนื่องเมื่อหยุดยาก็จะกลับเป็นใหม่ เป็นยาที่ใช้กันมาตั้งแต่แรกเริ่ม โดยมากต้องผสมกับสารชนิดอื่น เช่น alcohol, salicylic acid, resorcinol ยาชนิดนี้มีกลิ่นไม่พึงประสงค์ แต่ยาทาส่วนใหญ่ก็มีตัวยานี้ผสม

**Retinoic Acid หรือ Tretrinoin** เป็นยาที่สกัดจากวิตามินเอ ใช้เป็นยารักษาสิว มีฤทธิ์ทำให้เซลล์ชั้น Horny Layer หลุดได้ง่ายขึ้น (ช่วยเปิดหัวสิว) ทำให้ไม่เกิดการอุดตันรูขุมขน ช่วยลดริ้วรอยตื้นๆ แก้ปัญหาสิ ผิวที่ไม่สม่ำเสมอ และฟื้นฟูสภาพผิวที่เสียหายจากการถูกแสงแดดได้เล็กน้อย เป็นยาที่มีผลข้างเคียง ดังนั้นควรใช้ให้ถูกวิธีและเลือกความเข้มข้นให้เหมาะกับผิว ควรเลือกใช้วิตามินเอที่มีความเข้มข้น 0.025% ทาวันละครั้งก่อนนอน โดยทาหลังล้างหน้าแล้ว 30 นาที เนื่องจากวิตามินเอจะได้ผลดีเมื่อหน้าแห้งสนิท เท่านั้น ส่วนปริมาณการใช้ให้บิบบยาเท่าเม็ดถั่วเขียวก็พอ เพราะถ้าใช้ปริมาณมากเกินไปหรือแรงเกินไป นอกจากไม่ได้ช่วยให้เห็นผลเร็วขึ้น ยังกลับจะทำให้มีผลข้างเคียงเพิ่มขึ้นอีกด้วย หลังจากทายาบางคนอาจจะ มีผิวแดง และลอกเป็นอาการปกติของคนที่ใช้วิตามินเอแต่ถ้าใช้ไป 3-4 สัปดาห์แล้วอาการยังไม่หาย ควรเลิก ใช้ทันที ควรหลีกเลี่ยงแสงแดด และใช้ครีมกันแดดเป็นประจำ

Clindamycin ซึ่งเป็นยาปฏิชีวนะออกฤทธิ์ฆ่าเชื้อ P.acne เป็นหลัก ใช้เต็มบริเวณหัวสิวที่อักเสบ แดง หรือเป็นหนองเท่านั้น วันละ 2 ครั้ง ไม่ได้ผลละลายอุดตัน หรือสิิวหัวดำ หัวขาว ไม่ควรนำมาทาทั่วไป ทั่วหน้าเพราะนอกจากจะเปลืองยาแล้วยังชักพาให้เชื้อคืออีกด้วย ปกติแล้ว Clindamycin ไม่ทำให้เกิดการ ระบายเคือง นอกจากคนที่แพ้ตัวยานี้ Clindamycin ที่ควรหลีกเลี่ยงยาคือ

2.5.1 ประเภทของสิิว ตัวยานี้แต่ละตัวมีความเหมาะสมกับสิิวแต่ละประเภทที่แตกต่างกัน ในสิิวแต่ละประเภทก็มีความจำเป็นในการใช้ยารักษาสิิวที่หลากหลายตัวและหลากหลายขั้นตอนแตกต่างกัน



ภาพที่ 2.24 แสดงการแบ่งชนิดของสิิว  
ที่มา [Online]: <http://acnecaresite.com>

- สิิวอักเสบ (Inflammatory acne หรือ Papulopustular acne) คือการที่สิิวอุดตัน ที่ได้รับการติดเชื้อแบคทีเรียกลุ่ม Propionibacterium acne(P.acne) แล้วแบคทีเรียนี้ ปล่อยเอนไซม์ที่จะกระตุ้นให้เกิดการอักเสบ โดยมีความรุนแรงแตกต่างกัน แล้วแต่จำนวนเชื้อ และขนาดของสิิวที่อุดตัน แล้วมีการเรียกชื่อแตกต่างกัน สามารถแบ่งเป็นประเภทตามลักษณะของสิิวอักเสบดังนี้ ได้แก่ สิิวูนแดง (Papule) สิิวหัวหนอง (Pustule) สิิวหัวช้าง (acne conglobata) สิิวซีสต์ (acne cyst) สิิวตุ่มนูนหนอง(Papulopustular acne)



ภาพที่ 2.25 ภาพแสดงลักษณะสิิวอักเสบชนิดหัวเปิด และชนิดหัวปิด

ที่มา [Online]: <http://acnecaresite.com>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 67 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลข้างเคียงจากการเกิดสิวอักเสบ มักเกิดได้บ่อย ถ้าไม่รับรักษา คือ

- 1) รอยดำจากสิว
- 2) รอยแดงซ้ำ ซึ่งอยู่ได้นาน เป็นเดือนๆ
- 3) รอยหลุมจากสิว หรือ Icepick-scar

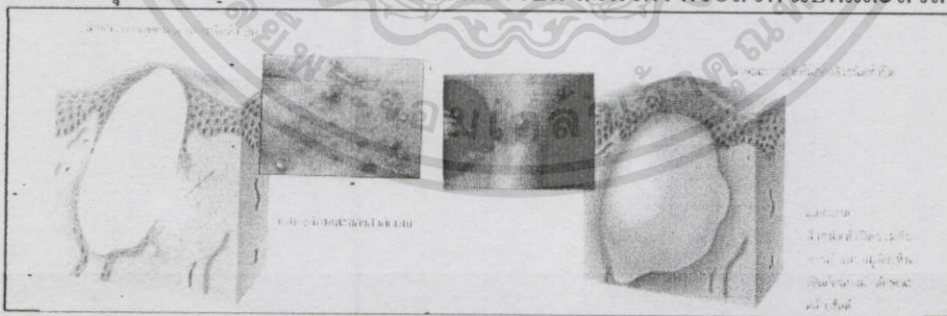
การรักษาสิวอักเสบ หลักการรักษา คือ การฆ่าเชื้อแบคทีเรีย P.acne เพื่อยับยั้งการปล่อยเอนไซม์ที่จะกระตุ้นให้เกิดการอักเสบ โดยเริ่มจากการใช้ยาตามลำดับดังนี้

1. Benzoyl peroxide เป็นตัวยาที่ลดจำนวนเชื้อแบคทีเรีย P.acne และลดการอักเสบได้ดี 50-70 % ของสิวอักเสบ ใช้ทาทั้งไว้ก่อนล้างหน้า 5-10 นาทีแล้วล้างออก เนื่องจากมีการระคายเคือง ถ้าทาทั้งไว้ อาจทำให้ผิวหนังแสบ แดง และแห้งเป็นขุยได้

2. Retinoic Acid ใช้รักษาได้ทั้งสิวอุดตัน และสิวอักเสบรุนแรงที่ไม่ตอบสนองหรือคือค้อยาแก้ อักเสบ ช่วงที่มีเม็ดอักเสบ ทาวิตามินเอ แล้วยังทำให้ดูเหมือนสิวกำเริบ เพราะไปขยายรูเปิดคอมิโคน ดูเหมือนสิวะเห่อ แต่ทำให้สิวะไหลออกมาจากชั้นผิวหนัง แล้วค่อยแต้มด้วยคลินด้าไมซิน

3. Clindamycin ใช้แต้มจุดที่อักเสบหลังจากล้างหน้าสะอาดแล้วในตอนเช้าและตอนเย็น หรือแต้ม ทุกๆ 6 ชั่วโมง มีฤทธิ์ฆ่าเชื้อแบคทีเรีย P.acne ทำให้สิวะยุบ

- สิวอุดตัน(Non-inflammatory acne หรือ Comedone) เป็นประเภทของสิวะที่พบได้บ่อย มากกว่า 70 %ของปัญหาสิวะ ซึ่งพบได้ทุกกลุ่มอายุ ทุกเพศ แต่ส่วนใหญ่จะพบในวัยรุ่น และวัยหนุ่มสาว เกิดได้บ่อย บริเวณใบหน้า ลำคอ และลำตัว(โดยเฉพาะที่หลัง) ซึ่งเป็นตำแหน่งที่มีต่อมไขมัน Sebaceous gland จำนวน มาก ประเภทของสิวะอุดตัน แบ่งเป็น สิวหัวขาว หรือสิวะหัวปิด สิวหัวดำ หรือสิวะหัวเปิดและสิวะเสียดียรอยด์



ภาพที่ 2.23 ภาพแสดงลักษณะสิวะอุดตันชนิดหัวเปิด และชนิดหัวปิด

ที่มา [Online]: <http://acnecaresite.com>

ผลข้างเคียงจากการเกิดสิวะอุดตัน มักเกิดจากการพยายามแกะ และ บีบเพื่อให้สิวะอุดตันหลุด และ ขาดความชำนาญในการกดสิวะ มักพบได้บ่อยคือ รอยดำจากสิวะ รอยหลุมจากสิวะ หรือ Icepick-scar สิวอุดตัน เกิดมากขึ้น เนื่องจากการกดหรือบีบ แล้วทำให้ท่อไขมันบริเวณข้างเคียงเกิดอุดตัน จากการบาดเจ็บ(trauma)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา 68 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การรักษาสิวอุดตัน เกิดจากสาเหตุหลักจากความมันบนใบหน้า หลักการรักษาจึงเป็นการกำจัดความมันบนใบหน้า จึงมีการใช้ร่วมกันทั้งตัวยาและครีมกันแดดที่มี SPF ไม่เกิน 15 เพราะถ้าครีมกันแดดที่มีค่า SPF สูงกว่า 15 ทำให้เนื้อครีมมีความหนาและหนักเมื่อทาแล้วจึงเกิดความมันบนใบหน้าอันเป็นสาเหตุของสิวอุดตันได้ง่าย การรักษาด้วยยาจึงเป็นการทำให้สิวอุดตันหัวเปิดออกมาเพื่อให้เป็นสิวกักเสบ

1. Benzoyl peroxide ทาทั้งไว้ก่อนล้างหน้า 5-10 นาทีแล้วล้างออก ใช้ฆ่าเชื้อโรค โดยทาแล้วมันจะปลดปล่อยออกซิเจนออกมา ซึ่ง P.acne ที่ไม่ชอบ O<sub>2</sub> พอถูกออกซิเดชั่น จึงทำให้เชื้อโรคตายได้
2. Retinoic Acid ช่วยขยายรูเปิดคอมิโคน ทำให้สิวลไหลออกมาจากชั้นผิวหนัง จากนั้นจึงแต้มด้วยยาแต้มสิวลินค้ำไมซิน

- สิวผด (Acne Estivalis) จัดเป็นสิวประเภทหนึ่ง ที่พบได้บ่อยๆ มีลักษณะคล้ายผดผื่นเล็กๆและแหลม โดยพบว่า มักจะดูเรียบหรือดีขึ้นในตอนเช้า และจะเห่อๆ ในตอนบ่ายๆ ผื่นอาจมีสีแดงและคันได้ หากล้างหน้าบ่อยขึ้น มักเป็นมากขึ้น และหากรักษาไม่ถูกต้องจะเป็นมากขึ้น บริเวณที่พบได้บ่อยๆ คือ บริเวณใบหน้า โดยเฉพาะ หน้าผาก ขมับ



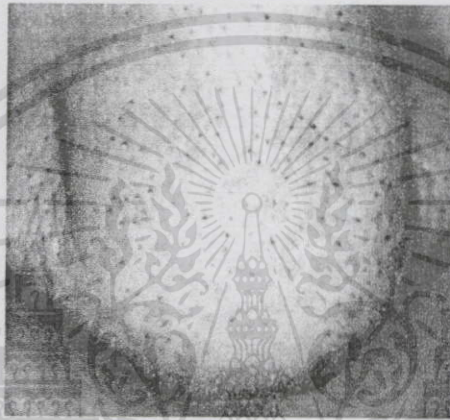
ภาพที่ 2.24 ภาพแสดงลักษณะสิวมคบริเวณหน้าผาก

ที่มา [Online]: <http://acnecaresite.com>

การรักษาสิวมค หลักการรักษาคือ ลดการรบกวนต่อผิวหนังให้น้อยที่สุด (Mechanical Irritation) เช่น การนวดหน้า, การขัดหน้า, หรือเช็ดถูหน้าบ่อยๆ ล้างหน้าเฉพาะที่จำเป็น หรือบริเวณที่ผิวมัน เพราะการล้างหน้าบ่อยๆ จะทำให้สิวมค รุนแรงมากขึ้นได้ ลด หรือหลีกเลี่ยง การใช้ครีมหรือยาที่ทำให้ผิวหนังระคายเคืองมากขึ้น (Chemical Irritation) เช่น การใช้ยารักษาสิวประเภท Retinoic Acid, Benzoyl Peroxide, AHA, BHA เป็นต้น ควรล้างหน้าด้วยน้ำเปล่าหรือใช้สบู่เหลวล้างหน้าสูตรที่อ่อนโยนและไม่ควรใช้น้ำอุ่นล้างหน้า โดยล้างหน้าไม่เกิน 2-3 ครั้งต่อวัน ควรหลีกเลี่ยงแสงแดด และใช้ครีมกันแดดทุกครั้งที่ต้องออกนอกร้าน ควรเลือกกันแดดที่มี SPF >15-30 และมีค่า PA++ เป็นอย่างน้อย ใช้ยาที่มีส่วนผสม Salicylic acid เนื่องจากมีคุณสมบัติช่วยให้หัวสิวมคแห้งแล้วหลุดออก เพราะสิวมคเป็นสิวมคที่ขึ้นง่าย หายเร็ว มักไม่อักเสบ

เป็นหัวหนอง หรือสิวอุดตัน แต่มักจะเกิดขึ้นบ่อยๆ จนเป็นที่รำคาญ ใช้แชมพูสูตรอ่อนโยน ที่ไม่มีสารประกอบที่ก่อให้เกิดสิว เช่น Sulfate หรือ Silicone

- สิวเสี้ยน (Trichostasis Spinulosa=TSS) เป็นปัญหาที่พบได้บ่อยมาก ตั้งแต่วัยรุ่น จนถึงวัยกลางคน เป็นความผิดปกติของต่อมรูขุมขน (pilosebaceous follicles) โดยมีลักษณะคล้ายสิวอุดตันหัวดำ (Black comedone) แต่จะมีกระจุกเซลล์ขน (vellous telogen hair) แทรกอยู่ด้วย มีลักษณะเป็นจุดดำๆ หรือมีหนามแหลมๆ ขึ้นออกมาทางรูขุมขนบริเวณจมูก หน้าผาก หรือข้างแก้ม และที่หลังบริเวณกระดูกสันหลัง



ภาพที่ 2.25 ภาพแสดงลักษณะสิวเสี้ยนบริเวณจมูก

ที่มา [Online]: <http://acnecaresite.com>

**การรักษาสิวเสี้ยน** สิวเสี้ยนเชื่อว่าเกิดจากการสร้างเซลล์ขนในระยะ Vellous telogen hair มากกว่าปกติ มักจะเกิดบริเวณที่มีต่อมไขมันมาก โดยจะเริ่มจาก มีการอุดตันเกิดขึ้นที่ต่อมไขมัน และ ไขมันที่ถูกสร้างขึ้นจะรวมตัวกับเซลล์ชั้นขี้ไคลจากผนังท่อ กลายเป็นก้อนที่เรียกว่า Comedone (ค่อมิโคน) ต่อมาจะมีเซลล์ขนที่เกิดมากกว่าปกตินี้มาพอกสะสมกับเป็นก้อนคุดคู้อยู่ข้างใน เรียกว่า ในรูขุมขนแทนที่จะมีขนเพียง 1 เส้น แต่กลับมีขนเส้นเล็กๆ 3-4 เส้น อัดกันแน่น รวมตัวกับเซลล์ชั้นขี้ไคล และถูกห่อหุ้มด้วยผนังท่อต่อมไขมัน เกิดการอุดตัน และทำให้หลุดออกได้ยากกว่าปกติ หลักการรักษาของสิวเสี้ยนจึงเป็นหยุดยั้งการอุดตันในรูขุมขนเป็นหลัก โดยมีลำดับการใช้ดังนี้

1. Benzoyl peroxide ทาทั้งไว้ก่อนล้างหน้า 5-10 นาทีแล้วล้างออก ใช้ฆ่าเชื้อโรค สลาย Comedone ทำให้สิวเสี้ยนหลุดออกได้ง่าย

2. ยาพาลอกสิวเสี้ยน มีบทบาทมากในการรักษาสิวเสี้ยน คือ ซึ่งมีคุณสมบัติในการเข้าไปละลายการอุดตันของต่อมไขมัน มีฤทธิ์ฆ่าเชื้อแบคทีเรีย P.acne จึงป้องกันและทำให้สิวเสี้ยนหลุดออกได้ง่าย แต่มีข้อควรระวังก็คือ เนื่องจากมีส่วนผสมของกรดวิตามินเอ มีการระคายเคืองได้ง่าย จึงมีแนวโน้มที่จะทำให้ผิว

แห้ง ผิวลอก หน้าแดง ได้ จึงควรทากรดวิตามินเอเฉพาะบริเวณจมูก หน้าผาก หรือคางที่มีสิวลึ้น แล้วทิ้งไว้ 5-10 นาที หรืออาจทิ้งไว้นานกว่านี้ได้แต่เนื่องจากมีส่วนผสม โลโบโซม ซึ่งลดการระคายเคืองของกรดวิตามินเอ ทำให้สามารถทาทั้งไว้ทั้งคืนได้ สะดวกในการใช้มากขึ้น

3.AHA ทาทั่วหน้าอาทิตย์ละครั้ง เพื่อทำให้เกิดการหลุดลอกของสิ้ว ทำให้สิ้วฝ่อ หรือทำให้หัวสิ้ว ระเบิดออก

- สิวผิวดำ ( Surface discolorations) หรือรอยดำ แผลเป็นจากสิ้ว มีปัญหาแผลเป็นสิ้ว มักเกิด จากสาเหตุการมีปัญหาสิ้วมาก่อน ทั้งสิ้วอุดตัน และสิ้วอักเสบ โดยเมื่อมีการแก้ไขที่ไม่ถูกวิธีจึงทำให้เกิดรอย แผลเป็นตามมา เช่น เมื่อสิ้วอักเสบแตกหรือยุบตัว จากการกด บีบ หรือแตกเอง ก็เกิดรอยหลุมขึ้น หรือสิ้วอุดตันหรือสิ้วอักเสบขนาดเล็ก ที่รักษาไม่ถูกวิธี มีการกดหรือบีบสิ้วอย่างผิดวิธี ก็เกิดรอยดำ รอยหลุม ได้ แบ่งย่อยได้เป็น

1.รอยแดงจากสิ้ว(Postinflammatory redness)มักพบและเกิดขึ้น ได้บ่อยๆ เมื่อสิ้วอักเสบ เริ่มจะ หาย แนวทางการรักษา ปกติมักจะจางหายไปได้เอง ภายใน 1-4 อาทิตย์ แล้วแต่ความรุนแรงของการเกิดสิ้ว และสภาพสิ้วในแต่ละคน โดยในคนผิวขาวจะหาย ได้ช้ากว่าคนสีผิวคล้ำ การทาครีมลดการอักเสบ และการ ทำไอออนโต หรือ IPE (ได้ผลดีและเร็ว) จะช่วยให้รอยแดง ดับขึ้น ได้บ้างในบางคน การทาครีมกันแดด และ การเลี้ยวแดด จะช่วยป้องกันมิให้รอยแดง เป็นมากขึ้น หรือเปลี่ยนเป็นรอยดำ

2.รอยดำจากสิ้ว (Postinflammatory hyperpigmentation) เกิดขึ้น ได้เป็นลักษณะเป็นวงๆ สีน้ำตาล แดงจนถึงสีเข้ม รอยดำจากสิ้ว มักจะเกิดจากการกดหรือบีบสิ้ว แต่ในบางครั้งก็เกิด ได้เองในบางคนที่การ สمانแผลไม่ดี พบได้บ่อยในคนผิวคล้ำมากกว่าคนผิวขาว มักจะเป็นชั่วคราว แล้วจะ ค่อยๆ จางไปเอง แต่ ในบางรายที่อาจใช้เวลา นานเป็น 8-12 เดือน จึงมีการแก้ไขให้จางเร็วขึ้นดังนี้



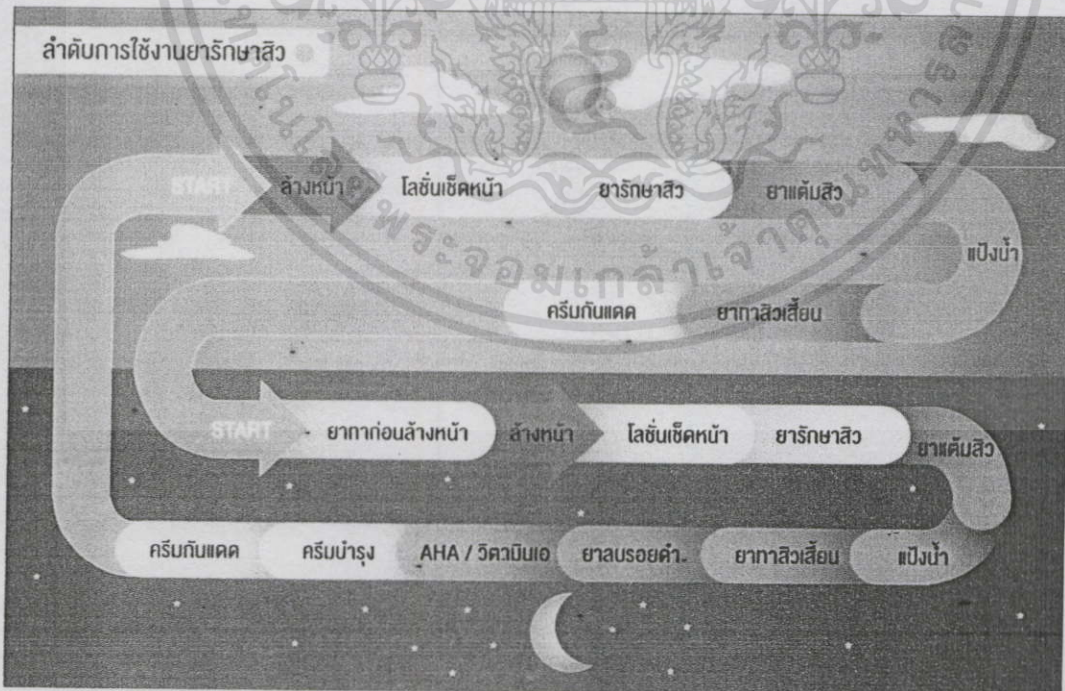
ภาพที่ 2.26 ภาพแสดงลักษณะรอยดำแผลเป็นจากสิ้ว

ที่มา [Online]: <http://acnecaresite.com>

การรักษารอยดำ หลักการรักษาคือการผลัดเซลล์ผิวชั้นนอกอย่างค่อยเป็นค่อยไปโดยเริ่มจากการใช้ Benzoyl peroxide ทาทิ้งไว้ก่อนล้างหน้า 5-10 นาทีแล้วล้างออก เพื่อเป็นการป้องกันการเกิดสิวและดูแล ผิวหน้าในอนาคต จากนั้นใช้ยาลบรอยดำ Whitening Creams (ครีมลบรอยดำผิว) ซึ่งมีอยู่หลายตัว เช่น กลุ่ม Albutin, Kojic acid, Licorice ทาบริเวณที่เป็นรอยดำ ก็จะช่วยให้ค่อยๆ จางลงได้ ครีมหรือเจลที่มีฤทธิ์เป็น Whitening agents ที่นิยมก็คือ วิตามินเอ และวิตามินซี โดยทำให้เนื้อครีมซึมได้ลึกกว่าการทาครีมปกติ จึง ช่วยฟอกสีให้จางได้ในกรณีที่รอยดำลึกลงไปชั้นหนังกำพร้าหรือหนังแท้

2.5.2 ข้อมูลทั่วไปด้านผลิตภัณฑ์ยารักษาสิว นอกจากวิธีการใช้งานของยารักษาสิวจะแตกต่างกัน แล้วนั้นลำดับขั้นตอนการใช้งานยารักษาสิวะระหว่างวันก็มีความแตกต่างตามคุณสมบัติการใช้งานของยา จึง ควรเรียงลำดับการใช้งาน จึงควรเริ่มด้วยผลิตภัณฑ์รักษาสิวก่อนเสมอ การทาครีมบำรุงผิวหน้า ควรทา ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการรักษาลงไปก่อน แล้วค่อยตามด้วยผลิตภัณฑ์ที่ใช้บำรุง และคบท้ายด้วยครีมกันแดด

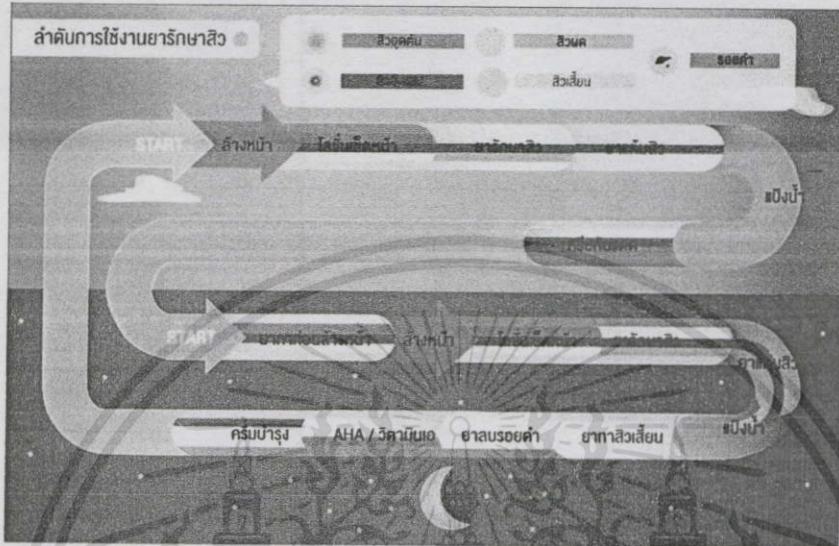
สรุปได้ว่าหลักในการเรียงลำดับการใช้งานยารักษาสิวนั้น คือให้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่เนื้อบางเบา ก่อน และเนื้อหนักทาทันทีหลัง (ส่วนครีมเนื้อหนักและเนื้อเบาเป็นแบบใด สังเกตได้จากการสัมผัสเนื้อครีม ย่อมเห็น ถึงความแตกต่างได้ว่า ครีมตัวไหนเหนอะหนะ หนักผิว หรือครีมตัวไหนทาแล้วรู้สึกบางเบาต่อผิว ซึมเข้าสู่ ผิวได้ดี) สามารถเรียงลำดับการทายาที่ถูกต้อง โดยเริ่มจากการเรียงลำดับดังนี้



ภาพที่ 2.27 แสดงลำดับขั้นตอนการใช้งานยารักษาสิวะในช่วงระหว่างวัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา 72 ละต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยดับการใช้งานยารักษาสิวแต่ละประเภทที่มีความต้องการยาที่แตกต่างกันสามารถเรียงได้โดยอ้างอิงจากหลักการข้างต้น ที่ให้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่เนื้อบางเบา ก่อน และเนื้อหนักทาททีหลัง สามารถเรียงลำดับการทายาที่ถูกต้องของการรักษาสิวแต่ละประเภทดังนี้



ภาพที่ 2.28 แสดงลำดับขั้นการใช้งานยารักษาสิวของสิวแต่ละประเภทในช่วงระหว่างวัน

สรุปข้อมูลลักษณะทางกายภาพ ลักษณะการใช้งาน วิธีการเก็บรักษา ความต้องการด้านวัสดุของยารักษาสิวแต่ละตัวในโครงการดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2.7 ตารางแสดงข้อมูลทั่วไปของผลิตภัณฑ์ยารักษาสิว

ยาในโครงการ	ลักษณะทางกายภาพ	การใช้งาน	วิธีการเก็บรักษา	ความต้องการด้านวัสดุ
ยาทาก่อนล้างหน้า	เนื้อครีม	-ทาทั่วหน้า -เหมาะสำหรับผิวอักเสบ นูนแดงและสิวจุดตัน	ควรเก็บในอุณหภูมิห้อง	ป้องกันการซึมผ่านของ O <sub>2</sub>
ยาแต้มสิว	เหลวใส	-ใช้แต้มสิวจุดอักเสบชนิดหัว หนอง -แต้มทุก 6 ชั่วโมง	ควรเก็บในอุณหภูมิห้อง	มีความต้านทานแอลกอฮอล์
ยาแต้มสิว(หลัง)	เหลวใส	-ใช้แต้มสิวจุดที่หลัง -แต้มเข้าเย็นหลังอาบน้ำ	ควรเก็บในอุณหภูมิห้อง	มีความต้านทานแอลกอฮอล์
แป้งน้ำ	เหลวใส ตกตะกอน แป้ง	-เหมาะสำหรับผิวผด -ทาเข้าเย็นหลังอาบน้ำ	ควรเก็บในตู้เย็น	ทนความชื้นได้ดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ยาในโครงการ	ลักษณะทางกายภาพ	การใช้งาน	วิธีการเก็บรักษา	ความต้องการด้านวัสดุ
ยาทาผิวเสี้ยน	ครีมหนืด	-เหมาะสำหรับผิวเสี้ยน -ทาทุกคืนก่อนนอน	ควรเก็บในอุณหภูมิต่ำ	
ยาลบรอยตำ	เนื้อครีมหนืด	-เหมาะสำหรับรอยตำ -ทาทุกคืนก่อนนอน	ควรเก็บในตู้เย็น	ทนความชื้นได้ดี
กรดผลไม้ม (AHA)	เนื้อครีม	-ทาทั่วหน้าเว้นผิวอักเสบในปริมาณที่ไม่เกิน 1 เหรียญบาท -ใช้เฉพาะก่อนนอนเท่านั้น -ควรทาครีมกันแดดในตอนเช้า	ควรเก็บในอุณหภูมิต่ำ	ด้านทานกรดอ่อน, ป้องกันแสง
วิตามินเอทาหน้า	เนื้อครีม	-ทาทั่วหน้าเว้นผิวอักเสบในปริมาณเท่าเม็ดถั่วเขียว -ใช้เฉพาะก่อนนอนเท่านั้น	ควรเก็บในอุณหภูมิต่ำ	ด้านทานกรดอ่อน, ป้องกันแสง

เนื่องจากยาแต่ละตัวมีข้อจำกัดในด้านปริมาณการใช้งานที่แตกต่างกัน จากข้อมูลทั้งหมดจึงสามารถนำมาสรุปปริมาณการบรรจุที่ส่งผลต่อการออกแบบ

#### ตารางที่ 2.8 สรุปปริมาณการบรรจุที่ส่งผลต่อการออกแบบของผลิตภัณฑ์ยารักษาผิว

ชื่อยา	ปริมาณ/ครั้ง	ครั้ง/วัน	อายุยา	สรุปขนาด
ยาทาก่อนล้างหน้า		1/วัน	1ปี	150 g
ยาแต้มสิว	0.05 ml	2/วัน	30 วัน	15 cc
ยาแต้มสิว(หลัง)	0.5 ml	2/วัน	60 วัน	60 cc
แป้งน้ำ		2/วัน	1ปี	30 cc
ยาทาผิวเสี้ยน	0.1-0.4 g	1/วัน	1ปี	15 g
ยาลบรอยตำ		1/วัน	1ปี	15 g
กรดผลไม้ม(AHA)	0.4 g	อาทิตย์ละครั้ง	2ปี	40 g
วิตามินเอทาหน้า	0.05 g	อาทิตย์ละครั้ง	2ปี	5 g

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.6 ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุและการเลือกใช้

บรรจุภัณฑ์(package) มีหน้าที่ในการรักษาคุณภาพ ความปลอดภัย และความคงตัวของเภสัชภัณฑ์ที่บรรจุจนกว่าจะมีการใช้จนหมดหรือหมดอายุ การบรรจุหีบห่อของเภสัชภัณฑ์ (pharmaceutical packaging) อาจให้คำนิยามได้ว่าเป็นกระบวนการนำเภสัชภัณฑ์หรือยาเตรียมมาบรรจุลงในบรรจุภัณฑ์ (package) ที่เหมาะสม โดยอาศัยทั้งวิทยาศาสตร์และศิลปะ เพื่อการบรรจุ การขนส่ง การเก็บรักษา การตั้งแสดง การจัดจำหน่าย และการนำไปใช้ โดยแบ่งบรรจุภัณฑ์ออกเป็น บรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิและบรรจุภัณฑ์ทุติยภูมิ โดยบรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิ (primary package or immediate container) หมายถึง บรรจุภัณฑ์หรือภาชนะบรรจุที่มีการสัมผัสกับยาเตรียมที่อยู่ภายในโดยตรงตลอดเวลา จึงมีผลอย่างมากคือ คุณภาพและความคงตัวของเภสัชภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายใน ประกอบด้วยภาชนะบรรจุ (Container) สำหรับบรรจุผลิตภัณฑ์ไว้ภายใน และฝาหรือจุกปิด(Closure) สำหรับปิดผนึกภาชนะบรรจุเพื่อป้องกันอากาศ แก๊สออกซิเจน แก๊สชนิดอื่นๆ ความชื้นจากภายนอก และป้องกันการสูญเสียน้ำหรือสารที่ระเหยได้จากผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ทุติยภูมิ (secondary package) หมายถึง ส่วนประกอบของการบรรจุหีบห่อที่ไม่ได้สัมผัสโดยตรงกับเภสัชภัณฑ์ ตัวอย่างเช่น กล่อง (carton or outer) หีบ (box)รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ (package) มีอยู่หลายประเภท เช่น บรรจุภัณฑ์แบบบลิสเตอร์ (blister pack) บรรจุภัณฑ์แบบสตรีป (strip pack) ขวด ครอบหลอดบีบ (collapsible tube) แผ่นเปลวหรือฟอยล์ (foil) ดังนั้นบรรจุภัณฑ์จึงควรมีคุณลักษณะสำคัญ ดังต่อไปนี้

1. ป้องกันเภสัชภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายในจากสิ่งแวดล้อมต่างๆ ได้ เช่น ความชื้น แสง แก๊ส และเชื้อจุลินทรีย์ ที่จะมีส่วนต่อการเปลี่ยนแปลงทางเคมีและทางกายภาพของตัวยาซึ่งเป็นสาเหตุให้คุณภาพของเภสัชภัณฑ์เปลี่ยนไป และยังคงสามารถป้องกันการสูญเสียน้ำหรือสารที่ระเหยได้จากผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังต้องสามารถป้องกันการสั่นสะเทือน การถูกแรงอัด การตกกระแทก การถูกเจาะ การเสียดสีในระหว่างการขนส่งและเก็บรักษาได้อีกด้วย

2. มีความเข้ากันได้กับเภสัชภัณฑ์ โดยวัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ ภาชนะบรรจุ และส่วนประกอบต่างๆ จะต้องมีความเข้ากันได้และไม่เกิดปฏิกิริยากับเภสัชภัณฑ์ เนื่องจากหากเกิดปฏิกิริยาต่างๆ แล้วอาจทำให้คุณภาพของเภสัชภัณฑ์เปลี่ยนแปลงไป ตัวอย่างของปฏิกิริยาดังกล่าว เช่น การที่ภาชนะบรรจุดูดซับหรือดูดซึม (Sorption) ตัวยาทำให้สูญเสียความแรงของตัวยา การเสื่อมสลายของตัวยาสำคัญอันเนื่องมาจากสารเคมีหรือไอออนที่วัสดุที่ใช้ทำภาชนะบรรจุปลดปล่อยหรือชะละลาย (Leaching) ออกมา ทำให้เภสัชภัณฑ์ตกตะกอน ความเป็นกรด-เบสเปลี่ยนไป หรือมีการเปลี่ยนสี

3. มีความปลอดภัย วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์จะต้องไม่มีการปล่อยสารพิษที่เป็นอันตรายต่อผู้ใช้

รวมถึงส่วนประกอบอื่นๆ ที่อาจสัมผัสกับเภสัชภัณฑ์ เช่น หมึกพิมพ์ กาว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 75 จะต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. บรรจุกัมภ์ ภาชนะหีบห่อของเภสัชภัณฑ์ต้องมีการชี้บ่งถึงสิ่งที่บรรจุอยู่ภายในโดยการพิมพ์บน บรรจุกัมภ์โดยตรงหรือการพิมพ์บนฉลาก เช่น ชื่อยา ความแรงของยา รูปแบบของยา ปริมาณที่บรรจุ วิธีการใช้ยา บริษัทที่ผลิต วันที่ผลิต รุ่นผลิต วันหมดอายุ และข้อความสำคัญอื่นๆ ตามข้อกำหนดของ กฎหมาย

5. บรรจุกัมภ์ควรมีความสวยงามดึงดูดใจผู้ซื้อและผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะมีผลต่อความเชื่อมั่นใน คุณภาพของเภสัชภัณฑ์และการยอมรับของผู้ป่วยอีกด้วย

6. รูปแบบของบรรจุกัมภ์ควรให้ความสะดวกในทุกขั้นตอน ได้แก่ การผลิตภาชนะบรรจุได้ด้วย กระบวนการที่ง่ายและราคาถูก การบรรจุ การปิดผนึก การติดฉลาก การเก็บรักษา การขนส่งและการ เคลื่อนย้ายสะดวก นอกจากนี้ บรรจุกัมภ์ยังต้องให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคในการนำเภสัชภัณฑ์ออกมาใช้ อีกด้วย บรรจุกัมภ์ที่ให้ความสะดวกแก่ผู้ใช้จะช่วยเพิ่มความยอมรับการใช้ยาด้วย

7. มีความประหยัด (economy) ราคาไม่แพง ควรเลือกใช้บรรจุกัมภ์ที่มีราคาถูกให้เหมาะสมกับ เภสัชภัณฑ์แต่ละชนิด

คุณสมบัติของวัสดุที่ใช้ทำภาชนะบรรจุและฝา/จุกปิดภาชนะบรรจุและฝา/จุกปิดสามารถทำมาจาก วัสดุได้หลายชนิด เช่น กระจก แก้ว พลาสติก โลหะ และยาง ซึ่งวัสดุเหล่านี้จะมีคุณสมบัติที่แตกต่างกัน แต่ ละชนิด ก็มีทั้งข้อดีและข้อเสียแตกต่างกัน ไปด้วย ดังนั้นการเลือกใช้ให้เหมาะสมกับเภสัชภัณฑ์แต่ละชนิดจึง ควรทราบถึงองค์ประกอบของวัสดุต่างๆ เหล่านี้และคุณสมบัติที่สำคัญ เพื่อเป็นแนวทางเบื้องต้นในการ พิจารณาเลือกใช้ชนิดของวัสดุ คุณสมบัติที่สำคัญ โดยทั่วไปของวัสดุที่ใช้ทำภาชนะบรรจุและฝา/จุกปิดที่ ควรพิจารณา เช่น

- ต้องเป็นชนิดที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาอนุญาตให้ใช้ได้
- ต้องสามารถป้องกันเภสัชภัณฑ์จากสิ่งแวดล้อมภายนอกได้
- ต้องไม่เกิดอันตรกิริยาและมีความเข้ากันได้กับเภสัชภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายใน
- ต้องไม่ทำให้กลิ่นและรสของเภสัชภัณฑ์เปลี่ยนแปลงหรือเสียไป
- ต้องไม่มีความเป็นพิษ
- ราคาเหมาะสม ไม่แพงจนเกินไป
- ผลิตได้ง่าย มีแหล่งที่จะซื้อได้ง่ายและสะดวก
- ไม่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา 76 และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6.1 ปัจจัยทางสภาวะแวดล้อมที่มีผลต่อคุณภาพและความคงตัวของบรรจุภัณฑ์ยา ปัจจัยทางสภาวะแวดล้อมที่มีผลต่อคุณภาพและความคงตัวของเภสัชภัณฑ์ ได้แก่ อุณหภูมิ ความชื้น แสง แก๊ส ความเป็นกรด-เบส และความร้อนและเปลวไฟ ซึ่งปัจจัยต่างๆ เหล่านี้จะต้องมีการควบคุมและ/หรือป้องกันเพื่อให้เภสัชภัณฑ์มีคุณภาพดีและมีความคงตัวจนกว่าจะมีการใช้ยาหมดไปหรือจนถึงวันหมดอายุของยา การเลือกภาชนะบรรจุที่เหมาะสมสามารถช่วยป้องกันการเสื่อมสลายของตัวยาได้

1. อุณหภูมิ (*temperature*) เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องอย่างมากกับอัตราเร็วปฏิกิริยาเคมีของตัวยา หากอุณหภูมิสูงอาจจะสามารถเร่งอัตราการเสื่อมสลายของตัวยบบางชนิดได้ การควบคุมอุณหภูมิให้อยู่ในช่วงหรือขีดจำกัดที่กำหนดสำหรับเภสัชภัณฑ์แต่ละชนิดจะช่วยให้เภสัชภัณฑ์ชนิดนั้นมีความคงตัวดี และหากอุณหภูมิสูงยังสามารถเร่งการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพของเภสัชภัณฑ์ได้อีกด้วย ตัวอย่างเช่น ยาครีม (*cream*) ที่มีน้ำเป็นส่วนประกอบอาจแห้ง ยาอิมัลชัน (*emulsion*) อาจเกิดการแยกชั้นของยา เป็นต้น นอกจากนี้อุณหภูมิสูงยังช่วยเร่งอัตราเร็วของการสูญเสียสารที่ระเหยได้ เช่น ตัวทำละลาย (*solvent*) ต่างๆ น้ำมันระเหยง่าย (*volatile oil*) การบูร (*camphor*) เมนทอล (*menthol*) โดยเฉพาะถ้าบรรจุในภาชนะที่สารเหล่านี้ซึมผ่านได้หรือภาชนะที่มีการปิดผนึกไม่แน่นหนาเพียงพอ การบรรจุหีบห่อสามารถป้องกันอุณหภูมิสูงได้ในระยะเวลาสั้นๆ เช่น ระหว่างการขนส่งโดยใช้พาหนะที่มีห้องหรือตู้ควบคุมความเย็น หรืออาจใช้วัสดุที่มีคุณสมบัติเป็นฉนวนกันความร้อนห่อหุ้มภายนอกของภาชนะบรรจุและอาจบรรจุในภาชนะที่มีน้ำแข็งแห้งภายนอกอีกชั้นก็ได้ ตัวอย่างของยาหรือผลิตภัณฑ์ชีวภาพ (*biological products*) ที่สามารถเสื่อมสลายตัวหรือหมดประสิทธิภาพที่อุณหภูมิสูง โดยเฉพาะถ้ามีแสงเป็นตัวเร่งปฏิกิริยา เช่น วิตามิน ฮอร์โมน วัคซีน สารต้านชีวพิษ (*antitoxins*) ยาปฏิชีวนะ (*antibiotics*) เป็นต้น

2. ความชื้น (*moisture*) เป็นสาเหตุสำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้เภสัชภัณฑ์เสื่อมคุณภาพ เนื่องจากตัวยาสำคัญบางชนิดสามารถเกิดการเปลี่ยนแปลงหรือเกิดปฏิกิริยาการแยกสลายด้วยน้ำ (*hydrolysis*) ได้เมื่อสัมผัสกับความชื้นเป็นเวลานาน ตัวอย่างที่สำคัญของยาบางชนิดที่สามารถเกิดปฏิกิริยาแยกสลายด้วยน้ำได้ เช่น แอสไพริน (*aspirin*) ซึ่งเป็นยาละลายลิ่มเลือด ใช้สำหรับป้องกันหลอดเลือดอุดตัน สามารถสลายตัวด้วยความชื้นกลายเป็นกรดซาลิซิลิก (*salicylic acid*) และกรดอะซิติก (*acetic acid*) ทำให้ไม่มีฤทธิ์ในการรักษา เภสัชภัณฑ์ที่ไวต่อความชื้น จึงควรเลือกวัสดุที่ใช้ทำภาชนะบรรจุให้เหมาะสม เช่น โลหะ แก้ว พลาสติกชนิด พอลิเอทิลีนความหนาแน่นสูง (*HDPE*) หรือพอลิโพรพิลีน (*PP*) ที่มีความหนาตั้งแต่ 50 ไมครอน และมีการปิดผนึกหรือใช้ฝา/จุกปิดที่แน่นหนาเพียงพอ ก็จะสามารป้องกันเภสัชภัณฑ์ที่บรรจุภายในจากความชื้นได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. แสง (light) โดยเฉพาะแสงอัลตราไวโอเลต (ultraviolet, UV) จะมีผลต่อเภสัชภัณฑ์โดยอาจทำให้เกิดการสลายตัวของตัวยาสำคัญบางชนิดหรือทำให้สีของเภสัชภัณฑ์จางลงได้ ภาชนะบรรจุที่สามารถป้องกันแสงได้สมบูรณ์ คือ ภาชนะโลหะ ส่วนภาชนะแก้วสีชาหรือภาชนะพลาสติกทึบแสงจะยอมให้แสงผ่านได้บ้างเล็กน้อย ดังนั้นจึงอาจจะต้องใช้กล่องกระดาษห่อหุ้มภาชนะบรรจุอีกชั้น ตัวอย่างยาที่สามารถเสื่อมสลายได้โดยแสง เช่น

- ยาปฏิชีวนะ เช่น chloramphenicol, tetracycline
- ฮอร์โมน เช่น adrenaline, insulin
- Alkaloids เช่น codeine, ergotamine, ergometrine, hyoscine
- Glycosides เช่น digitalis glycosides
- Vitamins เช่น vitamin A, D, B บางชนิด, C

4. แก๊ส (gas) ที่มีผลต่อการสลายตัวของตัวยาสำคัญมากที่สุด คือ แก๊ส ออกซิเจน ซึ่งเป็นตัวที่ทำให้เกิดปฏิกิริยาออกซิเดชัน (oxidation) และส่วนมากจะมีแสงเป็นตัวเร่งปฏิกิริยา สารหรือตัวยาสำคัญหลายชนิดสามารถถูกออกซิไดซ์ได้เมื่อถูกแสง และจะทำให้สีของเภสัชภัณฑ์เปลี่ยนแปลงไปหรือเกิดการสลายตัวทำให้ได้สารที่มีความเป็นพิษ ตัวอย่างของยาที่ไวต่อแก๊สออกซิเจน เช่น adrenaline, vitamin C ดังนั้นจึงต้องการบรรจุและปิดผนึกภายใต้บรรยากาศของแก๊สเฉื่อยหรือแก๊สไนโตรเจน

2.6.2 วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ยารักษาโรค ภาชนะบรรจุภัณฑ์ในปัจจุบันมีการทำจากวัสดุที่หลากหลายชนิด ไม่ว่าจะเป็น กระดาษ พลาสติก แก้ว และ โลหะ ซึ่งวัสดุเหล่านี้ก็มีคุณสมบัติ ข้อดีข้อเสียที่แตกต่างกันไป การจะเลือกใช้วัสดุให้เหมาะสมกับเภสัชภัณฑ์แต่ละชนิดควรจะต้องทราบถึงส่วนประกอบและคุณสมบัติที่สำคัญของวัสดุต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางขั้นต้นในการพิจารณาเลือกวัสดุบรรจุภัณฑ์

- พลาสติก (Plastic) ในปัจจุบันพลาสติกเข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของมนุษย์เรามาก ทั้งของเล่น อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องประดับ รวมถึงภาชนะบรรจุสินค้า ต่างๆ มากมาย พลาสติกที่นำมาใช้เหล่านี้มีหลายชนิด ซึ่งมีคุณสมบัติแตกต่างกันไป พลาสติกเพื่อการ บรรจุหีบห่อนับว่า ได้รับความสนใจเป็นพิเศษ ทั้งในเชิงการค้า การตลาด และอุตสาหกรรม มีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นสูงมาก แบ่งได้เป็น 2 ประเภทดังนี้

1. ภาชนะบรรจุชนิดแข็ง (rigid container) เช่น ขวดน้ำมันพืช ขวดนม กล่อง โฟมและถาดพลาสติก

2. ภาชนะบรรจุชนิดอ่อนตัวได้ (flexible container) เช่น ถุงใส่น้ำแข็ง ถุงขนม ถุงหิ้วทั้งหลาย รวมทั้งฟิล์มห่ออาหาร

สิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการเลือกพลาสติกใช้ทำบรรจุภัณฑ์มีดังต่อไปนี้

- การซึมผ่าน ก๊าซไอน้ำ หรือความชื้น สามารถซึมผ่านได้ทั้งสองทางไม่ว่าจะจากภายนอกเข้าไปภายใน หรือจากภายในออกสู่ภายนอก พลาสติกจึงต้องมีคุณสมบัติที่จะป้องกันการซึมผ่านได้ดี
- การปล่อยสารพิษ พลาสติกที่เลือกใช้ไม่ควรปล่อยสารปรุงแต่งจากเนื้อพลาสติกออกมาสู่ภายนอกหรือเข้าสู่ตัวยาเภสัชภัณฑ์อันจะก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้ใช้ได้
- การดูดสารพิษ พลาสติกบรรจุภัณฑ์ไม่ควรดูดกลิ่นหรือดูดซับตัวยาหรือสารบางอย่างในเภสัชภัณฑ์
- การเกิดปฏิกิริยาเคมี พลาสติกบรรจุภัณฑ์ไม่ควรทำปฏิกิริยาทางเคมีกับตัวยาเภสัชภัณฑ์

จากข้อมูลข้างต้น สามารถนำมาสรุปได้ว่าพลาสติกมีมากมายหลายชนิด แต่มีเพียงไม่กี่ชนิดที่นิยมนำมาทำบรรจุภัณฑ์ภายใต้ชื่อคำนี้ต่างๆ คือ

1. พอลิเอทิลีน (Polyethylene, PE) มีการใช้ในสองลักษณะคือ พอลิเอทิลีนชนิดความหนาแน่นต่ำ และพอลิเอทิลีนชนิดความหนาแน่นสูง โดยทั่วไปแล้ว ชนิดนี้จะยอมให้อุณหภูมิซึมผ่านได้น้อยแต่จะยอมให้ก๊าซซึมผ่านได้ ทนความเป็นกรดได้ปานกลาง ทนความร้อนได้ไม่ดี มากนัก แต่จะทนความเย็นได้ดีมาก มักจะใช้บรรจุนม ผงซักฟอก น้ำดื่ม และเครื่องสำอาง
2. พอลิโพรพิลีน (Polypropylene, PP) คุณสมบัติโดยทั่วไปแล้วจะยอมให้อุณหภูมิซึมผ่านได้น้อยแต่จะยอมให้ก๊าซซึมผ่านได้ดี ทนความเป็นกรดได้ปานกลาง ทนความร้อนได้ดี แต่จะไม่ทนความเย็นจึงไม่เหมาะแก่การแช่เย็น โดยทั่วไปใช้ในการบรรจุยา น้ำผลไม้ น้ำเชื่อม เครื่องสำอาง แชมพู
3. พอลิไวนิลคลอไรด์ (Polyvinylchloride, PVC) คุณสมบัติทั่วไปจะใส สามารถป้องกันก๊าซซึมและไขมันซึมผ่านได้ดี ทนความเป็นกรดได้ดี ไม่ทนความร้อนและความเย็น จึงเหมาะสำหรับใช้ที่อุณหภูมิ ปกติ มักจะใช้ในการบรรจุเครื่องสำอาง น้ำมันพืช น้ำส้มสายชู และผลิตภัณฑ์ทางเคมี
4. พอลิเอทิลีนเทอร์ฟทาเลตหรือขวดเพท (Polyethylene terephthalate, PET) คุณสมบัติโดยทั่วไปจะแข็งแรง ใส ป้องกันการซึมผ่านของไอน้ำได้ปานกลาง แต่ป้องกันการซึมผ่านก๊าซได้ดีมาก ทนความเป็นกรดได้ดีและความเย็นได้ดี มักนิยมใช้บรรจุเครื่องดื่มประเภทน้ำอัดลม เบียร์ นอกจากนี้ยังบรรจุของเหลวมีแอลกอฮอล์ได้ เช่น แชมพูน้ำ โคลโลญจ์ โลชั่น เป็นต้น

ตารางที่ 2.9 สรุปปริมาณการบรรจุที่ส่งผลต่อการออกแบบของผลิตภัณฑ์พลาสติก

คุณสมบัติ	PE		PP	PVC	PET
	LDPE	HDPE			
ความหนาแน่น	0.91-0.925	0.94-0.965	0.98-0.90	1.35	1.35-1.40
ความใส	ขุ่น	ขุ่น	ขุ่นปานกลาง	ใส	ใส
อัตราการซึมผ่านของ O <sub>2</sub>	สูงมาก	สูง	สูง	ต่ำ	ต่ำ
อัตราการซึมผ่านของ CO <sub>2</sub>	สูงมาก	สูง	สูง	ต่ำ	ต่ำ
อัตราการซึมผ่านของไอน้ำ	ต่ำ	ต่ำมาก	ต่ำมาก	ปานกลาง	ปานกลาง
ความต้านทานต่อแรงกด	พอใช้ถึงดีมาก	พอใช้ถึงดีมาก	พอใช้ถึงดีมาก	ดีถึงดีมาก	พอใช้ถึงดี
ความต้านทานต่อแอลกอฮอล์	พอใช้ถึงดีมาก	ดีมาก	ดี	ดีถึงดีมาก	ดี
ความต้านทานต่อกรด	ปานกลางถึงดีมาก	ปานกลางถึงดี	ปานกลางถึงดี	ดีถึงดีมาก	ปานกลางถึงดี
ความต้านทานต่อด่าง	ดีถึงดีมาก	ดีถึงดีมาก	ดีมาก	ดีถึงดีมาก	ไม่ดีถึงปานกลาง
ความต้านทานต่อน้ำมัน	ไม่ดี	ปานกลาง	ปานกลาง	ดี	ดี
ความต้านทานต่อตัวทำละลาย	ไม่ดีถึงปานกลาง	ไม่ดีถึงดี	ไม่ดีถึงดี	ไม่ดีถึงดี	ดี
ความต้านทานต่อความร้อน	ปานกลาง	ปานกลางถึงดี	ดี	ไม่ดีถึงปานกลาง	ไม่ดีถึงปานกลาง
ความต้านทานต่อความเย็น	ดีมาก	ดีมาก	ปานกลางถึงดีมาก	ปานกลาง	ดี
ความต้านทานต่อแรงกระแทก	ดีมาก	ดีมาก	ไม่ดีถึงดี	ปานกลางถึงดี	ดีถึงดีมาก
ราคาต่อหน่วย	ต่ำ	ต่ำ	ปานกลาง	ปานกลางถึงสูง	ปานกลาง

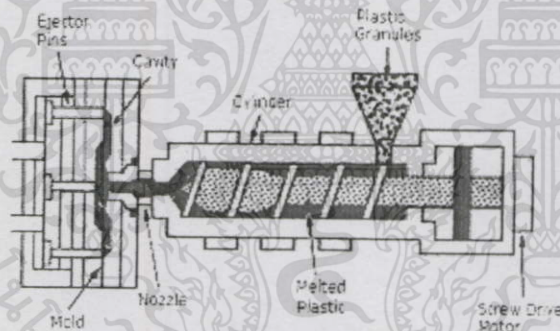
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา 80 และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.10 ตารางแสดงราคาของภาชนะบรรจุภัณฑ์พลาสติก(โดยประมาณ)ที่มา: บริษัท คอนิเนก จำกัด

ลักษณะบรรจุภัณฑ์	ขวดพร้อมฝา	หลอดพร้อมฝา	กระปุกพร้อมฝา+ฝาใน
ราคาต่อหน่วย	30 ml/1.0	5-10 g /2.0	5-10 g /6.5
โดยประมาณ (บาท)	100 ml/4.5	18-20 g/2.5	20 g/7
	200 ml/5.85	22-30 g/2.8	
	400-500 ml/7.5	35-40 g/3.0	

การขึ้นรูปผลิตภัณฑ์พลาสติก วิธีการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์พลาสติกมีหลายวิธี แต่ที่สำคัญ และนิยมทำกัน ในวงการอุตสาหกรรมพลาสติกมีดังต่อไปนี้

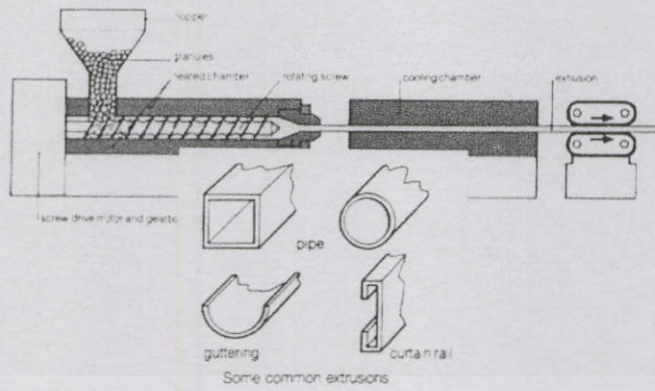
1. การขึ้นรูปด้วยเครื่องฉีดพลาสติกเข้าแม่พิมพ์ (Injection molding machine) เป็นกรรมวิธีการผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกที่นิยมใช้กันมากในปัจจุบันเพราะสามารถผลิตชิ้นงานที่มีรูปร่างซับซ้อน ได้ดีและมีหลายลักษณะงาน เป็นวิธีการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์โดยการฉีดพลาสติกที่กำลังหลอมเหลวเข้าสู่แบบพิมพ์ ด้วยความดันสูง เหมาะกับเทอร์โมพลาสติก ผลิตได้จำนวนมากในเวลาอันรวดเร็ว



ภาพที่ 2.29 การขึ้นรูปด้วยการฉีด

ที่มา [Online]: <http://www.oringsusa.com>

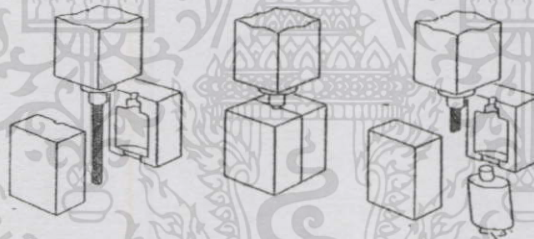
2. การขึ้นรูปด้วยเครื่องรีด (Extrusion Moulding) เครื่องจักรที่ใช้สำหรับการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์พลาสติกด้วยการรีดนี้ มีลักษณะคล้ายกับวิธีแรก แต่แตกต่างกันตรงที่ เอกซ์ทรูเดอร์ ไม่มีส่วนแม่พิมพ์ และอุปกรณ์ควบ สำหรับแม่พิมพ์ ตรงปลายกระบอกฉีดพลาสติก มีลักษณะเป็นช่องรีดพลาสติกออกมาเป็นเส้นหรือแผ่น การขึ้นรูปด้วยวิธีนี้ สามารถประยุกต์ เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ได้มากมาย เช่น ท่อหรือเส้นพลาสติก ดึงพลาสติก ฟิล์ม แผ่น หรือแท่งพลาสติกที่มีรูปหน้าตัดพิเศษ จากนั้นจะนำไปเข้ากรรมวิธีแบบเป่าให้เป็นรูปภาชนะต่อไป



ภาพที่ 2.30 การขึ้นรูปด้วยเครื่องรีด

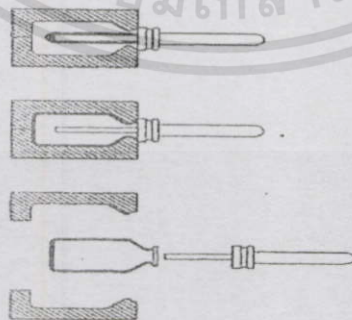
ที่มา [Online]: <http://alexpb.com>

3. การขึ้นรูปแบบเป่า (Blow moulding) ใช้ในการผลิตภาชนะกลวงโดยการทำให้พลาสติกเป็นสายท่อหรือหลอดแก้ว (Parison) แล้วใช้ลมเป่าให้เกิดรูปร่างตามแม่พิมพ์ แล้วจึงทำการปลดชิ้นงาน ซึ่งวิธีการเป่าแม่พิมพ์มีอยู่ 3 วิธีหลัก คือ การเป่าแบบ Extrusion (Extrusion blow moulding) แสดงดังรูป 2-6 การเป่าฉีด (Injection blow moulding)



ภาพที่ 2.31 แม่พิมพ์เป่าแบบ Extrusion และกระบวนการเป่าแบบ Extrusion

ที่มา : เอกสารสถาบัน ไทย-เยอรมันเรื่องเทคโนโลยีแม่พิมพ์พลาสติก, 2545



ภาพที่ 2.32 แม่พิมพ์เป่าแบบ Injection และกระบวนการเป่าแบบ Injection

ที่มา : เอกสารสถาบัน ไทย-เยอรมันเรื่องเทคโนโลยีแม่พิมพ์พลาสติก, 2545

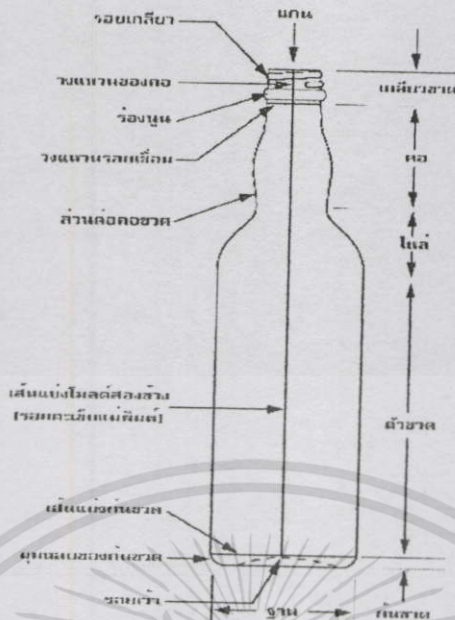
- โลหะ (Metals) บรรจุภัณฑ์โลหะ นับได้ว่าเป็นวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เก่าแก่ที่สุดหนึ่ง มีราคาสมเหตุสมผล แข็งแรง ผลิตและบรรจุสินค้าได้ง่าย รวดเร็ว คุณสมบัติเฉพาะตัวที่สามารถสกัดกั้น การซึมผ่านของอากาศและความชื้น ได้ 100 เปอร์เซ็นต์ โลหะมีหลายชนิดสามารถนำมาทำภาชนะบรรจุได้หลายรูปแบบ แต่โลหะที่นิยมนำมาผลิตเป็นภาชนะบรรจุภัณฑ์ที่ปลอดภัยมีดังต่อไปนี้

1. อลูมิเนียม (Aluminum) ใช้ทำเป็นภาชนะแข็งหรือภาชนะคงรูปก็ได้ เป็นหลอดบีบก็ได้ มีราคาถูกกว่าหลอดบีบที่ทำจากหลอดคีนูค ส่วนอลูมิเนียมฟอยล์ (Aluminum Foil) ก็เป็นที่นิยมใช้กันแพร่หลายเพราะเนื่องจากมีคุณสมบัติป้องกันความชื้น ออกซิเจน และก๊าซได้สมบูรณ์ มักนิยมใช้กับการบรรจุแบบสตรีปแบบลิสเตอร์ โดยใช้เป็นแผ่นปิดด้านหลัง ใช้ทำถุงชั้นนอก ทำแผ่นผนึกบนปากขวด แต่มีข้อควรระวัง ไม่ควรใช้บรรจุภัณฑ์ครีมีที่มีสารประกอบของอินทรีย์พวกปรอทหรือสารกันเสีย ไม่ควรใช้บรรจุของเหลวที่เป็นกรดและแอมโมเนียเข้มข้น ฉลากยาควรทำจากกระดาษที่มีคลอไรด์อยู่มากกว่า 0.05% กาวที่ใช้ปิดฉลากต้องมีค่า pH ระหว่าง 5.5-5.8 เช่นเดียวกับกล่องกระดาษที่ใช้ห่อหุ้มภาชนะอลูมิเนียม

2. ดีบุก (Tin) และเหล็กเคลือบดีบุก (Tinplate) เป็นโลหะที่มีความทนทานดีกว่าอลูมิเนียมในด้านเคมี สามารถทำเป็นฟอยล์และหลอดบีบ ได้ซึ่งมีคุณสมบัติที่ดีกว่าอลูมิเนียม แต่มีราคาที่แพงกว่า

2.6.3 ส่วนประกอบบรรจุภัณฑ์ยาต่างๆ ปัจจุบันบรรจุภัณฑ์ยามีรูปแบบที่หลากหลายตามการใช้งานที่เหมาะสม โดยมีส่วนประกอบเพื่อการใช้งานบรรจุภัณฑ์ยาดังต่อไปนี้

1. ขวด (Bottles) เป็นรูปแบบการบรรจุที่สามารถใช้บรรจุภัณฑ์ได้มากมายหลายชนิด ทั้งในรูปแบบของเหลว ของเหลวกึ่งแข็ง และของแข็ง ที่นิยมใช้จะเป็นขวดแก้วและขวดพลาสติก โดยทั้งสองชนิดต่างก็มีข้อดีข้อเสียที่แตกต่างกันไปตามคุณสมบัติของวัสดุ เช่นขวดแก้ว สำหรับการบรรจุภัณฑ์แล้วส่วนใหญ่จะเป็นขวดแก้วสีชา มีมาตรฐานของแก้วตามคุณสมบัติต่างๆกัน ส่วนขวดพลาสติก ที่ในปัจจุบันได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นและมีแนวโน้มจะนำมาใช้แทนขวดแก้วกันมากขึ้นเรื่อยๆเนื่องจากมีราคาต้นทุนที่ไม่สูงเท่าขวดแก้ว สามารถเติมแต่งสารพลาสติกได้หลากหลายยิ่งขึ้นเพื่อรองรับคุณสมบัติทางเคมีของตัวยา ขวดพลาสติกเป็นภาชนะกลวงที่ส่วนใหญ่ทำจาก Polyethylene เนื่องจากมีราคาและคุณสมบัติที่เหมาะสม บางครั้งใช้ขวด PVC หรือ PET ก็ได้ สามารถผลิตเป็นที่บีบได้อีกด้วย



ภาพที่ 2.33 แสดงส่วนประกอบของขวด

2. ฝาปิดพลาสติก (Plastic Closure) หน้าที่ของฝาปิดที่ไม่ว่าจะเป็นฝาปิดหลอด ปิดกระปุก นั้นควรมีหน้าที่ที่สามารถปกป้องคุ้มครองสินค้า ไม่ให้สินค้าหลุดออกมาและป้องกันไม่ให้สิ่งปนเปื้อนเข้าไปภายในได้ อีกทั้งยังต้องสามารถอำนวยความสะดวกในการใช้ โดยที่ทางผ่านของสินค้าอาจเป็นจอย ฝาฉีด หรือสเปรย์เพื่อความปิดแน่นและใช้สะดวก ในปัจจุบันฝาปิดภาชนะจะมุ่งเน้นในเรื่องของความปลอดภัยมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็น การปิดแน่นและสะดวกต่อการเปิดในผู้สูงอายุแต่ยังสามารถป้องกันไม่ให้เด็กเปิดได้ (Child-resistant Closure, CRC) การปิดที่มีเครื่องบ่งชี้ถึงการแอบเปิด (Temper-evident Closure) วิธีการปิดสามารถแบ่งได้เป็น 2 วิธี

- 1) การปิดแบบเปิดใช้ครั้งเดียว เหมาะสำหรับภาชนะที่บรรจุผลิตภัณฑ์ที่ใช้หมดในครั้งเดียว ได้แก่ การพับทบ (Folding) และการหลอม (Fusion)
- 2) การปิดแบบเปิดใช้ได้หลายครั้ง
  - 2.1) การหมุนเกลียว มี 3 ชนิด คือ ฝาเกลียวต่อเนื่อง (Continuous thread, CT) อาจผลิตจากโลหะหรือพลาสติกก็ได้ ส่วนฝาล็อก (Lug cap) และ ฝาโรลออน (Roll-on) ทำจากโลหะ
  - 2.2) การปิดด้วยความเสียดทาน (Friction-fit Closure) แบ่งเป็น 4 ชนิด คือ ฝาจีบ (Crown), ฝากด (Snap-fit), ฝากดสุญญากาศ (Press-on vacuum cap), จุก (Stoppers)

หากพิจารณาตามลักษณะการใช้งานแล้ว สามารถแบ่งเครื่องปิดประเภทฝาที่ใช้กันมากในการบรรจุ  
เกสรชัณฆ์มี 2 แบบคือ

1) ฝาคด (Push-on หรือ Snap-on Closures) เป็นฝาที่นิยมใช้สำหรับภาชนะรูปหลอด  
ทรงกระบอก วัสดุที่ใช้ทำโดยมากเป็น PE เพราะมีความยืดหยุ่นและบิดโค้งงอได้ดี ทำให้เปิดปิดได้ง่ายและ  
แนบสนิทกับขอบของปากภาชนะได้ดี

2) ฝาเกลียว (Screw หรือ Threaded Closure) เป็นฝาแบบที่นิยมใช้กันมากที่สุดสำหรับ  
ภาชนะบรรจุเกสรชัณฆ์ ลักษณะของฝาจะเป็นเกลียวที่หมุนเข้าได้กับเกลียวที่ปากขวด วัสดุที่ใช้ทำฝาเกลียว  
มีมากมายหลายอย่าง เช่น โลหะอลูมิเนียม เหล็กเคลือบดีบุก พลาสติก PS,PE,PP เป็นต้น

3.บรรจุภัณฑ์หิ้วจ่ายแบบสเปรย์หรือบีบ ปัจจุบันสเปรย์ หรือบีบ สามารถผลิตได้จากวัสดุ  
หลากหลายชนิดมากขึ้น ทั้ง โลหะ แก้ว และพลาสติก แต่ที่ได้รับความนิยมสูงสุดก็ยังคงเป็น โลหะ คือมี  
ปริมาณการใช้ถึง 98% ของปริมาณการผลิตกระป๋องชนิดทั้งหมด โลหะที่นิยมใช้ได้แก่แผ่นเหล็กเคลือบดีบุก  
(กระป๋องแบบ 3 ชั้น) และอลูมิเนียม (กระป๋อง 2 ชั้น) ซึ่งกระป๋องจากอลูมิเนียมจะมีความแข็งแรงมากกว่า  
เนื่องจากไม่มีตะเข็บข้างและตัวฝาล้างเป็นชิ้นเดียวกัน

สำหรับฝารบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ วัสดุที่ใช้มักทำด้วยพลาสติก HDPE สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งในการ  
ใช้บรรจุภัณฑ์นี้คือ ควรมิข้อพิจารณาที่ผิวนอกกระป๋องว่า “กระป๋องนี้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่อัดความดัน ห้าม  
วางใกล้ความร้อนใดๆหรือถูกแสงอาทิตย์โดยตรง ห้ามตีแท่งและเผาไฟ แม้ว่าจะใช้ผลิตภัณฑ์ภายใน  
หมดแล้วก็ตาม”

4. หลอดบีบ (Collapsible Tube) เป็นรูปแบบภาชนะเกสรชัณฆ์ที่ใช้เฉพาะกับสารกึ่งแข็งและเจล  
สามารถใช้บรรจุสารที่มีปริมาตรน้อยไปจนถึงปานกลาง นิยมใช้กันมากเพราะพกพาได้ง่าย และบีบใช้  
สะดวก หลอดบีบที่ใช้กันทั่วไปในการบรรจุเกสรชัณฆ์แบ่งเป็น 2 จำพวกใหญ่ๆได้แก่

- หลอดลามิเนต (Laminate Tube) มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับหลอดโลหะ ประกอบด้วยชั้น  
ของวัสดุ 7 ชั้น แผ่นลามิเนตหนาประมาณ 0.33 มม. ทำขึ้นโดยประกบแบบอัดรีด (Extrusion laminate) ตัว  
หลอดมีแผ่นเปลวอลูมิเนียมเป็นตัวสกัดกั้นความชื้นและออกซิเจน

- หลอดบีบอลูมิเนียม (Aluminium Collapsible) หมายถึง ภาชนะบรรจุทรงกระบอกทำด้วย  
อลูมิเนียม ผ่านการอบอ่อน เมื่อบีบหลอดจะทำให้สิ่งที่บรรจุอยู่ภายในออกตามที่ต้องการและมีฝาที่ปิดสนิท  
แบ่งออกเป็น ประเภทไม่เคลือบผิวด้านในและประเภทเคลือบผิวด้านในอลูมิเนียมที่ใช้ทำหลอดควรมีความ  
บริสุทธิ์ไม่น้อยกว่าร้อยละ 99.7

- หลอดบีบพลาสติก ส่วนใหญ่แล้วนิยมใช้ LDPE ในการผลิต เพราะมีคุณสมบัติที่  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เหมาะสมสามารถคืนรูปทรงได้ภายหลังบีบ ทำให้ไม่สูญเสียความสวยงามและรูปทรงการเก็บรักษาแต่มี ปัญหาเรื่องการดูดกลับของอากาศเข้าไปภายในหลอดบีบ ในปัจจุบันจึงมีการนำหลอดลามิเนตมาเคลือบ พลาสติกด้านนอกเช่นเดียวกับหลอดบรรจุยาสีฟัน แต่ยังคงไม่เป็นที่นิยมในการบรรจุเกสรตัวผู้มากนัก

5.กล่องกระดาษ (Boxes) กล่องที่คาดว่าจะใช้ในโครงการนี้ เป็นกล่องกระดาษที่สามารถพับได้เพื่อ ความสะดวก ประหยัดค่าขนส่ง มีลักษณะเบื้องต้นดังนี้

- กล่องกระดาษแข็งพับได้ สามารถขึ้นรูปและจัดส่งเป็นแผ่นแบนราบ เมื่อถึงโรงงานบรรจุ อาจนำไปตากาว พร้อมบรรจุสินค้า หรือตัวกล่องอาจทากาวตามขอบข้างกล่องให้เรียบร้อยเพื่อบรรจุและปิด ฝาได้ทันที อาจแบ่งย่อยเป็นแบบท่อ (Tube) และแบบถาด (Tray)

1) แบบท่อ (Tube) กระดาษแข็งที่ใช้ในการแปรรูปเป็นกล่องมีอยู่หลากหลายและมี คุณสมบัติต่างกันตามความหนาของกระดาษก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่เราสามารถเลือกใช้ได้

ตารางที่ 2.11 ตารางแสดงราคาของภาชนะบรรจุภัณฑ์พลาสติก(โดยประมาณ)ที่มา: บริษัท คอนิเนก จำกัด

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

2) แบบถาด (Tray) กล่องประเภทนี้จะมีฐานด้านล่างรองรับผลิตภัณฑ์ เป็นด้านเต็มเรียบไม่ มีรอย และมีด้านข้างของกล่อง 2 ด้าน ซึ่งเป็นความลึก

6.การบรรจุที่มีเครื่องบ่งชี้ถึงการลักลอบเปิด (Tamper-evident Packaging) ลักษณะของภาชนะ บรรจุหีบห่อที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาของสหรัฐอเมริการะบุว่า เป็นภาชนะที่มีเครื่องบ่งชี้ถึง การลักลอบเปิดได้แก่

1) การห่อด้วยฟิล์ม (Film Wrappers) ฟิล์มที่ใช้ห่อควรใส มีความเหนียว และปิดผนึกด้วยความร้อนได้ และมีการออกแบบหรือพิมพ์ข้อความเฉพาะของผลิตภัณฑ์ถ้าจะเอาผลิตภัณฑ์ออกมาจะต้อง ตัดหรือฉีกฟิล์มนี้ออก การห่อด้วยฟิล์มทำได้หลายแบบ ได้แก่ การห่อแบบพับส่วนปลาย (End-folded Wrappers) การห่อแบบผนึกเป็นครีป (Fin Seal Wrappers) การห่อแบบฟิล์มหด (Shrink Wrappers)

- 2) การบรรจุแบบบลิสเตอร์ (Blister Package)
- 3) การบรรจุแบบสตริป (Strip Package)
- 4) การบรรจุแบบบับเบิ้ล (Bubble Package) เป็นการบรรจุผลิตภัณฑ์และภาชนะบรรจุไว้ตรงกลางวัสดุที่นำมาอัดขึ้นรูปเป็นกระเปาะ มีแผ่นปะด้านหลังเป็นวัสดุแข็ง เช่นกระดาษแข็ง
- 5) การผนึกด้วยฟิล์มหดหรือแถบหด (Shrink Seals and Bands) ใช้ฟิล์มพลาสติกหดส่วนมากเป็น PVC มีการพิมพ์สัญลักษณ์แล้วตัดเป็นท่อนๆสวมหุ้มฝาปิดก่อนผ่านความร้อน
- 6) ถุงปิดผนึก (Pouches) วัสดุที่ไซ้มักเป็นลามิเนตที่ด้านในจะต้องปิดผนึกด้วยความร้อนได้
- 7) ขวดปิดผนึก (Bottle Seals) ใช้แผ่นวัสดุปิดผนึกกับขอบของปากขวด ส่วนมากเป็นกระดาษไข หรือลามิเนตของอลูมิเนียมฟอยล์
- 8) แถบปิดผนึก (Tape Seals) ใช้เทปกาหรือเทปที่ปิดด้วยแรงกด (Pressure-sensitive Tape) ปิดครอบฝาปิดของภาชนะ ส่วนมากใช้กับการปิดผนึกกล่องกระดาษ
- 9) ฝาปิดขาด (Breakable Caps) เช่น ฝาเกลียวรีดปิดขาด (Roll-on pilfer-proof) ที่ทำจากอลูมิเนียม หรือพลาสติกที่ต้องดึงแถบพลาสติกที่เชื่อมฝากับส่วนที่ยึดตัวภาชนะออกจึงจะเปิดฝาได้
- 10) หลอดปิดผนึก (Sealed Tubes) หลอดบีบที่บรรจุยาจะต้องปิดทั้งสองด้าน ด้านปากหลอดจะมีเยื่อบางๆของอลูมิเนียมหนา 3-5 มม. ปิดอยู่
- 11) ภาชนะแอโรซอล (Aerosol Containers) เป็นภาชนะที่ป้องกันการลักลอบ เปิดได้ด้วยลักษณะของภาชนะ
- 12) กล่องปิดผนึก (Sealed Cartons) เป็นการปิดผนึกกล่องชั้นนอกด้วยกาวหรือสิ่งอื่นที่ จะต้องทำลายก่อนเปิดออก

ตารางที่ 2.12 วิเคราะห์ข้อดีข้อเสีย ของวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์

วัสดุ	ข้อดี	ข้อเสีย
พลาสติก	<ul style="list-style-type: none"> <li>- น้ำหนักเบา ไม่แตกหักง่าย</li> <li>- สะดวกในการขนส่ง</li> <li>- ผลิตได้ง่ายและจำนวนมาก</li> <li>- สามารถผลิตได้หลากหลายรูปแบบ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ต้องมีการเติมสารเสริมเพื่อสร้างคุณสมบัติของภาชนะบรรจุ</li> <li>- สำหรับยาแต่ละประเภท</li> </ul>
โลหะ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีความทนทานสูง</li> <li>- ป้องกันการซึมผ่านของสาร ได้ดี</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ฝูกร้อน</li> <li>- อาจปล่อยสารที่เป็นอันตรายได้</li> </ul>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา 87 จะต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.6.4 ระบบทางการพิมพ์

การพิมพ์ระบบออฟเซต (Offset Printing) หลักของการพิมพ์ offset คือ น้ำกับน้ำมันจะไม่รวมตัวกันซึ่งบนแผ่นแม่พิมพ์จะมีทั้งสอง ส่วนคือ บริเวณที่ไม่มีภาพก็จะเป็นที่รับน้ำและในส่วนที่มีภาพก็จะเป็นสารเคมีที่เป็นพวกเดียวกับ หมึกระบบการพิมพ์ออฟเซต กระจายที่ใช้พิมพ์กับระบบการพิมพ์ออฟเซต ควรมีคุณสมบัติดังนี้

1. มีผิวเรียบเพื่อให้อรับหมึกได้ดี
2. ไม่มีขุยและฝุ่นบนผิวกระจาย เพราะจะทำให้ภาพพิมพ์มีรอยดำของขุยกระจาย
3. ด้านทานน้ำและความชื้นได้ดี ไม่ยี้ดง่ายเมื่อถูกความชื้น
4. มีเนื้อกระจายสม่ำเสมอและรับหมึกได้ดี
5. มีความราบเรียบตลอดทั้งแผ่นเพื่อให้ป้อนเข้า เครื่องได้สะดวก

ในกรณีของกระจายอาร์ตลายผ้า อาร์ตหนังโก้ และกระจายปัมลายต่างๆ ก็ยังสามารถใช้ พิมพ์ด้วยระบบออฟเซตได้ดี เพราะการถ่ายทอดภาพ โดยผ่านผ้าอย่างเบลงเกต ทำให้มีความยืดหยุ่นตัวดี และแรงกดในการพิมพ์ก็มีมาก

สิ่งพิมพ์ที่เหมาะสมกับระบบ offset ระบบออฟเซตเป็นระบบการพิมพ์ที่ใช้กันมากที่สุดในโลกในปัจจุบัน เพราะให้งานพิมพ์ที่สวยงามมีความคล่องตัวในการจัดอาร์ตเวิร์คและไม่ว่าจะออกแบบอย่างไรการพิมพ์ก็ไม่ยุ่งยากมาก จนเกินไปประกอบกับความก้าวหน้าในการทำฟิล์มและการแยกสีในปัจจุบัน ทำให้ยังพิมพ์จำนวนมากเท่าไรก็จะยิ่งถูกลง สิ่งพิมพ์ที่จะพิมพ์ด้วยระบบออฟเซตควรมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. มีจำนวนพิมพ์ตั้งแต่ 3,000 ชุด ขึ้นไป
2. มีภาพประกอบหรืองานประเภท กราฟ มาก
3. ต้องการความรวดเร็วในการจัดพิมพ์
4. ต้องการความประหยัด สวยงาม
5. เป็นการพิมพ์ หลายสี หรือภาพ สีสีที่ต้องการความสวยงามมาก
6. มีงานอาร์ตเวอร์ที่มีความยุ่งยากสลับซับซ้อนมาก
7. มีงบประมาณในการจัดพิมพ์เพียงพอ ระบบออฟเซตสามารถให้งานพิมพ์ที่คุณภาพดีได้เพราะ

- การถ่ายทอดภาพกระทำโดยการถ่ายทอดลงบนผ้าอย่างเบลงเกตก่อนแล้วจึงถ่ายทอด ลงบนกระจายทำให้การถ่ายทอดหมึกเป็นไปอย่างสม่ำเสมอ

- สามารถใช้สกรีนที่มีความละเอียดมากๆ ถึง 175 -200 เส้น/นิ้วได้ทำให้ภาพที่ออกมาละเอียด การพิมพ์ภาพสีสี่สีสะดวกสามารถปรับตำแหน่งแม่พิมพ์และกระจาย ให้ลงในตำแหน่งที่ตรง กันสามารถพิมพ์ลงบนกระจายได้เกือบทุกชนิด

**การพิมพ์ระบบเฟล็กโซกราฟี (Flexography)** หลักการพิมพ์ระบบเฟล็กโซกราฟี (Flexography) นั้น แม่พิมพ์ทำด้วยยางบริเวณที่เกิด ภาพ จะนูนสูงขึ้นมาจากพื้นเช่นเดียวกับ แม่พิมพ์ในระบบเลตเตอร์เพรส การทำแม่พิมพ์จะต้องทำ แม่พิมพ์บนสังกะสีก่อนแล้วจึงเอา bakelite ไปทานบนแผ่นสังกะสี ที่กัดกรดเป็นแม่พิมพ์เมื่อถ่าย แบบมาแล้วนำแผ่นยางไปอัดบน bakelite จึงจะได้ แม่พิมพ์ยางออกมา กรรมวิธีก็คล้ายคลึงกับ การตรายางที่ใช้ปั๊มในสำนักงานทั้งไป แม่พิมพ์ยาง ที่ได้เรียกว่า polymer plate ซึ่งเป็นยางสังเคราะห์ มีความเหมาะสมในการใช้งาน เพราะทนทานรับหมึกได้ดี

ระบบการพิมพ์จะมีลูกกลิ้งยางจุ่มอยู่ในอ่างหมึก ลูกกลิ้งจะพาหมึกมาติดที่ลูกกลิ้งเหล็ก ลูกกลิ้งเหล็กนี้จะถ่ายถอดหมึก ไปให้ลูกกลิ้งอีกลูกที่จะถ่ายทอดหมึกให้แม่พิมพ์ยางแล้วค่อยถ่าย ถอดลงบนผิวของวัตถุ โดยมีลูกกลิ้งเหล็กอีกอันติดอยู่ บรรจุภัณฑ์ที่ทำด้วยระบบเฟล็กโซก็ได้แก่กล่องกระดาษลูกฟูก กล่องกระดาษ ถุงปูนซีเมนต์ ถุงใส่ปุ๋ย ถุงพลาสติกใหญ่ๆ กล่องนม UHT เป็นต้น

**ความรู้เกี่ยวกับสีโดยทั่วไป** Process Color เป็นการพิมพ์ที่ใช้สีตั้งแต่ 2 สีขึ้นไปทำให้เกิดภาพที่มี shade สีหลากหลาย ด้วยสีที่มีคุณสมบัติโปร่งแสง (Transparency) สี Process Color ประกอบด้วย CMYK สีฟ้า (Cyan) สีม่วงแดง (Magenta) สีเหลือง (Yellow) สีดำ (Black)

**การพิมพ์ระบบซิลค์สกรีน** การพิมพ์ซิลค์สกรีน ก็คือการนำผ้าไหม (silk) ที่ผลิตขึ้นมาเพื่อ การพิมพ์นี้โดยเฉพาะนำมา จึงให้ตั้งกับขอบไม้หรือกรอบโลหะ แล้วสร้างภาพขึ้นบนผ้าไหมซึ่งมีสภาพเป็น ฉากพิมพ์ (screen) ปิดกันในส่วนที่ไม่ต้องการให้เกิดเป็นภาพที่บิดัน และปล่อยให้ส่วนที่ต้องการให้เป็น ภาพโปร่งไว้ การพิมพ์ปิดกันผ้าไหมนี้มีหลายวิธีการ เช่นระบายด้วยสีน้ำมัน แชลแลค ฟิล์ม ตลอดจนถึงการ ใช้ กาวกับน้ำยาไวแสงปิดกัน และเมื่อนำแผ่นฟิล์มไปวางทาบลงบนสิ่งที่จะพิมพ์ทั้งรูปทรง 3 มิติ หรือ แผ่น เรียงที่มีพื้นผิว ไม่ขรุขระมาก เช่น กระดาษ ผ้า แก้ว พลาสติก โลหะ ไม้ ฯลฯ แล้ว หยอดสีลง บนแม่พิมพ์ใช้ ยางปาด (squeegee) ที่มีผิวหน้าตัดเรียบ ปาดคั้นสีให้ผ่านแม่พิมพ์ทะลุออกไปติด บนพื้นรองรับ ซึ่งก็จะได้ ภาพพิมพ์ตามที่ต้องการ

การพิมพ์ด้วยระบบซิลค์สกรีนนี้ มีบทบาทกับภาชนะบรรจุภัณฑ์เป็นอย่างมาก เพราะเป็น วิธีเดียว ที่จะพิมพ์บนวัสดุหรือภาชนะผิวโค้ง เช่น ขวดแก้ว ขวดพลาสติก กระป๋องโลหะที่ผ่านการ ขึ้นรูป แล้ว

จากการพิมพ์ระบบต่างๆที่กล่าวมาแล้ว จะเห็นว่ามีเทคนิคและระบบการพิมพ์ที่นำมาใช้ พิมพ์บนบรรจุภัณฑ์มากมายหลายกรรมวิธี และมีใช้ว่าจะมีแต่กรรมวิธีที่กล่าวมาแล้วเท่านั้น ระบบการพิมพ์ ในปัจจุบัน นับว่ามีการพัฒนาก้าวหน้าไปมาก ระบบการพิมพ์ต่างๆถูกคิดค้นมา มากมาย แต่ถึงอย่างไรก็เป็น การแตกยอดออกไปในกระบวนการพิมพ์ 4 ประการ หรือการประสาน กันในเทคนิคกรรมวิธีที่กล่าวมาแล้ว ข้างต้น เช่น การพิมพ์ระบบอิงค์เจ็ท เป็นการพิมพ์ด้วยการยิง หมึกออกมาเป็นจุดประกอบเป็นตัวอักษร และ ข้อความต่อเนื่องบนบรรจุภัณฑ์ก็พัฒนาขึ้นมาแทน การพิมพ์แบบ stencil และ silk screen การพิมพ์ระบบ

แพด (pad transfer printing) ก็เป็นการประสานหลักการ ระหว่างการพิมพ์ระบบออฟเซต ซิลค์สกรีนและเฟลกโซ เพื่อให้พิมพ์บนวัตถุที่มี พื้นผิวต่างระดับกันได้ เป็นต้น

## 2.7 ข้อบังคับทางกฎหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ

ยาและเครื่องสำอาง เป็นคำที่รู้จักกันดีส่วนคำว่า “เวชสำอาง” เป็นคำที่เพิ่งมีการนำมาใช้อย่างแพร่หลายทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทยเมื่อไม่นานมานี้เอง ซึ่งมีคนส่วนน้อยที่เข้าใจความหมายที่แท้จริง ผลิตภัณฑ์เวชสำอาง เป็นผลผลิตที่มีสมบัติระหว่างยาและเครื่องสำอาง เป็นการรวมสมบัติของยาและเครื่องสำอางไว้ด้วยกันคือเป็นเครื่องสำอางที่ออกฤทธิ์หรือทำให้มีการเปลี่ยนแปลง โครงสร้างของเซลล์ผิวหนัง มีผลต่อการทำงานของผิวหนังช่วยแก้ไขข้อบกพร่องให้ดีขึ้น แต่ไม่จัดว่าเป็นยา ผลิตภัณฑ์ที่จัดเป็นเวชสำอางจะไม่เน้นเรื่องการเสริมความงาม แต่จะเน้นประสิทธิภาพมากกว่าเครื่องสำอางคือ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับร่างกายของมนุษย์ในส่วนต่างๆ ภายนอกร่างกาย เพื่อความสะอาด ความสวยงาม หรือส่งเสริมให้เกิดความสะอาดความสวยงาม และประเทินผิวเท่านั้น เครื่องสำอางจะต้องไม่แสดงสรรพคุณ บำบัด บรรเทา รักษาหรือป้องกันโรค รวมทั้งจะต้องไม่แสดงสรรพคุณว่ามีผลหรือเข้าไปสัมผัสทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อโครงสร้างของร่างกาย จากคำนิยามที่บัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 ได้ระบุไว้ว่า เครื่องสำอาง หมายถึง

(1) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ทา ถู นวด โรย พ่น หยอด ใส่ อบ หรือกระทำด้วยวิธีอื่นใด ต่อส่วนหนึ่งส่วนใดของร่างกายเพื่อความสะอาด ความสวยงาม หรือส่งเสริมให้เกิดความสวยงามและรวมตลอดทั้งเครื่องประเทินผิวต่างๆด้วย แต่ไม่รวมถึงเครื่องประดับและเครื่องแต่งตัวซึ่งเป็นอุปกรณ์ภายนอกร่างกาย (2) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอางโดยเฉพาะ หรือ (3) วัตถุอื่นที่กำหนดโดยกฎกระทรวงให้เป็นเครื่องสำอาง

จึงสรุปได้ว่าเวชสำอาง คือ เครื่องสำอาง ที่มีคุณสมบัติระหว่าง “ยา” และ “เครื่องสำอาง” ไว้ด้วยกัน โดยคุณสมบัติในทางยา จะออกฤทธิ์หรือทำให้มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของเซลล์ผิวหนัง ช่วยแก้ไขข้อบกพร่องของผิวหนังให้ดีขึ้น แต่ไม่จัดว่าเป็นยา (กลไกการทำงานคล้ายยา) ส่วนคุณสมบัติในทางเครื่องสำอาง ก็คือ ส่งผลให้มีความสวยงามเกิดขึ้นส่วน เครื่องสำอาง จะเน้นเสริมความสวยงามภายนอกเท่านั้น ไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของเซลล์ผิวหนัง และกลไกการทำงานหรือออกฤทธิ์จะเห็นผลได้ช้าหรือได้น้อยกว่าเวชสำอาง

พระราชบัญญัติเครื่องสำอางพ.ศ. ๒๕๓๕ ได้แบ่งเครื่องสำอางออกเป็น 3 ประเภท คือ เครื่องสำอางควบคุมพิเศษ เครื่องสำอางควบคุม และเครื่องสำอางทั่วไป ปัจจุบันกฎหมายได้มีการให้เครื่องสำอางทุกประเภทจัดอยู่ในหมวดเครื่องสำอางควบคุม คือต้องมีการแจ้งจัดขึ้นทะเบียนขอ. โดยจะได้รับรหัสตัวเลข 10 หลัก โดยกฎหมายได้ประกาศแล้วตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 และอนุ โลมให้เริ่มใช้บังคับในปี 2554 โดยเลขขอ.ทางกฎหมายกำหนดว่าห้ามนำมาใช้ในการ โฆษณา ผลิตภัณฑ์ในประเทศ ต้องจัดทำฉลากภาษาไทยให้มีข้อความครบถ้วนและถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนดแต่ทั้งนี้ผู้จัดจำหน่ายต้องทำฉลากให้ครบถ้วน คือ ระบุคุณสมบัติ ส่วนผสม วิธีการใช้ แหล่งผลิตไว้อย่างชัดเจน ต้องไม่โฆษณาคุณสมบัติมากไปกว่าการเป็นเครื่องสำอาง ดังนั้นอย่างกล่าวใช้แล้วชาว ก็ใช้ไม่ได้ ต้องใช้คำว่า “ทำให้ผิวแลดูกระจ่างใส” แทน เป็นต้น

## 2.8 สรุปวิเคราะห์ และนำเสนอ เป้าหมายของโครงการ

จากการวิเคราะห์ตลาดผลิตภัณฑ์รักษาผิวในประเทศไทยช่วง 5 ปีที่ผ่านมาพบว่าตลาดมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ.2550 มีมูลค่าประมาณ 100 ล้านบาท ปี พ.ศ.2552 สูงขึ้นเป็น 300 ล้านบาท และในปัจจุบันพบว่าตลาดของผลิตภัณฑ์รักษาผิวมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นถึง 1,000 ล้านบาท และมีแนวโน้มการขยายตัวอย่างต่อเนื่องทุกปีอย่างน้อย 8-10% แต่เนื่องจากนิเวศการแข่งขันค่อนข้างใหม่สำหรับตลาดยารักษาผิวระดับประเทศ ดังนั้นเพื่อการยกระดับสินค้าให้มีความสามารถในการแข่งขันในตลาดใหญ่นี้ได้ จึงมีเป้าหมายของ โครงการดังนี้

1. ออกแบบและปรับปรุงรูปแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ เพื่อจุดเด่นที่แตกต่าง เพื่อการใช้งานอย่างถูกวิธี ปลอดภัย อีกทั้งสะดวกใช้งานง่าย มีความน่าสนใจ น่าเชื่อถือ จึงดึงดูดกลุ่มเป้าหมายได้
2. สร้างภาพลักษณ์ใหม่ สร้างรูปแบบตราสัญลักษณ์ และแนวทางของนโยบายใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มวัยต่ำกว่าอุดมศึกษาและกลุ่มผู้ปกครอง
3. สร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์เพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
4. เพื่อขยายตลาดแมส(ตลาดสำหรับกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใหญ่)มากขึ้น

## 2.8.1 นโยบายการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายและลักษณะการจัดจำหน่าย

ทางคลินิกยิตววรรณให้การรักษาด้านโรคผิวหนัง สิว ฝ้า ผดผื่น ทั่วไป มีการจ่ายยาที่ทางคลินิกผลิตขึ้นเองตามวินิจฉัยทางการแพทย์ อีกทั้งยังได้วางจำหน่ายยารักษาสิวที่หน้าคลินิกให้คนทั่วไปที่ไม่เข้ารับการรักษาสารมาซื้อใช้ผลิตภัณฑ์ของทางคลินิกได้

ในปัจจุบันทางคลินิกมีนโยบายที่จะสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์เพื่อขยายโอกาสทางการค้า โดยมุ่งเน้นออกมาสู่ตลาดแมสเซ็น เพื่อขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มวัยต่ำกว่าอุดมศึกษามากขึ้น ถือเป็น การปรับตัวครั้งใหญ่เพื่อให้ภาพลักษณ์แบรนด์คู่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย

โดยทั้งนี้ทางโครงการ ได้จัดรูปแบบของช่องทางการจัดจำหน่ายไว้ดังนี้

1. วางจำหน่ายตามร้านค้า ประเภท Supermarket เช่น 7-eleven, Big C, Tesco Lotus, Lotus express เป็นต้น โดยลักษณะการจัดจำหน่ายสินค้าอาจจะถูกวางแยกประเภทไปตามหมวดหมู่
2. วางจำหน่ายตามซอปรต่างๆ ในห้างสรรพสินค้า เช่น Boots, Watson, Tesco Lotus extra, Tops, Villa market ซึ่งการจัดจำหน่ายสามารถจัดตั้งเป็นกลุ่มสินค้าของแต่ละแบรนด์แยกกัน

## 2.8.2 นโยบายด้านการประชาสัมพันธ์

1. ทำการโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ โดยเน้นกลุ่มวัยรุ่น เช่น นิตยสาร ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นวัยรุ่น
2. จัดทำแผ่นพับ โบว์ชัวร์สินค้าทั้งหมด เพื่อนำเสนอจุดเด่นของสินค้าที่สามารถช่วยให้ ผู้บริโภคใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ นำเชื่อถือ ให้เป็นที่รู้จักในท้องตลาดมากขึ้น

## บทที่ 3

### การออกแบบและการพัฒนาแบบ

#### 3.1 แนวความคิดในการออกแบบ

จากการค้นคว้าข้อมูลของตัวผลิตภัณฑ์และผลสำรวจจากการสอบถามข้อมูลผู้บริโภคที่ใช้งานผลิตภัณฑ์จริงพบว่าผู้บริโภคมีพฤติกรรมในการใช้งานที่เสี่ยงต่อการใช้งานยาที่ผิดวิธีจึงนำมาเป็นแนวความคิดผลิตภัณฑ์ในการออกแบบว่าจะสามารถออกแบบอย่างไรให้ผู้บริโภคสามารถใช้งานยาอย่างถูกวิธี และจากการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการ ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคนั้นให้ความไว้วางใจในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ดูมีความน่าเชื่อถือจึงนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์มาสร้างแนวความคิดในการออกแบบ ไม่ว่าจะเป็นแนวความคิดตราสินค้า ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์และทางด้านกราฟิก ดังนี้

##### 3.1.1 แนวความคิดของตราสินค้า (Brand Concept)

แนวความคิดของตราสินค้า (Brand Concept) นั้นเริ่มมาจากข้อมูลสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายหลักพบว่า 33% มีความไว้วางใจในภาพลักษณ์ที่ดูน่าเชื่อถือแต่ภาพลักษณ์ของยารักษาสิวไม่ควรมีความเป็นทางการแพทย์จริงจังเกินไป ซึ่งทำให้ยิตวารรณต้องวางบุคลิกภาพให้เปรียบเป็นพี่สาวที่ให้ความรู้สึกลึกถึงความอบอุ่นเป็นกันเองแต่ยังคงไว้ซึ่งความเชื่อถือน่าไว้วางใจ จึงเป็นที่มาของแนวคิดตราสินค้า “พี่สาวแสนดีที่เคียงข้างคุณ”

แนวความคิดของผลิตภัณฑ์ (Product Concept) จากการนำข้อมูลที่ค้นคว้ามาวิเคราะห์พบว่าบรรจุภัณฑ์ยารักษาสิวในตลาดปัจจุบันไม่มีการป้องกันพฤติกรรมการใช้งานที่ผิดวิธี และการสื่อสารที่เข้าใจง่าย ทางยิตวารรณคลินิกจึงสร้างทางเลือกใหม่ที่แตกต่างจากคู่แข่ง โดยให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้งานง่าย เข้าใจได้ง่าย สามารถใช้รักษาอาการได้ด้วยตนเองอย่างมั่นใจ เป็นประสบการณ์ใหม่ที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่น จึงสรุปแนวความคิดผลิตภัณฑ์ออกมาเป็น “ประสบการณ์ใหม่ในการรักษา”

หลักเกณฑ์ในการออกแบบ (Design Criteria) มีฟังก์ชันด้านการใช้งานที่เอื้ออำนวยให้ผู้บริโภคสามารถใช้งานได้อย่างปลอดภัยและถูกวิธี โดยมีภาพลักษณ์ที่สื่อสารออกมา อย่างเหมาะสม น่าเชื่อถือ ภายใต้น้ำที่มาตรฐานของบรรจุภัณฑ์ (2P2C) และถูกต้องตามกฎหมายกำหนด

### 3.1.2 เงื่อนไขความต้องการในการออกแบบ (Design Requirements)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลในบทที่ 2 ในส่วนข้อมูลเกี่ยวกับมิติวารณคลินิกสามารถแบ่งเงื่อนไขในการออกแบบออกเป็น 3 ด้าน คือ ความต้องการของมิติวารณคลินิกความต้องการของบรรจุกัณฑ์ชายปลีกและความต้องการของบรรจุกัณฑ์รวมหน่วย

ความต้องการของมิติวารณคลินิก จากการสำรวจและสอบถามกลุ่มเป้าหมายถึงความต้องการในผลิตภัณฑ์ เป้าหมายที่มุ่งหวังในอนาคต และความสามารถในการผลิตที่มีอยู่เดิมเพื่อลดค่าใช้จ่ายพบว่าทางคลินิกมีความต้องการ ดังต่อไปนี้

- 1) ราคา โดยใช้ต้นทุนที่ไม่สูงมาก
- 2) การขนส่ง สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ขณะขนส่ง อีกทั้งประหยัดเนื้อที่ขณะขนส่ง
- 3) สามารถผลิตและบรรจุได้ด้วยเครื่องจักรที่มี
- 4) ถูกต้องตามกฎหมายกำหนด
- 5) มีความเป็นเอกลักษณ์องค์กร ผู้บริโภคเห็นแล้วสามารถจดจำได้
- 6) ตรงกับความต้องการในตลาดขณะนั้น
- 7) สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร

ความต้องการของบรรจุกัณฑ์ เนื่องจากมิติวารณมุ่งเน้นขายทั้งบรรจุกัณฑ์ชายปลีกและบรรจุกัณฑ์รวมหน่วย ซึ่งทั้งสองบรรจุกัณฑ์มีความต้องการและการใช้งานที่แตกต่างกัน จึงมาทำการแบ่งความต้องการของบรรจุกัณฑ์ออกเป็นสองประเภท คือ ความต้องการของบรรจุกัณฑ์ชายปลีกและความต้องการของบรรจุกัณฑ์รวมหน่วย

ความต้องการของบรรจุกัณฑ์ชายปลีก สามารถแบ่งความต้องการของบรรจุกัณฑ์ชายปลีกออกเป็น 2 ด้าน คือ ด้านการใช้งานของบรรจุกัณฑ์ และด้านการสื่อสารบนบรรจุกัณฑ์

- ด้านการใช้งาน

1.เห็นแล้วสามารถเข้าใจได้ทันทีถึงขั้นตอนการใช้งาน ทำให้มีความจำเป็นที่จะต้องออกแบบให้บรรจุกัณฑ์มีขั้นตอนการใช้งานที่ไม่ซับซ้อน

2.บรรจุกัณฑ์มีส่วนช่วยให้สามารถลดขั้นตอนการใช้งาน ได้จากบรรจุกัณฑ์เดิม โดยยังคงปลอดภัยและสะดวกต่อการใช้งาน

3.วัสดุมีคุณสมบัติของบรรจุกัณฑ์ไม่ควรมีส่วนที่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุเพื่อความ

ปลอดภัยของผู้บริโภค และการยึดอายุการใช้งานของยา

4. มีขนาดและรูปทรงที่เอื้ออำนวยในการใช้งาน

- ด้านการสื่อสาร

1. บรรจุกัณฑ์สามารถแสดงออกถึงภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือในสายตาผู้บริโภค

2. บนบรรจุกัณฑ์ควรมีสัญลักษณ์ หรือกราฟิกแสดงวิธีการใช้งานที่ผู้บริโภคช่วงวัยรุ่นเข้าใจได้ง่ายทันทีที่เห็น

3. มีการใช้อักษรภาษาไทยอธิบายข้อมูลที่สำคัญ บนฉลากยาเพื่อการสื่อสารที่เข้าใจชัดเจน หรือเป็นภาษาอังกฤษเฉพาะคำที่เข้าใจง่ายเหมาะสมกับช่วงวัยของผู้บริโภค

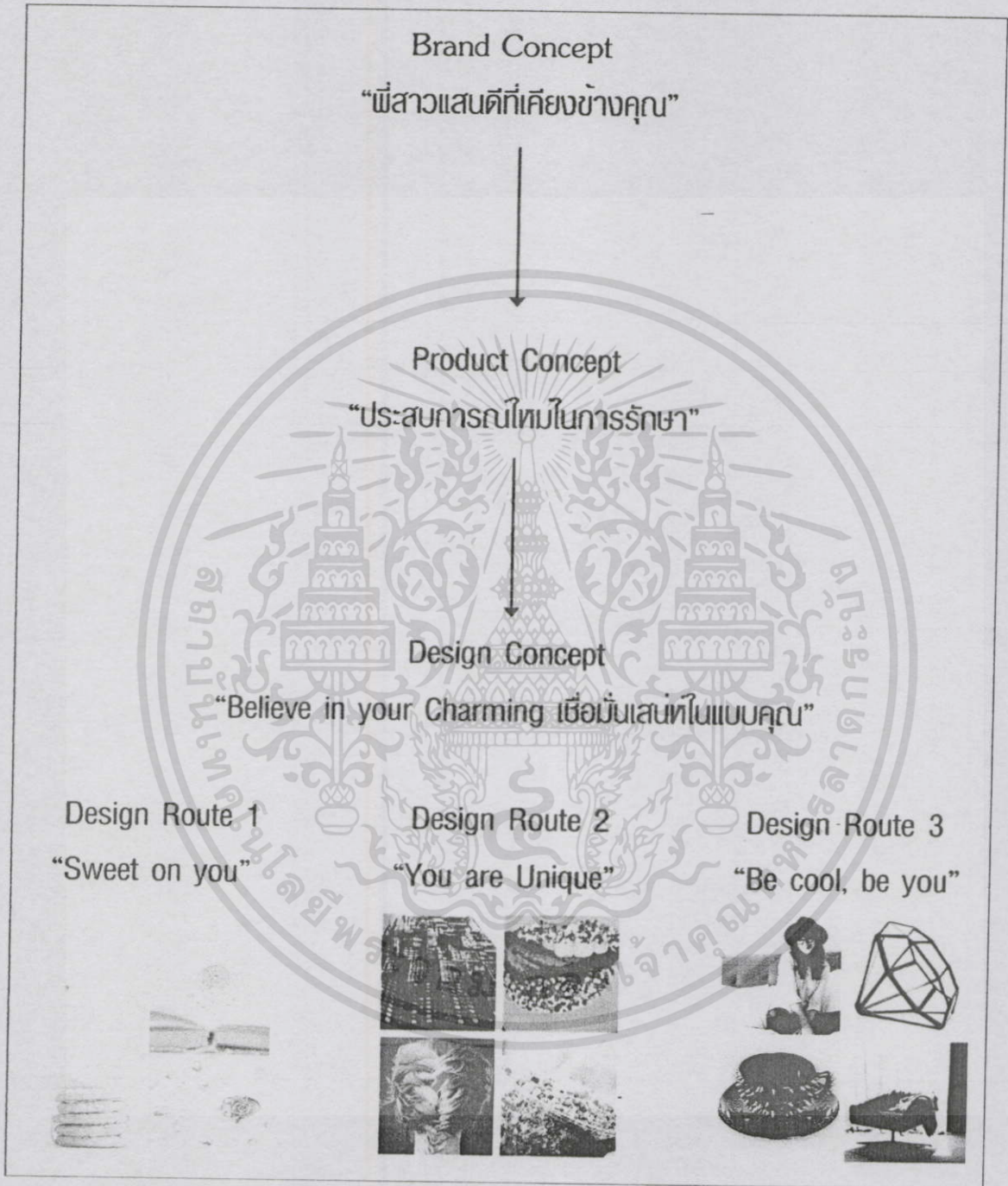
4. บรรจุกัณฑ์ยาควรใช้สีในการแยกแยะ ด้วยยาเพื่อให้ความเฉพาะตัวแตกต่าง ผู้บริโภคสามารถจดจำได้ แยกแยะด้วยยาได้สะดวก

ความต้องการของบรรจุกัณฑ์รวมหน่วย จะต้องสามารถบรรจุยาได้ครบตามจำนวนของแต่ละเซต สามารถในการห่อหุ้มปกป้องสินค้าขณะจำหน่าย เซตพกพาควรบรรจุยาในบรรจุกัณฑ์ที่สามารถเปิดใช้ได้หลายครั้ง อีกทั้งบรรจุกัณฑ์รวมหน่วยควรสามารถแสดงสินค้าและข้อมูลสำคัญของสินค้าที่บรรจุภายใน

### 3.1.3 แนวคิดในการออกแบบ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายอย่างวัยรุ่นนั้นพบว่า วัยรุ่นเป็นวัยที่มีความภาคภูมิใจในความเป็นตัวตนสูง โดยที่ยังคงตามกระแสเพื่อนฝูงจึงเป็นที่มาของเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่มของวัยรุ่น ซึ่งในปัจจุบันวัยรุ่นก็มีแนวทางในแบบที่แตกต่างกันไป เพื่อเพิ่มความมั่นใจในการเป็นตัวของตัวเองจึงนำตัวตนของวัยรุ่นมาเป็นแนวทางในการออกแบบด้านภาพลักษณ์ของบรรจุกัณฑ์ในโครงการเพื่อสื่อถึงความเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อวัยรุ่นให้ดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายอย่างวัยรุ่นสนใจเลือกซื้อ และจากนั้นจึงวิเคราะห์นำไปสู่การสร้างแนวทางในการออกแบบ (Design Route) เป็นตัวตนของวัยรุ่น 3 แบบ คือแนวทางออกแบบที่ 1 (Design Route 1): น่ารักในแบบคุณ (Sweet on You) แนวทางนี้จะเน้นไปในทางความหวาน แนวทางการออกแบบที่ 2 (Design Route 1): ตัวตนในแบบคุณ (You are unique) แนวทางนี้จะสื่อถึงสนุกสนาน สีสันสดใส แปลก แหวกแนว เป็นตัวของตัวเอง และแนวทางออกแบบที่

3 (Design Route 3): เท่ในแบบคุณ (Be cool, be you) แนวทางนี้สื่อถึงความเท่ มีสไตล์ สีขาวเทา  
เส้นตรง เรียบง่าย



ภาพที่ 3.1 แผนภาพแนวทางในการออกแบบ (Design Route)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.2 การออกแบบตราผลิตภัณฑ์

เนื่องจากนโยบายของคลินิกและการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนการรับรู้และมุมมองของผู้บริโภค สรุปได้ว่าจะใช้ชื่อของคลินิกเป็นชื่อตราผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่นำไปวางขายในตลาดใหม่สามารถประชาสัมพันธ์คลินิกให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างได้

3.2.1 การออกแบบตราผลิตภัณฑ์ขั้นแรก (Primary Sketch Logo) จากแนวความคิดของตราสินค้า (Brand Concept) ที่สาวแสนดีที่เคียงข้างคุณ สามารถดึง Keyword ออกมาได้คือ อบอุ่น, เป็นมิตร, ปกป้อง, พี่น้อง, ไวใจ จึงนำมาออกแบบแบ่งเป็น 4 แนวทาง ได้แก่

1.แนวทางการออกแบบโดยสื่อสารอย่างตรงไปตรงมา ในความเป็นพี่เป็นน้อง โดยใช้ภาพหญิงสาวสองคนมาใช้ในการสื่อสารอย่างชัดเจน หรือเป็นการใช้ภาพใบหน้าของผู้หญิงที่สื่อถึงความเป็นพี่สาว



ภาพที่ 3.2 แสดงแนวทางในการออกแบบตราผลิตภัณฑ์แนวทางที่ 1

จากนั้นจึงวิเคราะห์เลือกแบบ โดยใช้เงื่อนไขในการพิจารณาคือสัดส่วนความงาม การดึงดูด การจดจำได้ง่าย มีความเหมาะสมเมื่อนำไปจัดวางบนบรรจุภัณฑ์ และสื่อประชาสัมพันธ์ จึงได้ทำการเลือกแบบในแนวทางที่ 1 ที่อยู่ในวงเส้นประสีแดงค้างภาพ

2. แนวทางการออกแบบโดยสื่อทางอ้อม สื่อสารถึงการเดินไปด้วยกัน จูงมือระดับประคองกันไปตลอดการรักษา เหมือนพี่สาวที่อยู่เคียงน้องเสมอ



ภาพที่ 3.3 แสดงแนวทางในการออกแบบตราผลิตภัณฑ์แนวทางที่ 2

จากนั้นจึงวิเคราะห์เลือกแบบ โดยใช้เงื่อนไขในการพิจารณาคือสัดส่วนความงาม การดึงดูด การจดจำได้ง่าย มีความเหมาะสมเมื่อนำไปจัดวางบนบรรจุภัณฑ์ และสื่อประชาสัมพันธ์ จึงได้ทำการเลือกแบบในแนวทางที่ 2 ที่อยู่ในวงเส้นประสีแดงดังกล่าว

3. แนวทางการออกแบบโดยสื่อผ่านตัวอักษร ให้มีลักษณะที่นุ่มนวลและเป็นมิตร



ภาพที่ 3.4 แสดงแนวทางในการออกแบบตราผลิตภัณฑ์แนวทางที่ 3

จากนั้นจึงวิเคราะห์เลือกแบบ โดยใช้เงื่อนไขในการพิจารณาคือสัดส่วนความงาม การดึงดูด การจดจำได้ง่าย มีความเหมาะสมเมื่อนำไปจัดวางบนบรรจุภัณฑ์ และสื่อประชาสัมพันธ์ จึงได้ทำการเลือกแบบในแนวทางที่ 3 ที่อยู่ในวงเส้นประสีแดงดังกล่าว

4. แนวทางการออกแบบ โดยพัฒนาสัญลักษณ์เดิมผสมกับแนวทางการสื่อทางอ้อม คือการนำเอาแนวทางที่ 1+สัญลักษณ์ในรูปแบบเดิม แนวทางที่ 2+สัญลักษณ์ในรูปแบบเดิม และแนวทางที่3+สัญลักษณ์ในรูปแบบเดิม



ภาพที่ 3.5 แสดงแนวทางในการออกแบบตราผลิตภัณฑ์แนวทางที่ 4

จากนั้นจึงวิเคราะห์เลือกแบบ โดยใช้เงื่อนไขในการพิจารณาคือสัดส่วนความงาม การดึงดูด การจดจำได้ง่าย มีความเหมาะสมเมื่อนำไปจัดวางบนบรรจุภัณฑ์ และสื่อประชาสัมพันธ์ จึงได้ทำการเลือกแบบในแนวทางที่ 4 ที่อยู่ในวงเส้นประสีแดงดังภาพซึ่งเป็นแนวทางที่ 2+สัญลักษณ์ในรูปแบบเดิม

3.2.2 การออกแบบตราผลิตภัณฑ์ขั้นพัฒนา (Develop Sketch Logo)

จากการออกแบบแบบร่างของตราสัญลักษณ์ตามแนวทางที่เลือกแนวทาง จึงคัดเลือกตราสัญลักษณ์ที่โดดเด่นของแต่ละแนวทางมาพัฒนาให้สวยงามและมีความเหมาะสมเมื่อนำไปจัดวางบนบรรจุภัณฑ์ สื่อสารได้ดียิ่งขึ้น







ภาพที่ 3.6 แสดงการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ขั้นพัฒนา

จากนั้นจึงวิเคราะห์เลือกแบบ โดยใช้เงื่อนไขในการพิจารณาดังนี้

1. สื่อสารแนวความคิดของตราสินค้า (Brand Concept)
2. บุคลิกภาพของตราสินค้า ความน่าเชื่อถือ ความเป็นมิตร
3. สัดส่วนความงาม การดึงดูด การจดจำได้ง่าย
4. มีความเหมาะสมเมื่อนำไปจัดวางบนบรรจุภัณฑ์ และสื่อประชาสัมพันธ์
5. เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเดิมของทางคลินิกและกลุ่มลูกค้าใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จะวางขาย

ตารางที่ 3.1 แสดงการวิเคราะห์ให้คะแนนเลือกแบบตราสัญลักษณ์

	สื่อแนวคิดองค์กร	คล้ายคลึงแบบเดิม	ภาพลักษณ์	จำง่าย	ใช้ง่าย	รวม
	4	2	2	3	3	14
	3	3	3	2	4	15
	3	3	3	3	2	16
	3	3	4	4	4	18

จากตารางการวิเคราะห์ให้คะแนนมีเกณฑ์ให้แต่ละช่องคะแนนเต็ม 5 คะแนน มีเกณฑ์การพิจารณาตามเงื่อนไขข้างต้นว่าสามารถสื่อสารถึงแนวคิดองค์กรที่มีความเป็นพี่สาวที่อบอุ่นน่าไว้วางใจหรือไม่ พบว่าแนวทางที่ 1 ตอบโจทย์ได้ดีที่สุด เกณฑ์ต่อมาเป็นเกณฑ์การออกแบบใหม่ให้คล้ายคลึงแบบเก่าเพื่อให้ลูกค้าเก่าสามารถจดจำได้พบว่ายังไม่มีแนวทางใดที่ตอบโจทย์ได้โดดเด่นนัก เกณฑ์พิจารณาช่องที่สามเป็นความสามารถในการสื่อสารถึงภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือพบว่าแนวทางที่ 4 ตอบโจทย์ได้ดีที่สุดในขณะนั้นที่แนวทางที่ 1 กลับยังตอบโจทย์ได้ไม่ดีเท่าใด เกณฑ์ถัดไปเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาถึงการจดจำตราสัญลักษณ์ว่าง่ายต่อการจดจำหรือไม่พบว่าแนวทางที่ 4 ยังคงทำคะแนนได้ดี เกณฑ์การพิจารณาเกณฑ์สุดท้าย

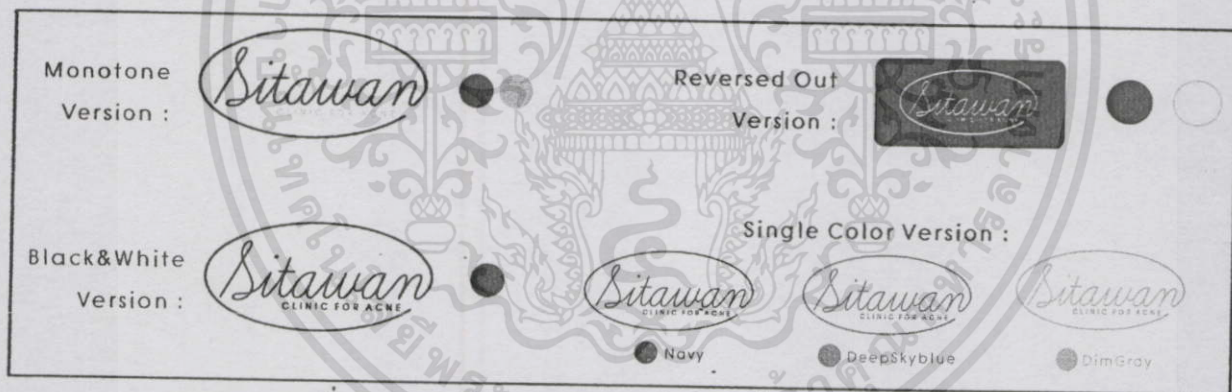
เป็นเรื่องของการนำตราสัญลักษณ์ไปใช้งานว่าใช้งานได้ง่ายและสะดวกเหมาะสมหรือไม่จากการทดสอบพบว่าแนวทางที่ 4 และแนวทางที่ 2 สามารถใช้งานได้ง่าย

ทำให้สามารถสรุปแบบได้ว่า ตราสัญลักษณ์ที่สามารถสื่อสารได้ชัดเจน มีความสวยงาม น่าจดจำมากที่สุด คือตราสัญลักษณ์ในแนวทางที่ 4 ดังแสดงในภาพด้านล่าง



ภาพที่ 3.7 ตราสัญลักษณ์แนวทางที่ 4 ที่ได้รับเลือกจากเกณฑ์การให้คะแนน

เมื่อสรุปแบบของตราสัญลักษณ์ได้แล้ว จึงนำไปทดลองใช้ในแบบต่างๆ เพื่อดูว่ามีความเหมาะสมในการใช้งานได้ครอบคลุมหรือไม่



ภาพที่ 3.8 ทดลองใช้งานตราสัญลักษณ์แนวทางที่ 4 ในรูปแบบต่างๆ

การใช้งานตราสัญลักษณ์บนพื้นหลังแบบต่างๆ โดยมีข้อกำหนดว่าการเลือกใช้ตราสัญลักษณ์บนพื้นหลังที่มีสีอ่อนกำหนดใช้ในรูปแบบที่ไม่ต้องมีพื้นหลังสีขาว แต่หากใช้ตราสัญลักษณ์บนพื้นหลังสีเข้มกำหนดให้ใช้ในรูปแบบ ที่มีพื้นหลังสีขาว หรือหากเป็นการเลือกใช้ตราสัญลักษณ์บนรูปภาพพื้นหลังที่ลายตา กำหนดใช้ในรูปแบบที่ต้องมีพื้นหลังสีขาวเพื่อให้แยกแ่งการมองเห็น แต่หากใช้ตราสัญลักษณ์บนรูปภาพพื้นหลังที่ไม่ลายตาสามารถใช้ในรูปแบบที่ไม่มีพื้นหลังสีขาว ดังที่แสดงไว้ในภาพ

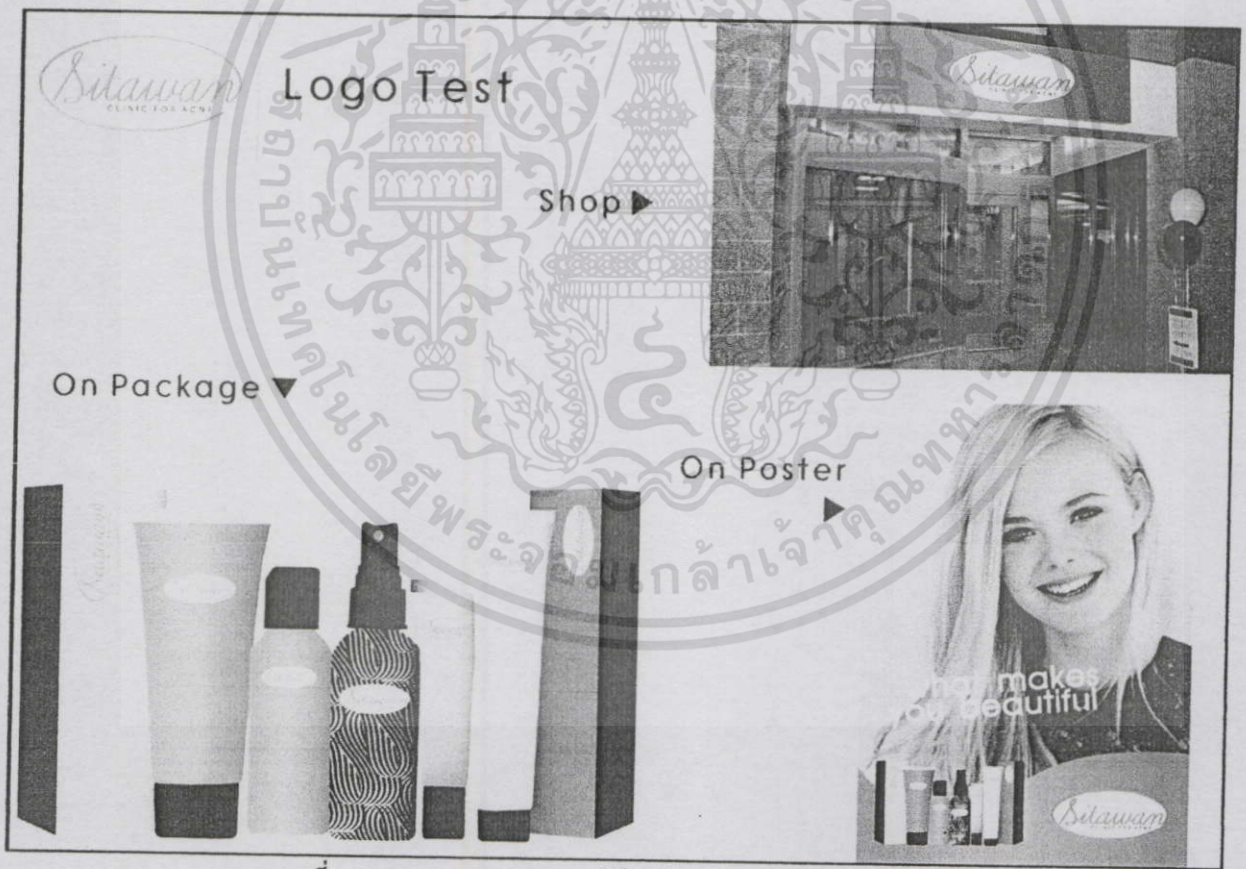


Logo on color Background  
 ทดลองใช้กับพื้นสีจริงก่อนใช้จริงบนที่  
 ไม่ต้องพิมพ์สีขาว แต่ถ้าใช้กับพื้นจริงสี ขัน กำหนดให้ใช้กับแบบ  
 ก็ใช้ได้เช่นกัน

Logo on Picture Background  
 การใส่โลโก้กับรูปภาพพื้นหลังลายซ้ำๆ ทำขอบโลโก้ให้ดูกลมกลืนกับพื้น  
 หลังสีขาวเพื่อไม่ให้เกิดการบดบัง แต่ถ้าใช้กับรูปภาพพื้นหลังที่  
 มีลายซ้ำๆ ควรใช้โลโก้บนที่พื้นหลังสีขาว

ภาพที่ 3.9 ทดลองใช้งานตราสัญลักษณ์แนวทางที่ 4 บนพื้นหลังต่างๆ

การทดลองใช้งานตราสัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์ สื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ



ภาพที่ 3.10 ภาพแสดงการทดลองใช้งานตราสัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์

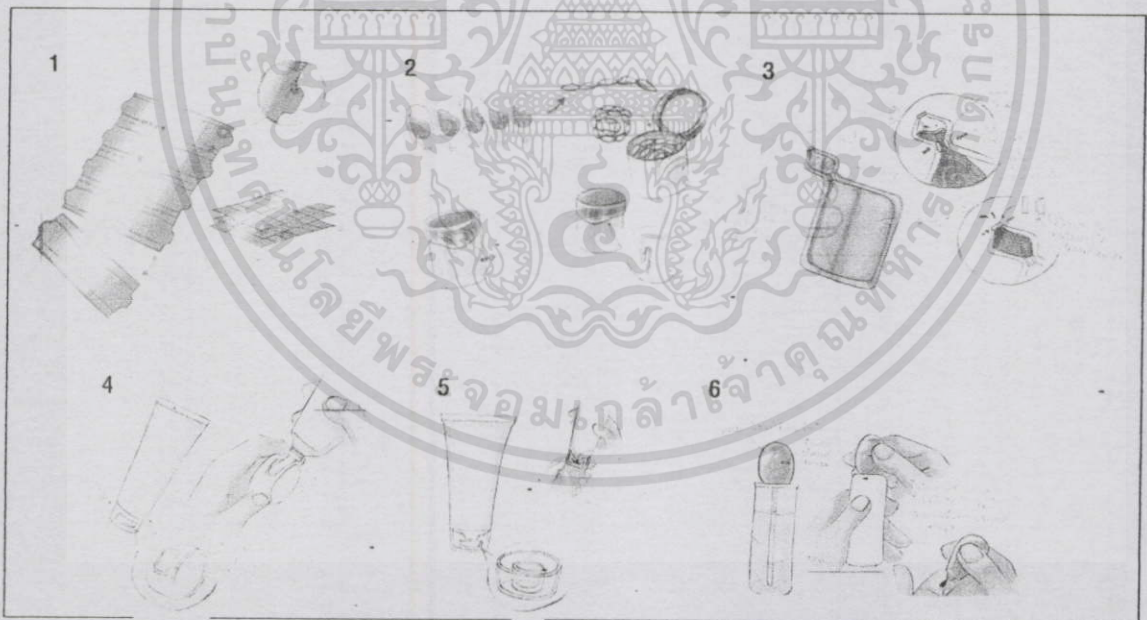
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 102 และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.3 การพัฒนาแนวความคิดและการออกแบบขั้นตอนแบบร่าง

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์จะแบ่งการออกแบบโครงสร้างออกเป็นสองส่วน คือ ด้านการใช้งาน และด้านภาพลักษณ์

3.3.1 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ขายปลีกด้านการใช้งาน (ขั้นตอนแบบร่างครั้งที่1) จากการสรุปผลความต้องการบรรจุภัณฑ์ทั้งด้านกายภาพของยาและด้านการใช้งานในบทที่ 2 จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์ในโครงการมีความต้องการที่หลากตามกายภาพและข้อควรใช้งาน จึงจำเป็นจะต้องแบ่งการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ด้านการใช้งานออกแบบ 5 แบบ ดังนี้

1.แนวทางการออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ใช้งานด้านการควบคุมปริมาณ จากข้อมูลที่ค้นคว้าพบว่ามีตัวยาทั้ง 3 ชนิดที่มีความต้องการในงานควบคุมปริมาณขณะการใช้งาน คือ ยาเต็มสิ่ว ,กรดผลไม้ และวิตามินเอทาหน้า โดยแบบร่างที่ 1 และ 2 จะเป็นการแยกบรรจุในปริมาณที่ควรใช้ในแต่ละครั้งเพื่อป้องกันไม่ให้ใช้ยาเกินขนาด แบบร่างที่ 3 4 5 และ 6 ใช้วิธีวัดดวงปริมาตร โดยเมื่อจะใช้งานในบีบยาเข้าไปในช่องที่เตรียมไว้ให้เต็มจากนั้นจึงบีบออกมาจึงได้ปริมาตรการใช้งานยาไม่เกินขนาด



ภาพที่ 3.11 ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ด้านการใช้งานควบคุมปริมาณ

เนื่องจากกรดผลไม้ และวิตามินเอทาทหน้า ถึงแม้มีความต้องการหลักในเรื่องการควบคุมปริมาณ เช่นเดียวกับยาแอสไพรินแต่ยังคงมีแตกต่างจากยาแอสไพรินในเรื่องของกายภาพที่มีลักษณะหนืดกว่าทำให้เกณฑ์ ในการให้แตกต่างกันจึงขอพิจารณาแยกกันคนละตาราง จากการออกแบบขั้นตอนของแนวทาง จึงได้นำมา วิเคราะห์เพื่อสรุปหาแนวทางการใช้งานที่เหมาะสม โดยใช้หลักการวิเคราะห์จากเงื่อนไขความต้องการด้าน ต่างๆที่เกี่ยวข้องดังนี้

ตารางที่ 3.2 วิเคราะห์ให้คะแนนเลือกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ด้านการใช้งานควบคุมปริมาณกรดผลไม้ และวิตามินเอ

เกณฑ์การประเมิน	1	2	3	4	5	6
การควบคุมปริมาณ(x3)	$4 \times 3 = 12$	$4 \times 3 = 12$	$4 \times 3 = 12$	$3 \times 3 = 9$	$4 \times 3 = 12$	$3 \times 3 = 9$
ข้อบ่งใช้ที่ชัดเจน(x2)	$4 \times 2 = 8$	$4 \times 2 = 8$	$3 \times 2 = 6$	$4 \times 2 = 8$	$3 \times 2 = 6$	$3 \times 2 = 6$
ความสม่ำเสมอของการไหล	2	3	3	4	4	4
ลดขั้นตอนใช้งาน	3	3	2	4	4	3
ความสะดวก(x3)	$4 \times 3 = 12$	$4 \times 3 = 12$	3	3	4	4
พกพาได้	4	4	2	3	3	3
รวม	41	42	28	31	33	29

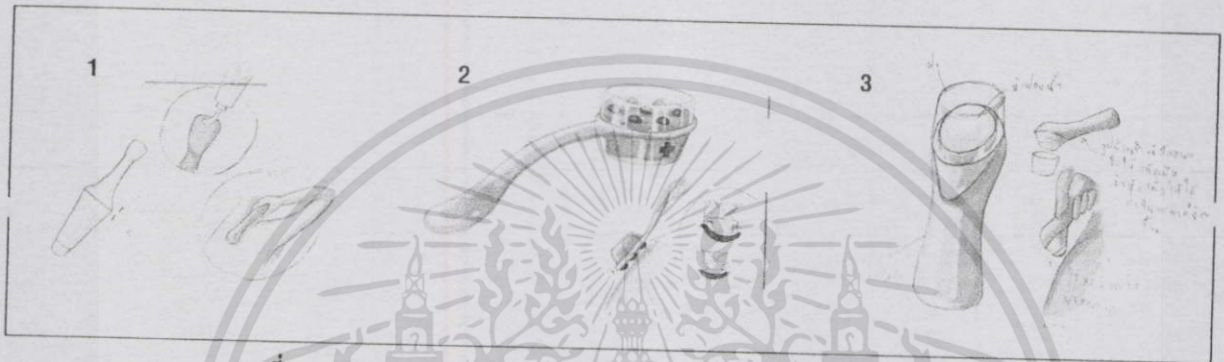
สรุป จากตารางวิเคราะห์ด้านบน แสดงให้เห็นว่าควบคุมปริมาณขณะการใช้งาน ของกรดผลไม้ และ วิตามินเอทาทหน้ามีความเหมาะสมกับแนวทางที่ 2 ที่ตอบ โจทย์ในเรื่องของความสามารถในการควบคุม ปริมาณและยังคงรักษาความสะดวกได้ดี

ตารางที่ 3.3 วิเคราะห์ให้คะแนนเลือกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ด้านการใช้งานควบคุมปริมาณยาแอสไพริน

เกณฑ์การประเมิน	1	2	3	4	5	6
การควบคุมปริมาณ(x3)	$4 \times 3 = 12$	$4 \times 3 = 12$	$4 \times 3 = 12$			$4 \times 3 = 12$
ข้อบ่งใช้ที่ชัดเจน(x2)	$3 \times 2 = 6$	$3 \times 2 = 6$	$3 \times 2 = 6$			$4 \times 2 = 8$
ความสม่ำเสมอของการไหล	2	2	2			4
ลดขั้นตอนใช้งาน	3	3	2			3
ความสะดวก(x3)	$4 \times 3 = 12$	$4 \times 3 = 12$	3			4
พกพาได้	4	4	2			4
รวม	38	38	25			39

สรุป จากตารางวิเคราะห์ด้านบน แสดงให้เห็นว่าควบคุมปริมาณขณะการใช้งานของยาแอสไพรินมีความ เหมาะสมกับแนวทางที่ 6 ที่สามารถตอบ โจทย์ตามเกณฑ์ได้คะแนนสูงสุด

2.แนวทางการออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ใช้งานด้านการช่วยทาล้าง จากข้อมูลที่ค้นคว้าพบว่ายาทาล้างที่มีความต้องการในด้านการใช้งานในการช่วยทาล้างให้มีความสะดวกและถูกต้องตามจุดที่ต้องการมากขั้น โดยแบบร่างที่ 1 คือมีก้านติดกับบรรจุภัณฑ์เมื่อใช้งานให้บีบยาลงไปที่ปลายก้านจากนั้นก็สามารคนำมาทาล้างบริเวณที่มือเอื้อนไม่ถึง แบบร่างที่ 2 ตัวบรรจุภัณฑ์เป็นลักษณะคล้ายที่แปรงหลัง โดยถ้าเรากดหัวจุกลงบนแผ่นหลังที่ให้ยาค่อยๆออกมา แบบร่างที่ 3 คล้ายแบบร่างที่ 2 แต่มีขนาดที่เหมาะสมมือกว่า ใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะคองอเพื่อให้สามารถทาล้างได้สะดวกขึ้น



ภาพที่ 3.12 ภาพแสดงการออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ด้านการช่วยทาล้าง

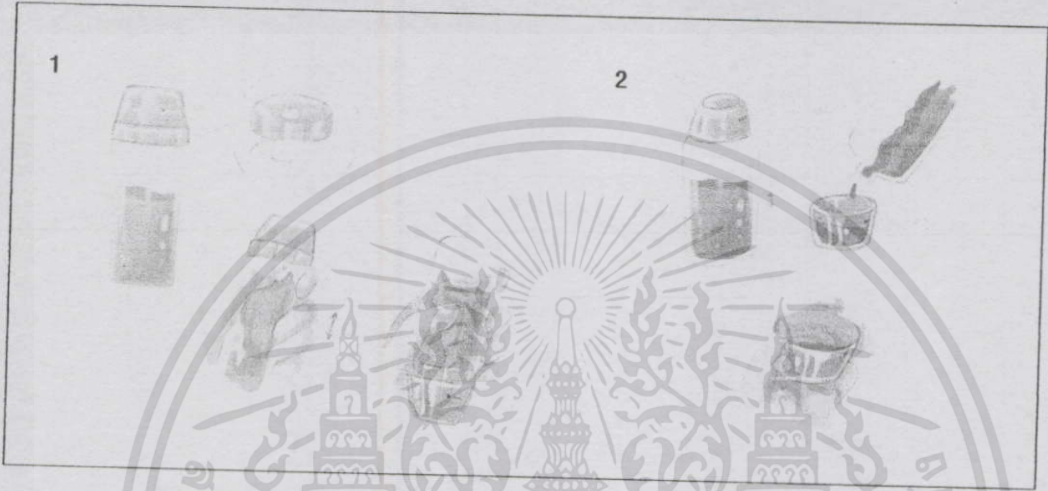
จากการออกแบบขั้นต้นของแนวทาง จึงได้นำมาวิเคราะห์เพื่อสรุปหาแนวทางการใช้งานที่เหมาะสม โดยใช้หลักการวิเคราะห์จากเงื่อนไขความต้องการด้านต่างๆที่เกี่ยวข้องดังนี้

ตารางที่ 3.4 วิเคราะห์ให้คะแนนเลือกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ด้านการใช้งานด้านการช่วยทาล้าง

เกณฑ์การประเมิน	1	2	3
ข้อบ่งชี้ที่ชัดเจน(x3)	$3 \times 3 = 9$	$4 \times 3 = 12$	$4 \times 3 = 12$
ความสม่ำเสมอของการไหล	2	4	4
ลดขั้นตอนใช้งาน(x2)	$3 \times 2 = 6$	$4 \times 2 = 8$	$4 \times 2 = 8$
ความสะดวก	3	3	3
ช่วยหยดลงตำแหน่ง(x2)	$4 \times 2 = 8$	$3 \times 2 = 6$	$4 \times 2 = 8$
การช่วยซึม	2	4	4
รวม	30	37	39

สรุป จากตารางวิเคราะห์ด้านบน แสดงให้เห็นว่าใช้งานด้านการช่วยทาล้าง ของยาทาล้างที่มีความเหมาะสมกับแนวทางที่ 3

3.แนวทางการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ใช้งานด้านการช่วยเหลือ จากข้อมูลที่ค้นคว้าพบว่าด้วยยาเป็งน้ำ มีความต้องการให้มีโครงสร้างเหมาะสมแก่การเขย่าและช่วยเหลือด้วยเมื่อต้องการใช้งาน ให้ไม่หกเลอะเทอะ โดยแบบร่างที่ 1 จะออกแบบให้ปากขวดสามารถหมุนเปิดได้และให้ฝาขวดเป็นภาชนะรองรับยา แบบร่างที่ 2 จะออกแบบให้ปากขวดมีพลาสติกกรองให้ยาออกมาเป็นหยดเพื่อป้องกัน ไม่ให้หกเลอะเทอะและฝาเป็นภาชนะรองรับยาที่มีขีดบอกปริมาตรที่ควรใช้งาน ในแต่ละครั้ง



ภาพที่ 3.13 ภาพแสดงการออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ด้านการใช้งานช่วยเหลือ

จากการออกแบบขั้นต้นของแนวทาง จึงได้นำมาวิเคราะห์เพื่อสรุปหาแนวทางการใช้งานที่เหมาะสม โดยใช้หลักการวิเคราะห์จากเงื่อนไขความต้องการด้านต่างๆที่เกี่ยวข้องดังนี้

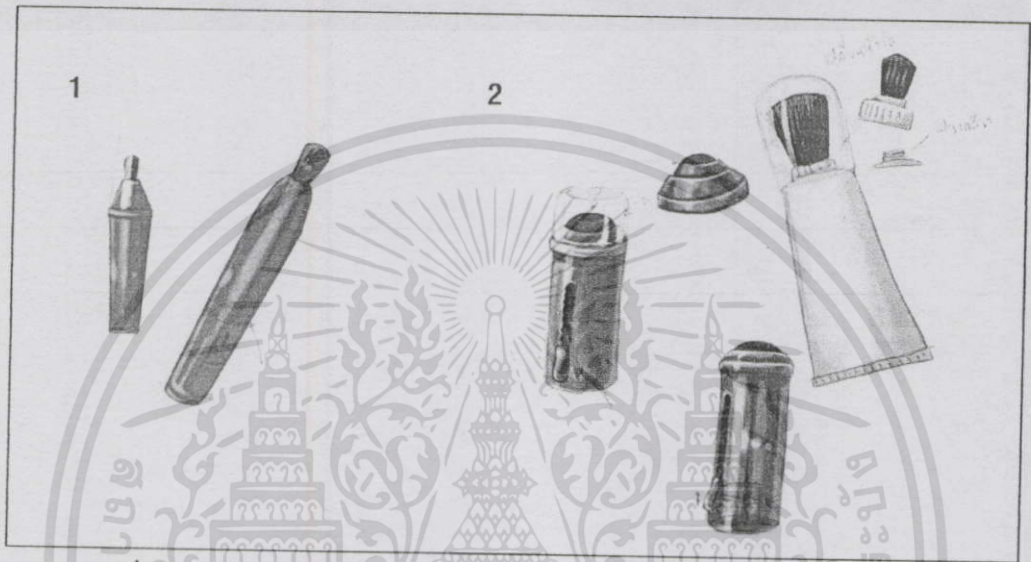
ตารางที่ 3.5 วิเคราะห์ให้คะแนนเลือกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ด้านการใช้งานด้านการช่วยเหลือ

เกณฑ์การประเมิน	1	2
การควบคุมปริมาณ(x3)	$4 \times 3 = 12$	$4 \times 3 = 12$
ข้อบ่งใช้ที่ชัดเจน(x2)	$3 \times 2 = 6$	$4 \times 2 = 8$
ลดขั้นตอนใช้งาน	3	4
ความสะดวก	3	3
รวม	24	27

สรุป จากตารางวิเคราะห์ด้านบน แสดงให้เห็นว่าใช้งานด้านการช่วยเหลือ ของยาเป็งน้ำมีความเหมาะสมกับแนวทางที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อ 106 และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.แนวทางการออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ใช้งานด้านการช่วยทา จากข้อมูลที่ค้นคว้า พบว่ามีตัวยาทาผิวหนังที่มีความต้องการในงานในการทาบนพื้นที่ที่แตกต่างกัน คือ บริเวณคางเป็นพื้นที่ที่กว้าง และบริเวณปลายจมูกซึ่งเป็นพื้นที่เล็กแคบ แบบร่างที่ 1 ออกแบบให้ปลายค้ำบรรจุภัณฑ์สามารถหมุนค้ำให้ยาออกที่ปลายแปรงเพื่อให้ยาออกอย่างสม่ำเสมอ แบบร่างที่ 2 ออกแบบให้มีแถบค้อยเลื่อนๆขึ้น เพื่อให้ยาออกมาเรื่อยๆ โดยหัวแปรงสามารถเปลี่ยนขนาดให้เหมาะสมกับพื้นที่ใช้งาน



ภาพที่ 3.14 ภาพแสดงการออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ใช้งานด้านการช่วยทา

จากการออกแบบขั้นต้นของแนวทาง จึงได้นำมาวิเคราะห์เพื่อสรุปหาแนวทางการใช้งานที่เหมาะสม โดยใช้หลักการวิเคราะห์จากเงื่อนไขความต้องการด้านต่างๆที่เกี่ยวข้องดังนี้

ตารางที่ 3.6 วิเคราะห์ให้คะแนนเลือกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ใช้งานด้านการช่วยทา

เกณฑ์การประเมิน	1	2
การควบคุมปริมาณ	4	4
ข้อบ่งใช้ที่ชัดเจน(x2)	$3 \times 2 = 6$	$4 \times 2 = 8$
ความสม่ำเสมอของการไหล	4	4
ลดขั้นตอนใช้งาน(x3)	$3 \times 3 = 9$	$4 \times 3 = 12$
ความสะดวก	3	3
รวม	26	31

สรุป จากตารางวิเคราะห์ลำดับบน แสดงให้เห็นว่าใช้งานด้านการช่วยทา ของยาทาผิวหนัง มีความเหมาะสมกับแนวทางที่ 2

5.แนวทางการออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ใช้งานด้านการซึ่มลงผิวหนัง จากข้อมูลที่ ค้นคว้าพบว่า มีตัวอย่างบรรจุภัณฑ์มีความต้องการในการช่วยให้ด้วยซึ่มลงผิวหนัง โดยการนวดเบาๆขณะทา โดยแบบร่างที่ 1 และ 2 ออกแบบให้เป็นหัวลูกกลิ้งที่มีมากกว่า 1 หัวเพื่อช่วยนวดกระตุ้นช่วยซึ่มลงผิวหนัง ขณะทา แบบร่างที่ 3 ออกแบบให้ขวดสามารถทนทานต่อแรงบีบได้เพื่อให้ยาสามารถไหลออกมาขณะทา ลูกกลิ้งบนใบหน้าซึ่งบนลูกกลิ้งออกแบบให้มีพื้นผิวสัมผัสช่วยนวดยาให้ซึ่มลงผิวหนัง



ภาพที่ 3.15 ภาพแสดงการออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ด้านการ ใช้งานช่วยซึ่มเข้าผิวหนัง

จากการออกแบบขั้นต้นของแนวทาง จึงได้นำมาวิเคราะห์เพื่อสรุปหาแนวทางการใช้งานที่ เหมาะสม โดยใช้หลักการวิเคราะห์จากเงื่อนไขความต้องการด้านต่างๆที่เกี่ยวข้องดังนี้

ตารางที่ 3.7 วิเคราะห์ให้คะแนนเลือกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ด้านการใช้งานด้านการช่วยซึ่มลงผิวหนัง

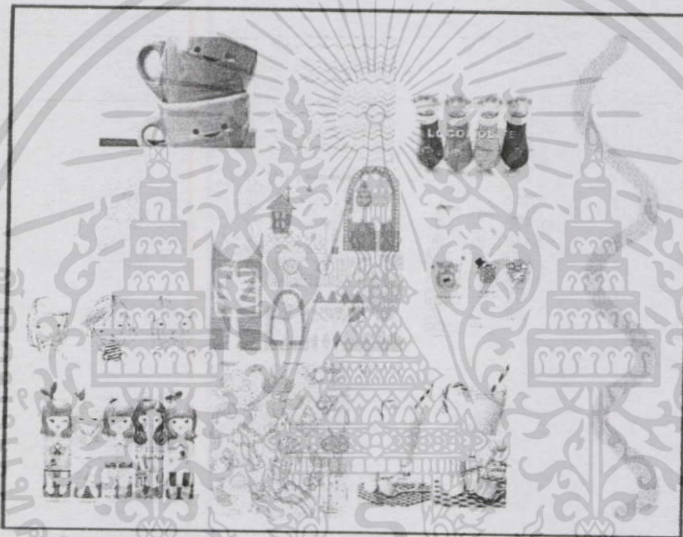
เกณฑ์การประเมิน	1	2	3
ข้อบ่งใช้ที่ชัดเจน(x2)	$4 \times 2 = 8$	$4 \times 2 = 8$	$3 \times 2 = 6$
ความสม่ำเสมอของการไหล	3	4	4
พกพาได้	4	4	3
การช่วยซึ่ม	4	4	3
รวม	19	20	16

สรุป จากตารางวิเคราะห์ที่ด้านบน แสดงให้เห็นว่าใช้งานด้านการช่วยชิมลงผิวหนัง ของชา  
ลบรอยคำมีความเหมาะสมกับแนวทางที่ 2

### 3.3.2 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ขายปลีกด้านภาพลักษณ์ (ขั้นตอนแบบร่างครั้งที่1)

จากแนวคิดการออกแบบ(Design Concept) สร้างความเชื่อมั่นในเสน่ห์สไตล์ตนเองของวัยรุ่น  
“Believe in your Charming”

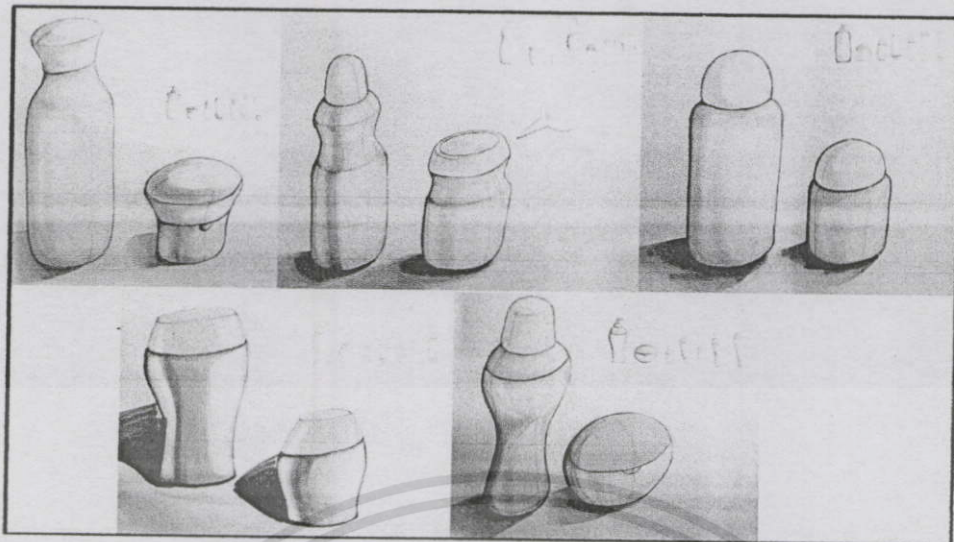
แนวทางการออกแบบที่ 1 (Design Route 1): นำรักในแบบคุณ (Sweet on You) แนวทางนี้  
จะเน้นไปในทางความหวาน อ่อน โชน เส้นโค้ง คลื่น สีพาสเทล



ภาพที่ 3.16 ภาพแสดงแรงบันดาลใจในแนวทางการออกแบบที่ 1

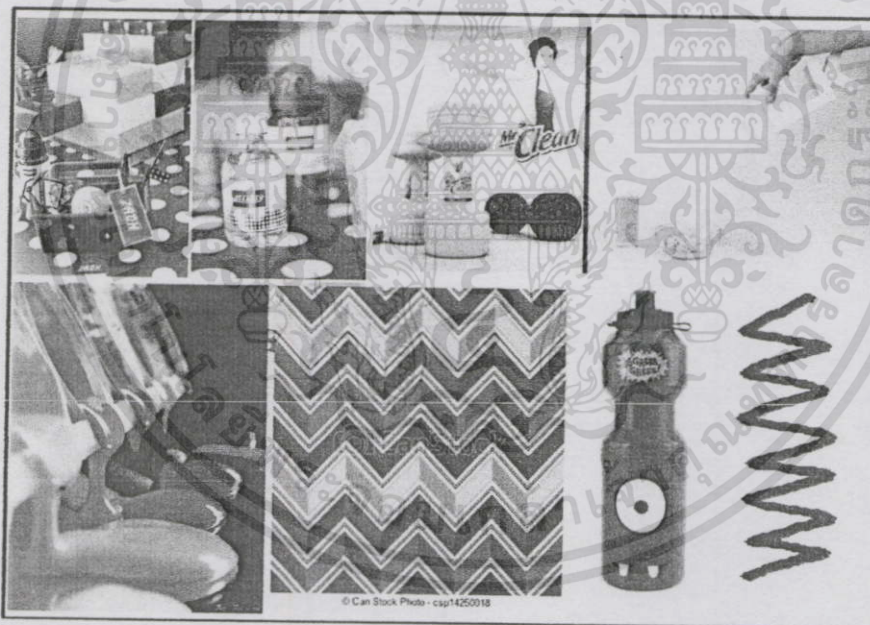
การออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ชั้นแบบร่างแนวทางที่ 1 (Design Sketch: Route 1)

เป็นการดึงเอารูปทรงลายเส้นที่สื่อถึงความอ่อนหวาน อ่อน โชน คุ่มนวนลมาใช้ในการ  
ออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ด้านภาพลักษณ์



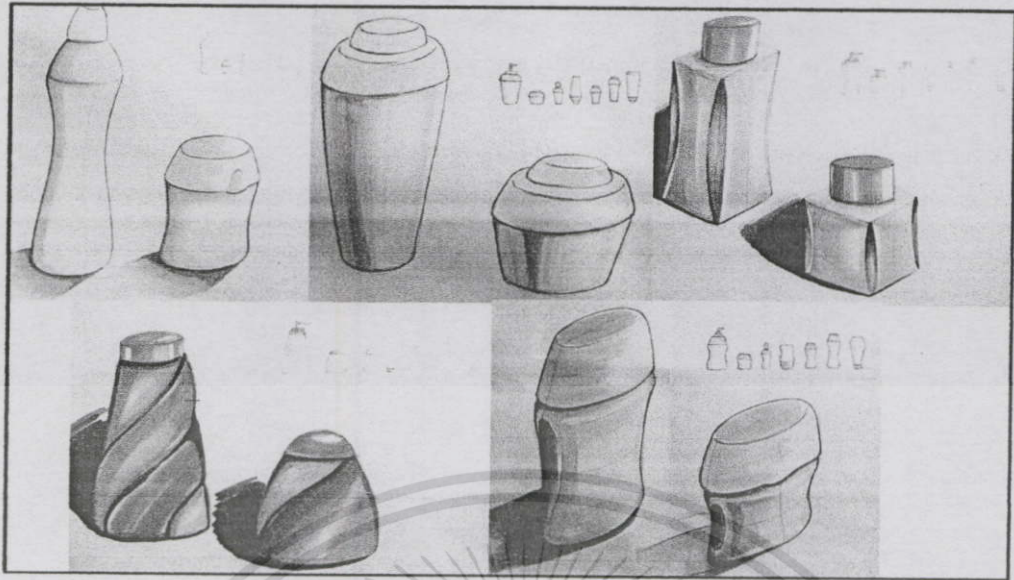
ภาพที่ 3.17 ภาพแสดงการออกแบบแบบร่างในแนวทางการออกแบบที่ 1

แนวทางการออกแบบที่ 2 (Design Route 1): ตัวคนในแบบคุณ (You are unique) แนวทางนี้จะสื่อถึงสนุกสนาน สีสันสดใส แปลก แหวกแนว เป็นตัวของตัวเอง



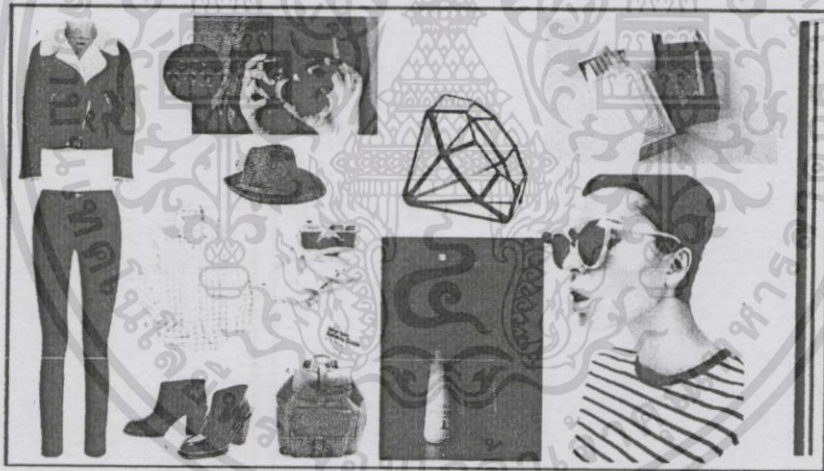
ภาพที่ 3.18 ภาพแสดงแรงบันดาลใจในแนวทางการออกแบบที่ 2

การออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ขึ้นแบบร่างแนวทางการที่ 2 (Design Sketch: Route 2) เป็นการดึงเอารูปทรงหลายเส้นที่สื่อถึงความแปลก ประหลาด แหวกแนว คุณสนุกสนานมาใช้ในการออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ด้านภาพลักษณ์



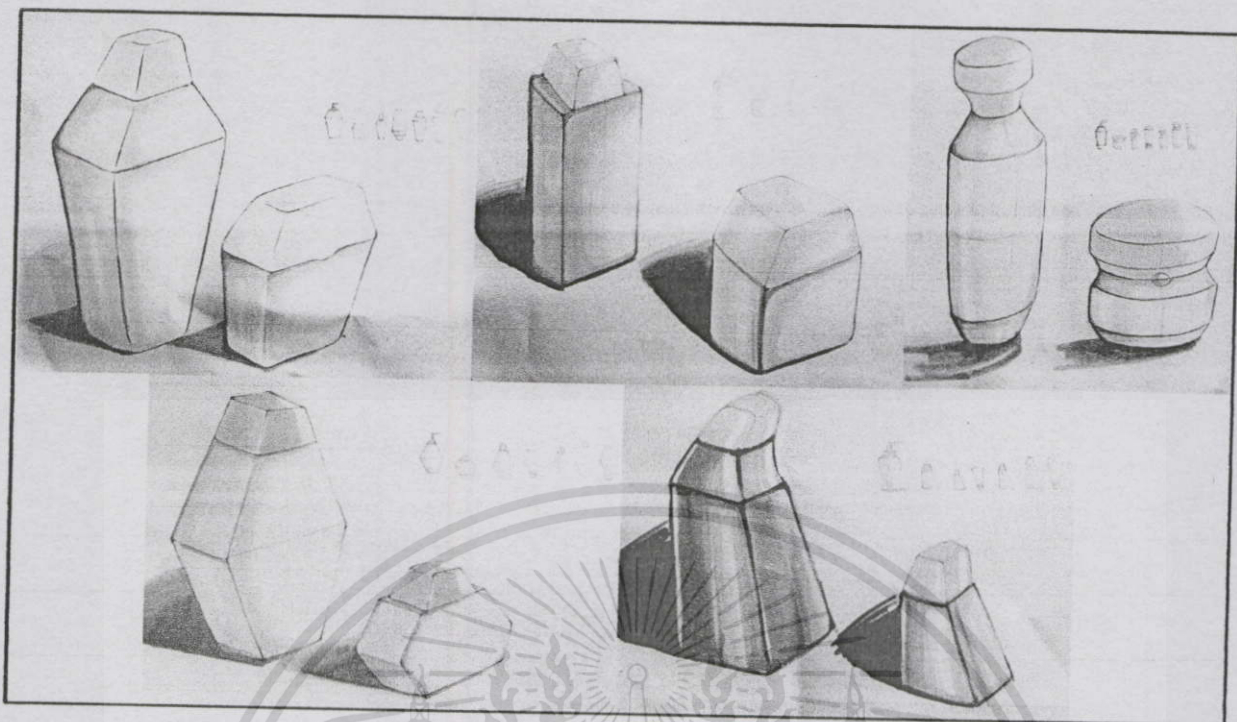
ภาพที่ 3.19 ภาพแสดงการออกแบบแบบร่างในแนวทางการออกแบบที่ 2

แนวทางการออกแบบที่ 3 (Design Route 3): เท่ในแบบคุณ (Be cool, be you) แนวทางนี้  
 สื่อถึงความเท่ มีสไตล์ สีขาวเทา ดำ เส้นตรง เรียบง่าย



ภาพที่ 3.20 ภาพแสดงแรงบันดาลใจในแนวทางการออกแบบที่ 3

การออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ขึ้นแบบร่างแนวทางที่ 3 (Design Sketch: Route 3)  
 เป็นการดึงเอารูปทรงลายเส้นที่สื่อถึงเรียบง่าย แต่ดูดี มีความเป็น โมเดิร์นมาใช้ในการ  
 ออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ด้านภาพลักษณ์



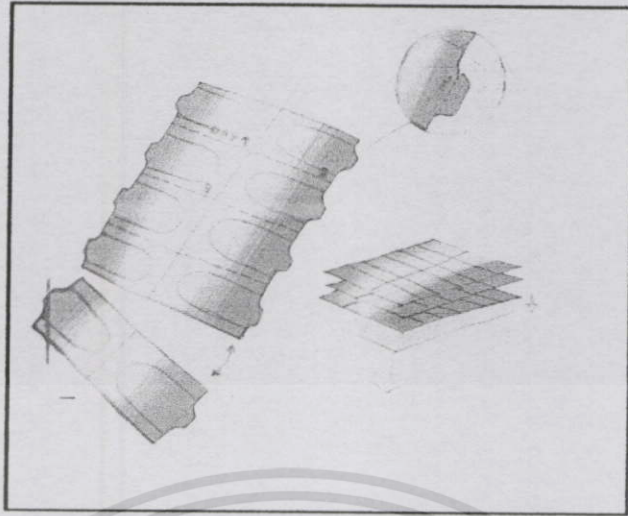
ภาพที่ 3.21 ภาพแสดงการออกแบบแบบร่างในแนวทางการออกแบบที่ 3

สรุปการออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ในครั้งแรก พบว่าโครงสร้างด้านการใช้งานกับ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ด้านภาพลักษณ์เมื่อนำมารวมกันดูมีความเป็นไปได้และยากต่อการใช้งาน ดังนั้น ในการออกแบบจึงปรับ โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ในครั้งที่ 1 เพื่อไปสู่การออกแบบในครั้งที่ 2 โดยนำ โครงสร้างด้านการใช้งานเป็นเกณฑ์หลักจากนั้นจึงออกแบบรูปทรงให้เหมาะสมกับการใช้งานแทน (Form follows function)

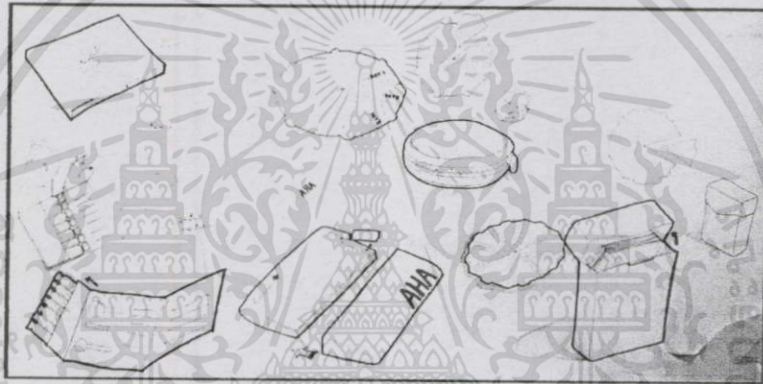
### 3.3.3 การออกแบบรูปทรงโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ขยายปฏิกิตตามการใช้งาน (ขั้นตอนแบบร่างครั้งที่ 2)

จากขั้นตอนแบบร่างครั้ง 1 สามารถสรุปโครงสร้างด้านการใช้งาน จำแนกออกมาได้ 5 โครงสร้าง ได้แก่ 1) โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ใช้งานด้านการควบคุมปริมาณ 2) โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ใช้งานในด้านการ ช่วยทาหลัง 3) โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ใช้งานในด้านการช่วยเหลือ 4) โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ใช้งานด้านการช่วยทา และ 5) โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ใช้งานด้านการชิมลงผิวหนัง

โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ใช้งานด้านการควบคุมปริมาณ จากขั้นตอนแบบร่างครั้ง 1 สามารถสรุป โครงสร้างด้านการใช้งานด้านการควบคุมปริมาณ

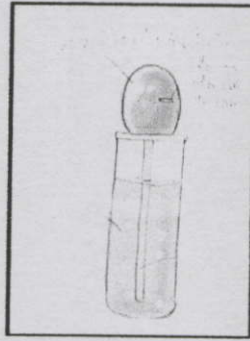


ภาพที่ 3.22 ภาพแสดง โครงสร้างด้านการใช้งานของกรดผลไม้และวิตามินเอทาหน้า



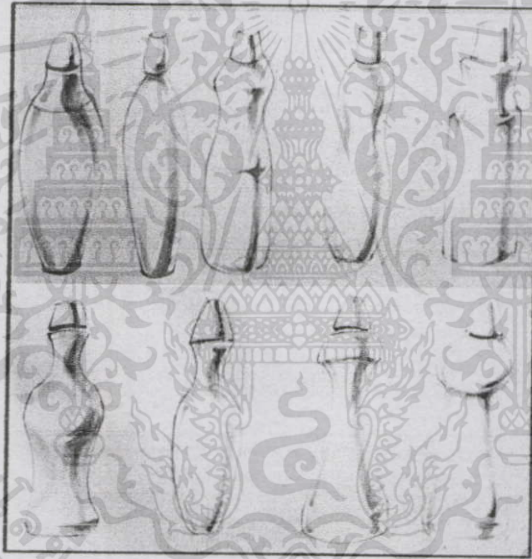
ภาพที่ 3.23 ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างด้านการใช้งานของกรดผลไม้และวิตามินเอทาหน้า

การออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ชั้นเบร้งครั้งที่ 2 ด้านการควบคุมปริมาณของกรดผลไม้และวิตามินเอทาหน้า โดยร่างแบบวิธีการควบคุมปริมาณที่แยกบรรจุในหลายๆแบบ ทั้งเก็บในรูปแบบสมุด รูปแบบพกพาในกระเป๋าและในกล่อง



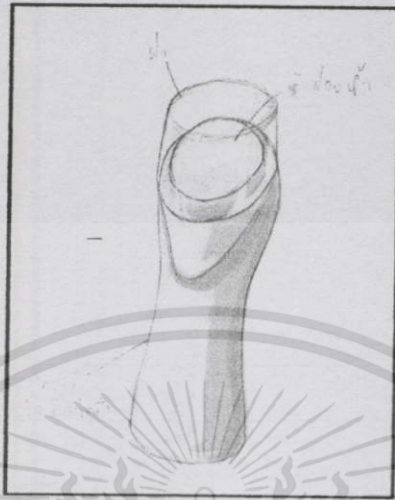
ภาพที่ 3.24 ภาพแสดง โครงสร้างด้านการใช้งานของชาแต้มสิว

การออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ขึ้นแบบร่างครั้งที่ 2 ด้านการควบคุมปริมาณของชาแต้มสิว โดยร่างแบบบรรจุภัณฑ์ที่ให้หัดในหลายรูปแบบ ว่าแบบใดมีความเหมาะสมกับกายภาพและวิธีการใช้งาน



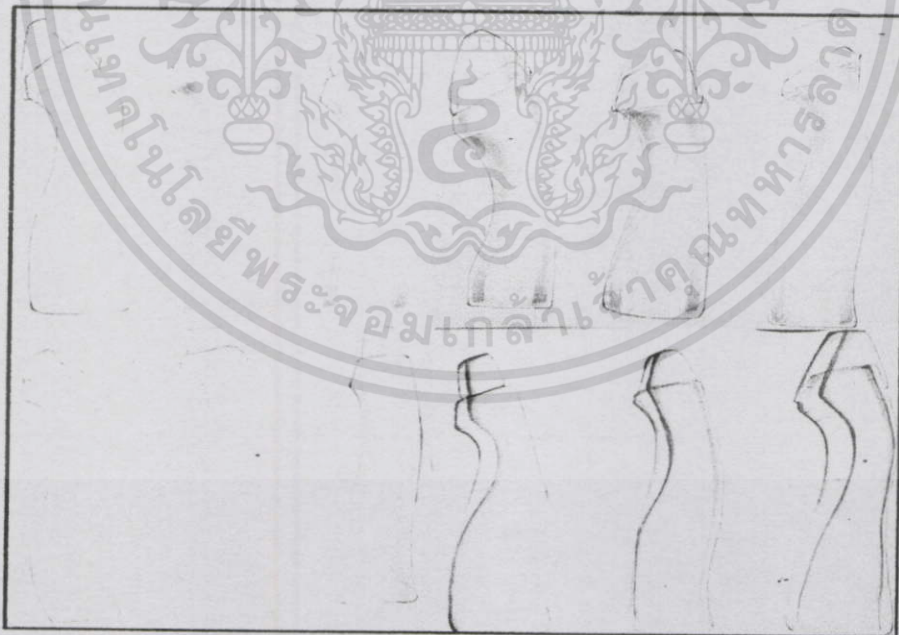
ภาพที่ 3.25 ภาพแสดงการออกแบบ โครงสร้างด้านการใช้งานของชาแต้มสิว

โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ใช้งานด้านการช่วยทาล้าง จากขั้นตอนแบบร่างครึ่ง 1 สามารถสรุป  
โครงสร้างด้านการใช้งานด้านการช่วยทาล้าง



ภาพที่ 3.26 ภาพแสดง โครงสร้างด้านการ ใช้งานของยาทาล้างที่หลัง

การออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ชั้นแบบร่างครึ่งที่ 2 ด้านการช่วยทาล้างของยาทาล้างที่  
หลัง โดยร่างแบบบรรจุภัณฑ์ที่ค่อหักเพื่อช่วยในการทาล้างได้สะดวกขึ้นในหลายๆรูปแบบ ว่าแบบใดมี  
ความเหมาะสมกับกายภาพและวิธีการใช้งาน



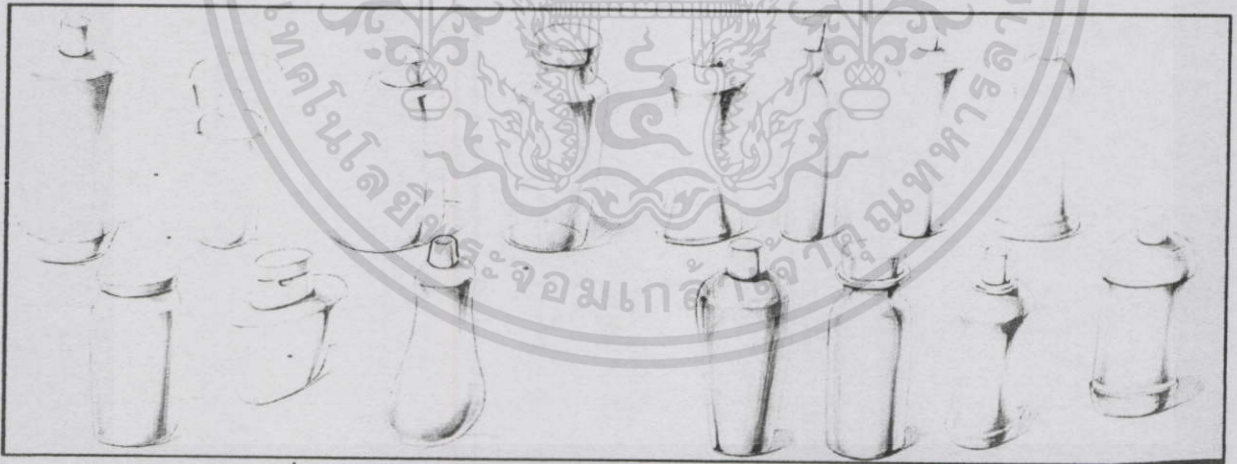
ภาพที่ 3.27 ภาพแสดงการออกแบบ โครงสร้างด้านการ ใช้งานของยาทาล้างที่หลัง

โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ใช้งานด้านการช่วยเหลือ จากขั้นตอนแบบร่างครึ่ง 1 สามารถสรุปโครงสร้าง  
ด้านการใช้งานด้านการช่วยเหลือ



ภาพที่ 3.28 ภาพแสดง โครงสร้างด้านการใช้งานของยาเป็งน้ำ

การออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ขึ้นแบบร่างครึ่งที่ 2 ด้านการช่วยเหลือของยาเป็งน้ำ โดย  
ร่างแบบบรรจุภัณฑ์ที่ค่อห้กเพื่อช่วยในการเทได้สะดวกขึ้นในหลายารูปแบบ ว่าแบบใดมีความเหมาะสมกับ  
กายภาพและวิธีการใช้งาน



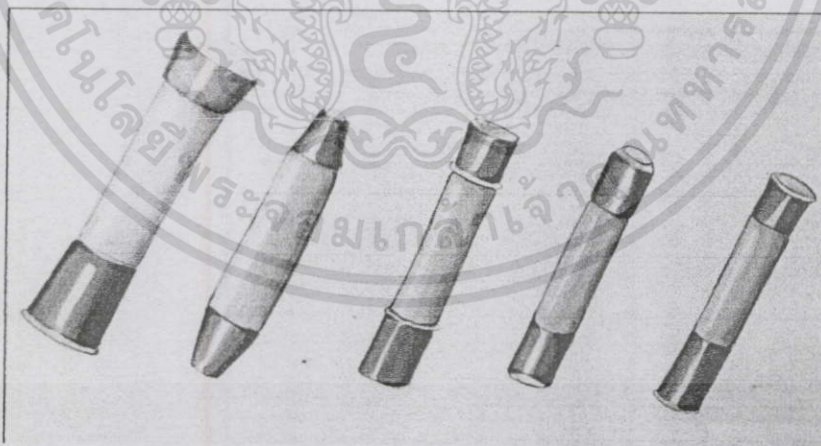
ภาพที่ 3.29 ภาพแสดงการออกแบบ โครงสร้างด้านการ ใช้งานของยาเป็งน้ำ

โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ใช้งานด้านการช่วยทา จากขั้นตอนแบบร่างครึ่ง 1 สามารถสรุปโครงสร้าง  
ด้านการใช้งานด้านการช่วยทา



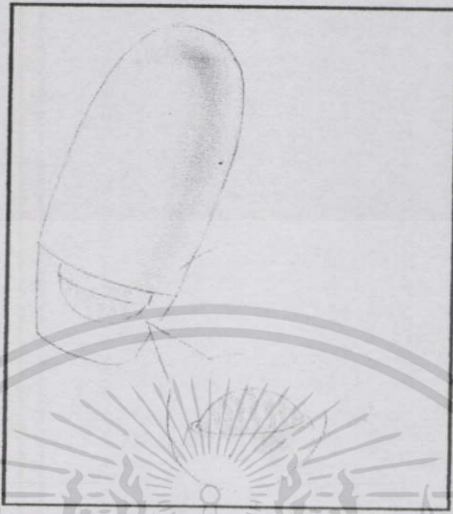
ภาพที่ 3.30 ภาพแสดงโครงสร้างด้านการใช้งานของยาทาผิวหนัง

การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ขึ้นแบบร่างครึ่งที่ 2 ด้านการช่วยทาของยาทาผิวหนัง  
โดยร่างแบบบรรจุภัณฑ์ที่คอหักเพื่อช่วยในการทาได้สะดวกขึ้น ในหลายๆรูปแบบ ว่าแบบใดมีความ  
เหมาะสมกับกายภาพและวิธีการใช้งาน



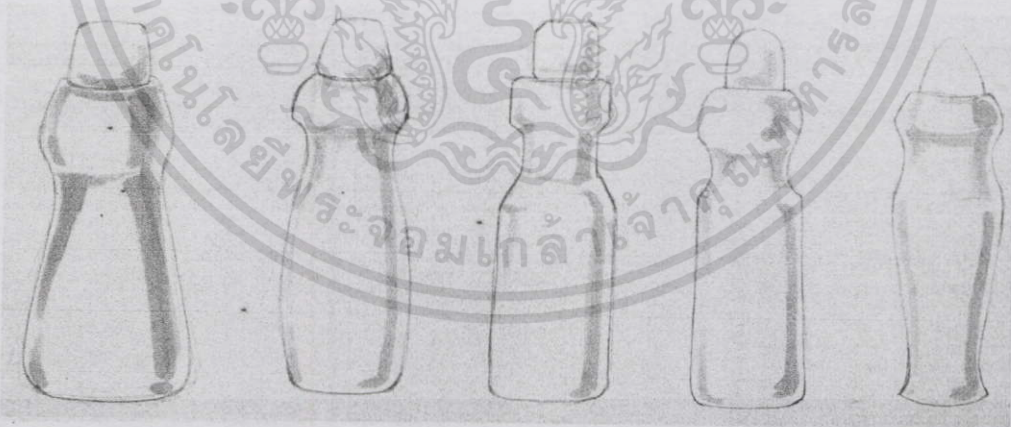
ภาพที่ 3.31 ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างด้านการใช้งานของยาทาผิวหนัง

โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ใช้งานด้านการซึมลงผิวหนัง จากขั้นตอนแบบร่างครึ่ง 1 สามารถสรุป  
โครงสร้างด้านการใช้งานด้านการช่วยซึมลงผิวหนัง



ภาพที่ 3.32 ภาพแสดง โครงสร้างด้านการ ใช้งานของยาลบรอยดำ

การออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ชั้นแบบร่างครึ่งที่ 2 ด้านการช่วยซึมลงผิวหนังของยา  
ลบรอยดำโดยร่างแบบบรรจุภัณฑ์ที่คอดกักเพื่อช่วยในการนวดให้ยาซึมเข้าผิวหนังในหลายรูปแบบ ว่าแบบ  
ใดมีความเหมาะสมกับกายภาพและวิธีการใช้งาน



ภาพที่ 3.33 ภาพแสดงการออกแบบ โครงสร้างด้านการ ใช้งานของยาลบรอยดำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา 118 และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ตามการใช้งาน (ขั้นตอนแบบร่างครั้งที่2) จึงวิเคราะห์เลือกแบบเพื่อที่จะนำแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่ได้มาใช้ร่วมกับการออกแบบกราฟิกบนฉลากเพื่อการสื่อสาร โดยใช้เงื่อนไขที่ใช้ในการพิจารณาเลือก โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ดังนี้

1.สามารถตอบ โจทย์เงื่อนไขทางการออกแบบ (Design Requirement) ที่ได้จากการศึกษาพฤติกรรม การใช้งานของผู้บริโภค

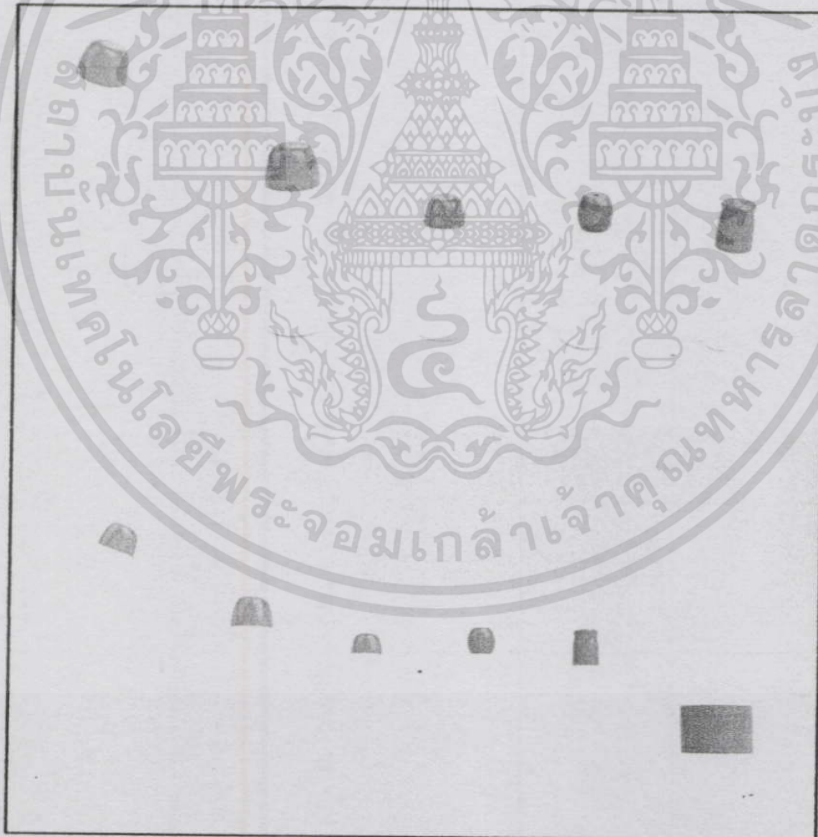
2.รูปทรงมีความเป็นไปได้กับ โครงสร้างด้านการใช้งาน

3.มีความสวยงาม มีเอกลักษณ์โดดเด่นเป็นที่จดจำ และเหมาะสมกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

4.มีความเหมาะสมสำหรับการอยู่บนชั้นวางสินค้าในด้านขนาดและการจัดวาง

5.สามารถผลิตได้ง่ายในระบบอุตสาหกรรมการผลิตปัจจุบัน

จึงสามารถสรุปโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ตามการใช้งาน ได้ตรงตามเงื่อนไขข้างต้น ได้ชัดเจนที่สุดตามแต่ละแนวทางได้ดังภาพ

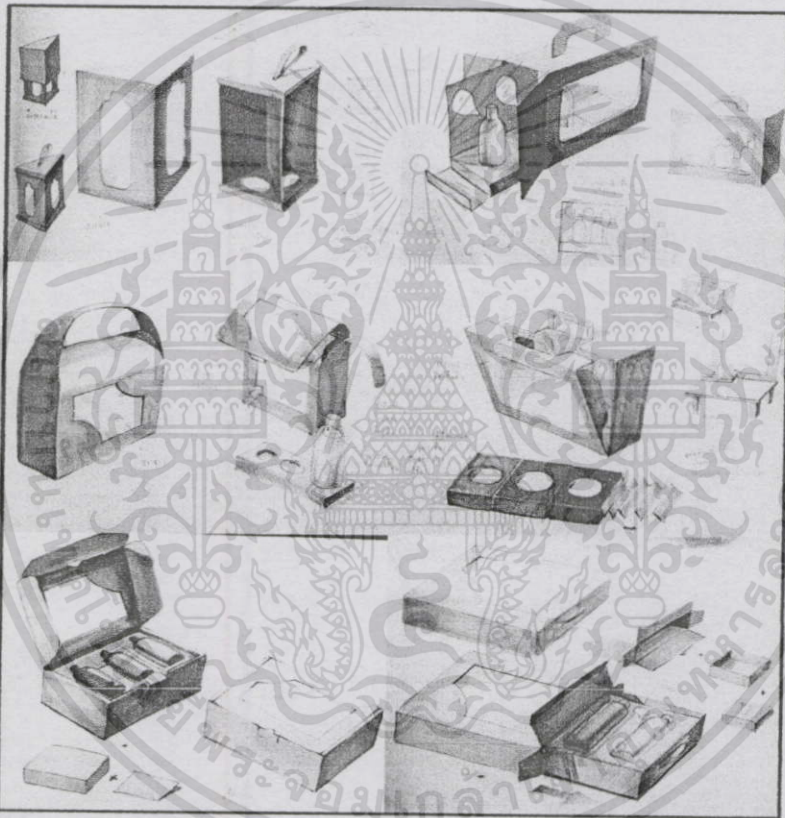


ภาพที่ 3.34 ภาพแสดง โครงสร้างบรรจุภัณฑ์สุดท้ายในขั้นแบบร่าง

### 3.3.4 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์รวมหน่วย (ขั้นตอนแบบร่าง)

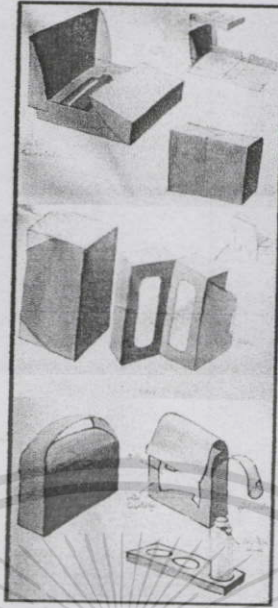
จากนโยบายทางการค้าของทางคลินิกยิวาธรรมที่กำหนดว่า จะมีการวางขายชุดรวมหน่วยที่แบ่งรักษาตามอาการของสิวเพื่อให้มีความต่อเนื่องตามกระบวนการรักษา และชุดรวมหน่วยเพื่อมอบให้ในโอกาสพิเศษ จึงแบ่งการออกแบบในขั้นตอนแบบร่างออกเป็น 2 แนวทาง

1. การออกแบบโครงสร้างชุดรวมหน่วย การออกแบบโครงสร้างชุดรวมหน่วยนั้น มุ่งเน้นออกแบบแนวทางการสื่อสารถึงสรรพคุณของชุดยา แสดงสินค้าภายใน ลำดับการใช้งานของตัวยาภายใน และการใส่ข้อมูลเพิ่มเติม



ภาพที่ 3.35 ภาพแสดงการออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ชุดรวมหน่วย

2. การออกแบบโครงสร้างชุดรวมหน่วยเพื่อโอกาสพิเศษ การออกแบบโครงสร้างชุดรวมหน่วยเพื่อโอกาสพิเศษนั้น มุ่งเน้นออกแบบแนวทางให้บรรจุภัณฑ์ดูมีลักษณะเหมือนของขวัญเมื่อเปิดใช้งาน ทั้งนี้ยังคงสามารถสื่อสารถึงสรรพคุณของชุดยา ลำดับการใช้งานของตัวยาภายใน และมีพื้นที่ในการใส่ข้อมูลเพิ่มเติมของยา



ภาพที่ 3.36 ภาพแสดงการออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ชุดรวมหน่วยโอกาสพิเศษ

จากการออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ชุดรวมหน่วย (ชั้นคอนแบบร่าง) จึงวิเคราะห์เลือกแบบเพื่อที่จะนำแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่ได้มาใช้บรรจุ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ขายปลีก โดยใช้เงื่อนไขที่ใช้ในการพิจารณาเลือกโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ดังนี้

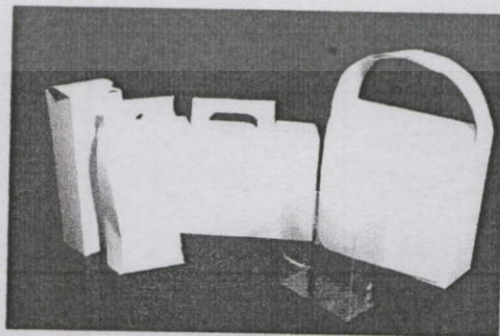
1.สามารถสื่อสารถึงสรรพคุณของชุดยา แสดงลำดับการใช้งานของตัวยาภายใน และมีพื้นที่ใส่ข้อมูลเพิ่มเติม

2.สามารถบรรจุยาได้ครบตามจำนวนของแต่ละเซต

3.มีความสามารถในการห่อหุ้มปกป้องสินค้าขณะจำหน่าย

4.สามารถแสดงสินค้าและข้อมูลสำคัญของสินค้าที่บรรจุภายใน

จึงสามารถสรุปโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ชุดรวมหน่วย (ชั้นคอนแบบร่าง) ได้ตรงตามเงื่อนไขข้างต้น ได้ชัดเจนที่สุดดังภาพ

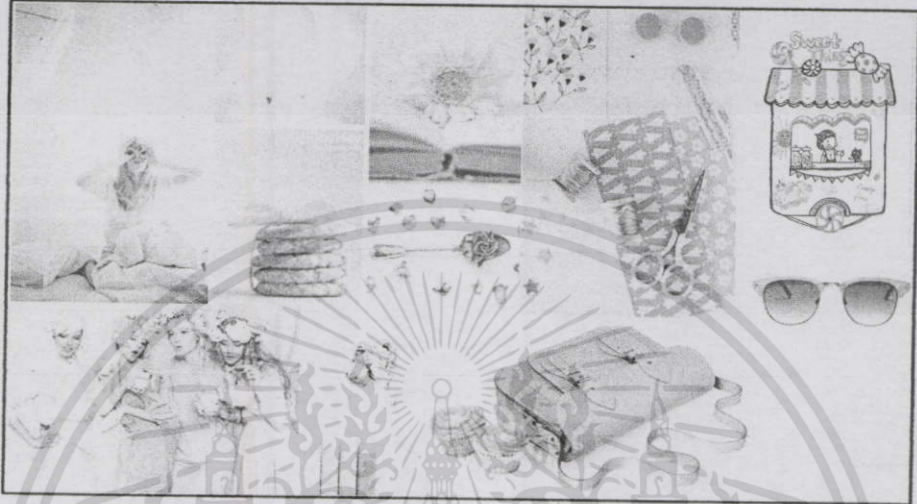


ภาพที่ 3.37 ภาพแสดง โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ชุดรวมหน่วยสุดท้ายในชั้นแบบร่าง

### 3.3.5 การออกแบบกราฟิกและการสื่อสาร (ขั้นตอนแบบร่างครั้งที่ 1)

จากแนวคิดการออกแบบ (Design Concept) สร้างความเชื่อมั่นในเสน่ห์สไตล์ตัวเองของวัยรุ่น  
“Believe in your Charming”

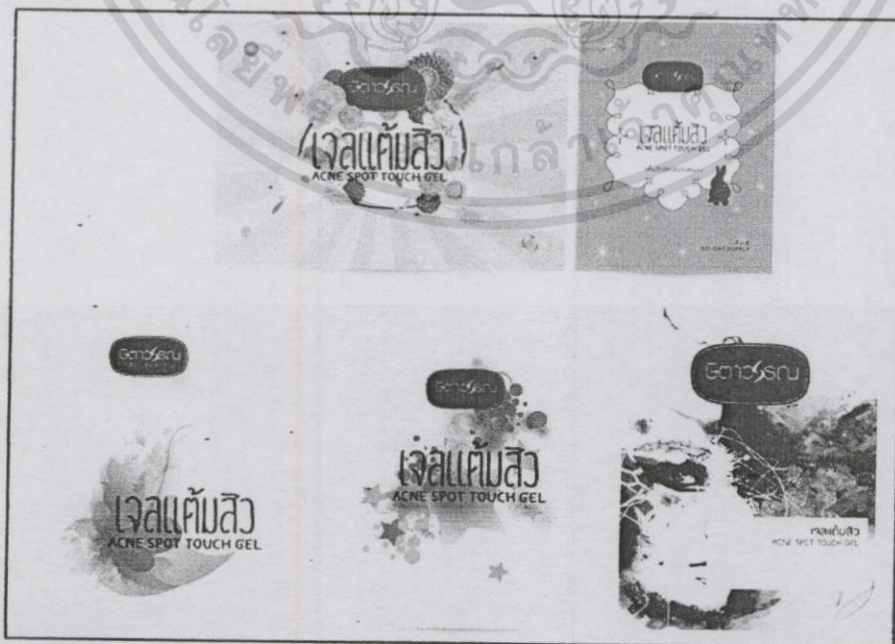
แนวทางการออกแบบที่ 1 (Design Route 1): น่ารักในแบบคุณ (Sweet on You)



ภาพที่ 3.38 ภาพแสดงแรงบันดาลใจในการออกแบบแนวทางที่ 1

การออกแบบกราฟิกเพื่อการสื่อสารขั้นแบบร่างแนวทางที่ 1 (Design Sketch: Route 1)

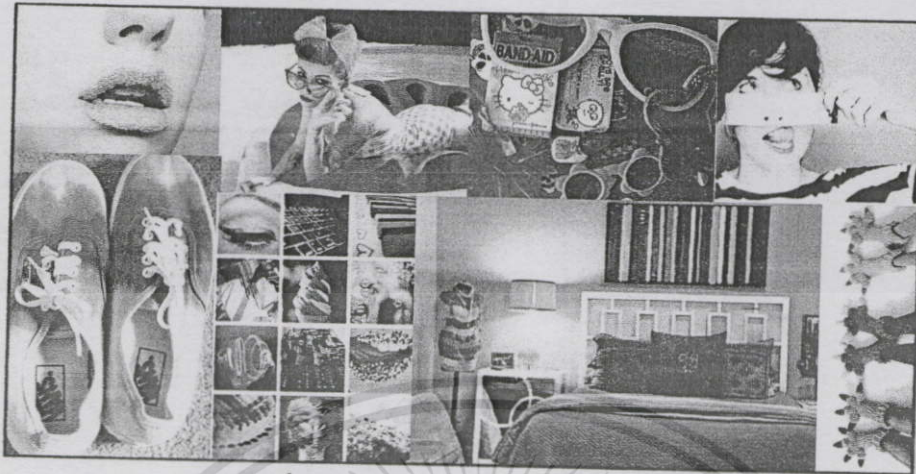
เป็นการดึงเอาโทนสี สายเส้นที่สื่อถึงความอ่อนหวาน อ่อนโยน คุ่มมนวลมาใช้ในการออกแบบกราฟิกเพื่อ  
การสื่อสาร



ภาพที่ 3.39 ภาพแสดงออกแบบกราฟิกแนวทางที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางการออกแบบที่ 2 (Design Route 2): ตัวตนในแบบคุณ (You are unique)



ภาพที่ 3.40 ภาพแสดงแรงบันดาลใจในการออกแบบแนวทางที่ 2

การออกแบบกราฟิกเพื่อการสื่อสารชั้นแบบร่างแนวทางที่ 2 (Design Sketch: Route 2)

เป็นการดึงเอารูปทรงลายเส้นที่สื่อถึงความแปลก ประหลาด เหวกแนว คุณสนุกสนานมาใช้ในการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 3.41 ภาพแสดงออกแบบกราฟิกแนวทางที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

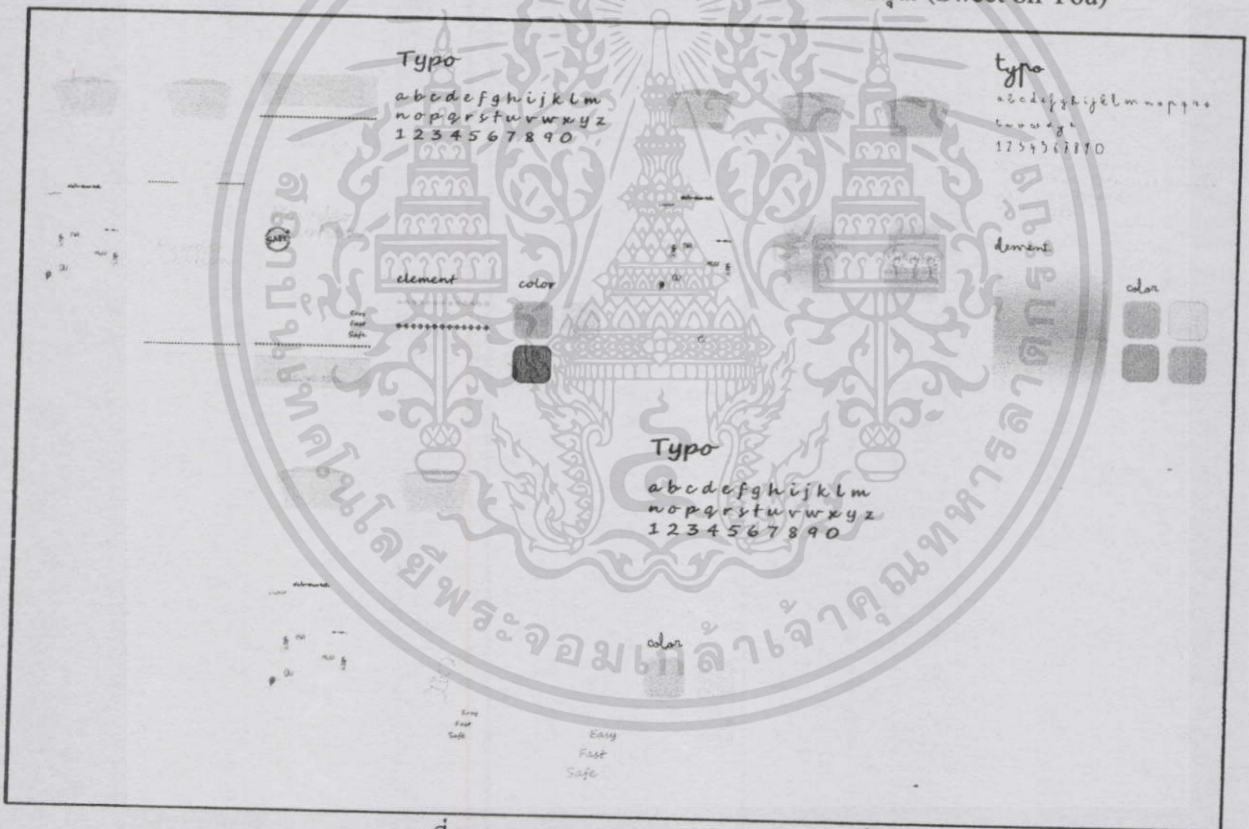


สรุป การออกแบบกราฟิกและการสื่อสารชั้นแบบร่างครั้งที่ 1 ทั้ง 3 แนวทาง พบว่ากราฟิกที่ออกแบบเมื่อนำมารวมกับ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ดูยากต่อการใช้งานในด้านการสื่อสาร ไม่สามารถทำให้ผู้บริโภคมองเห็นแล้วเข้าใจได้ทันทีว่าเป็นบรรจุภัณฑ์ยา คุณมีความเป็นเครื่องสำอางเกินไป ดังนั้น จึงปรับปรุงการออกแบบกราฟิกและการสื่อสารในครั้งที่ 1 เพื่อไปสู่การออกแบบในครั้งที่ 2 โดยลดทอนลดทอนให้ดูเรียบง่ายสมกับการเป็นบรรจุภัณฑ์ยาที่น่าเชื่อถือมากขึ้น

### 3.3.6 การออกแบบกราฟิกและการสื่อสาร (ขั้นตอนแบบร่างครั้งที่ 2)

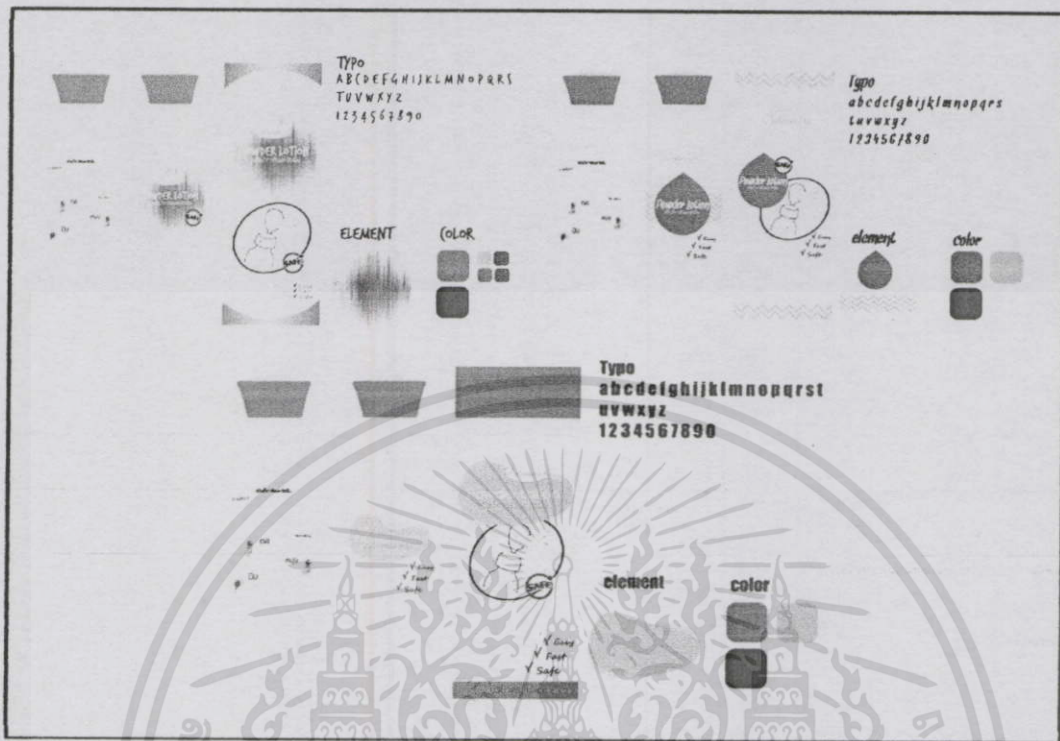
อ้างอิงจากแนวคิดการออกแบบ (Design Concept) สร้างความเชื่อมั่นในเสน่ห์สไตล์ตนเองของวัยรุ่น "Believe in your Charming" ดังเช่นในขั้นตอนแบบร่างครั้งที่ 1 เช่นเดิม

#### แนวทางการออกแบบที่ 1 (Design Route 1): น่ารักในแบบคุณ (Sweet on You)



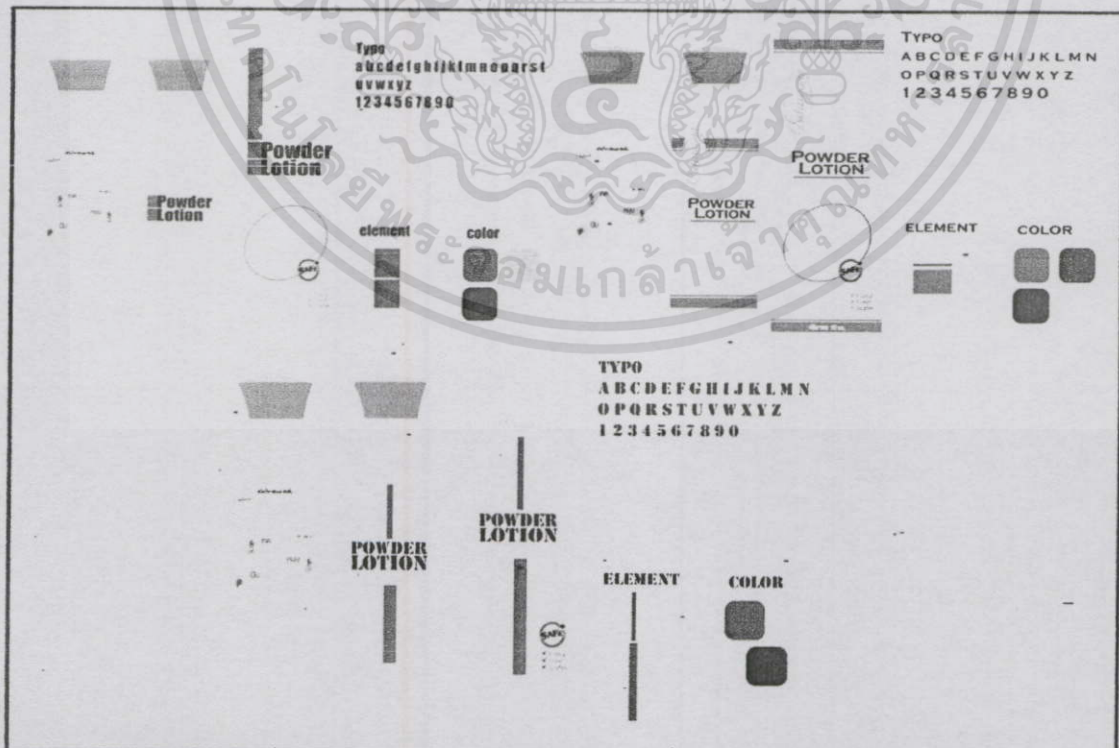
ภาพที่ 3.44 ภาพแสดงออกแบบกราฟิกแนวทางที่ 1

แนวทางการออกแบบที่ 2 (Design Route 1): ตัวตนในแบบคุณ (You are unique)



ภาพที่ 3.45 ภาพแสดงออกแบบกราฟิกแนวทางที่ 2

แนวทางการออกแบบที่ 3 (Design Route 3): เท่ในแบบคุณ (Be cool, be you)

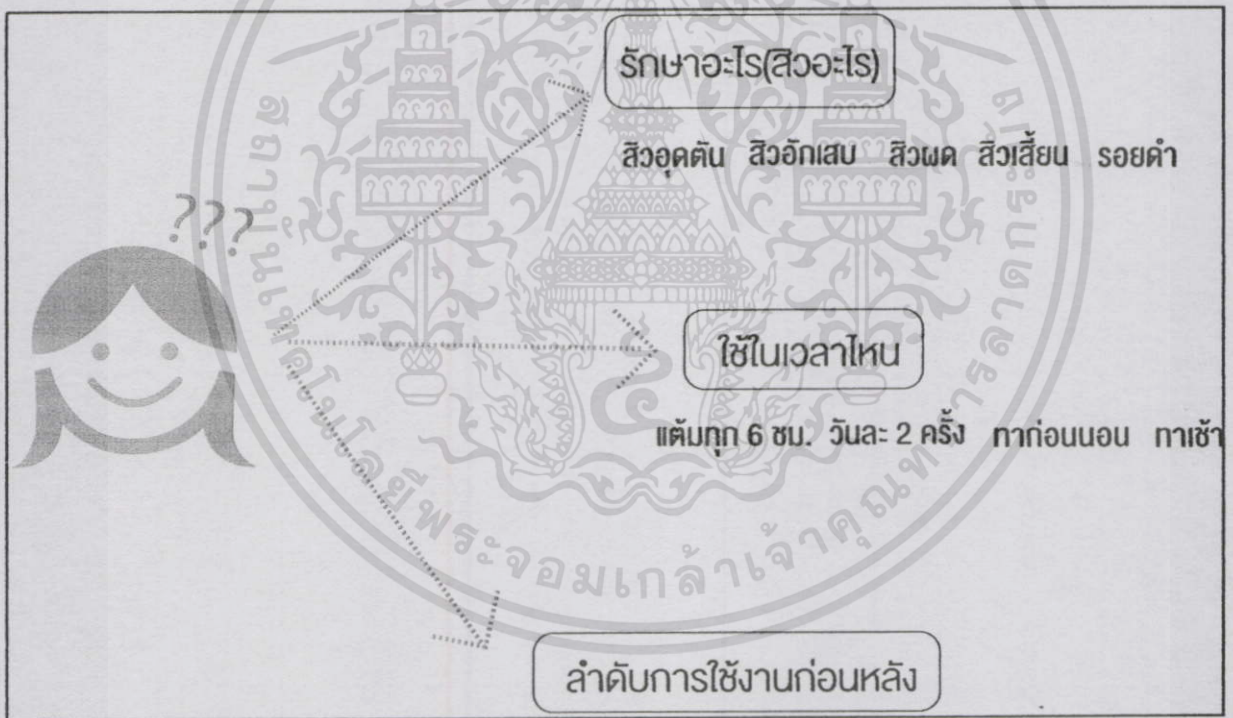


ภาพที่ 3.46 ภาพแสดงออกแบบกราฟิกแนวทางที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุป การออกแบบกราฟิกและการสื่อสารชั้นแบบร่างครั้งที่ 2 ทั้ง 3 แนวทาง พบว่ากราฟิกที่ออกแบบดูยากต่อการใช้งานในด้านการสื่อสาร ยังคงดูมีความเป็นเครื่องสำอางเกินไป ไม่สามารถทำให้ผู้บริโภคมองเห็นแล้วเข้าใจได้ทันทีว่าเป็นบรรจุภัณฑ์ยา ดังนั้น จึงทำการปรับปรุงการออกแบบกราฟิกและการสื่อสารในอีกครั้ง เพื่อไปสู่การออกแบบในครั้งที่ 3

3.3.7 การออกแบบกราฟิกและการสื่อสาร (ขั้นตอนแบบร่างครั้งที่3) โดยจากการออกแบบกราฟิกและการสื่อสารชั้นแบบร่างครั้งที่ 1 และครั้งที่ 2 พบว่าวิธีการออกแบบกราฟิกตาม 3 แนวทางดูยากต่อการใช้งานในด้านการสื่อสาร จึงทำการค้นคว้าข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภคเพื่อค้นหาความต้องการของผู้บริโภคว่า ผู้บริโภคมีความต้องการที่จะให้บรรจุภัณฑ์สื่อสารอะไร ในขั้นต้นพบว่าผู้บริโภคในช่วงวัยมีความต้องการให้บรรจุภัณฑ์มีส่วนช่วยสื่อสารในด้านต่างๆดังต่อไปนี้



ภาพที่ 3.47 ภาพแสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภค

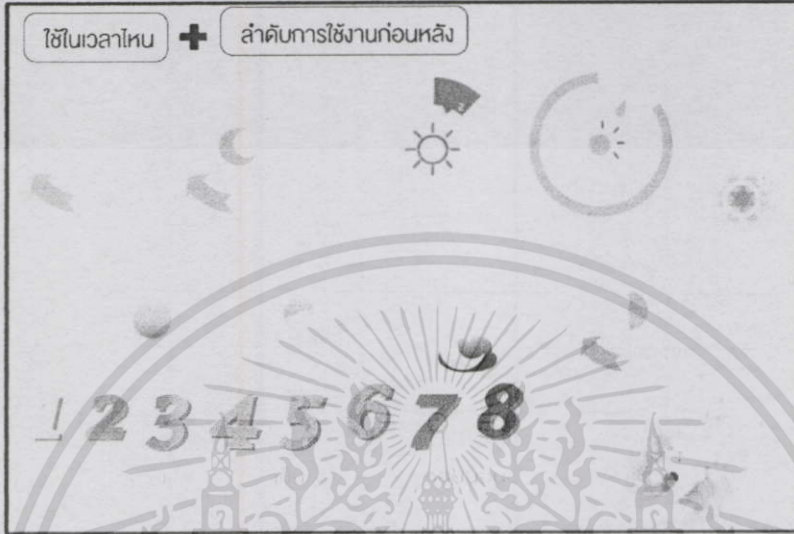
จากนั้นจึงนำเอาความต้องการที่จะให้บรรจุภัณฑ์สื่อสารมาออกแบบสัญลักษณ์ที่จะสื่อสาร  
 ในด้านต่างๆ ให้เข้ากับเงื่อนไขความต้องการในการออกแบบด้านการสื่อสารมี 3 ด้านคือ รักษาสิทธิชนิดใด  
 ใช้ในเวลาใด และลำดับการใช้งานก่อนหลัง โดยลองออกแบบที่ละด้าน ดังภาพ



ภาพที่ 3.48 ภาพแสดงออกแบบกราฟิกสัญลักษณ์เพื่อการสื่อสาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

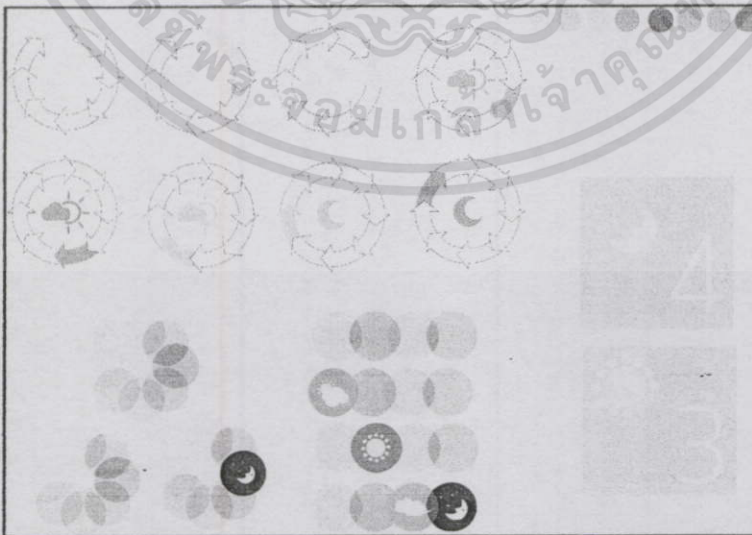
จากการวิเคราะห์และค้นคว้าข้อมูลพบว่าการสื่อสารด้าน2และ3 สามารถนำไปใช้ร่วมกันได้เนื่องจากเป็นด้านที่ผู้บริโภคมีความต้องการทราบมากที่สุด จึงนำทั้งสองด้านมาออกแบบร่วมกันเพื่อดำเนินการออกแบบตามแนวคิดการออกแบบ (Design Concept) ต่อไป



ภาพที่ 3.49 ภาพแสดงออกแบบกราฟิกสัญลักษณ์เพื่อการสื่อสาร(2)

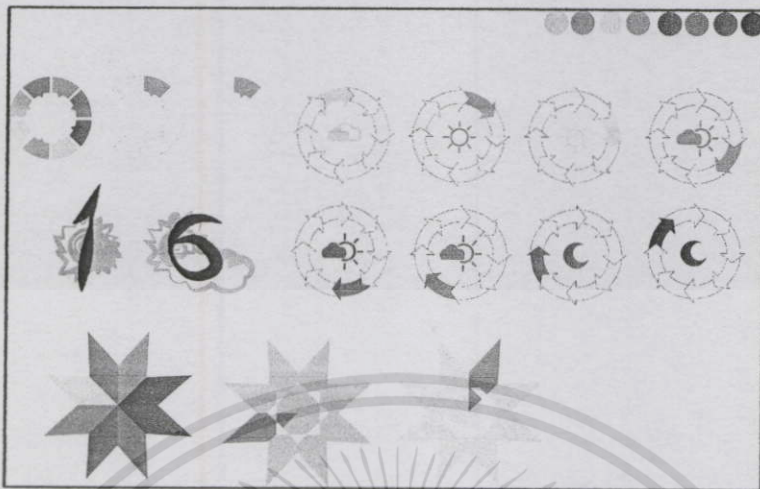
เมื่อการออกแบบสัญลักษณ์การสื่อสารด้านการใช้งาน 2 และ 3 ร่วมกันจึงนำสัญลักษณ์มาออกแบบตามแนวคิดการออกแบบ (Design Concept) สร้างความเชื่อมั่นในเสน่ห์สไตล์ตนเองของวัยรุ่น “Believe in your Charming” ดังเช่นในขั้นตอนแบบร่างครั้งที่1และครั้งที่2

แนวทางการออกแบบที่ 1 (Design Route 1): น่ารักในแบบคุณ (Sweet on You)



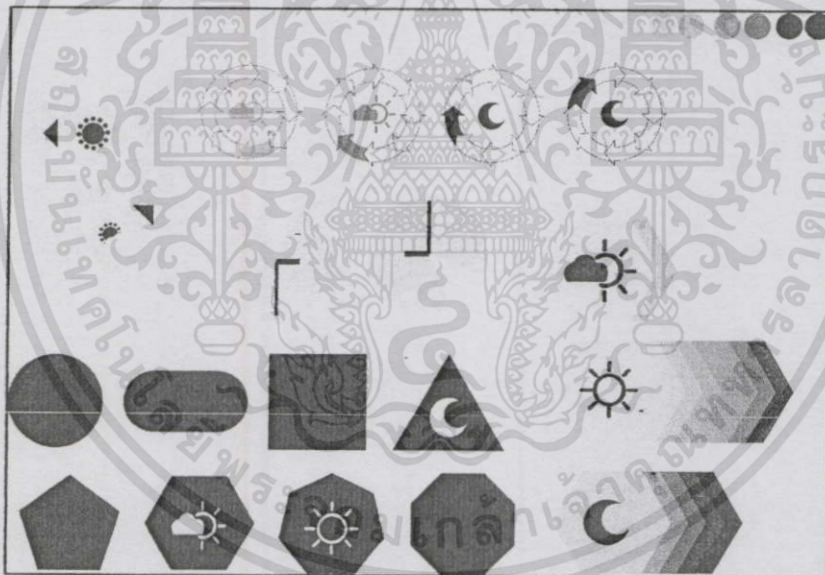
ภาพที่ 3.50 ภาพแสดงออกแบบกราฟิกสัญลักษณ์เพื่อการสื่อสาร แนวทางที่1

แนวทางการออกแบบที่ 2 (Design Route 1): ตัวตนในแบบคุณ (You are unique)



ภาพที่ 3.51 ภาพแสดงออกแบบกราฟิกสัญลักษณ์เพื่อการสื่อสาร แนวทางที่ 2

แนวทางการออกแบบที่ 3 (Design Route 3): เท่ในแบบคุณ (Be cool, be you)



ภาพที่ 3.52 ภาพแสดงออกแบบกราฟิกสัญลักษณ์เพื่อการสื่อสาร แนวทางที่ 3

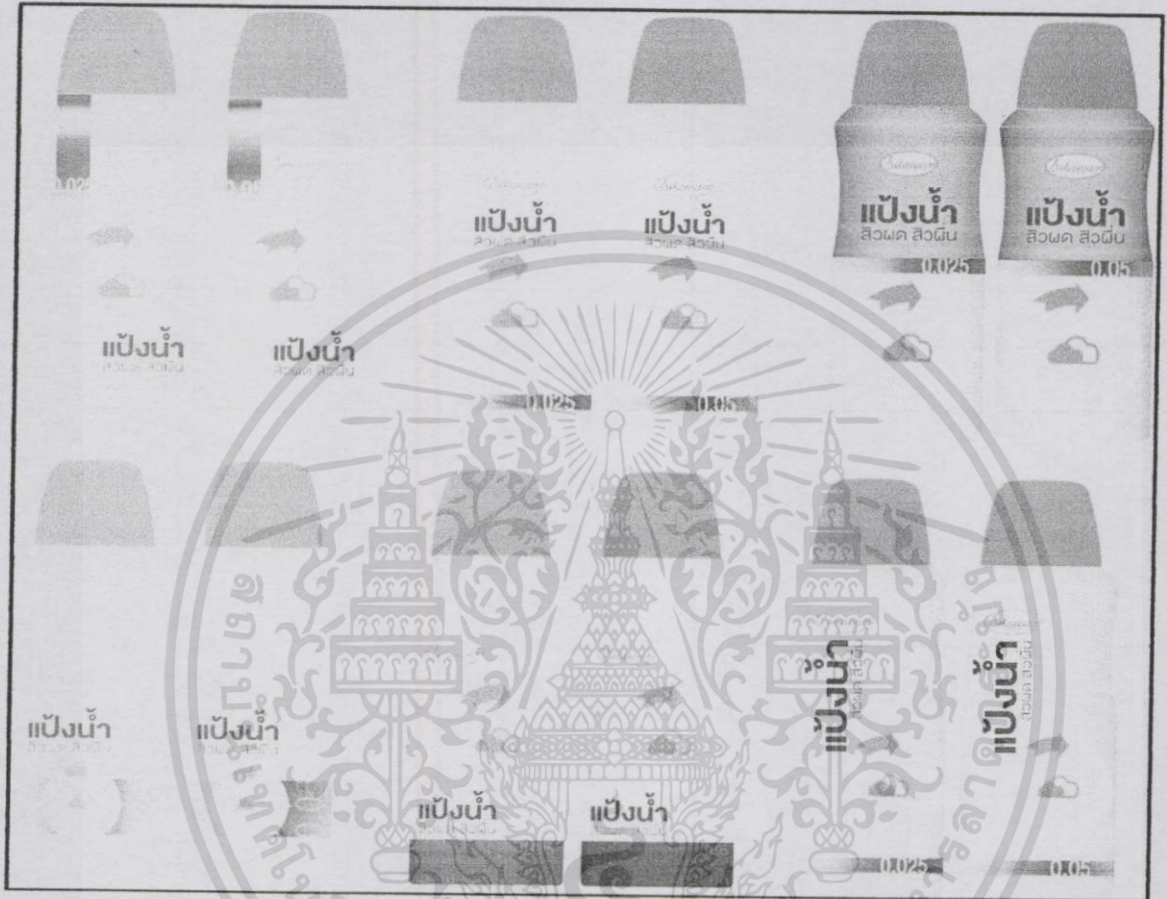
จากการออกแบบสัญลักษณ์เพื่อการสื่อสารตามการใช้งาน (ขั้นตอนแบบร่างครั้งที่ 2) จึงวิเคราะห์เลือกแบบเพื่อที่จะนำแบบที่ได้มาใช้จัดร่วมกับองค์ประกอบฉลากบรรจุภัณฑ์โดยใช้เงื่อนไขที่ใช้ในการพิจารณาเลือกสัญลักษณ์เพื่อการสื่อสารตามการใช้งาน ดังนี้

1. สามารถสื่อสารได้ทราบทันทีว่าใช้ในเวลาใด ลำดับการใช้งานลำดับใด
2. มีความสวยงาม มีเอกลักษณ์โดดเด่นเป็นที่จดจำ และเหมาะสมกับผู้บริโภค

กลุ่มเป้าหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จึงสามารถสรุปสัญลักษณ์เพื่อการสื่อสารตามการใช้งาน (ขั้นตอนแบบร่างครั้งที่2) ได้ตรงตามเงื่อนไขข้างต้นได้ชัดเจนที่สุดตามแต่ละแนวทางได้ จากนั้นจึงนำมาจัดองค์ประกอบลงบนฉลากในรูปแบบต่างๆ



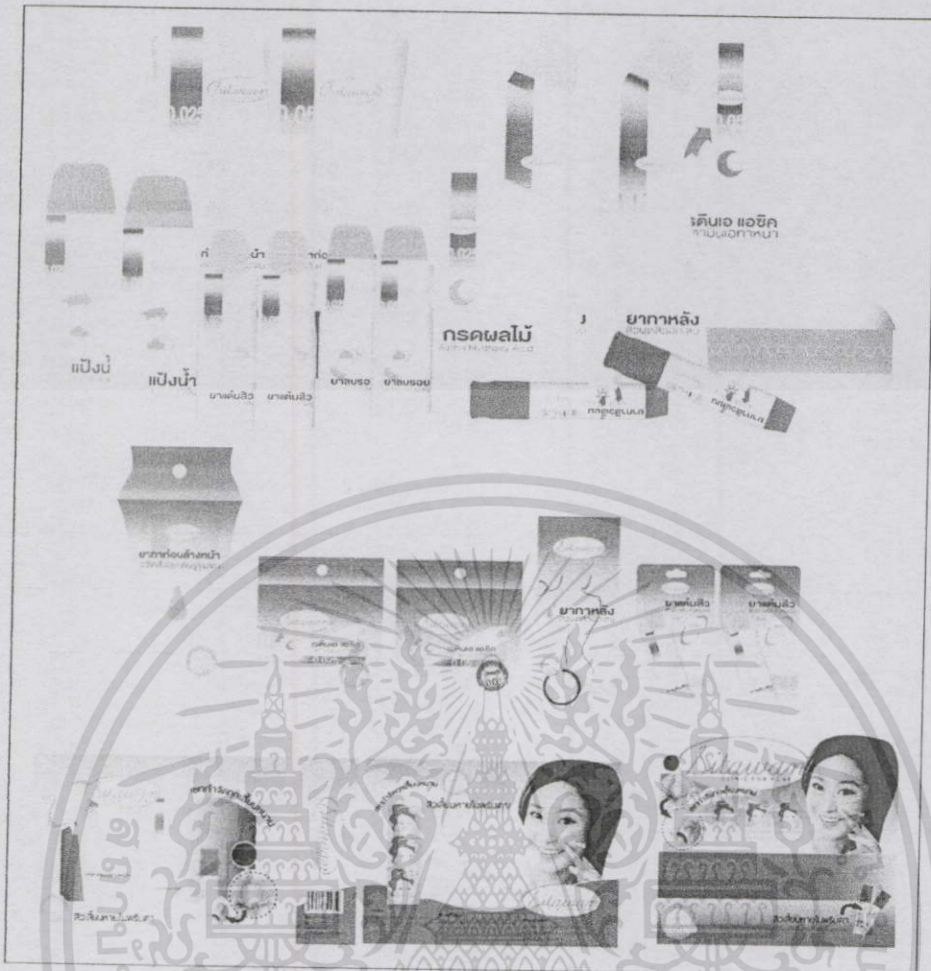
ภาพที่ 3.53 ภาพแสดงออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

จากการออกแบบกราฟิกเพื่อการสื่อสารตามการใช้งาน (ขั้นตอนแบบร่างครั้งที่2) จึงวิเคราะห์เลือกแบบเพื่อที่จะนำมาใช้ร่วมกับ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ โดยใช้เงื่อนไขที่ใช้ในการพิจารณาเลือกกราฟิกเพื่อการสื่อสารตามการใช้งาน ดังนี้

- 1.สามารถตอบสนองถึงแนวคิดในการออกแบบและแนวคิดของตราผลิตภัณฑ์
- 2.มีความสวยงาม มีเอกลักษณ์โดดเด่นเป็นที่จดจำ และเหมาะสมกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย
- 3.มีความแตกต่างจากคู่แข่งทางการตลาดที่ได้ทำการวิเคราะห์แล้ว

จึงสามารถสรุปกราฟิกเพื่อการสื่อสารตามการใช้งานในแนวทางที่ 1 ได้ตรงตามเงื่อนไขข้างต้นได้ชัดเจนที่สุด เป็นผลสุดท้ายในการออกแบบในขั้นตอนแบบร่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา 131 จะต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.54 ภาพแสดงกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สุดท้ายในขั้นแบบร่าง



ภาพที่ 3.55 ภาพแสดงโครงสร้างบรรจุภัณฑ์สุดท้ายในขั้นแบบร่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุป การออกแบบโครงสร้างและกราฟิกการสื่อสารขั้นแบบร่าง พบว่าการออกแบบยังไม่  
 ดูเป็นมิตรพอ ยังไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าเมื่อผู้บริโภคเห็นกราฟิกสื่อสารแล้วจะสามารถเข้าใจการใช้งานได้  
 ในทันทีหรือไม่ ขนาดบรรจุภัณฑ์บางตัวดูมีขนาดใหญ่เกินไป และรูปทรงยังไม่สามารถแยกออกได้ ดังนั้น  
 ในการออกแบบครั้งต่อไปจึงมีแนวทางที่จะปรับปรุงให้ตรงตามเงื่อนไขและความต้องการ เพื่อไปสู่การ  
 ออกแบบในขั้นพัฒนาให้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่น่าเชื่อถือและดูเป็นมิตรมากขึ้น

3.3.8 การพัฒนาแนวความคิดและการออกแบบด้านกราฟิก (ขั้นตอนแบบร่าง) ในการออกแบบ  
 กราฟิกได้ทำการออกแบบจากแนวคิดในการออกแบบ คือ Design Concept: Believe in your Charming”  
 ดังเช่นในขั้นตอนแบบร่างครั้งที่ 1-3 สร้างความเชื่อมั่นในเสน่ห์สไตล์ตนเองของวัยรุ่น

สามารถแบ่งออกเป็น 3 แนวทางการออกแบบ (Design Route) ดังนี้

1. แนวทางการออกแบบที่ 1 (Design Route 1): น่ารักในแบบคุณ (Sweet on You)
2. แนวทางการออกแบบที่ 2 (Design Route 1): ตัวตนในแบบคุณ (You are unique)
3. แนวทางการออกแบบที่ 3 (Design Route 3): เท่โก้ในแบบคุณ (Be cool, be you)

จากแนวทางข้างต้นที่ผ่านการร่างแบบมาถึง 3 ครั้ง จึงสามารถตัดสินใจได้ว่า แนวทางที่  
 เหมาะสมกับโครงการคือ แนวทางการออกแบบที่ 1 (Design Route 1): Sweet on You ที่สอดคล้องเหมาะสม  
 กับตราสินค้าและผลิตภัณฑ์ใน โครงการที่ต้องการแสดงออกถึงความอ่อนโยน เป็นมิตร แนวทางที่ 1 จึงเป็น  
 แนวทางที่ตอบโจทย์ที่สุด

จากแนวทางที่ 1 (Design Route 1): Sweet on You จึงเลือกดอกไม้มาเป็นสื่อกลางตัวแทน  
 ของตัวยาแต่ละชนิด

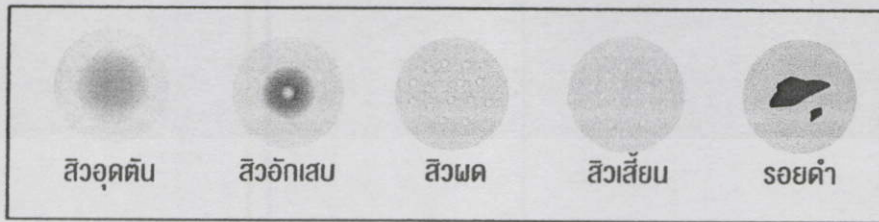
ยาทาก่อนล้างหน้า	แป้งน้ำ		กรดผลไม้	
แอมป์สิว	ทาสิวสียน		วิตามินเอทาหน้า	
ทาหลัง	รอยดำ		ครีมบำรุง	

ภาพที่ 3.56 ภาพแสดงสัญลักษณ์ดอกไม้ที่แทนตัวยาแต่ละชนิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากนั้นจึงออกแบบภาพแสดงการใช้งานบนฉลากยา โดยยึดถือการออกแบบตามแนวทาง  
ที่ 1 ให้คู่อ่อนโยนเป็นมิตร

- ออกแบบภาพแสดงชนิดของสีวแต่ละประเภท โดยยึดตามลักษณะของสีวแต่ละชนิด



ภาพที่ 3.57 ภาพแสดงสัญลักษณ์ชนิดสีวแต่ละประเภท

- ออกแบบภาพแสดงช่วงเวลาการใช้งานของยาแต่ละประเภท ซึ่งช่วงเวลาการใช้งานของ  
ยาแบ่งออกเป็น 3 ช่วงเวลา คือ เวลาเช้าแทนสัญลักษณ์ด้วยพระอาทิตย์เต็มดวง เวลาเย็นแทนด้วยพระอาทิตย์  
ครึ่งดวงเปรียบเสมือนตอนพระอาทิตย์กำลังลับขอบฟ้า เวลากลางคืนแทนด้วยพระจันทร์



ภาพที่ 3.58 ภาพแสดงสัญลักษณ์ช่วงเวลาการใช้งานของยา

- ออกแบบภาพแสดงวิธีการใช้งานของยา

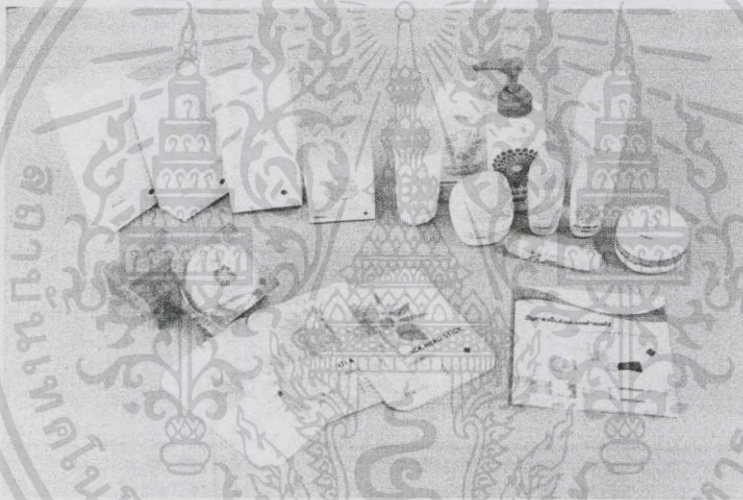


ภาพที่ 3.59 ภาพแสดงวิธีการใช้งานของยา

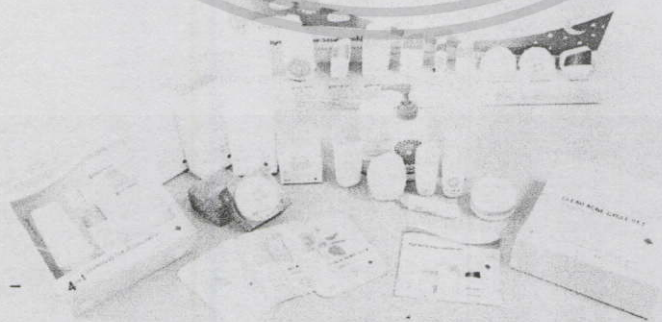
จากการออกแบบกราฟิกเพื่อการสื่อสารตามการใช้งาน จึงทำการออกแบบเพื่อที่จะนำแบบที่ได้มาใช้ร่วมกับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์โดยใช้เงื่อนไขที่ใช้ในการพิจารณาเลือกกราฟิกเพื่อการสื่อสารตามการใช้งาน ดังนี้

- 1.สามารถตอบสนองสื่อสารถึงแนวคิดในการออกแบบและแนวคิดของตราผลิตภัณฑ์
- 2.มีความสวยงาม มีเอกลักษณ์โดดเด่นเป็นที่จดจำ และเหมาะสมกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย
- 3.มีความแตกต่างจากคู่แข่งทางการตลาดที่ได้ทำการวิเคราะห์แล้ว

จึงสามารถสรุปกราฟิกเพื่อการสื่อสารตามการใช้งานในแนวทางที่ 1 ได้ตรงตามเงื่อนไขข้างต้น ได้ชัดเจนที่สุด เป็นผลสุดท้ายในการออกแบบในขั้นตอนแบบร่างดังนี้



ภาพที่ 3.60 สรุปผลการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ (ขั้นตอนแบบร่าง)



ภาพที่ 3.61 สรุปผลการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ 2 (ขั้นตอนแบบร่าง)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา **135** และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.3.9 การพัฒนาแนวความคิดและการออกแบบด้านกราฟิก (ขั้นตอนแบบร่าง) การวิเคราะห์นี้มา

จากการพิจารณาแก้ไขตามคำแนะนำของคณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์ขั้นแบบร่าง โดยคำแนะนำ มีดังนี้

1. ชื่อสามัญควรมีความชัดเจนมากกว่านี้ เห็นครั้งแรกแล้วสามารถทราบได้ว่าเป็นยาตัวใด

2. หาความหมายของกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ดอกไม้ต่างๆมีความหมายสอดคล้องกับยาแต่

ละตัวอย่างไรบ้าง ต้องมีคำอธิบาย ควรหา keyword ที่เห็นแล้วสามารถเข้าใจได้ง่าย

3. ภาพแสดงการใช้งานควรดูอ่อนโยน เป็นมิตรให้มากกว่านี้

### 3.4 การพัฒนาแนวความคิดและการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ (ขั้นสุดท้าย Final Design)

เน้นการพัฒนาด้านการสื่อสารที่สามารถสื่อถึงการใช้งานที่ถูกต้อง เห็นแล้วสามารถเข้าใจได้ง่าย เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ในด้านการใช้งานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยหาข้อมูลความต้องการด้านการสื่อสารจากผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย จากการสำรวจสอบถามพบว่าผู้บริโภคมีความต้องการทราบในเรื่องต่างๆ ดังนี้

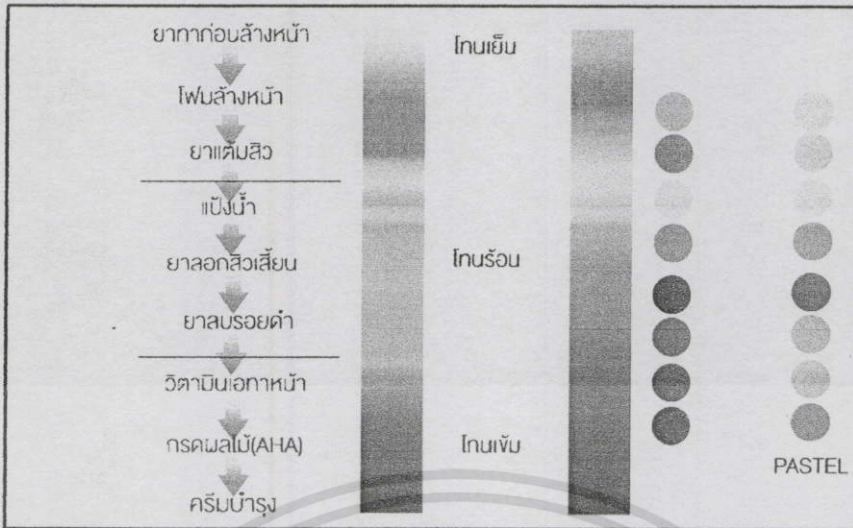
1. การแยกแยะชนิดของยา
2. ยาแต่ละตัวใช้รักษาอาการของสิวอะไรบ้าง
3. ควรใช้งานยาสิวแต่ละชนิดในช่วงเวลาใด
4. วิธีการใช้งานที่ถูกต้องของยาแต่ละชนิด

จากข้อมูลการค้นคว้าพบว่าความสามารถในการจดจำของมนุษย์นั้น สามารถจดจำแยกแยะสีได้ดี เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือภาพสัญลักษณ์ต่างๆ จึงนำข้อมูลนี้มาช่วยในการออกแบบ



ภาพที่ 3.62 ภาพแสดงความสามารถในการจำของมนุษย์

- การแยกแยะชนิดของยา การแยกแยะชนิดของยานั้น ออกแบบโดยนำโทนสีมาใช้แยกชนิดของยา แบ่งโซนยาออกตามเวลาการใช้งานเป็น ยาที่ใช้งานเวลาเช้า ยาที่ใช้งานเวลาเย็น และยาที่ใช้งานเวลาก่อนนอน ช่วงเช้าแทนด้วยโทนสีเขียว ช่วงเย็นแทนด้วยโทนสีร้อน ช่วงเวลาก่อนนอนแทนด้วยโทนสีเข้ม จัดเรียงสีให้ไล่ระดับตามกัน ดังนี้



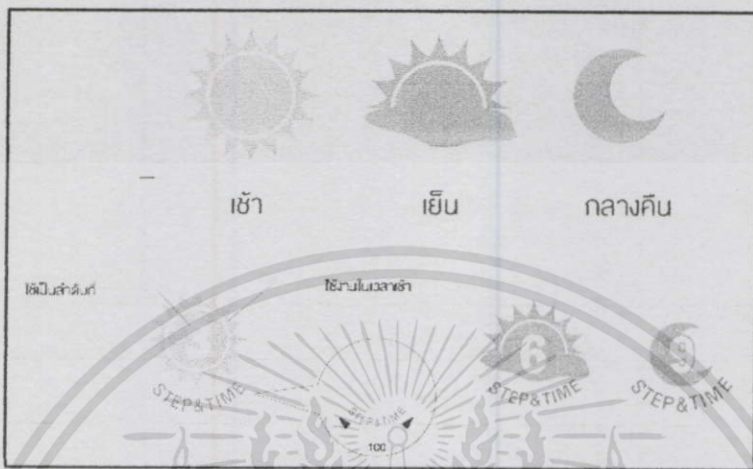
ภาพที่ 3.63 ภาพแสดงโทนสีของยาแต่ละชนิด

- ยาแต่ละตัวใช้รักษาอาการของสิวอะไรบ้าง นอกจากภาพอธิบายบนฉลากถึงชนิดของสิวแต่ละประเภทแล้วนั้น กราฟิคนบนบรรจุภัณฑ์ยังต้องสามารถสื่อถึงสิวแต่ละประเภท โดยนำลักษณะของสิวแต่ละชนิดมาลดทอนให้เป็นภาพสัญลักษณ์ เพื่อให้สามารถแยกแยะชนิดยาแต่ละชนิดได้โดยง่าย



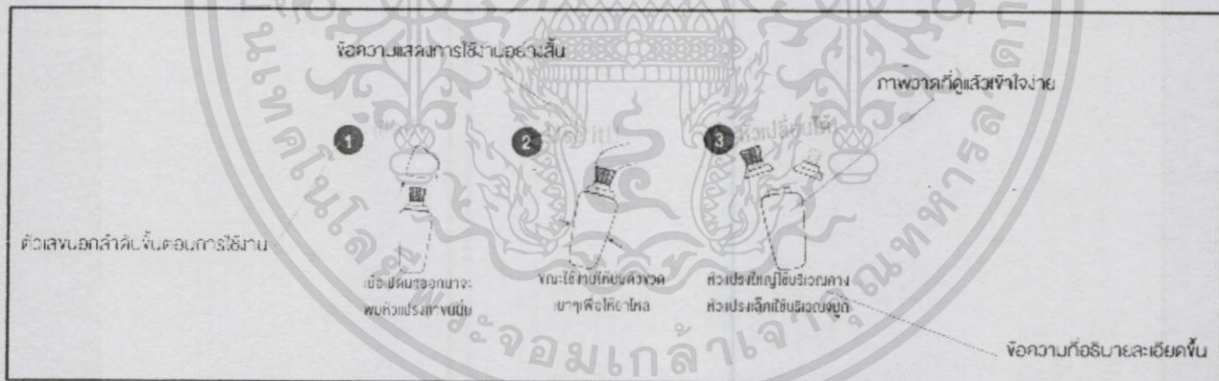
ภาพที่ 3.64 ภาพแสดงสัญลักษณ์ของสิวแต่ละชนิด

- ควรใช้งานยาสิ่วแต่ละชนิดในช่วงเวลาใด นอกจากใช้สีแยกแยะว่าควรใช้งานช่วงเวลาใดบ้าง แต่ยังไม่ชัดเจนพอ จึงออกแบบสัญลักษณ์แสดงเวลาที่ควรใช้งาน ร่วมกับลำดับการใช้งานของยาแต่ละชนิด ดังนี้



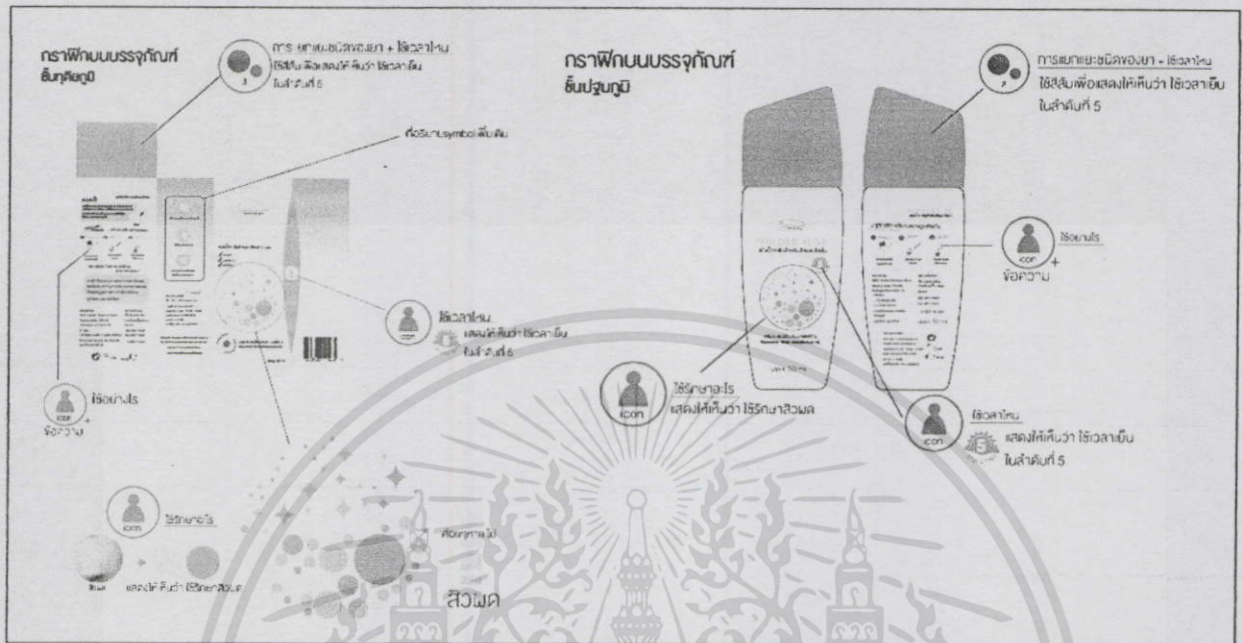
ภาพที่ 3.65 ภาพแสดงสัญลักษณ์ช่วงเวลาการใช้งานและลำดับการใช้งาน

-วิธีการใช้งานที่ถูกต้องของยาแต่ละชนิด ออกแบบโดยใช้ภาพวาดลายเส้นที่ดูเข้าใจง่าย เป็นมิตร บอกลำดับขั้นตอนการใช้งานอย่างชัดเจน



ภาพที่ 3.66 ภาพแสดงวิธีการใช้งานของยาแต่ละชนิด

จากนั้นจึงนำสิ่งที่ออกแบบทั้งหมดมารวมกันเป็นกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่แสดงถึงการสื่อสารด้านการใช้งานที่เข้าใจได้ง่ายเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ในด้านการใช้งานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

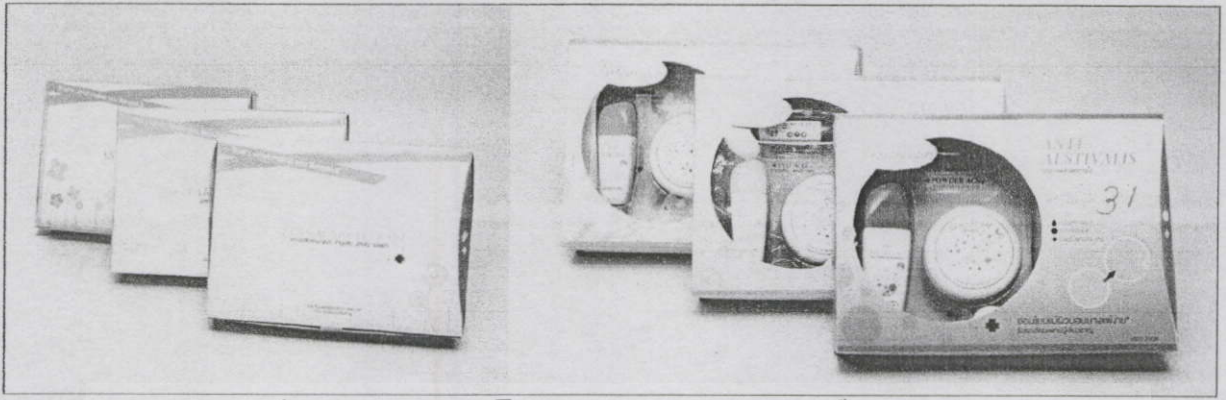


ภาพที่ 3.67 ภาพแสดงการนำสัญลักษณ์มาใช้งานบนบรรจุภัณฑ์

3.5 สรุปผลขั้นตอนสุดท้าย (Final Design) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการนี้จะเป็นการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์มาตรฐานร่วมกับบรรจุภัณฑ์ออกแบบใหม่ โดยออกแบบให้มีความแตกต่างและรักษาภาพลักษณ์ คงความเป็นอันหนึ่งเดียวกันของตราผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ทั้งหมดจะใช้การคิดฉลากแยก ไม่มีการพิมพ์ลมบนบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากข้อจำกัดด้านต้นทุนและวิธีการผลิตจึงคำนึงถึงความสามารถของตราผลิตภัณฑ์ที่จะผลิตเพื่อให้โครงการนี้เกิดประโยชน์และสามารถนำไปใช้จริงให้ได้มากที่สุด



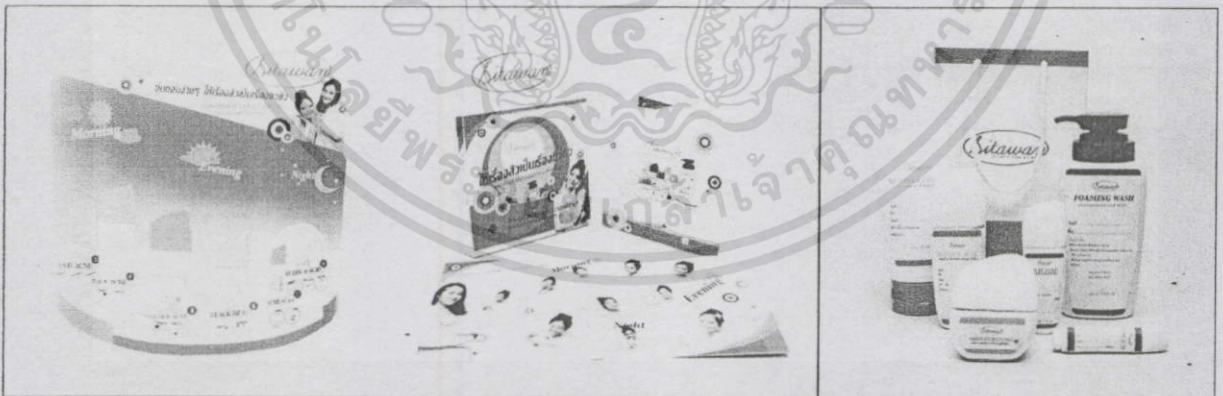
ภาพที่ 3.68 สรุปผลการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ขายปลีกขั้นตอนสุดท้าย



ภาพที่ 3.69 สรุปผลการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ขายจัดชุดขั้นตอนสุดท้าย

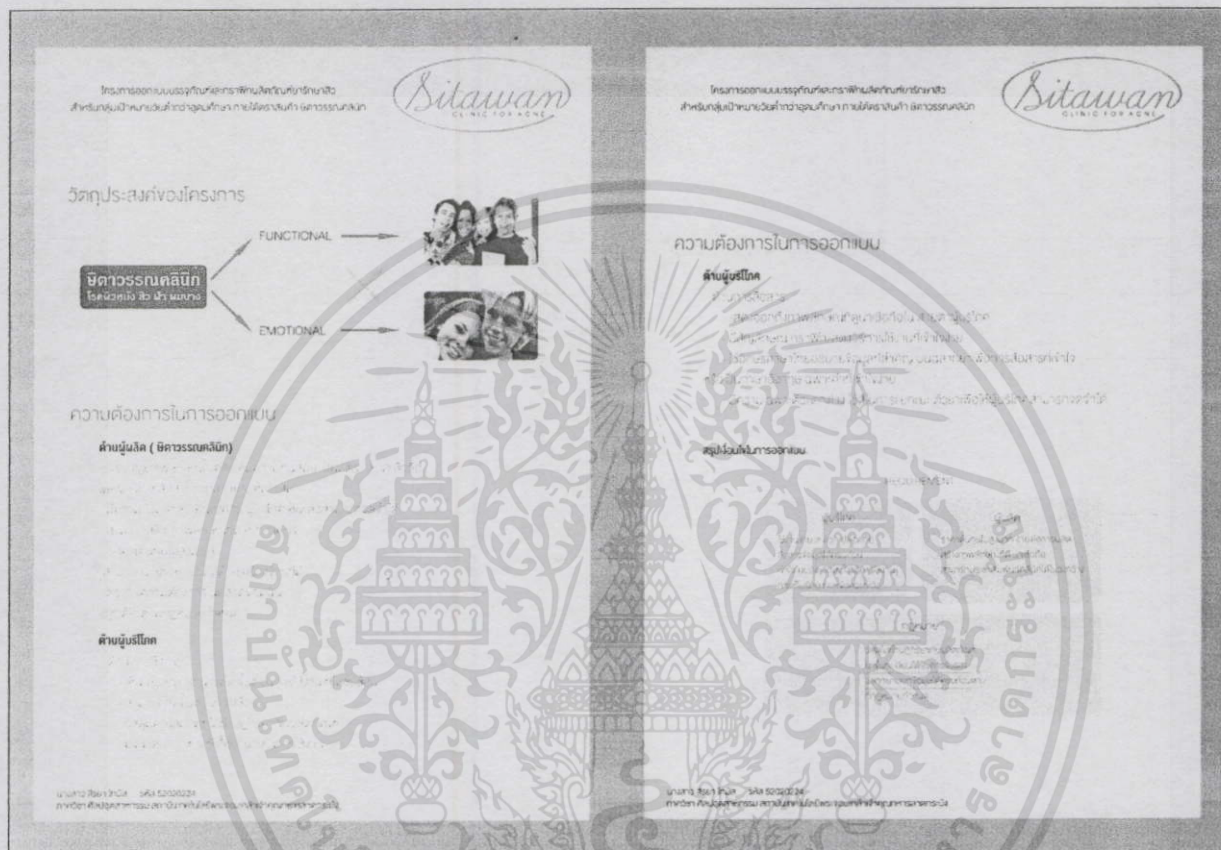


ภาพที่ 3.70 สรุปผลการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ขายรวมหน่วยขั้นตอนสุดท้าย

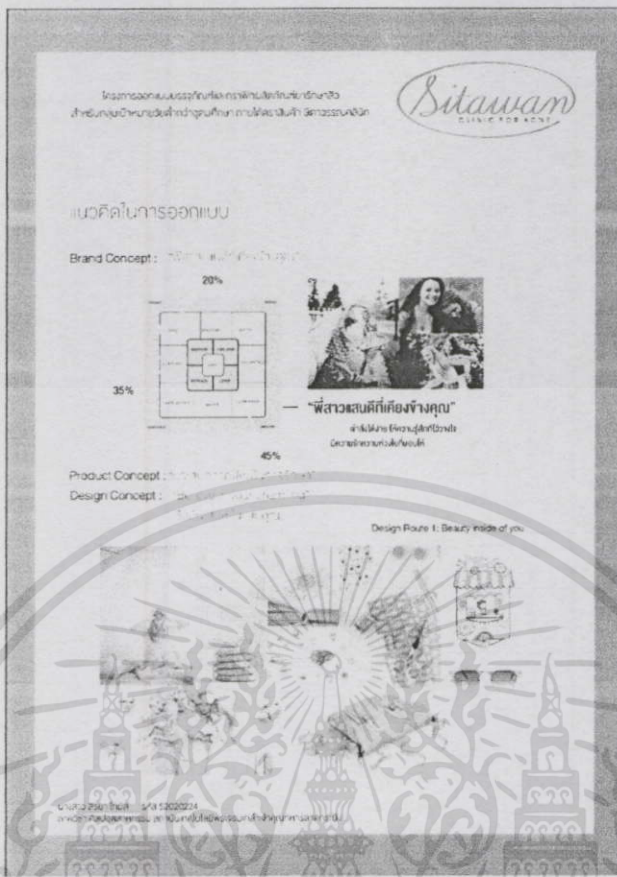


ภาพที่ 3.71 สรุปผลการออกแบบกราฟิกส่วนประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์ใช้งานในคลินิกขั้นตอนสุดท้าย

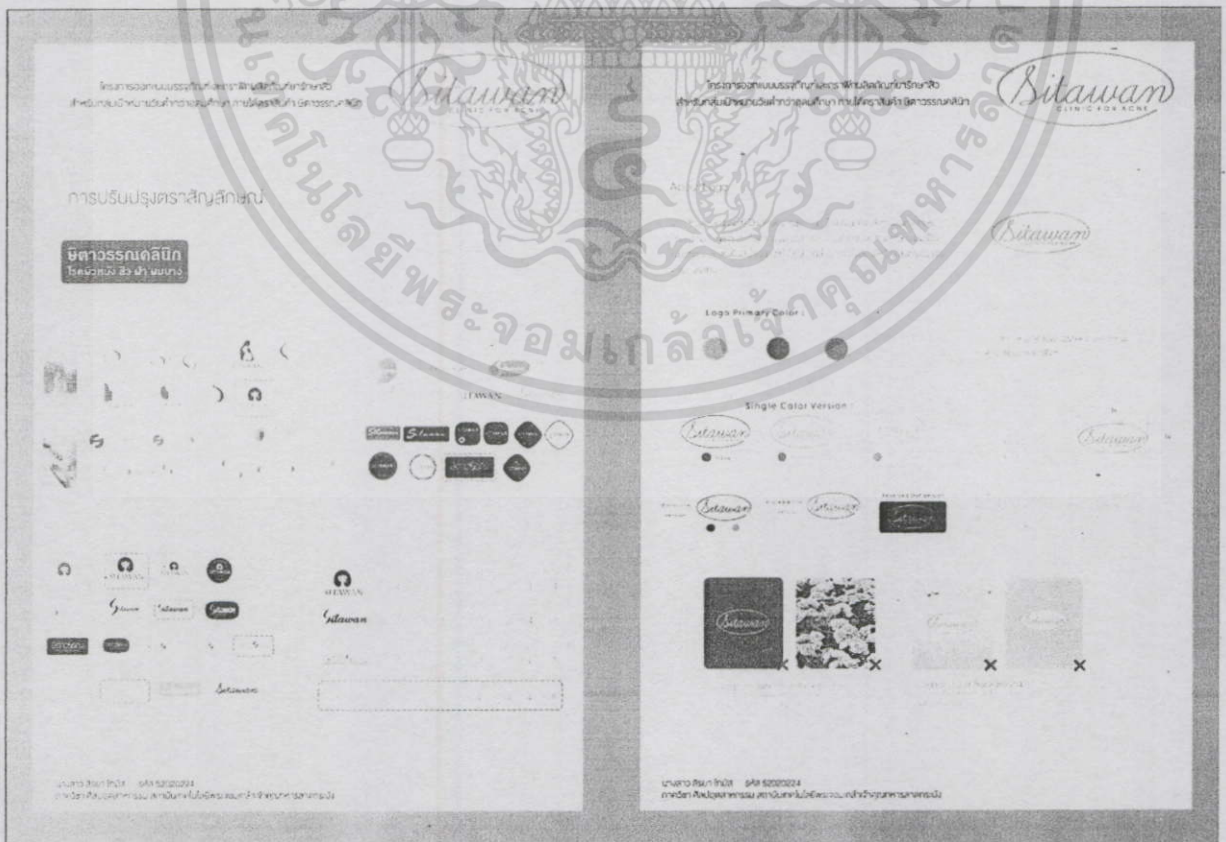
3.5.1 ภาพย่อแผ่นนำเสนองาน แผ่นการนำเสนอผลงานนี้จะเริ่มตั้งแต่การวิเคราะห์ที่มา และแนวความคิดของตราผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการกำหนดภาพลักษณ์ที่จะสื่อสารให้ผู้บริโภค รวมถึงวิธีการสื่อสารการใช้งานที่ถูกต้องให้ผู้บริโภคเข้าใจง่าย โดยเน้นการนำเสนอลำดับ ขั้นตอนการคิดวิเคราะห์ จนกระทั่งตีความข้อมูลทั้งหมดผ่านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกบรรจุภัณฑ์เพื่อการสื่อสาร



ภาพที่ 3.72 แผ่นนำเสนอผลงานขั้นสุดท้ายเรื่องวัตถุประสงค์และความต้องการในการออกแบบ

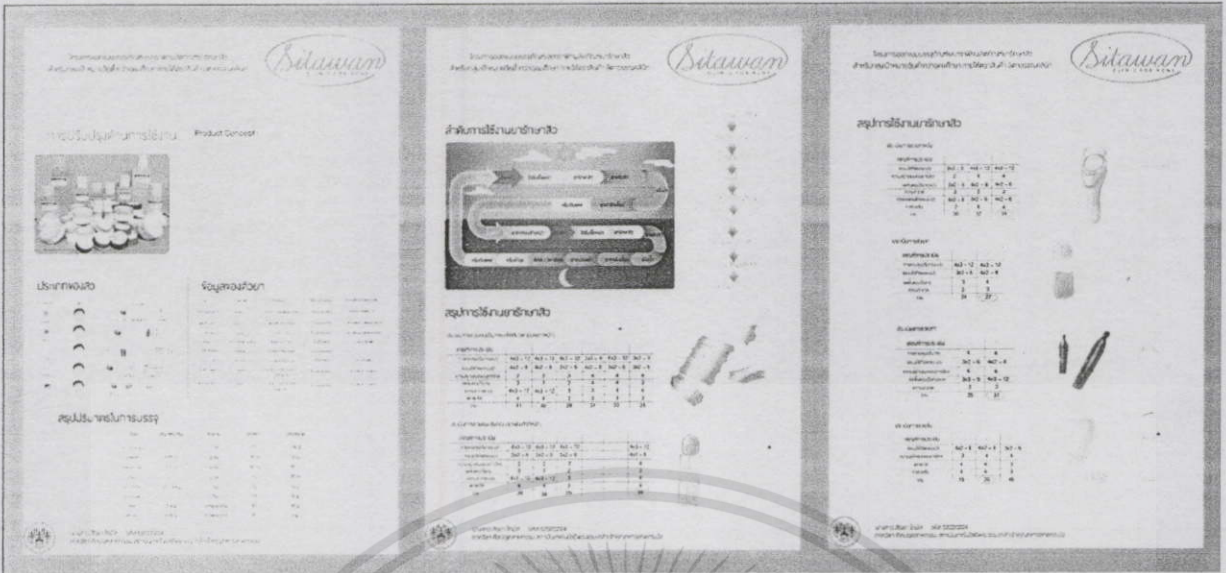


ภาพที่ 3.73 แผ่นนำเสนอผลงานขั้นสุดท้ายเรื่องแนวคิดในการออกแบบ



ภาพที่ 3.74 แผ่นนำเสนอผลงานขั้นสุดท้ายเรื่องการปรับปรุงตราสัญลักษณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

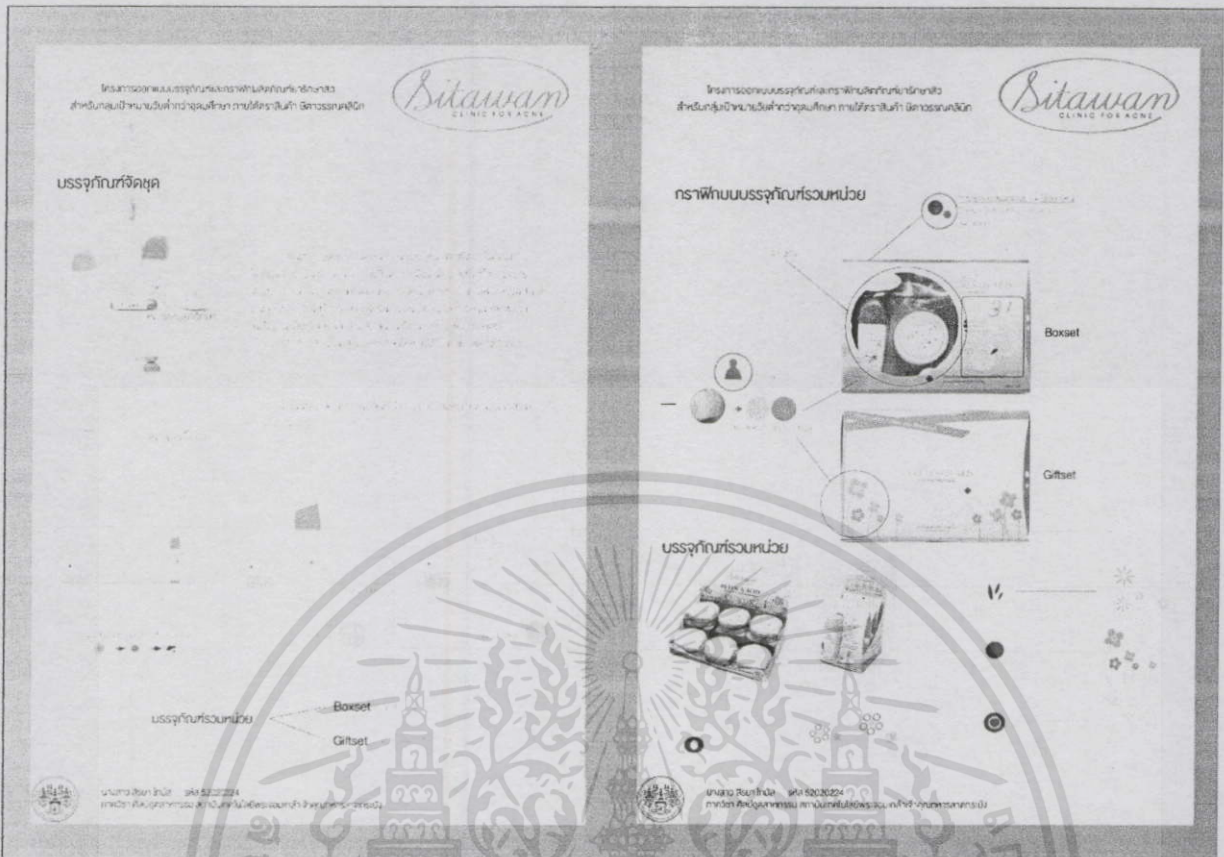


ภาพที่ 3.75 แผ่นนำเสนอผลงานขั้นสุดท้ายเรื่องการปรับปรุงด้านการใช้งาน



ภาพที่ 3.76 แผ่นนำเสนอผลงานขั้นสุดท้ายเรื่องการปรับปรุงด้านการสื่อสาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.77 แผ่นนำเสนอผลงานขั้นสุดท้ายเรื่องบรรจุภัณฑ์จืดสุกและบรรจุภัณฑ์รวมหน่วย

3.6 วิเคราะห์ส่วนที่ต้องปรับปรุงแก้ไขขั้นสุดท้าย (Design Analysis) การวิเคราะห์นี้มาจากการพิจารณาแก้ไขตามคำแนะนำของคณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์ขั้นสุดท้าย โดยคำแนะนำ มีดังนี้

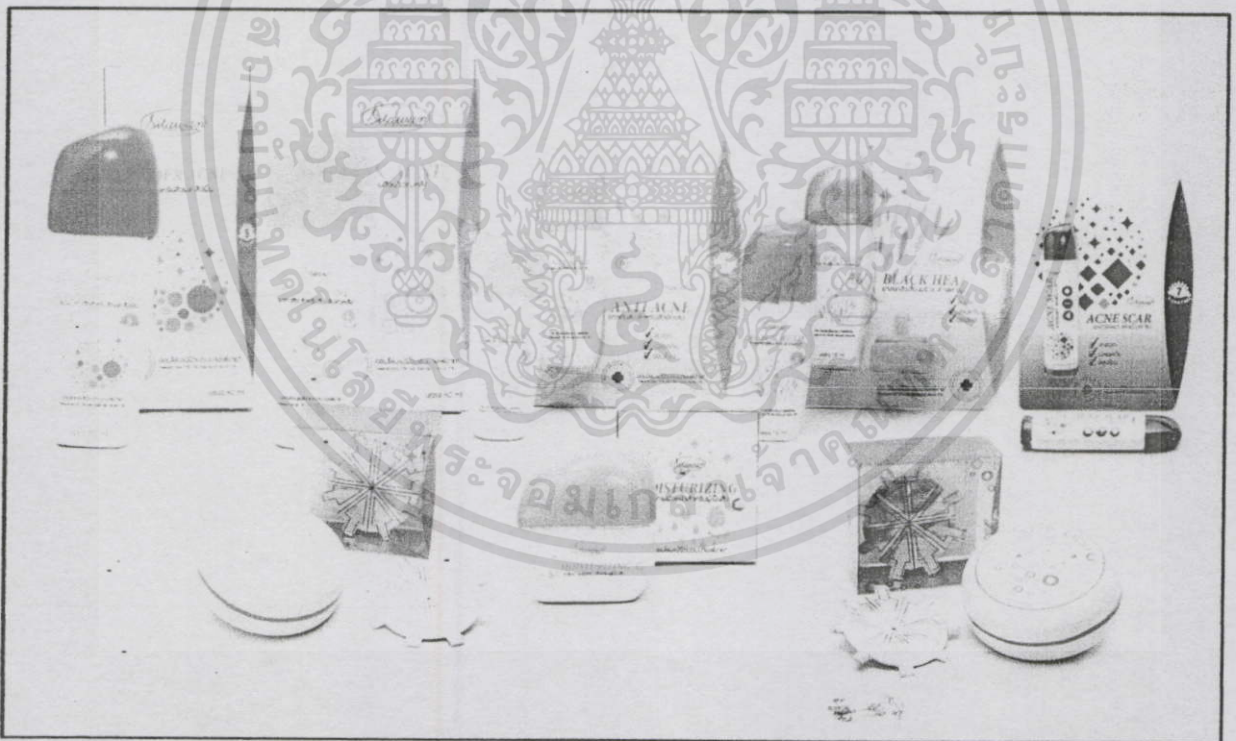
1. การค้นคว้าข้อมูลดีมากแต่ยังเอามาใช้ได้ไม่สมบูรณ์
2. ในส่วนของข้อมูลที่ต้องแปลเป็นสัญลักษณ์ ต้องการการเรียนรู้และทำความเข้าใจ อาจทำให้เข้าใจคลาดเคลื่อนได้ง่าย
3. ควรทำให้ครอบคลุมเข้าใจได้ง่ายทั้งคนที่ทราบข้อมูลเรื่องสิวคืออยู่แล้วและคนที่ไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสิวใดๆเลย
4. เพิ่มในส่วนของคุณสมบัติมากกว่าสัญลักษณ์แต่ละตัวคืออะไร

## บทที่ 4

### บทสรุป

#### 4.1 สรุปผลการออกแบบ

4.1 ผลงานการออกแบบขั้นตอนสุดท้าย (Final Design) จากการค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูลนำมาซึ่งการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในขั้นตอนสุดท้าย โดยเลือกใช้บรรจุภัณฑ์มาตรฐานร่วมกับบรรจุภัณฑ์ออกแบบใหม่ เพื่อตอบโจทย์วัตถุประสงค์ของ โครงการภายใต้ข้อจำกัดด้านต้นทุนและวิธีการผลิตจึงคำนึงถึงความสามารถของตราผลิตภัณฑ์ที่จะผลิตเพื่อให้โครงการนี้เกิดประโยชน์และสามารถนำไปใช้จริงให้ได้มากที่สุด



ภาพที่ 4.1 ผลการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ขายปลีกขั้นตอนสุดท้าย

จากการออกแบบและพัฒนาแบบจากการค้นคว้าข้อมูลและนำข้อมูลมาวิเคราะห์ออกมาเป็นผลงานขั้นตอนสุดท้าย จึงสามารถนำมาสรุปผลงานการออกแบบในแต่ละด้านได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 145 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.1 ด้านบรรจุกฎเกณฑ์และการสื่อสาร บรรจุกฎเกณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สามารถสื่อสารถึงเอกลักษณ์คุณประโยชน์ในการรักษาชีวิตแต่ละชนิดของขาแต่ละตัว โดยอยู่ภายใต้พื้นฐานของเอกลักษณ์ร่วมองค์กร (Corporate Identity) บรรจุกฎเกณฑ์สามารถสร้างภาพพจน์ที่ดีต่อตราสินค้าและผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุกฎเกณฑ์คำนึงถึงความเป็นไปได้ของการผลิตจริงรวมถึงความเหมาะสมในด้านต้นทุนราคา

4.1.2 ด้านภาพลักษณ์ตราสินค้าใหม่ สามารถทำให้ตราสินค้ามีศักยภาพทางการตลาด สร้างจุดเด่นจุดต่างในตลาดสินค้าเวชภัณฑ์ ในส่วนของบรรจุกฎเกณฑ์สามารถสื่อสารถึงภาพลักษณ์ที่อ่อนโยนเป็นมิตรของตราผลิตภัณฑ์ยิตาบรรณคลินิกและได้สร้างความแตกต่างจากคู่แข่งทางการตลาด

4.1.3 ด้านโครงสร้างและเอกลักษณ์องค์กร สามารถสร้างเอกลักษณ์ตอบสนองต่อแนวความคิดที่ตั้งไว้ตามหลักการจากการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสร้างภาพพจน์ที่ดีต่อคลินิก คึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้สามารถตัดสินใจเลือกซื้อได้

4.1.4 ด้านคู่มือการใช้ตราสัญลักษณ์องค์กร สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับสินค้าอื่นๆของตราสินค้าใหม่นี้ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตได้

## 4.2 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ถึงแม้จะเป็นการออกแบบและพัฒนาแบบที่ผ่านขบวนการค้นคว้าข้อมูลและนำข้อมูลมาวิเคราะห์ออกมาเป็นผลงานชิ้นตอนสุดท้ายนั้น ยังคงไม่สมบูรณ์แบบและมีจุดบกพร่องเล็กน้อย ทางคณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์จึงให้คำแนะนำและนำมาสรุปผลการออกแบบเพื่อตอบ โจทย์วัตถุประสงค์ของโครงการสามารถจำแนกหัวข้อได้ ดังนี้

4.2.1 ด้านกราฟิกบนบรรจุกฎเกณฑ์และการสื่อสาร ในส่วนของกราฟิกบนบรรจุกฎเกณฑ์นั้น มีการค้นคว้าข้อมูลดีมากแต่ยังเอามาใช้ไม่ได้ไม่สมบูรณ์ ข้อมูลที่ต้องแปลเป็นสัญลักษณ์ ต้องการการเรียนรู้และทำความเข้าใจ อาจทำให้เข้าใจคลาดเคลื่อนได้ง่ายควรทำให้ครอบคลุมเข้าใจได้ง่ายทั้งคนที่ทราบข้อมูลเรื่องชีวิตอยู่แล้วและคนที่ไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับชีวิตใดๆเลย

4.2.2 ด้านบรรจุกฎเกณฑ์และการใช้งาน บรรจุกฎเกณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวแต่การใช้งานที่อ้างอิงจากหลักทางการแพทย์อาจยังไม่เพียงพอควรจะมีการทดลองกับกลุ่มเป้าหมายจริงร่วมด้วย

4.2.3 ด้านภาพลักษณ์ตราสินค้าใหม่ เนื่องจากแผนการตลาดมีความจำเป็นที่จะต้องนำเสนอสินค้าออกวางขายสู่ชั้นวางในห้างสรรพสินค้า การสร้างความแตกต่างสร้างจุดเด่น จุดต่างในตลาดสินค้ายา รักษาตัว ในส่วนของบรรจุภัณฑ์สามารถสื่อสารถึงภาพลักษณ์ที่อ่อน โชนเป็นมิตร ได้ดีแต่ระวังความเสี่ยงเนื่องจากเป็นตราสินค้าใหม่เพื่อสนองผู้บริโภคกลุ่มใหม่แต่ควรรักษาฐานผู้บริโภคกลุ่มเก่าที่มาจากคลินิกด้วย จึงควรระวังในเรื่องของความน่าเชื่อถือในตราสินค้าใหม่และการสื่อสารที่ดูคลุมเครือ

4.2.4 ด้านโครงสร้างเอกลักษณ์องค์กร ภาพลักษณ์ใหม่ที่เกิดขึ้นนั้นมีเหตุผลและที่มาที่ไปแต่ยังคงน้ำหนักน้อยไม่สามารถสร้างจุดเด่นที่เห็นได้ทันทีในการจัดวางในสถานที่จัดจำหน่ายหรือชั้นวางสินค้า ทำให้อาจจะดึงดูดผู้บริโภคในกลุ่มใหม่ได้ไม่ดีเท่าที่ควร ควรให้เด่นชัดในแนวคิดภาพลักษณ์มากกว่านี้

### 4.3 ข้อเสนอแนะของนักศึกษา

1. แนวคิดของตราผลิตภัณฑ์ที่มีความชัดเจนมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้ถึงความเป็นมิตรและน่าเชื่อถือ โดยนำมาแสดงออกผ่านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิก ซึ่งช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของคลินิกให้เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

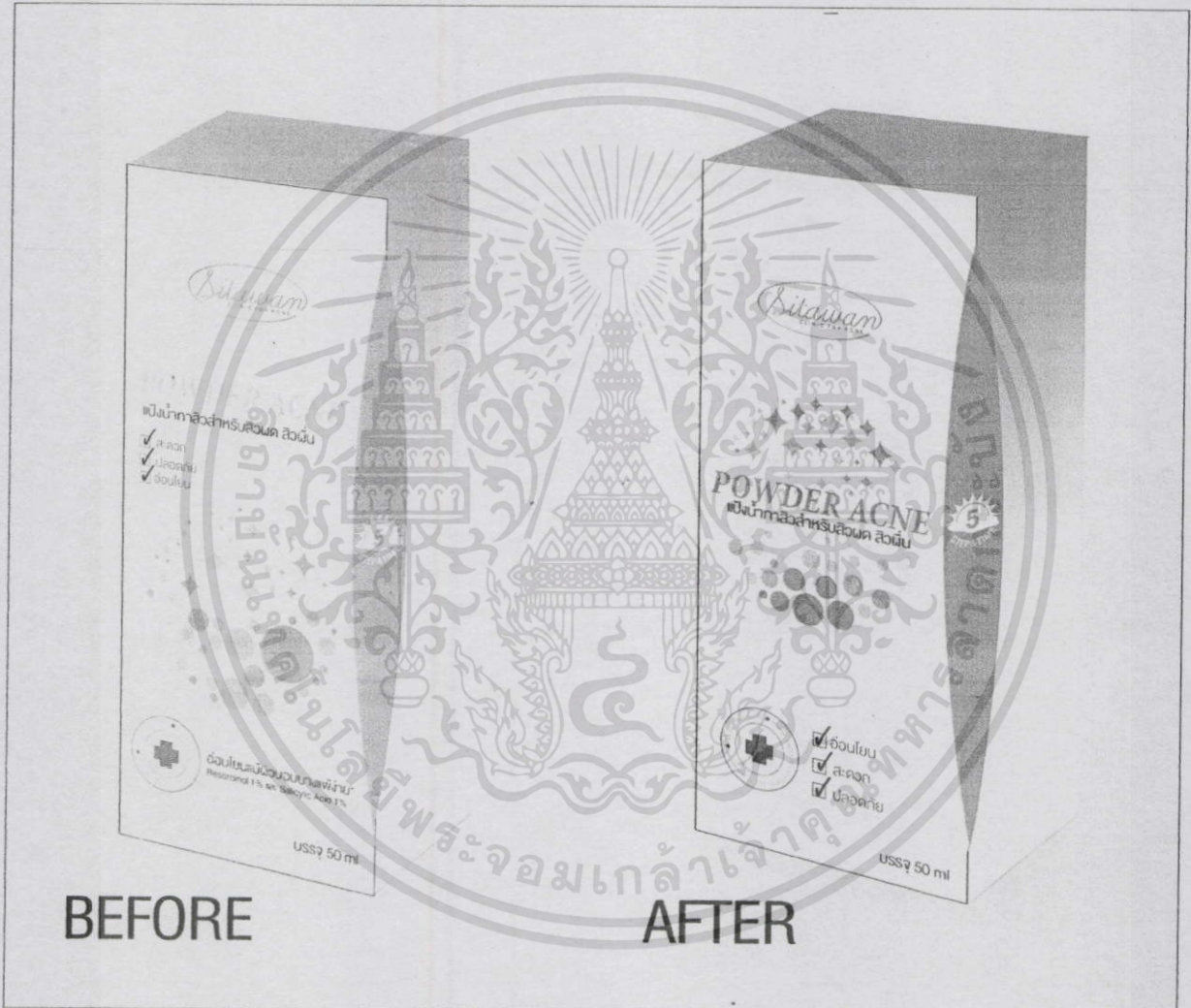
2. ด้านการสื่อสารการใช้งานออกแบบในมุมมองของบุคคลที่มีความรู้เรื่องยา อาจทำให้บุคคลที่ไม่มีความรู้เรื่องยารับข้อมูลจากฉลากคลาดเคลื่อน ไปบ้าง จึงควรทำการแนะนำข้อมูลที่สามารทำให้บุคคลทั่วไปสามารถรับรู้ในข้อมูลที่ถูกต้องได้ง่ายขึ้น

3. ด้านการใช้งาน ถึงแม้จะมีข้อจำกัดในเรื่องของต้นทุนและกระบวนการผลิตที่อยู่ในขอบเขตความสารถที่คลินิกยิตารรณทำได้นั้น ผลิตภัณฑ์ด้านการใช้งานก็สามารถพัฒนาได้มากกว่าเพื่อการตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย จึงควรมีการทดสอบการใช้งานมากกว่าการออกแบบด้านการใช้งานตามหลักการแพทย์แต่เพียงเท่านั้น

4. ภาพรวมของการทำวิทยานิพนธ์สิ่งสำคัญที่สุดคือวางแผนและดำเนินการให้ตรงหรือใกล้เคียงกับแผนที่วางไว้ การรวบรวมข้อมูลและองค์ความรู้ที่ได้สั่งสมมาตลอด 5 ปี มาประมวลใช้ในงานวิทยานิพนธ์ให้ได้มากที่สุด รู้จักการทำงานอย่างเป็นขั้นเป็นตอน มีเหตุผลทุกลำดับที่สามารถอธิบายได้ ตัดสินใจตามเหตุอันเหมาะสมตามจุดประสงค์ที่ได้วางไว้ ทั้งหมดนั้นล้วนแต่เป็นการทดสอบความสามารถในการจะออกไปทำงานในอนาคตข้างหน้าได้เป็นอย่างดีที่สุด

#### 4.4 การออกแบบเพิ่มเติมจากข้อเสนอแนะ

ทำให้ชัดเจนขึ้นในด้านการสื่อสารถึงประสิทธิภาพในการรักษาผิว โดยนำชื่อยาที่เดิมต่างฝ่ายต่างอยู่แยกกับกราฟิกคนละส่วนมารวมกัน เป็นรูปสิ่วผดที่ใช้สัญลักษณ์เป็นวงกลมซึ่งมีการให้คำแปลว่าสัญลักษณ์นี้แปลว่าสิ่วผดที่ด้านข้างกล่อง เมื่อวงกลมวิ่งผ่านตัวอักษรชื่อยาแทนเป็นตัวยาว วงกลมก็จะสลายกลายเป็นประกายที่แทนความใสสะอาด สื่อถึงความสามารถในการรักษาของตัวยาว



ภาพที่ 4.2 ภาพแสดงผลงานแก้ไขแบบตามคำแนะนำ

## บรรณานุกรมและเอกสารอ้างอิง

- บริษัท ไบเออร์สตรอฟ (ประเทศไทย) จำกัด. 2549-2550 . โฟชันนิ่ง พฤษภาคม พ.ศ.2550
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2551 .ฐานเศรษฐกิจ วันที่ 28 สิงหาคม พ.ศ 2551
- บริษัท มาร์เก็ตอินโฟ แอนด์ คอมมิวนิเคชั่น จำกัด. 2553.สถานการณ์ทางการตลาดผลิตภัณฑ์เวชสำอาง
- ภาวูณี ถนอมเกียรติ . 2546. การบรรจุและเก็บรักษาเภสัชภัณฑ์. โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- พนิดา วัยมหสุพรรณ . 2543. แนวทางการพิจารณาที่ควรเก็บ. ภาควิชาเภสัชกรรม คณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- สภาเภสัชกรรม. 2550. คู่มือทักษะตามเกณฑ์ความรู้ความสามารถทางวิชาชีพของผู้ประกอบวิชาชีพเภสัชกรรม (พ.ศ. 2550) สภาเภสัชกรรม.
- นพ.จรัสพล รินทระ.2548.บทความเรื่อง สิวแกะเกา( Acne excoi'ee) และภาวะจิตใจวัยรุ่นที่เป็นสิว.เข้าถึงได้จาก [Online].<http://www.clinicneo.co.th>
- Anton Steeman .2553.INNOVATIVE DISPENSING BOTTLE CAPS FOR SENSITIVE VITAMINS.[Online].<http://bestinpackaging.com>
- Anton Steeman. 2553.DUAL-CHAMBER DISPENSING BOTTLES.[Online].<http://bestinpackaging.com>
- ทีมงาน Siamhealth.net.2553.บทความเรื่องยาสำหรับรักษาสิว [Online].[http://www.siamhealth.net/public\\_html/Health/Photo\\_teaching/acne\\_drug](http://www.siamhealth.net/public_html/Health/Photo_teaching/acne_drug)
- BrandAnything. 2554. Y&Rchetypes (Archetype)- 13 ตัวตนของแบรนด์ [online].เข้าถึงได้จาก <http://www.brandanything.biz/wordpress/?p=1502>
- TCDC CONNECT.COM. 2553. Identity Structure: โครงสร้างการพัฒนาเอกลักษณ์องค์กร. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://article.tcdconnect.com/ideas/identity-structure>
- การออกแบบกราฟิกสำหรับบรรจุภัณฑ์. 2527. [online]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.agro.cmu.ac.th/department/PKT/packaging>.

# ประวัติการศึกษา

ชื่อ

นางสาว สิริยา โทมัส

ระดับการศึกษา

อนุบาล

โรงเรียนประถมณตรี จ.กรุงเทพมหานคร

ประถมศึกษา

โรงเรียนประถมณตรี จ.กรุงเทพมหานคร

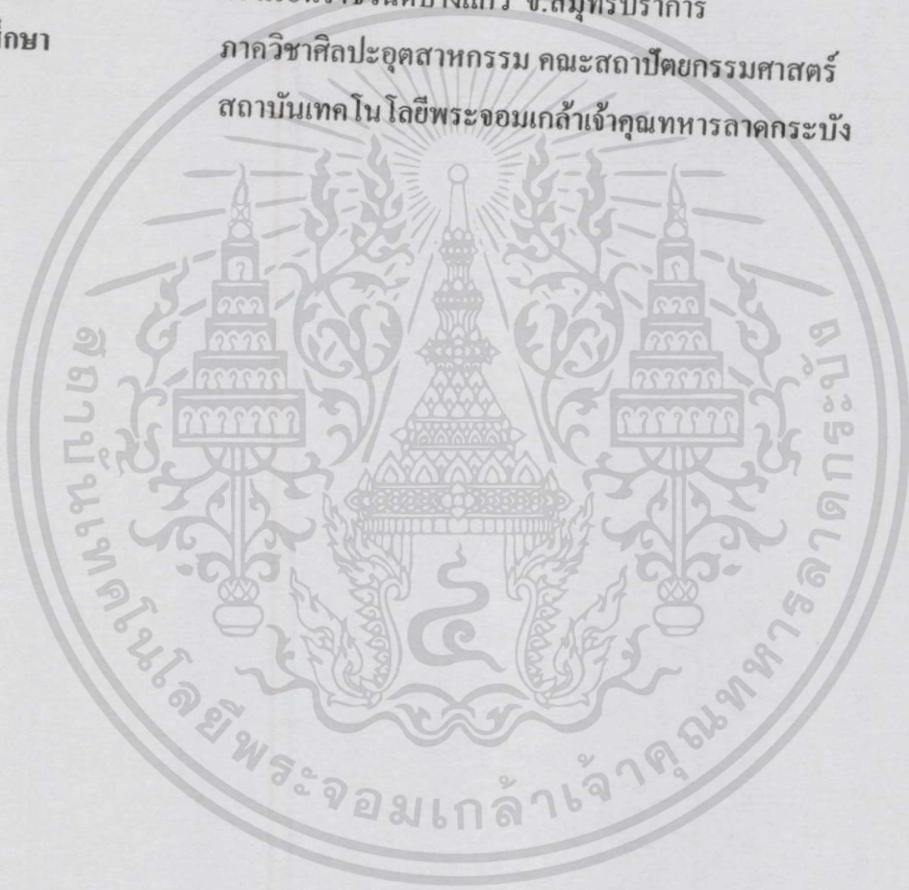
มัธยมศึกษา

โรงเรียนราชวินิตบางแก้ว จ.สมุทรปราการ

อุดมศึกษา

ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



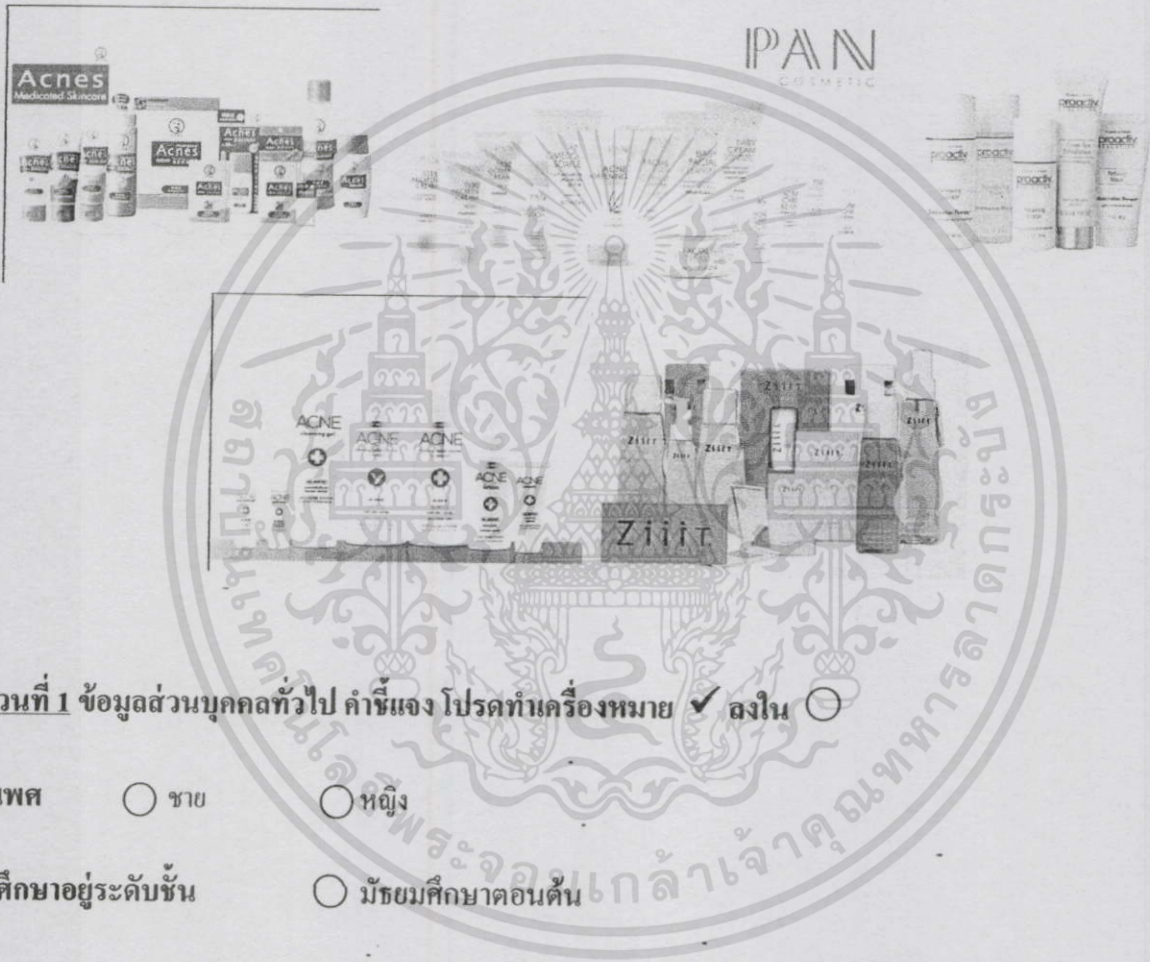
ภาคผนวก ก.

# แบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์ยารักษาสิวในวัยรุ่น

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เพื่อใช้ประกอบรวบรวมข้อมูลในการทำวิทยานิพนธ์เรื่อง

“โครงการการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกผลิตภัณฑ์ยารักษาสิว

สำหรับกลุ่มเป้าหมายวัยต่ำกว่าอุดมศึกษา ภายใต้ตราสินค้า ยี่ตาวรรณคลินิก”



ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน

1. เพศ  ชาย

หญิง

2. ศึกษาอยู่ระดับชั้น

มัธยมศึกษาตอนต้น

มัธยมศึกษาตอนปลาย

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการรักษาสิว คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน

3. ค่าใช้จ่ายต่อเดือนที่เกี่ยวกับสิว (เช่น การซื้อยาแต้มสิว, การไปพบแพทย์เพื่อรักษาสิว)

ไม่เกิน 500 บาท

ไม่เกิน 1,000 บาท

- ไม่เกิน 2,000 บาท
- มากกว่า 2,000 บาท

4. ท่านมีปัญหาเกี่ยวกับสิวหรือไม่

- ไม่มีปัญหา
- มีเล็กน้อย
- มีปานกลาง
- มีค่อนข้างรุนแรง

4. ส่วนมากแล้วท่านเป็นสิวบริเวณไหน

- โบน้า
- หลัง
- กระจายตามตัว
- โบน้าและหลัง
- ทั้งหมด

5. เมื่อท่านเป็นสิว ท่านรักษาอย่างไร

- ปล่อยตามธรรมชาติ
- บีบเอาหัวสิวออกด้วยตนเอง
- หาซื้อยามารักษาเอง
- พบแพทย์เพื่อรักษาตามอาการ
- อื่นๆ โปรดระบุ .....

6. ท่านเห็นความสำคัญของการรักษาสิวหรือไม่ และยอมเสียเงินเพื่อซื้อยารักษาสิวประมาณใด

- จ่ายน้อยที่สุด
- ขึ้นอยู่กับคุณภาพของยา
- เท่าไหร่เท่ากันถ้ารักษาหาย

7. กรณีที่ท่านต้องการซื้อยารักษาสิว ท่านเลือกซื้อที่ใด

- ร้านขายยา
- Superstores (เช่น Tops, Tesco Lotus, BigC)
- Boots/Watson
- อินเทอร์เน็ต
- คลินิกรักษาสิว
- ร้านสะดวกซื้อ 7-11
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

8.ท่านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับยารักษาสิว วิธีการรักษา สถานที่รักษาดีๆ จากสื่อประเภทใดบ้าง

- โฆษณาทางโทรทัศน์
- โฆษณาทางนิตยสาร
- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต
- รีวิวจากลูกค้าทางอินเทอร์เน็ต
- เพื่อน/ญาติใช้
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

9.กรณีที่ท่านเลือกซื้อยารักษาสิวด้วยตนเอง ท่านเลือกซื้อด้วยเหตุผลใด

- เห็นจากโฆษณา
- เพื่อน/ญาติ แนะนำให้ใช้
- แพทย์/เภสัชกรแนะนำ
- ผลิตจากบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือ
- หาซื้อได้ง่าย
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

10.บรรจุกัญช้ายารักษาสิวมี่ส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อหรือไม่

- มีส่วน เพราะ มีตราสัญลักษณ์ยี่ห้อที่น่าเชื่อถือบนบรรจุภัณฑ์
- มีส่วน เพราะ มีภาพลักษณ์ที่ดูไม่น่ากลัวและจริงจังเหมือนยา
- ทั้งสองข้อข้างต้น
- ไม่มีส่วนเท่าไร

ส่วนที่ 3 ปัญหาที่เกิดขึ้นจากบรรจุภัณฑ์ยารักษาสิว คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องปัญหา  
สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ช่อง

ผลิตภัณฑ์	ปัญหา					
	ขวดจับไม่ถนัด	ฉลากอ่านไม่เข้าใจ	ควบคุมปริมาณยาที่ออกมาไม่ได้	ทำโดยตรงจากบรรจุภัณฑ์ไม่ได้ ทำให้ต้องเป็นมือ	บรรจุภัณฑ์เปิดปิดไม่สะดวก	บรรจุภัณฑ์พกพาไม่ได้
สบู่เหลวล้างหน้า						
โทนเนอร์						
ครีมกันแดด						
ครีมบำรุง						
ยาทารักษาสิว						
ยาแต้มสิว						
แป้งน้ำ						
ยาทาอ่อนล้างหน้า						
ยาทาสิวเสียน						
ยาลบรอยตำ						
กรดผลไม้ม (AHA)						

คำเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

ภาคผนวก ข.

## แบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์ยารักษาสิวในวัยรุ่น

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาชั้นปีที่ 5 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สาขาวิชาออกแบบอุตสาหกรรม เพื่อใช้ประกอบรวบรวมข้อมูลในการทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “โครงการการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกผลิตภัณฑ์ยารักษาสิวสำหรับกลุ่มเป้าหมายวัยต่ำกว่าอุดมศึกษา ภายใต้ตราสินค้า นิตาวรรณคลินิก”

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน

1. เพศ  ชาย  หญิง

2. อายุ

- 30 - 35 ปี       36 - 40 ปี  
 41 - 50 ปี       51 - 60 ปี  
 61 - 70 ปี       มากกว่า 70 ปีขึ้นไป

3. ท่านมีบุตรหลานอยู่ในช่วงอายุใด

- 11 - 14 ปี  
 15 - 18 ปี  
 19 - 22 ปี  
 22 ปี ขึ้นไป

4. บุตรหลานท่านวัยรุ่นของท่านมีปัญหาหรือวิตกกังวลเกี่ยวกับสิวหรือไม่

- มีบ้าง       ไม่มี       ไม่ทราบ

5. ในกรณีที่มีปัญหา ท่านแนะนำให้บุตรของท่านรักษาอย่างไร

- ปลดปล่อยตามธรรมชาติ  
 บีบเอาหัวสิวออกด้วยตนเอง  
 หาซื้อยามารักษาเอง  
 พบแพทย์เพื่อรักษาตามอาการ  
 อื่นๆ โปรดระบุ .....

6. ในกรณีที่บุตรหลานของท่านซื้อยามารักษาตัวเอง ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร

- ไม่เห็นด้วย ซื้อมารักษาเองอาจใช้งานผิดวิธีทำให้เกิดผลข้างเคียงที่รุนแรง
- เห็นด้วย ถูกโตแล้ว ดูแลตัวเองได้

7. ในกรณีที่ท่านจะต้องให้คำแนะนำให้บุตรหลานไปซื้อยามารักษาตัวเอง ท่านจะแนะนำอย่างไร

- ให้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ภาพลักษณ์ดูมีความน่าเชื่อถือ มั่นใจว่าปลอดภัย
- ควรเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียง เห็นตามสื่อโฆษณาบ่อยๆ
- เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ภาพลักษณ์ดูสวยงาม มีราคา
- เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ราคาไม่แพงจนเกินไป



## ภาคผนวก ก.

### คู่มือการใช้งานตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์

แสดงระบบการใช้งานสัญลักษณ์ในโอกาสต่างๆ เช่น การใช้สัญลักษณ์แบบสีเต็มสีเดียว การใช้ตราสัญลักษณ์ร่วมกับพื้นหลังแบบต่างๆ เป็นต้น แสดงหลักการใช้งานกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ในกรณีที่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยนักออกแบบสามารถยึดหลักการจัดวางองค์ประกอบที่แสดงไว้ได้ คู่มือเล่มนี้จึงมีประโยชน์ในการควบคุมงานออกแบบให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อสร้างภาพลักษณ์อันดีสู่สายตาผู้บริโภค



ภาพที่ 4.8 คู่มือการใช้งานตราสัญลักษณ์องค์กรปกหน้าและปกหลัง

### About Logo

โลโก้ของคลินิกใช้ตัวอักษร Sitawan และ Clinic for Acne โดยตัวอักษร Sitawan เป็นตัวอักษรแบบ Script และ Clinic for Acne เป็นตัวอักษรแบบ Sans-serif

### Single Color Version :



ชิตาวรรณคลินิก  
โรคผิวหนัง อิว มา นามทาง



ภาพที่ 4.9 คู่มือการใช้ตราสัญลักษณ์องค์กรหน้าที่ 1 และ 2



### Logo on color Background

การสื่อการใช้โลโก้บนพื้นหลังที่มีสีอ่อนกำหนดใช้ในรูปแบบที่ไม่ต้องตัดพื้นหลังสีขาว



### Logo on dark color Background

การสื่อการใช้โลโก้บนพื้นหลังที่มีสีเข้มกำหนดใช้ในรูปแบบที่กำหนดให้ใช้ในรูปแบบ ที่มีพื้นหลังสีขาว

ภาพที่ 4.10 คู่มือการใช้ตราสัญลักษณ์องค์กรหน้าที่ 3 และ 4



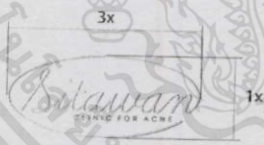
### Logo on Picture Background

การเลือกใช้โลโก้บนรูปภาพพื้นหลังที่ไม่ลายตาสามารถใช้ได้ก็ในรูปแบบที่ไม่ต้องมีพื้นหลังสีขาว

### Logo on Dark Picture Background

การเลือกใช้โลโก้บนรูปภาพพื้นหลังที่ลายตากำหนดใช้ในรูปแบบที่ต้องมีพื้นหลังสีขาว เพื่อให้ไม่เกิดการบดบัง

## ภาพที่ 4.11 คู่มือการใช้ตราสัญลักษณ์องค์กรหน้าที่ 5 และ 6



### Logo Primary Color :

C: 81	C: 99
M: 5	M: 77
Y: 12	Y: 5
K: 0	K: 0
C: 77	C: 9
M: 55	M: 0
Y: 21	Y: 9
K: 2	K: 3

กำหนดพื้นที่ขนาดเล็กลง  
ที่สามรถใช้ตราสัญลักษณ์ได้  
คือ 12 mm

กำหนดให้เส้นฟิวกับตัวเลข x  
ใช้ในการเทียบสัดส่วน

สีที่กำหนดให้ใช้สีค่า CMYK ดังสีที่กำหนด  
ห้ามเปลี่ยนแปลงค่าสีใดๆ

## ภาพที่ 4.12 คู่มือการใช้ตราสัญลักษณ์องค์กรหน้าที่ 7 และ 8

## Graphic Element On Package

ในโครงการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในการทำการพิมพ์ เพื่อให้ง่ายต่อการรับรู้และแยกแยะ-ประเภทของยา อีกทั้งยังแสดงคุณสมบัติในการรักษาของตัวยานั้นๆ

### FOAMING WASH

โฟมล้างหน้าสำหรับสิวอุดตัน

0.1%	0.1%	0.1%
0.1%	0.1%	0.1%
0.1%	0.1%	0.1%
0.1%	0.1%	0.1%

ยาทาแต้มสิวสำหรับสิวอุดตัน

0.1%	0.1%	0.1%
0.1%	0.1%	0.1%
0.1%	0.1%	0.1%
0.1%	0.1%	0.1%

### ANTI ACNE

ยาแต้มสิว สำหรับสิวอักเสบ

0.1%	0.1%	0.1%
0.1%	0.1%	0.1%
0.1%	0.1%	0.1%
0.1%	0.1%	0.1%

### BACK ACNE

ยาทาสิว สำหรับสิวบริเวณหลัง

0.1%	0.1%	0.1%
0.1%	0.1%	0.1%
0.1%	0.1%	0.1%
0.1%	0.1%	0.1%

### POWDER ACNE

แป้งน้ำสำหรับสิวอุดตัน

0.1%	0.1%	0.1%
0.1%	0.1%	0.1%
0.1%	0.1%	0.1%
0.1%	0.1%	0.1%

ภาพที่ 4.13 คู่มือการใช้ตราสัญลักษณ์องค์กรหน้าที่ 9 และ 10

### BLACK HEAD

ยาแต้มสิวอุดตันหัวดำและสิว

0.1%	0.1%	0.1%
0.1%	0.1%	0.1%
0.1%	0.1%	0.1%
0.1%	0.1%	0.1%

### AHA CREAM

ครีมผลัดใบหน้า

0.1%	0.1%	0.1%
0.1%	0.1%	0.1%
0.1%	0.1%	0.1%
0.1%	0.1%	0.1%

### ACNE SCAR

ยาแต้มรอยแผลเป็นจากสิว

0.1%	0.1%	0.1%
0.1%	0.1%	0.1%
0.1%	0.1%	0.1%
0.1%	0.1%	0.1%

### MOISTURIZING

ครีมบำรุงผิวหน้าสำหรับผิวแห้ง

0.1%	0.1%	0.1%
0.1%	0.1%	0.1%
0.1%	0.1%	0.1%
0.1%	0.1%	0.1%

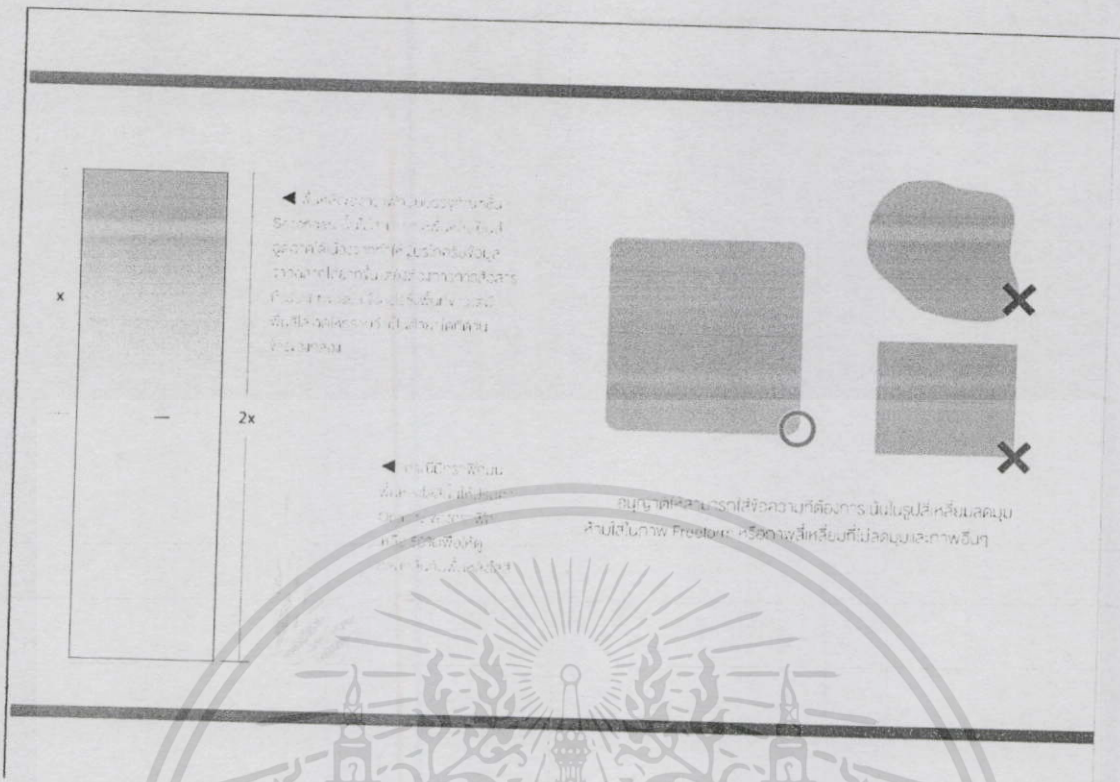
### RETIN-A ACID

วิตามินเอทาแต้มสำหรับสิวอุดตัน

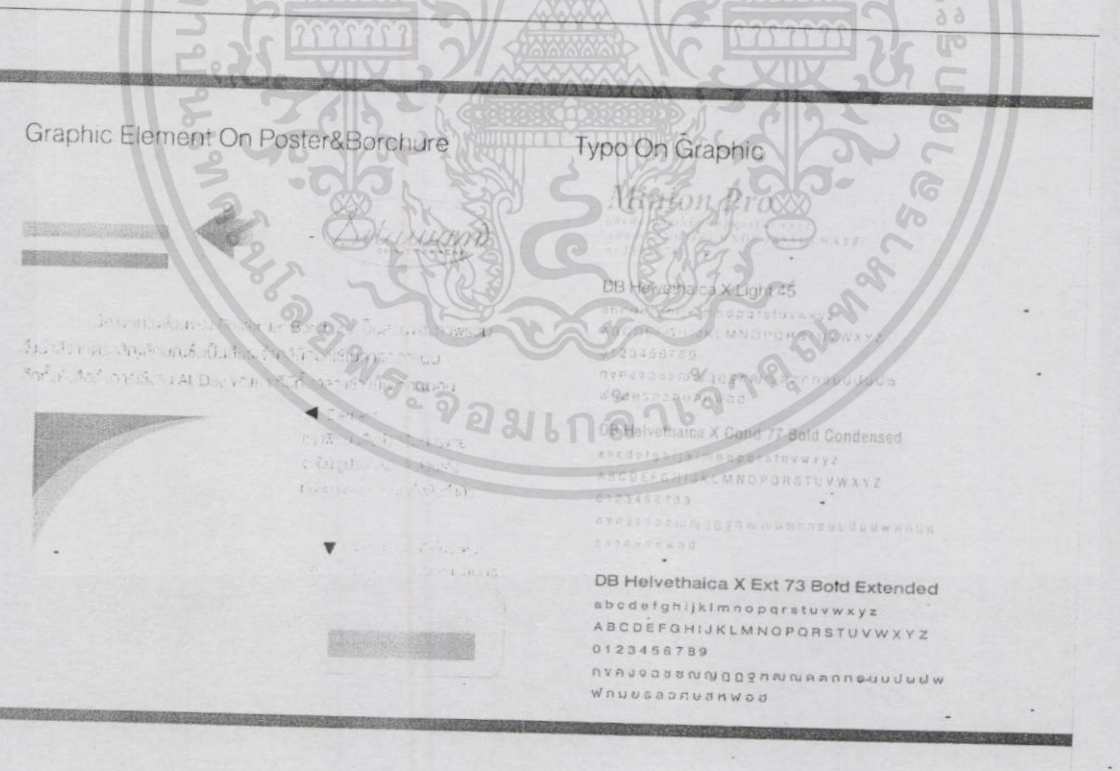
0.1%	0.1%	0.1%
0.1%	0.1%	0.1%
0.1%	0.1%	0.1%
0.1%	0.1%	0.1%

ภาพที่ 4.14 คู่มือการใช้ตราสัญลักษณ์องค์กรหน้าที่ 11 และ 12

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อ 160 และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



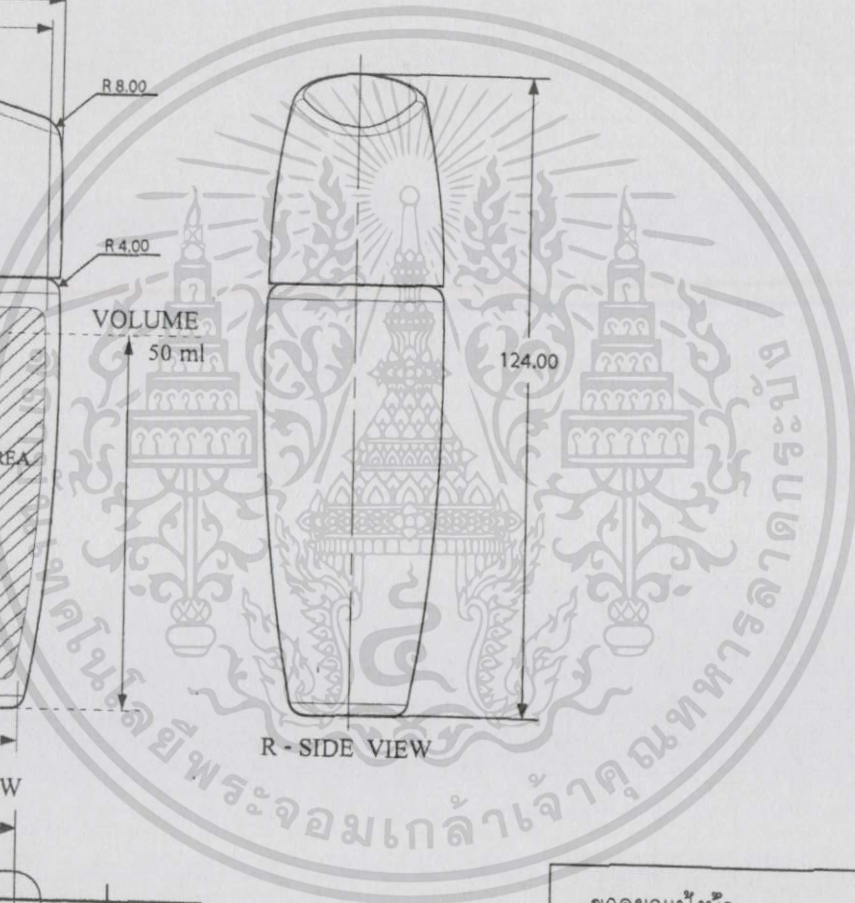
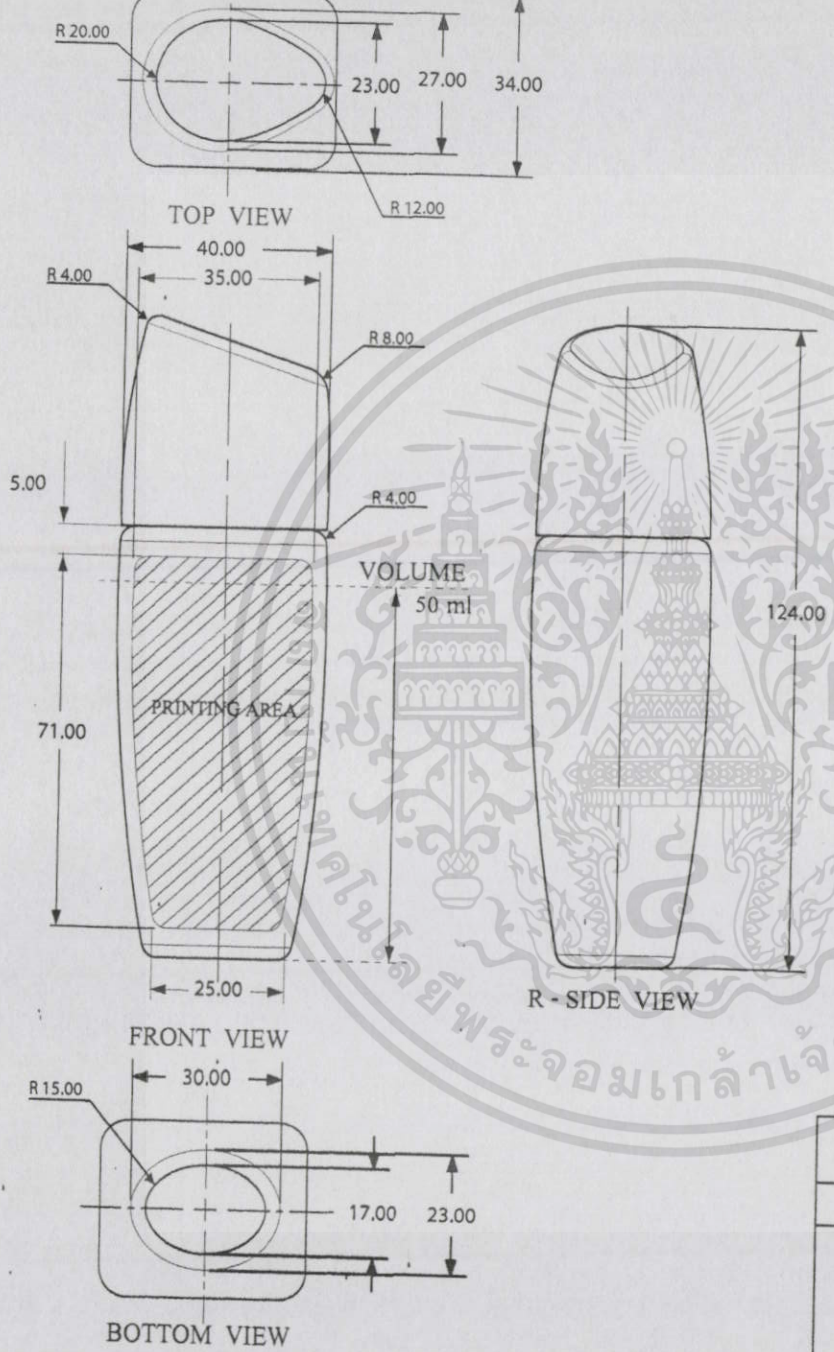
ภาพที่ 4.15 คู่มือการใช้ตราสัญลักษณ์องค์กรหน้าที่ 13 และ 14



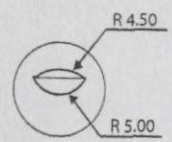
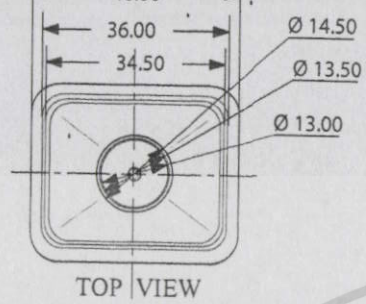
ภาพที่ 4.16 คู่มือการใช้ตราสัญลักษณ์องค์กรหน้าที่ 15 และ 16

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา **161** และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

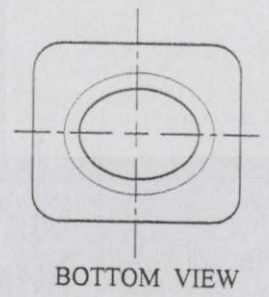
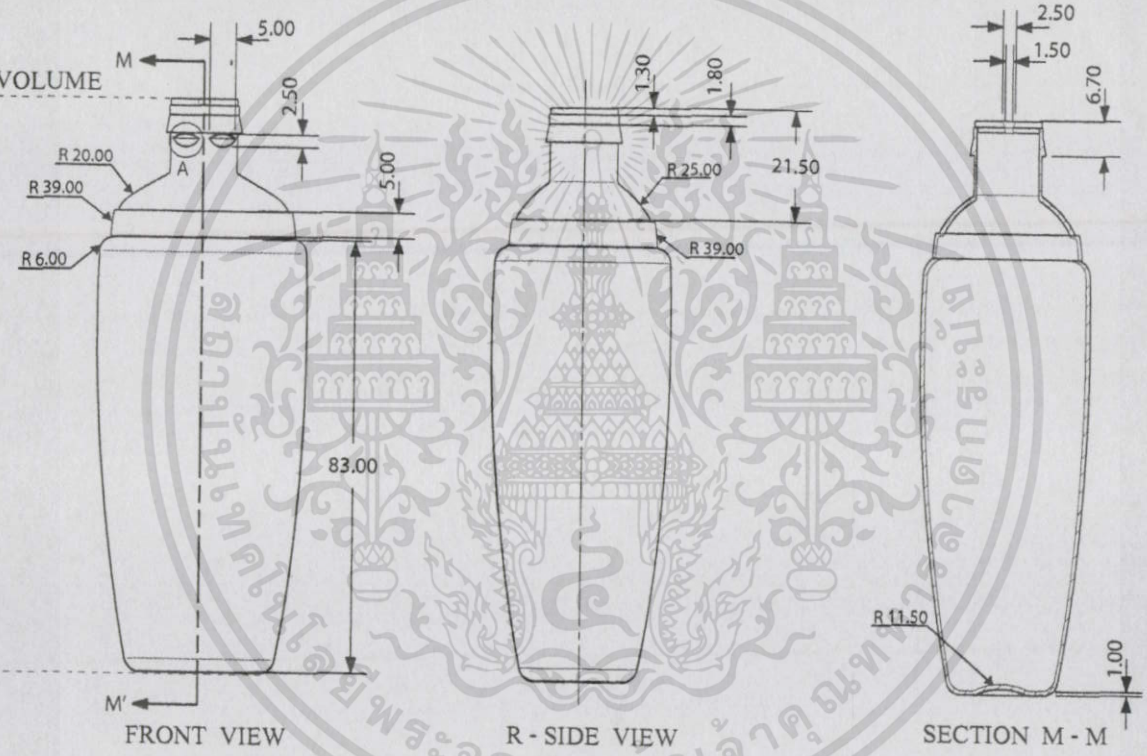




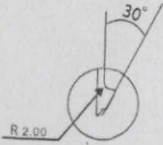
ขวดยาเบ้งน้ำ			
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
FACULTY OF ARCHITECTURE		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	
NAME : SIRAYA THOMAS		CODE : 52020224	
MATERIAL : HDPE	COLOR :	UNIT : mm	SCALE : 1:1
QUANTITY :	PROCESS :	DATE : 28/03/2014	



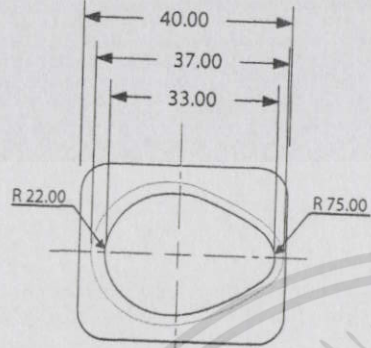
MAXIMUM VOLUME  
90 ml



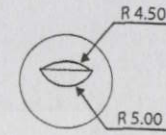
ขวดยาแก้ปวดน้ำ			
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
1	FACULTY OF ARCHITECTURE		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
	NAME : SIRAYA THOMAS		CODE : 52020224
	MATERIAL : HDPE	COLOR : NATURAL	UNIT : mm    SCALE : 1:1
	QUANTITY : 1	PROCESS : blow mold	DATE : 28/03/2014



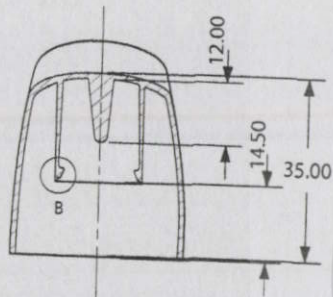
DETAIL - B  
SCALE 2:1



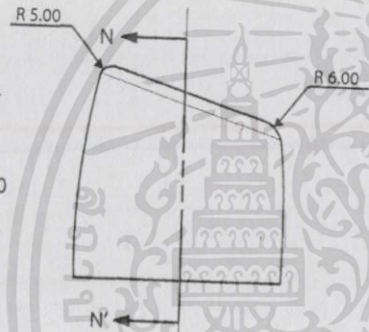
TOP VIEW



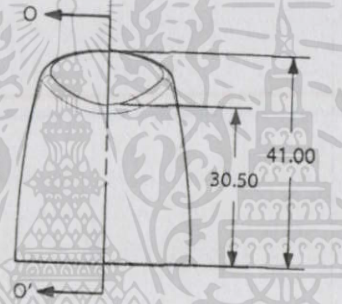
DETAIL - C  
SCALE 2:1



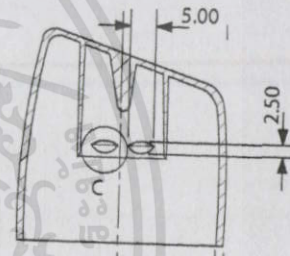
SECTION N - N



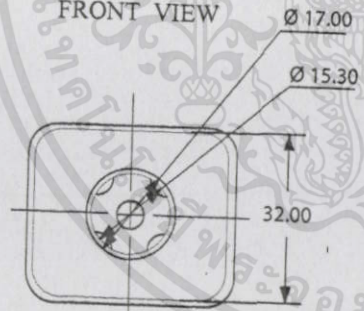
FRONT VIEW



R - SIDE VIEW

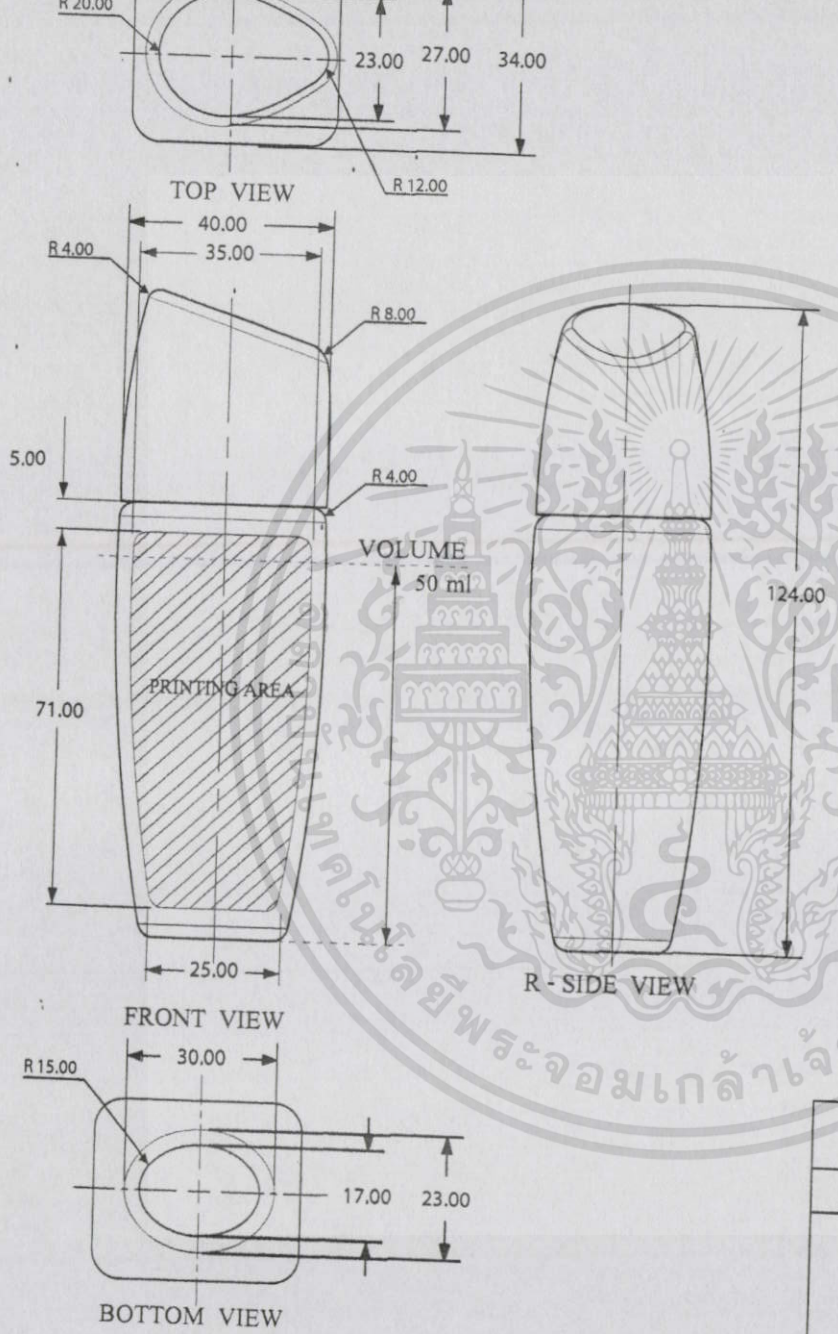


SECTION O - O



BOTTOM VIEW

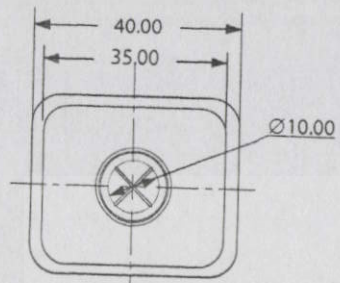
ฝาขวดยาเบ้งน้ำ			
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
2	FACULTY OF ARCHITECTURE		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
	NAME : SIRAYA THOMAS		CODE : 52020224
	MATERIAL : HDPE	COLOR : Orange	UNIT : mm    SCALE : 1:1
	QUANTITY : 1	PROCESS : blow mold	DATE : 28/03/2014



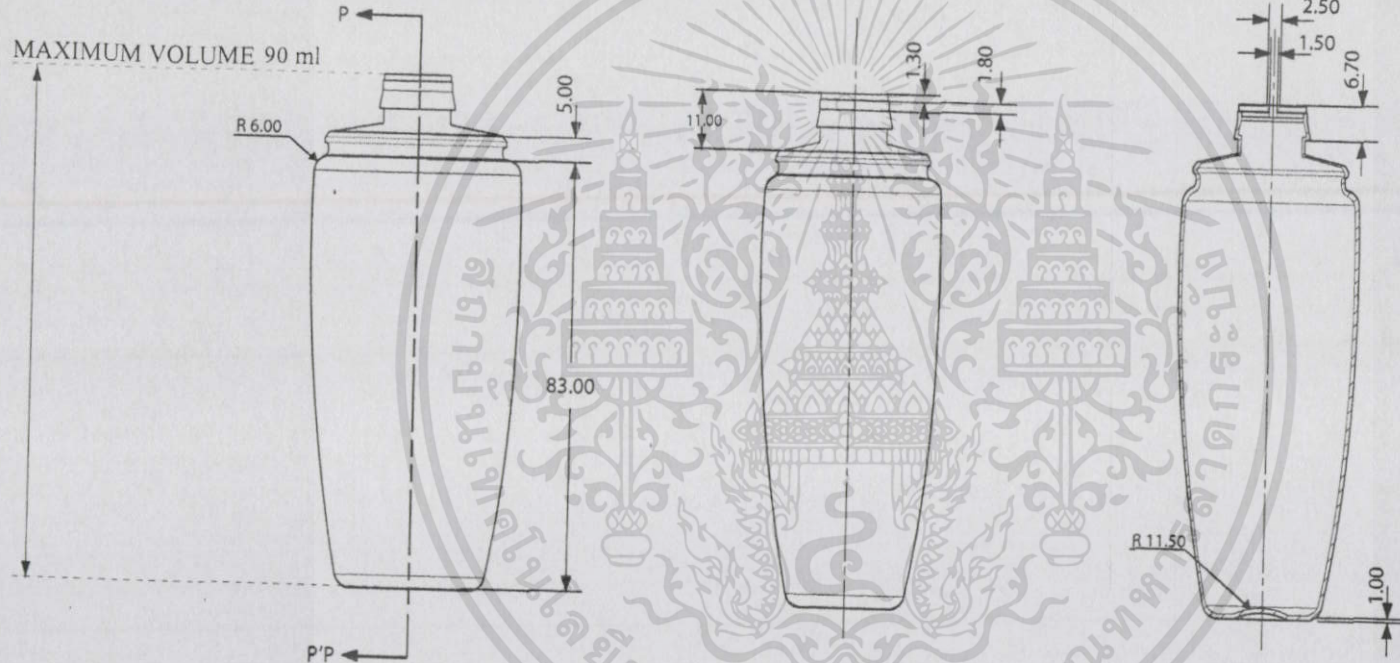
ขอถวายทูลเกล้าฯ ถวาย

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

FACULTY OF ARCHITECTURE		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	
NAME : SIRAYA THOMAS		CODE : 52020224	
MATERIAL : HDPE	COLOR :	UNIT : mm	SCALE : 1:1
QUANTITY :	PROCESS :	DATE : 28/03/2014	



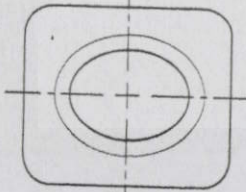
TOP VIEW



FRONT VIEW

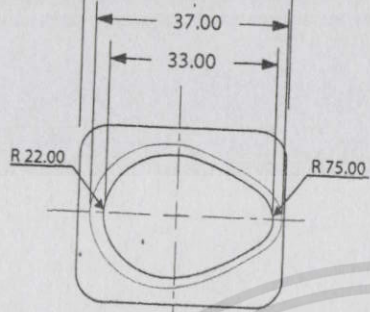
R - SIDE VIEW

SECTION P - P

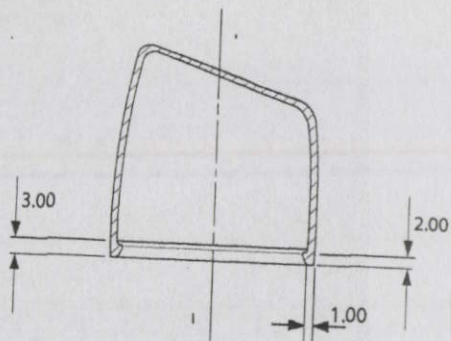


BOTTOM VIEW

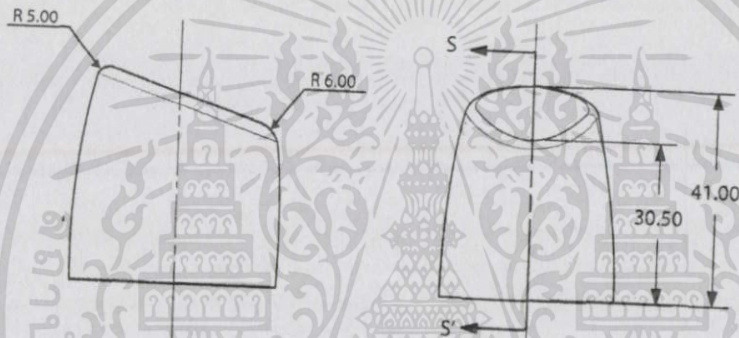
1			
ขวดยาหาสิวบริเวณหลัง KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
FACULTY OF ARCHITECTURE		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	
NAME : SIRAYA THOMAS		CODE : 52020224	
MATERIAL : HDPE	COLOR : Natural	UNIT : mm	SCALE : 1:1
QUANTITY : 1	PROCESS : blow mold	DATE :	SIGNATURE :



TOP VIEW

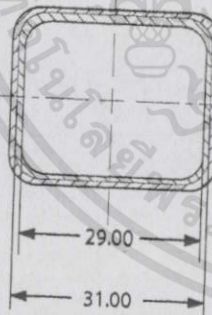


SECTION S - S



FRONT VIEW

R - SIDE VIEW



BOTTOM VIEW

สาขาวิชาทาสีบริเวณหลัง

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

2

FACULTY OF ARCHITECTURE

DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN

NAME : SIRAYA THOMAS

CODE : 52020224

MATERIAL : HDPE

COLOR : Yellow

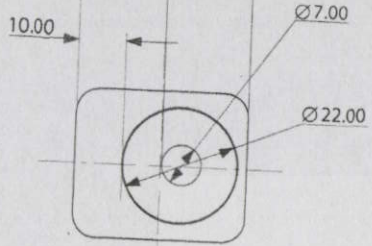
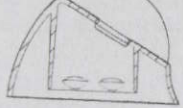
UNIT : mm

SCALE : 1:1

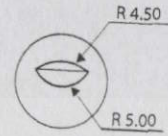
QUANTITY : 1

PROCESS : blow mold

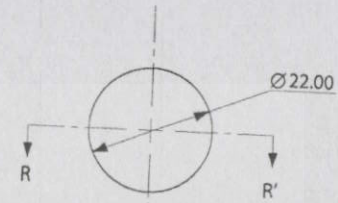
DATE : 28/03/2014



TOP VIEW



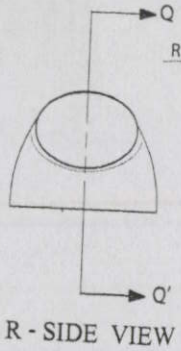
DETAIL - C  
SCALE 2:1



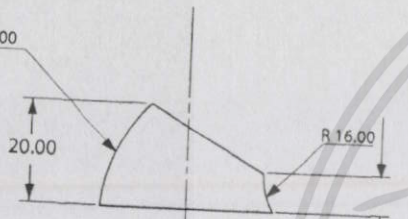
TOP VIEW



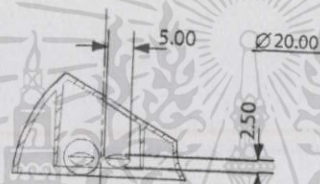
DETAIL - B  
SCALE 2:1



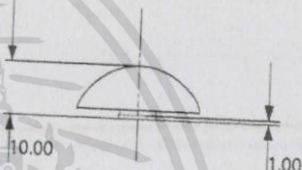
R - SIDE VIEW



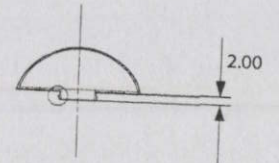
FRONT VIEW



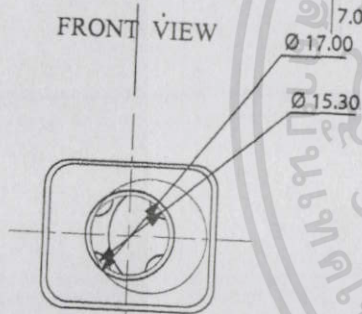
SECTION Q - Q



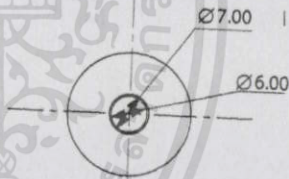
FRONT VIEW



SECTION R - R



BOTTOM VIEW



BOTTOM VIEW

หัวหน้าวิชาบริเวณหลัง

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

3

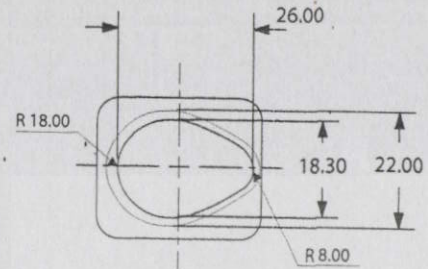
FACULTY OF ARCHITECTURE		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	
NAME : SIRAYA THOMAS		CODE : 52020224	
MATERIAL : HDPE	COLOR : Natural	UNIT : mm	SCALE : 1:1
QUANTITY : 1	PROCESS : blow mold	DATE : 28/03/2014	

หัวหน้าวิชาบริเวณหลัง

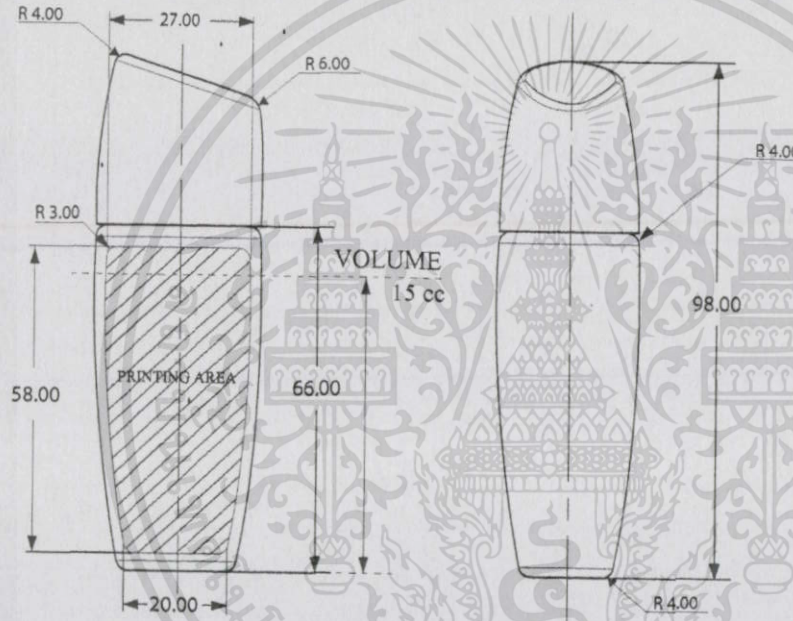
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

4

FACULTY OF ARCHITECTURE		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	
NAME : SIRAYA THOMAS		CODE : 52020224	
MATERIAL : HDPE	COLOR : Natural	UNIT : mm	SCALE : 1:1
QUANTITY : 1	PROCESS : blow mold	DATE : 28/03/2014	

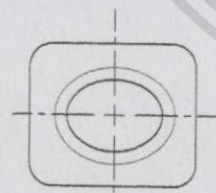


TOP VIEW



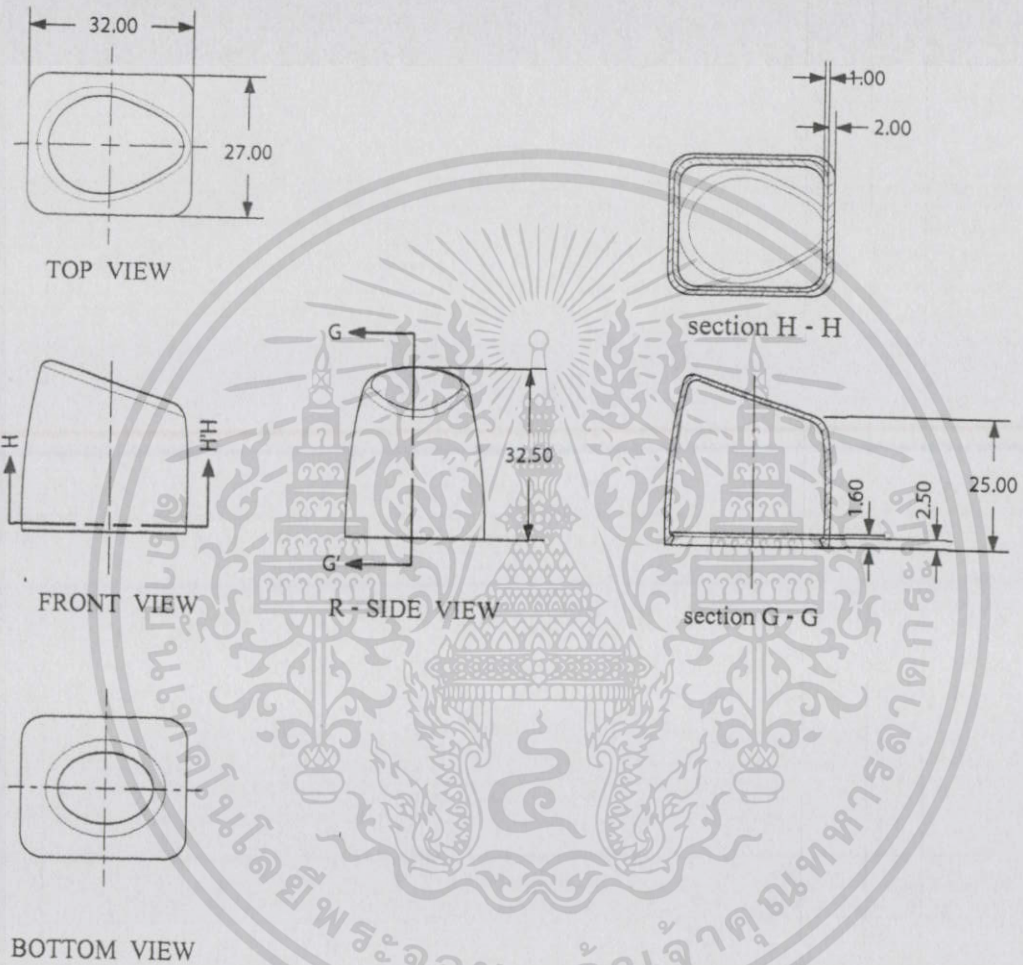
FRONT VIEW

R - SIDE VIEW



BOTTOM VIEW

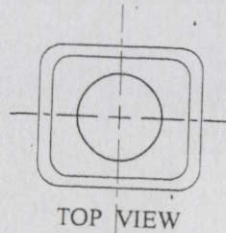
ชวดยาเต็มสิว ขนาด 15 ml			
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
FACULTY OF ARCHITECTURE		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	
NAME : SIRAYA THOMAS		CODE : 52020224	
MATERIAL : HDPE	COLOR :	UNIT : mm	SCALE : 1:1
QUANTITY :	PROCESS :	DATE : 28/03/2014	



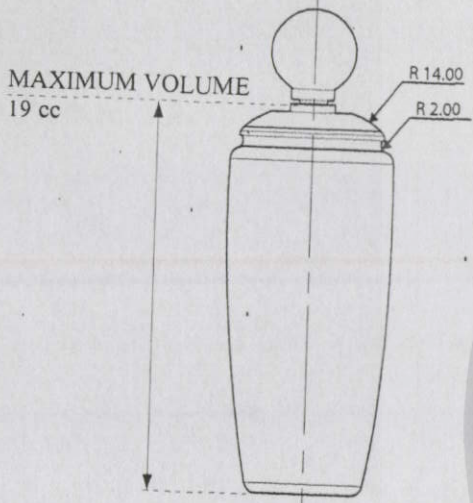
ฝาขวดยาแก้ปวด ขนาด 15 ml

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

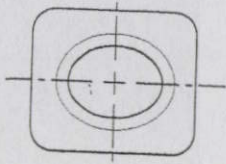
<b>1</b>	FACULTY OF ARCHITECTURE		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	
	NAME : SIRAYA THOMAS		CODE : 52020224	
	MATERIAL : HDPE	COLOR : Green	UNIT : mm	SCALE : 1:1
	QUANTITY : 1	PROCESS : blow mold	DATE : 28/03/2014	



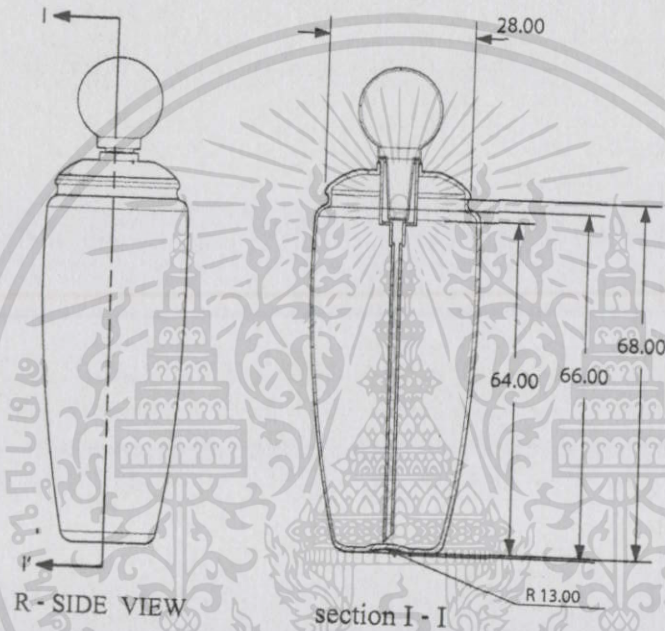
TOP VIEW



FRONT VIEW

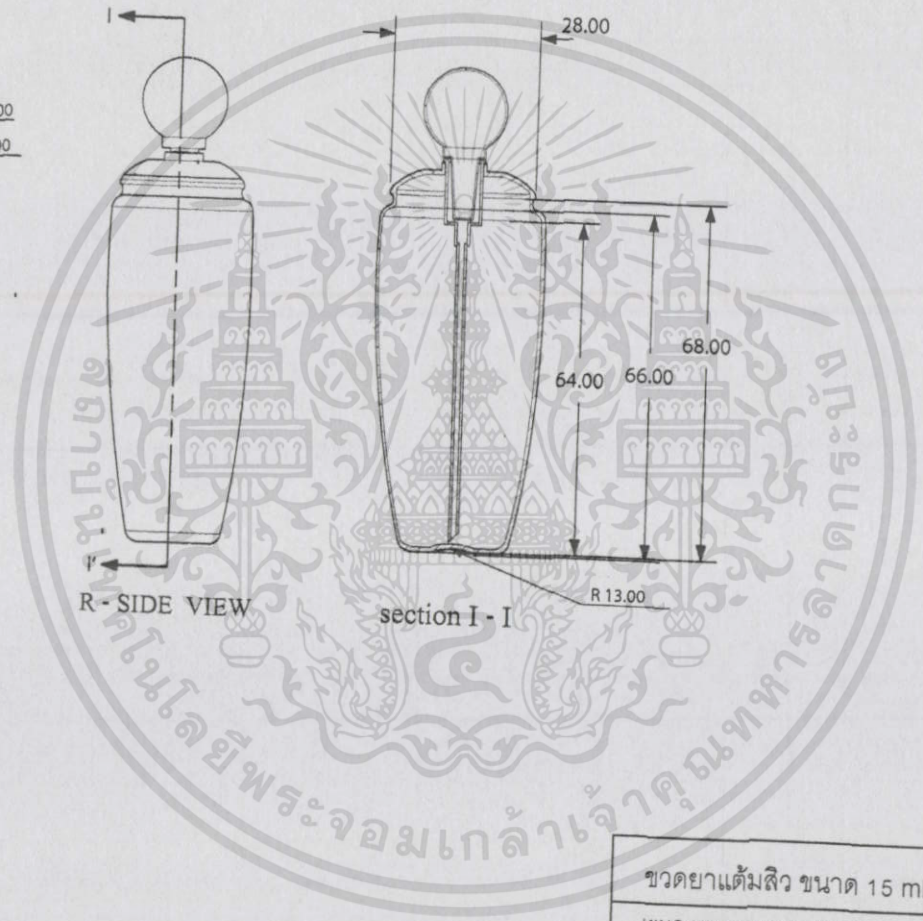


BOTTOM VIEW

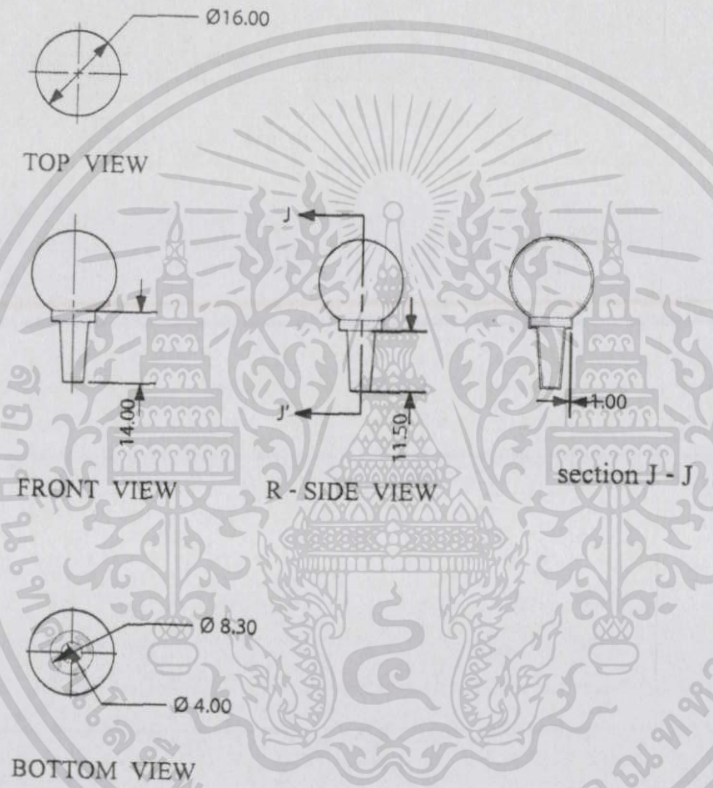


R-SIDE VIEW

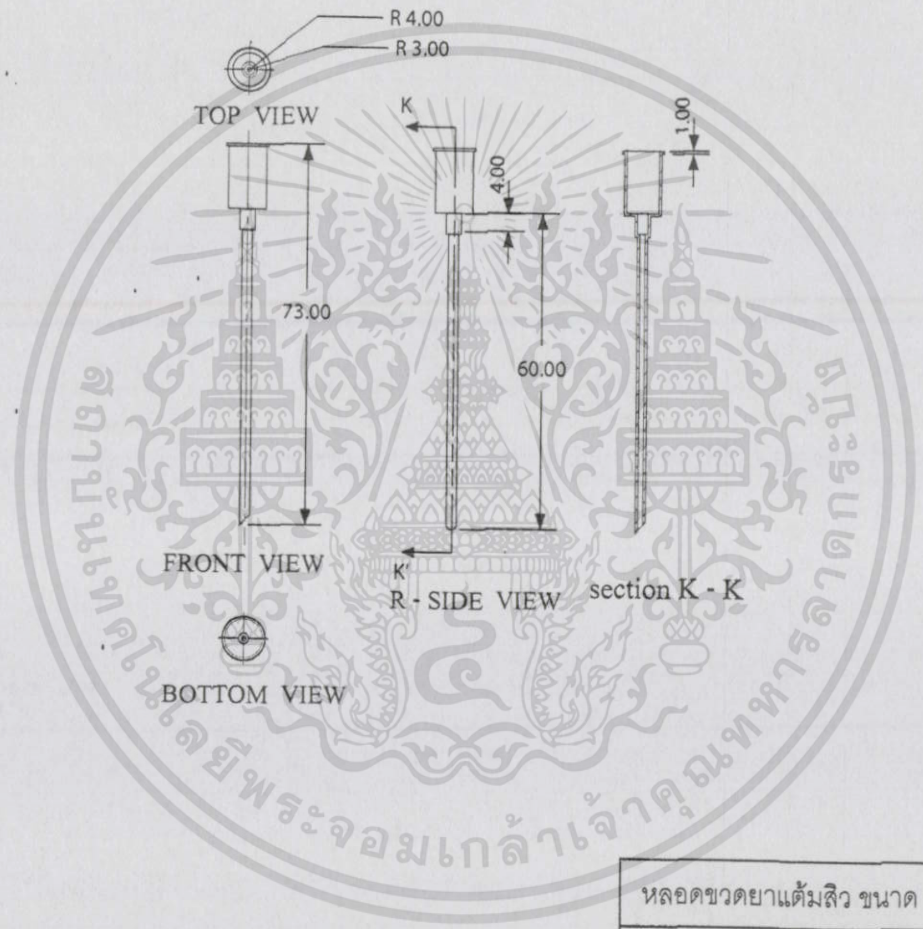
section I - I



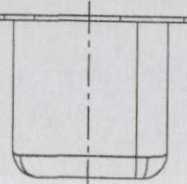
ชวดยาแต้มสิว ขนาด 15 ml			
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
2	FACULTY OF ARCHITECTURE		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
	NAME : SIRAYA THOMAS		CODE : 52020224
	MATERIAL : HDPE	COLOR : NATURAL	UNIT : mm SCALE : 1:1
	QUANTITY : 1	PROCESS : blow mold	DATE : 28/03/2014



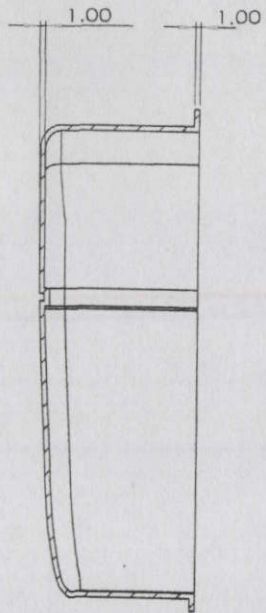
จุกขวดยาเต็มลิ้ว ขนาด 15 ml			
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
<b>3</b>	FACULTY OF ARCHITECTURE		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
	NAME : SIRAYA THOMAS		CODE : 52020224
	MATERIAL : HDPE	COLOR : NATURAL	UNIT : mm    SCALE : 1:1
	QUANTITY : 1	PROCESS : blow mold	DATE : 28/03/2014



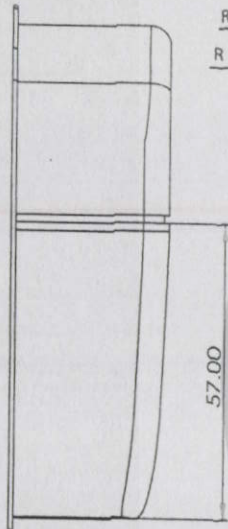
หลอดขวดยาแแต่มีลิว ขนาด 15 ml			
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
4	FACULTY OF ARCHITECTURE		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
	NAME : SIRAYA THOMAS		CODE : 52020224
	MATERIAL : METAL	COLOR : NATURAL	UNIT : mm    SCALE : 1:1
	QUANTITY : 1	PROCESS : blow mold	DATE : 28/03/2014



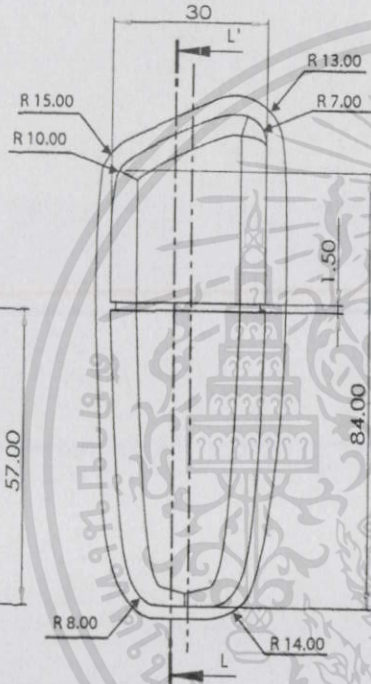
TOP VIEW



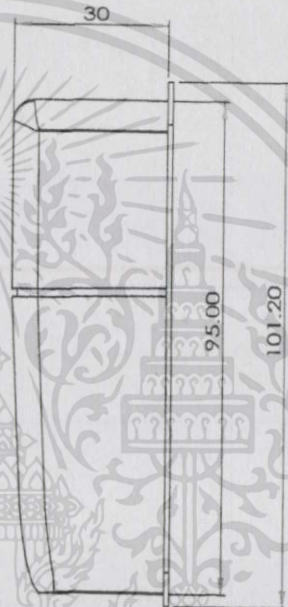
SECTION L - L



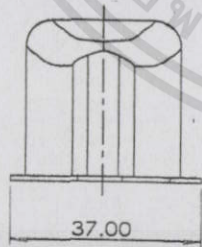
L - SIDE VIEW



FRONT VIEW

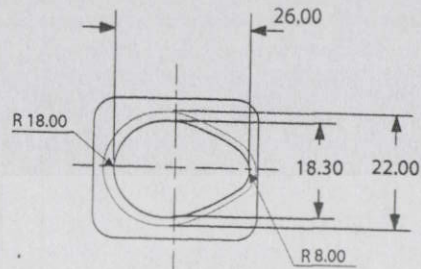


R - SIDE VIEW

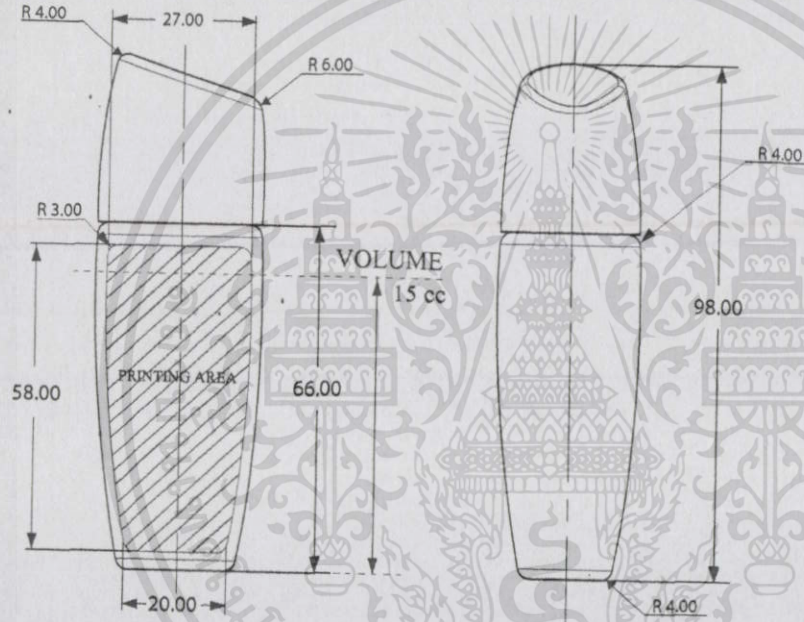


BOTTOM VIEW

BlisterPack ยาแก้ปวดหัว			
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
5	FACULTY OF ARCHITECTURE		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
	NAME : SIRAYA THOMAS		CODE : 52020224
	MATERIAL : PVC	COLOR : NATURAL	UNIT : mm    SCALE : 1:1
	QUANTITY : 1	PROCESS : vaccum	DATE : 28/03/2014

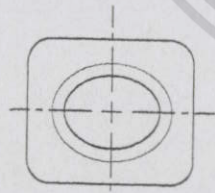


TOP VIEW



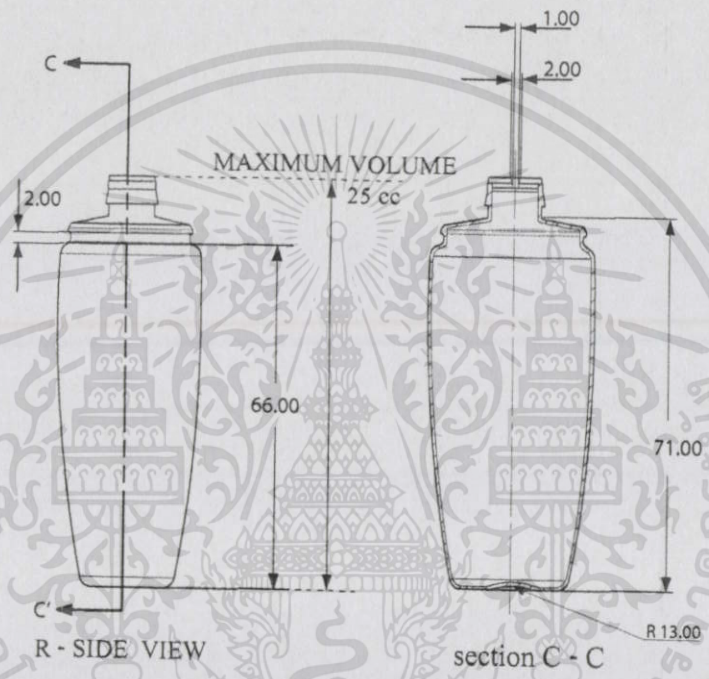
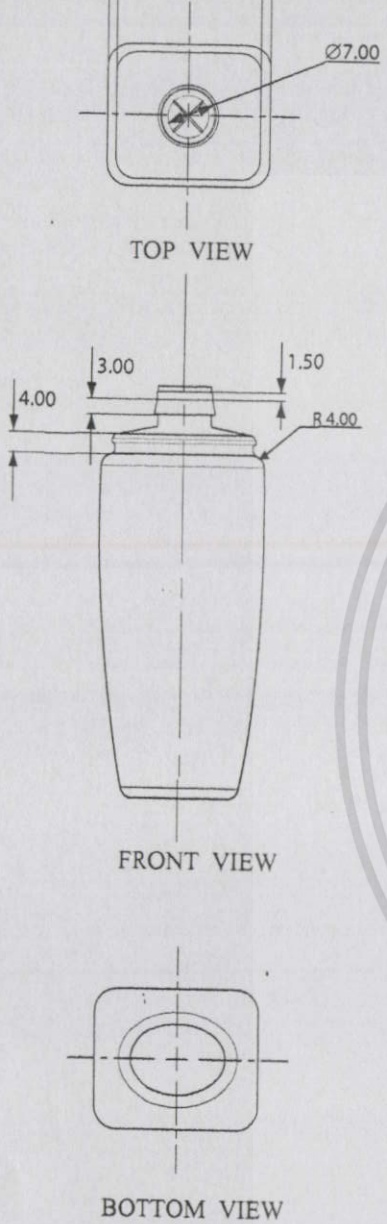
FRONT VIEW

R - SIDE VIEW

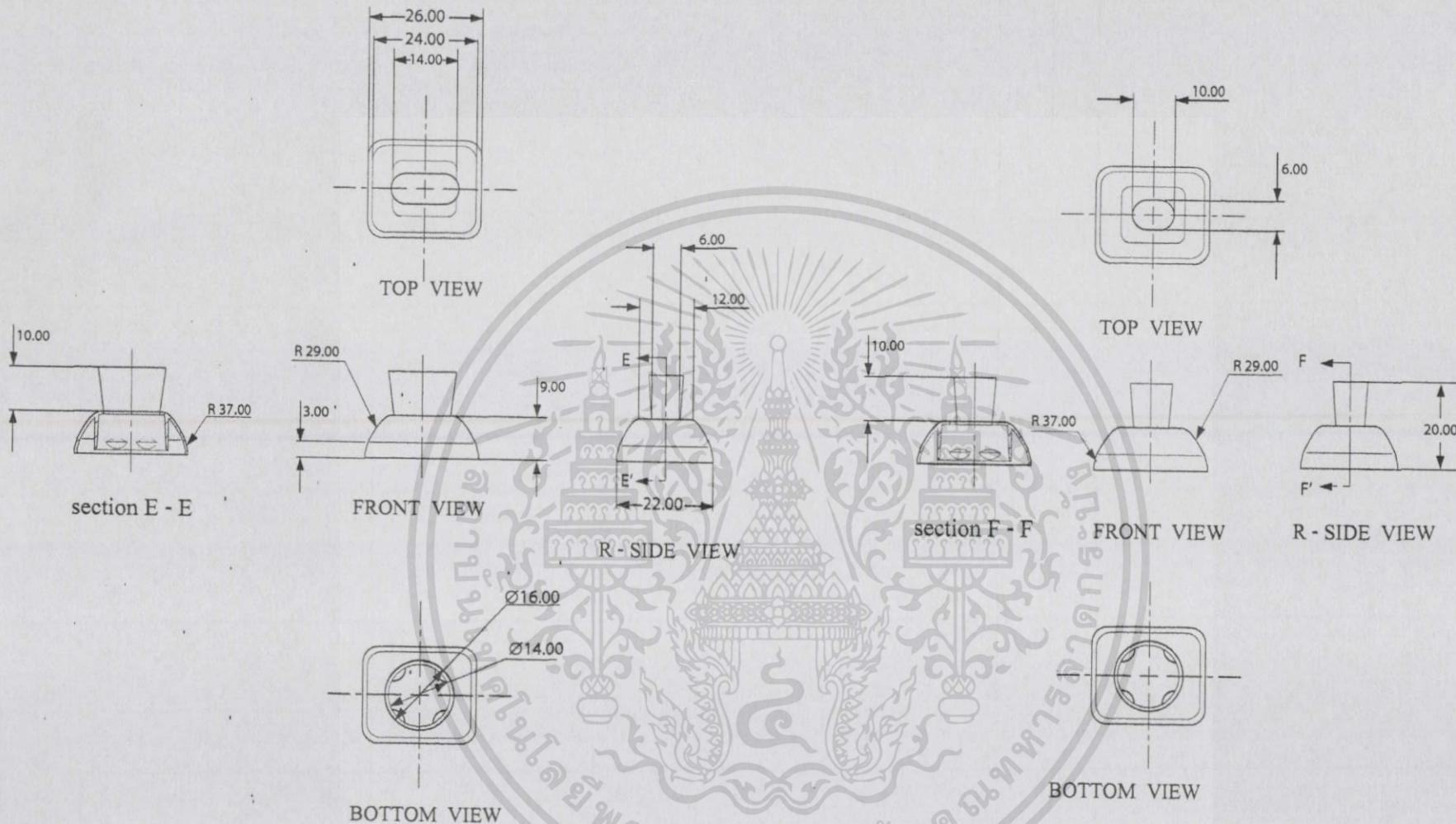


BOTTOM VIEW

ขวดยาทาสิวเสียน ขนาด 15 ml			
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
FACULTY OF ARCHITECTURE		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	
NAME : SIRAYA THOMAS		CODE : 62020224	
MATERIAL : HDPE	COLOR :	UNIT : mm	SCALE : 1:1
QUANTITY :	PROCESS :	DATE : 28/03/2014	



ขวดยาทาสีวเสียน ขนาด 15 ml			
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
1	FACULTY OF ARCHITECTURE		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
	NAME : SIRAYA THOMAS		CODE : 52020224
	MATERIAL : HDPE	COLOR : NATURAL	UNIT : mm    SCALE : 1:1
	QUANTITY : 1	PROCESS : blow mold	DATE : 28/03/2014



หัวแปรงยาสีฟัน

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

2

FACULTY OF ARCHITECTURE

DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN

NAME : SIRAYA THOMAS

CODE : 52020224

MATERIAL : HDPE

COLOR : NATURAL

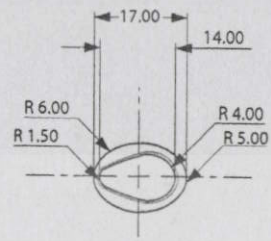
UNIT : mm

SCALE : 1:1

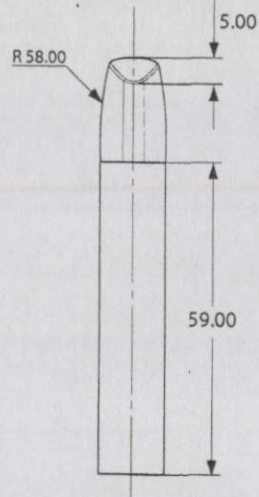
QUANTITY : 1

PROCESS : blow mold

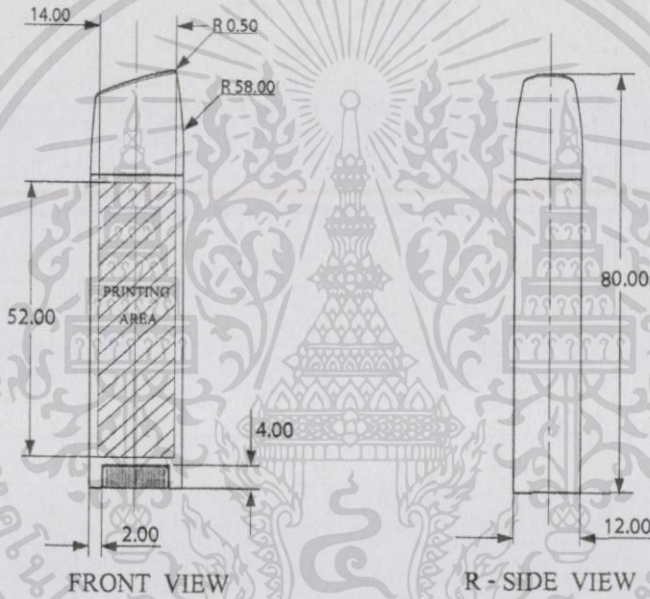
DATE : 28/03/2014



TOP VIEW

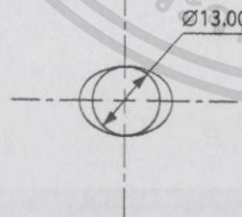


L - SIDE VIEW

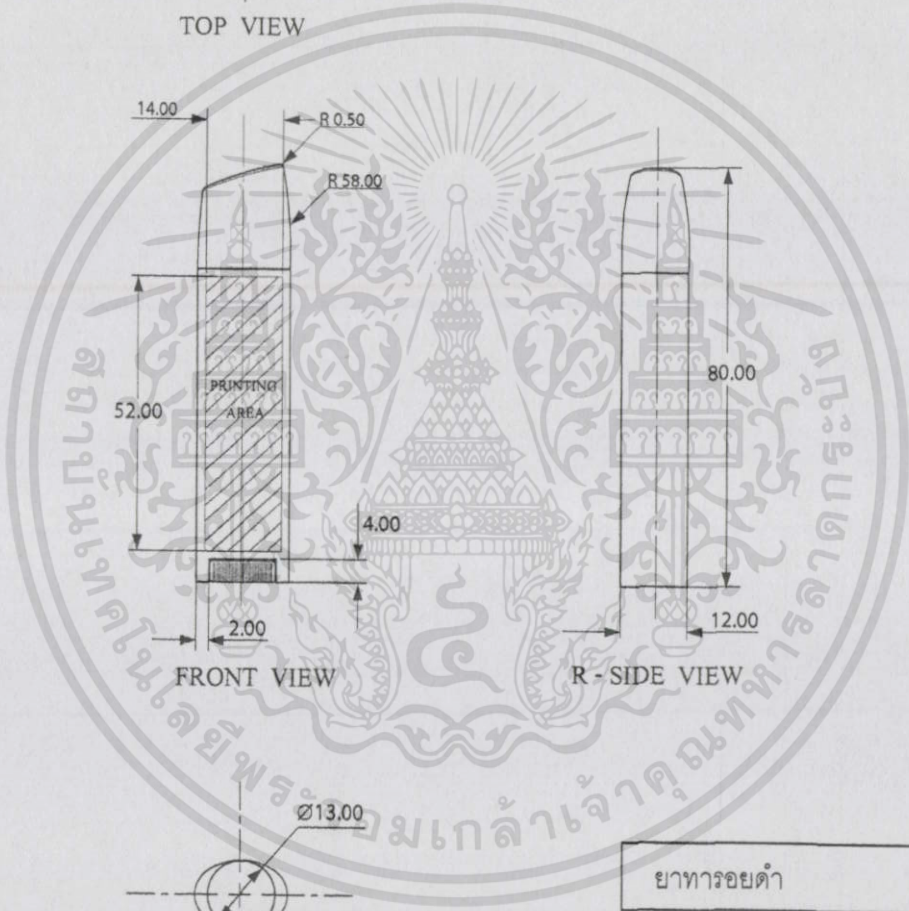


FRONT VIEW

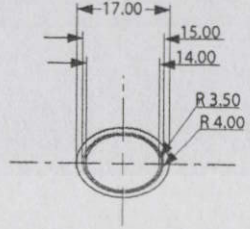
R - SIDE VIEW



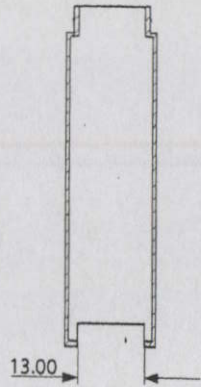
BOTTOM VIEW



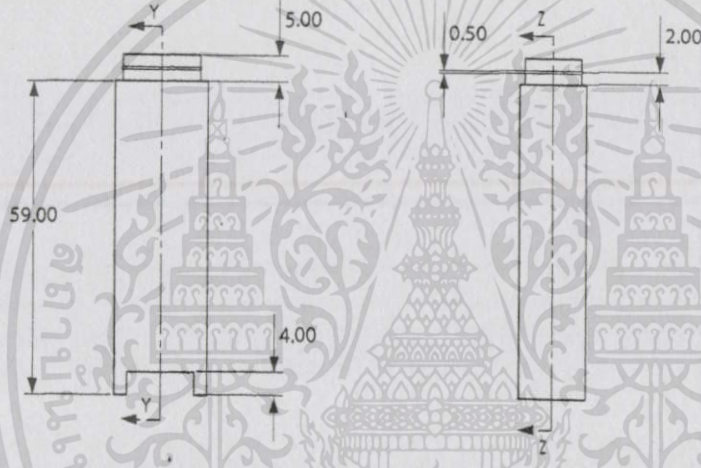
ยาทารอยดำ			
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
FACULTY OF ARCHITECTURE		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	
NAME : SIRAYA THOMAS		CODE : 52020224	
MATERIAL : HDPE	COLOR :	UNIT : mm	SCALE : 1:1
QUANTITY :	PROCESS :	DATE : 28/03/2014	



TOP VIEW

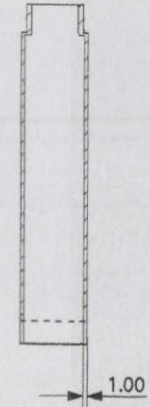


SECTION Y-Y



FRONT VIEW

R-SIDE VIEW



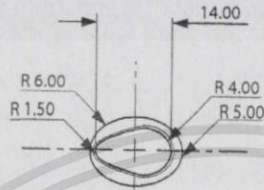
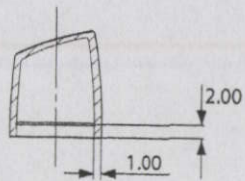
SECTION Z-Z



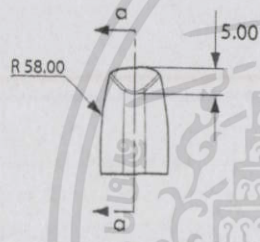
BOTTOM VIEW

ด้ามอาหารยอดำ			
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
1	FACULTY OF ARCHITECTURE		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
	NAME : SIRAYA THOMAS		CODE : 52020224
	MATERIAL : HDPE	COLOR : NATURAL	UNIT : mm    SCALE : 1:1
	QUANTITY : 1	PROCESS : blow mold	DATE : 28/03/2014

SECTION a - a



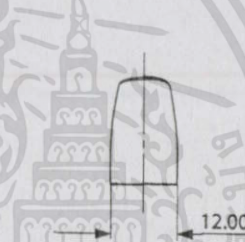
TOP VIEW



L - SIDE VIEW



FRONT VIEW



R - SIDE VIEW

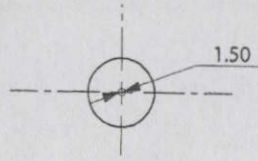


BOTTOM VIEW

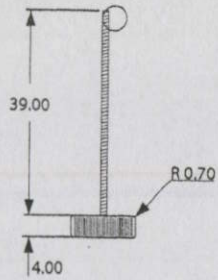
ฝ้ายาทารอยดำ

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

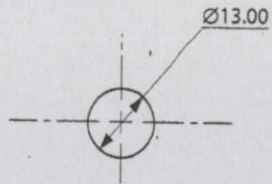
2	FACULTY OF ARCHITECTURE		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	
	NAME : SIRAYA THOMAS		CODE : 52020224	
	MATERIAL : HDPE	COLOR : Red	UNIT : mm	SCALE : 1:1
	QUANTITY : 1	PROCESS : blow mold	DATE : 28/03/2014	



TOP VIEW



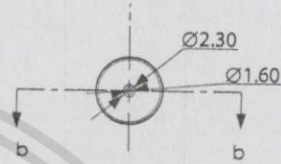
FRONT VIEW



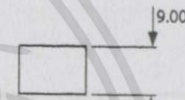
BOTTOM VIEW



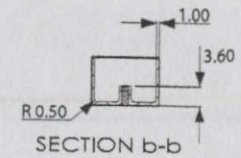
DETAIL - E  
SCALE 2:1



TOP VIEW



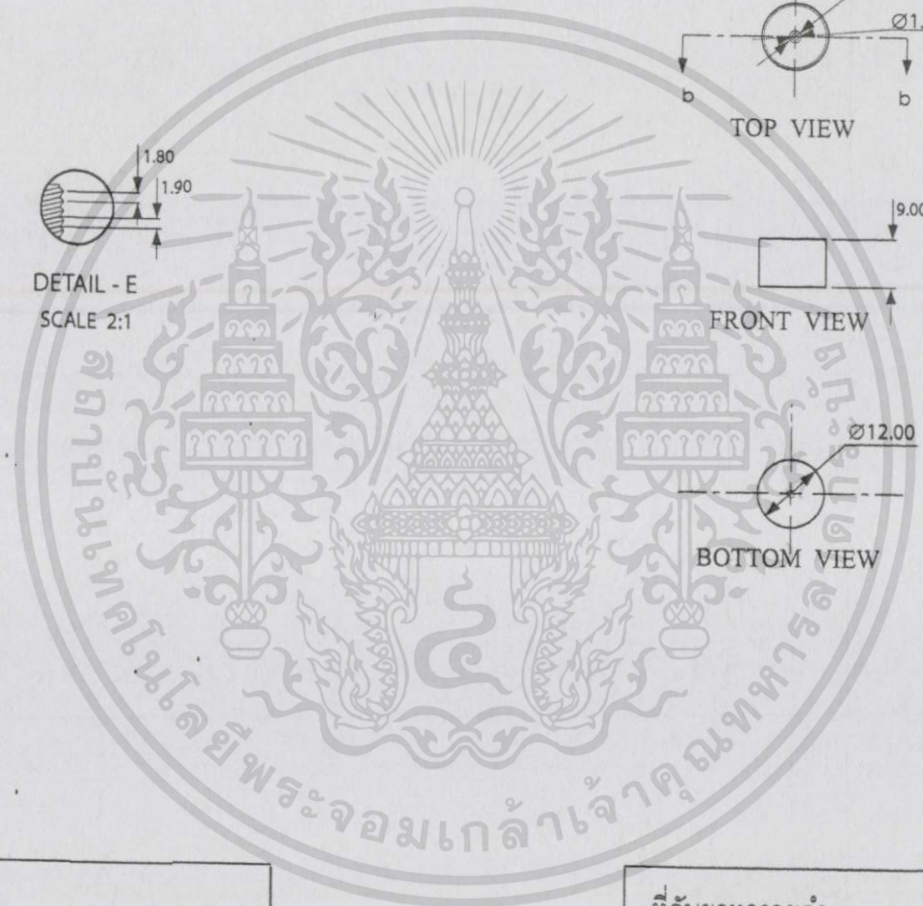
FRONT VIEW



SECTION b-b



BOTTOM VIEW



แกนหมุนยาทารอยดำ

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

3

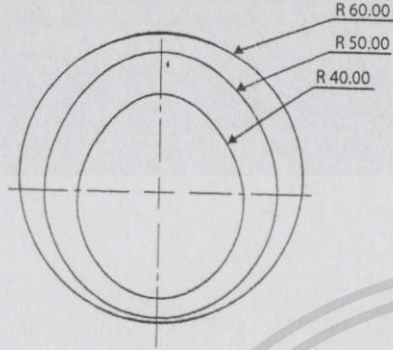
FACULTY OF ARCHITECTURE		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	
NAME : SIRAYA THOMAS		CODE : 52020224	
MATERIAL : HDPE	COLOR : Natural	UNIT : mm	SCALE : 1:1
QUANTITY : 1	PROCESS : blow mold	DATE : 28/03/2014	

ที่ตันยาทารอยดำ

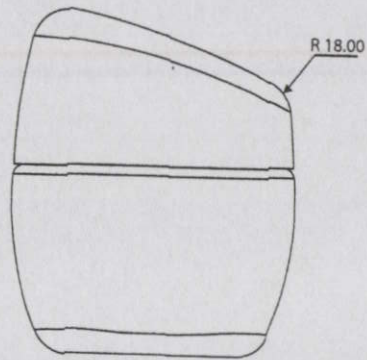
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

4

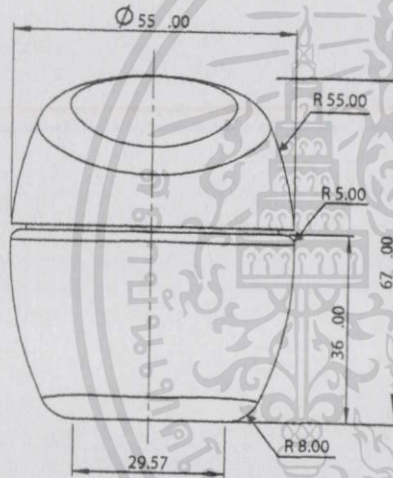
FACULTY OF ARCHITECTURE		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	
NAME : SIRAYA THOMAS		CODE : 52020224	
MATERIAL : HDPE	COLOR : Natural	UNIT : mm	SCALE : 1:1
QUANTITY : 1	PROCESS : blow mold	DATE : 28/03/2014	



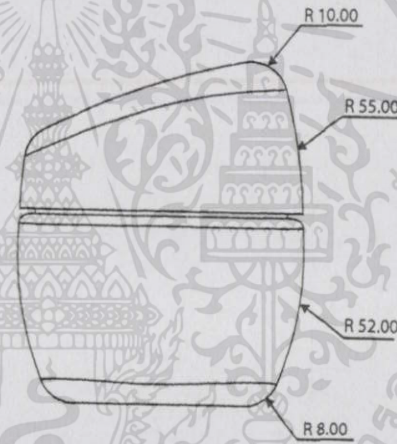
TOP VIEW



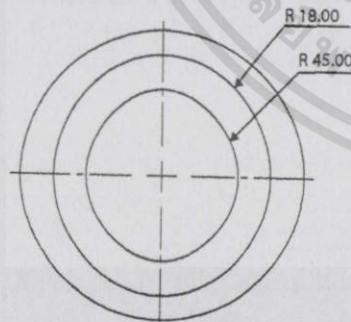
L - SIDE VIEW



FRONT VIEW



R - SIDE VIEW



BOTTOM VIEW

ครีมบำรุง

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

FACULTY OF ARCHITECTURE

DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN

NAME : SIRAYA THOMAS

CODE : 52020224

MATERIAL : PP

COLOR :

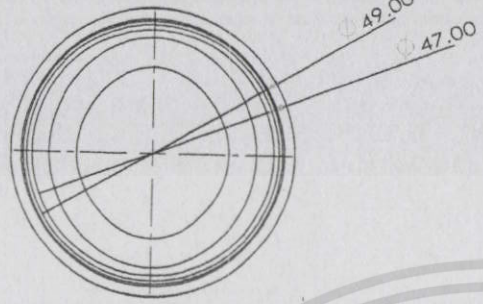
UNIT : mm

SCALE : 1:1

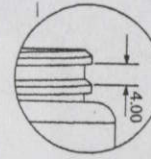
QUANTITY :

PROCESS :

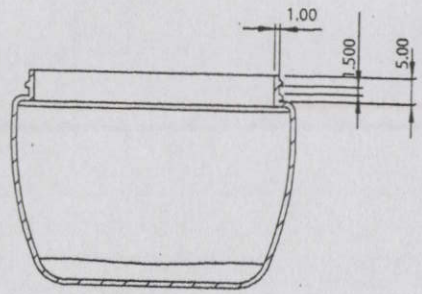
DATE : 28/03/2014



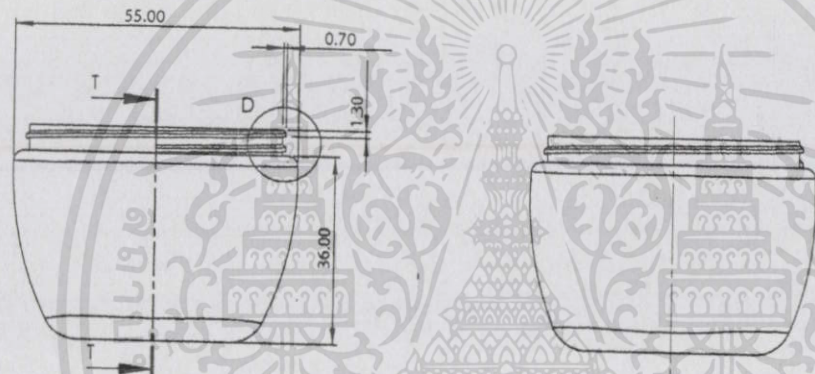
TOP VIEW



DETAIL - D  
SCALE 2:1

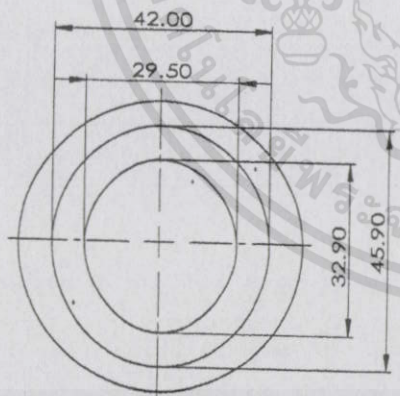


SECTION T-T



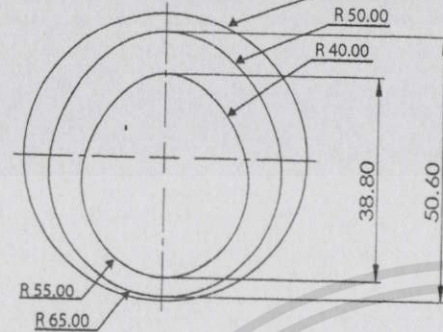
FRONT VIEW

R - SIDE VIEW

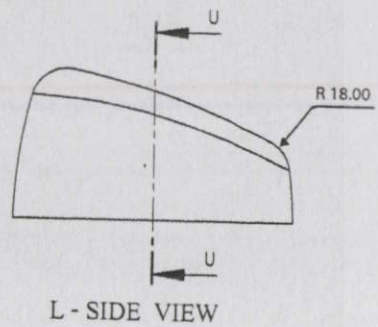


BOTTOM VIEW

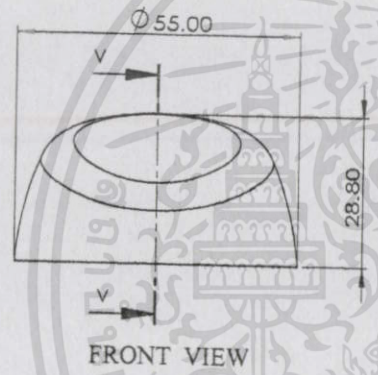
ครีมบำรุง			
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
1	FACULTY OF ARCHITECTURE		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
	NAME : SIRAYA THOMAS		CODE : 52020224
	MATERIAL : HDPE	COLOR : NATURAL	UNIT : mm    SCALE : 1:1
	QUANTITY : 1	PROCESS : blow mold	DATE : 28/03/2014



TOP VIEW



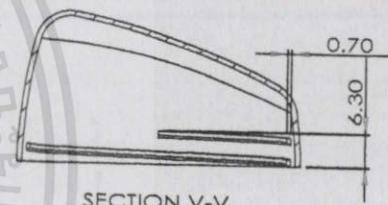
L - SIDE VIEW



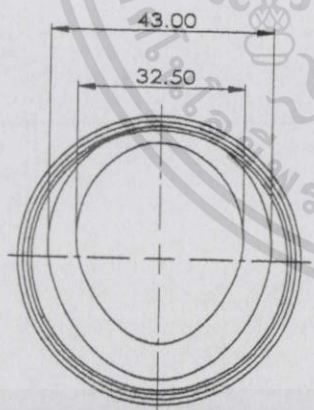
FRONT VIEW



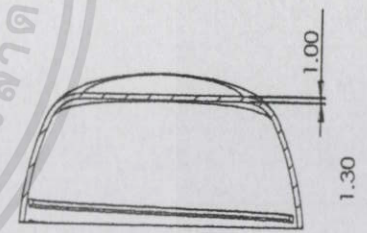
R - SIDE VIEW



SECTION V-V

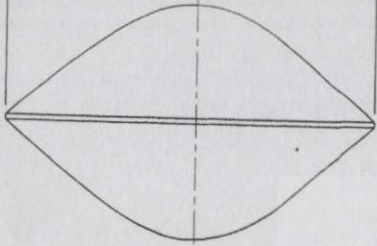


BOTTOM VIEW



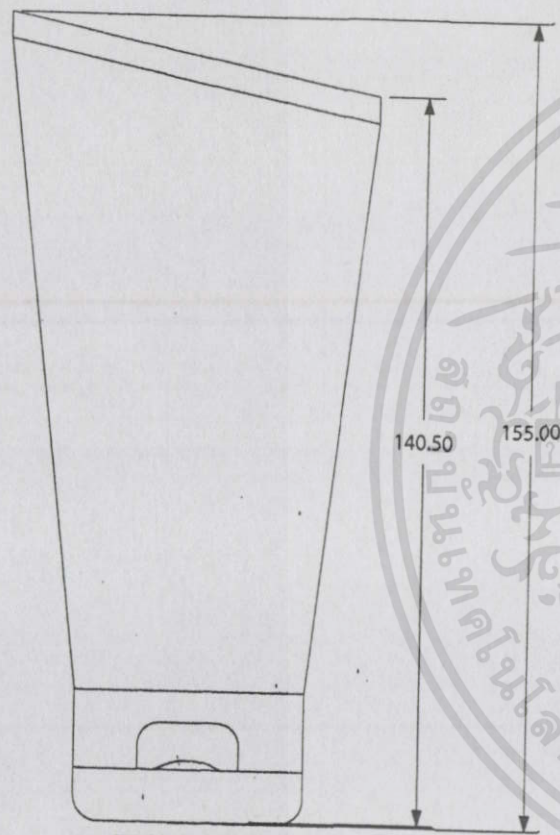
SECTION U-U

ฝาครีมนำรุ่ง			
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
2	FACULTY OF ARCHITECTURE		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
	NAME : SIRAYA THOMAS		CODE : 62020224
	MATERIAL : HDPE	COLOR : Gray	UNIT : mm    SCALE : 1:1
	QUANTITY : 1	PROCESS : blow mold	DATE : 28/03/2014

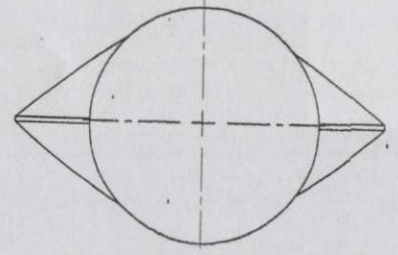


TOP VIEW

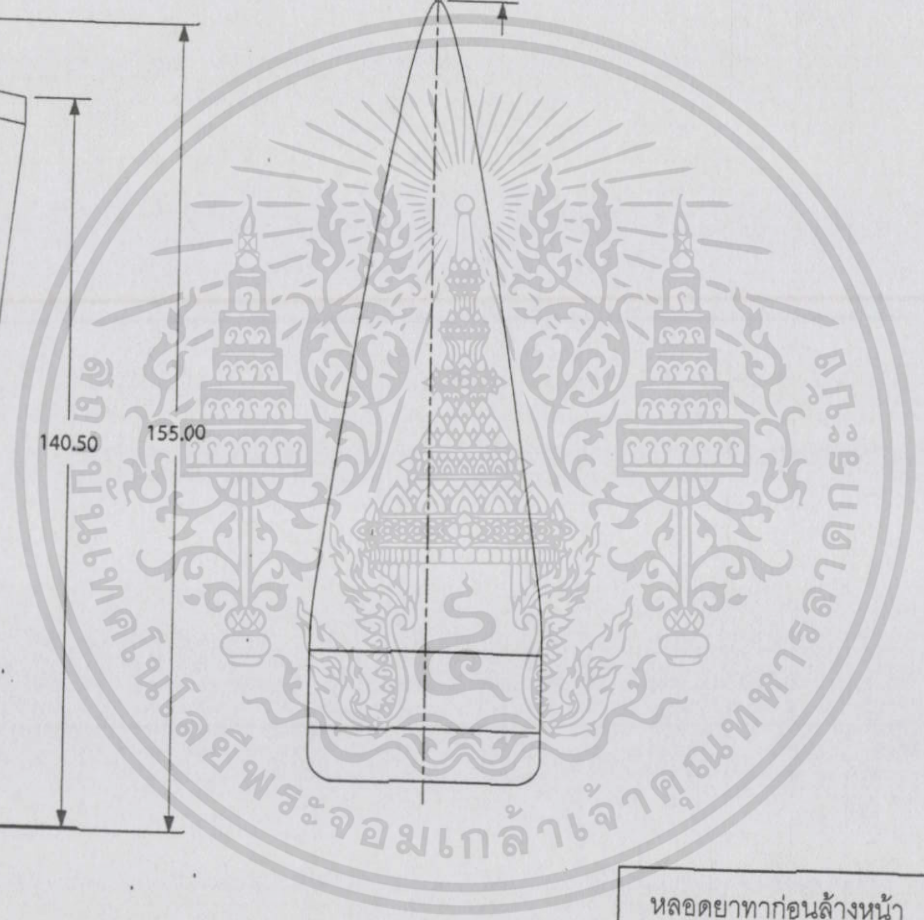
R - SIDE VIEW



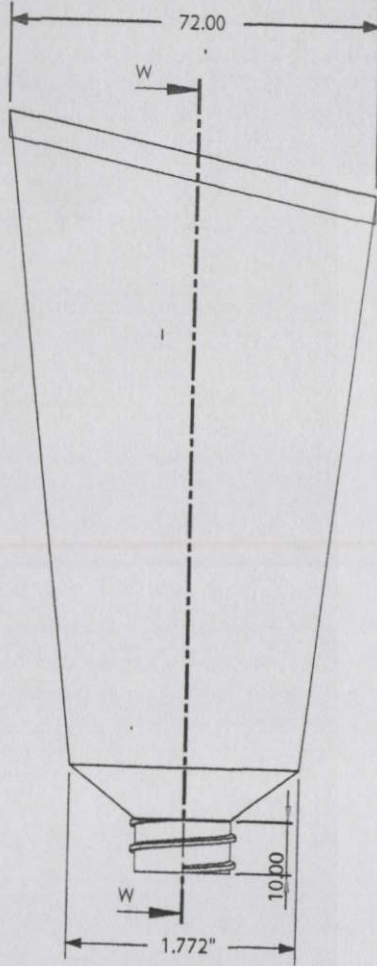
FRONT VIEW



BOTTOM VIEW



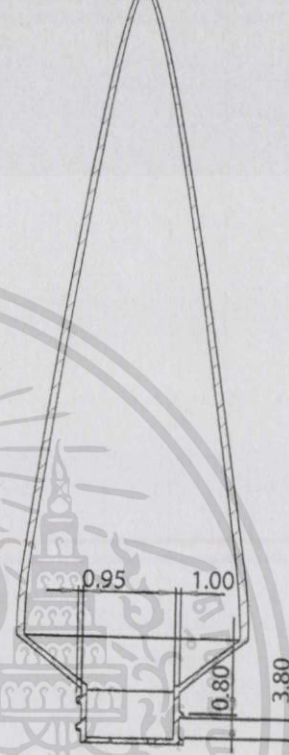
หลอดยาทา ก่อนล้างหน้า			
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
FACULTY OF ARCHITECTURE		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	
NAME : SIRAYA THOMAS		CODE : 52020224	
MATERIAL : HDPE	COLOR :	UNIT : mm	SCALE : 1:1
QUANTITY :	PROCESS :	DATE : 28/03/2014	



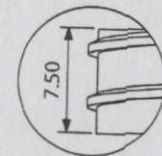
TOP VIEW



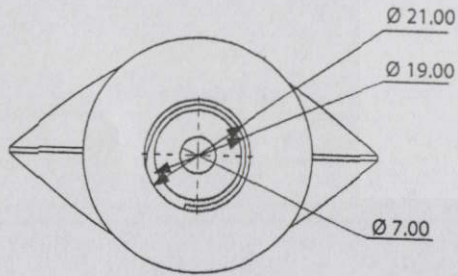
R - SIDE VIEW



SECTION W-W  
SCALE 1 : 1

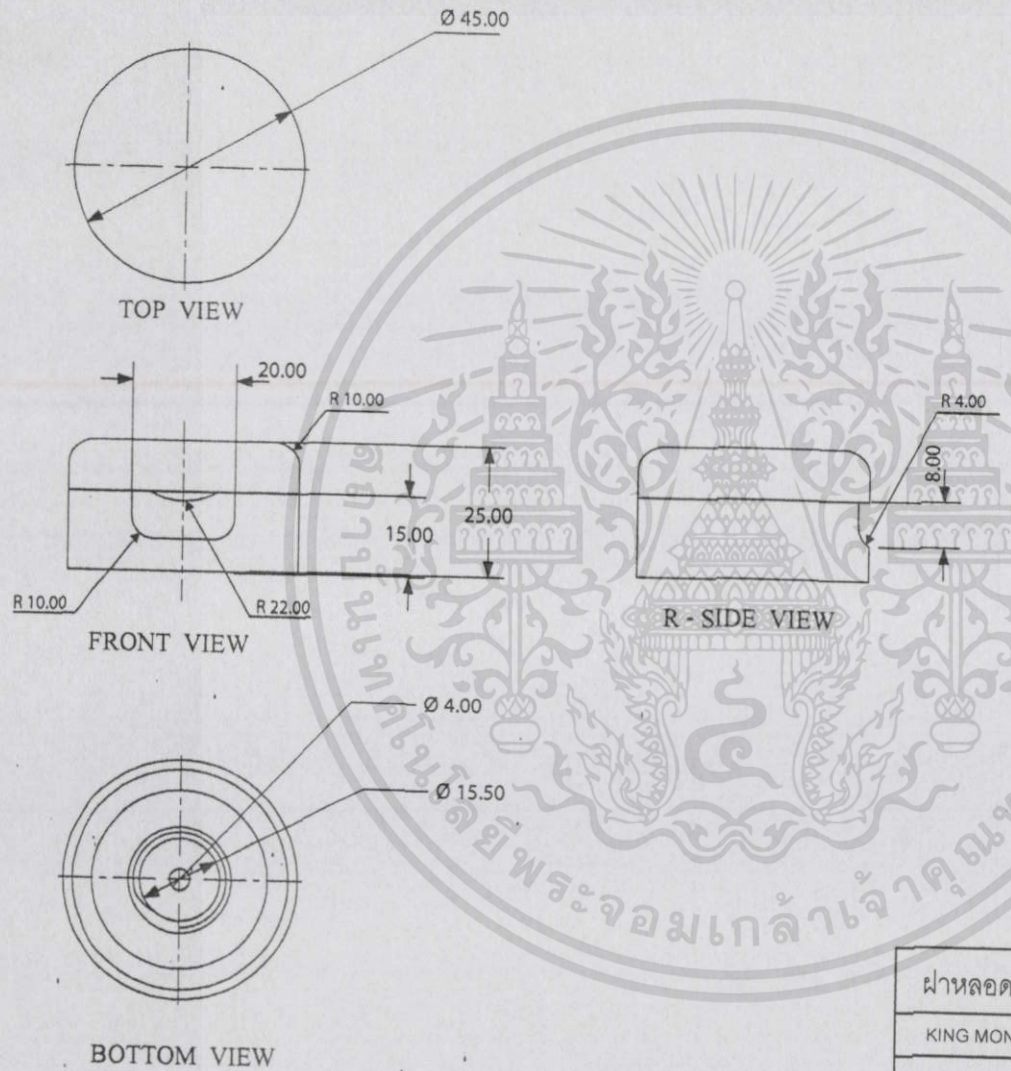


DETAIL - E  
SCALE 2:1



FRONT VIEW

หลอดยาทา ก่อนล้างหน้า			
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
1	FACULTY OF ARCHITECTURE		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
	NAME : SIRAYA THOMAS		CODE : 52020224
	MATERIAL : HDPE	COLOR : NATURAL	UNIT : mm
	QUANTITY : 1	PROCESS : Extrusion	SCALE : 1:1
		DATE : 28/03/2014	

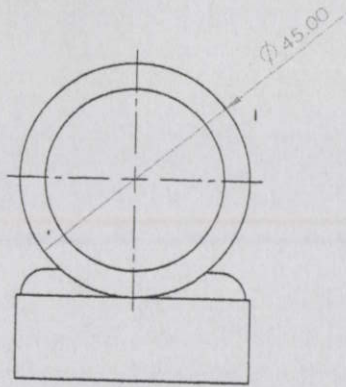


ฝาหลอดยาทาก่อนล้างหน้า

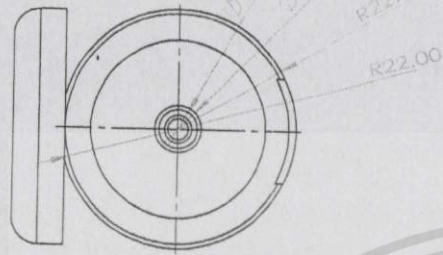
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

2

FACULTY OF ARCHITECTURE		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	
NAME : SIRAYA THOMAS		CODE : 52020224	
MATERIAL : HDPE	COLOR : Blue	UNIT : mm	SCALE : 1:1
QUANTITY : 1	PROCESS : Injection	DATE : 28/03/2014	



L - SIDE VIEW

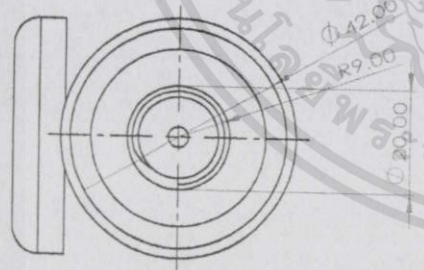


TOP VIEW

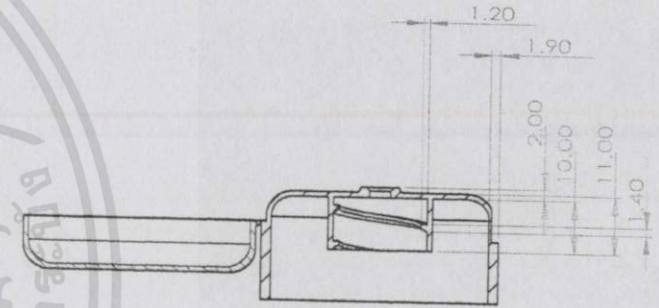


FRONT VIEW

R - SIDE VIEW



BOTTOM VIEW



SECTION X-X

ฝ่าหลอดยาทาาก่อนล้างหน้า

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

2

FACULTY OF ARCHITECTURE

DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN

NAME : SIRAYA THOMAS

CODE : 52020224

MATERIAL : HDPE

COLOR : Blue

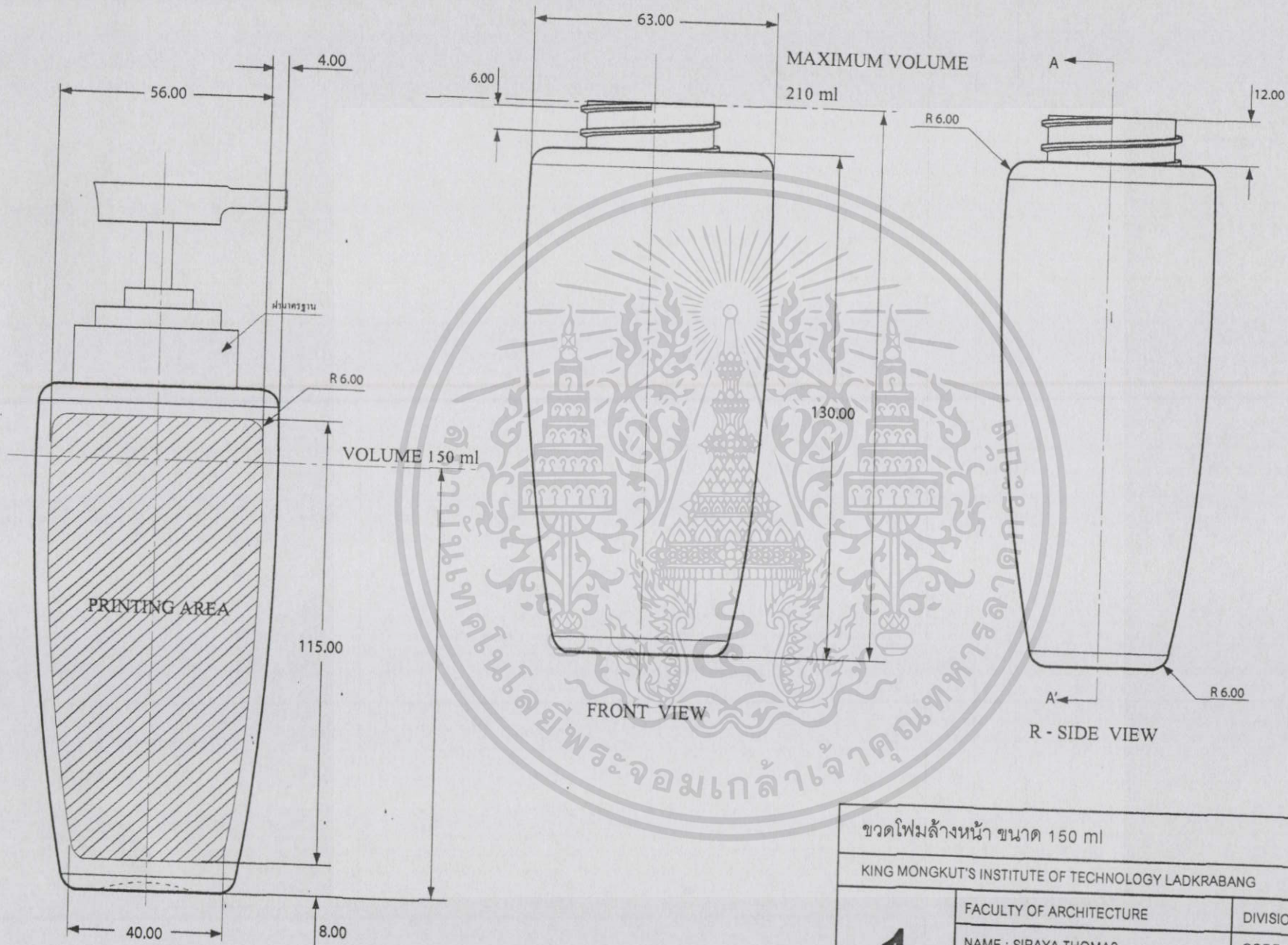
UNIT : mm

SCALE : 1:1

QUANTITY : 1

PROCESS : Injection

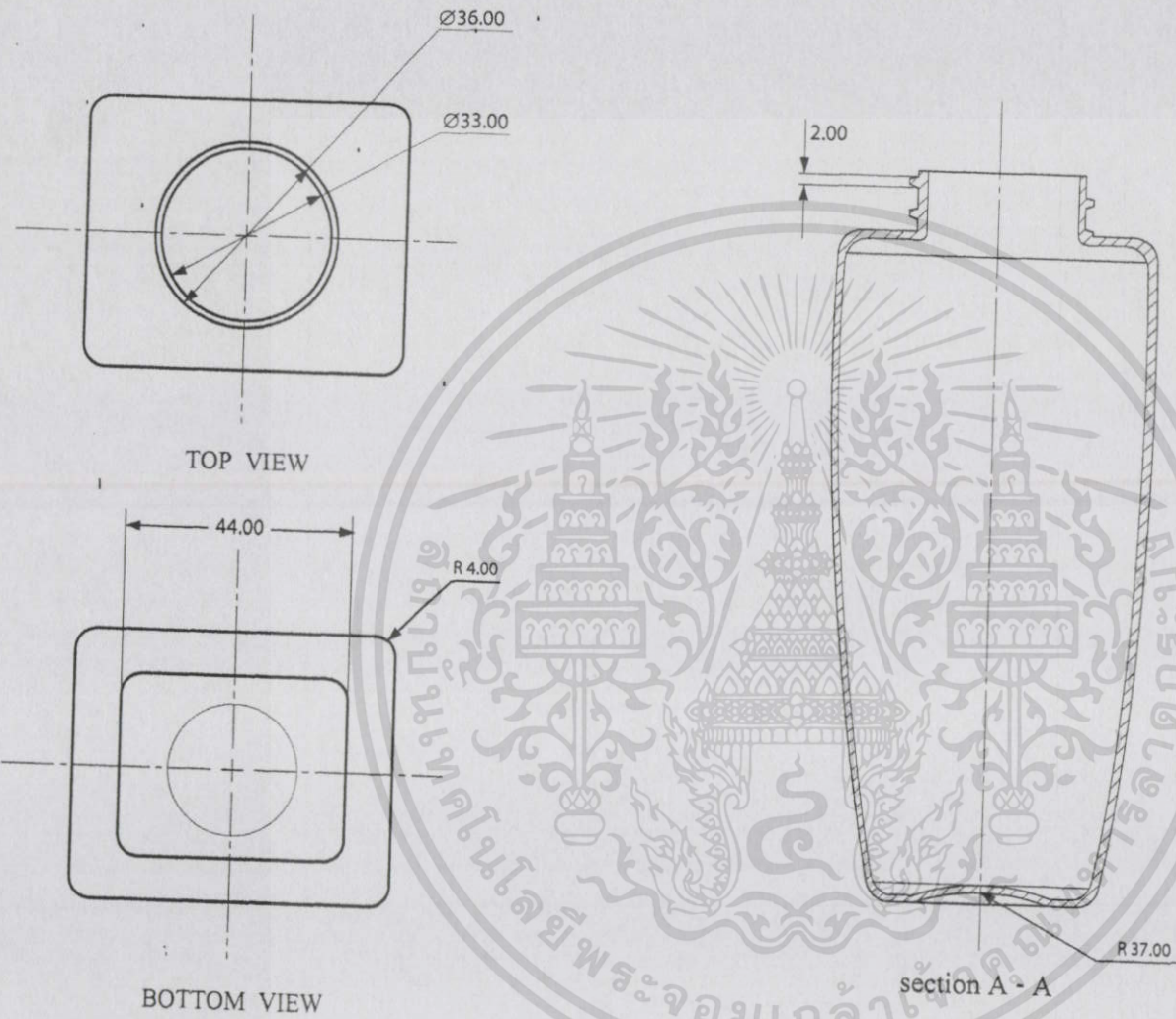
DATE : 28/03/2014



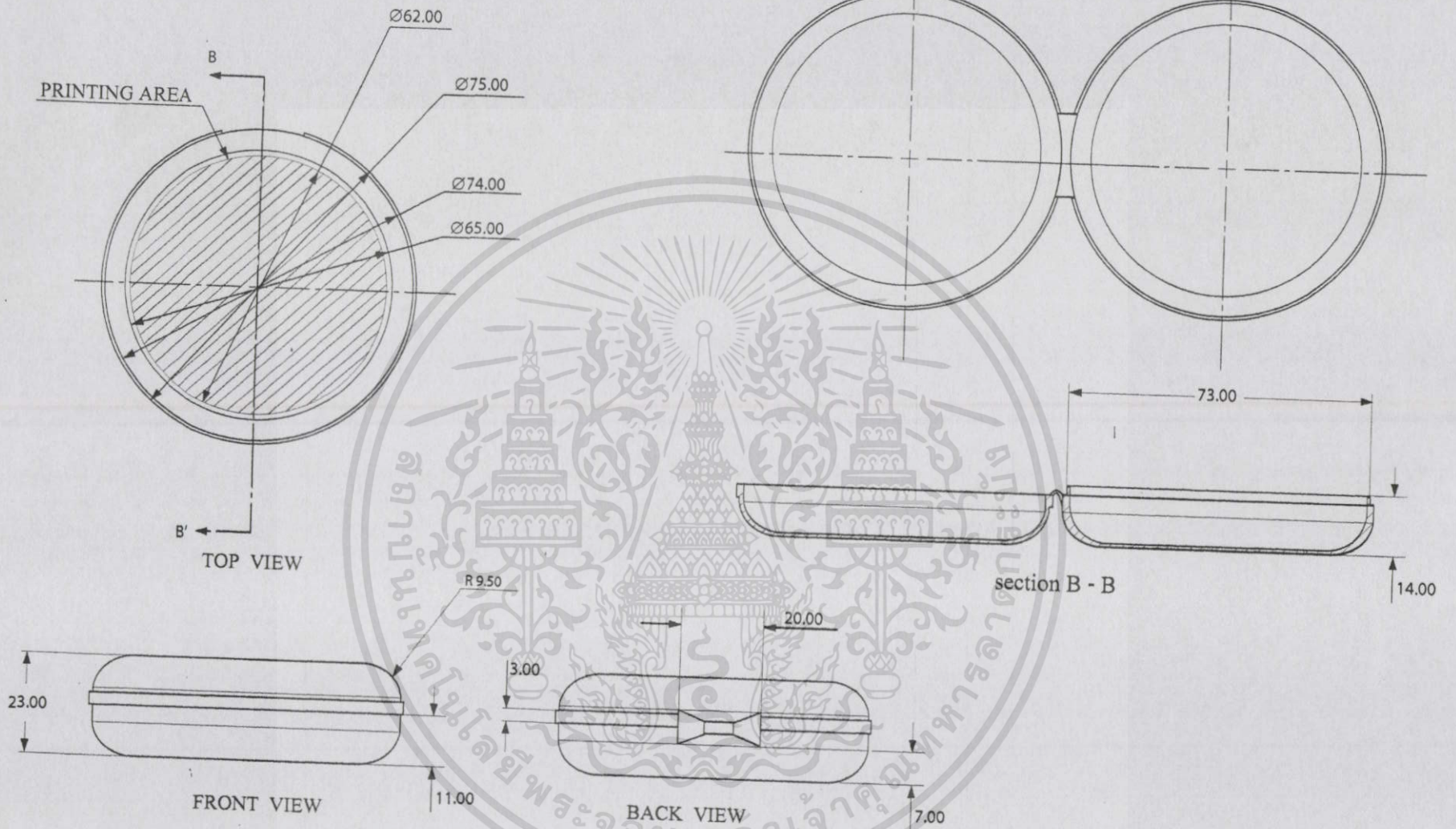
ขวดโพลีเอทิลีน ขนาด 150 ml

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

<b>1</b>	FACULTY OF ARCHITECTURE		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	
	NAME : SIRAYA THOMAS		CODE : 52020224	
	MATERIAL : HDPE	COLOR : NATURAL	UNIT : mm	SCALE : 1:1
	QUANTITY : 1	PROCESS : blow mold	DATE : 28/03/2014	



ขวดโพลีเอทิลีน ขนาด 150 ml			
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG			
<b>1</b>	FACULTY OF ARCHITECTURE		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
	NAME : SIRAYA THOMAS		CODE : 52020224
	MATERIAL : HDPE	COLOR : NATURAL	UNIT : mm    SCALE : 1:1
	QUANTITY : 1	PROCESS : blow mold	DATE : 28/03/2014



ตลับ AHA และ วิตามินเอทาหน้า

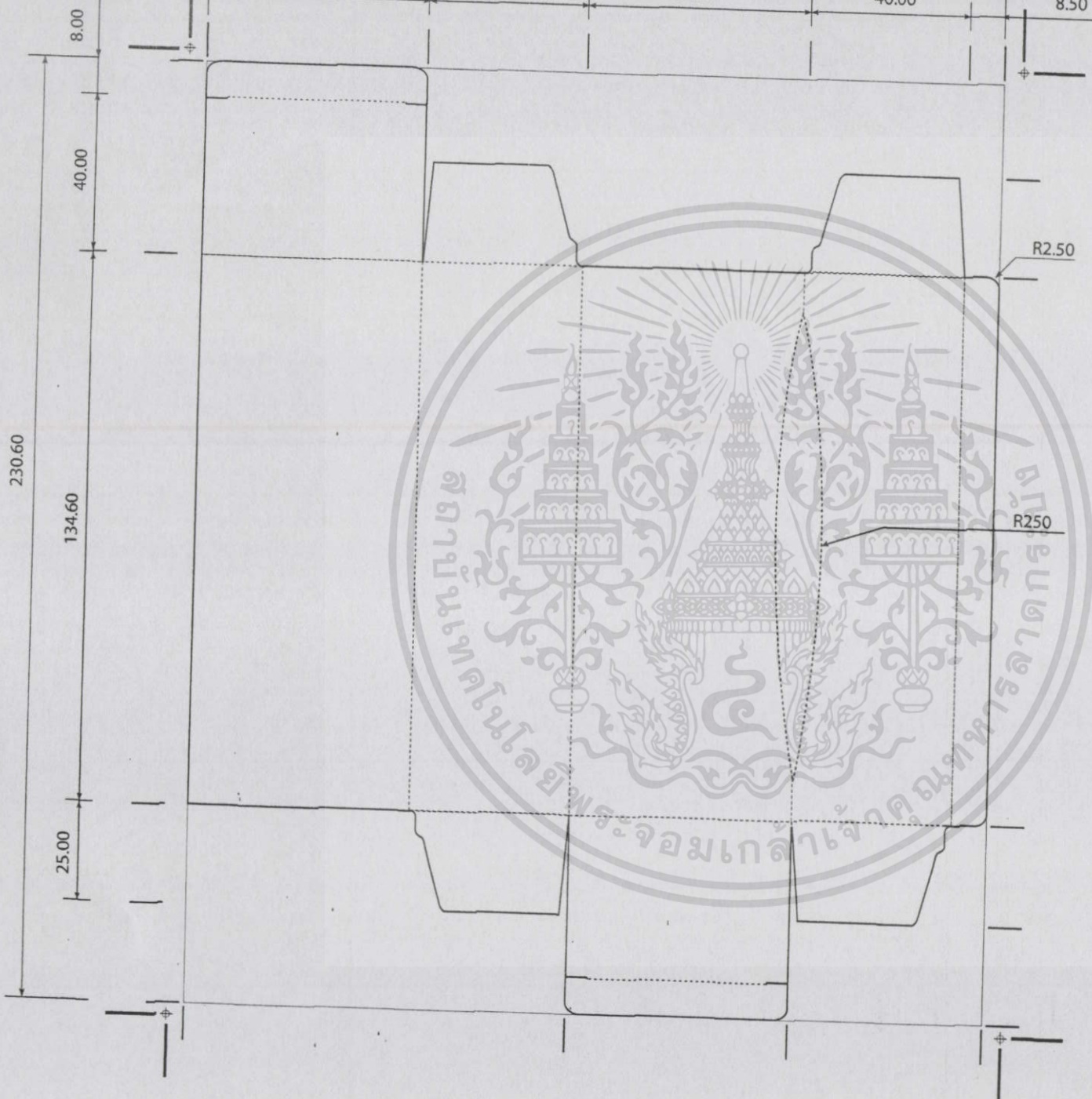
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

1	FACULTY OF ARCHITECTURE		DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	
	NAME : SIRAYA THOMAS		CODE : 52020224	
	MATERIAL : HDPE	COLOR : NATURAL	UNIT : mm	SCALE : 1:1
	QUANTITY : 1	PROCESS : blow mold	DATE : 28/03/2014	

ภาคผนวก จ.

แบบส่งงานเพื่อการพิมพ์บรรจุภัณฑ์ (Artwork)





วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	ฉัตรวรรณคดีนิค
ชื่อสินค้า	กล่องยาแบริ่งน้ำ, ยาหาสิ่วที่หนังสือ
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
วัสดุใช้ในการพิมพ์	กระดาษแข็ง 300 grm
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	สิริชา โทมิต



ยาทาผิวฟันขาว ?  
 ยาทาฟันขาว 1% Salicylic Acid  
 1% Hydroxyapatite สำหรับฟันขาว  
 และฟื้นฟูฟันขาวที่สึกกร่อน  
 เสริมให้ฟันขาวที่สึกกร่อนด้วยซ้ำ

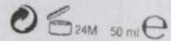


เช็ดหรือไม้มือขัดให้ไทย  
 นานกว่ารักษา

สารสีฟันไม่มันเยิ้มมาจากเทคโนโลยีนาโน  
 ให้มีความสำคัญในการใช้สารสีฟัน  
 ที่ช่วยให้ฟันสึกกร่อนได้ยาวนาน  
 กว่าวิธีแปรงฟันที่เจ็ด

ส่วนผสม  
 Water, Alcohol, Butylene Glycol,  
 Glycerin, Sulfur, PEG-60,  
 Hydrogenated Castor Oil  
 ฟอสฟอรัส  
 1. เป็นที่คิดค้นที่ 2.5-5.0% ฟอสฟอรัส  
 3. การผลิตที่ประเทศไทย ใช้เทคโนโลยี  
 สานักงานพัฒนา

น้ำใช้ทันตแพทย์



ยาทาผิวสำหรับสีฟันขาว

ใช้ไม่ส่งผลเสียถึงฟันขาว

ใช้ไม่ส่งผลถึง

ยาทาผิวสำหรับสีฟันขาวหลัง

✓ สีฟันขาว  
 ✓ ไม่เสียดสี  
 ✓ ใช้ง่าย

ยาทาผิวสำหรับสีฟันขาว

เลขที่ทะเบียน  
 2011/84, 8.ประจักษ์ศิลปาคม  
 กรุงเทพมหานคร 10300, 10400  
 โทร. 02-562-8236  
 โทร. 02-562-1000  
 โทร. แฟกซ์ 10-2-542-8673

ผลิตภัณฑ์นี้ได้รับการขึ้นทะเบียน  
 ใช้งานในประเทศไทยและได้รับอนุญาตให้  
 ผลิตและจำหน่ายในประเทศไทย  
 บริษัท สอนิออน จำกัด



สอนิออน เบบี้ฟัน แปรงฟัน  
 Babytooth 1% Salicylic Acid 1%

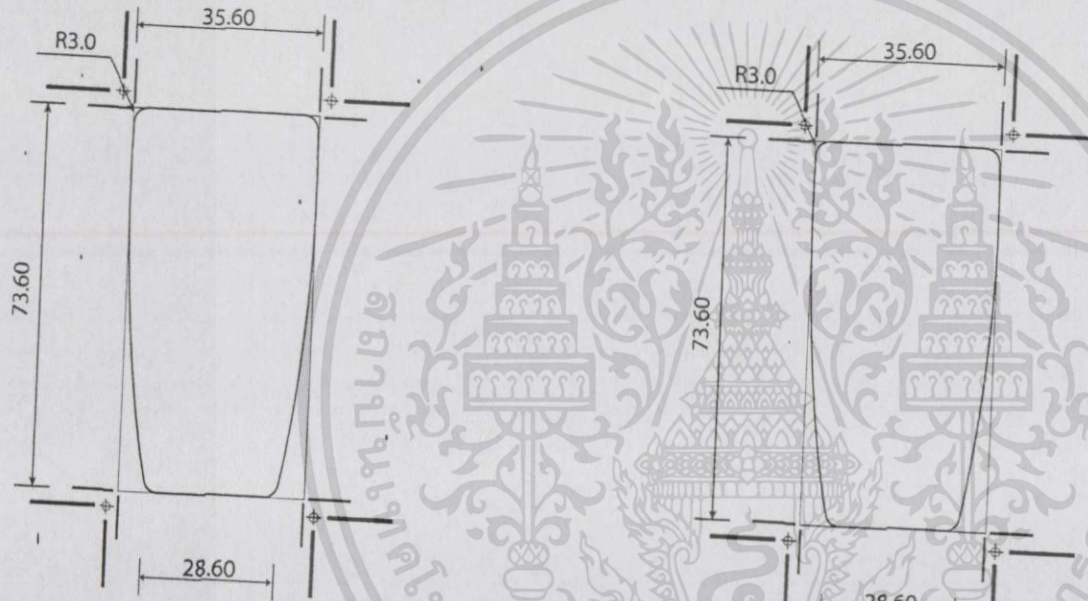


US\$9 50 ml

- C : 1
- M : 9
- Y : 78
- K : 0
  
- C : 1
- M : 4
- Y : 47
- K : 0
  
- C : 0
- M : 33
- Y : 78
- K : 0
  
- C : 64
- M : 55
- Y : 52
- K : 27

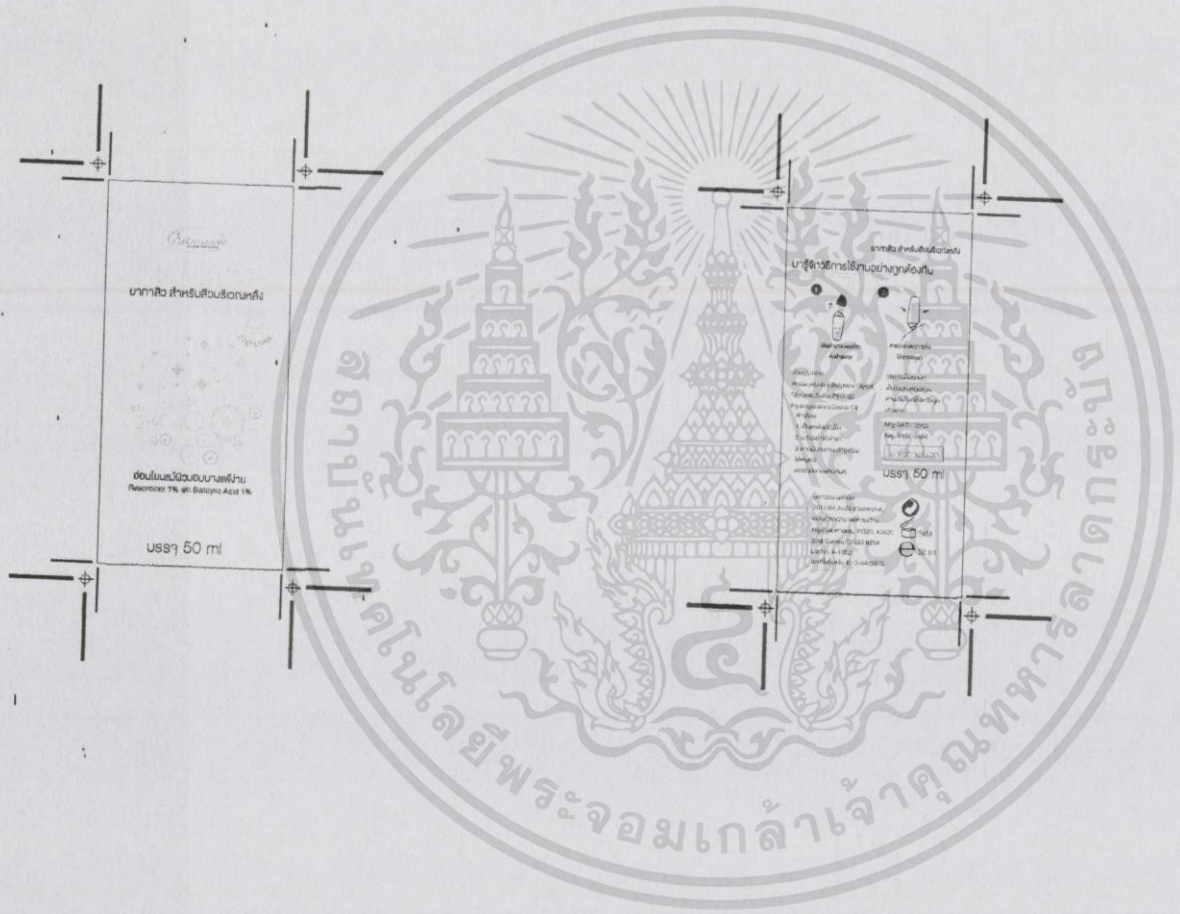
ตัวอักษร :  
 - DB Helvethaica X Ext 73 Bold  
 - DB Helvethaica 45 Light  
 - Minion Pro

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	ศิริราช รพ.ศิริราช
ชื่อสินค้า	กึ่งยาสีฟันสีฟันขาว
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
วัสดุที่ใช้ในการพิมพ์	กระดาษแข็ง 300 grm
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	ศิริยา โหม่ง



วันที่	22/08/14
ชื่อลูกค้า	มีดาวรรณคสิณิก
ชื่อสินค้า	ฉลากแม่น้ำ, ยาทาสีที่หลัง
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
วัสดุในการพิมพ์	สติ๊กเกอร์Pvc (ใส)
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	ศิรชา โทมัต

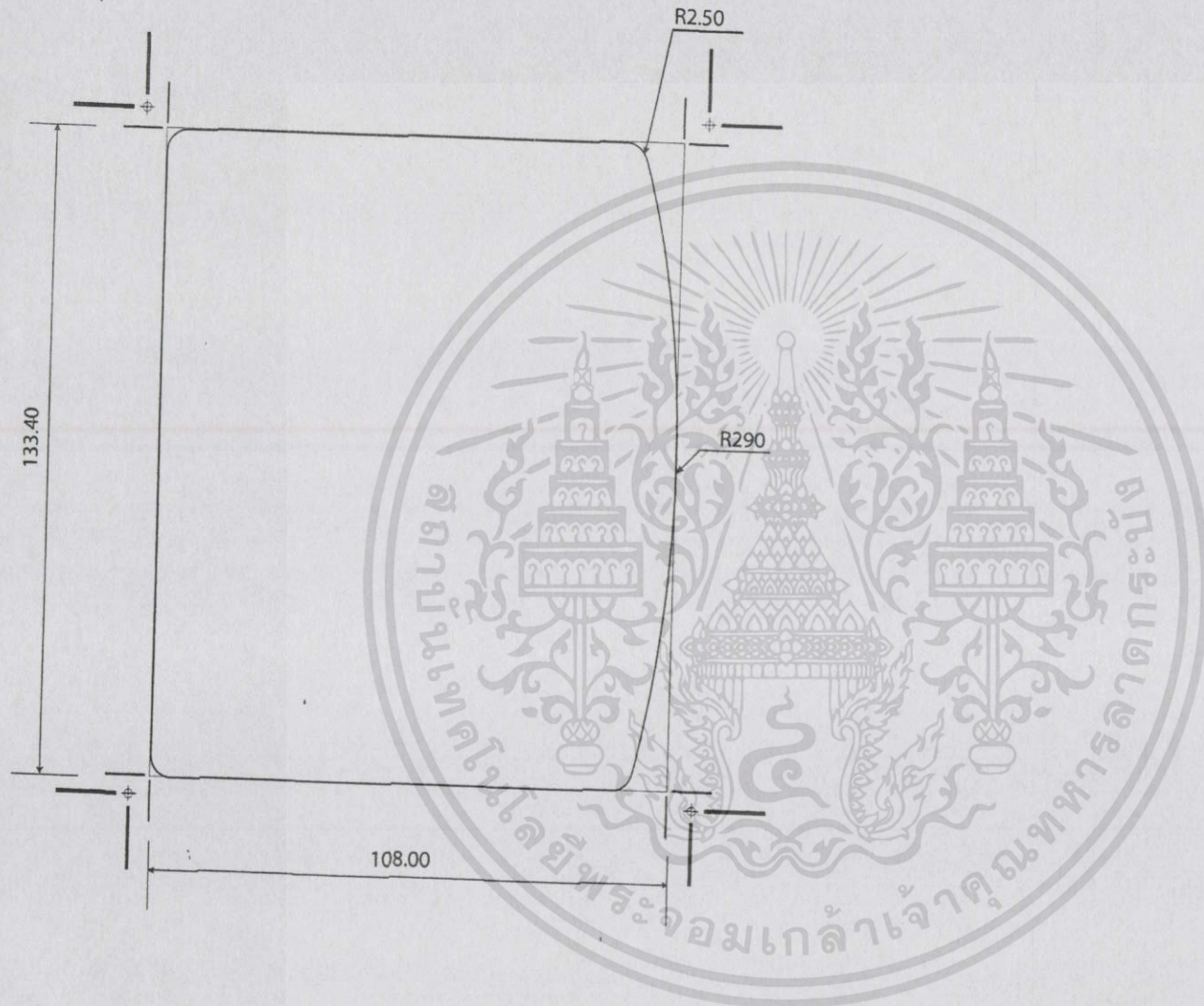




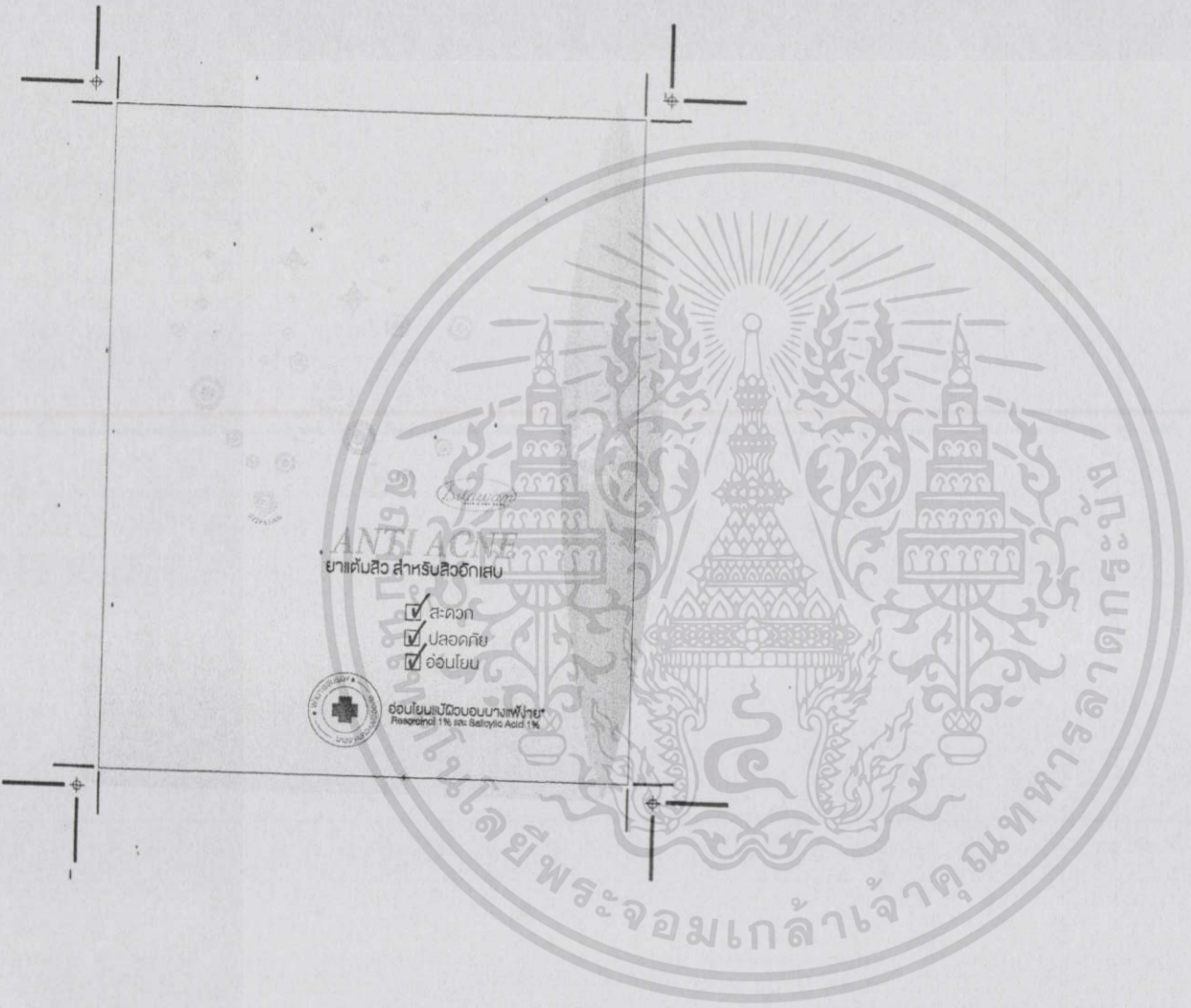
C : 1  
 M : 9  
 Y : 78  
 K : 0  
  
 C : 0  
 M : 25  
 Y : 78  
 K : 0  
  
 C : 2  
 M : 0  
 Y : 55  
 K : 0  
  
 C : 0  
 M : 0  
 Y : 0  
 K : 54

ตัวอักษร :  
 - DB Helvethaica X Ext 73 Bold  
 - DB Helvethaica 45 Light  
 - Minion Pro

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	เขตกว๊านนครพนม
ชื่อสินค้า	แบงค์ห้าสิบล้านสำหรับพิมพ์ สีพิมพ์
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
วัสดุในการพิมพ์	สติ๊กเกอร์Pvc (ใส)
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	สิริยา โหม่ม



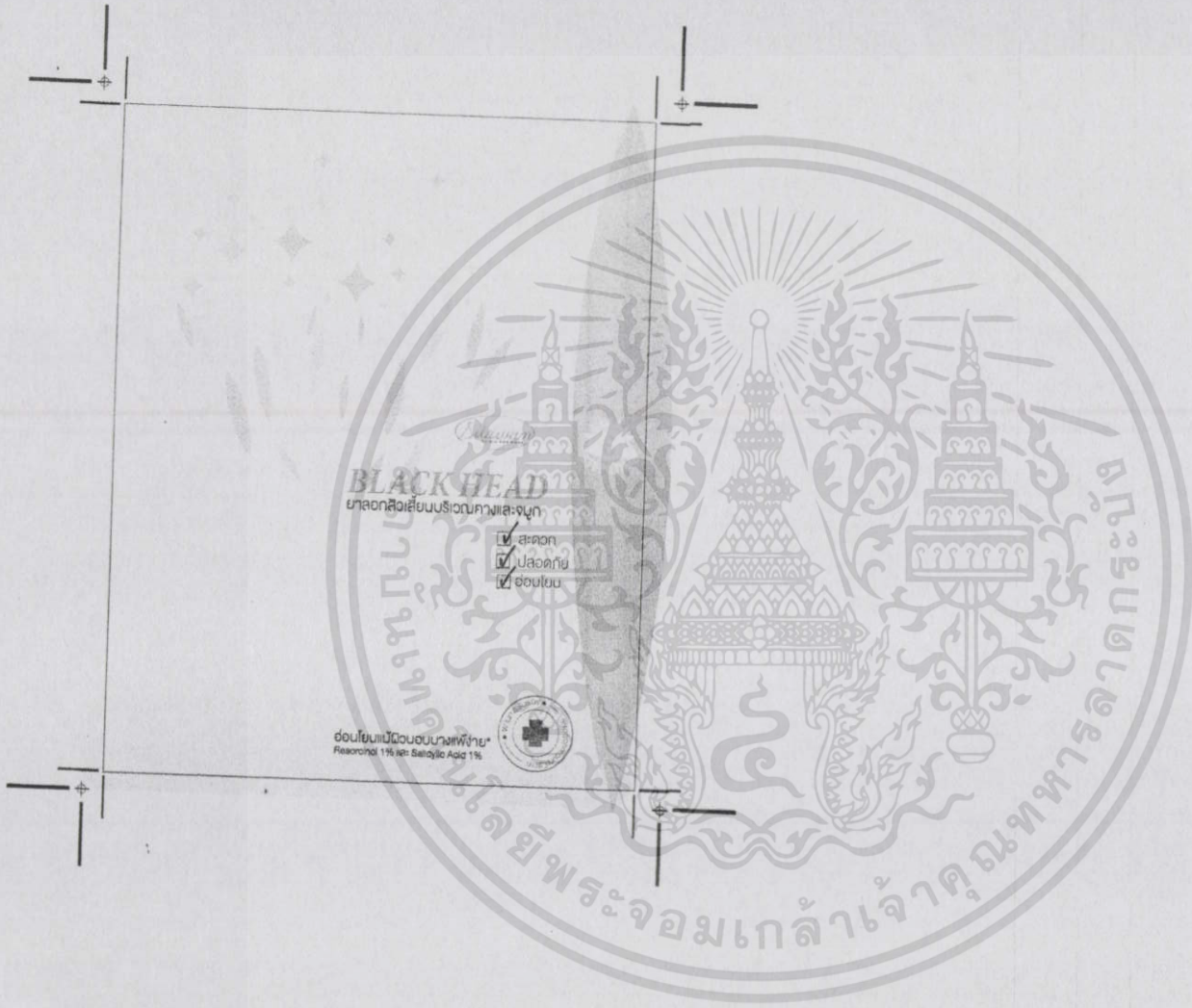
วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	ฉีตวาระณคคลินิก
ชื่อสินค้า	Blister Pack ยาแต้มสิว, ทาสิวเลื่อน
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
วัสดุใช้ในการพิมพ์	กระดาษแข็ง 300 grm
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	สิริยา ไทมัต



C : 39	C : 57
M : 1	M : 9
Y : 47	Y : 53
K : 0	K : 0
C : 39	C : 20
M : 1	M : 0
Y : 47	Y : 48
K : 0	K : 0
C : 18	C : 64
M : 1	M : 55
Y : 47	Y : 52
K : 0	K : 27

ตัวอักษร :  
 - DB Helvethica X Ext 73 Bold  
 - DB Helvethica 45 Light  
 - Minion Pro

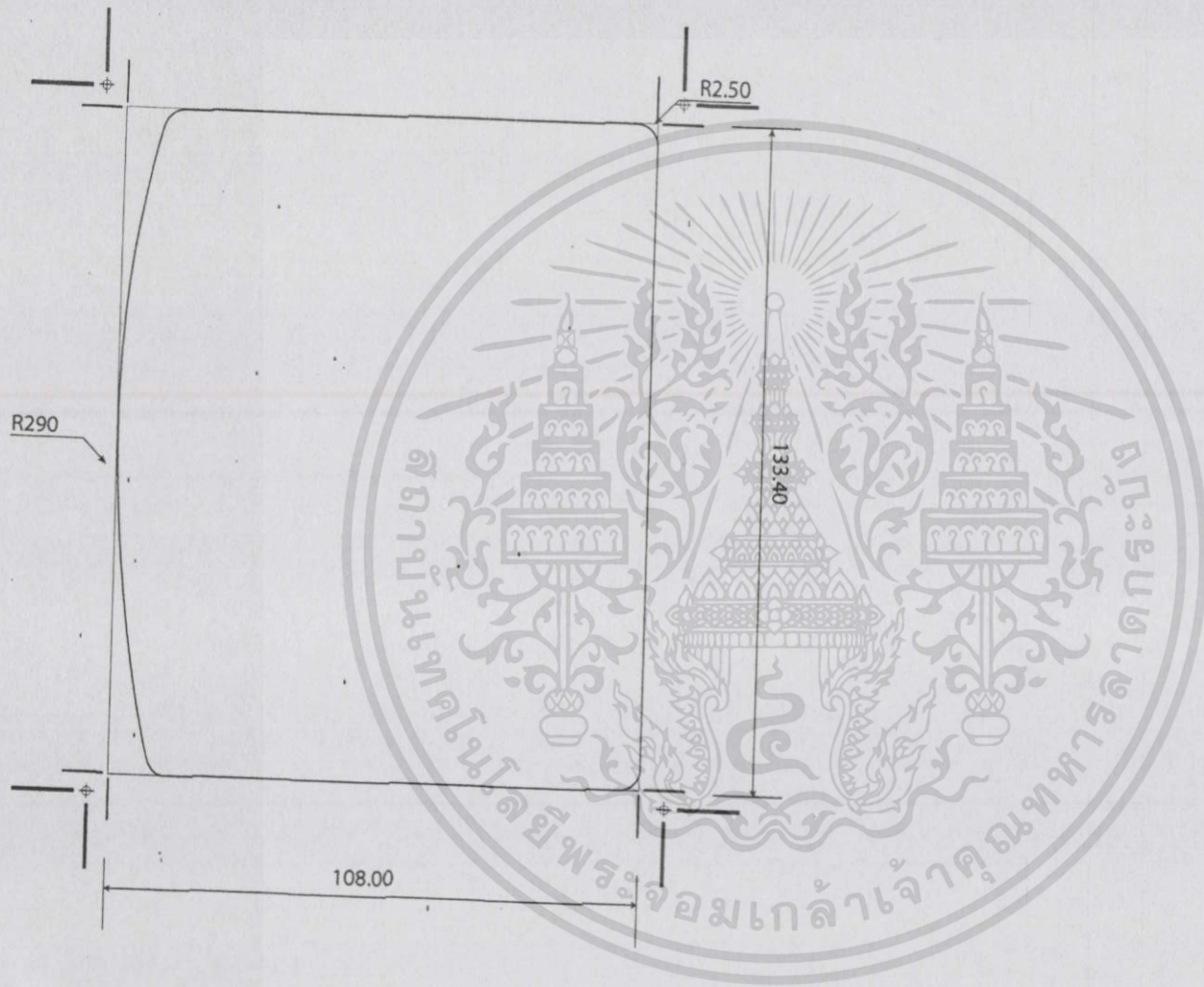
วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	มิตรวารณคลินิก
ชื่อสินค้า	Blister Pack ยาแต้มสิวอักเสบ
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
วัสดุในการพิมพ์	กระดาษแข็ง 300 grm
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	สิริยา โทมัส



C : 0	M : 42	Y : 11	K : 0	C : 0	M : 66	Y : 11	K : 0
C : 0	M : 21	Y : 11	K : 0	C : 0	M : 10	Y : 11	K : 0
C : 15	M : 27	Y : 6	K : 0	C : 64	M : 55	Y : 52	K : 27

- ตัวอักษร :
- DB Helvethaica X Ext 73 Bold
  - DB Helvethaica 45 Light
  - Minion Pro

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	มีตาวรรณคลินิก
ชื่อสินค้า	Blister Pack ยาหาสีเสี้ยน
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
วัสดุใช้ในการพิมพ์	กระดาษแข็ง 300 gsm
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	สิริยา โทมัส



วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	มิศารรณคลินิก
ชื่อสินค้า	Blister Pack ยาแก้ปวด, ยาสิ่วเสียน
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
วัสดุใช้งานพิมพ์	กระดาษแข็ง 300 grm
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	สิริยา โทมัส

**ANTIACNE**  
ยาแต้มสิว สำหรับสองซีกเสบ

**ยารับสีผิว ?**  
ยาแต้มสิวเสบ (Chloramphenicol Hydroxide 1%)  
ใช้รักษาสิวอักเสบและสิวหัวดำและสิวหัวขาว  
ตามบริเวณที่ประสบปัญหา สิวหัวดำ สิวหัวขาว  
และสิวเสี้ยน

**How to use?**  
วิธีใช้: นำวิธีใช้การใช้นานอย่างถูกต้องดังนี้

1. ล้างหน้า  
ล้างหน้าด้วยน้ำสะอาดที่อุณหภูมิเย็น
2. เช็ดหน้าให้แห้ง  
เช็ดหน้าให้แห้งด้วยผ้าสะอาด
3. ใช้ยาแต้มสิว  
ใช้ยาแต้มสิวแต้มบนบริเวณที่ประสบปัญหา

**เข็ดหรือไม่มีเข็ดคิดให้โทษมากกว่ารักษา**

เราเห็นเห็นกับอันตรายจากการใช้ยาที่ผิดวิธี  
จึงให้ความสำคัญในการใช้กันผ่านการสื่อสาร  
กันเพื่อให้ ผู้บริโภคสามารถรักษาได้อย่าง  
ถูกต้องและปลอดภัยที่สุด

ส่วนประกอบ  
Water 20g, Chloramphenicol Glycol,  
Glycerin, 5-bromo-PEEG-60,  
Hydroxyethyl Cellulose, Oil  
ที่เติม  
ใช้เพื่อให้น้ำมันถูกดูดซึมและช่วยทำให้ยา  
สามารถเกาะติดบนผิวหน้าได้และ  
และป้องกันการอักเสบ

24M 50 ml e

Mfg. 09/07/2556  
Exp. 09/07/2557  
บริษัท ไบโอสายงาม  
แอสยา  
ขนาด 15 ml

25002741350

C : 39	C : 57
M : 1	M : 9
Y : 47	Y : 53
K : 0	K : 0
C : 39	C : 20
M : 1	M : 0
Y : 47	Y : 48
K : 0	K : 0
C : 18	C : 64
M : 1	M : 55
Y : 47	Y : 52
K : 0	K : 27
C : 0	C : 2
M : 20	M : 92
Y : 44	Y : 92
K : 0	K : 0

ตัวอักษร :  
- DB Helvethica X Ext 73 Bold  
- DB Helvethica 45 Light  
- Minion Pro

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	นิสิตารณคดีนิกร
ชื่อสินค้า	Blister Pack ยาแต้มสิวจี๊ดเสบ
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
วัสดุสีในกาพิมพ์	กระดาษแข็ง 300 gsm
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	ศิรษา โทมัส



**BLACK HEAD**  
ยาลอกสิวเสี้ยนบนใบหน้าและจมูก

**ยาลอกสิวเสี้ยน**  
เพื่อคืนสภาพผิวที่เนียนนุ่มและลดการอุดตันของรูขุมขน  
ลดการอักเสบของสิวเสี้ยนและสิวหัวดำ  
ลดการอักเสบของรูขุมขนและสิวหัวดำ

**How to use**  
วิธีใช้



**เชื้อหอมไม่ยัยาดัดให้ไทย**  
**มากกว่าร้อยละ**

เราใส่ใจในขั้นตอนการผลิตยาที่มีคุณภาพ  
จึงให้ความสำคัญ ให้ความสำคัญในการเลือกสรร  
ก็เพื่อให้ ผู้บริโภคสามารถใช้งานได้ดียิ่งขึ้น  
ทุกวิธีและปลอดภัยที่สุด

มีที่มาที่เชื่อถือได้  
ห้ามใช้ในเด็ก  
ห้ามใช้ในสตรีตั้งครรภ์  
ห้ามใช้ในผู้ป่วยโรคไต

Mfg. 09/07/2556  
Exp. 09/07/2557  
ยาไร้สารสเตียรอยด์  
US\$ 15 ml  
24M 50 ml e



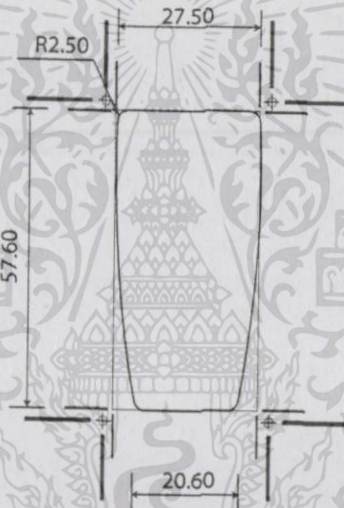
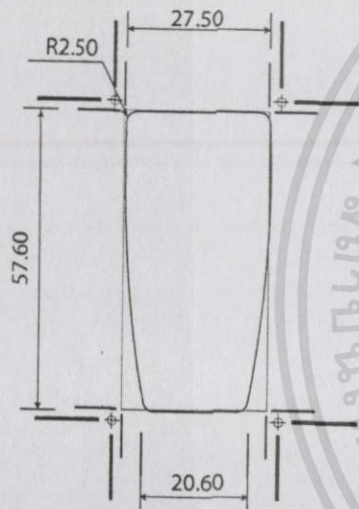
ส่วนผสม  
Water, Alcohol, Butylene Glycol,  
Glycerin, Sulfur, PEG-60,  
Hydroxyacetone, Castor Oil,  
น้ำหอม

1. ห้ามใช้ในเด็ก
2. ห้ามใช้ในสตรีตั้งครรภ์
3. ห้ามใช้ในผู้ป่วยโรคไต

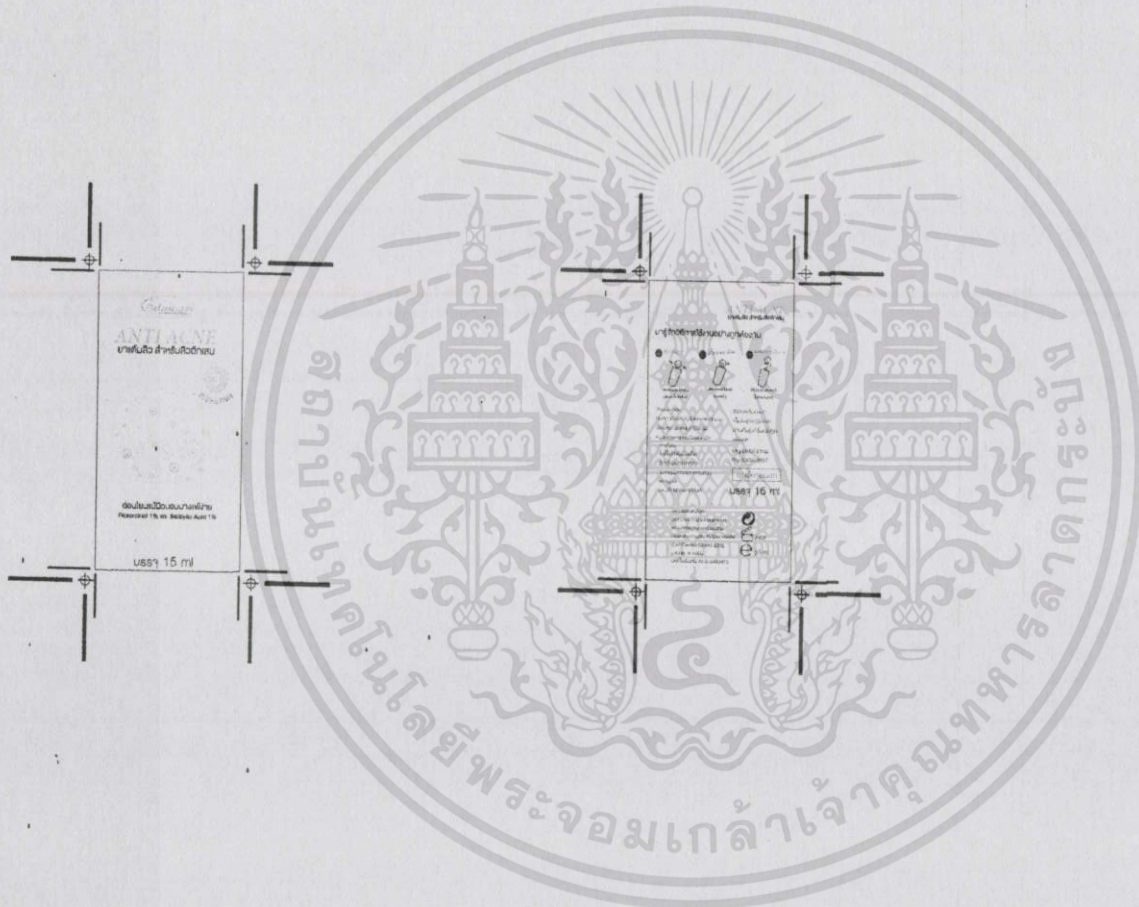
C : 0	C : 6
M : 42	M : 0
Y : 11	Y : 93
K : 0	K : 0
C : 0	C : 2
M : 21	M : 0
Y : 11	Y : 51
K : 0	K : 0
C : 0	C : 64
M : 10	M : 55
Y : 11	Y : 52
K : 0	K : 27
C : 0	
M : 20	
Y : 44	
K : 0	

ตัวอักษร :  
- DB Helvethica X Ext 73 Bold  
- DB Helvethica 45 Light  
- Minion Pro

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	ซีตาวรรณคลินิก
ชื่อสินค้า	Blister Pack ยาทาสิวเสี้ยน
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
วัสดุในภาชนะพิมพ์	กระดาษแข็ง 300 gsm
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	สิริยา โทมัส



วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	ฉัตรารณคลินิก
ชื่อสินค้า	ฉลากยาแผ่นสิว, ยาทาสิวลีเซียน
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
วัสดุในการพิมพ์	สติ๊กเกอร์Pvc (ใส)
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	สิริยา โทม์มัด



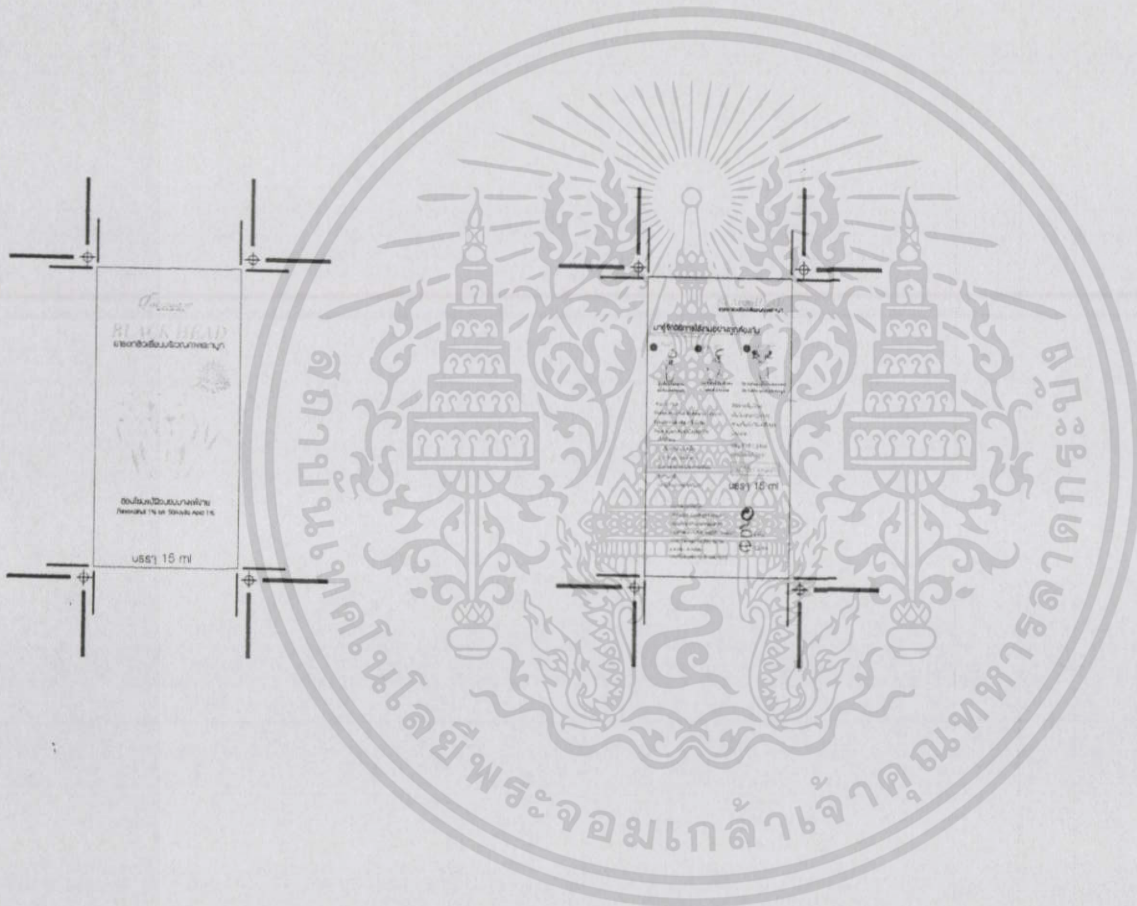
C : 39                    C : 57  
 M : 1                    M : 9  
 Y : 47                    Y : 53  
 K : 0                    K : 0

C : 39                    C : 20  
 M : 1                    M : 0  
 Y : 47                    Y : 48  
 K : 0                    K : 0

C : 18                    C : 64  
 M : 1                    M : 55  
 Y : 47                    Y : 52  
 K : 0                    K : 27

- ตัวอักษร :
- DB Helvethaica X Ext 73 Bold
  - DB Helvethaica 45 Light
  - Minlon Pro

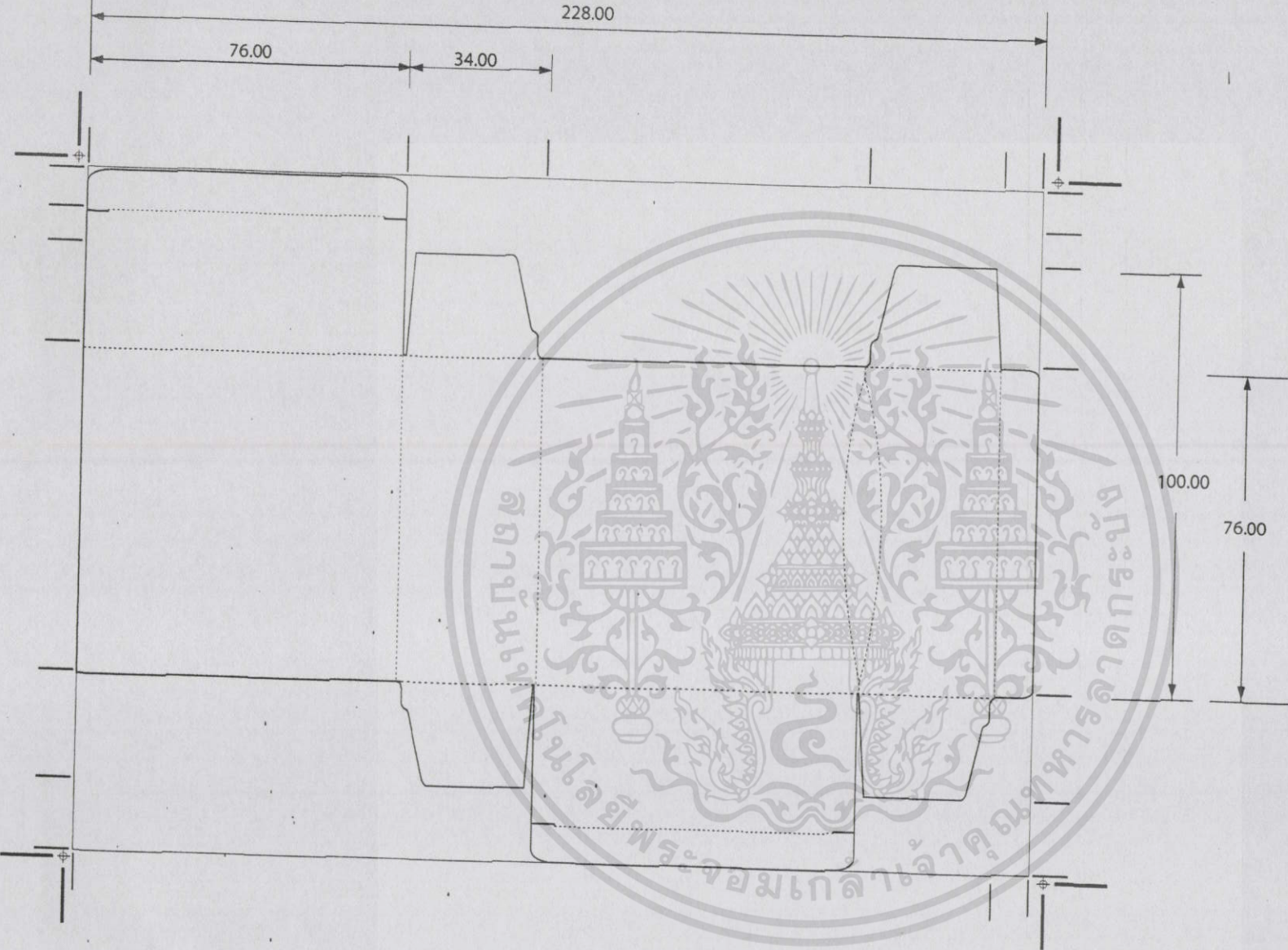
วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	นิสิตวารรณคดีนิกร
ชื่อสินค้า	ยาแต้มสิวอักเสบ
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
วัสดุใช้งานกราฟิก	สติ๊กเกอร์Pvc (ใส)
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	สิริษา โทมัส



C : 0	C : 0
M : 42	M : 66
Y : 11	Y : 11
K : 0	K : 0
C : 0	C : 0
M : 21	M : 10
Y : 11	Y : 11
K : 0	K : 0
C : 15	C : 64
M : 27	M : 55
Y : 6	Y : 52
K : 0	K : 27

- ตัวอักษร :
- DB Helvethalca X Ext 73 Bold
  - DB Helvethalca 45 Light
  - Minion Pro

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	นิสิตารรณคดีนิค
ชื่อสินค้า	ยาทาสิวเสียน
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
วัสดุใช้งานกระดาษ	สติ๊กเกอร์Pvc (ใส)
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	ศิระยา โนมัต



	เส้นตัด
	เส้นพับ
	CropMark

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	มิตราวรรณคลินิก
ชื่อสินค้า	กล่องวิตามินเอ.กรดผลไม้
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
วัสดุใช้ในการพิมพ์	PVC
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	สิริยา โทมัส

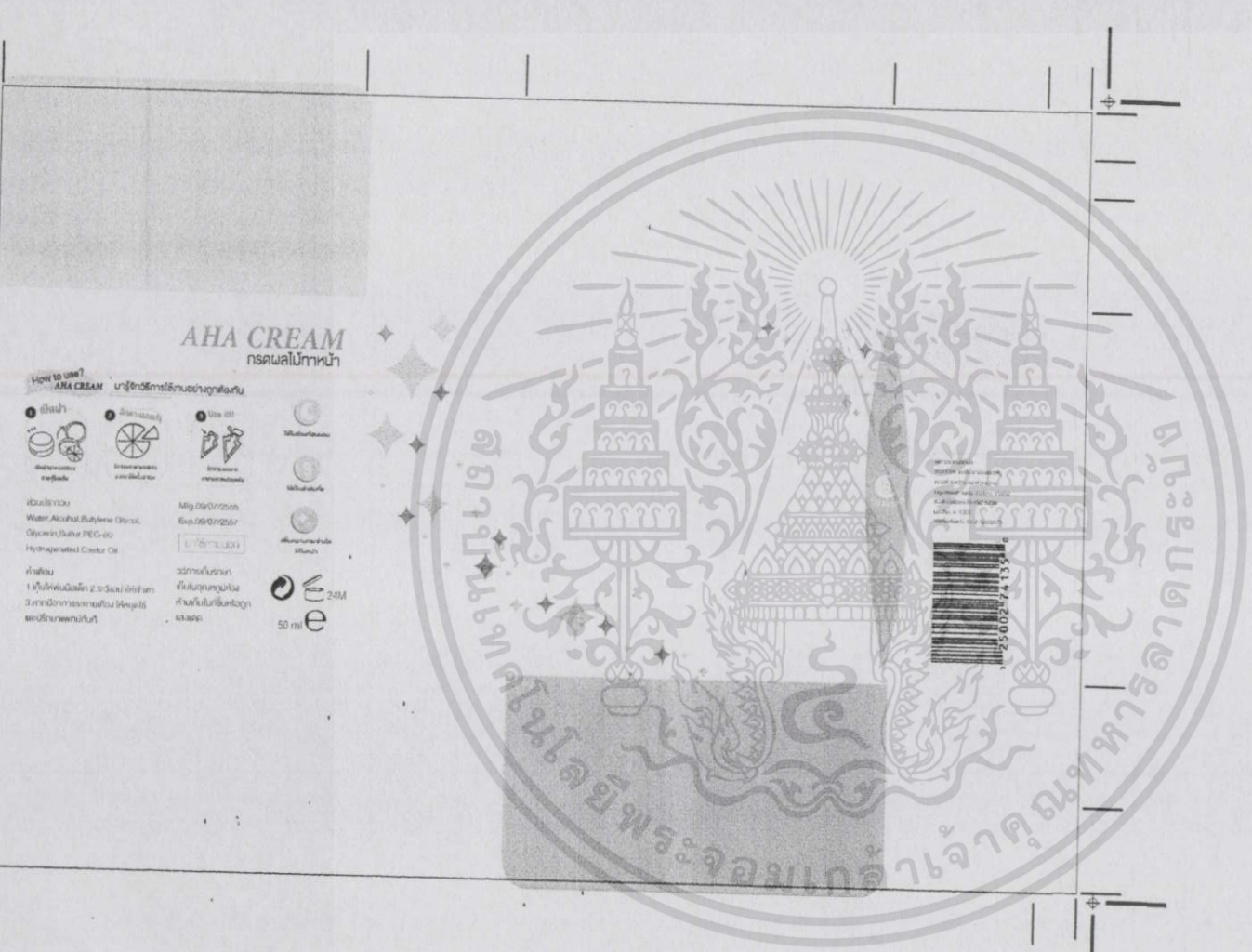


C : 75  
 M : 46  
 Y : 11  
 K : 0

C : 64  
 M : 55  
 Y : 52  
 K : 27

C : 48  
 M : 20  
 Y : 0  
 K : 0

C : 20  
 M : 3  
 Y : 0  
 K : 0



**AHA CREAM**  
 กรดผลไม้ทาหน้า

How to use?  
**AHA CREAM** ปรึกษาเภสัชกรหรือเภสัชกร

- 1. ใช้เช้า
- 2. ใช้กลางวัน
- 3. ใช้คืน

ส่วนผสม  
 Water, Alcohol, Butylene Glycol,  
 Glycerin, Butyl PEG-40  
 Hydrogenated Castor Oil

Mfg. 09/07/2558  
 Exp. 09/07/2567

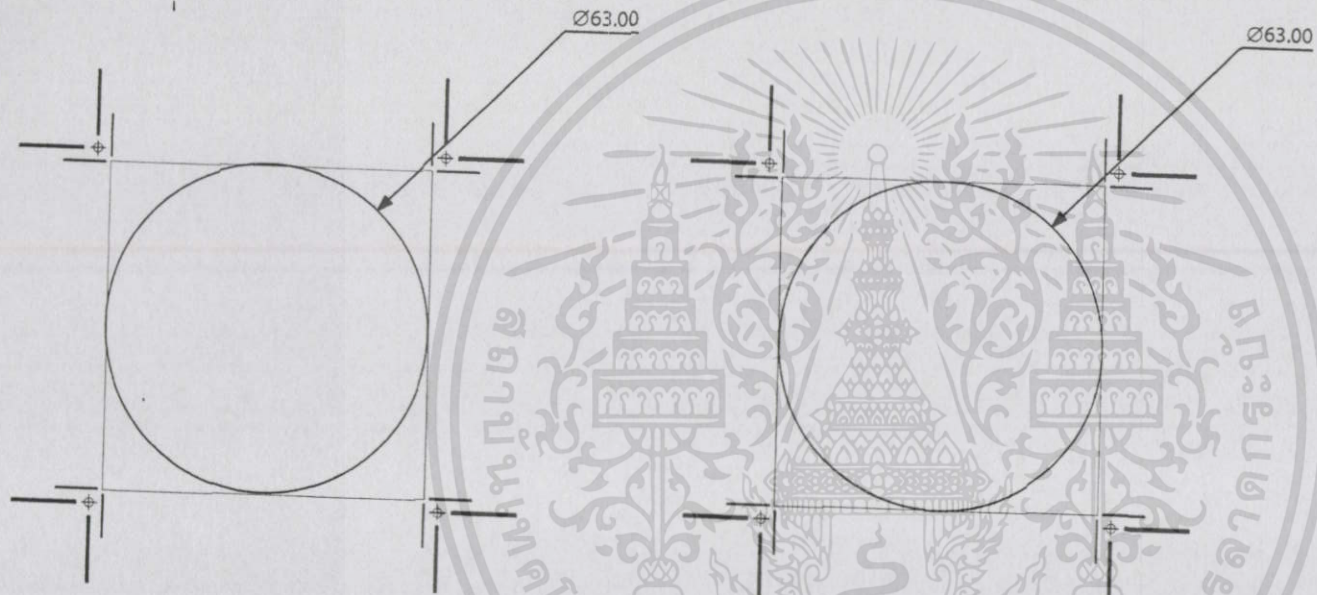
คำเตือน  
 1. ห้ามรับประทาน 2. ห้ามใช้กับตา  
 3. กรณีแพ้สารเคมีในผลิตภัณฑ์  
 กรุณาหยุดใช้ทันที

วิธีใช้  
 1. ใช้ทาบริเวณที่  
 ต้องการทา  
 2. ทาเบาๆ  
 3. ทิ้งไว้ให้แห้ง

50 ml e

ตัวอักษร :  
 - DB Helvetica X Ext 73 Bold  
 - DB Helvetica 45 Light  
 - Minion Pro

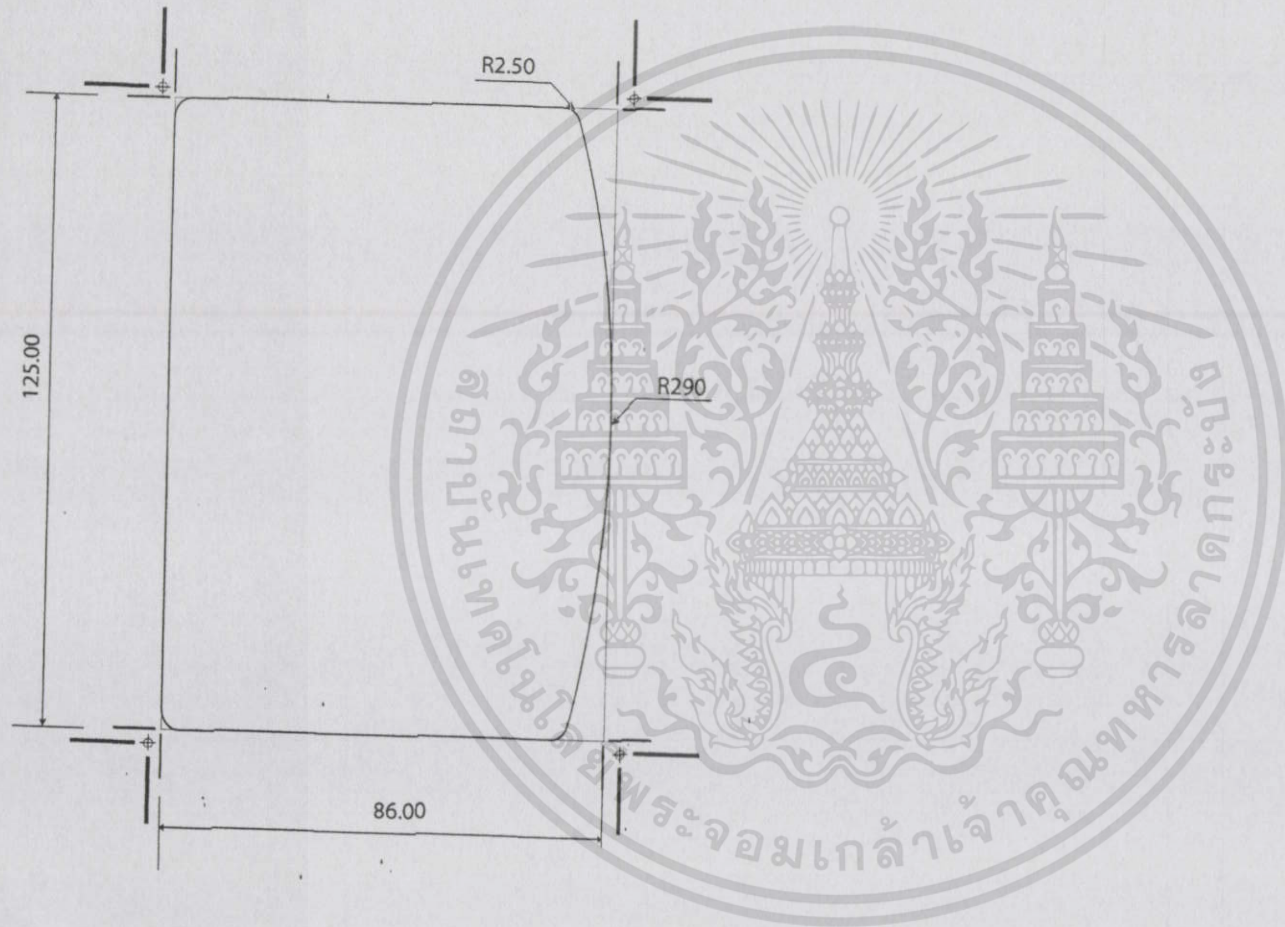
วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	นิสิตารรณคดีนิค
ชื่อสินค้า	กล่องใส่ตลับกรมตลไม้ทาหน้า
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
วัสดุชิ้นแรกพิมพ์	PVC
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	ศิรยา โทมัส



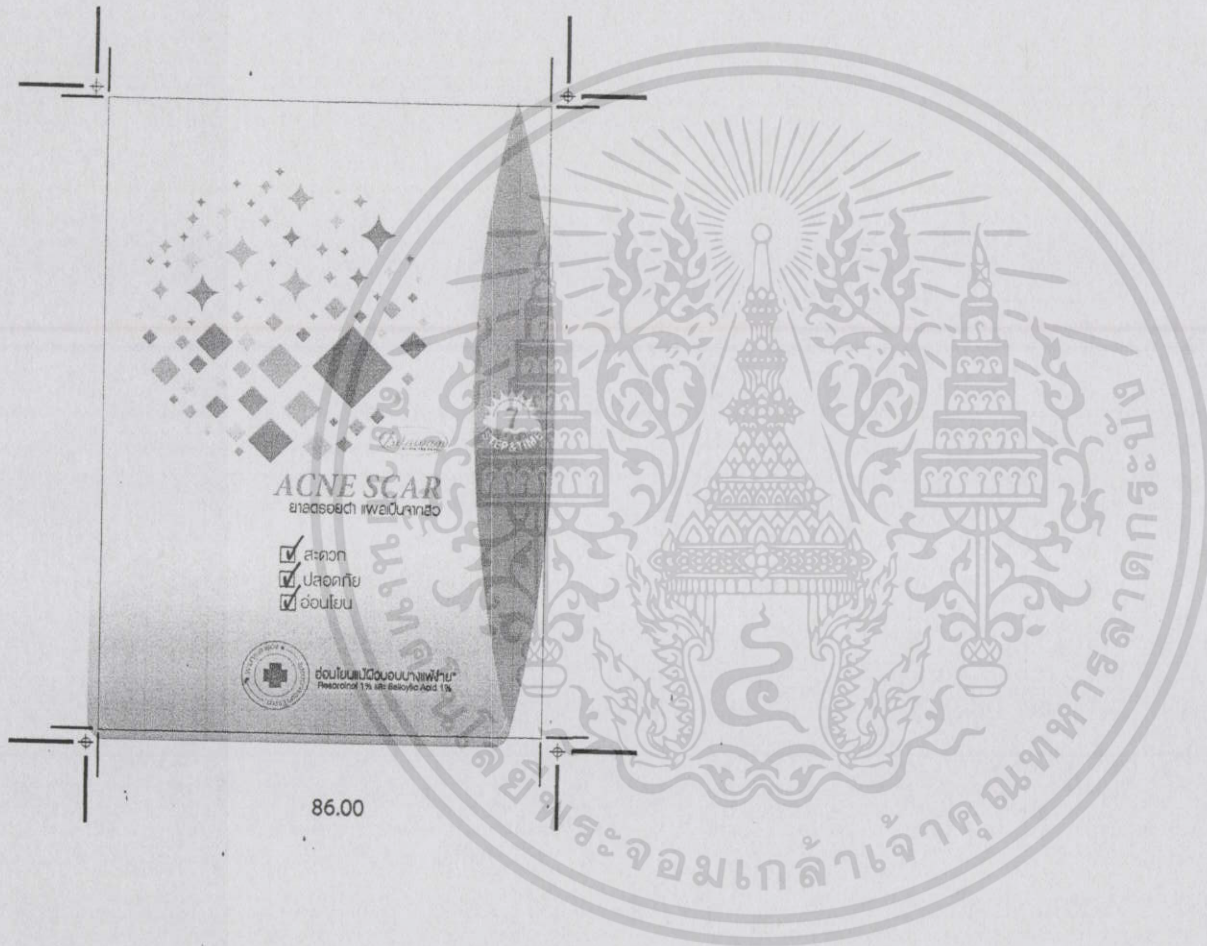
วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	อิตาการรณคดีนิค
ชื่อสินค้า	ฉลากยากรรณคดีนิค วิตามินเซหน้า
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
วัสดุใช้งานกราฟิก	สติ๊กเกอร์Pvc (ใส)
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	สิริยา โทมัส







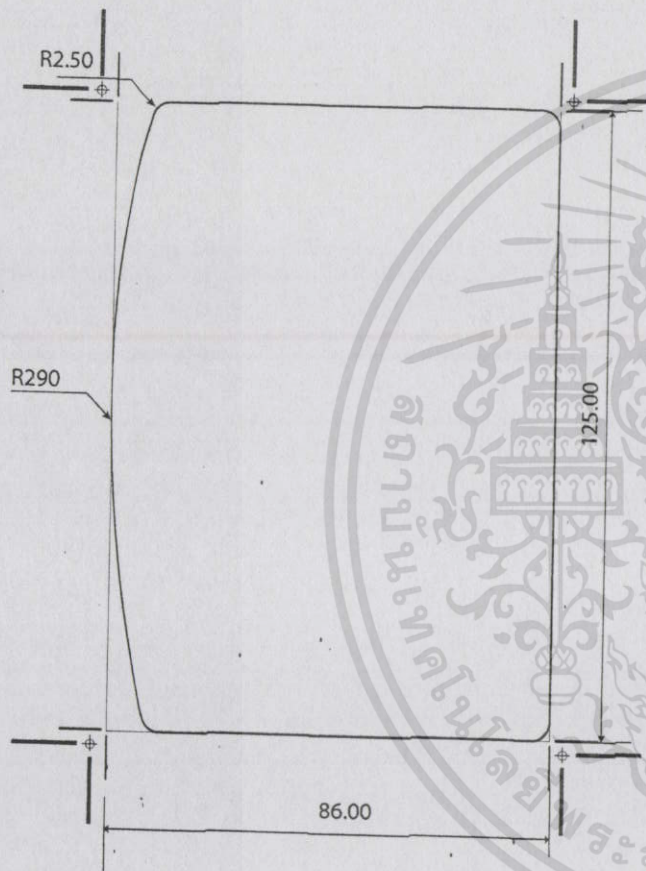
วันที่	22/08/14
ชื่อลูกค้า	ชิตาวรรณคลินิก
ชื่อสินค้า	Blister Pack ยาทารอยด่าง
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
วัสดุในการพิมพ์	กระดาษแข็ง 300 gsm
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	สิริยา โทมัส



C : 0	M : 89	Y : 77	K : 0	C : 0	M : 71	Y : 45	K : 0
C : 0	M : 71	Y : 49	K : 0	C : 0	M : 37	Y : 41	K : 0
C : 0	M : 42	Y : 11	K : 0	C : 64	M : 55	Y : 52	K : 27

ตัวอักษร :  
 - DB Helvethaica X Ext 73 Bold  
 - DB Helvethaica 45 Light  
 - Minion Pro

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	มีดาววรรณคลินิก
ชื่อสินค้า	Blister Pack ยาฝ้ารอยดำ
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
วัสดุชิ้นการพิมพ์	กระดาษแข็ง 300 gsm
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	สิริยา โทมัส



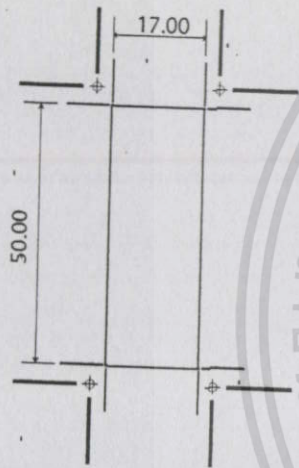
วันที่	22/08/14
ชื่อลูกค้า	ฉัตรวรรณคลินิก
ชื่อสินค้า	Blister Pack ยาทาวยอดำ
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
วัสดุใช้ในการพิมพ์	กระดาษแข็ง 300 gsm
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	สิริยา ไทมีต



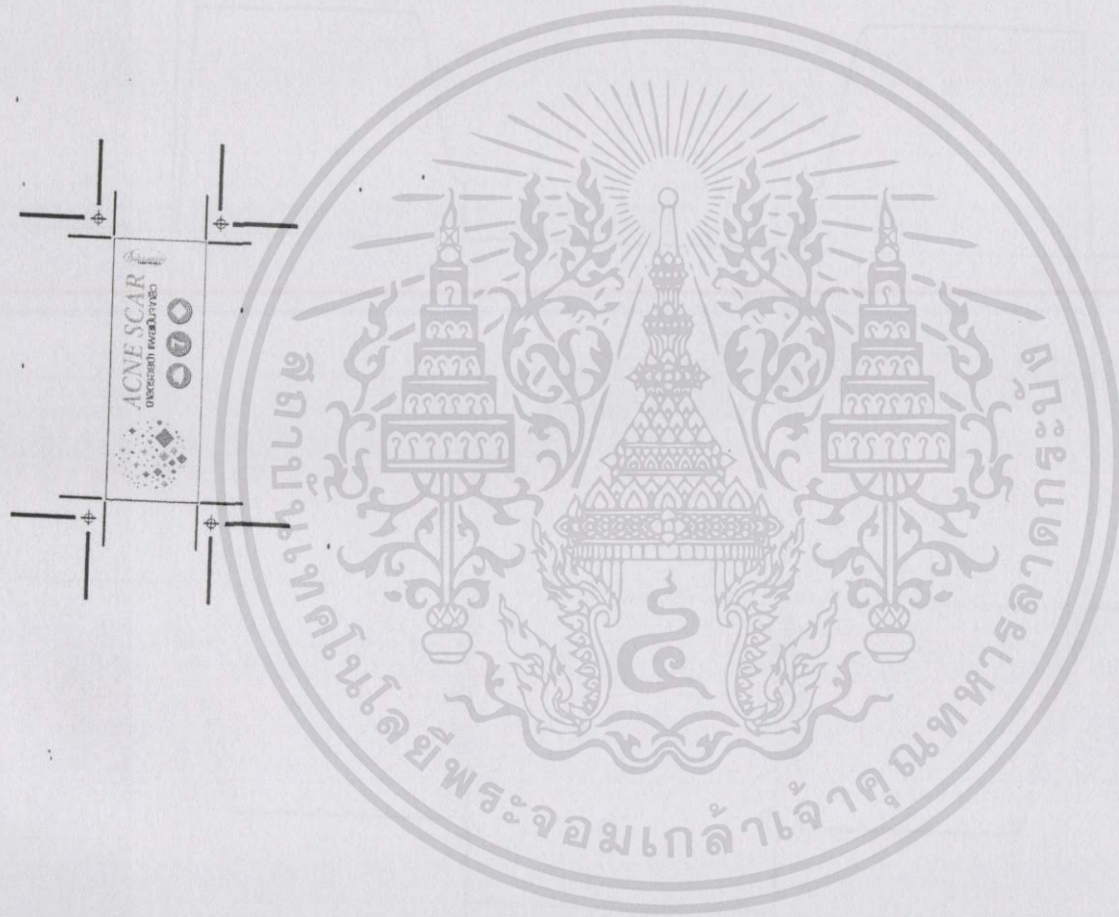
	C : 0 M : 89 Y : 77 K : 0		C : 0 M : 71 Y : 49 K : 0
	C : 0 M : 71 Y : 49 K : 0		C : 0 M : 37 Y : 41 K : 0
	C : 0 M : 42 Y : 11 K : 0		C : 64 M : 55 Y : 52 K : 27

ตัวอักษร :  
 - DB Helvethica X Ext 73 Bold  
 - DB Helvethica 45 Light  
 - Minion Pro

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	ศิวดาวรรณคลินิก
ชื่อสินค้า	Blister Pack ยาพารอยด์
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
วัสดุใช้ในการพิมพ์	กระดาษแข็ง 300 gsm
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	ศิรยา ไทมัต



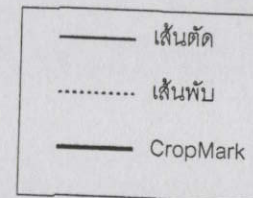
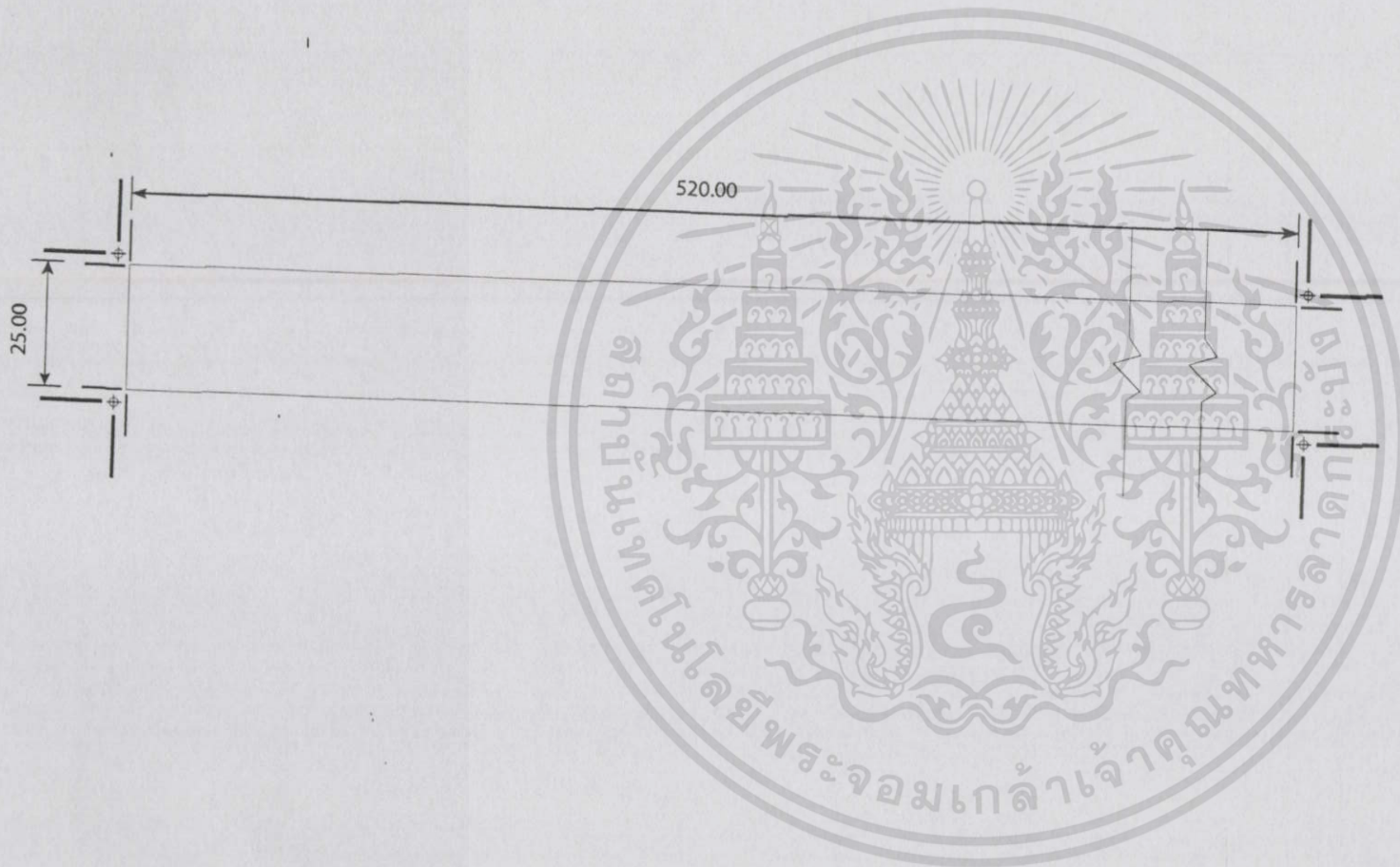
วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	นิสิตารรณคดีนิค
ชื่อสินค้า	ยาทารอยด้า
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
วัสดุใช้ในการพิมพ์	สติ๊กเกอร์Pvc (ใส)
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	สิริยา โทมัส



- C : 0
- M : 89
- Y : 77
- K : 0
  
- C : 0
- M : 71
- Y : 49
- K : 0
  
- C : 0
- M : 42
- Y : 11
- K : 0
  
- C : 0
- M : 71
- Y : 45
- K : 0
  
- C : 0
- M : 0
- Y : 0
- K : 54

- ตัวอักษร :
- DB Helvethaica X Ext 73 Bold
  - DB Helvethaica 45 Light
  - Minion Pro

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	มีตารวรรณคลินิก
ชื่อสินค้า	ยาทารอยด้า
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
วัสดุในการพิมพ์	สติ๊กเกอร์Pvc (ใส)
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	สิริยา โทมัต



วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	มิตรารรณคลินิก
ชื่อสินค้า	ครีมบำรุงสำหรับผิวเป็นสิิว
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
วัสดุใช้ในการพิมพ์	สติ๊กเกอร์Pvc (ใส)
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	สิริยา โหม่ม

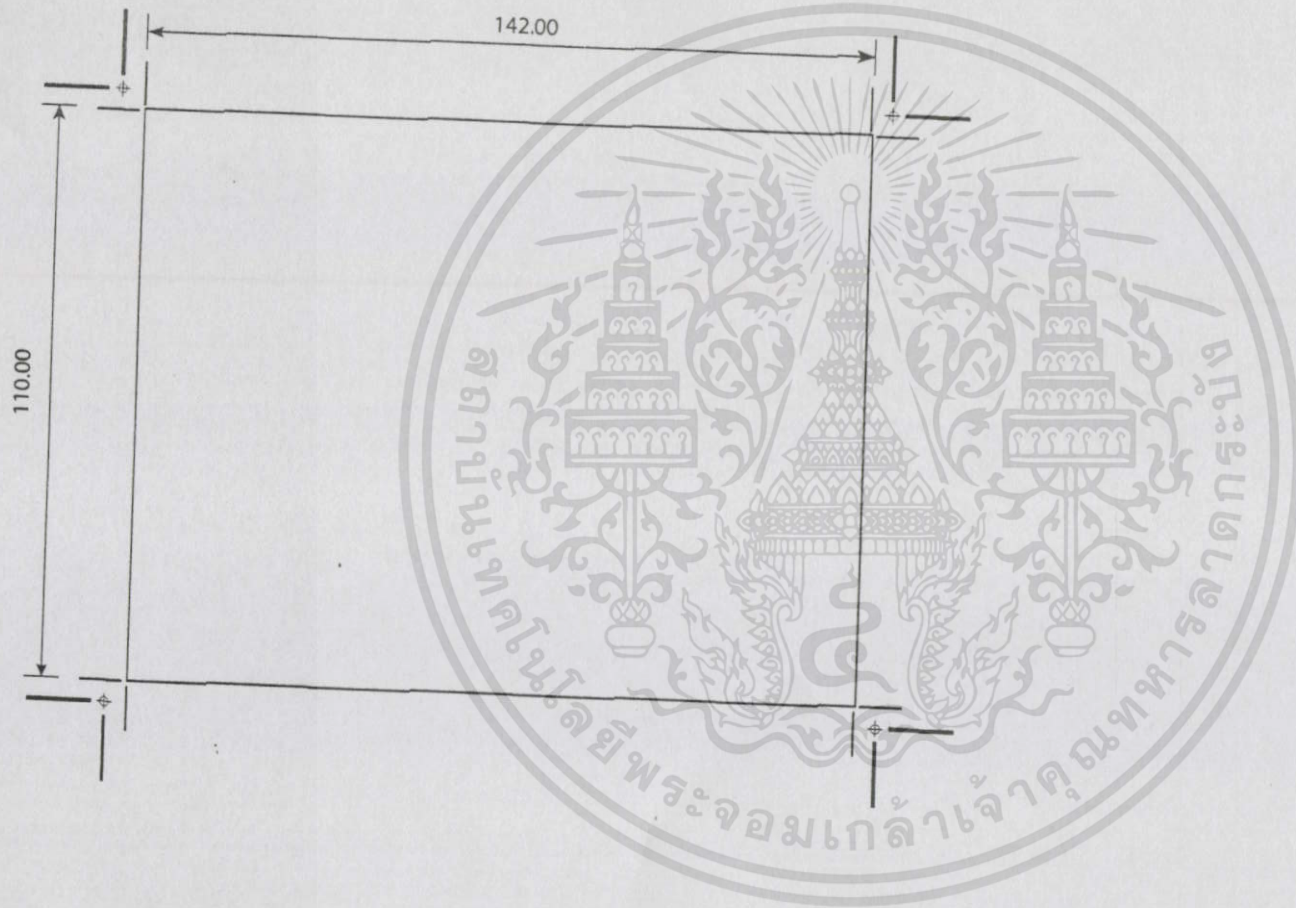


C : 29  
 M : 10  
 Y : 10  
 K : 0  
  
 C : 0  
 M : 0  
 Y : 0  
 K : 20  
  
 C : 29  
 M : 23  
 Y : 24  
 K : 0  
  
 C : 64  
 M : 55  
 Y : 52  
 K : 27

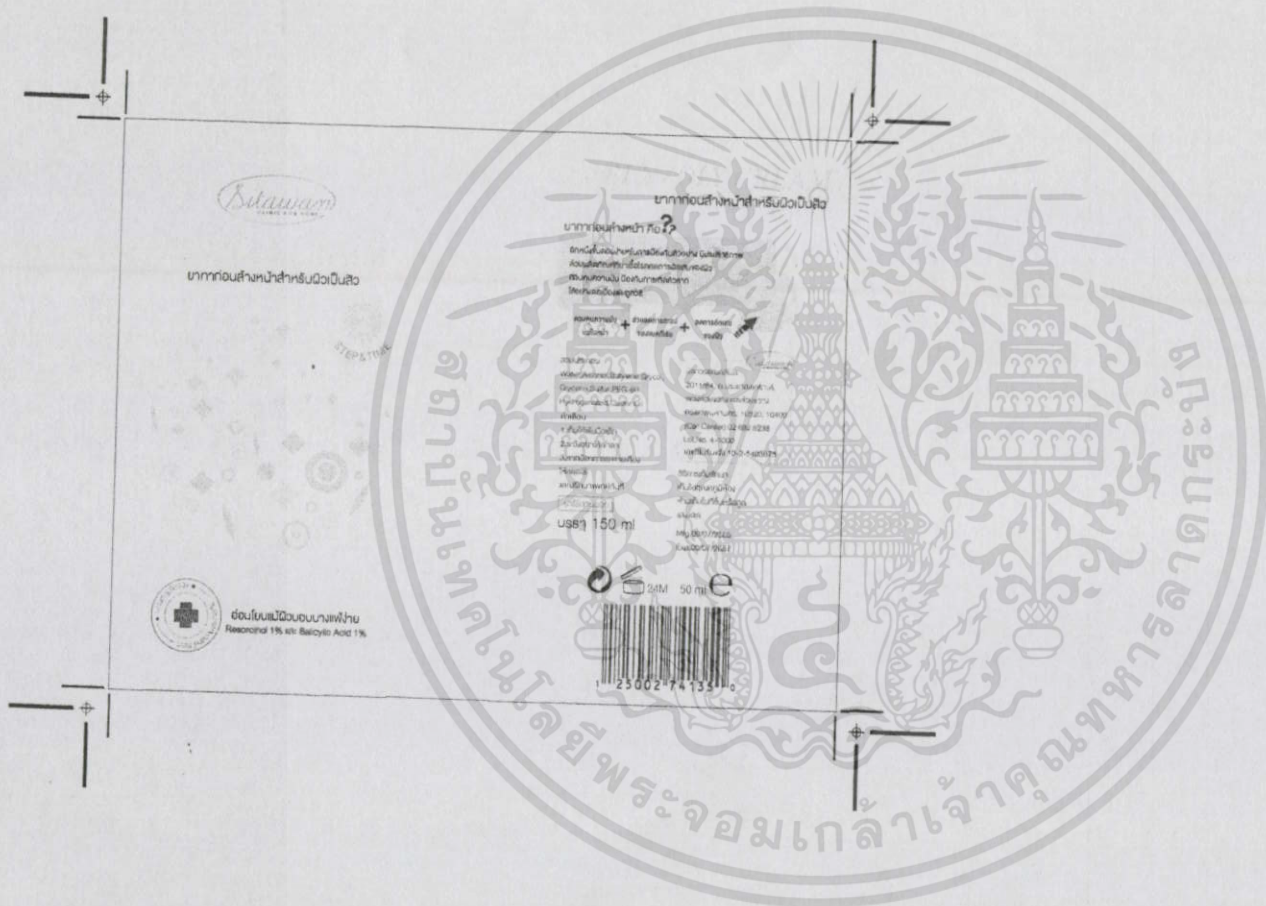
ตัวอักษร :  
 - DB Helvethica X Ext 73 Bold  
 - DB Helvethica 45 Light  
 - Minion Pro

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	นิสิตวารณคดีนิค
ชื่อสินค้า	ครีมบำรุงสำหรับผิวแห้งคัน
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
วัสดุใช้งานพิมพ์	สติ๊กเกอร์Pvc (ใส)
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	สิริยา โทมัส





วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	มิศิวรรณคลินิก
ชื่อสินค้า	ยาทาถอนล้างหน้า
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
วัสดุใช้งานพิมพ์	สติ๊กเกอร์Pvc (ใส)
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	สิริยา โทมัส

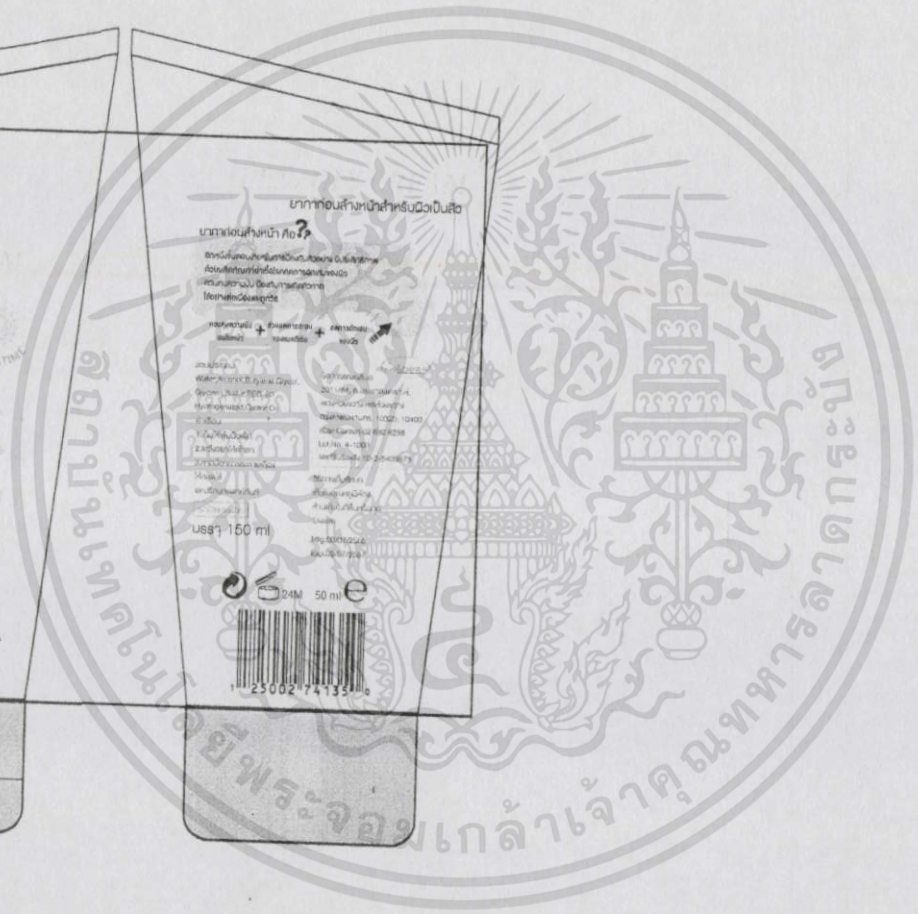


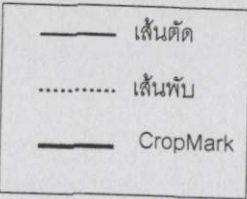
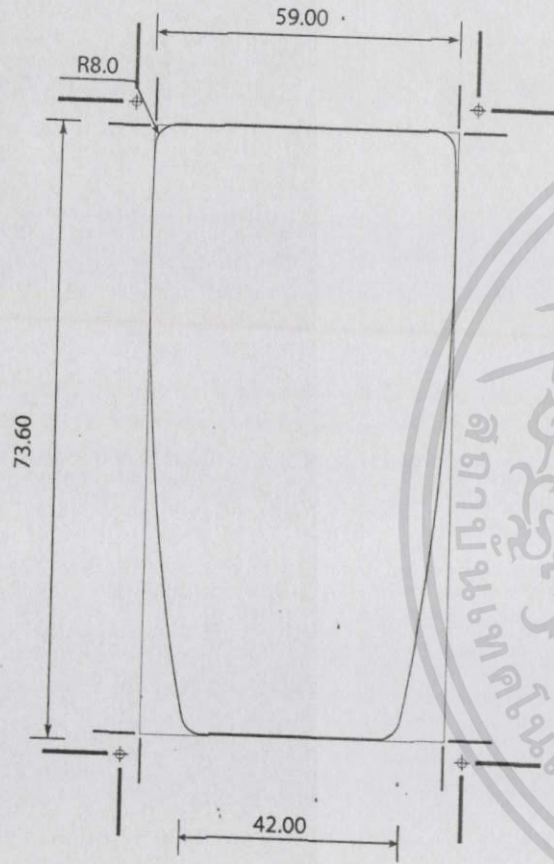
C : 41  
 M : 2  
 Y : 0  
 K : 0  
  
 C : 39  
 M : 9  
 Y : 0  
 K : 0  
  
 C : 13  
 M : 2  
 Y : 0  
 K : 0  
  
 C : 0  
 M : 18  
 Y : 29  
 K : 0  
  
 C : 64  
 M : 55  
 Y : 52  
 K : 27



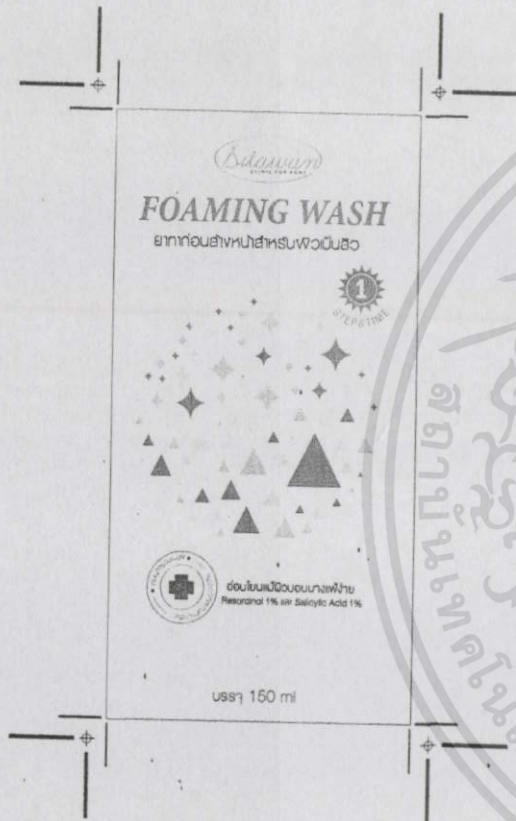
ตัวอักษร :  
 - DB Helvethica X Ext 73 Bold  
 - DB Helvethica 45 Light  
 - Minion Pro

วันที่	22/08/14
ชื่อลูกค้า	นิสิตารรณคณิก
ชื่อสินค้า	ยาทาถอนส้างหน้า
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
วัสดุใช้งานกราฟิก	สติ๊กเกอร์Pvc (ใส)
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	สิริยา โทมัต





วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	มิตรารรณคลินิก
ชื่อสินค้า	โพนล้างหน้าสำหรับผิวเป็นสิิว
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
วัสดุในการพิมพ์	สติ๊กเกอร์Pvc (ใส)
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	ศิรชา โพนัด



- C : 81
- M : 25
- Y : 22
- K : 0
  
- C : 31
- M : 13
- Y : 16
- K : 0
  
- C : 38
- M : 28
- Y : 14
- K : 0
  
- C : 64
- M : 55
- Y : 52
- K : 27

ตัวอักษร :  
 - DB Helvethaica X Ext 73 Bold  
 - DB Helvethaica 45 Light  
 - Minion Pro

วันที่	22/08/14
ชื่อลูกค้า	ฉีตารวรรณคลินิก
ชื่อสินค้า	โฟมล้างหน้าสำหรับผิวอ่อนโยน
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
วัสดุใช้ในงานพิมพ์	สติ๊กเกอร์Pvc (ใส)
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	สิริยา โทมัส