

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์หนังสือ  
นิตยสารที่ระลึกสำนักงานโทร  
สารกับตราสินค้าวิทยุโทร  
ภาพใต้แนวคิดการนิยประชาคมอนเขียน



จัดทำโดยคณะทำงานโครงการศึกษาและพัฒนา  
สถาบันมาตรวิทยาแห่งชาติ สาขาวิทยุโทรคมนาคม  
กรมวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี  
ปีการศึกษา 2556 - 2557

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร  
สำหรับตราสินค้าชัชศิกริน ภายใต้แนวคิดการเปิดประชาคมอาเซียน  
PACKAGING AND GRAPHIC DESIGN OF THAI HERBAL COSMETIC  
FOR CHAISIKARIN BRAND TO PREPARE FOR THE OPENING OF  
ASEAN ECONOMIC COMMUNITY



จัดทำโดย  
นางสาวณัฐมิชา แดงรัตนวงศ์  
รหัส 52020189

เลขที่.....  
เลขทะเบียน.....  
วันเดือนปี.....

12658091

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
สถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศิลปอุตสาหกรรม

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ปีการศึกษา 2556

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรม  
ศาสตรบัณฑิต

.....  
ผศ.พิเชษฐ์ โสวิทยสกุล  
คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

อ. ธนารักษ์ จันทระประสิทธิ์ ประธานคณะกรรมการ

ผศ.ดร. ญาดา ชวาลกุล กรรมการ

อ. สมชัย จันทรรูจีพัฒน์ กรรมการ



.....  
อ. สมชัย จันทรรูจีพัฒน์  
อาจารย์ที่ปรึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## หัวข้อวิทยานิพนธ์

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิก  
ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรสำหรับตราสินค้าชัชศิรินทร์  
ภายใต้แนวคิดการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน  
PACKAGING AND GRAPHIC DESIGN  
OF THAI HERBAL COSMETIC  
FOR CHAISIKARIN BRAND TO PREPARE FOR  
THE OPENING OF ASEAN ECONOMIC COMMUNITY

## นักศึกษา

ฉัฐฉิษา แดงรัตนวงศ์

## รหัสประจำตัว

52020189

## ปริญญา

สถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต

## สาขาวิชา

ศิลปอุตสาหกรรม

## ปีการศึกษา

2556-2557

## บทคัดย่อ

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรสำหรับตราสินค้าชัชศิรินทร์ ภายใต้แนวคิดการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีวัตถุประสงค์มีการพัฒนาให้บรรจุภัณฑ์มีความสอดคล้องกับการเปิดประชาคมอาเซียนในปี 2558ที่กำลังจะมาถึง เพื่อให้เกิดความเป็นสากลและสามารถนำสินค้าออกจำหน่ายได้ใน 10 ประเทศอาเซียน รวมถึงลดช่องว่างระหว่างภาษาเพื่อสร้างการสื่อสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ตรงกัน อีกทั้งยังเป็นการสร้างระบบอัตลักษณ์ของบริษัทเพื่อใช้ต่อไปในอนาคต ทำให้เกิดความแข็งแรงของตราสินค้า และเกิดการจดจำในกลุ่มผู้บริโภค

ในการดำเนินการออกแบบของโครงการ เริ่มจากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าของชัชศิรินทร์ และข้อจำกัดต่างๆภายใต้การเปิดประชาคมอาเซียน เช่น กฎหมายการนำเข้าและส่งออกสินค้า ข้อบังคับรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ และศึกษาวัฒนธรรมอาเซียนที่มีความหลากหลาย แต่เป็นหนึ่งเดียวกัน เพื่อสร้างสรรค์เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ตอบรับกับจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ของโครงการ จากการออกแบบได้สร้างอัตลักษณ์เพื่อให้บริษัทสามารถนำไปใช้งานต่อไปในอนาคต และเกิดบรรจุภัณฑ์ของชัชศิรินทร์ที่เหมาะสมกับการนำออกจำหน่าย เมื่อมีการเปิดประชาคมอาเซียนในอนาคตอันใกล้ และเป็นแนวทางศึกษาให้กับผู้ต้องการนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตัวเอง เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันตลาดโลกอีกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## กิตติกรรมประกาศ

การทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ เป็นการเรียนรู้ตามหลักสูตรชั้นสุดท้าย เพื่อให้ข้าพเจ้าสามารถนำความรู้ที่เคยศึกษาผ่านมาทั้งหมดตั้งแต่ชั้นปี 1 จนถึงชั้นปีสุดท้าย นำออกมาสร้างสรรค์ผลงาน แสดงให้เห็นถึงความพร้อมในการออกไปทำงานในโลกแห่งความจริง ซึ่งการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้สามารถผ่านมาได้ด้วยดี ต้องขอกราบขอบพระคุณทุกความช่วยเหลือและกำลังใจจากผู้ที่มีรายนามดังต่อไปนี้

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ พี่ และครอบครัวที่คอยช่วยเหลือในทุกเรื่อง ตั้งแต่การสนับสนุนให้ได้ศึกษาในขณะนี้ และการให้อิสระในความคิด รวมทั้งคอยให้กำลังใจอยู่ข้างๆเสมอมา

ขอขอบคุณอาจารย์สมชัย จันทรรูจีพัฒน์ อาจารย์ที่ปรึกษาของข้าพเจ้า ที่ให้ทั้งคำปรึกษา วิทยานิพนธ์ และคำแนะนำในการใช้ชีวิต ซึ่งข้าพเจ้าจะเก็บคำสอนเหล่านี้ไว้และนำไปพัฒนาตัวเองต่อไป

ขอขอบคุณอาจารย์ธนาภรณ์ จันทระประสิทธิ์ ที่ให้ความรู้และคำแนะนำในการพัฒนาวิทยานิพนธ์นี้ รวมทั้งคอยจัดกิจกรรมให้เด็กๆครอบครัวบรรจุมัธยมปีที่ 5 ไม่ให้เครียดจากการทำที่สออีกด้วย

ขอขอบคุณอาจารย์ญาดา ชวาลกุล ที่ให้คำปรึกษาในการทำวิทยานิพนธ์ และรับฟังความคิดเห็นของข้าพเจ้า เพื่อเพิ่มเติมคำแนะนำในมุมมองที่แตกต่าง

ขอขอบคุณเพื่อนๆชั้นปี 5 ที่อยู่ข้างกันมาโดยตลอด ร่วมทุกข์ร่วมสุข ขอขอบคุณที่ทำให้ประสบการณ์การใช้ชีวิตในสถาบันแห่งนี้เต็มไปด้วยความทรงจำที่น่าจดจำ

ขอขอบคุณนางสาววิรญา สุทธิพิพิงษ์ ที่คอยช่วยเหลือในทุกเรื่อง เป็นผู้ช่วยอันดับหนึ่งทั้งเรื่องการใช้ชีวิต และเรื่องการทำงาน

ขอขอบคุณนายไชยณ งามภักดีกุล ผู้ช่วยคนสำคัญอีกคนหนึ่งที่ทำให้การทำวิทยานิพนธ์ของข้าพเจ้าลุล่วงไปได้ด้วยดี รวมทั้งคอยให้กำลังใจและสร้างสีสันในการทำงานเสมอ

ขอบคุณนางสาวฉัตติย์ แสงกาสนีย์, นางสาวพิลินี ตรงชื่น, นายฉัฐพล ศรีอภิววัฒน์ ที่คอยไถ่ถามและให้ความช่วยเหลืออยู่เสมอ

ขอขอบคุณนางสาวสุพัฒตรา โทธิ์กุลไสย เพื่อนต่างภาคที่ข้าพเจ้าสนิทที่สุด สามารถให้คำปรึกษาได้ทุกเรื่อง และสบายใจทุกครั้งที่ได้พูดคุย

ขอขอบคุณน้องรหัส 16 33 61 ที่คอยให้ความช่วยเหลือมาโดยตลอดและไม่เคยทิ้งกัน

ขอขอบคุณเพื่อนๆบรรจุมัธยมปีที่ 5 ที่เรียกว่าเป็นอีกครอบครัวหนึ่งได้แล้ว ที่คอยช่วยเหลือให้คำปรึกษา ให้กำลังใจ และผ่านการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ไปด้วยกัน

ขอขอบคุณบริษัทชัยศิขรินที่สนับสนุนข้อมูลในการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้เป็นอย่างดี

และสุดท้ายนี้ขอขอบคุณทุกคนที่มีส่วนร่วมในการทำวิทยานิพนธ์ของข้าพเจ้า

ไม่ว่ามากหรือน้อยก็ตาม เพราะทุกกำลังใจเป็นแรงสำคัญในการทำให้การทำงานในครั้งนี้ผ่านมาได้

เอกสารนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นเอกสารอ้างอิงในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# สารบัญ

## หน้า

ไบอณมัตวิธานิพนธ์.....	ii
บทคัดย่อ.....	iii
กิตติกรรมประกาศ.....	iv
สารบัญ .....	vi
สารบัญตาราง.....	viii
สารบัญรูปภาพ.....	xiii

## บทที่ 1 บทนำ

1.1 ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	5
1.3 ความเป็นไปได้ของโครงการ.....	5
1.4 ขอบเขตโครงการ.....	24
1.5 ขั้นตอนดำเนินการการออกแบบ.....	28
1.6 ความเป็นไปได้ของโครงการ.....	29
1.7 ผลที่คาดว่าจะได้รับ.....	30

## บทที่ 2 การค้นคว้าและสรุปผลข้อมูล

2.1 ข้อมูลเบื้องต้นของบริษัทผู้ผลิต.....	31
2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับประชาคมอาเซียน.....	35
2.3 ข้อมูลด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์.....	37
2.4 ข้อมูลผลิตภัณฑ์ในโครงการ.....	50
2.5 ข้อมูลกลุ่มเป้าหมายและผู้บริโภค.....	56
2.6 ข้อมูลคู่แข่งของผลิตภัณฑ์.....	60
2.7 ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุและกรรมวิธีการผลิตที่เกี่ยวข้อง.....	65

## บทที่ 3 การค้นคว้าและสรุปผลข้อมูล

3.1 แนวทางความคิดในการออกแบบ.....	72
3.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์.....	74
การพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ครั้งที่ 1 .....	74
การพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ครั้งที่ 2 .....	78
การพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ครั้งที่ 3 .....	82

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์อื่นใด  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น การพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ครั้งที่ 3 และต้องส่งมติถึงแก่นคณบดีสารบัญครั้งที่ 1 ใ้

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ครั้งที่ 4 .....	85
3.3 การพัฒนาแนวคิดในการออกแบบและการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	86
การพัฒนาแนวคิดในการออกแบบครั้งที่ 1 .....	86
การพัฒนาแนวคิดในการออกแบบครั้งที่ 2 .....	97
การพัฒนาแนวคิดในการออกแบบครั้งที่ 3 .....	107
การพัฒนาแนวคิดในการออกแบบครั้งที่ 4 .....	118
การพัฒนาแนวคิดในการออกแบบครั้งที่ 5 .....	125
<b>บทที่ 4 การนำเสนอผลงานออกแบบ</b>	
4.1 ภาพถ่ายหุ่นจำลองขั้นสุดท้าย.....	129
4.2 แผ่นนำเสนองานขั้นสุดท้าย.....	143
<b>บทที่ 5 การนำเสนอผลงานออกแบบ</b>	
5.1 สรุปผลการออกแบบ.....	154
5.2 คำเสนอแนะจากอาจารย์.....	154
5.3 คำเสนอแนะของนักศึกษา.....	155
5.3 การออกแบบเพิ่มเติมจากข้อเสนอนแนะ.....	156
บรรณานุกรมและเอกสารอ้างอิง .....	157
ประวัติการศึกษา.....	158
ภาคผนวก .....	159

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 ตารางแสดงความได้เปรียบของประเทศไทยในการส่งออกเครื่องสำอาง.....	5
ตารางที่ 1.2 ตารางแสดงศักยภาพการส่งออกเครื่องสำอางไทยประเภทต่างๆ ในตลาดอาเซียน .....	6
ตารางที่ 1.3 ตารางแสดงมูลค่าการส่งออกเครื่องสำอางของไทย 3 ประเภท ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เสริมความงามหรือแต่งหน้า (HS 3304), ผลิตภัณฑ์สำหรับใช้กับผม (HS 3305), ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางปรุงแต่งอื่นๆ (HS 3307) ไปยังผู้นำเข้า ตลาดอาเซียน 10 ประเทศ .....	7
ตารางที่ 1.4 วิเคราะห์คู่แข่งทางการตลาดจาก 10 ประเทศอาเซียน.....	8
ตารางที่ 1.5 แสดงปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหาด้านการตลาด.....	11
ตารางที่ 1.6 แสดงปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหาด้านอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของ แบรนด์.....	11
ตารางที่ 1.7 วิเคราะห์สิ่งที่เหมาะสมกับการนำมาแสดงออกถึงภาพลักษณ์.....	12
ตารางที่ 1.8 ตารางแสดงแนวทางเอกลักษณ์ไทย.....	13
ตารางที่ 1.9 วิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพและความต้องการบรรจุภัณฑ์.....	17
ตารางที่ 1.10 แสดงรูปแบบยาพาหนะที่ใช้ในการส่งออกสินค้าในแต่ละประเทศ.....	18
ตารางที่ 1.11 วิเคราะห์ปัญหาด้านการขนส่งและการส่งออกสินค้าจากประเทศไทย ไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนที่ส่งผลต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	20
ตารางที่ 1.12 ตารางแสดงแนวทางการออกแบบและตัวอย่างการออกแบบ.....	20
ตารางที่ 1.13 ตารางแสดงปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหาด้านกราฟิก.....	21
ตารางที่ 1.14 แสดงการเปรียบเทียบกฎหมายฉลากบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ เครื่องสำอาง สำหรับอาเซียนกับฉลากบรรจุภัณฑ์เดิม.....	23
ตารางที่ 1.15 ตารางแสดงวิเคราะห์แนวทางในการหาสัญลักษณ์ร่วมใน 10 ประเทศอาเซียน.....	24
ตารางที่ 1.16 แสดงรายการผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับการดูแลผม.....	25
ตารางที่ 1.17 แสดงรายการผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับการดูแลผิวหน้า.....	26
ตารางที่ 1.18 แสดงรายการผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับการดูแลผิวกาย.....	27
ตารางที่ 1.19 แสดงรายการผลิตภัณฑ์ชุดของขวัญ.....	28
ตารางที่ 2.1 แสดงมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์หัวน้ำหอมและน้ำหอม (HS 3303).....	41
ตารางที่ 2.2 แสดงมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์เสริมความงามหรือแต่งหน้า (HS 3304)...	41
ตารางที่ 2.3 แสดงมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ใช้กับผม (HS3305).....	42

เอกสารนี้เป็นเอกสารต้นฉบับที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น การนำเอกสารนี้ไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาตถือว่าผิดกฎหมาย

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 2.4 แสดงมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์เพื่ออนามัยของช่องปากหรือฟัน (HS 3306).....	42
ตารางที่ 2.5 แสดงมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางปรุงแต่งอื่นๆ (HS 3307).....	43
ตารางที่ 2.6 แสดงสถานการณ์สมุนไพรรักษาโรคใน 10 ประเทศอาเซียน.....	46
ตารางที่ 2.7 แสดงการวิเคราะห์แนวโน้มตลาดที่ควรให้ความสนใจ.....	50
ตารางที่ 2.8 แสดงอายุการเก็บรักษาลักษณะการเสื่อมและปัจจัยที่มีผลต่อการเสื่อม ของผลิตภัณฑ์.....	53
ตารางที่ 2.9 วิเคราะห์และสรุปผลความต้องการในด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์.....	54
ตารางที่ 2.10 วิเคราะห์และสรุปผลความต้องการบรรจุภัณฑ์แต่ละประเภท.....	56
ตารางที่ 2.11 แสดงข้อมูลคู่แข่งทางการตลาด.....	60
ตารางที่ 2.12 แสดงการเปรียบเทียบกฎหมายฉลากบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เครื่อง สำอางสำหรับอาเซียนกับฉลากบรรจุภัณฑ์เดิม.....	70

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพที่ 1.1 ภาพตราสินค้าของชัยศิรินทร์.....	1
ภาพที่ 1.2 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ของชัยศิรินทร์.....	1
ภาพที่ 1.3 ภาพแสดงการใช้ภาษาบนบรรจุภัณฑ์ของ 10 ประเทศอาเซียน.....	2
ภาพที่ 1.4 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์อาบน้ำ.....	3
ภาพที่ 1.5 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์บำรุงผิว.....	3
ภาพที่ 1.6 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์บำรุงผม.....	3
ภาพที่ 1.7 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า.....	3
ภาพที่ 1.8 ภาพสัญลักษณ์อาเซียนและ 10 ประเทศอาเซียน.....	4
ภาพที่ 1.9 ภาพแสดงการขยายตัวและส่วนแบ่งการตลาดของการส่งออกผลิตภัณฑ์ เครื่องสำอางในตลาดอาเซียน.....	6
ภาพที่ 1.10 ตัวอย่างฉลากบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ชัยศิรินทร์.....	23
ภาพที่ 2.1 ภาพสัญลักษณ์อาเซียนและ 10 ประเทศอาเซียน.....	35
ภาพที่ 2.2 ภาพแผนผังมูลค่าการนำเข้าเครื่องสำอางของไทยในช่วงปี 2543-2554.....	37
ภาพที่ 2.3 ภาพแผนผังมูลค่าการนำเข้าเครื่องสำอางของไทยแยกเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ปี 2554.....	38
ภาพที่ 2.4 ภาพแผนผังมูลค่าการนำเข้าเครื่องสำอางของไทยจากประเทศอาเซียน แยกเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ปี 2554.....	38
ภาพที่ 2.5 ภาพแผนผังมูลค่าการนำเข้าส่งออกเครื่องสำอางของไทยในช่วงปี 2543-2554.....	39
ภาพที่ 2.6 ภาพแผนผังมูลค่าการส่งออกเครื่องสำอางของไทยแยกเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ ปี 2554.....	39
ภาพที่ 2.7 ภาพแผนผังมูลค่าการส่งออกเครื่องสำอางของไทยจากประเทศอาเซียนแยกเป็น กลุ่มผลิตภัณฑ์ปี 2554.....	40
ภาพที่ 2.8 ภาพอัตรากาขยายตัวและส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกผลิตภัณฑ์หัวน้ำหอม และน้ำหอม (HS 3303).....	44
ภาพที่ 2.9 ภาพอัตรากาขยายตัวและส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกผลิตภัณฑ์ เสริมความงามหรือแต่งหน้า (HS 3304).....	44
ภาพที่ 2.10 ภาพอัตรากาขยายตัวและส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกผลิตภัณฑ์ ใช้กับผม (HS3305).....	45
ภาพที่ 2.11 ภาพอัตรากาขยายตัวและส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกผลิตภัณฑ์ เพื่ออนามัยของช่องปากหรือฟัน (HS 3306).....	45
ภาพที่ 2.12 ภาพอัตรากาขยายตัวและส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกผลิตภัณฑ์ เครื่องสำอางปรุงแต่งอื่นๆ (HS 3307).....	46

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับครูใช้สอนเพื่อการศึกษานานาชาติไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น เครื่องสำอางปรุงแต่งอื่นๆ (HS 3307).....

## สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

หน้า

ภาพที่ 2.13 ภาพแสดงผลการวิเคราะห์แนวโน้มตลาดที่ควรให้ความสนใจ.....	50
ภาพที่ 2.14 ภาพแสดง keywords ของชัยศิขริน.....	51
ภาพที่ 2.15 ภาพสรุปรูปแบบโครงสร้างของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท.....	55
ภาพที่ 2.16 ภาพแสดงกลุ่มเป้าหมาย.....	56
ภาพที่ 2.17 ภาพแสดงบุคลิกของกลุ่มเป้าหมาย.....	57
ภาพที่ 2.18 ภาพบรรยากาศร้าน Watsons.....	57
ภาพที่ 2.19 ภาพบรรยากาศร้าน SaiSai.....	58
ภาพที่ 2.20 ภาพบรรยากาศร้าน Perfumee + Cosmetic.....	58
ภาพที่ 2.21 ภาพผลสำรวจภาพลักษณ์ของชัยศิขรินจากมุมมองของผู้บริโภค.....	59
ภาพที่ 2.22 ภาพผลสำรวจเหตุผลในการเลือกซื้อของกลุ่มเป้าหมาย.....	59
ภาพที่ 2.23 ภาพ Spider Web ของแต่ละตราสินค้าคู่แข่ง.....	63
ภาพที่ 2.24 ภาพวิเคราะห์ Spider Web เพื่อหา Position ใหม่ของชัยศิขรินทร.....	64
ภาพที่ 3.1 ภาพแสดงแบบร่างตราสินค้าแนวทางที่ 1.....	74
ภาพที่ 3.2 ภาพแสดงแบบร่างตราสินค้าแนวทางที่ 2.....	75
ภาพที่ 3.3 ภาพแสดงแบบร่างตราสินค้าแนวทางที่ 3.....	76
ภาพที่ 3.4 ภาพแสดงแบบร่างตราสินค้า ที่เลือกโดยใช้เกณฑ์.....	77
ภาพที่ 3.5 ภาพแสดงแบบตราสินค้าที่เลือก.....	77
ภาพที่ 3.6 ภาพแสดงแบบร่างตราสินค้าแนวทางที่ 1.....	78
ภาพที่ 3.7 ภาพแสดงแบบร่างตราสินค้าแนวทางที่ 2.....	79
ภาพที่ 3.8 ภาพแสดงแบบร่างตราสินค้าแนวทางที่ 3.....	80
ภาพที่ 3.9 ภาพแสดงแบบร่างตราสินค้าที่เลือกโดยใช้เกณฑ์.....	81
ภาพที่ 3.10 ภาพแสดงแบบตราสินค้าที่เลือก.....	81
ภาพที่ 3.11 ภาพแสดงตราผลิตภัณฑ์เดิมของชัยศิขรินทรที่มีหลากหลายรูปแบบ.....	82
ภาพที่ 3.12 ภาพแสดงแบบร่างตราสินค้าแนวทางที่ 1.....	82
ภาพที่ 3.13 ภาพแสดงแบบร่างตราสินค้าแนวทางที่ 2.....	83
ภาพที่ 3.14 ภาพแสดงแบบร่างตราสินค้าแนวทางที่ 3.....	83
ภาพที่ 3.15 ภาพแสดงแบบร่างตราสินค้าที่เลือกโดยใช้เกณฑ์.....	84
ภาพที่ 3.16 ภาพแสดงแบบร่างตราผลิตภัณฑ์ที่เลือกและวิธีการใช้งานบางส่วน.....	84
ภาพที่ 3.17 ภาพแสดงแบบร่างตราผลิตภัณฑ์แบบสุดท้าย.....	85
ภาพที่ 3.18 ภาพแสดงแรงบันดาลใจในแนวทางการออกแบบที่ 1.....	87
ภาพที่ 3.19 ภาพแสดงรูปทรงพื้นฐานที่แปลงจากภาพแรงบันดาลใจแนวทางที่ 1.....	87

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้ก่อนนำมาใช้โดยไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ

## สารบัญรูปลภาพ (ต่อ)

หน้า

ภาพที่ 3.20 ภาพแสดงแบบร่างโครงสร้างแนวทางที่ 1.....	88
ภาพที่ 3.21 ภาพแสดงแรงบันดาลใจในแนวทางการออกแบบที่ 2.....	89
ภาพที่ 3.22 ภาพแสดงรูปทรงพื้นฐานที่แปลงจากภาพแรงบันดาลใจแนวทางที่ 2.....	89
ภาพที่ 3.23 ภาพแสดงแบบร่างโครงสร้างแนวทางที่ 2.....	90
ภาพที่ 3.24 ภาพแสดงแรงบันดาลใจในแนวทางการออกแบบที่ 3.....	91
ภาพที่ 3.25 ภาพแสดงรูปทรงพื้นฐานที่แปลงจากภาพแรงบันดาลใจแนวทางที่ 3.....	91
ภาพที่ 3.26 ภาพแสดงแบบร่างโครงสร้างแนวทางที่ 3.....	92
ภาพที่ 3.7 ภาพแสดงแบบที่ผ่านการคัดเลือกทั้ง 3 แนวทาง ตามลำดับ.....	93
ภาพที่ 3.28 ภาพแสดงแบบร่างกราฟิกแนวทางที่ 1.....	94
ภาพที่ 3.29 ภาพแสดงแบบร่างกราฟิกแนวทางที่ 2.....	94
ภาพที่ 3.30 ภาพแสดงแบบร่างกราฟิกแนวทางที่ 3.....	95
ภาพที่ 3.31 ภาพแสดงแบบร่างกราฟิกที่ได้รับการคัดเลือกตามเกณฑ์แนวทางละ 1 แบบ ตามลำดับ.....	95
ภาพที่ 3.32 ภาพแสดงแบบร่างบรรจุภัณฑ์แต่ละแนวทางตามลำดับ.....	96
ภาพที่ 3.33 ภาพแสดงแรงบันดาลใจในแนวทางการออกแบบที่ 1.....	98
ภาพที่ 3.34 ภาพแสดงแบบร่างโครงสร้างแนวทางที่ 1.....	98
ภาพที่ 3.35 ภาพแสดงแรงบันดาลใจในแนวทางการออกแบบที่ 2.....	99
ภาพที่ 3.36 ภาพแสดงแบบร่างโครงสร้างแนวทางที่ 2.....	99
ภาพที่ 3.37 ภาพแสดงแรงบันดาลใจในแนวทางการออกแบบที่ 3.....	100
ภาพที่ 3.38 ภาพแสดงแบบร่างโครงสร้างแนวทางที่ 3.....	100
ภาพที่ 3.39 ภาพแสดงแบบร่างโครงสร้างที่ถูกเลือก.....	101
ภาพที่ 3.40 ภาพแสดงแบบร่างกราฟิกแนวทางที่ 1.....	102
ภาพที่ 3.41 ภาพแสดงแบบร่างกราฟิกแนวทางที่ 2.....	103
ภาพที่ 3.42 ภาพแสดงแบบร่างกราฟิกแนวทางที่ 3.....	104
ภาพที่ 3.43 ภาพแสดงแบบร่างกราฟิกที่ถูกเลือก.....	105
ภาพที่ 3.44 ภาพแสดงแบบร่างบรรจุภัณฑ์ที่เลือก.....	106
ภาพที่ 3.45 ภาพแสดงแบบร่างโครงสร้างแนวทางที่ 1.....	108
ภาพที่ 3.46 ภาพแสดงแบบร่างโครงสร้างแนวทางที่ 2.....	109
ภาพที่ 3.47 ภาพแสดงแบบร่างโครงสร้างแนวทางที่ 3.....	110
ภาพที่ 3.48 ภาพแสดงแบบร่างโครงสร้างที่เลือก.....	111
ภาพที่ 3.49 ภาพแสดงแบบร่างต้นแบบใหม่ของโครงสร้างที่เลือก.....	111

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เพื่อการศึกษานานาชาติเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ในการค้า  
ไม่ว่าในรูปแบบใดก็ตาม

## สารบัญรูปลภาพ (ต่อ)

หน้า

ภาพที่ 3.50 ภาพแสดงสัญลักษณ์ที่ใช้แทนผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท.....	112
ภาพที่ 3.51 ภาพแสดงตัวอย่างสัญลักษณ์ที่ใช้ในแสดงวิธีการใช้งานแต่ละผลิตภัณฑ์.....	112
ภาพที่ 3.52 ภาพแสดงแบบร่างกราฟิกแนวทางที่ 1.....	113
ภาพที่ 3.53 ภาพแสดงแบบร่างกราฟิกแนวทางที่ 2.....	114
ภาพที่ 3.54 ภาพแสดงแบบร่างกราฟิกแนวทางที่ 3.....	115
ภาพที่ 3.55 ภาพแสดงแบบร่างแนวทางกราฟิกที่เลือก.....	116
ภาพที่ 3.56 ภาพแสดงแบบร่างบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ยาสระผมและครีมนวด .....	116
ภาพที่ 3.57 ภาพแสดงแบบร่างบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์จามการแบ่งกลุ่มวัฒนธรรม.....	117
ภาพที่ 3.58 ภาพแสดงแบบร่างบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ทั้งหมด.....	117
ภาพที่ 3.59 ภาพแสดงแบบร่างโครงสร้างแบบที่ 1.....	118
ภาพที่ 3.60 ภาพแสดงแบบร่างโครงสร้างแบบที่ 2.....	119
ภาพที่ 3.61 ภาพแสดงแบบร่างโครงสร้างแบบที่ 3.....	119
ภาพที่ 3.62 ภาพแสดงแบบร่างโครงสร้างแบบที่ 4.....	119
ภาพที่ 3.63 ภาพแสดงแบบร่างกราฟิกแนวทางที่ 1.....	120
ภาพที่ 3.64 ภาพแสดงแบบร่างกราฟิกแนวทางที่ 2.....	121
ภาพที่ 3.65 ภาพแสดงแบบร่างกราฟิกแนวทางที่ 3.....	121
ภาพที่ 3.66 ภาพแสดงแบบร่างแนวทางกราฟิกที่เลือก.....	122
ภาพที่ 3.67 ภาพแสดงแบบร่างบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ทั้งหมด.....	123
ภาพที่ 3.68 ภาพแสดงแบบร่างต้นแบบโฟมของโครงสร้างและโครงสร้างที่เลือก.....	124
ภาพที่ 3.69 ภาพแสดงแบบร่างต้นแบบของโครงสร้าง.....	125
ภาพที่ 3.70 ภาพแสดงแบบร่างต้นแบบโฟมของโครงสร้าง.....	126
ภาพที่ 3.71 ภาพแสดงแบบร่างต้นแบบของโครงสร้างทั้งหมด.....	126
ภาพที่ 3.72 ภาพแสดงสัญลักษณ์การบ่งบอกประเภทผลิตภัณฑ์ในโครงการทั้งหมด.....	127
ภาพที่ 3.73 ภาพแสดงแบบร่างกราฟิกครั้งที่ 5.....	127
ภาพที่ 3.73 ภาพแสดงแบบร่างกราฟิกแบบสุดท้าย.....	128
ภาพที่ 4.1 บรรจุภัณฑ์ ยา สระผม (Shampoo) และครีมนวด (Conditioner) ขนาด 320 มิลลิลิตร.....	129
ภาพที่ 4.2 บรรจุภัณฑ์ ยา สระผม (Shampoo) และครีมนวด (Conditioner) ขนาด 100 มิลลิลิตร.....	129
ภาพที่ 4.3 บรรจุภัณฑ์ ริมอาบน้ำ (Soap Baht) ขนาด 280 มิลลิลิตร และ ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น 100 มิลลิลิตร.....	130

## สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

หน้า

ภาพที่ 4.4 โลชั่นบำรุงผิว (Body Lotion) ขนาด 280 มิลลิลิตร และ 100 มิลลิลิตร.....	130
ภาพที่ 4.5 กล่องเจลล้างหน้า (Cleansing Gel).....	131
ภาพที่ 4.6 หลอดเจลล้างหน้า (Cleansing Gel).....	131
ภาพที่ 4.7 กล่องโฟมล้างหน้า (Cleansing Foam).....	132
ภาพที่ 4.8 หลอดโฟมล้างหน้า (Cleansing Foam).....	132
ภาพที่ 4.9 กล่องครีมบำรุงผิวหน้า (Face Treatment).....	133
ภาพที่ 4.10 กล่องและกระปุกครีมบำรุงผิวหน้า (Face Treatment).....	133
ภาพที่ 4.11 กล่องครีมบำรุงผิวกาย (Body Treatment).....	134
ภาพที่ 4.12 กล่องและกระปุกครีมบำรุงผิวกาย (Body Treatment).....	134
ภาพที่ 4.13 บรรจุภัณฑ์เซรั่มบำรุงผม (Hair Serum).....	135
ภาพที่ 4.14 กล่องเซรั่มบำรุงผิว หน้า (Face Serum).....	136
ภาพที่ 4.15 กล่องและขวดเซรั่มบำรุงผิวหน้า (Face Serum).....	136
ภาพที่ 4.16 กล่องโทนเนอร์ (Toner).....	137
ภาพที่ 4.17 กล่องและขวดโทนเนอร์ (Toner).....	137
ภาพที่ 4.18 กล่องสบู่ก้อน (Soap).....	138
ภาพที่ 4.19 กล่องรวมหน่วยสบู่ก้อน (Soap Display Box) ก่อนพับ และหลังพับ.....	138
ภาพที่ 4.20 กล่องสบู่ก้อนและกล่องรวมหน่วยสบู่ก้อน (Soap Display Box).....	139
ภาพที่ 4.21 กลุ่มผลิตภัณฑ์จัดเซตสำหรับดูแลผิวหน้า (Face Gift Set).....	140
ภาพที่ 4.22 กลุ่มผลิตภัณฑ์จัดเซตสำหรับดูแลผิวกาย (Body Skin Gift Set).....	140
ภาพที่ 4.23 กลุ่มผลิตภัณฑ์จัดเซตสำหรับดูแลผม (Hair Gift Set).....	140
ภาพที่ 4.24 สเตนดีโชว์กลุ่มผลิตภัณฑ์ยาสระผม.....	141
ภาพที่ 4.25 สเตนดีโชว์กลุ่มผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิว.....	141
ภาพที่ 4.26 ไปสเตอร์เปิดตัวผลิตภัณฑ์.....	142
ภาพที่ 4.27 แผ่นนำเสนองานชิ้นสุดท้ายแผ่นที่ 1.....	143
ภาพที่ 4.28 แผ่นนำเสนองานชิ้นสุดท้ายแผ่นที่ 2.....	144
ภาพที่ 4.29 แผ่นนำเสนองานชิ้นสุดท้ายแผ่นที่ 3.....	145
ภาพที่ 4.30 แผ่นนำเสนองานชิ้นสุดท้ายแผ่นที่ 4.....	146
ภาพที่ 4.31 แผ่นนำเสนองานชิ้นสุดท้ายแผ่นที่ 5.....	147
ภาพที่ 4.32 แผ่นนำเสนองานชิ้นสุดท้ายแผ่นที่ 6.....	148
ภาพที่ 4.33 แผ่นนำเสนองานชิ้นสุดท้ายแผ่นที่ 7.....	149
ภาพที่ 4.34 แผ่นนำเสนองานชิ้นสุดท้ายแผ่นที่ 8.....	150

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้สำหรับใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ กรุณาแจ้งถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 4.35 แผ่นนำเสนองานชิ้นสุดท้ายแผ่นที่ 9.....	151
ภาพที่ 4.36 แผ่นนำเสนองานชิ้นสุดท้ายแผ่นที่ 10.....	152
ภาพที่ 4.37 แผ่นนำเสนองานชิ้นสุดท้ายแผ่นที่ 11.....	153
ภาพที่ 5.1 การพัฒนารูปแบบสัญลักษณ์ที่ช่วยสื่อถึงผลิตภัณฑ์และการใช้งาน.....	156



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในช่วงที่ผ่านมากระแสสุขภาพได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง และมีแนวโน้มว่าจะได้รับความนิยมเพิ่มสูงขึ้นในอนาคต จากความนิยมดังกล่าวส่งผลให้ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพมีออกขายที่เพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย หนึ่งในสินค้าเพื่อสุขภาพเหล่านั้นคือผลิตภัณฑ์เสริมความงามสมุนไพร ทำให้ผู้ประกอบการจำนวนมากที่เริ่มลงทุนกับธุรกิจประเภทนี้ จากเหตุดังกล่าวทำให้ตลาดในประเทศมีคู่แข่งจำนวนมากและเริ่มเกิดการอึดอัด ผู้ประกอบการที่มีความพร้อมในด้านการผลิตจึงเริ่มหาตลาดใหม่จากการส่งออกเพื่อเปิดตลาดสินค้าสู่ต่างประเทศ หนึ่งในนั้นคือ 'ชัยศิขริน'



ภาพที่ 1.1 ภาพตราสินค้าของชัยศิขริน

ชัยศิขริน เป็นผู้ผลิตเครื่องสำอางจากสมุนไพรไทยที่เป็นหนึ่งในสินค้าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของจังหวัดลำพูน โดยกิจการของชัยศิขรินช่วยส่งเสริมให้คนในชุมชนมีรายได้ ทั้งในส่วนของแรงงานการผลิตและเกษตรกรผู้ปลูกพืชสมุนไพร จากวิสัยของบริษัทคือ 'มุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทยให้ออกสู่ตลาดโลก นำความยั่งยืนให้กับชุมชน' จึงต้องการนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ต่างประเทศให้มากขึ้นจากเดิม ซึ่งมีเพียง 8% ของยอดขายทั้งหมด โดยประเทศที่กำลังส่งออก ได้แก่ อเมริกา คูเวต ญี่ปุ่น สิงคโปร์ และ พม่า

เนื่องจากในปี 2558 จะมีการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asean Economic Community) ดังนั้นชัยศิขรินจึงเล็งเห็นตลาดใหม่คือ 10 ประเทศในประชาคมอาเซียน แต่ผลจากการเปิด AEC ทำให้กฎหมายในการควบคุมการผลิตสินค้าประเภทเครื่องสำอางและการส่งออกมีมาตรฐานสูงขึ้น ผู้ประกอบการจึงต้องมีการปรับตัวตาม โดยการพัฒนาคุณภาพสินค้าและภาพลักษณ์ของตัวเองไปพร้อมๆกัน



ภาพที่ 1.2 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ของชัยศิขริน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับ... ไปอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิ... เอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากภาพที่ 1.2 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ของแบรนด์จะเห็นได้ว่า ยี่ห้อความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และขาดความชัดเจนในการแบ่งแยกประเภทหรือชุดผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดปัญหาในการสื่อสารระหว่างผู้บริโภค อีกทั้งยังขาดความเป็นสากลในตลาด AEC อีกด้วย

และเนื่องจากต้องการนำผลิตภัณฑ์ไปขายยัง 10 ประเทศ ทำให้เกิดปัญหาด้านการสื่อสารระหว่างภาษาที่จะทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ ดังนั้นบรรจุกัมภ์และกราฟิกจึงเป็นตัวช่วยที่ถูกนำมาใช้เพื่อแก้ปัญหาในครั้งนี้



ภาพที่ 1.3 ภาพแสดงการใช้ภาษาบนบรรจุภัณฑ์ของ 10 ประเทศอาเซียน

จากภาพที่ 1.3 จะเห็นว่าบรรจุภัณฑ์ของแต่ละประเทศจะใช้ภาษาของตัวเองเป็นหลัก หากหลีกเลี่ยงก็จะนิยมใช้ภาษาอังกฤษซึ่งเป็นภาษากลางของคนทั่วโลก ซึ่งก็ยังเป็นปัญหากับผู้ที่ไม่รู้ภาษาอังกฤษที่จะไม่เข้าใจถึงผลิตภัณฑ์หรือสินค้าได้ แต่หากเรามีการใช้สัญลักษณ์บางอย่างที่สามารถสื่อสารแทนภาษา จะทำให้ประชาชนใน 10 ประเทศสามารถเข้าถึงสินค้าได้ เช่น การใช้รูปภาพ เป็นต้น

ดังนั้นการออกแบบในครั้งนี้จึงต้องการทำให้ผู้บริโภคเกิดการจดจำแบรนด์สินค้า และมีบรรจุกัมภ์ส่งเสริมการส่งออกเพื่อจำหน่ายในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ที่ช่วยลดช่องว่างระหว่างภาษา มีการคำนึงถึงลดต้นทุนด้านการผลิต และมีความสวยงามที่โดดเด่นออกจากคู่แข่งรายอื่นๆ

### 1.1.1 ที่มาของโครงการด้านผู้ผลิต

ที่มาของบ้านสวนสมุนไพรชัยศิขรินมาจากบรรพบุรุษของคุณสายทอง ชัยศิขริน เป็นหมอพื้นบ้านที่รักษาโรคต่างๆด้วยสมุนไพร และมีการถ่ายทอดความรู้จากรุ่นสู่รุ่น กระทั่งปี 2547 ซึ่งรัฐบาลได้สนับสนุนสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ประกอบกับกระแสความนิยมเกี่ยวกับสุขภาพกำลังได้รับความนิยม จึงทำให้เกิดผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรหลากหลายประเภท เพื่อตอบรับกับความต้องการของตลาดนี้

กิจการของบ้านสวนสมุนไพรชัยศิขรินช่วยส่งเสริมในคนในชุมชนมีรายได้ ทั้งในส่วนองแรงงาน และส่วนที่ปลูกสมุนไพรส่งเป็นวัตถุดิบให้กับเรา อีกทั้งยังช่วยสืบสานภูมิปัญญาของ

บรรพบุรุษให้การใช้สมุนไพรพื้นบ้านมาใช้ในชีวิตประจำวัน ให้กลายเป็นธุรกิจที่สามารถเติบโตได้ในตลาดโลก เพราะประเทศไทยมีความได้เปรียบในหลายๆด้านทั้งเป็นแหล่งวัตถุดิบ เป็นต้นกำเนิดขององค์ความรู้

และเนื่องจากวิสัยทัศน์ขององค์กร คือ มุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทยให้ออกสู่ตลาดโลก นำความยั่งยืนให้กับชุมชน ประกอบกับพันธกิจขององค์กร 4 ข้อ ได้แก่

1. พัฒนาการผลิตอย่างต่อเนื่องมุ่งสู่มาตรฐานเพื่อให้เป็นที่ยอมรับ
2. พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพผิวที่ผลิตจากวัตถุดิบจากสมุนไพรไทยอย่างต่อเนื่อง
3. พัฒนาไปสู่ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพผิวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีความบริสุทธิ์เป็นผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก

ทำให้ซัชชิธรินต้องการจะนำสินค้าออกสู่ตลาดต่างประเทศให้มากขึ้นจากเดิม ที่มีเพียง 8 % ให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กร

ผลิตภัณฑ์ของซัชชิธรินที่มีความหลากหลายในด้านประเภทของผลิตภัณฑ์ เช่น ผลิตภัณฑ์อาบน้ำ, ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย, ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า, ผลิตภัณฑ์บำรุงผม, ผลิตภัณฑ์สปา และน้ำมันนวดต่างๆ รวมทั้งด้าน

กลิ่นสมุนไพรที่แตกต่างกัน เพื่อให้เหมาะสมกับการบำรุงในส่วนต่างๆ



ภาพที่ 1.4 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์อาบน้ำ



ภาพที่ 1.5 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์บำรุงผิว



ภาพที่ 1.6 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์บำรุงผม



ภาพที่ 1.7 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารเพื่อการค้า การเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตถือว่าผิดกฎหมาย การนำเอกสารนี้ไปใช้ในการค้า การโฆษณา หรือการอื่นใดโดยไม่ได้รับอนุญาตถือว่าผิดกฎหมาย

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 1.1.2 ที่มาของโครงการด้านอาเซียน

#### 1) ความเป็นมาของประชาคมอาเซียน

ประชาคมอาเซียน หรือ สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Association of South East Asian Nations : ASEAN) เป็นองค์กรระหว่างประเทศระดับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่ผู้นำประเทศสมาชิกอาเซียนได้ตกลงกันที่จะจัดตั้งซึ่งประกอบด้วย 3 เสาหลัก คือ

1. ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asean Economic Community:AEC)
2. ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (Socio-Cultural Pillar)
3. ประชาคมความมั่นคงอาเซียน (Political and Security Pillar)

คำขวัญของอาเซียน คือ “ One Vision, One Identity, One Community.” หนึ่งวิสัยทัศน์ หนึ่งอัตลักษณ์ หนึ่งประชาคม

เดิมกำหนดเป้าหมายที่จะตั้งขึ้นในปี 2563 แต่ต่อมาได้ตกลงกันเลื่อนกำหนดให้เร็วขึ้นเป็นปี 2558 และก้าวสำคัญต่อมาคือการจัดทำปฏิญญาอาเซียน (ASEAN Charter) ซึ่งมีผลใช้บังคับแล้วตั้งแต่เดือนธันวาคม ปี 2552 นับเป็นการยกระดับความร่วมมือของอาเซียนเข้าสู่มิติใหม่ในการสร้างประชาคม โดยมีพื้นฐานที่แข็งแกร่งทางกฎหมายและมีองค์กรรองรับการดำเนินการเข้าสู่เป้าหมายดังกล่าวภายในปี 2558

ปัจจุบันประเทศสมาชิกอาเซียนรวม 10 ประเทศได้แก่ ไทย พม่า มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ เวียดนาม ลาว กัมพูชา บรูไน



ภาพที่ 1.8 ภาพสัญลักษณ์อาเซียนและ 10 ประเทศอาเซียน

#### 2) วัตถุประสงค์ในการก่อตั้งประชาคมอาเซียน

ประชาคมอาเซียน ก่อตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เริ่มแรกเพื่อสร้างสันติภาพในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อันนำมาซึ่งเสถียรภาพทางการเมือง และความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม และเมื่อการค้าระหว่างประเทศในโลกมีแนวโน้มกีดกันการค้ารุนแรงขึ้น ทำให้อาเซียนได้หันมามุ่งเน้นกระชับและขยายความร่วมมือด้านเศรษฐกิจการค้าระหว่างกันมากขึ้น วัตถุประสงค์หลักที่กำหนดไว้ในปฏิญญาอาเซียน (The ASEAN Declaration) มี 7 ประการ ดังนี้

1. ส่งเสริมความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ความก้าวหน้าทางสังคมและวัฒนธรรม
2. ส่งเสริมการมีเสถียรภาพ สันติภาพและความมั่นคงของภูมิภาค
3. ส่งเสริมความร่วมมือทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม วิชาการ วิทยาศาสตร์

และด้านการบริหาร

4. ส่งเสริมความร่วมมือซึ่งกันและกันในการฝึกอบรมและการวิจัย
5. ส่งเสริมความร่วมมือในด้านเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม การค้า การคมนาคม การสื่อสาร และปรับปรุงมาตรฐานการดำรงชีวิต
6. ส่งเสริมการมีหลักสูตรการศึกษาเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
7. ส่งเสริมความร่วมมือกับองค์กรระดับภูมิภาคและองค์กรระหว่างประเทศ

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการออกแบบ

1.2.1 ออกแบบอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของตราสินค้าที่แสดงถึงความเป็น ชัยศิขริน ให้เกิดความน่าเชื่อถือ มีความเป็นเอกลักษณ์ และจดจำง่ายในกลุ่มผู้บริโภค

1.2.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกที่มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย และมีความเป็นสากลใน 10 ประเทศอาเซียน เพื่อลดช่องว่างในการสื่อสารระหว่างภาษาที่แตกต่างกัน

## 1.3 ปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหา

### 1.3.1 ปัญหาด้านการตลาด

#### 1.3.1.1 วิเคราะห์ความเป็นไปได้ในตลาดอาเซียน

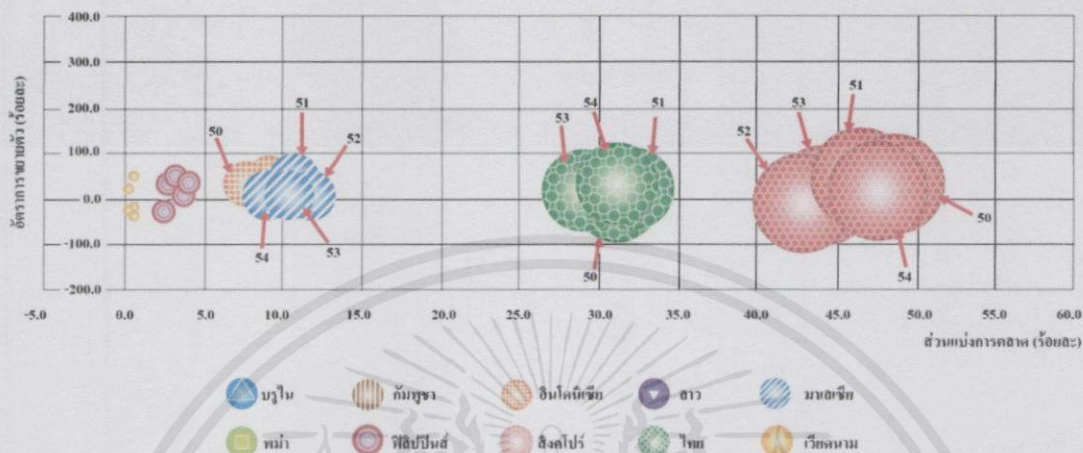
ข้อมูลการวิเคราะห์จากศูนย์ศึกษาการค้าระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ได้วิเคราะห์ความได้เปรียบของอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทยในตลาดอาเซียน ดังนี้

ตารางที่ 1.1 ตารางแสดงความได้เปรียบของประเทศไทยในการส่งออกเครื่องสำอาง

ความได้เปรียบ	สาเหตุที่ได้เปรียบ
ด้านวัตถุดิบ	มีความได้เปรียบในแหล่งวัตถุดิบที่ไม่ต้องพึ่งพา การนำเข้าจากต่างประเทศเป็นหลัก ซึ่งอนาคตอาจทำให้ไทยมีโอกาสเป็นทั้ง “ฐานการผลิต” และ “รับจ้างผลิต” ควบคู่กันไป
เครื่องสำอางสมุนไพรไทย	เครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของสมุนไพรไทยที่มี จุดเด่นเฉพาะตัวทั้งทางด้านรูปลักษณ์ และกลิ่นจึงเป็นโอกาสที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางไทยมีมูลค่าเพิ่มขึ้นและมีการส่งออกที่เพิ่มขึ้น
ความน่าเชื่อถือ	เนื่องจากประเทศไทยถือเป็นอันดับต้นๆ ที่ได้รับความน่าเชื่อถือในกลุ่มประเทศอาเซียน ทำให้มีแนวโน้มในการส่งออกที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานานาชาติเท่านั้น ไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากข้อได้เปรียบดังกล่าวส่งผลให้ประเทศไทยมีแนวโน้มผลการส่งออกเครื่องสำอางในตลาดอาเซียนที่เพิ่มมากขึ้น



ภาพที่ 1.9 ภาพแสดงการขยายตัวและส่วนแบ่งการตลาดของการส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในตลาดอาเซียน

ในปี 2554 ไทยมีการส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเพิ่มจากมูลค่า 1,556.38 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2553 เป็นมูลค่า 1,723.60 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.74) จากแนวโน้มดังกล่าวสามารถสรุปศักยภาพและโอกาสของเครื่องสำอางไทยในประเภทต่างๆ ในตลาดอาเซียนได้ดังนี้

ตารางที่ 1.12 ตารางแสดงศักยภาพการส่งออกเครื่องสำอางไทยประเภทต่างๆ ในตลาดอาเซียน

ประเภทผลิตภัณฑ์	ศักยภาพในการส่งออก
ผลิตภัณฑ์หัวน้ำหอมและหัวน้ำหอม (HS 3303)	ไทยมีศักยภาพการส่งออกค่อนข้างน้อย
ผลิตภัณฑ์เสริมความงามหรือแต่งหน้า (HS 3304)	ไทยมีศักยภาพด้านการส่งออกเป็นอันดับที่ 2 รองจากสิงคโปร์
ผลิตภัณฑ์สำหรับใช้กับผม (HS 3305)	ไทยมีศักยภาพการส่งออกอันดับ 1
ผลิตภัณฑ์เพื่ออนามัยของช่องปากหรือฟัน (HS 3306)	ไทยมีศักยภาพการส่งออกอันดับ 1
ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางปรุงแต่งอื่นๆ (HS 3307)	ไทยมีโอกาสในการแข่งขันสูงในตลาดอาเซียนได้ในอนาคต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส (HS 3306) รับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดก็ตาม ผู้ใช้ต้องรับผิดชอบต่อการใช้งานเอกสารฉบับนี้ และต้องแจ้งชื่อของเอกสารฉบับนี้แก่ผู้ให้บริการ

แต่เนื่องจากสินค้าของซัชซิขรินมีเพียง 3 กลุ่มจาก 5 กลุ่มเครื่องสำอาง ดังนั้นจึงให้สนใจเฉพาะ กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมความงามหรือแต่งหน้า (HS 3304), ผลิตภัณฑ์สำหรับใช้กับผม (HS 3305), ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางปรุงแต่งอื่นๆ (HS 3307) เท่านั้นในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

ตารางที่ 1.3 ตารางแสดงมูลค่าการส่งออกเครื่องสำอางของไทย 3 ประเภท ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เสริมความงามหรือแต่งหน้า (HS 3304), ผลิตภัณฑ์สำหรับใช้กับผม (HS 3305), ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางปรุงแต่งอื่นๆ (HS 3307) ไปยังผู้นำเข้าตลาดอาเซียน 10 ประเทศ

ประเทศ	มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)								
	HS 3304			HS 3305			HS 3307		
	2552	2553	2554	2552	2553	2554	2552	2553	2554
บรูไน	0.22	0.18	0.22	0.82	0.59	0.61	0	0.02	0.02
กัมพูชา	9.62	14.11	28.98	14.06	19.59	32.77	6.25	6.45	8.44
อินโดนีเซีย	27.18	32.07	38.45	82.18	103.6	131.62	2.6	2.74	6.22
ลาว	6.47	6.72	9.09	7.02	7.49	8.77	3.94	4.84	5.18
มาเลเซีย	22.2	20.36	33.67	39.63	49.9	59.23	18.1	18.8	22.87
พม่า	8.51	12.68	18.3	7.66	10.39	16.86	2.71	3.48	4.32
ฟิลิปปินส์	12.88	15.55	19.45	52.14	67.72	71.08	30.96	28.6	33.4
สิงคโปร์	15.69	14.46	15.93	16.78	18.36	24.78	3.57	3.95	4.61
เวียดนาม	23.12	29.62	25.31	15.62	16.16	12.26	4.97	8.47	8.53
อาเซียน	125.89	145.76	189.39	235.92	293.8	357.98	73.1	77.35	93.59

จากตารางสรุปผลมูลค่าการส่งออกของสินค้าเครื่องสำอางจากประเทศไทยไปสู่อีก 9 ประเทศในประชาคมอาเซียนเรียงตามลำดับจากมากไปน้อยได้ ดังนี้

1. อินโดนีเซีย
2. ฟิลิปปินส์
3. มาเลเซีย
4. กัมพูชา
5. เวียดนาม
6. สิงคโปร์
7. พม่า
8. ลาว
9. บรูไน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ การใช้งานโดยไม่ได้รับอนุญาตถือว่าผิดกฎหมาย การนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งมูลค่าการส่งออกที่ค่อนข้างแตกต่างกันมาก ทำให้ในโครงการนี้แบ่งการให้

ความสำคัญออกเป็นกลุ่มประเทศและคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ได้ ดังนี้

กลุ่มที่ 1 - 45% ได้แก่ อินโดนีเซีย

กลุ่มที่ 2 - 30% ได้แก่ ฟิลิปปีนส์ มาเลเซีย กัมพูชา

กลุ่มที่ 3 - 20% ได้แก่ เวียดนาม สิงคโปร์ พม่า ลาว

กลุ่มที่ 4 - 5% ได้แก่ บรูไน

โดยจะเริ่มเน้นการส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มที่ 1 และ กลุ่มที่ 2 ก่อน






### 1.3.1.2 วิเคราะห์คู่แข่งทางการตลาดจาก 10 ประเทศอาเซียน

เนื่องจากต้องการสร้างผลิตภัณฑ์เพื่อการแข่งขันกับ 10 ประเทศอาเซียน ดังนั้นการวิเคราะห์สินค้าคู่แข่งจากประเทศเหล่านั้น จึงถือเป็นสิ่งสำคัญเพื่อหาจุดยืนของแบรนด์ที่ชัดเจน เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งรายอื่นๆ โดยในที่นี้จะเลือกแบรนด์ที่มีความโดดเด่นจากทั้ง 10 ประเทศ มาอย่างน้อย 1 ตราสินค้า

ตารางที่ 1.4 วิเคราะห์คู่แข่งทางการตลาดจาก 10 ประเทศอาเซียน

คู่แข่งทางการตลาด		ผลิตภัณฑ์และภาพลักษณ์
ประเทศ	แบรนด์	รูปแบบของผลิตภัณฑ์
1. ไทย	- เอิบ	เป็นผลิตภัณฑ์บำรุงจากสมุนไพรไทย ให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ของแบรนด์ มีบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ทำให้เกิดการจดจำ
	- อภัยภูเบศร	เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ทำจากสมุนไพรไทย มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์มาก เน้นเรื่องการใช้ภูมิปัญญาเกี่ยวกับสมุนไพร มีความน่าเชื่อถือของแบรนด์ เพราะผลิตโดยโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร
	- จินดาสมุนไพร	เป็นสมุนไพรที่เน้นถึงการแสดงออกในรูปแบบสินค้าแบบไทยๆ มีผลิตภัณฑ์หลากหลาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>2. ฟิลิปปินส์</p>	<p>- Renew</p> 	<p>เป็นผลิตภัณฑ์เสริมความงามสมุนไพรที่ได้          ได้รับความเชื่อถือจากรางวัล Award Gold          Brand Philipines 2012 และรางวัล Most          Outstanding Herbal Soap Manufacturer          (National) ผลิตภัณฑ์ส่วนมากเป็นสบู่</p>
	<p>- YSA</p> 	<p>เป็นสถานเสริมความงามที่เน้นเรื่อง          ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากสมุนไพร และมีการ          ผลิตเพื่อจำหน่ายในแบรนด์ของตัวเอง          ทำให้มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์มาก          และได้รับความเชื่อถือเป็นอย่างดี</p>
<p>3. มาเลเซีย</p>	<p>- Minyak Anugerah</p> 	<p>เป็นน้ำมันสมุนไพรสำหรับทำความสะอาด          ผิว ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ค่อนข้าง          น้อย เป็นที่รู้จักดีในประเทศมาเลเซีย</p>
	<p>- Natyral Origin</p> 	<p>ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวจากสมุนไพร ที่เน้นเรื่อง          ความเป็นธรรมชาติอย่างชัดเจน</p>
	<p>- Clara</p> 	<p>สถาบันเสริมความงามที่นำสมุนไพรมาเป็น          ส่วนประกอบในผลิตภัณฑ์แสดงออกถึง          ความเป็นผู้เชี่ยวชาญ จากการเป็นผู้ผลิต          ที่เน้นนาน</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. เวียดนาม	<p>- Charma</p> 	<p>ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวจากสมุนไพร มีประเภทของผลิตภัณฑ์ค่อนข้างมาก แต่ไม่มีการทำตลาดเพื่อการขายอย่างชัดเจน</p>
5. พม่า	<p>- Bedak Tanaka</p>	<p>เป็นแป้งผสมน้ำ ताเพื่อบำรุงผิวหน้า เป็นที่รู้จักแพร่หลายในประเทศพม่า และมีคนไทยบางส่วนนำเข้ามาขาย ไม่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และไม่มีการทำภาพลักษณ์แบรนด์ที่ชัดเจน</p>
6. ลาว	<p>- Les Artisans</p> 	<p>ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่ทำจากมะพร้าวมีการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเป็นธรรมชาติ เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์น้อย</p>
7. สิงคโปร์	<p>- Paul Penders</p> 	<p>เป็นร้านเสริมความงามที่ประเทศสิงคโปร์ที่มีผลิตภัณฑ์บำรุงผิวจากสมุนไพรเป็นแบรนด์ของตัวเอง มีความน่าเชื่อถือค่อนข้างสูง มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ภาพลักษณ์เน้นไปทางด้านความเป็นผู้เชี่ยวชาญ</p>
8. บรูไน	<p>- Purel 100%</p> 	<p>เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของผลไม้และสมุนไพร มีภาพลักษณ์สดใส เหมาะกับกลุ่มวัยรุ่น</p>
9. กัมพูชา	<p>- Chy Spa</p> 	<p>ผลิตภัณฑ์กลุ่มสปาและเครื่องสำอางที่มีส่วนผสมจากสมุนไพร ขายเฉพาะที่ร้านบริการของตัวเอง เป็นที่รู้จักในกลุ่มลูกค้าสินค้าเพื่อสุขภาพ</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10. อินโดนีเซีย	- Nadis Herbal 	ผลิตภัณฑ์เสริมความงามและผลิตภัณฑ์สปา มีรูปแบบคล้ายกับสินค้า OTOP ประเทศไทย แต่ได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศไทย ญี่ปุ่น
-----------------	---	---

### 1.3.1.3 วิเคราะห์ปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหาด้านการตลาด

จากแนวโน้มในการส่งออกเครื่องสำอางในตลาดอาเซียน และความสามารถในด้านต่างๆของไทย ทำให้สามารถวิเคราะห์ปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหาด้านการตลาดได้ดังนี้

ตารางที่ 1.5 แสดงปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหาด้านการตลาด

No.	ปัญหา	แนวทางการแก้ปัญหา
1	ความคล้ายคลึงกันของสินค้านี้ระหว่างคู่แข่ง	เลือกผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างมากที่สุด เช่น กลิ่นสมุนไพรบางประเภทที่มีเฉพาะในประเทศไทย
2	มีคู่แข่งจำนวนมาก	แสดงจุดเด่นของตนเองทั้งผลิตภัณฑ์และตราสินค้า เพื่อความโดดเด่นจากคู่แข่ง
3	ขาดการประชาสัมพันธ์	เลือกวิธีการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมในการขายสินค้าในประเภทนั้นๆ รวมถึงเลือกสื่อที่จะใช้ให้สามารถสื่อสารได้ดีที่สุด

### 1.3.2 ปัญหาด้านอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของแบรนด์

#### 1.3.2.1 วิเคราะห์แนวทางการแก้ปัญหาด้านอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของแบรนด์

ตารางที่ 1.6 แสดงปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหาด้านอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของแบรนด์

No.	ปัญหา	แนวทางการแก้ปัญหา
1	ชื่อตราสินค้าจดจำได้ยาก และขาดความเป็นสากล	สร้าง Sub Brand เพื่อสร้างชื่อและตราสินค้าใหม่ให้เป็นที่จดจำได้ในระดับสากล
2	ขาดเอกลักษณ์ของแบรนด์	สร้างภาพลักษณ์ใหม่อย่างเป็นระบบ

	และมีภาพลักษณ์ที่แสดงออกถึงความเป็นไทย
--	--

### 1.3.2.2 วิเคราะห์สิ่งที่เหมาะสมกับการนำมาแสดงออกถึงภาพลักษณ์

จากการสำรวจโดยการสอบถามจากชาวต่างชาติใน 10 ประเทศอาเซียนจำนวน 100 คน ด้วยคำถามว่า 2 คำถาม คือ

1. เมื่อนึกถึงประเทศไทยคิดถึงอะไร ?
  2. เหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทยคืออะไร ?
- ได้ผลการสำรวจดังนี้

ตารางที่ 1.7 แสดงปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหาด้านอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของแบรนด์

No.	คำถาม	ผลสำรวจ	เปอร์เซ็นต์ (100%)
1	เมื่อนึกถึงประเทศไทยคิดถึงอะไร ?	วัฒนธรรม เช่น การไหว้, รอยยิ้ม	42.00%
		ประเพณี เช่น สงกรานต์, วันพืชมงคล	26.00%
		สถานที่ท่องเที่ยวของไทย เช่น วัด, ทะเล, ปราสาท	28.00%
		อื่นๆ	4.00%
2	เหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทยคืออะไร ?	เพราะเป็นสินค้าที่มาจากประเทศไทย	38.00%
		เพราะเป็นสมุนไพรที่ตรงกับความต้องการ	25.00%
		มีรูปลักษณ์สวยงาม น่าใช้งาน	32.00%
		อื่นๆ	5.00%

จากผลการสำรวจทำให้ทราบว่าชาวต่างชาติให้ความเชื่อถือในเครื่องสำอางที่มาจากประเทศไทยค่อนข้างมาก ดังนั้นเราจึงควรเลือกใช้เอกลักษณ์ไทยในสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ เพื่อตอกย้ำความเป็นสินค้าของไทยให้กับผู้บริโภค และควรวัฒนธรรมของไทยมาเป็นส่วนประกอบ เนื่องจากเป็นสิ่งที่ชาวต่างชาติจดจำได้ดีเมื่อนึกถึงประเทศไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารตัวอย่าง โปรดใช้วิจารณญาณในการอ่าน ไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

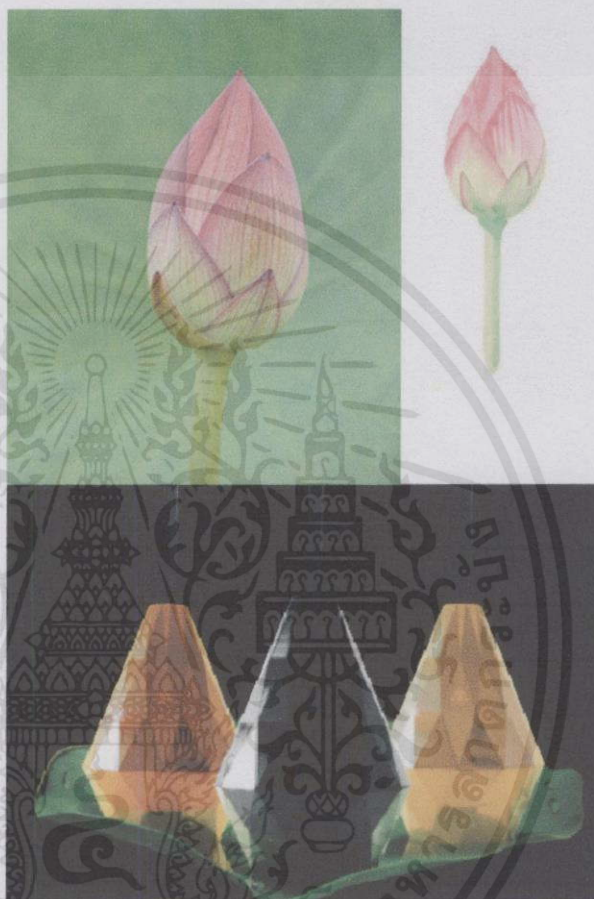
1.3.2.4 วิเคราะห์การนำเอกลักษณ์ไทยมาใช้โดยศึกษาจากผลิตภัณฑ์อื่นๆ  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งเนื่องจากในปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์จำนวนมากที่นำเอาเอกลักษณ์ลักษณะไทยมาใช้ ดังนั้นการศึกษารูปแบบดังกล่าว จะทำให้เราเห็นความเหมาะสมในการนำมาใช้ และเกิดแนวคิดใหม่ๆเพื่อสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าชัชชิริณ

ตารางที่ 1.8 ตารางแสดงแนวทางเอกลักษณ์ไทย

No.	วิธีการนำมาใช้	ตัวอย่าง
1	การนำรูปทรงมาใช้โดยตรง	<p>- การทำผลิตภัณฑ์เป็นรูปทรงต่างๆ เช่น การทำสบู่เป็นรูปดอกลีลาวดี การทำลวดลายลงในสบู่ เป็นต้น</p> 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานภายในเท่านั้น ไม่ควรเผยแพร่สู่สาธารณะโดยไม่ผ่านการพิจารณา  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาหรือข้อมูลใดๆในเอกสารนี้โดยไม่ได้รับอนุญาตจากทางบริษัทฯ

- การใช้รูปทรงของเอกลักษณ์ไทยมาใช้เป็นรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ เช่น การนำรูปทรงของดอกบัวมาแปลงเป็นขวด เป็นต้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>2</p>	<p>การนำมาดัดแปลงเป็น ลวดลายกราฟิก</p>	<p>- การนำมาทำลวดลายกราฟิก</p>  <p>- การนำลวดลายมาเป็นส่วนหนึ่งของบรรจุภัณฑ์</p> 
----------	--	--

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3	การเลือกใช้วัสดุ	<p>- นำวัสดุธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์ไทยมาใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ เช่น การใช้เครื่องจักรสานไทย การใช้ผ้าไทยมาเป็นส่วนประกอบของบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น</p> 
---	------------------	---

### 1.3.3 ปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิก

#### 1.3.3.1 วิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพและความต้องการบรรจุภัณฑ์

เนื่องจากทางผู้ผลิตมีสินค้าจำนวนมาก ดังนั้นจึงต้องมีการจัดกลุ่มเพื่อจัดรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ใกล้เคียงกันเพื่อการวิเคราะห์ปัญหาและหาแนวทางแก้ไขที่เหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์ เอกสารเป็นเอกสารทส่งวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1.9 วิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพและความต้องการบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์		ผลิตภัณฑ์	ลักษณะทางกายภาพ	ความต้องการบรรจุภัณฑ์
ส่วนบรรจุ	ส่วนฝา			
ขวด	ฝาเกลียว แบบมีที่กด	- Hair Treatment	- ผลิตภัณฑ์ที่ถูกบรรจุอยู่ในขวดทั้งหมด มีลักษณะเป็นของเหลว ที่มีความข้นต่างกันเล็กน้อย แล้วแต่ผลิตภัณฑ์	- ปกป้องสินค้าจนถึงมือผู้บริโภคและลดการใช้แรงงาน  - มีรูปแบบการใช้งานที่ตรงกับสินค้าแต่ละชนิดทั้งขนาดและรูปทรง เช่น รูปแบบของฝาแต่ละแบบที่เหมาะสมกับการใช้งานจริง, ขนาดของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับปริมาณการใช้ของผู้บริโภค สามารถหยิบใช้งานได้อย่างสะดวก  - บรรจุภัณฑ์มีภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในการเป็นเครื่องสำอางค์ และสะท้อนเอกลักษณ์ไทยที่แสดงถึงความเป็นไทย
	ฝาเปิดปิด (มีเกลียว)	- Face Serum - Toner		
	ฝาบีม	- Shampoo - Conditioner - Soap Baht - Body Lotion		
หลอด	ฝาเกลียว	- Cleansing Foam - Cleansing Gel	- ผลิตภัณฑ์ของสินค้าที่อยู่ภายในหลอดจะมีความข้นและเหนียวมากกว่าสินค้าที่อยู่ภายในขวด	- ปกป้องสินค้าจนถึงมือผู้บริโภคและลดการใช้แรงงาน  - บรรจุภัณฑ์มีภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในการเป็นเครื่องสำอางค์ และสะท้อนเอกลักษณ์ไทย
กระปุก	ฝาเกลียว	- Face Treatment - Body Treatment	- ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในกระปุก เป็นกลุ่มสินค้าที่มีความข้นและเหนียวมากที่สุด	- ปกป้องสินค้าจนถึงมือผู้บริโภคและลดการใช้แรงงาน  - บรรจุภัณฑ์มีภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในการเป็นเครื่องสำอางค์ และสะท้อนเอกลักษณ์ไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ขอสงวนสิทธิ์ในสิ่งที่ปรากฏ ไม่สามารถนำข้อมูลไปใช้  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้ง หากมีการนำไปใช้

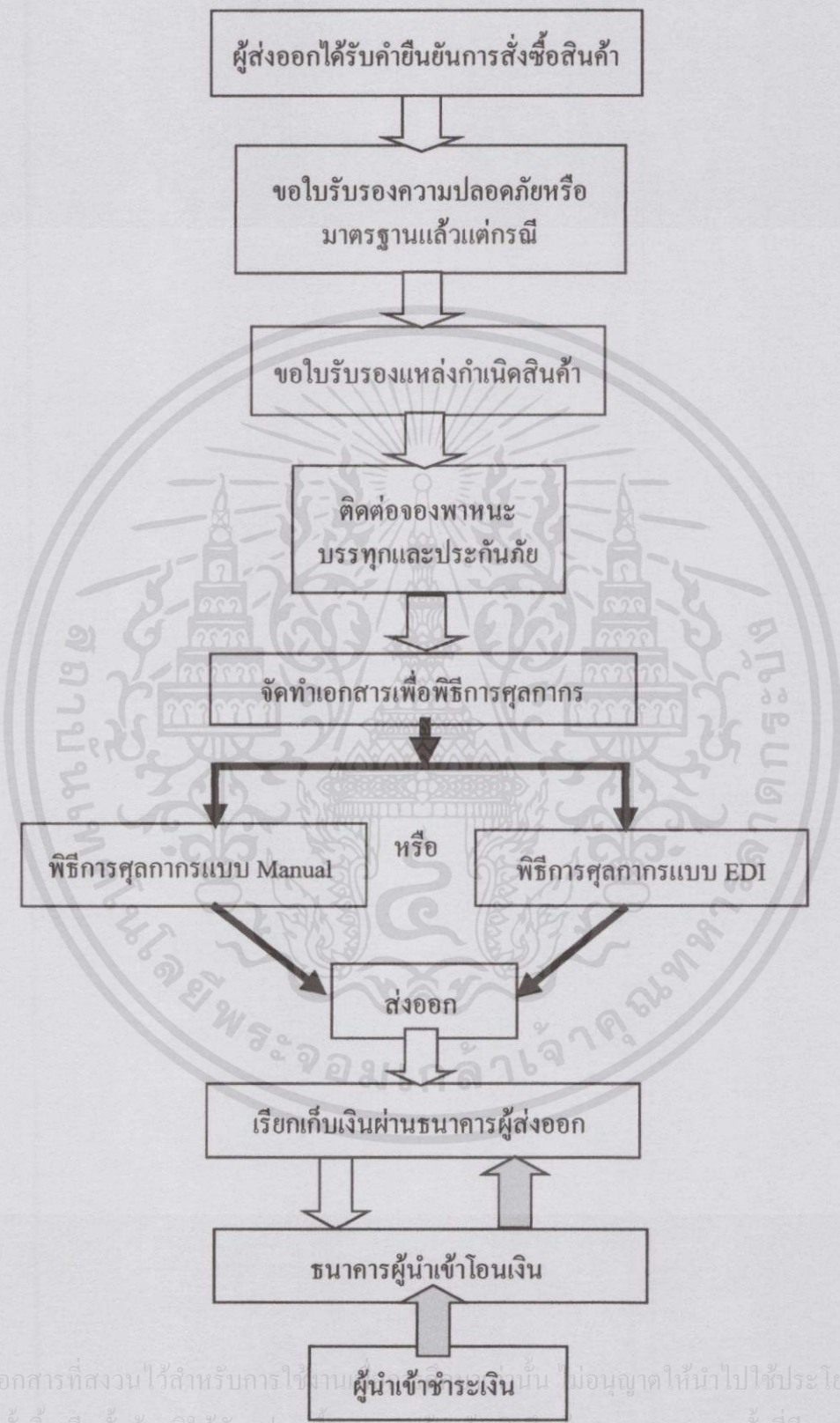
กล่อง กระดาษ (หุ้มฟิล์ม ก่อน 1 ชั้น)	-	- Soap	- เป็นก้อนแข็ง มีสี และมีกลิ่นหอม	- ปกป้องสินค้าจนถึงมือ ผู้บริโภคและถูกกำจัดทิ้ง เมื่อเริ่มใช้งาน ไม่มีการ ใช้งานร่วมกับสินค้า  - บรรจุกฎหมายมีภาพลักษณ์ที่ ดีเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ ในการเป็นเครื่องสำอางค์ และสะท้อนเอกลักษณ์ไทย
--	---	--------	--------------------------------------	--

### 1.3.3.2 วิเคราะห์ปัญหาด้านการขนส่งและการส่งออกสินค้าจากประเทศไทยไปยัง กลุ่มประเทศอาเซียนที่ส่งผลกระทบต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์

ตารางที่ 1.10 แสดงรูปแบบยาพาหนะที่ใช้ในการส่งออกสินค้าในแต่ละประเทศ

ยานพาหนะในการขนส่ง	ประเทศ
เรือ	อินโดนีเซีย, ฟิลิปปินส์, สิงคโปร์, บรูไน
รถ	กัมพูชา, ลาว, มาเลเซีย, พม่า, เวียดนาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้แทนผู้นำเข้าชำระเงินนั้น มีอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 1.10 ขั้นตอนการส่งออกสินค้าจากประเทศไทยไปยังกลุ่มประเทศอาเซียน

ตารางที่ 1.11 วิเคราะห์ปัญหาด้านการขนส่งและการส่งออกสินค้าจากประเทศไทยไปยัง  
กลุ่มประเทศอาเซียนที่ส่งผลกระทบต่อกรออกแบบบรรจุภัณฑ์

No.	ปัญหา	แนวทางการแก้ปัญหา
1	พื้นที่ของตู้คอนเทนเนอร์กับปริมาณ สินค้าในการขนส่ง	- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถซ้อนทับ กันได้ เพื่อเพิ่มปริมาณสินค้าในการขนส่ง - ออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนส่งที่มีขนาดพอดีกับ ขนาดของบรรจุภัณฑ์ที่ไม่สามารถซ้อนทับ กันได้ เพื่อลดการสูญเสียพื้นที่
2	การสื่อสารบนบรรจุภัณฑ์ขนส่ง	- แสดงกราฟฟิคหรือสัญลักษณ์ที่มองเห็นได้ อย่างชัดเจน เพื่อสะดวกต่อการขนส่ง เช่น การแสดงสิ่งของแตกหักง่ายเป็นต้น
3	ค่าใช้จ่ายในการขนส่งจากน้ำหนักของ สินค้าและบรรจุภัณฑ์	- เลือกวัสดุของบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสม กับเครื่องสำอาง และมีน้ำหนักเบา - ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีชิ้นส่วนพอดีต่อการ ใช้งาน เพื่อลดน้ำหนักของบรรจุภัณฑ์สิ้น เปลือง

### 1.3.3.3 วิเคราะห์แนวทางการแก้ปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์

จากการวิเคราะห์บรรจุภัณฑ์เดิมและเรื่องการขนส่งและการส่งออกทำให้เห็น  
ปัญหาและสามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ได้ดังนี้

### ตารางที่ 1.12 ตารางแสดงแนวทางการออกแบบและตัวอย่างการออกแบบ

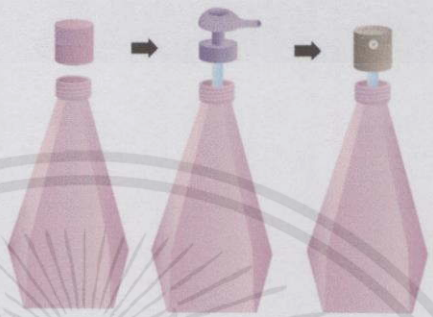
แนวทางการออกแบบ	ตัวอย่างการออกแบบ
เอกลักษณ์ไทย	- การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดึงเอาเอกลักษณ์ไทยมาเป็นส่วนหนึ่งใน โครงสร้าง เพื่อให้เกิดการจดจำและความเป็นเอกลักษณ์ของผู้ผลิต เช่น การนำดอกไม้ไทยมาใช้ในส่วนฝา การนำลายไทยมาเป็นรูป แบบของขวด เป็นต้น

บรรจุภัณฑ์ปัจจุบัน                      บรรจุภัณฑ์ใหม่


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานี้เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลดต้นทุนการผลิต

- การเปลี่ยนรูปแบบเพียงบางส่วนของบรรจุภัณฑ์ เพื่อเปลี่ยนรูปแบบการใช้งานกับผลิตภัณฑ์บางประเภท เช่น การใช้ขวดแบบเดียวกันแต่เปลี่ยนรูปแบบฝาระหว่างครีมบำรุงผิวกับครีมอาบน้ำ เป็นต้น



- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนส่งที่มีขนาดพอดีกับขนาดของบรรจุภัณฑ์ที่ไม่สามารถซ้อนทับกันได้ เพื่อลดการสูญเสียพื้นที่



### 1.3.3.4 วิเคราะห์แนวทางการแก้ปัญหาด้านกราฟฟิก

ตารางที่ 1.13 ตารางแสดงปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหาด้านกราฟฟิก

No.	ปัญหา	แนวทางการแก้ปัญหา
1	กราฟิกไม่สื่อถึงเอกลักษณ์ของไทยที่ชัดเจน	นำเอกลักษณ์ที่ได้ทำการวิเคราะห์ไว้มาเลือกใช้ให้เหมาะสม โดยต้องตรงกับอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ขององค์กร
2	กราฟิกมีความคล้ายคลึงกันทำให้ไม่สามารถแยกประเภทของผลิตภัณฑ์ได้	จัดกลุ่มผลิตภัณฑ์และสร้างสัญลักษณ์ที่แสดงถึงผลิตภัณฑ์กลุ่มนั้นอย่างชัดเจน
3	กราฟิกขาดการสื่อสารถึงวิธีการใช้งาน	ใช้ภาพประกอบแสดงถึงการใช้งาน แทนการใช้เฉพาะตัวอักษรเพียงอย่างเดียว

4	ปัญหาด้านความแตกต่างทางภาษาของแต่ละประเทศ	ใช้ภาพประกอบเข้ามาช่วยเพื่อลดช่องว่างระหว่างภาษา
5	กราฟิกที่จะสื่อถึงภาพรวมของอาเซียน	หาสัญลักษณ์ร่วมเพื่อการแสดงออกถึงความเป็นประชาคมอาเซียน และความเป็นสากลของผลิตภัณฑ์ โดยขั้นตอนนี้ต้องพิสูจน์โดยการสอบถามจากกลุ่มเป้าหมายหลัก คือประชากรใน 10 ประเทศอาเซียน

### 1.3.3.5 การเปรียบเทียบกฎหมายฉลากบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสำหรับอาเซียนกับฉลากบรรจุภัณฑ์เดิม

#### 1.) กฎหมายฉลากบนบรรจุภัณฑ์อาเซียน

23

ก. สิ่งที่ต้องปรากฏอยู่บนฉลากบรรจุภัณฑ์ด้านนอก (สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน)

- (1) ชื่อของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและคุณสมบัติของเครื่องสำอาง
- (2) คำแนะนำในการใช้เครื่องสำอาง
- (3) รายการส่วนผสม ซึ่งประกอบไปด้วย
  - สิ่งเจือปน
  - ส่วนประกอบที่ใช้ในการผลิต แต่ไม่ได้อยู่ในผลิตภัณฑ์สุดท้าย
  - ส่วนผสมที่ต้องใช้ปริมาณจำกัดอย่างเคร่งครัด
- (4) ประเทศผู้ผลิต
- (5) ชื่อและที่อยู่บริษัทที่ผลิตหรือผู้รับผิดชอบในการผลิต
- (6) น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ โดยใช้หน่วย Metric หรือ Imperial
- (7) จำนวนชุดเลขที่การผลิต
- (8) วันที่ผลิตหรือวันหมดอายุ
- (9) ข้อควรระวังพิเศษ
- (10) หมายเลขทะเบียนจากประเทศที่ผลิต

ข. ในกรณีที่ไม่สามารถใส่ข้อมูลในส่วน ก. ลงในฉลากบรรจุภัณฑ์ได้ อนุญาตให้แสดงข้อมูลโดยใช้ แผ่นพับ, ใบปลิว, แท็กแขวน, การเจาะช่องใสบนบรรจุภัณฑ์เพื่อแสดงสินค้า หรือการหุ้มบรรจุภัณฑ์ด้วยฉลากรอบตัว (Shrink Wrap)

- (1) ชื่อของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและคุณสมบัติของเครื่องสำอาง

เอกสารนี้เป็นเอกสาร (2) จำนวนชุดเลขที่การผลิต เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น ขอสงวนสิทธิ์ในสิ่งที่แสดงบนฉลาก โดยต้องอ้างอิงถึงข้อมูลเอกสารทุกครั้งที่มีการแก้ไข

- ก. ข้อมูลที่อยู่ในส่วน ก. และ ส่วน ข. ต้องสามารถอ่านได้ชัดเจนและไม่สามารถลบออกได้
- ง. ข้อมูลที่อยู่ในส่วน ก. จะแสดงเป็นภาษาอังกฤษและ/หรือภาษาประจำชาติและ/หรือภาษาที่ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในประเทศที่จะนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายสามารถเข้าใจได้



ภาพที่ 1.11 ตัวอย่างฉลากบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ชัยศิรินทร์

ตารางที่ 1.14 แสดงการเปรียบเทียบกฎหมายฉลากบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสำหรับอาเซียนกับฉลากบรรจุภัณฑ์เดิม

No.	รายละเอียดของฉลากบนบรรจุภัณฑ์ ที่ต้องมีตามกฎหมายอาเซียน	บรรจุภัณฑ์เดิม		หมายเหตุ
		มี	ไม่มี	
1	ชื่อของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและคุณสมบัติของ เครื่องสำอาง	●		
2	คำแนะนำในการใช้เครื่องสำอาง	●		มีแต่ยังไม่ครบถ้วน
3	รายการส่วนผสม		●	
4	ประเทศผู้ผลิต	●		
5	ชื่อและที่อยู่บริษัทที่ผลิตหรือผู้รับผิดชอบ ในการผลิต	●		
6	น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ โดยใช้หน่วย Metric หรือ Imperial	●		
7	จำนวนชุดเลขที่การผลิต		●	
8	วันที่ผลิตหรือวันหมดอายุ	●		การใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
9	ข้อควรระวังพิเศษ		●	ไม่ว่ากรณีใดก็ตาม ให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
10	หมายเลขทะเบียนจากประเทศที่ผลิต		●	

### 1.3.3.6 การวิเคราะห์เพื่อหาสัญลักษณ์ร่วมใน 10 ประเทศอาเซียน

จากข้อมูลที่มาของอาเซียนสามารถวิเคราะห์เป็นแนวทางในการหาสัญลักษณ์ร่วมใน 10 ประเทศอาเซียนได้ดังนี้

ตารางที่ 1.15 ตารางแสดงวิเคราะห์แนวทางในการหาสัญลักษณ์ร่วมใน 10 ประเทศอาเซียน

No.	แนวทางการแก้ปัญหา	ตัวอย่าง
1	หาเทศกาลและวัฒนธรรมที่มีความเข้าใจที่ค่อนข้างตรงกันในด้านความรู้สึก แล้วศึกษาสัญลักษณ์จากวัฒนธรรมเหล่านั้น	- การศึกษาวันแม่ของแต่ละประเทศเพื่อหาการแทนความหมายของดอกไม้ในแต่ละประเทศ
2	ศึกษาสัญลักษณ์เดิมที่ถูกใช้ในบรรจุภัณฑ์ของแต่ละประเทศ	- การศึกษาสัญลักษณ์ที่แสดงวิธีการใช้งาน - การศึกษารูปแบบการจัดวางส่วนประกอบบนบรรจุภัณฑ์
3	ตีความหมายของการรวมประชาคมและสร้างสัญลักษณ์ใหม่	- การนำคำว่า ASEAN มาตีความและแปลงเป็นสัญลักษณ์ใหม่

### 1.3.3.6 การแบ่งกลุ่มวัฒนธรรมอาเซียน

จากข้อมูลของศูนย์ข้อมูลข่าวอาเซียน ได้การวิเคราะห์เรื่องการแบ่งวัฒนธรรมในกลุ่มประเทศออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขง ได้แก่ ไทย, ลาว, เขมร, พม่า และ เวียดนาม
2. กลุ่มวัฒนธรรมมุสลิม ได้แก่ มาเลเซีย, อินโดนีเซีย, บรูไน, คารุซาลาม และ สิงคโปร์
3. กลุ่มวัฒนธรรมฟิลิปปินส์

ซึ่งในกลุ่มที่ถูกจัดอยู่ในประเภทเดียวกัน จะมีความคล้ายคลึงกันในด้าน ประเพณี และความชอบต่างๆ ดังนั้น จึงเลือกผลิตภัณฑ์จากทั้งหมด 10 รูปแบบ ออกมา 3 กลุ่ม เพื่อมาจัดเป็นเซตตามกลุ่มวัฒนธรรม ดังนี้

1. กลุ่มวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขง – กลิ่นว่านหางจระเข้ (Aloe Vera)
2. กลุ่มวัฒนธรรมมุสลิม – กลิ่นอัญชัน (Asean Pigeonwings)
3. กลุ่มวัฒนธรรมฟิลิปปินส์ – กลิ่นมังคุด (Mangosteen)

## 1.4 ขอบเขตของโครงการการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารทบทวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ จะต้องมีใบแจ้งการโอนสิทธิ์และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 1.4.1 ขอบเขตของโครงการด้านคุณภาพ

- 1.4.1.1 ออกแบบอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของแบรนด์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์

1.4.1.2 ออกแบบกราฟิกที่สามารถสื่อความหมายถึงสินค้า และช่วยลดช่องว่างความแตกต่างระหว่างภาษาใน 10 ประเทศอาเซียน และมีการใส่รายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ที่ครบถ้วนตามหลักสากลของสินค้าส่งออกในประชาคมอาเซียน

1.4.1.3 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยในการจัดหมวดหมู่และประเภทของสินค้าได้อย่างชัดเจน และเป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์ทำให้เกิดการจดจำ

1.4.1.4 ออกแบบส่วนส่งเสริมการขายและสื่อประชาสัมพันธ์ที่จำเป็นต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์

#### 1.4.2 ขอบเขตของโครงการด้านปริมาณ

1.4.2.1 ออกแบบเอกลักษณ์องค์กร

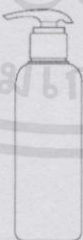

- ออกแบบตราสินค้า
- ออกแบบกราฟิกที่เป็นเอกลักษณ์ร่วมกับตราสินค้า
- คู่มือการใช้งานตราสินค้าและกราฟิกที่เป็นเอกลักษณ์ร่วมกับตราสินค้า

1.4.2.2 ออกแบบส่วนส่งเสริมการขาย

- โปสเตอร์ผลิตภัณฑ์

1.4.2.3 ออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิก ตามตารางด้านล่าง ดังนี้





ตารางที่ 1.16 แสดงรายการผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลผม

No.	รายการผลิตภัณฑ์			บรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิ	บรรจุภัณฑ์อื่น		ปริมาณงาน	
	ประเภท	สมุนไพร	ขนาด		รวมหน่วย	ขนส่ง	โครงสร้าง	กราฟิก
1	Shampoo	ว่านหางจระเข้	320 กรัม			●	1	3
		อัญชัญ						
		มังคุด						
2	Conditioner	ว่านหางจระเข้	320 กรัม				1	3
		อัญชัญ						
		มังคุด						

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3	Hair Treatment	ว่านหาง จรเข้	180 กรัม				1	3
		อัญชัญ						
		มังคุด						





ตารางที่ 1.17 แสดงรายการผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลผิวหน้า

No.	รายการผลิตภัณฑ์			บรรจุภัณฑ์ ปฐมภูมิ	บรรจุภัณฑ์อื่น		ปริมาณงาน	
	ประเภท	สมุนไพร	ขนาด		รวม หน่วย	ขนส่ง	โครงสร้าง	กราฟิก
1	Cleansing Foam	ว่านหาง จรเข้	80 กรัม				1	3
		อัญชัญ						
		มังคุด						
2	Cleansing Gel	ว่านหาง จรเข้	80 กรัม				1	3
		อัญชัญ						
		มังคุด						
3	Face Treatment	ว่านหาง จรเข้	40 กรัม				1	3
		อัญชัญ						
		มังคุด						
4	Face Serum	ว่านหาง จรเข้	100 กรัม				1	3
		อัญชัญ						
		มังคุด						

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามเผยแพร่หรือดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5	Toner	ว่านหาง จรเข้	100 กรัม				1	3
		อัญชัญ						
		มังคุด						


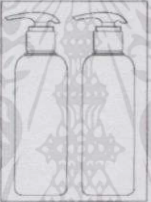

ตารางที่ 1.18 แสดงรายการผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลผิวกาย

No.	รายการผลิตภัณฑ์			บรรจุภัณฑ์ ปฐมภูมิ	บรรจุภัณฑ์อื่น		ปริมาณงาน	
	ประเภท	สมุนไพร	ขนาด		รวม หน่วย	ขนส่ง	โครงสร้าง	กราฟิก
1	ครีมอาบน้ำ	ว่านหาง จรเข้	280 กรัม				1	3
		อัญชัญ						
		มังคุด						
2	โลชั่นบำรุง ผิว	ว่านหาง จรเข้	280 กรัม				1	3
		อัญชัญ						
		มังคุด						
3	ครีมบำรุง ผิวกาย	ว่านหาง จรเข้	300 กรัม				1	3
		อัญชัญ						
		มังคุด						
4	สบู่ก้อน	ว่านหาง จรเข้	100 กรัม				1	3
		อัญชัญ						
		มังคุด						

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์การใช้งานเพื่อการศึกษานานาชาติ ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1.19 แสดงรายการผลิตภัณฑ์ชุดของขวัญ

No.	รายการผลิตภัณฑ์			บรรจุภัณฑ์ ปฐมภูมิ	บรรจุภัณฑ์อื่น		ปริมาณงาน	
	ประเภท	สมุนไพร	ขนาด		รวม หน่วย	ขนส่ง	โครงสร้าง	กราฟิก
1	Face Gift Set - Cleansing Gel - Face Serum	ว่านหาง จรเข้	180 กรัม				1	3
		อัญชัญ						
		มังคุด						
2	Body Gift Set - Soap Baht - Body Lotion	ว่านหาง จรเข้	280 กรัม (x 2)				1	3
		อัญชัญ						
		มังคุด						
3	Hair Gift Set - Shampoo - Conditioner	ว่านหาง จรเข้	320 กรัม (x 2)				1	3
		อัญชัญ						
		มังคุด						

สรุปปริมาณงานทั้งหมด 15 โครงสร้าง 45 กราฟฟิก

## 1.5 ขั้นตอนการดำเนินการออกแบบ

### 1.5.1 ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจเสรีอาเซียน

1.5.1.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายมาตรฐานการควบคุมการผลิตและการส่งออก  
สินค้าในกลุ่มสมุนไพรและเครื่องสำอางค์

### 1.5.2 ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ผลิตขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

1.5.2.1 ศึกษาประวัติความเป็นมาของแบรนด์  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามให้ตัดแบบลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5.2.2 ศึกษารูปแบบและรายละเอียดของสินค้าแต่ละประเภทของผู้ผลิต

1.5.2.3 ศึกษาแนวโน้มด้านการตลาดอนาคตของบริษัท

#### 1.5.2.4 จัดกลุ่มและหมวดหมู่สินค้าเพื่อการออกแบบ

### 1.5.3 ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

#### 1.5.3.1 ศึกษาลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์

#### 1.5.2.2 ศึกษาคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เพื่อการเลือกใช้วัสดุ

### 1.5.4 ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลคู่แข่งทางการตลาด

#### 1.5.4.1 ศึกษาการตลาดของสินค้าสมุนไพรในกลุ่มอาเซียนและจัดตำแหน่งสินค้า

#### 1.5.4.2 ศึกษาแนวทางตลาดของสินค้าในอนาคต

### 1.5.5 ศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

#### 1.5.5.1 ศึกษากลุ่มเป้าหมายหลักของบริษัท

#### 1.5.5.2 ศึกษารูปแบบการใช้งานบรรจุภัณฑ์แต่ละประเภทของผู้บริโภค

### 1.5.6 ประมวลผลข้อมูล วิเคราะห์ และออกแบบ

#### 1.5.6.1 สร้างแนวทางการออกแบบ

#### 1.5.6.2 ออกแบบอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของแบรนด์

#### 1.5.6.3 ออกแบบบรรจุภัณฑ์

### 1.5.7 ตรวจสอบผลการออกแบบ

#### 1.5.7.1 ทำแบบสอบถามความคิดเห็นด้านการออกแบบกับกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ ประชากรในกลุ่ม 10 ประเทศอาเซียน และกลุ่มเป้าหมายรอง คือ ประชากรในประเทศไทย

#### 1.5.7.2 สรุปความคิดเห็นเพื่อการพัฒนา

### 1.5.8 พัฒนารูปแบบ

### 1.5.9 สรุปผลการออกแบบ

## 1.6 ความเป็นไปได้ของโครงการ

### 1.6.1 ด้านนโยบาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารของบริษัทที่มีความต้องการในการเพิ่มตลาดการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนมากขึ้นจากการค้าจากเดิม เพราะตลาดภายในประเทศเริ่มมีการแข่งขันสูง และมีผู้ผลิตเพิ่มขึ้นจำนวนมาก โดยต้องการให้แบรนด์เป็นที่จดจำ และสินค้าที่ส่งออกตรงตามมาตรฐานของอาเซียน

### 1.6.2 ด้านเศรษฐกิจ

มูลค่าส่งออกสินค้าเครื่องสำอางจากธรรมชาติและสมุนไพรจากประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวที่เพิ่มขึ้นในการส่งออกไปตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอยู่ในช่วงกำลังเปิดตลาดประชาคมอาเซียน ทำให้เกิดตลาดใหม่เพื่อการส่งออกสินค้าเพิ่มขึ้นอีกด้วย

### 1.6.3 ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากเป็นสินค้าที่ทำจากสมุนไพรไทยซึ่งมีความเป็นธรรมชาติ และสามารถหาได้ง่ายภายในประเทศ ถือเป็น การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า และกระตุ้นให้ผู้ประกอบการสินค้าอื่น ๆ เห็นความสำคัญของการนำทรัพยากรภายในประเทศมาพัฒนาและเพิ่มมูลค่าเช่นกัน

### 1.6.4 ด้านการศึกษา

เป็นตัวอย่างให้ผู้สนใจจะพัฒนาบรรจุภัณฑ์และกราฟิกของสินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า รวมถึงศึกษาด้านการตลาด การดำเนินงาน เพื่อนำไปศึกษาและพัฒนาตนเองต่อไปในอนาคต

## 1.7 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของตราสินค้าที่แสดงถึงความเป็นหัชชีขริน ให้เกิดความน่าเชื่อถือ มีความเป็นเอกลักษณ์ และจดจำง่ายในกลุ่มผู้บริโภค

1.7.2 บรรจุภัณฑ์และกราฟิกที่มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย และมีความเป็นสากลใน 10 ประเทศอาเซียน เพื่อลดช่องว่างในการสื่อสารระหว่างภาษาที่แตกต่างกัน

1.7.3 เพิ่มมูลค่าการส่งออกของสินค้าในระดับต่างประเทศ

1.7.4 กระตุ้นให้ผู้ประกอบการสินค้าอื่น ๆ เกิดการตื่นตัวเพื่อตอบรับการเปิดอาเซียน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 2

### การค้นคว้าและสรุปผลข้อมูล

#### 2.1 ข้อมูลเบื้องต้นของบริษัทผู้ผลิต

##### 2.1.1 ประวัติและความเป็นมาของชัยศิขรินทร์

“สมุนไพรชัยศิขรินทร์” กำเนิดขึ้นภายใต้แนวคิดของนายสมศักดิ์ และนางสายทอง ชัยศิขรินทร์ เจ้าของบ้านสวนสมุนไพรชัยศิขรินทร์ ตั้งอยู่ที่อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดลำพูน โดยทั้งคู่ช่วยกันคิดค้นผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด ด้วยเป้าหมายที่ต้องการนำผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจำหน่ายไปทั่วประเทศและออกสู่ตลาดต่างประเทศในที่สุด

ในช่วงกระแสของสปากำลังมาแรง คุณสมศักดิ์ ซึ่งไม่เคยจับธุรกิจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรและเครื่องประพินผิวมาก่อน เพราะแต่เดิมทำธุรกิจค้าขายพืชไร่ ซึ่งเป็นธุรกิจพื้นฐานของจังหวัดลำพูน แต่ด้วยช่องทางและความรู้ทางด้านสมุนไพรที่มีอยู่แต่เดิมของคุณสายทองซึ่งเป็นภรรยา ทำให้ทั้งคู่ได้ตัดสินใจลองผิดลองถูกในการคิดค้นค้นสมุนไพร นำร่องเป็นสินค้าแรก

ที่มาของบ้านสวนสมุนไพรชัยศิขรินทร์มาจาก บรรพบุรุษของคุณสายทอง ชัยศิขรินทร์ เป็นหมอพื้นบ้านที่รักษาโรคต่างๆ ด้วยสมุนไพร และมีการถ่ายทอดความรู้จากรุ่นสู่รุ่น กระทั่งปี 2547 ซึ่งรัฐบาลได้สนับสนุนสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ประกอบกับกระแสความนิยมเกี่ยวกับสปากำลังได้รับความนิยม จึงคิดสูตรใหม่เพื่อทดลองทำสปาขัดผิวออกมาวางตลาด ขณะเดียวกันมีคนที่รู้จักที่มีความรู้ทางด้านผลิตภัณฑ์ความงามมาช่วยเป็นที่ปรึกษาให้

โดยผลิตภัณฑ์ของบ้านสวนสมุนไพรชัยศิขรินทร์ จะเน้นไปที่เป็นลักษณะโฮมสปา สามารถใช้ได้ง่ายสะดวก เก็บรักษาง่าย เหมาะกับการใช้ชีวิตประจำวันของคนในยุคปัจจุบัน

##### 2.1.2 วิสัยทัศน์และ

###### 2.1.2.1 วิสัยทัศน์

มุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทยให้ออกสู่ตลาดโลกและนำความ  
ยั่งยืนสู่ชุมชน

###### 2.1.2.2 พันธกิจ

พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพผิวที่ผลิตจากวัตถุดิบจากสมุนไพรไทยอย่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ โดยบริษัทฯ ขอสงวนสิทธิ์ใน  
ต่อเนื่องด้วยมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับ ไปสู่ผลิตภัณฑ์เป็นมิตรกับ

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งยัง  
สิ่งแวดล้อมมีความบริสุทธิ์ และเป็นผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก ทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.1.3 นโยบายด้านการตลาดของผู้ผลิต

### 2.1.3.1 ด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ที่บ้านสวนสมุนไพรชัยศิรินทร์ผลิตจากสมุนไพรไทย เช่น มะกรูด, มะขาม, ขมิ้นชัน, กวาวเครือขาว, ดอกคำฝอย, ลูกข่อย, ลูกสำรอง และว่านหางจระเข้ เป็นต้น ดังนั้นผลิตภัณฑ์จึงจะมีราคาสูง มุ่งขายให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นผู้หญิงวัยทำงาน เพราะมีกำลังซื้อเพียงพอ และมีความต้องการตรงกับคุณสมบัติของสินค้า

เนื่องจากในปัจจุบันนี้ เครื่องกระแสมการใช้สมุนไพรในการบำรุงรักษาผิวพรรณ กำลังเพิ่มมากขึ้น ผู้ผลิตจึงสนใจศึกษาค้นคว้าจากสมุนไพรไทยเหล่านั้น เพื่อผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องสำอาง ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสะดวกสบายในการใช้ นอกจากนี้ยังสามารถนำไปใช้ในธุรกิจบริการได้ เช่น ธุรกิจร้านเสริมสวย ธุรกิจสปา เป็นต้น

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของบ้านสวนสมุนไพรชัยศิรินทร์เป็นกลยุทธ์บรรจุภัณฑ์ที่ ใช้อยู่เสมอ ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์โดยการเปลี่ยนแปลงด้าน รูปลักษณ์ วัสดุ สี สัน และป้ายฉลากสินค้าที่มีรูปภาพหรือลวดลายที่สวยงามสะดุดตา ทันสมัย มากขึ้น สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า อำนวยความสะดวกในการใช้มากขึ้น ซึ่งจะช่วย กระตุ้นให้ผู้ซื้อเกิดความสนใจ ความต้องการ และความมั่นใจที่จะซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์ มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในลักษณะการทำหน้าที่เสมือนพนักงานขายให้กับผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ บรรจุภัณฑ์ของบ้านสวนสมุนไพรชัยศิรินทร์ได้มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์แต่ละ ชนิดให้มีความแตกต่างกันด้านรูปร่างและเพิ่มสะดวกในการใช้ผลิตภัณฑ์ วัสดุที่ใช้ก็พลาสติก สีใสเพื่อให้สามารถมองเห็นตัวผลิตภัณฑ์ภายในบรรจุภัณฑ์ที่มีสีสันต่างกัน นำใช้งาน

### 2.1.3.2 ด้านราคาสินค้า

- การตั้งราคาสูงเพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีของกิจการ และสื่อความหมายการเป็น สินค้าคุณภาพ เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่มักมองว่าสินค้าน่าราคาสูงกว่าจะมีคุณภาพดีกว่า และ เพื่อเจาะจง ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่มีอำนาจการซื้อ

- การใช้นโยบายราคาเดียว คือกำหนดราคาเดียวสำหรับผลิตภัณฑ์ชนิด เดียวกัน ปริมาณเท่ากัน ภายใต้งบเงินที่เหมือนกัน สามารถซื้อในราคาเดียวกันได้ไม่ว่าผู้ซื้อ จะเป็นใคร วิธีนี้จะช่วยให้กิจการรักษาค่านิยมและภาพพจน์ของกิจการได้

- กลยุทธ์การปรับราคาให้ต่ำลงสำหรับบางผลิตภัณฑ์ ในช่วงแนะนำสินค้า โดยการจัดโปรโมชั่นสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ออกใหม่ เพื่อให้ผู้บริโภคกล้าตัดสินใจมากขึ้นใน การทดลอง ใช้ผลิตภัณฑ์ของกิจการ

- สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกต่างประเทศจะมีการปรับราคาสูงขึ้น

- กลยุทธ์การตั้งราคาพิเศษสำหรับตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์และสมาชิก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในองค์กรเท่านั้น ไม่ควรเผยแพร่ไปใช้ในที่อื่นใดโดยไม่ได้รับอนุญาต  
ไม่ว่ากรณีใดก็ตาม จะได้รับส่วนลดทางการค้า

### 2.1.3.3 ด้านประชมสัมพันธ์

การจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ แผ่นพับโปรซัวร์, การทำเวปไซส์, นามบัตร เป็นต้น และให้สัมพันธ์กับสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เพื่อให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

### 2.1.3.4 ด้านช่องทางการจำหน่าย

สำหรับช่องทางในการจัดจำหน่าย บ้านสวนสมุนไพร ชัยศิขริน ได้มีการจัดจำหน่ายทั้งปลีกและขายส่งผ่านตัวแทนจำหน่าย โดยมีร้านค้าขององค์กรอยู่ 3 แห่ง คือ

- สำนักงานใหญ่ บ้านสวนสมุนไพร ชัยศิขริน อ.บ้านโฮ้ง จ.ลำพูน
- ร้านบ้านสวนสมุนไพรชัยศิขริน สาขาเซลทรัลภาคสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ ชั้น BI ภาคเมือง
- เซนทรัลโรบินสัน แอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่
- เซนทรัลขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ชั้น G หน้า Top Supermarket

### 2.1.4 SWOT Analysis ของ ชัยศิขริน

#### 1. จุดแข็ง (Strength)

- มีโรงงานผลิตเป็นของตนเอง
- มีผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิตที่นำเชื่อถือ และจัดส่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพให้อย่างต่อเนื่อง
- มีผลิตภัณฑ์หลากหลายชนิดให้ผู้บริโภคเลือก
- ออกบูธเพื่อโฆษณาสินค้าอยู่เสมอ ทำให้ลูกค้ารู้จักตราหือ(แบรนด์) มากขึ้น
- กิจกรรมมีช่องทางให้ลูกค้าติดต่อเพื่อสอบถามข้อมูลหรือขอคำแนะนำ หลากหลายช่องทาง
- เป็นกิจการของครอบครัว การบริหารงานจึงค่อนข้างคล่องตัว
- มีเงินทุนในการดำเนินงานเพียงพอ
- มีการส่งออกสินค้าไปจำหน่ายยังต่างประเทศ
- กิจการได้รับการจดทะเบียน OTOP ทำให้ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล
- เจ้าของกิจการมีความรู้เรื่องสมุนไพรเป็นอย่างดี
- ผลิตภัณฑ์ไม่มีสารสังเคราะห์อื่นเจือปน ทำให้ผู้ใช้ไม่เกิดอาการแพ้
- มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อยู่เสมอ
- มีที่ปรึกษาที่มีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ความงาม
- มีบรรจุกษณ์ที่สวยงาม สามารถดึงดูดใจลูกค้า
- มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่แน่นอน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ผู้ถือลิขสิทธิ์ทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 2. จุดอ่อน

- ยังมีตัวแทนจำหน่ายไม่มาก ทำให้ลูกค้าหาซื้อผลิตภัณฑ์ได้ยาก
- ตราสินค้าของกิจการยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคมากนัก (ตราสินค้ายังไม่แข็งแรง)

### 3. โอกาส

- ผู้บริโภคมีความนิยมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพกันมากขึ้น โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของสมุนไพร
- มีแหล่งปลูกสมุนไพรที่มีคุณภาพในประเทศไทย
- ปัจจุบันธุรกิจสปามีอยู่แพร่หลาย ซึ่งมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากสมุนไพร
- จากเทคโนโลยีมีการพัฒนาและก้าวหน้ามากขึ้น ส่งผลให้กระบวนการผลิตสินค้ามีประสิทธิภาพมากขึ้นรวมถึงเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ

### 4. อุปสรรค

- มีคู่แข่งจำนวนมาก ทำให้มีการแข่งขันรุนแรง มีคู่แข่งรายใหม่เข้าสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง
- น้ำมันขึ้นราคา มีผลกระทบต่อต้นทุนการขนส่งสินค้า
- สินค้าเลียนแบบได้ง่าย ทำให้กิจการจำเป็นต้องสร้างความแตกต่าง รวมทั้งสร้างการรับรู้ในตราสินค้าให้กับผู้บริโภค
- การเมืองในปัจจุบันยังไม่มั่นคงจึงส่งผลในการดำเนินการของกิจการ คือทำให้การดำเนินงานเกี่ยวกับการขอเอกสารต่างๆ รวมไปถึงในด้านการลงทุนของชาวต่างชาติที่ต้องการนำผลิตภัณฑ์ไปขายค่อนข้างมีปัญหา

สรุป จากการทำ SWOT Analysis ทำให้ทราบถึงโอกาสที่บริษัทจะได้รับ และสำรวจถึงอุปสรรคที่จะเกิดขึ้นในอนาคต อีกทั้งบริษัทยังมีจุดแข็งในเรื่องการส่งออกสินค้าไปจำหน่ายในต่างประเทศ ซึ่งส่งผลต่อการความต้องการใหม่ ที่จะนำสินค้าส่งออกไปยัง 10 ประเทศอาเซียน ส่วนในเรื่องจุดอ่อนคือด้านภาพลักษณ์ที่ผู้บริโภคยังไม่สามารถจดจำตราสินค้าได้ ก็จะนำไปเป็นฐานข้อมูลสำหรับการออกแบบต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับประชาคมอาเซียน

เนื่องจากการนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดอาเซียนเป็นประเด็นสำคัญของหัวข้อวิทยานิพนธ์ ดังนั้น เราจึงจำเป็นต้องรู้จักและทำความเข้าใจเกี่ยวกับอาเซียน เพื่อเป็นส่วนหนึ่งใช้ในการหาจุดร่วมของอาเซียน

### 2.2.1 ความเป็นมาของประชาคมอาเซียน

ประชาคมอาเซียน หรือ สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Association of South East Asian Nations : ASEAN) เป็นองค์การระหว่างประเทศระดับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่ผู้นำประเทศสมาชิกอาเซียนได้ตกลงกันที่จะจัดตั้งซึ่งประกอบด้วย 3 เสาหลัก คือ

1. ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asean Economic Community:AEC)
2. ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (Socio-Cultural Pillar)
3. ประชาคมความมั่นคงอาเซียน (Political and Security Pillar)

คำขวัญของอาเซียน คือ “ One Vision, One Identity, One Community.”

หนึ่งวิสัยทัศน์ หนึ่งอัตลักษณ์ หนึ่งประชาคม

เดิมกำหนดเป้าหมายที่จะตั้งขึ้นในปี 2563 แต่ต่อมาได้ตกลงกันเลื่อนกำหนดให้เร็วขึ้นเป็นปี 2558 และก้าวสำคัญต่อมาคือการจัดทำปฏิญญาอาเซียน (ASEAN Charter) ซึ่งมีผลบังคับใช้แล้วตั้งแต่เดือนธันวาคม ปี 2552 นับเป็นการยกระดับความร่วมมือของอาเซียนเข้าสู่มิติใหม่ในการสร้างประชาคม โดยมีพื้นฐานที่แข็งแกร่งทางกฎหมายและมีองค์กรรองรับการดำเนินการเข้าสู่เป้าหมายดังกล่าวภายในปี 2558

ปัจจุบันประเทศสมาชิกอาเซียนรวม 10 ประเทศได้แก่ ไทย, พม่า, มาเลเซีย, อินโดนีเซีย, ฟิลิปปินส์, สิงคโปร์, เวียดนาม, ลาว, กัมพูชา และบรูไน



ภาพที่ 2.1 ภาพสัญลักษณ์อาเซียนและ 10 ประเทศอาเซียน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับใช้เฉพาะในเชิงวิชาการเท่านั้น มิฉะนั้นผู้ใดให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.2.2 วัตถุประสงค์ในการก่อตั้งประชาคมอาเซียน

ประชาคมอาเซียน ก่อตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เริ่มแรกเพื่อสร้างสันติภาพในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อันนำมาซึ่งเสถียรภาพทางการเมือง และความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม และเมื่อการค้าระหว่างประเทศในโลกมีแนวโน้มกีดกันการค้ารุนแรงขึ้น ทำให้อาเซียนได้หันมามุ่งเน้นกระชับและขยายความร่วมมือด้านเศรษฐกิจการค้าระหว่างกันมากขึ้น วัตถุประสงค์หลักที่กำหนดไว้ในปฏิญญาอาเซียน (The ASEAN Declaration) มี 7 ประการ ดังนี้

1. ส่งเสริมความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ความก้าวหน้าทางสังคมและวัฒนธรรม
2. ส่งเสริมการมีเสถียรภาพ สันติภาพและความมั่นคงของภูมิภาค
3. ส่งเสริมความร่วมมือทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม วิชาการ วิทยาศาสตร์ และด้านการบริหาร
4. ส่งเสริมความร่วมมือซึ่งกันและกันในการฝึกอบรมและการวิจัย
5. ส่งเสริมความร่วมมือในด้านเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม การค้า การคมนาคม การสื่อสาร และปรับปรุงมาตรฐานการดำรงชีวิต
6. ส่งเสริมการมีหลักสูตรการศึกษาเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
7. ส่งเสริมความร่วมมือกับองค์กรระดับภูมิภาคและองค์การระหว่างประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

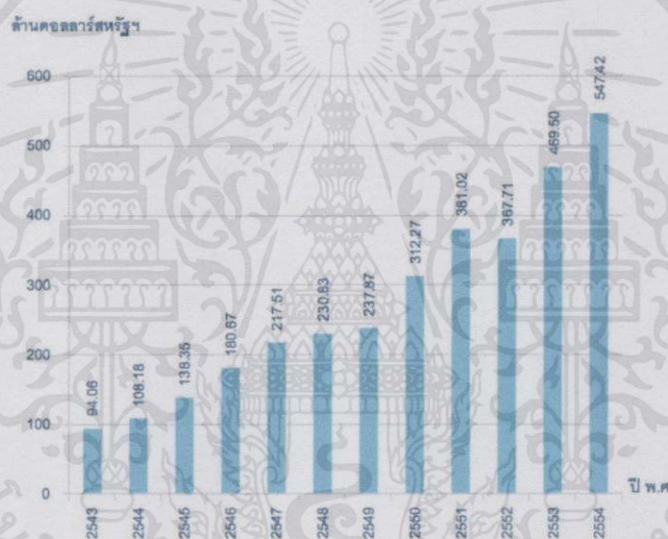
## 2.3 ข้อมูลด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์

### 2.3.1 มูลค่าการนำเข้าและส่งออกสินค้าประเภทเครื่องสำอางค์ของไทย

วิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้เพื่อนำมาเป็นส่วนหนึ่งในการแบ่งการให้ความสำคัญการส่งออกสินค้าในแต่ละประเทศซึ่งจะมีผลต่อกระบวนการออกแบบ

#### 2.3.1.1 มูลค่าการนำเข้าเครื่องสำอางของไทยในช่วงปี 2543-2554

ในปี 2554 ไทยมีการนำเข้าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเพิ่มขึ้นจากมูลค่า 469.50 ล้านดอลลาร์ในปี 2553 เป็นมูลค่า 547.32 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.60)



ภาพที่ 2.2 ภาพแผนผังมูลค่าการนำเข้าเครื่องสำอางของไทยในช่วงปี 2543-2554

#### 2.3.1.2 มูลค่าการนำเข้าเครื่องสำอางของไทยแยกเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ปี 2554

ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจะแยกออกเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

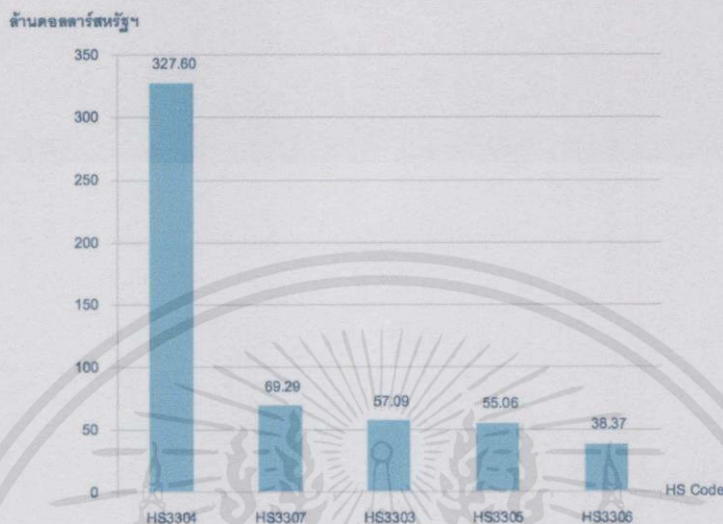
- ผลิตภัณฑ์หัวน้ำหอมและน้ำหอม (HS 3303)
- ผลิตภัณฑ์เสริมความงามหรือแต่งหน้า (HS 3304) เช่น ลิปสติก ดินสอเขียนคิ้ว ครีม และ โลชั่น เป็นต้น
- ผลิตภัณฑ์สำหรับใช้กับผม (HS 3305) เช่น แชมพู น้ำยาคัดผม น้ำยายืดผม เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น ห้ามนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีที่ติดเบ็ดเตล็ดเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของลิขสิทธิ์ทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยกลุ่มสินค้าที่มีมูลค่านำเข้ามากที่สุดในปี 2554 ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เสริม

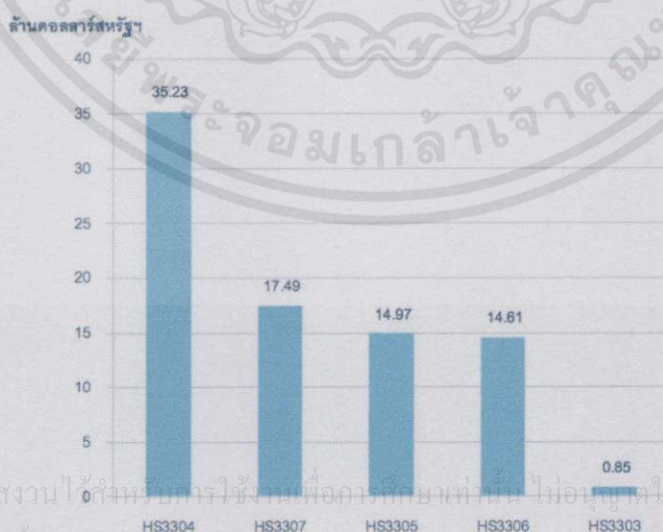
ความงามหรือแต่งหน้า (HS 3304) มีมูลค่าการนำเข้า 327.60 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.14 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า



ภาพที่ 2.3 ภาพแผนผังมูลค่าการนำเข้าเครื่องสำอางของไทยแยกเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ปี 2554

2.3.1.3 มูลค่าการนำเข้าเครื่องสำอางของไทยจากประเทศอาเซียนแยกเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ปี 2554

ปี 2554 การนำเข้าเครื่องสำอางจากประเทศสมาชิกอาเซียน มีสัดส่วนการนำเข้าเพียงร้อยละ 15.19 ของมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางโดยรวมของไทย โดยนำเข้าผลิตภัณฑ์เสริมความงามหรือแต่งหน้า (HS 3304) มากที่สุด มีมูลค่าการนำเข้า 35.23 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 6.79 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า

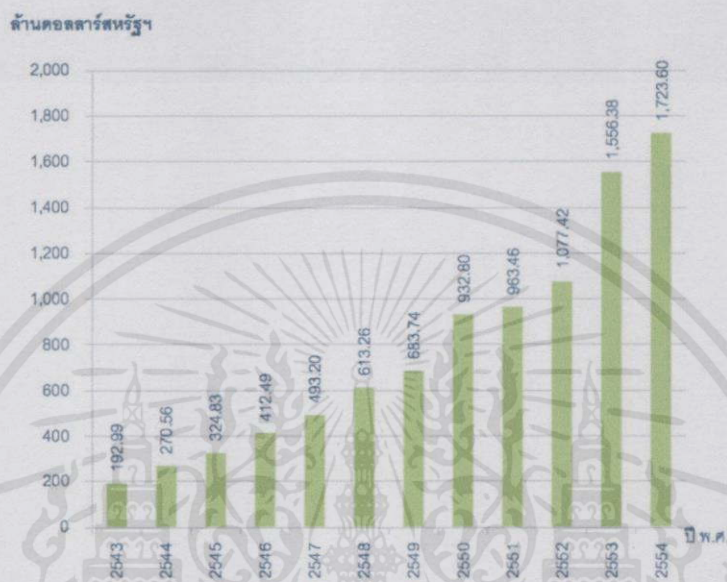


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 2.4 ภาพแผนผังมูลค่าการนำเข้าเครื่องสำอางของไทยจากประเทศอาเซียนแยกเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ปี 2554

### 2.3.1.4 มูลค่าการนำส่งออกเครื่องสำอางของไทยในช่วงปี 2543-2554

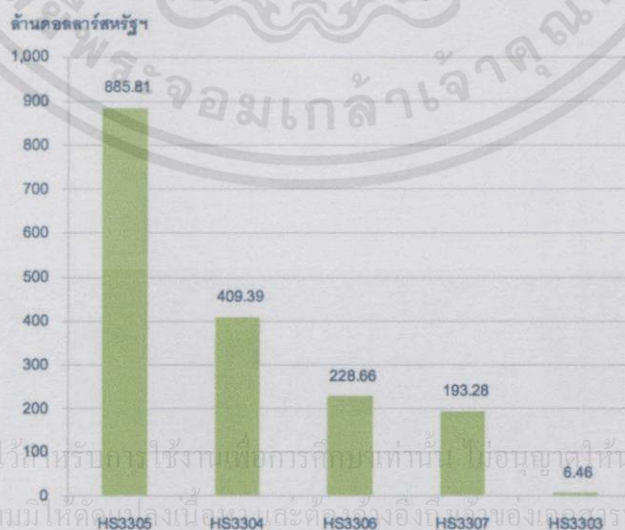
ในปี 2554 ไทยมีการส่งออก ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเพิ่มขึ้นจากมูลค่า 1,556.38 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2553 เป็นมูลค่า 1,723.60 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.74)



ภาพที่ 2.5 ภาพแผนผังมูลค่าการนำส่งออกเครื่องสำอางของไทยในช่วงปี 2543-2554

### 2.3.1.5 มูลค่าการส่งออกเครื่องสำอางของไทยแยกเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ปี 2554

กลุ่มสินค้าที่มีมูลค่าส่งออก มากที่สุดในปี 2554 ได้แก่ ผลิตภัณฑ์สำหรับ ใช้กับผม (HS 3305) มีมูลค่าการ ส่งออก 885.81 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 1.39 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า

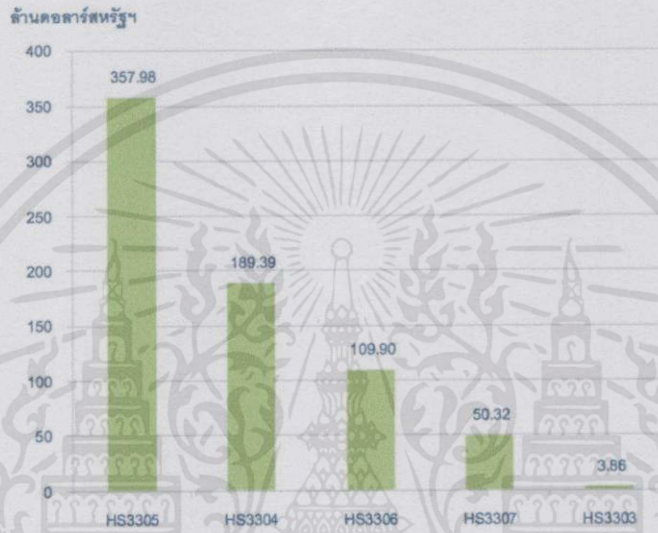


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานี้เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องแจ้งถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 2.6 ภาพแผนผังมูลค่าการส่งออกเครื่องสำอางของไทยแยกเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ปี 2554

### 2.3.1.6 มูลค่าการส่งออกเครื่องสำอางของไทยจากประเทศอาเซียนแยกเป็น กลุ่มผลิตภัณฑ์ปี 2554

ปี 2554 การส่งออกเครื่องสำอางไปประเทศสมาชิก อาเซียนมีสัดส่วนการส่งออกสูงถึงร้อยละ 41.28 ของมูลค่า การส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางโดยรวมของไทย โดยส่งออกผลิตภัณฑ์สำหรับใช้กับผม (HS 3305) มากที่สุด เป็นมูลค่า 357.98 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.85 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า



ภาพที่ 2.7 ภาพแผนผังมูลค่าการส่งออกเครื่องสำอางของไทยจากประเทศอาเซียนแยกเป็น  
กลุ่มผลิตภัณฑ์ปี 2554

### 2.3.2 มูลค่าการส่งออกสินค้าเครื่องสำอางค์ของไทยแต่ละประเภทในกลุ่มประเทศ อาเซียนและโลก

วิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้เพื่อจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ในการส่งออกให้เหมาะสมกับ  
ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในแต่ละประเทศ ซึ่งอาจมีความต้องการที่ไม่เหมือนกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.3.2.1 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์หัวน้ำหอมและน้ำหอม (HS 3303)

ตารางที่ 2.1 แสดงมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์หัวน้ำหอมและน้ำหอม (HS 3303)

ประเทศ	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)					อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)				
	2550	2551	2552	2553	2554	2550	2551	2552	2553	2554
บรูไน	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
กัมพูชา	0.55	0.84	0.76	0.91	1.10	24.79	53.17	-10.40	20.11	21.06
อินโดนีเซีย	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	-99.76	233.61	278.13	-99.94	0.00
ลาว	0.26	0.12	0.16	0.34	0.21	98.01	-54.14	33.03	109.61	-38.39
มาเลเซีย	0.35	0.05	0.04	0.05	0.18	47.05	-84.84	-26.04	16.86	278.81
พม่า	0.64	0.68	0.67	0.93	1.54	40.37	7.63	-1.62	37.31	66.29
ฟิลิปปินส์	0.06	0.03	0.19	0.18	0.04	150.88	-48.05	555.07	-4.93	-78.40
สิงคโปร์	1.16	1.15	0.12	0.11	0.58	-2.93	-1.51	-89.52	-5.12	408.56
เวียดนาม	0.02	0.01	0.05	0.11	0.22	-45.09	-58.76	674.12	114.45	96.56
อาเซียน	3.04	2.89	1.99	2.62	3.86	18.38	-5.13	-30.91	31.55	47.23
โลก	5.27	6.38	5.75	5.02	6.46	-20.62	20.98	-9.77	-12.79	28.64

### 2.3.2.1 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์เสริมความงามหรือแต่งหน้า (HS 3304)

ตารางที่ 2.2 แสดงมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์เสริมความงามหรือแต่งหน้า (HS 3304)

ประเทศ	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)					อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)				
	2550	2551	2552	2553	2554	2550	2551	2552	2553	2554
บรูไน	0.10	0.17	0.22	0.18	0.22	-5.68	68.07	27.44	-15.29	18.19
กัมพูชา	7.23	8.17	9.62	14.11	28.98	28.93	12.97	17.76	46.66	105.42
อินโดนีเซีย	23.53	36.96	27.18	32.07	38.45	184.15	57.12	-26.46	18.00	19.88
ลาว	4.98	6.33	6.47	6.72	9.09	67.04	27.13	2.20	3.99	35.16
มาเลเซีย	23.76	29.93	22.20	20.36	33.67	-11.21	25.97	-25.84	-8.26	65.35
พม่า	7.46	8.54	8.51	12.68	18.30	83.44	14.39	-0.27	48.89	44.35
ฟิลิปปินส์	11.63	12.91	12.88	15.55	19.45	9.20	10.94	-0.19	20.71	25.05
สิงคโปร์	15.57	12.89	15.69	14.46	15.93	48.66	-17.20	21.68	-7.81	10.10
เวียดนาม	16.32	17.21	23.12	29.62	25.31	-19.32	5.44	34.34	28.12	-14.54
อาเซียน	110.59	133.11	125.89	145.76	189.39	24.03	20.36	-5.43	15.79	29.93
โลก	225.01	259.92	255.80	330.10	409.39	36.96	15.51	-1.59	29.05	24.02

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.3.2.1 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ใช้กับผม (HS3305)

ตารางที่ 2.3 แสดงมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ใช้กับผม (HS3305)

ประเทศ	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐ)					อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)				
	2550	2551	2552	2553	2554	2550	2551	2552	2553	2554
บรูไน	0.52	0.64	0.82	0.59	0.61	30.83	22.62	27.54	-27.81	4.30
กัมพูชา	10.43	11.47	14.06	19.59	32.77	24.32	9.97	22.65	39.27	67.28
อินโดนีเซีย	84.80	80.09	82.18	103.60	131.62	42.89	-5.55	2.61	26.07	27.04
ลาว	5.63	5.98	7.02	7.49	8.77	35.48	6.22	17.50	6.62	17.16
มาเลเซีย	38.02	35.60	39.63	49.90	59.23	-8.81	-6.37	11.33	25.90	18.70
พม่า	5.61	6.33	7.66	10.39	16.86	47.54	12.83	21.08	35.67	62.26
ฟิลิปปินส์	46.73	46.93	52.14	67.72	71.08	12.78	0.44	11.09	29.89	4.95
สิงคโปร์	19.94	19.43	16.78	18.36	24.78	-1.24	-2.58	-13.64	9.40	35.02
เวียดนาม	7.81	17.34	15.62	16.16	12.26	-19.62	122.15	-9.96	3.47	-24.15
อาเซียน	219.49	223.81	235.92	293.80	357.98	16.05	1.97	5.41	24.54	21.85
โลก	465.14	435.88	539.18	898.32	885.81	34.93	-6.29	23.70	66.61	-1.39

### 2.3.2.1 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์เพื่ออนามัยของช่องปากหรือฟัน (HS 3306)

ตารางที่ 2.4 แสดงมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์เพื่ออนามัยของช่องปากหรือฟัน (HS 3306)

ประเทศ	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐ)					อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)				
	2550	2551	2552	2553	2554	2550	2551	2552	2553	2554
บรูไน	0.02	0.02	0.00	0.02	0.02	12.74	-79.91	486.62	-6.94	-51.92
กัมพูชา	4.82	5.06	6.25	6.45	8.44	4.95	23.49	3.17	30.88	25.88
อินโดนีเซีย	1.30	1.86	2.60	2.74	6.22	43.25	39.67	5.29	126.78	53.35
ลาว	2.92	3.96	3.94	4.84	5.18	35.78	-0.67	22.84	7.20	26.96
มาเลเซีย	11.65	13.09	18.10	18.80	22.87	12.36	38.32	3.86	21.64	25.16
พม่า	1.55	2.15	2.71	3.48	4.32	38.09	26.41	28.42	24.20	58.51
ฟิลิปปินส์	22.97	25.23	30.96	28.60	33.40	9.85	22.73	-7.64	16.80	13.15
สิงคโปร์	2.02	2.22	3.57	3.95	4.61	9.83	60.43	10.91	16.46	-25.94
เวียดนาม	4.91	3.06	4.97	8.47	8.53	-37.60	62.15	70.57	0.69	-24.13
อาเซียน	52.16	56.65	73.10	77.35	93.59	8.61	29.03	5.82	20.99	17.43
โลก	79.31	101.18	137.05	148.10	186.36	27.58	35.45	8.06	25.83	22.70

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.3.2.1 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางปรุงแต่งอื่นๆ (HS 3307)

ตารางที่ 2.5 แสดงมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางปรุงแต่งอื่นๆ (HS 3307)

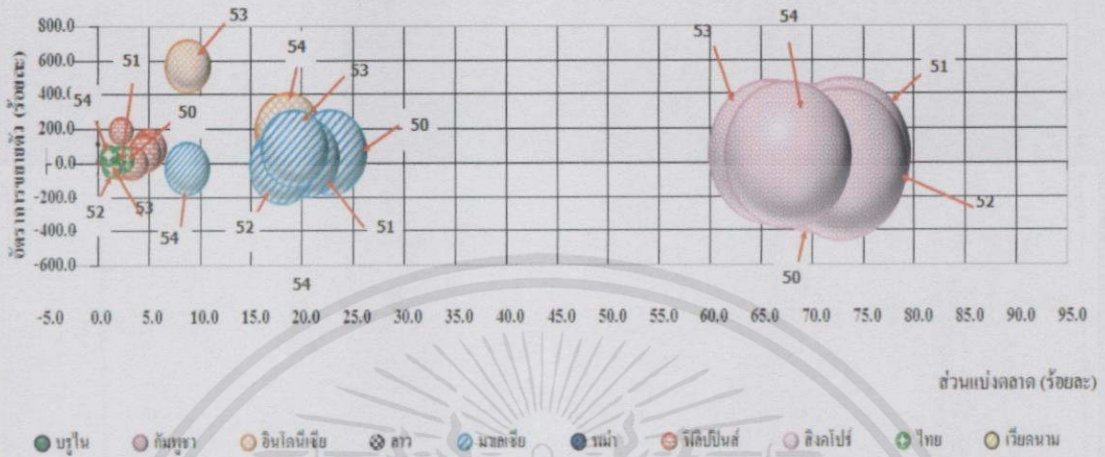
ประเทศ	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)					อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)				
	2550	2551	2552	2553	2554	2550	2551	2552	2553	2554
บรูไน	0.02	0.02	0.00	0.02	0.02	12.74	-79.91	486.62	-6.94	-51.92
กัมพูชา	4.82	5.06	6.25	6.45	8.44	4.95	23.49	3.17	30.88	25.88
อินโดนีเซีย	1.30	1.86	2.60	2.74	6.22	43.25	39.67	5.29	126.78	53.35
ลาว	2.92	3.96	3.94	4.84	5.18	35.78	-0.67	22.84	7.20	26.96
มาเลเซีย	11.65	13.09	18.10	18.80	22.87	12.36	38.32	3.86	21.64	25.16
พม่า	1.55	2.15	2.71	3.48	4.32	38.09	26.41	28.42	24.20	58.51
ฟิลิปปินส์	22.97	25.23	30.96	28.60	33.40	9.85	22.73	-7.64	16.80	13.15
สิงคโปร์	2.02	2.22	3.57	3.95	4.61	9.83	60.43	10.91	16.46	-25.94
เวียดนาม	4.91	3.06	4.97	8.47	8.53	-37.60	62.15	70.57	0.69	-24.13
อาเซียน	52.16	56.65	73.10	77.35	93.59	8.61	29.03	5.82	20.99	17.43
โลก	79.31	101.18	137.05	148.10	186.36	27.58	35.45	8.06	25.83	22.70

### 2.3.3 อัตราการขยายตัวและส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกของเครื่องสำอางไทย ในตลาดอาเซียน

วิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการเลือกผลิตภัณฑ์ในการส่งออกให้เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในแต่ละประเทศ ซึ่งอาจมีความต้องการที่ไม่เหมือนกัน และศึกษาคำแนะนำของเครื่องสำอางไทยในแต่ละประเภท เมื่อเทียบกับ 10 ประเทศอาเซียน

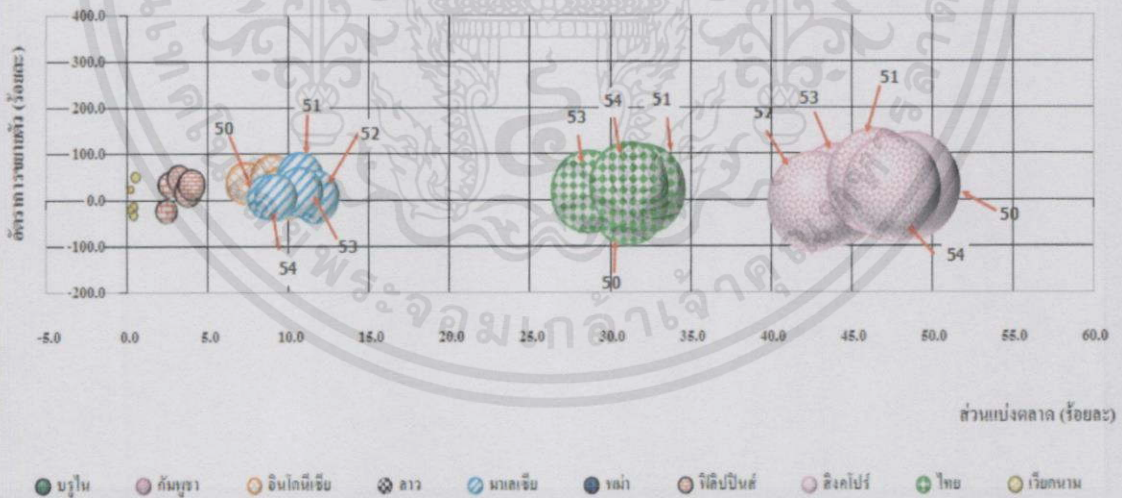
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.3.1 อัตราการขยายตัวและส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกผลิตภัณฑ์  
หัวน้ำหอมและน้ำหอม (HS 3303)



ภาพที่ 2.8 ภาพอัตราการขยายตัวและส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกผลิตภัณฑ์  
หัวน้ำหอมและน้ำหอม (HS 3303)

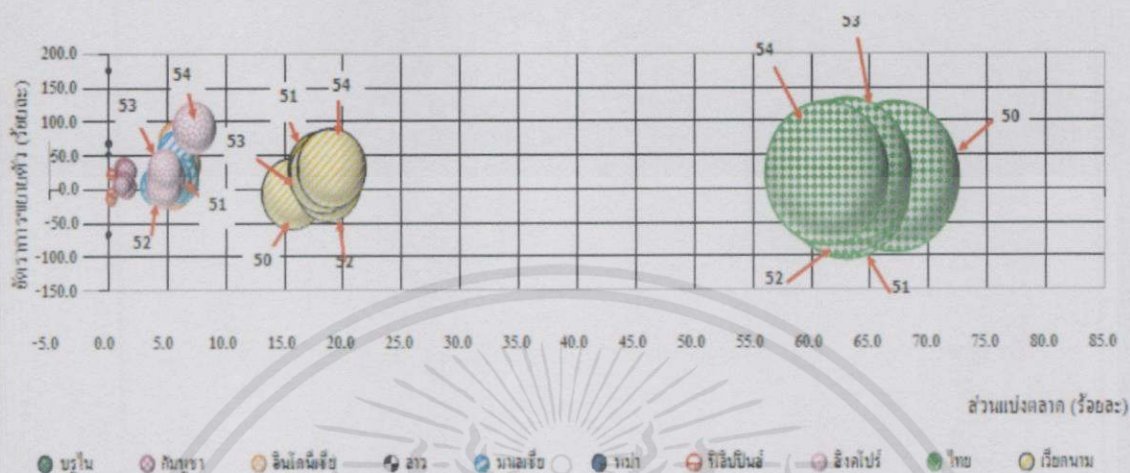
2.3.3.2 อัตราการขยายตัวและส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกผลิตภัณฑ์  
เสริมความงามหรือแต่งหน้า (HS 3304)



ภาพที่ 2.9 ภาพอัตราการขยายตัวและส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกผลิตภัณฑ์  
เสริมความงามหรือแต่งหน้า (HS 3304)

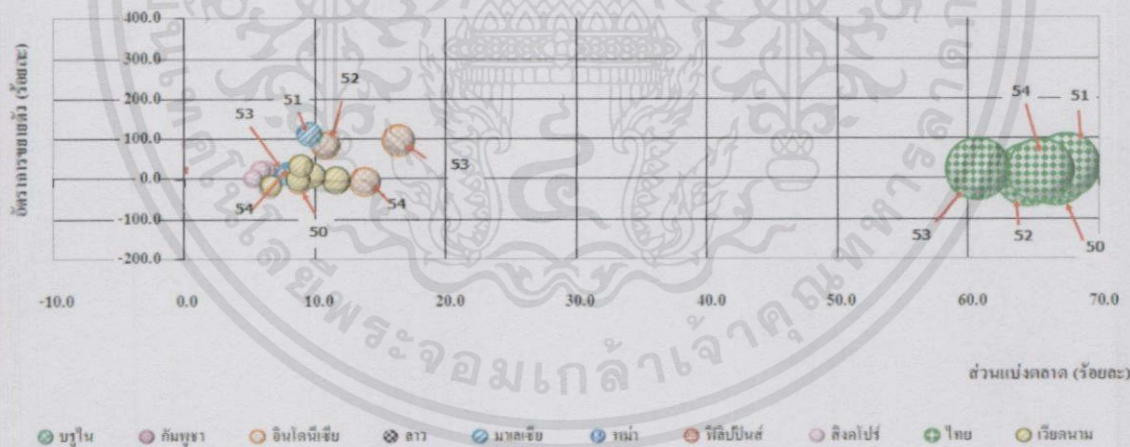
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.3.3 อัตราการขยายตัวและส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกผลิตภัณฑ์  
ใช้กับนม (HS3305)



ภาพที่ 2.10 ภาพอัตราการขยายตัวและส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกผลิตภัณฑ์ใช้กับนม (HS3305)

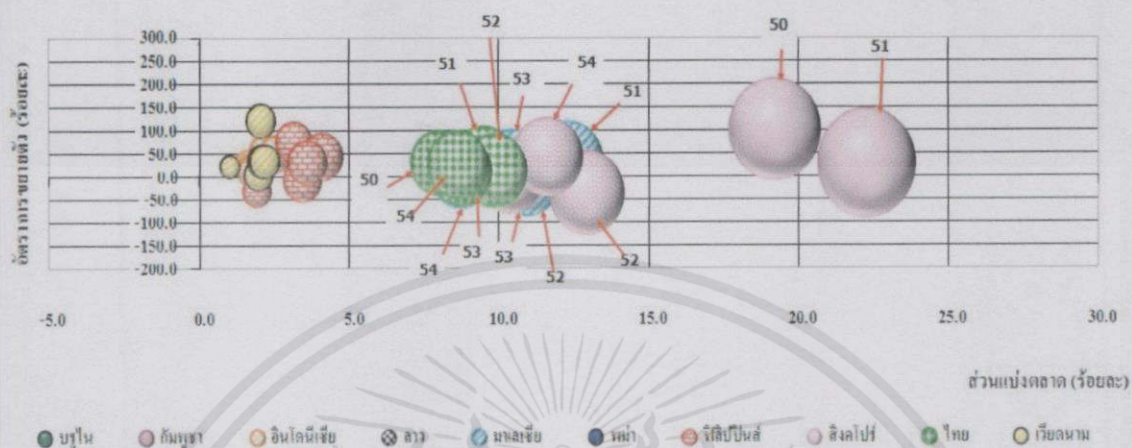
2.3.3.4 อัตราการขยายตัวและส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกผลิตภัณฑ์  
เพื่ออนามัยของช่องปากหรือฟัน (HS 3306)



ภาพที่ 2.11 ภาพอัตราการขยายตัวและส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกผลิตภัณฑ์  
เพื่ออนามัยของช่องปากหรือฟัน (HS 3306)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.3.3.5 อัตราการขายตัวและส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกผลิตภัณฑ์ เครื่องสำอางปรุงแต่งอื่นๆ (HS 3307)



ภาพที่ 2.12 ภาพอัตราการขายตัวและส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกผลิตภัณฑ์  
เครื่องสำอางปรุงแต่งอื่นๆ (HS 3307)

### 2.3.4 สถานการณ์สมุนไพรรไทยใน 10 ประเทศอาเซียน

ตารางที่ 2.6 แสดงสถานการณ์สมุนไพรรไทยใน 10 ประเทศอาเซียน

<b>1. ประเทศไทย</b>	
<b>ข้อได้เปรียบ</b>	- มีช่องทางการจำหน่ายจำนวนมาก - ได้รับความเชื่อถือจากผู้บริโภค
<b>ข้อเสียเปรียบ</b>	มีคู่แข่งในสินค้าประเภทเดียวกันจำนวนมาก
<b>ช่องทางการส่งออก และการจัดจำหน่าย</b>	ร้านสินค้าเพื่อสุขภาพ และร้านตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศ
<b>กลยุทธ์ทางการตลาด</b>	วางตำแหน่งสินค้าอยู่ใน คุณภาพสูง ราคาปานกลาง - สูง โดยเน้นสร้างความแตกต่าง ใช้การประชาสัมพันธ์ โดยการออกร้านในงานต่างๆ
<b>2. ประเทศพม่า</b>	
<b>ข้อได้เปรียบ</b>	ผู้บริโภคมีความคุ้นเคยกับสินค้าไทยเป็นอย่างดี
<b>ข้อเสียเปรียบ</b>	- สถานที่จำหน่ายที่เหมาะสมกับราคาสินค้าของแบรนด์ มีจำนวนไม่มาก - มีคู่แข่งจากจีนเข้ามาทางตอนเหนือ

	- การนำสินค้าเข้าไปจำหน่ายในพม่าจำเป็นต้องทำผ่านผู้นำเข้าชาวพม่าเท่านั้น
<b>ช่องทางการส่งออก และการจัดจำหน่าย</b>	สินค้าของไทยจะถูกส่งผ่านชายแดนจากนั้นจึงกระจายสินค้าไปยังตลาดในเมือง ร้านค้าส่ง ร้านค้าปลีก และมีนิมาร์ทในเมืองใหญ่
<b>กลยุทธ์ทางการตลาด</b>	ควรเน้นเจาะตลาดภาคกลางและภาคใต้ของพม่า เนื่องจากพื้นที่เหล่านี้คุ้นเคยกับสินค้าไทยเป็นอย่างดี เน้นการสร้างแบรนด์ ให้เป็นที่รู้จักโดยต้องเน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ใจกลางพื้นที่ชุมชน
<b>3. ประเทศลาว</b>	
<b>ข้อได้เปรียบ</b>	- ผู้บริโภคมีความคุ้นเคยกับสินค้าไทยเป็นอย่างดี - เป็นประเทศที่มีสังคม วัฒนธรรม ใกล้เคียงกับประเทศไทยมากที่สุด
<b>ข้อเสียเปรียบ</b>	สถานที่จำหน่ายที่เหมาะสมกับราคาสินค้าของแบรนด์มีจำนวนไม่มาก
<b>ช่องทางการส่งออก และการจัดจำหน่าย</b>	เป็นการส่งออกโดยผ่านบริษัท Trading, การส่งออกทางตรง โดยผ่านงานแสดงสินค้า รวมถึงร้านค้าตัวแทนจำหน่าย และการร่วมลงทุนกับนักธุรกิจใน
<b>กลยุทธ์ทางการตลาด</b>	วางตำแหน่งสินค้าอยู่ใน คุณภาพสูง ราคาปานกลาง - สูง โดยเน้นสร้างความแตกต่างและเจาะตลาดเฉพาะกลุ่ม
<b>4. ประเทศเวียดนาม</b>	
<b>ข้อได้เปรียบ</b>	สินค้าไทยมีศักยภาพเป็นที่ยอมรับในตลาดเวียดนาม
<b>ข้อเสียเปรียบ</b>	สถานที่จำหน่ายที่เหมาะสมกับราคาสินค้าของแบรนด์มีจำนวนไม่มาก
<b>ช่องทางการส่งออก และการจัดจำหน่าย</b>	งสินค้าเข้าไปจำหน่ายโดยผ่านตัวแทนจำหน่ายที่มีใบอนุญาตเท่านั้น
<b>กลยุทธ์ทางการตลาด</b>	วางตำแหน่งสินค้าอยู่ใน คุณภาพสูง ราคาปานกลาง - สูง โดยเน้นสร้างความแตกต่าง และเจาะตลาดเฉพาะกลุ่ม

<b>5. ประเทศกัมพูชา</b>	
<b>ข้อได้เปรียบ</b>	กัมพูชามีความต้องการสูงเพราะไม่สามารถผลิตได้เองหรือผลิตได้น้อย
<b>ข้อเสียเปรียบ</b>	มีคู่แข่งด้านคุณภาพและราคาจากมาเลเซียและเกาหลีใต้จำนวนมาก
<b>ช่องทางการส่งออกและการจัดจำหน่าย</b>	ผ่านตัวแทนจำหน่ายหรือผู้นำเข้าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้อง ในส่วนจังหวัดที่มีพรมแดนติดต่อกับประเทศไทย เช่น พระตะบอง สามารถค้าขายผ่านตลาดการค้าชายแดน
<b>กลยุทธ์ทางการตลาด</b>	ต้องวางภาพลักษณ์ด้านคุณภาพให้สูงกว่าประเทศมาเลเซียและราคาต่ำกว่าสินค้าจากประเทศเกาหลีใต้
<b>6. ประเทศอินโดนีเซีย</b>	
<b>ข้อได้เปรียบ</b>	ตลาดเครื่องสำอางในอินโดนีเซียกำลังขยายตัวอย่างรวดเร็ว
<b>ข้อเสียเปรียบ</b>	ต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะกับสภาพอากาศอินโดนีเซียที่มีแดดจัด ความชื้นสูง มลภาวะสูง ทำให้ ชาวอินโดนีเซียมีผิวมัน เหงื่อออกง่าย นอกจากนี้ ยังต้องกันน้ำด้วยเพราะส่วนใหญ่เป็นชาวมุสลิมจึงต้องล้างหน้าก่อนการละหมาด
<b>ช่องทางการส่งออกและการจัดจำหน่าย</b>	ส่งสินค้าเข้าไปจำหน่ายโดยผ่านตัวแทนจำหน่ายที่มีใบอนุญาตเท่านั้น
<b>กลยุทธ์ทางการตลาด</b>	วางตำแหน่งสินค้าอยู่ใน คุณภาพสูง ราคาปานกลาง - สูง โดยเน้นสร้างความแตกต่างและเจาะตลาดเฉพาะกลุ่ม
<b>7. ประเทศมาเลเซีย</b>	
<b>ข้อได้เปรียบ</b>	มีแนวโน้มว่าจะสามารถสร้างฐานการผลิตที่มาเลเซียได้ เพราะมีวัตถุดิบใกล้เคียงกับประเทศไทย
<b>ข้อเสียเปรียบ</b>	- ผลิตภัณฑ์ต้องผ่านมาตรฐานฮาลาลเพราะในมาเลเซียมีประชากรเป็นชาวมุสลิมอยู่จำนวนมาก - ศักยภาพของสมุนไพรไทยกับมาเลเซียค่อนข้างใกล้เคียงกันมาก
<b>ช่องทางการส่งออกและการจัดจำหน่าย</b>	ส่งสินค้าเข้าไปจำหน่ายโดยผ่านตัวแทนจำหน่ายที่มีใบอนุญาตเท่านั้น
<b>กลยุทธ์ทางการตลาด</b>	วางตำแหน่งสินค้าอยู่ใน คุณภาพสูง ราคาปานกลาง - สูง เพิ่มการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเป็นที่รู้จัก

<b>8. ประเทศฟิลิปปินส์</b>	
<b>ข้อได้เปรียบ</b>	- สินค้าไทยที่มีศักยภาพในตลาดฟิลิปปินส์ - สินค้าไทยรายการสำคัญที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูง
<b>ข้อเสียเปรียบ</b>	ผู้นำเข้าสินค้าจะนำเข้าสินค้าต่อครั้งไม่มาก
<b>ช่องทางการส่งออกและการจัดจำหน่าย</b>	ส่งสินค้าเข้าไปจำหน่ายโดยผ่านตัวแทนจำหน่ายที่มีใบอนุญาตเท่านั้น
<b>กลยุทธ์ทางการตลาด</b>	วางตำแหน่งสินค้าอยู่ในราคาปานกลาง - ถูก และควรทำควบคู่กับกิจกรรมส่งเสริมการขายโอกาสทางการตลาดจะดีกว่าให้การ ค้าส่ง ค้าปลีก เพียงอย่างเดียว
<b>9. ประเทศบรูไน</b>	
<b>ข้อได้เปรียบ</b>	ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทยมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของประเทศบรูไนค่อนข้างมาก
<b>ข้อเสียเปรียบ</b>	ตลาดเครื่องสำอางไทยมีการเติบโตน้อย
<b>ช่องทางการส่งออกและการจัดจำหน่าย</b>	ส่งสินค้าเข้าไปจำหน่ายโดยผ่านตัวแทนจำหน่ายที่มีใบอนุญาตเท่านั้น
<b>กลยุทธ์ทางการตลาด</b>	วางตำแหน่งสินค้าอยู่ใน คุณภาพสูง ราคาปานกลาง - สูง โดยเน้นสร้างความแตกต่างและเจาะตลาดเฉพาะกลุ่ม
<b>10. ประเทศสิงคโปร์</b>	
<b>ข้อได้เปรียบ</b>	ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทยมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของประเทศสิงคโปร์ค่อนข้างมาก
<b>ข้อเสียเปรียบ</b>	- สินค้าไทยยังไม่ได้รับความนิยมและความน่าเชื่อถือ - ประชากรในประเทศสิงคโปร์จะนิยมใช้เครื่องสำอางแบรนด์ดังเป็นส่วนใหญ่ ไม่มีแบรนด์ค์ย่อยมากนัก
<b>ช่องทางการส่งออกและการจัดจำหน่าย</b>	เป็นการส่งออกทางอ้อมโดยผ่านบริษัท Trading, การส่งออกทางตรงโดยผ่านงานแสดงสินค้า รวมถึงร้านค้าตัวแทนจำหน่าย
<b>กลยุทธ์ทางการตลาด</b>	วางตำแหน่งสินค้าอยู่ใน คุณภาพสูง ราคาปานกลาง – สูง และควรทำควบคู่กับกิจกรรมส่งเสริมการขาย เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

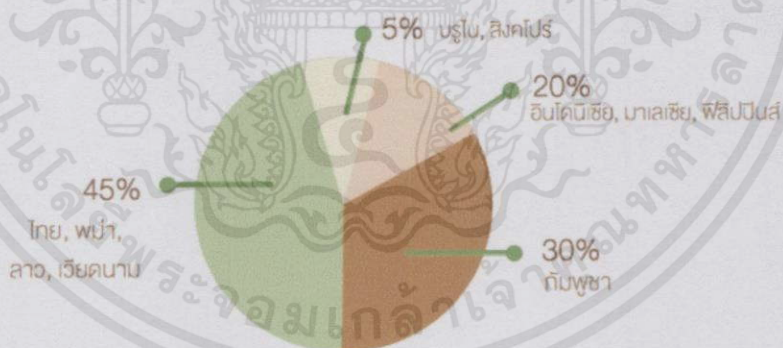
### 2.3.4 วิเคราะห์แนวโน้มตลาดที่ควรให้ความสนใจ

จากข้อมูลที่ได้กล่าวมาในข้างต้น นำมาวิเคราะห์แนวโน้มตลาดที่ควรให้ความสนใจ

ตารางที่ 2.7 แสดงการวิเคราะห์แนวโน้มตลาดที่ควรให้ความสนใจ

หัวข้อในการวิเคราะห์	พม่า	ลาว	กัมพูชา	สิงคโปร์	เวียดนาม	บรูไน	ไทย	ฟิลิปปินส์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย
1. ข้อได้เปรียบ	5	4	4	3	4	3	5	4	3	3
2. ข้อเสียเปรียบ	3	3	1	1	3	1	1	1	1	1
3. ช่องทางการส่งออกและการจัดจำหน่าย	3	4	3	2	4	2	5	2	2	2
4. กลยุทธ์ทางการตลาด	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3
5. มูลค่าการส่งออก	4	3	4	3	3	4	4	4	4	5
รวม	19	18	16	12	18	13	19	14	14	14

ซึ่งได้ผลออกมาดังนี้



ภาพที่ 2.13 ภาพแสดงผลการวิเคราะห์แนวโน้มตลาดที่ควรให้ความสนใจ

## 2.4 ข้อมูลผลิตภัณฑ์ในโครงการ

### 2.4.1 ข้อมูลด้านแนวคิดผลิตภัณฑ์ในโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้  
แนวคิดผลิตภัณฑ์เป็นเรื่องของการพัฒนาและปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตเพื่อให้ได้สินค้าที่มี  
คุณภาพ โดยมีแนวคิดพื้นฐานที่เน้นประโยชน์ต่างๆที่ผู้บริโภคจะได้รับจากผลิตภัณฑ์ บอกรถึง

คุณสมบัติที่โดดเด่นของผลิตภัณฑ์ และเป็นสิ่งต่อสู้กับคู่แข่งอื่นอีกด้วย

กิจการบ้านสวนสมุนไพรชัยศิขรินมีแนวคิดผลิตภัณฑ์ คือ จะเน้นในเรื่องของการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนี้ยังมีการคิดค้นสมุนไพรใหม่ๆ มาใช้เป็นวัตถุดิบและส่วนผสม อาทิ ลูกยอ งาดำ ไพร กวาวเครือ น้ำแร่ ลูกสำรอง โคลน และน้ำมันข้าว ซึ่งเป็นที่รับรู้โดยทั่วไปว่ามีคุณสมบัติในการบำรุงผิวพรรณ โดยสมุนไพรจะรับซื้อจากผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิตที่น่าเชื่อถือ ซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่ในภาคกลางของประเทศไทย และนำมาผ่านกระบวนการคัดสรรเอาเฉพาะสมุนไพรที่ดีมีคุณภาพมาใช้ โดยที่กิจการมีโรงงานผลิตเป็นของตนเอง ใช้เครื่องจักรที่ได้มาตรฐานในการผลิต และมีการควบคุมการผลิตสินค้าที่ดีมีคุณภาพตามที่ต้องการ

จากแนวคิดของผลิตภัณฑ์ถูกนำมาวิเคราะห์ห่อออกมาเป็น keywords ของชัยศิขรินได้ ดังนี้



ภาพที่ 2.14 ภาพแสดง keywords ของชัยศิขริน

ซึ่ง keyword เหล่านี้จะนำไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบและกำหนดทิศทางของภาพลักษณ์และการสื่อสาร โดยเริ่มตั้งแต่แนวคิดของตราผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์กราฟิกและสื่อส่งเสริมการขายต่างๆ ให้มีแนวทางที่ชัดเจนตามหลักเกษตรอินทรีย์และแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรทั่วไป

#### 2.4.2 ความต้องการในด้านการคุ้มครองและการใช้งานผลิตภัณฑ์

##### 1. สบู่ก้อน (Soap)

ลักษณะทางกายภาพ : ก้อนแข็งทรงรูปตามแบบแม่พิมพ์สี่เหลี่ยมและกลิ่นหอมเฉพาะในแต่ละชนิดสมุนไพร

ลักษณะการใช้งาน : แกะบรรจุภัณฑ์และนำผลิตภัณฑ์ออกจากห่อหรือกล่องแล้วจึงนำบรรจุภัณฑ์ไปกำจัดทิ้ง

##### 2. เจลล้างหน้า (Cleansing Gel)

ลักษณะทางกายภาพ : ของเหลวเหนียวใส มีความมัน มีสีและกลิ่นตามวัตถุดิบผลิตภัณฑ์

ลักษณะการใช้งาน : เปิดฝาหลอด บีบผลิตภัณฑ์ใส่มือ แล้วจึงนำผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกไปใช้งาน หลังจากใช้งานหมดบรรจุภัณฑ์จะถูกกำจัดทิ้ง

### 3. โฟมล้างหน้า (Cleansing Foam)

ลักษณะทางกายภาพ : ของเหลวข้น มีความมัน มีสีและกลิ่นตามวัตถุดิบ  
ผลิตภัณฑ์

ลักษณะการใช้งาน : เปิดฝาหลอด บีบผลิตภัณฑ์ใส่มือ แล้วจึงนำผลิตภัณฑ์  
ไปใช้งาน หลังจากใช้งานหมดบรรจุภัณฑ์จะถูกกำจัดทิ้ง

### 5. เซรั่มบำรุงผิวหน้า (Face Serum)

ลักษณะทางกายภาพ : ของเหลวข้นมีสีตามวัตถุดิบผลิตภัณฑ์มีกลิ่นหอม

ลักษณะการใช้งาน : เปิดฝาขวดเทผลิตภัณฑ์ใส่มือปิดฝาขวดแล้วจึงนำผลิตภัณฑ์  
ไปใช้งาน หลังจากใช้งานหมดบรรจุภัณฑ์จะถูกกำจัดทิ้ง

### 6. ครีมบำรุงผิวหน้า (Face Treatment)

ลักษณะทางกายภาพ : ของเหลวเหนียวข้น มีความมัน มีสีและกลิ่นตามวัตถุดิบ  
ผลิตภัณฑ์

ลักษณะการใช้งาน : เปิดฝากระป๋องใช้มือตักผลิตภัณฑ์ออกมาใช้งานแล้วจึงปิดฝา  
หลังจากใช้งานหมดบรรจุภัณฑ์จะถูกกำจัดทิ้ง

### 9. โทเนอร์ (Toner)

ลักษณะทางกายภาพ : ของเหลวใสมีสีตามวัตถุดิบผลิตภัณฑ์มีกลิ่นหอมอ่อนๆ

ลักษณะการใช้งาน : เปิดฝาขวดเทผลิตภัณฑ์ลงบนสำลีหรือกระดาษทิชชูชุบน้ำ  
ใบหน้าเพื่อทำความสะอาดผิวหน้าหลังจากใช้งานหมด  
บรรจุภัณฑ์จะถูกกำจัดทิ้ง

### 10. ยาสระผม (Shampoo)

ลักษณะทางกายภาพ : ของเหลวใส มีความมัน มีสีและกลิ่นตามวัตถุดิบผลิตภัณฑ์

ลักษณะการใช้งาน : บีบผลิตภัณฑ์ใส่มือ แล้วจึงนำผลิตภัณฑ์ ไปใช้งาน  
หลังจากใช้งานหมดบรรจุภัณฑ์จะถูกกำจัดทิ้ง

### 11. ครีมนวดผม (Conditioner)

ลักษณะทางกายภาพ : ของเหลวข้น มีความมัน มีสีและกลิ่นตามวัตถุดิบผลิตภัณฑ์

ลักษณะการใช้งาน : บีบผลิตภัณฑ์ใส่มือ แล้วจึงนำผลิตภัณฑ์ ไปใช้งาน  
หลังจากใช้งานหมดบรรจุภัณฑ์จะถูกกำจัดทิ้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น **13. ทรีทเมนต์บำรุงเส้นผม (Hair Treatment)** ถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะทางกายภาพ : ของเหลวเหนียวข้น มีความมัน มีสีและกลิ่นตามวัตถุดิบ  
ผลิตภัณฑ์

ลักษณะการใช้งาน : เปิดฝาขวดเพื่อผลิตภัณฑ์ใส่มือปิดฝาขวดแล้วจึงนำผลิตภัณฑ์ไปใช้งาน หลังจากใช้งานหมดบรรจุภัณฑ์จะถูกกำจัดทิ้ง

#### 14. ครีมบำรุงผิวกาย (Body Treatment)

ลักษณะทางกายภาพ : ของเหลวเหนียวข้น มีความมัน มีสีและกลิ่นตามวัตถุประสงค์ผลิตภัณฑ์

ลักษณะการใช้งาน : บีบผลิตภัณฑ์ใส่มือ แล้วจึงนำผลิตภัณฑ์ไปใช้งาน หลังจากใช้งานหมดบรรจุภัณฑ์จะถูกกำจัดทิ้ง

#### 15. โลชั่นบำรุงผิว (Body Lotion)

ลักษณะทางกายภาพ : ของเหลวเหนียวข้น มีความมัน มีสีและกลิ่นตามวัตถุประสงค์ผลิตภัณฑ์

ลักษณะการใช้งาน : เปิดฝาขวดเพื่อผลิตภัณฑ์ใส่มือปิดฝาขวดแล้วจึงนำผลิตภัณฑ์ไปใช้งาน หลังจากใช้งานหมดบรรจุภัณฑ์จะถูกกำจัดทิ้ง

### 2.4.3 อายุการเก็บรักษาลักษณะการเสื่อมและปัจจัยที่มีผลต่อการเสื่อมของผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 2.8 แสดงอายุการเก็บรักษาลักษณะการเสื่อมและปัจจัยที่มีผลต่อการเสื่อมของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์	อายุการเก็บรักษา	ลักษณะการเสื่อมสภาพ	ปัจจัยที่มีผลต่อการเสื่อมสภาพ
สบู่ก้อน	ประมาณ 6 เดือน - 1 ปี	ไม่มีกลิ่นหอมเหมือนเดิม	ฝุ่นละอองในอากาศและการเก็บเป็นระยะเวลานาน ซึ่งจะก่อให้เกิดกลิ่นจางหายไป
เจลล้างหน้า	ประมาณ 6 เดือน - 1 ปี	จับกันเป็นก้อน แห้งเป็นขุย หรือ รอยแตก ไม่มีกลิ่นหอมเหมือนเดิม	ฝุ่นละอองในอากาศและความสกปรก การเก็บเป็นระยะเวลานาน ซึ่งจะก่อให้เกิดกลิ่นจางหายไป
โฟมล้างหน้า	ประมาณ 6 เดือน - 1 ปี	แห้งเป็นขุย หรือรอยแตก ไม่มีกลิ่นหอมเหมือนเดิม	ฝุ่นละอองในอากาศและความสกปรก การเก็บเป็นระยะเวลานาน ซึ่งจะก่อให้เกิดกลิ่นจางหายไป
เซรั่มบำรุงผิวหน้า	ประมาณ 1 - 2 ปี	เหนียวข้นมากขึ้น	ความร้อน อุณหภูมิสูง และระยะเวลาในการเก็บรักษาที่นานเกินไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารตลอดทั้งปีการใช้งานไปใช้

ครีมบำรุงผิวหน้า	ประมาณ 1 - 2 ปี	เหนียวข้นมากขึ้น ไม่มี กลิ่นหอม อาจจับกัน เป็นก้อน	สภาพอากาศร้อนเป็นเวลานาน ความสกปรก ฝุ่น ละออง และระยะเวลาใน การ เก็บรักษาที่นานเกินไป
โทนเนอร์	ประมาณ 1 ปี	ระเหยในอากาศ เหนียวข้น ไม่มี กลิ่น หอม เข้มข้น	ระยะเวลาในการเก็บรักษา ที่นานเกินไป
ยาสระผม	ประมาณ 2 ปี	ไม่มีกลิ่นหอมเหมือนเดิม	ระยะเวลาและความร้อน
ครีมนวดผม	ประมาณ 2 ปี	ไม่มีกลิ่นหอมเหมือนเดิม	ระยะเวลาและความร้อน
ทรีทเมนต์บำรุง เส้นผม	ประมาณ 2 ปี	เหนียวข้นมากขึ้น ไม่มีกลิ่นหอมเหมือนเดิม	ระยะเวลาและความร้อน
ครีมบำรุงผิวกาย	ประมาณ 1 - 2 ปี	เหนียวข้นมากขึ้น ไม่มี กลิ่นหอม อาจจับกัน เป็นก้อน	สภาพอากาศร้อนเป็นเวลานาน ความสกปรก ฝุ่น ละออง และระยะเวลาใน การ เก็บรักษาที่นานเกินไป
โลชั่นบำรุงผิว	ประมาณ 1 - 2 ปี	เหนียวข้นมากขึ้น ไม่มี กลิ่นหอม อาจจับกัน เป็นก้อน	สภาพอากาศร้อนเป็นเวลานาน ความสกปรก ฝุ่น ละออง และระยะเวลาใน การ เก็บรักษาที่นานเกินไป

#### 2.4.4 วิเคราะห์และสรุปผลความต้องการในการคุ้มครองผลิตภัณฑ์

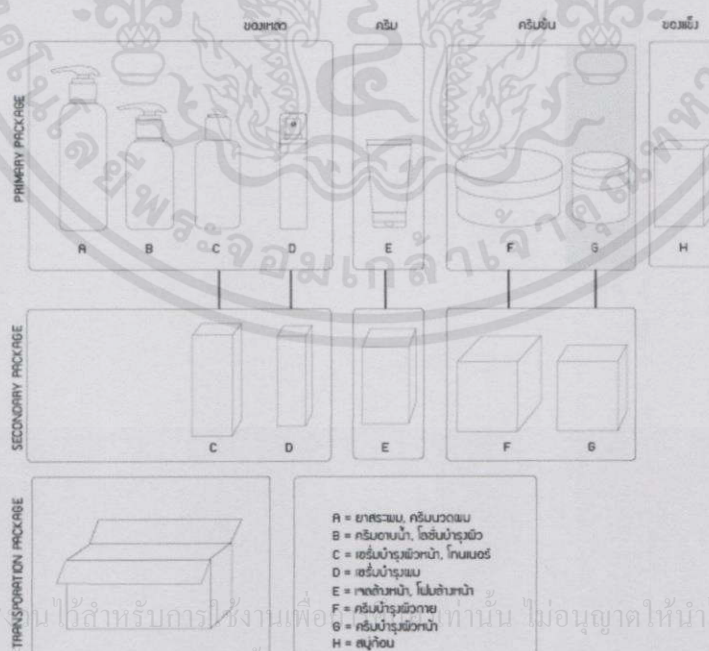
ตารางที่ 2.9 วิเคราะห์และสรุปผลความต้องการในการคุ้มครองผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์	ความต้องการด้านโครงสร้าง
สบู่ก้อน	บรรจุภัณฑ์ที่ป้องกันฝุ่นได้ดี สามารถดมกลิ่นของ ผลิตภัณฑ์ได้
เจลล้างหน้า	บรรจุภัณฑ์ที่ป้องกันฝุ่นและความชื้นได้ดี สามารถดม กลิ่นของผลิตภัณฑ์ได้
โฟมล้างหน้า	บรรจุภัณฑ์ที่ป้องกันฝุ่นและความชื้นได้ดี สามารถดม กลิ่นของผลิตภัณฑ์ได้
เซรั่มบำรุงผิวหน้า	บรรจุภัณฑ์ที่มีความทนทานแข็งแรง ทนทานต่อการตก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานานาชาติเท่านั้น | บอนกาดให้เข้าไปดูประวัติ | โฆษณาด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และข้อมูลอ้างอิงใดๆของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	หล่น
ครีมบำรุงผิวหน้า	บรรจุภัณฑ์ต้องมีความทนทาน แข็งแรงป้องกันอากาศ ความชื้น และความร้อนได้ดี
โทนเนอร์	บรรจุภัณฑ์ต้องมีความทนทาน แข็งแรง ป้องกันอากาศ ได้ดี
ยาสระผม	บรรจุภัณฑ์ที่มีความทนทานแข็งแรง ทนทานต่อการตก หล่น และ ป้องกันน้ำได้ดี
ครีมนวดผม	บรรจุภัณฑ์ที่มีความทนทานแข็งแรง ทนทานต่อการตก หล่น และ ป้องกันน้ำได้ดี
ทรีทเมนต์บำรุงผม	บรรจุภัณฑ์ที่มีความทนทานแข็งแรง ทนทานต่อการตก หล่น
ครีมบำรุงผิวกาย	บรรจุภัณฑ์ต้องมีความทนทาน แข็งแรงป้องกันอากาศ ความชื้น และความร้อนได้ดี
โลชั่นบำรุงผิว	บรรจุภัณฑ์ต้องมีความทนทาน แข็งแรงป้องกันอากาศ ความชื้น และความร้อนได้ดี

#### 2.4.5 สรุปรูปแบบโครงสร้างของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเท่านั้น ไม่อนุญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งยังเป็นที่ให้อดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 2.15 ภาพสรุปรูปแบบโครงสร้างของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท

## 2.4.4 วิเคราะห์และสรุปผลความต้องการบรรจุภัณฑ์แต่ละประเภท

ตารางที่ 2.10 วิเคราะห์และสรุปผลความต้องการบรรจุภัณฑ์แต่ละประเภท

No.	ปัญหา	ขวด (วงแหวน)	หลอด (วงหุนิด)	กระปุก (ครีม)	กล่อง (วงแข็ง)
1	ปกป้องสินค้าจนถึงมือ ผู้บริโภคและตลอดการใช้งาน	+	+	+	
2	มีรูปแบบการใช้งานที่ตรง กับสินค้าแต่ละชนิด	+			
3	บรรจุภัณฑ์มีภาพลักษณ์ที่ดี สะก้อง เอกลักษณ์ที่แสดงถึงความเป็นไทย	+	+	+	+
4	ปกป้องสินค้าจนถึงมือผู้บริโภคและถูกกำจัดทิ้ง เมื่อเริ่มใช้งาน ไม่มีการใช้งานร่วมกับสินค้า				+

## 2.5 ข้อมูลกลุ่มเป้าหมายและผู้บริโภค

### 2.5.1 กลุ่มเป้าหมาย



ภาพที่ 2.16 ภาพแสดงกลุ่มเป้าหมาย

#### ลักษณะด้านกายภาพ

เพศ : หญิง 80% ชาย 20%

อายุ : 22 - 40 ปี เป็นเป้าหมายหลัก และ  
40 - 60 ปี เป็นเป้าหมายรองชน

ชั้นทางสังคม : Upper - Middle Class

รายได้ : ปานกลาง - สูง

อาชีพ : ผู้เริ่มต้นทำงาน / แม่บ้านมีครอบครัว

ลักษณะของผู้ซื้อ : ประชาชนใน 10 ประเทศอาเซียน เป็นผู้รู้ภาษาอังกฤษใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นไว้สำหรับใช้ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น มิใช่เอกสารที่นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้  
ระดับปานกลางถึงชำนาญ



ภาพที่ 2.17 ภาพแสดงบุคลิกของกลุ่มเป้าหมาย

#### ลักษณะด้านจิตภาพ

- เป็นคนรุ่นใหม่ที่สนใจเรื่องสุขภาพ ดูแลตัวเองอย่างเป็นประจำสม่ำเสมอ
- มีความสนใจเกี่ยวกับการใช้สมุนไพร
- ชอบความเป็นธรรมชาติ

#### 2.5.2 สถานที่จัดจำหน่ายสินค้าสำหรับผู้บริโภค

เนื่องจากสินค้าของชัยศิขรินมีราคาอยู่ในระดับปานกลางถึงค่อนข้างสูง ดังนั้นจึงเลือกจำหน่ายในร้าน Beauty Shop ซึ่งร้านที่ได้เลือกมามีสาขากระจายอยู่ในเขตประเทศอาเซียน ซึ่งมีรายชื่อดังนี้

##### 2.5.2.1 Watsons

ร้านขายสินค้าเสริมความงาม ที่มีความน่าเชื่อถือและได้รับการยอมรับจากคนทั่วไป มีพนักงานคอยแนะนำสินค้าให้กับลูกค้า มีสาขาอยู่ใน 10 ประเทศ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับภาพที่ 2.18 ภาพบรรยากาศร้าน Watsons ญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.5.2.2 ร้าน SaiSai

ร้านขายสินค้าเสริมความงามของประเทศเวียดนาม ซึ่งจะปล่อยให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าเอง ไม่มีการแนะนำจากพนักงาน เน้นความสะดวกรวดเร็ว และการมีสินค้าที่ครบถ้วน



ภาพที่ 2.19 ภาพบรรยากาศร้าน SaiSai

### 2.5.2.3 ร้าน Perfumee + Cosmetic

ร้านขายสินค้าเสริมความงามที่เป็นแบรนด์ลูกของ BOOTS โดยมีสาขาอยู่ในประเทศสิงคโปร์และบรูไน มีพนักงานคอยแนะนำสินค้า



ภาพที่ 2.20 ภาพบรรยากาศร้าน Perfumee + Cosmetic

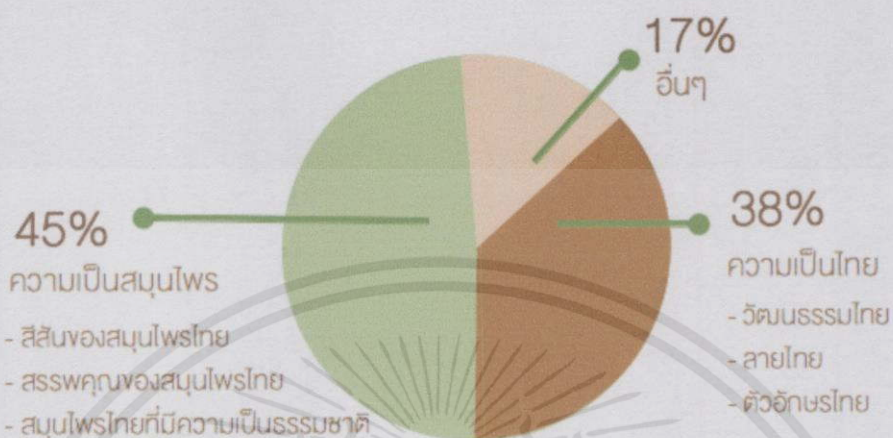
## 2.5.3 แบบสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งนี้ **2.5.3.1 ภาพลักษณ์ที่ของชัยศิขรินจากมุมมองของผู้บริโภค** เอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลจากการทำแบบสำรวจกับกลุ่มเป้าหมายชาวต่างชาติ

ใน 10 ประเทศอาเซียนจำนวน 50 คน



ภาพที่ 2.21 ภาพผลสำรวจภาพลักษณ์ของชัชติขรินจากมุมมองของผู้บริโภค

### 2.5.3.1 เหตุผลในการเลือกชื่อของกลุ่มเป้าหมาย

ผลจากการทำแบบสำรวจกับกลุ่มเป้าหมายชาวต่างชาติ  
ใน 10 ประเทศอาเซียนจำนวน 50 คน



ภาพที่ 2.22 ภาพผลสำรวจเหตุผลในการเลือกชื่อของกลุ่มเป้าหมาย

ผลจากแบบสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคในด้าน ภาพลักษณ์ของชัชติขริน  
และเหตุผลในการเลือกชื่อของกลุ่มเป้าหมายจะถูกนำมาใช้วิเคราะห์เพื่อสร้างแนวทาง  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้คำปรึกษาเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้  
การออกแบบ

## 2.6 ข้อมูลคู่แข่งของผลิตภัณฑ์







วิเคราะห์เพื่อศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมในแต่ละประเทศ เพื่อหาจุดร่วมและสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ของชัยศิรินทร์ และศึกษาลักษณะผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับประเทศนั้นๆ รวมทั้งหาช่องว่างทางการตลาด เพื่อหาวิธีการสร้างตลาดใหม่ให้กับชัยศิรินทร์ โดยเลือกตัวอย่างมาอย่างน้อยประเทศละ 1 ตราสินค้า ดังนี้

### 2.6.1 รูปแบบของผลิตภัณฑ์ในแต่ละตราสินค้า






ตารางที่ 2.11 แสดงข้อมูลคู่แข่งทางการตลาด

คู่แข่งทางการตลาด		ผลิตภัณฑ์และภาพลักษณ์
ประเทศ	ตราสินค้า	รูปแบบของผลิตภัณฑ์
1. ไทย	- เอ็ม 	เป็นผลิตภัณฑ์บำรุงจากสมุนไพรไทย ให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ของแบรนด์ มีบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ทำให้เกิดการจดจำ
	- อภัยภูเบศร 	เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ทำจากสมุนไพรไทย มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์มาก เน้นเรื่องการใช้ภูมิปัญญาเกี่ยวกับสมุนไพร มีความน่าเชื่อถือของแบรนด์ เพราะผลิตโดยโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร
	- จินดาสมุนไพร 	เป็นสมุนไพรที่เน้นถึงการแสดงออกในรูปแบบสินค้าแบบไทยๆ มีผลิตภัณฑ์หลากหลาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ฟิลิปปินส์	<p>- Renew</p> 	<p>เป็นผลิตภัณฑ์เสริมความงามสมุนไพรที่ได้ รับความเชื่อถือจากรางวัล Award Gold Brand Philipines 2012 และรางวัล Most Outstanding Herbal Soap Manufacturer (National) ผลิตภัณฑ์ส่วนมากเป็นสมุนไพร</p>
	<p>- YSA</p> 	<p>เป็นสถานเสริมความงามที่เน้นเรื่อง ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากสมุนไพร และมีการ ผลิตเพื่อจำหน่ายในแบรนด์ของตัวเอง ทำให้มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์มาก และได้รับความเชื่อถือเป็นอย่างดี</p>
3. มาเลเซีย	<p>- Minyak Anugerah</p> 	<p>เป็นน้ำมันสมุนไพรสำหรับทำความสะอาด ผิว ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ค่อนข้าง น้อย เป็นที่รู้จักดีในประเทศมาเลเซีย</p>
	<p>- Natyral Origin</p> 	<p>ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวจากสมุนไพร ที่เน้นเรื่อง ความเป็นธรรมชาติอย่างชัดเจน</p>
	<p>- Clara</p> 	<p>สถาบันเสริมความงามที่นำสมุนไพรมาเป็น ส่วนประกอบในผลิตภัณฑ์แสดงออกถึง ความเป็นผู้เชี่ยวชาญ จากการเป็นผู้ผลิต ที่เน้นนาน</p>
4. เวียดนาม	<p>- Charma</p> 	<p>ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวจากสมุนไพร มีประเภท ของผลิตภัณฑ์ค่อนข้างมาก แต่ไม่มีการทำ ตลาดเพื่อการขายอย่างชัดเจน</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

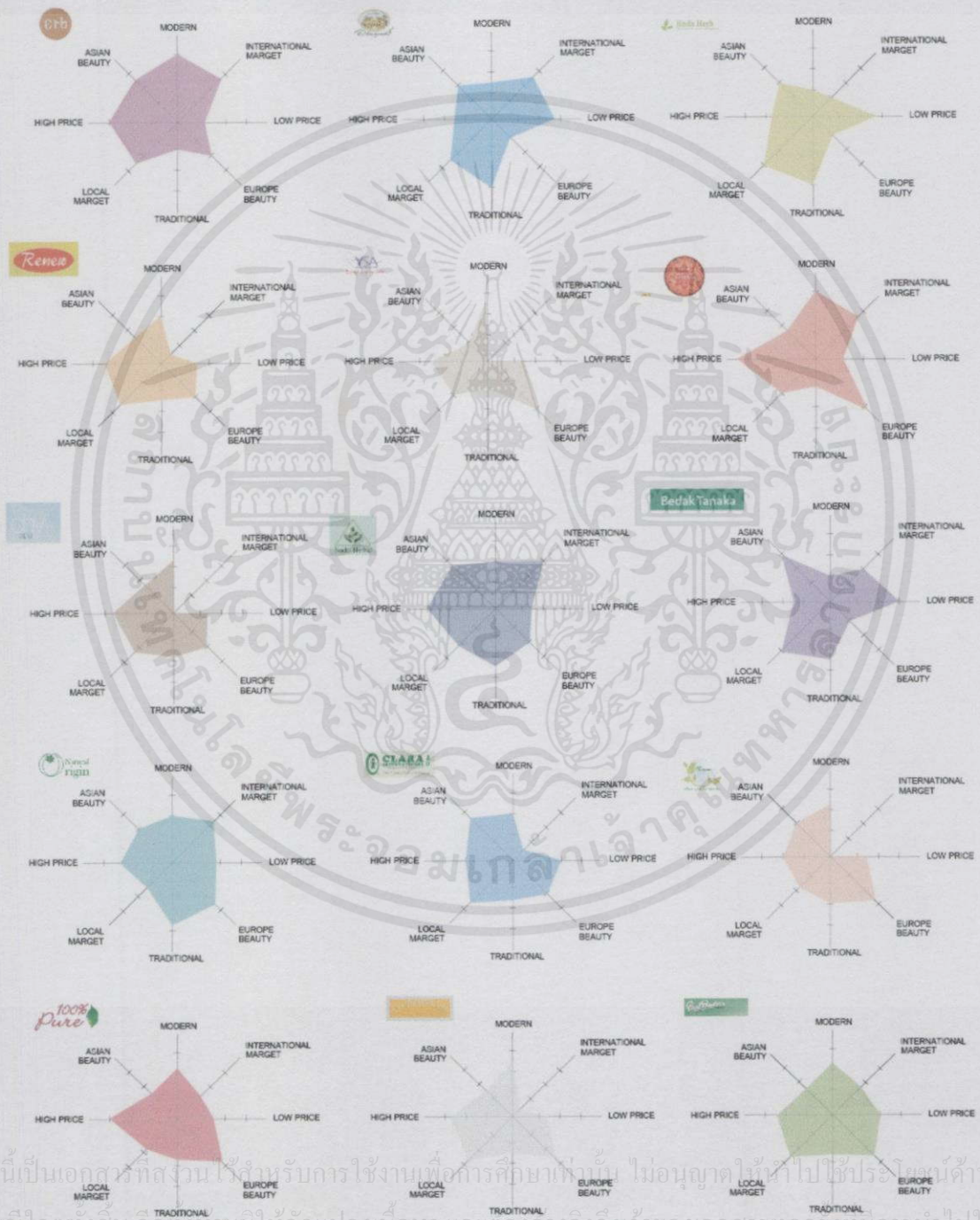
5. พม่า	- Bedak Tanaka	เป็นแป้งผสมน้ำ ทาเพื่อบำรุงผิวหน้า เป็นที่รู้จักแพร่หลายในประเทศพม่า และมีคนไทยบางส่วนนำเข้ามาขาย ไม่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และไม่มีการทำภาพลักษณ์แบรนด์ที่ชัดเจน
6. ลาว	- Les Artisans 	ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่ทำจากมะพร้าวมีการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเป็นธรรมชาติ เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์น้อย
7. สิงคโปร์	- Paul Penders 	เป็นร้านเสริมความงามที่ประเทศสิงคโปร์ที่มีผลิตภัณฑ์บำรุงผิวจากสมุนไพรเป็นแบรนด์ของตัวเอง มีความน่าเชื่อถือค่อนข้างสูง มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ภาพลักษณ์เน้นไปทางด้านความเป็นผู้เชี่ยวชาญ
8. บรูไน	- Purel 100% 	เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของผลไม้และสมุนไพร มีภาพลักษณ์สดใส เหมาะกับกลุ่มวัยรุ่น
9. กัมพูชา	- Chy Spa 	ผลิตภัณฑ์กลุ่มสปาและเครื่องสำอางที่มีส่วนผสมจากสมุนไพร ขายเฉพาะที่ร้านบริการของตัวเอง เป็นที่รู้จักในกลุ่มลูกค้าสินค้าเพื่อสุขภาพ
10. อินโดนีเซีย	- Nadis Herbal 	ผลิตภัณฑ์เสริมความงามและผลิตภัณฑ์สปา มีรูปแบบคล้ายกับสินค้า OTOP ประเทศไทย แต่ได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศญี่ปุ่น

10

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ในการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดทอนเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.6.2 Spider Web ของแต่ละตราสินค้าคู่แข่ง

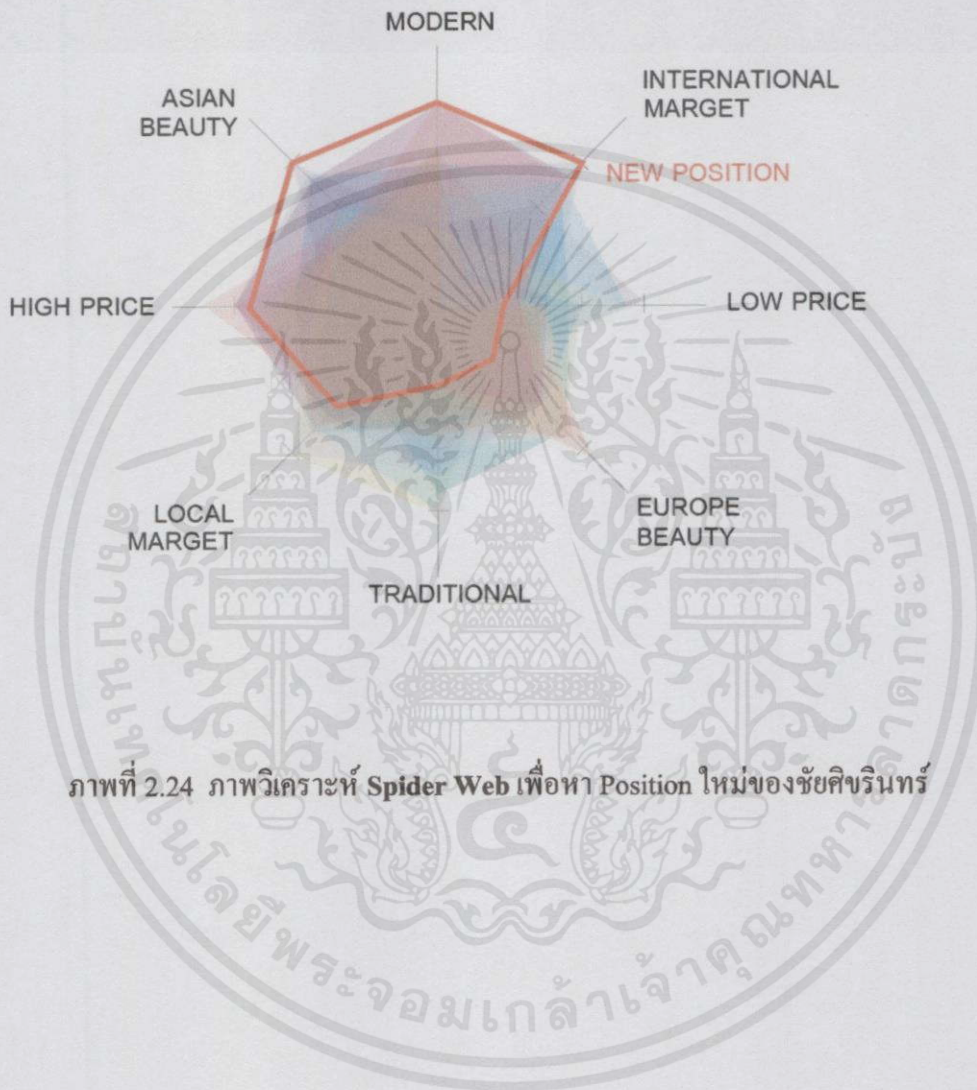
นำมาวิเคราะห์ด้วย Spider Web เพื่อหา Position ใหม่ในตลาดอาเซียนให้กับชัยฉัตรรินทร์  
ได้ผลออกมา ดังนี้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับบริการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้า ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 2.23 ภาพ Spider Web ของแต่ละตราสินค้าคู่แข่ง

หลังจากนั้นจึงนำมาวิเคราะห์ต่อเพื่อให้ได้ผลออกมาเป็น Position ใหม่ของชัยศิรินทร์



ภาพที่ 2.24 ภาพวิเคราะห์ Spider Web เพื่อหา Position ใหม่ของชัยศิรินทร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.7 ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุและกรรมวิธีการผลิตที่เกี่ยวข้อง

### 2.7.1 รูปแบบของผลิตภัณฑ์ในแต่ละตราสินค้าข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุและกรรมวิธีการผลิตที่ใช้ในบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ในโครงการ สรุปรูปแนวโน้มในการใช้วัสดุในโครงการได้ใน 2 ประเภทใหญ่ คือ พลาสติก และกระดาษ

#### 2.7.1.1 พลาสติก

##### 1. ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับพลาสติก

พลาสติกนับว่าเป็นวัสดุที่มีบทบาทและสำคัญมากในยุคปัจจุบันนี้ และเป็นคู่แข่งของเหล็ก ซึ่งนับวันได้ถูกใช้อย่างมากมาจนเหลือน้อยทำให้พลาสติกได้ถูกนำมาใช้แทนอย่างมาก เพราะพลาสติกมีคุณสมบัติพิเศษคือเด่นกว่าวัสดุอื่นที่ใช้กันมาก่อนอย่างมากมาย เพราะสามารถใช้แทนวัสดุอื่นได้เกือบทั้งหมด เช่น แข็งแรง, อ่อนนุ่ม, ยืดตัว, เหนียวทนทาน, โปร่งใส, ทนการสึกกร่อน, ทนสารเคมี, เป็นฉนวนไฟฟ้า, กันน้ำ, ไม่ไฟติดง่าย, น้ำหนักเบา, ลอยน้ำได้, หล่อลื่นในตัว, ทำเป็นสีต่าง ๆ ได้, ทนความร้อน เป็นต้น

พลาสติกมีคุณสมบัติทางโครงสร้างพิเศษที่เรียกว่า High Molecular Weight คือในหนึ่งโมเลกุลมีจำนวนอะตอมมากกว่าสารชนิดอื่นมากมาย จึงทำให้มีคุณสมบัติหลาย ๆ อย่างพร้อมกันไป คือ

- คุณสมบัติทางกายภาพ มีความแข็งแรง เหนียว ยืดหยุ่น ฯลฯ
- คุณสมบัติทางไฟฟ้า เป็นฉนวนไฟฟ้า
- คุณสมบัติทางเคมี ทนกรด ด่าง และสารเคมีอื่น ๆ

##### 2. ประเภทของพลาสติก

- พลาสติกประเภทค้ำรูป (Thermoplastics)

หรือที่รู้จักกันทั่วไปว่า พลาสติกอ่อน เป็น พลาสติกที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้อีก หลักจากนำไปหล่อทำเป็นผลิตภัณฑ์แล้ว เปรียบ เปรียบเหมือนน้ำนำไปทำน้ำแข็ง เมื่อถูกความร้อนก็จะละลายกลายเป็นน้ำอีก และน้ำนี้ก็สามารถนำ กลับไปทำน้ำแข็งได้อีกไม่มีที่สิ้นสุด เรียกว่า “Plastics with a Memory” โครงสร้างของพลาสติก ประเภทนี้จะประกอบด้วยโมเลกุลการเดี่ยวเกาะตัวแบบคอแวนชาวออกเป็นเส้นด้าย หรือแบบ ลูกโซ่ (Filament or chain) การเปลี่ยนแปลงรูปร่างของพลาสติกอาจเกิดได้ง่ายโดยการไหลเลื่อน ระหว่างโมเลกุลต้านแรง Van der Waal's forces ซึ่งดึงดูดโมเลกุลเข้าไว้ด้วยกันอย่างอ่อน ๆ ตัวอย่างเช่น Polymethacrylate Perspex and Nylon

- พลาสติกประเภทคงรูป (Thermosetting) หรือที่รู้จักกันทั่วไปว่า พลาสติกแข็ง คือ พลาสติกที่มีรูปทรงถาวรซึ่งผ่านกรรมวิธีการผลิตโดยใช้ความร้อน (Heat) หรือแรงอัด (Pressure) ขึ้นรูปแต่เมื่อเย็นตัวลงจะไม่สามารถทำให้อ่อนตัวโดยใช้ความร้อนหรือนำไปหลอมละลายขึ้นรูปใหม่ ได้อีก เปรียบเสมือนไขเมื่อนำไปต้มสุกแล้วจะทำให้เหลวเหมือนเดิมอีกไม่ได้ในประเทศไทย เรียกพลาสติกชนิดนี้อีกชื่อหนึ่งว่า ดูโรพลาสติก (Duroplastics) โครงสร้างของพลาสติกแบบคงรูป ร่างจะมีการเกาะตัวของโมเลกุลเป็นแบบตาข่าย หรือร่างแห (net) เวลาได้รับความร้อนจะไม่ยืด หรือหดตัวแต่จะเกิด Covalent bond ยึดระหว่างโมเลกุลขึ้น ตัวอย่างเช่น Phenol formadehyde หรือที่เรียกว่า Bakelite ยางดิบหากผ่านกรรมวิธี Vulcanization ก็เป็นพลาสติกประเภทคงรูป อย่างหนึ่ง

### 3. คุณสมบัติของพลาสติก

- โพลีเอทิลีนชนิดความหนาแน่นต่ำ (LDPE) เป็นพลาสติกที่มีความเหนียว ยืดหยุ่น ไม่ว่องไวต่อสารเคมี ขุ่น ป้องกันการผ่านของความชื้นได้สูง ป้องกันการผ่านของอากาศได้ดีมาก ทนความร้อนได้ไม่สูง ควรบรรจุด้วยวิธีบรรจุ แบบเย็นเท่านั้น (Cool filled: ต่ำกว่า 80 องศาเซลเซียส)

- โพลีเอทิลีนชนิดความหนาแน่นสูง (HDPE) เป็นพลาสติกที่มีความเหนียว ยืดหยุ่น ทนต่อการหักงอได้มากกว่าชนิดความหนาแน่นต่ำ ไม่ว่องไวต่อสารเคมี ขุ่น ป้องกันการผ่านของความชื้นได้สูงมาก ป้องกันการผ่านของอากาศได้ดีมาก ทนความร้อนได้เล็กน้อย ควรบรรจุด้วยวิธีบรรจุแบบอุ่น (Warm filled: 80-100 องศาเซลเซียส)

- โพลีโพรพิลีน (PP) เป็นพลาสติกที่มีความแข็งแรง ทนต่อการหักงอได้ปานกลาง โปร่งแสง ป้องกันการผ่าน ของความชื้นได้สูง ป้องกันการผ่านของอากาศได้ดีมาก ทนความร้อนได้สูง สามารถบรรจุด้วยวิธีแบบ ร้อนได้ (Hot filled: 100-121 องศาเซลเซียส)

- โพลีไวนิลคลอไรด์ (PVC) เป็นพลาสติก ที่ทนทานต่อสารเคมี ไม่สกปรกง่าย มีทั้งชนิดอ่อนและชนิดแข็ง ป้องกัน การผ่านของความชื้นได้สูงทนความร้อนได้สูง ใช้ทำท่อน้ำประปา สายยางรดน้ำต้นไม้ เปลือก หุ้มสายไฟฟ้า รองเท้าบูท รองเท้าแตะ ขวดชนิดใสแข็ง แกลลอน ใส่น้ำมัน เป็นต้น

- อะคริโลไนไตรล์-บิวทาไดอิน-สไตรีน (ABS) เป็นพลาสติกที่ทนทานต่อสารเคมี เหนียว และแข็ง โปร่งแสง น้ำหนักเบา เนื้อละเอียด สามารถ บิดคั่นรูปได้ ใช้ผลิตด้วย ถาด ตกแต่งขึ้น ส่วนรถยนต์ เป็นต้น

### การปิดผนึกวัสดุอ่อนตัว

ถุงซึ่งเป็นวัสดุป้องกันอย่างดี จะป้องกันไม่ได้เลย ถ้าการปิดผนึกไม่ได้กระทำอย่างถูกต้อง เหมาะสม การใช้วัสดุป้องกันอย่างดีจะสูญเสียทั้งเวลาและแรงงานโดยเปล่าประโยชน์ ถ้าการปิด ผนึกไม่ทำให้การบรรจุปิดสนิทอย่างแท้จริง

บ่อยครั้งการปิดผนึกกระทำไม่ได้ดี เพราะการปิดผนึกเป็นการปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง ของอุณหภูมิแรงกด และระยะเวลา เพื่อที่จะได้การปิดผนึกที่มีคุณภาพ บริเวณที่ปิดผนึกควร

จะ สะอาดปราศจากน้ำมัน ฟุ้งละออง และสิ่งเจือปนที่จะลดการติดกันของผิวสัมผัสทั้งสองห้อง ปฏิบัติการวิจัยบรรจุภัณฑ์ได้มีการพัฒนาเครื่องปิดผนึกให้มีประสิทธิภาพสูงสุดในเงื่อนไขของ อุณหภูมิ แรงกด และเวลา ยิ่งไปกว่านั้น เครื่องปิดผนึกส่วนที่เป็นที่หนีบให้ปิดผนึกติดกันนั้นก็ เป็น ส่วนที่สำคัญมาก ที่หนีบควรจะขนานกันและไม่มีคม ถ้า PE ไม่สามารถเป็นชั้นปิดผนึกที่ดีได้ EVA ก็เป็นตัวหนึ่งที่ใช้ชั้นปิดผนึกได้ดี หรือไอโอไนซ์ของ PE (ชื่อทางการค้าเรียกว่า Surlyn) ทั้งสองตัวนี้ ให้การปิดผนึกที่สมบูรณ์ในอุณหภูมิที่ต่ำ และสามารถปิดผนึกผ่านน้ำมัน ผลิตภัณฑ์ที่เป็นผง แคมี ต้นทุนที่สูง

### 2.7.1.1 กระดาษ

#### 1. กล่องกระดาษแข็ง (Paperboard Boxes)

กล่องกระดาษแข็งประกอบด้วยสองรูปแบบนั่นคือ กล่องพับได้ (Folding Carton) และ กล่องคงรูป(Set up Box) โดยใช้วัสดุคือกระดาษแข็ง ซึ่งหมายถึงกระดาษหลายชั้น ที่ สามารถทรงตัวได้ในแนวตั้ง แต่ละชั้นอาจจะมีคุณสมบัติที่แตกต่างกันออกไป หรือเหมือนกันก็ได้ โดยมีการปิดผิวหรือการเคลือบเป็นอีกทางเลือกสำหรับกระดาษ เพื่อให้เหมาะกับการพิมพ์หรือ เพิ่มคุณสมบัติอื่นๆ

จากมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมกระดาษแข็งเพื่อการพิมพ์ (มอก.283-2521) บทนิยามความหมายของคำที่ใช้มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนี้ มีดังต่อไปนี้

กระดาษแข็งเพื่อการพิมพ์ หมายถึงกระดาษกล่องและกระดาษการ์ดที่ทำขึ้นเพื่อใช้พิมพ์ ด้านเดียว หรือสองด้าน โดยมีคุณลักษณะตามเกณฑ์ที่กำหนดในมาตรฐานนี้

- กระดาษกล่อง (Boxboard) หมายถึง กระดาษหนาชั้นเดียวหรือหลายชั้น ซึ่งด้านหนึ่งของกระดาษเหมาะสำหรับการพิมพ์ และสามารถทรงตัวอยู่ในแนวตั้ง
- กระดาษกล่องเคลือบ (One Side Coated Board) หมายถึงกระดาษกล่องซึ่งผิวหน้าที่ใช้พิมพ์เคลือบด้วยสีขาวเพื่อให้เหมาะกับการพิมพ์เป็นพิเศษ มีคุณสมบัติพิมพ์สีได้สวย
- กระดาษกล่องไม่เคลือบผิวหน้า (Uncoated Board) หมายถึงกระดาษกล่องด้านที่ผิวหน้าใช้พิมพ์แล้วสีจะไม่ค่อยสวย หรือไม่ค่อยติดสี นั่นเพราะไม่ได้มีการเคลือบสารขาว หรือสารใด เป็นพิเศษ ความแข็งแรงปานกลาง ราคาถูก หาซื้อได้ง่าย
- กระดาษการ์ด (Card Board) หมายถึงกระดาษการ์ดหลายชั้น ซึ่งใช้พิมพ์ได้ทั้งสองหน้า และสามารถทรงตัวได้ดีเป็นพิเศษในแนวตั้ง
- กระดาษการ์ดมานิลา (Manila Board) หมายถึงกระดาษการ์ดหลายชั้น ซึ่งด้านนอกทั้ง สองด้านมีคุณสมบัติเหมือนกัน และใช้พิมพ์ได้ ส่วนชั้นภายในมีคุณสมบัติต่างกันออกไป และสามารถทรงตัวได้ดีเป็นพิเศษในแนวตั้ง
- กระดาษการ์ดไอวอรี (Ivory Board) หมายถึงกระดาษการ์ดชั้นเดียวหรือหลายชั้น ซึ่งมี คุณสมบัติในทุกๆชั้นเหมือนกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น ไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น กระดาษการ์ดไอวอรี (Ivory Board) หมายถึงกระดาษการ์ดชั้นเดียวหรือหลายชั้น ซึ่งมี คุณสมบัติในทุกๆชั้นเหมือนกัน

## 2.7.2 ระบบการพิมพ์

### 2.7.2.1 การพิมพ์ระบบออฟเซต (Offset Printing)

หลักของการพิมพ์ offset คือ น้ำกับน้ำมันจะไม่รวมตัวกันซึ่งบนแผ่นแม่พิมพ์จะมีทั้งสองส่วนคือ บริเวณที่ไม่มีภาพก็จะเป็นที่รับน้ำและในส่วนที่มีภาพก็จะเป็นสารเคมีที่เป็นพวกเดียวกับ หมึกในระบบการพิมพ์ออฟเซต กระดาษที่ใช้พิมพ์กับระบบการพิมพ์ออฟเซต ควรมีคุณสมบัติดังนี้

1. มีผิวเรียบเพื่อรับหมึกได้ดี
2. ไม่มีขุยและฝุ่นบนผิวกระดาษ เพราะจะทำให้ภาพพิมพ์มีรอยด่างของขลุ่ยกระดาษ
3. ด้านทานน้ำและความชื้นได้ดี ไม่ยี้ดงายเมื่อถูกความชื้น
4. มีเนื้อกระดาษสม่ำเสมอและรับหมึกได้ดี
5. มีความราบเรียบตลอดทั้งแผ่นเพื่อให้ป้อนเข้า เครื่องได้สะดวก

ในกรณีของกระดาษอาร์ตสายผ้า อาร์ตหนังไก่ และกระดาษปัมหลายด่างๆ ก็ยังสามารถใช้พิมพ์ด้วยระบบออฟเซตได้ดี เพราะการถ่ายทอภาพโดยผ่านผ้าอย่างแบลงเกต ทำให้มีความยืดหยุ่นตัวดี และแรงกดในการพิมพ์ก็มีมาก

### 2.7.2.2 สิ่งพิมพ์ที่เหมาะสมกับระบบ offset

ระบบออฟเซตเป็นระบบการพิมพ์ที่ใช้กันมากที่สุดในโลกในปัจจุบัน เพราะใ้ทำงานพิมพ์ที่สวยงามมีความคล่องตัวในการจัดอาร์ตเวิร์คและไม่ว่าจะออกแบบอย่างไรการพิมพ์ก็ไม่ยุ่งยากมาก จนเกินไปประกอบกับ ความก้าวหน้าในการทำฟิล์มและการแยกสีในปัจจุบัน ทำให้สิ่งพิมพ์จำนวนมาก เท่าไหร่ก็จะยิ่งถูกลง สิ่งพิมพ์ที่จะพิมพ์ด้วยระบบออฟเซตควรมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. มีจำนวนพิมพ์ตั้งแต่ 3,000 ชุด ขึ้นไป
2. มีภาพประกอบหรืองานประเภท กราฟ มาก
3. ต้องการความรวดเร็วในการจัดพิมพ์
4. ต้องการความประณีต สวยงาม
5. เป็นการพิมพ์ หลายสี หรือภาพ สีสี่ที่ต้องการความสวยงามมากๆ
6. มีงานอาร์ตเวิร์คที่มีความยุ่งยากสลับซับซ้อนมาก
7. มีงบประมาณในการจัดพิมพ์เพียงพอ

ระบบออฟเซตสามารถใ้ทำงานพิมพ์ที่คุณภาพดีได้เพราะ

1. การถ่ายทอภาพกระทำโดยการถ่ายทอลงบนผ้าอย่างแบลงเกตก่อนแล้วจึงถ่ายทอลงบน กระดาษ ทำให้การถ่ายทอหมึกเป็นไปอย่างสม่ำเสมอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์และสงวนไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น การนำเอกสารนี้ไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตถือว่าผิดกฎหมาย

2. สามารถใช้สกรีนที่มีความละเอียดมากถึง 175 -200 เส้น/นิ้วได้ทำให้ภาพที่ออกมาดูดี
3. การพิมพ์ภาพสี่สีสะดวกสามารถปรับตำแหน่งแม่พิมพ์และกระดาษ ให้ลงในตำแหน่งที่ตรงกัน

#### 4. สามารถพิมพ์ลงบนกระดาษได้เกือบทุกชนิด

##### 2.7.2.3 เทคนิคการพิมพ์ระบบเฟล็กโซกราฟี (Flexography)

หลักการพิมพ์ระบบเฟล็กโซกราฟี (Flexography) นั้น แม่พิมพ์ทำด้วยยางบริเวณที่เกิดภาพ จะนูนสูงขึ้นมาจากพื้นเช่นเดียวกับ แม่พิมพ์ในระบบเลตเตอร์เพรส การทำแม่พิมพ์จะต้องทำ แม่พิมพ์บนสังกะสีก่อนแล้วจึงเอา bakelite ไปทาบนแผ่นสังกะสี ที่กักรวดเป็นแม่พิมพ์เมื่อถ่าย แบบมาแล้วนำแผ่นยางไปอัดบน bakelite จึงจะได้ แม่พิมพ์ยางออกมา กรรมวิธีก็คล้ายคลึงกับ การตรายางที่ใช้ปั๊มในสำนักงานทั่วไป แม่พิมพ์ยาง ที่ได้เรียกว่า polymer plate ซึ่งเป็นยางสังเคราะห์ มีความเหมาะสมในการใช้งาน เพราะทนทานรับหมึกได้ดี

ระบบการพิมพ์จะมีลูกกลิ้งยางจุ่มอยู่ในอ่างหมึก ลูกกลิ้งจะพาหมึกมาติดที่ลูกกลิ้งเหล็ก ลูกกลิ้งเหล็กนี้จะถ่ายถอดหมึกไปให้ลูกกลิ้งอีกลูกที่จะถ่ายทอดหมึกให้แม่พิมพ์ยางแล้วค่อยถ่ายถอดลงบนผิวของวัตถุ โดยมีลูกกลิ้งเหล็กอีกอันติดอยู่บรรจุมลทินที่ทำด้วยระบบเฟล็กโซ ก็ได้แก่กล่องกระดาษลูกฟูก ถุงกระดาษ ถุงปูนซีเมนต์ ถุงใส่ ฝ้าย ถุงพลาสติกใหญ่ๆ กล่องนม UHT เป็นต้น

##### 2.7.2.4 การพิมพ์ระบบซิลค์สกรีน

การพิมพ์ซิลค์สกรีน ก็คือการนำผ้าไหม (silk) ที่ผลิตขึ้นมาเพื่อการพิมพ์นี้โดยเฉพาะนำมาขึงให้ตึงกับขอบไม้หรือกรอบโลหะ แล้วสร้างภาพขึ้นบนผ้าไหมซึ่งมีสภาพเป็นฉากพิมพ์ (screen) ปิดกันในส่วนที่ไม่ต้องการให้เกิดเป็นภาพที่บดบัง และปล่อยให้ส่วนที่ต้องการให้เป็นภาพโปร่งไว้ การพิมพ์ปิดกันผ้าไหมนี้มีหลายวิธีการ เช่น ระบายด้วยสีน้ำมัน แชลแลคฟิล์ม ตลอดจนถึงการใช้ กาวกับน้ำยาไวแสงปิดกัน และเมื่อนำแผ่นฟิล์มไปวางทาบบนสิ่งที่จะพิมพ์ทั้งรูปทรง 3 มิติ หรือ แผ่นเรียบที่มีพื้นผิวไม่ขรุขระมาก เช่น กระดาษ ผ้า แก้ว พลาสติก โลหะ ไม้ ฯลฯ แล้ว หยอดสีลง บนแม่พิมพ์ใช้ยางปาด (squeegee) ที่มีผิวหน้าตัดเรียบ ปาดดันสีให้ผ่านแม่พิมพ์ทะลุออกไปติด บนพื้นรองรับ ซึ่งก็จะได้ภาพพิมพ์ตามที่ต้องการ การพิมพ์ด้วย ระบบซิลค์สกรีนนี้ มีบทบาทกับภาชนะบรรจุภัณฑ์เป็นอย่างมาก เพราะเป็นวิธีเดียว ที่จะพิมพ์บนวัสดุหรือภาชนะผิวโค้ง เช่น ขวดแก้ว ขวดพลาสติก กระจังโลหะที่ผ่านการ ขึ้นรูปแล้ว

จากการพิมพ์ระบบต่างๆที่กล่าวมาแล้ว จะเห็นว่า มีเทคนิคและระบบการพิมพ์ที่นำมาใช้พิมพ์บนบรรจุภัณฑ์มากมายหลายกรรมวิธี และมีใช้ว่าจะมีแต่กรรมวิธีที่กล่าวมาแล้วเท่านั้น ระบบการพิมพ์ในปัจจุบัน นับว่ามีการพัฒนาก้าวหน้าไปมาก ระบบการพิมพ์ต่างๆถูกคิดค้นมามากมาย แต่ถึงอย่างไรก็เป็นการแตกยอดออกไปในกระบวนการพิมพ์ 4 ประการ หรือการประสานกัน ในเทคนิคกรรมวิธีที่กล่าวมาแล้วข้างต้น เช่น การพิมพ์ระบบอิงค์เจ็ท เป็นการพิมพ์ด้วยการยิง หมึกออกมาเป็นจุดประกอบเป็นตัวอักษร และข้อความต่อเนื่องบนบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นมาแทน การพิมพ์แบบ stencil และ silk screen เป็นต้น

## 2.8 ข้อมูลด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

### 2.8.1 กฎหมายฉลากบนบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางอาเซียน

ก. สิ่งที่ต้องปรากฏอยู่บนฉลากบรรจุภัณฑ์ด้านนอก (สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน)

- (1) ชื่อของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและคุณสมบัติของเครื่องสำอาง
- (2) คำแนะนำในการใช้เครื่องสำอาง
- (3) รายการส่วนผสม ซึ่งประกอบไปด้วย
  - สิ่งเจือปน
  - ส่วนประกอบที่ใช้ในการผลิต แต่ไม่ได้อยู่ในผลิตภัณฑ์สุดท้าย
  - ส่วนผสมที่ต้องใช้ปริมาณจำกัดอย่างเคร่งครัด

- (4) ประเทศผู้ผลิต
- (5) ชื่อและที่อยู่บริษัทที่ผลิตหรือผู้รับผิดชอบในการผลิต
- (6) น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ โดยใช้หน่วย Metric หรือ Imperial
- (7) จำนวนชุดเลขที่การผลิต
- (8) วันที่ผลิตหรือวันหมดอายุ
- (9) ข้อควรระวังพิเศษ
- (10) หมายเลขทะเบียนจากประเทศที่ผลิต

ข. ในกรณีที่ไม่สามารถใส่ข้อมูลในส่วน ก. ลงในฉลากบรรจุภัณฑ์ได้ อนุญาตให้แสดงข้อมูลโดยใช้ แผ่นพับ, ใบปลิว, แท็กแขวน, การเจาะช่องใส่บนบรรจุภัณฑ์เพื่อแสดงสินค้า หรือการหุ้มบรรจุภัณฑ์ด้วยฉลากรอบตัว (Shrink Wrap)

- (1) ชื่อของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและคุณสมบัติของเครื่องสำอาง
- (2) จำนวนชุดเลขที่การผลิต

ค. ข้อมูลที่อยู่ในส่วน ก. และ ส่วน ข. ต้องสามารถอ่านได้ชัดเจนและไม่สามารถลบออกได้  
ง. ข้อมูลที่อยู่ในส่วน ก. จะแสดงเป็นภาษาอังกฤษและ/หรือภาษาประจำชาติและ/หรือภาษาที่ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในประเทศที่จะนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายสามารถเข้าใจได้

ตารางที่ 2.12 แสดงการเปรียบเทียบกฎหมายฉลากบนบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสำหรับอาเซียนกับฉลากบรรจุภัณฑ์เดิม

No.	รายละเอียดของฉลากบนบรรจุภัณฑ์ที่ต้องมีตามกฎหมายอาเซียน	บรรจุภัณฑ์เดิม		หมายเหตุ
		มี	ไม่มี	
1	ชื่อของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและคุณสมบัติของเครื่องสำอาง	●		
2	คำแนะนำในการใช้เครื่องสำอาง	●		มีแต่ยังไม่ครบถ้วน
3	รายการส่วนผสม		●	

4	ประเทศผู้ผลิต	●		
5	ชื่อและที่อยู่บริษัทที่ผลิตหรือผู้รับผิดชอบในการผลิต	●		
6	น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ โดยใช้หน่วย Metric หรือ Imperial	●		
7	จำนวนชุดเลขที่การผลิต		●	
8	วันที่ผลิตหรือวันหมดอายุ	●		
9	ข้อควรระวังพิเศษ		●	
10	หมายเลขทะเบียนจากประเทศที่ผลิต		●	



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 3

### แนวทางความคิดในการออกแบบ

#### 3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ

การค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวข้องกับโครงการในบทที่ผ่านมาสามารถนำมาสรุปข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เป็นลำดับขั้นตอนเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบได้ดังนี้

##### 3.1.1 ที่มาของโครงการ

ทางบริษัทมีความต้องการในการเพิ่มตลาดการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนมากขึ้น จากเดิม เพราะตลาดภายในประเทศเริ่มมีการแข่งขันสูง และมีผู้ผลิตเพิ่มขึ้นจำนวนมาก โดยต้องการให้แบรนด์เป็นที่จดจำ และสินค้าที่ส่งออกตรงตามมาตรฐานของอาเซียน

กลุ่มเป้าหมายของซัชชีขรินทร์เป็นผู้หญิงที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไปจนถึงอายุประมาณ 40 ปี ซึ่งสนใจเรื่องการดูแลตัวเอง รักสวยรักงาน และชอบความเป็นธรรมชาติ มีฐานะตั้งแต่ปานกลางจนถึงระดับสูง เพราะตัวผลิตภัณฑ์มีราคาสูง

##### 3.1.2 ประเภทของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

1. สบู่ก้อน ขนาด 100 กรัม
2. เซรั่มบำรุงผม ขนาด 180 มิลลิลิตร
4. โทเนอร์ ขนาด 100 มิลลิลิตร
5. เซรั่มบำรุงผิวหน้า ขนาด 100 มิลลิลิตร
7. โฟมล้างหน้า ขนาด 80 มิลลิลิตร
8. เจลล้างหน้า ขนาด 80 มิลลิลิตร
10. ทรีทเม้นต์ผิว ขนาด 300 มิลลิลิตร
11. ทรีทเม้นต์หน้า ขนาด 40 มิลลิลิตร
12. โลชั่นบำรุงผิว ขนาด 280 มิลลิลิตร และ 100 มิลลิลิตร
13. ครีมอาบน้ำ ขนาด 280 มิลลิลิตร และ 100 มิลลิลิตร
14. ครีมนวดผม ขนาด 320 มิลลิลิตร และ 100 มิลลิลิตร
15. ยาสระผม ขนาด 320 มิลลิลิตร และ 100 มิลลิลิตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.1.3 เงื่อนไขความต้องการในการออกแบบ

#### 3.1.3.1 ด้านการบรรจุ (Containment)

บรรจุภัณฑ์สามารถบรรจุสินค้าได้ดีตลอดระยะเวลาการใช้งาน

#### 3.1.3.2 ด้านการคุ้มครอง (Protection)

บรรจุภัณฑ์สามารถป้องกันความเสียหายที่จะเกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์ทั้งด้านกายภาพและชีวภาพ ได้ตลอดระยะเวลาการใช้งานไม่ก่อให้เกิดการเสื่อมสภาพก่อนระยะเวลาที่กำหนด

#### 3.1.3.3 ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)

โครงสร้างบรรจุภัณฑ์เอื้ออำนวยต่อการใช้งานสินค้าโดยการคำนึงถึงความเหมาะสมของ ลักษณะการใช้งานสินค้าแต่ละประเภท

#### 3.1.3.4 ด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ (Promotion)

สามารถสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายทั้ง 10 ประเทศมีความเข้าใจที่ตรงกันเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ทั้งประเภทของสินค้าและรูปแบบการใช้งาน สามารถแสดงให้เห็นถึงความ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ถูกผลิตขึ้นเพื่อตอบรับการเปิดประชาคมอาเซียน เหมาะกับ 10 ประเทศ อาเซียน รวมทั้งสร้างความน่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับให้กับลูกค้ามากยิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

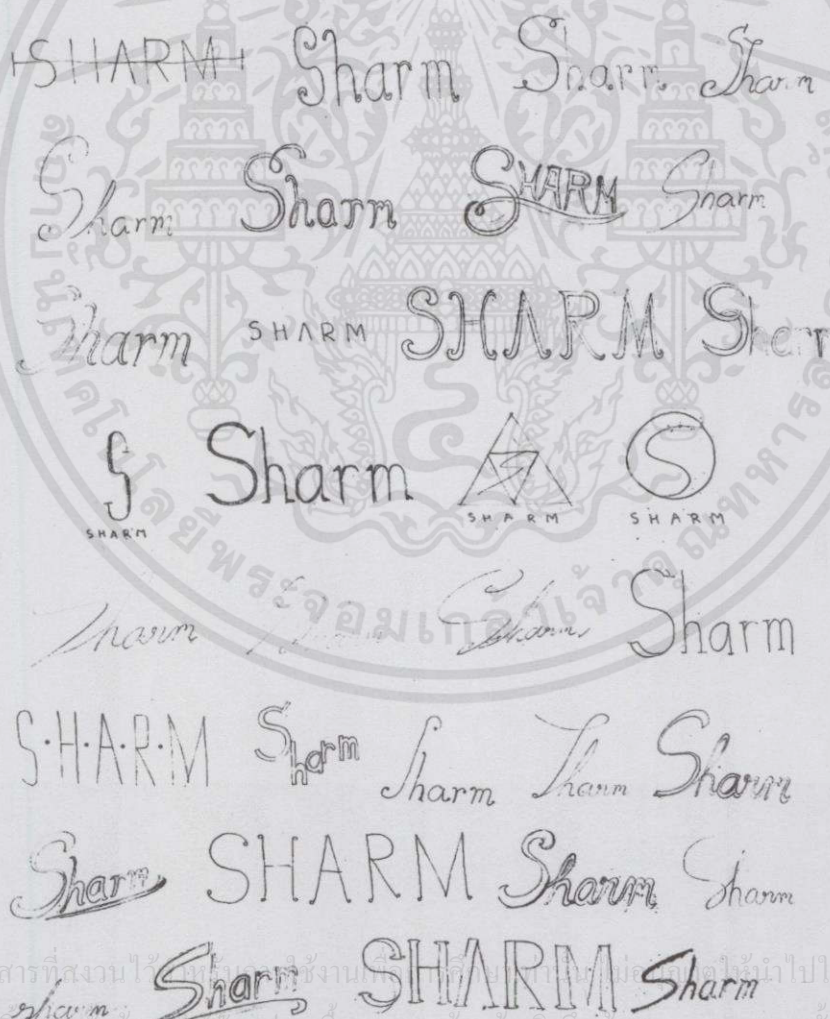
### 3.2 การพัฒนาตราผลิตภัณฑ์

มีการพัฒนาแบบตราผลิตภัณฑ์ 3 ครั้ง ตามจำนวนครั้งในการนำเสนอ โดยจะอธิบายและสรุปคำแนะนำในแต่ละครั้ง แล้วจึงเริ่มอธิบายการออกแบบในครั้งต่อไป

#### การพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ครั้งที่ 1

ในครั้งแรกได้มีการคิดชื่อใหม่ คือ SHARM ซึ่งมีที่มาจากกรรวมคำคำว่า SIAM และ CHARM เข้าด้วยกัน ซึ่งหมายถึงเสน่ห์แบบไทยซึ่งตรงกับแนวความคิดในการออกแบบครั้งแรกคือ "เสน่ห์ ความงามที่ชวนให้หลงไหล" โดยแบ่งแนวทางการออกแบบเป็นสามแนวทาง ดังนี้

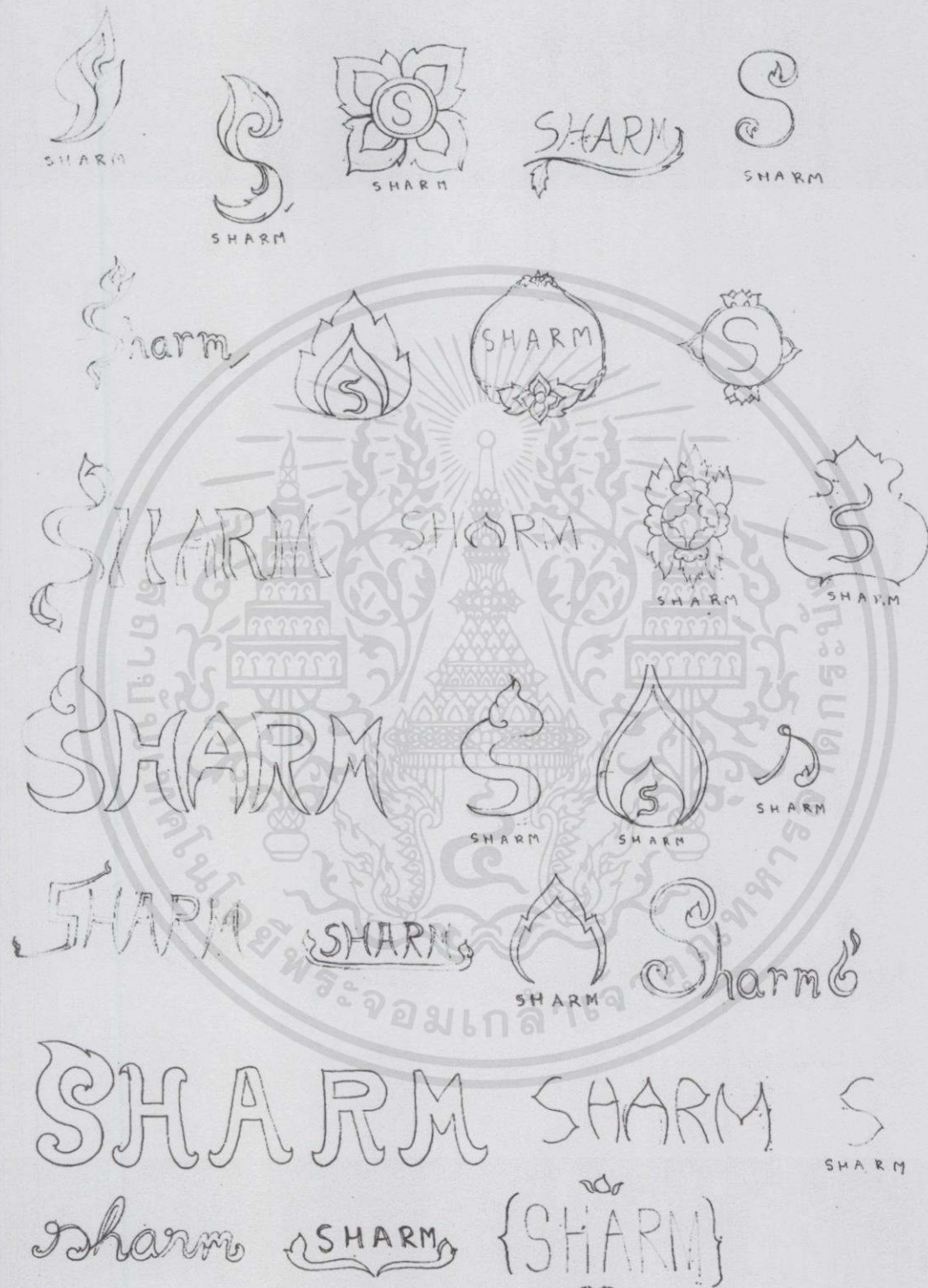
##### แนวทางการออกแบบที่ 1 : Modern



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับงานใช้ภายในเท่านั้น ไม่ควรเผยแพร่ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามทำซ้ำหรือดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.1 ภาพแสดงแบบร่างตราสินค้าแนวทางที่ 1

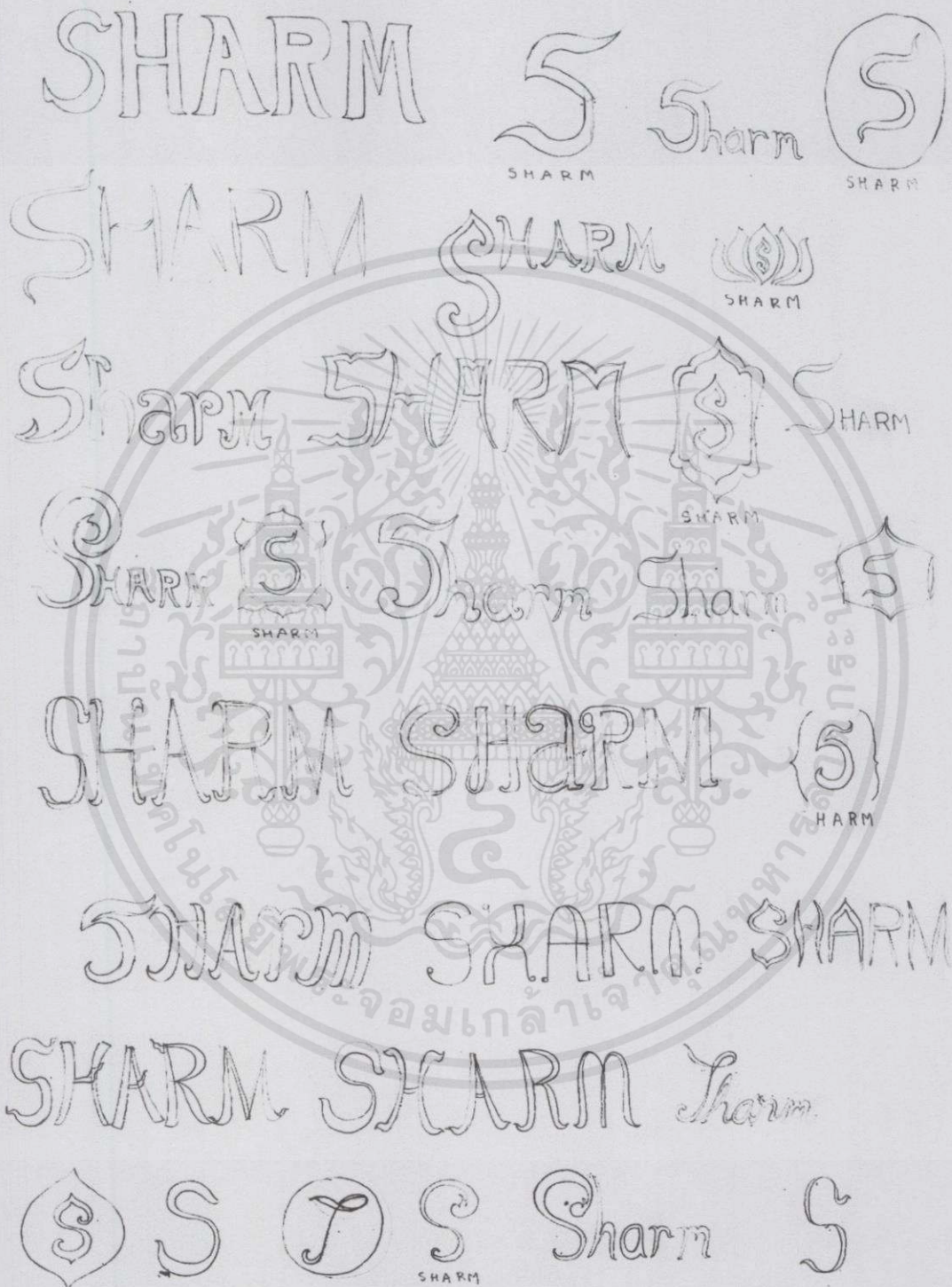
แนวทางการออกแบบที่ 2 : Thai



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้นำข้อมูลไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.2 ภาพแสดงแบบร่างตราสินค้าแนวทางที่ 2

แนวทางการออกแบบที่ 3 : Thai Modern



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ภาพที่ 3.3 ภาพแสดงแบบร่างตราสินค้าแนวทางการที่ 3  
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากนั้นจึงทำการเลือกโดยใช้เกณฑ์ ดังนี้

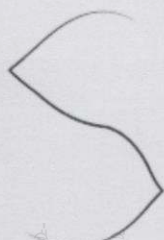
1. เหมาะสมกับการใช้งาน
2. อ่านและจดจำได้ง่าย
3. มีการสื่อความหมายที่ชัดเจน
4. เมื่อย่อขนาดแล้วสามารถมองเห็นได้ชัดเจน
5. นำไปใช้งานได้หลากหลาย

ซึ่งตราผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้มีดังต่อไปนี้



ภาพที่ 3.4 ภาพแสดงแบบร่างตราสินค้าที่เลือกโดยใช้เกณฑ์

โดยตราสินค้ามีสามารถสื่อสารได้ชัดเจน มีความสวยงาม จดจำได้ง่าย และใช้งานได้หลากหลายที่สุด ดังแสดงในภาพ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลง SHARM อี้อีกถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.5 ภาพแสดงแบบตราสินค้าที่เลือก

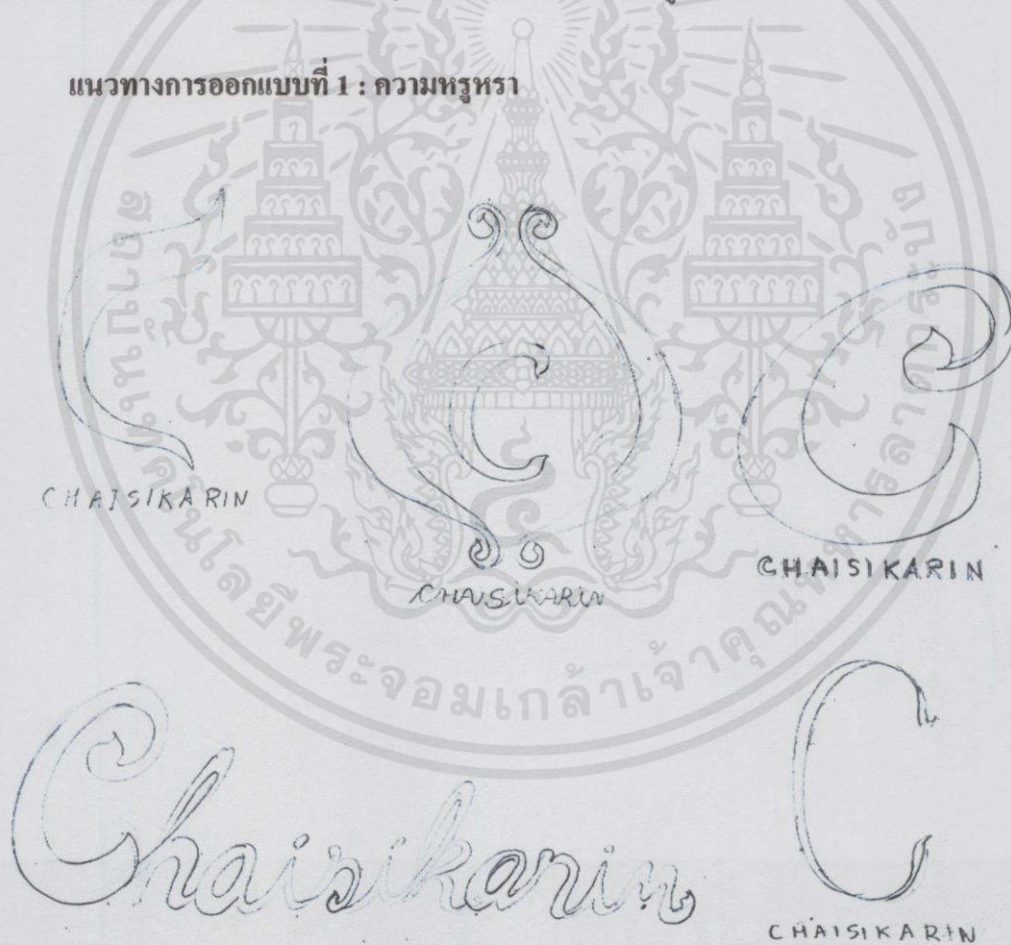
## การพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ครั้งที่ 2

จากการนำเสนอครั้งที่ 1 ได้รับคำแนะนำจากคณะกรรมการเพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ครั้งที่ 2 ดังนี้

1. ที่มาของชื่อไม่มีความน่าเชื่อถือและเหมาะสมพอ
2. ตราสัญลักษณ์ไม่สามารถนำไปประยุกต์ใช้งานได้หลากหลาย
3. ยังไม่สามารถสื่อสารถึงชัยศิรินทร์ได้

จากคำแนะนำดังกล่าวได้นำมาเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ โดยกลับมาใช้ชื่อตราผลิตภัณฑ์เดิม ที่ลูกค้าบางกลุ่มจดจำได้แล้ว แล้วแบ่งแนวทางการออกแบบตาม Brand Concept คือ "ผู้สืบสานภูมิปัญญาไทยสู่การปรนนิบัติด้วยคุณค่า สมุนไพรธรรมชาติ มาตรฐานระดับสากล" ออกเป็น 3 แนวทาง คือ ลายไทย, ธรรมชาติ และ ความหรูหรา

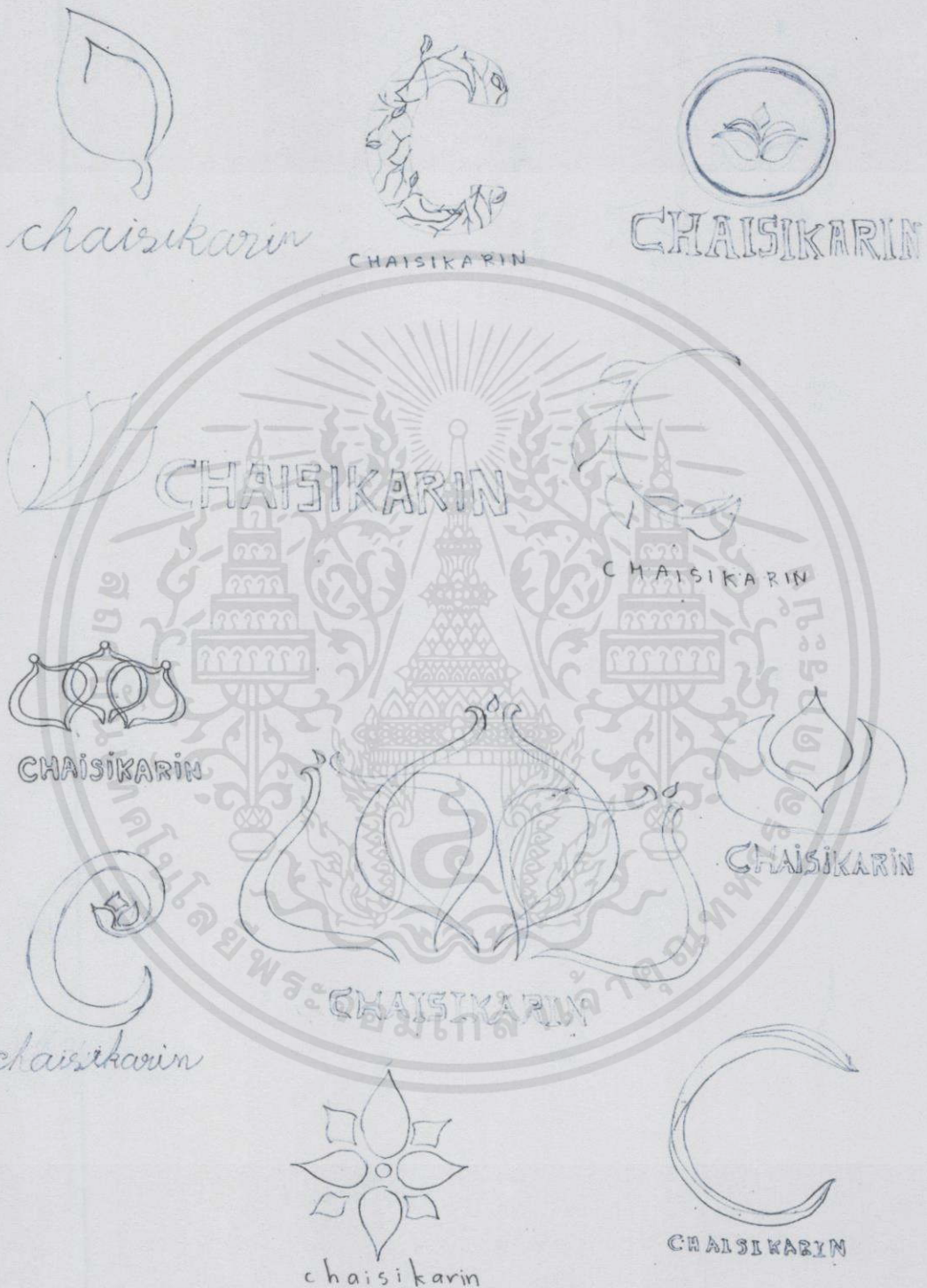
### แนวทางการออกแบบที่ 1 : ความหรูหรา



ภาพที่ 3.6 ภาพแสดงแบบร่างตราสินค้าแนวทางที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางการออกแบบที่ 2 : ธรรมชาติ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งหา ภาพที่ 3.7 ภาพแสดงแบบร่างตราสินค้าแนวทางที่ 2 หารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### แนวทางการออกแบบที่ 3 : ด้ายไทย



ภาพที่ 3.8 ภาพแสดงแบบร่างตราสินค้าแนวทางที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใด ๆ นำรูปแบบที่น่าสนใจมาใส่สีและปรับขนาดให้เหมาะสม ย่อขนาดเพื่อทดสอบความสามารถใน  
การใช้งานจากนั้นจึงทำการเลือกโดยใช้เกณฑ์ ดังนี้

1. เหมาะสมกับการใช้งาน
2. อ่านและจดจำได้ง่าย
3. มีการสื่อความหมายที่ชัดเจน
4. เมื่อย่อขนาดแล้วสามารถมองเห็นได้ชัดเจน
5. นำไปใช้งานได้หลากหลาย

ซึ่งตราผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้มีดังต่อไปนี้



ภาพที่ 3.9 ภาพแสดงแบบร่างตราสินค้าที่เลือกโดยใช้เกณฑ์

โดยตราสินค้ามีความสามารถสื่อสารได้ชัดเจน มีความสวยงาม จดจำได้ง่าย และใช้งานได้หลากหลายที่สุด ดังแสดงในภาพ



ภาพที่ 3.10 ภาพแสดงแบบตราสินค้าที่เลือก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### การพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ครั้งที่ 3

จากการนำเสนอครั้งที่ 2 ได้รับคำแนะนำจากคณะกรรมการเพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ครั้งที่ 3 ดังนี้

1. ขาดความเชื่อมโยงระหว่าง Brand Concept และแนวทางการออกแบบ
2. ขาดการอธิบายที่มาที่ไปของการเลือกตราสินค้า
3. ยังไม่สามารถสื่อสารถึงชัชศิรินทร์ได้

จากคำแนะนำดังกล่าวได้นำมาเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ โดยใช้ชื่อตราผลิตภัณฑ์เดิม เพราะมีการส่งออกอยู่แล้วในบางประเทศ ซึ่งมีกลุ่มลูกค้าที่จดจำได้ และมีการปรับปรุงใหม่โดยการดึงเอกลักษณ์ของชัชศิรินทร์ที่เด่นชัดออกมา โดยมีทั้งเอกลักษณ์ดั้งเดิม และเอกลักษณ์ใหม่ที่คัดเลือกมา



ภาพที่ 3.11 ภาพแสดงตราผลิตภัณฑ์เดิมของชัชศิรินทร์ที่มีหลากหลายรูปแบบ

#### 3.2.1 การออกแบบตราผลิตภัณฑ์ในขั้นแรก (Primary Sketch Logo)

นำเอกลักษณ์ของชัชศิรินทร์มาสร้างแนวทางการออกแบบออกเป็น 3 แนวทาง คือ บ้านสวนสมุนไพรไทย, ดอกลิลาวดี และผู้หญิงไทย

แนวทางการออกแบบที่ 1 : บ้านสวนสมุนไพรไทย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้ง ภาพที่ 3.12 ภาพแสดงแบบร่างตราสินค้าแนวทางที่ 1 การทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## แนวทางการออกแบบที่ 2 : ดอกลีลาวดี



ภาพที่ 3.13 ภาพแสดงแบบร่างตราสินค้าแนวทางที่ 2

## แนวทางการออกแบบที่ 3 : ผู้หญิงไทย



ภาพที่ 3.14 ภาพแสดงแบบร่างตราสินค้าแนวทางที่ 3

จากนั้นจึงในเกณฑ์การให้คะแนนในการเลือกตราสินค้า ซึ่งมีดังนี้

1. ตรงกับ BRAND CONCEPT ที่กำหนดไว้
2. เหมาะสมกับการใช้งาน
3. เหมาะสมกับบุคลิกภาพของสินค้า
4. อ่านและจดจำได้ง่าย
5. มีการสื่อความหมายที่ชัดเจน
6. เป็นที่ชื่นชอบของกลุ่มเป้าหมาย
7. เมื่อย่อขนาดแล้วสามารถมองเห็นได้ชัดเจน
8. นำไปใช้งานได้หลากหลาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์ที่ตรงกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้มีดังต่อไปนี้ ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.15 ภาพแสดงแบบร่างตราสินค้าที่เลือกโดนใช้เกณฑ์

โดยตราสินค้ามีความสามารถสื่อสารได้ชัดเจน มีความสวยงาม จดจำได้ง่าย และใช้งานได้หลากหลายที่สุด ดังแสดงในภาพ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ 3.16 ภาพแสดงแบบร่างตราผลิตภัณฑ์ที่เลือก และวิธีการใช้งานบางส่วน โยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### การพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ครั้งที่ 4 (สุดท้าย)

จากการนำเสนอครั้งที่ 3 ได้นำแบบตราผลิตภัณฑ์มาพัฒนาต่อ เพื่อให้สามารถใช้งานได้ง่ายมากยิ่งขึ้น โดยการปรับโทนสี และขนาดของเส้น ซึ่งได้แบบสุดท้าย ดังนี้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.3. การพัฒนาแนวคิดในการออกแบบและการออกแบบบรรจุภัณฑ์

#### การพัฒนาแนวความคิดในการออกแบบครั้งที่ 1

##### 3.3.1 แนวความคิด

###### 3.3.1.1 แนวความคิดของตราผลิตภัณฑ์ (Brand Concept)

"ความงามแบบไทยในแบบฉบับสากล"

เนื่องจากบริษัทต้องการเพิ่มยอดขายในต่างประเทศให้มากขึ้นกว่าเดิม ดังนั้นจึงนำเป้าหมายในส่วนนี้ มาเป็นแนวทางหลักสำหรับการสร้างแบรนด์ใหม่ซึ่งจะมีความเป็นสากลให้เหมาะสมกับการส่งออกสู่ต่างประเทศ โดยในโครงการนี้จะเริ่มจากการนำออกสู่อาเซียน ซึ่งในอนาคตอาจจะมีการนำออกไปขายในประเทศอื่นๆ มากยิ่งขึ้น ส่วนในประเทศไทย จะยังคงใช้แบรนด์ชัชชิขรินทร์ เป็นแบรนด์หลัก เพราะได้รับการรู้จัก และความน่าเชื่อถือเป็นอย่างดีแล้ว

###### 3.3.1.2 แนวความคิดของสินค้า (Product Concept)

"ต้นตำรับความงามจากสมุนไพรไทยสู่อาเซียน"

เพราะต้องการนำสินค้าเครื่องสำอางที่ทำจากสมุนไพรไทยที่ ออกไปขายใน 10 ประเทศ โดยต้องการให้ทั้ง 10 ประเทศเห็นถึงเสน่ห์ของความงามของไทยที่มีมาเนิ่นนาน เลยกคิดว่าใช้คำว่าต้นตำรับ น่าจะเหมาะสมเพราะเครื่องสำอางก็เป็นต้นตำรับที่ทางผู้ผลิตร่วมกันคิดขึ้น โดยมีสูตรหลักมาจากบรรพบุรุษที่เป็นแพทย์ อีกทั้งการแสดงถึงความงามเป็นต้นตำรับยังช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้าอีกด้วย

###### 3.3.1.3 แนวความคิดของการออกแบบ (Design Concept)

"เสน่ห์ความงามที่ชวนให้หลงใหล"

จากการทำแบบสำรวจเพิ่มอีกครั้ง โดยเลือกสอบถามว่าเมื่อพูดถึงความงามในแบบไทยจะคิดถึงอะไร จากกลุ่มเป้าหมายได้ผลส่วนมากออกมาเป็นเรื่องเกี่ยวกับเสน่ห์ของสาวไทย เช่น ยิ้มสวย อ่อนหวาน อรทัยดี เป็นต้น ซึ่งทำให้คนจดจำได้จึงคิดว่าควรใช้คำว่าเสน่ห์ในภาพรวมของดีไซน์แล้วเลือกดึงในแต่ละส่วนออกมา ถ่ายทอดอีกครั้งใน design route ส่วนคำว่าชวนให้หลงใหล มาจากการใช้เครื่องสำอาง ที่จะช่วยเพิ่มความงาม ให้กับผู้หญิงชวนให้น่ามองน่าชมมากขึ้นกว่าเดิม

##### 3.3.2 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

จากแนวความคิดการออกแบบ คือ เสน่ห์ความงามที่ชวนให้หลงใหล นำมาแตกออกเป็นแนวทางการออกแบบได้ 3 แนวทาง ได้แก่ เสน่ห์แบบนางในวรรณคดี, เสน่ห์แบบผู้หญิงกุลสตรีไทย และเสน่ห์แบบผู้หญิงไทยสมัยใหม่ โดยจะแสดงการออกแบบไปที่ละแนวทาง ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ทำการแก้ไขใดๆ เดิม ซึ่งถ้าหากมีการเปลี่ยนแปลงใดๆ กรุณาแจ้งให้ทางกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศทราบ

แนวทางการออกแบบที่ 1 : สเน่ห์แบบนางในวรรณคดี



ภาพที่ 3.18 ภาพแสดงแรงบันดาลใจในแนวทางการออกแบบที่ 1

จากภาพแรงบันดาลใจจึงเลือกเครื่องประดับของไทย เช่น ชฎา สร้อยสังวาล เป็นต้น แปลงเป็นรูปทรงพื้นฐาน แล้วจึงนำมาใช้ในการออกแบบ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.19 ภาพแสดงรูปทรงพื้นฐานที่แปลงจากภาพแรงบันดาลใจแนวทางการที่ 1



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

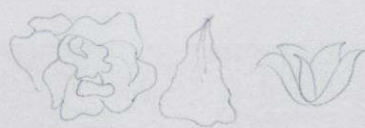
ภาพที่ 3.20 ภาพแสดงแบบร่างโครงสร้างแนวทางที่ 1

## แนวทางการออกแบบที่ 2 : สเน่ห์แบบกุลสตรี



ภาพที่ 3.21 ภาพแสดงแรงบันดาลใจในแนวทางการออกแบบที่ 2

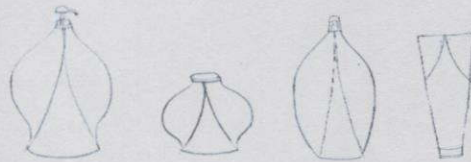
จากคำว่าสเน่ห์แบบกุลสตรี จึงนำบุคลิกต่างๆของกุลสตรีไทย เช่นการไหว้ การนั่งพับเพียบและคนสวยใหญ่มักจะเปรียบเทียบกับผู้หญิงกับดอกไม้ เพราะความอ่อนหวาน จึงนำมาแปลงเป็นรูปทรงพื้นฐาน แล้วจึงนำมาใช้ในการออกแบบดังนี้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้กันเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.22 ภาพแสดงรูปทรงพื้นฐานที่แปลงจากภาพแรงบันดาลใจแนวทางที่ 2

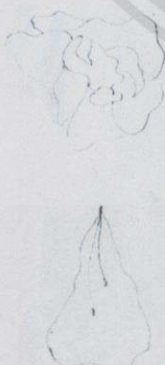
MOTIF



MOTIF



MOTIF



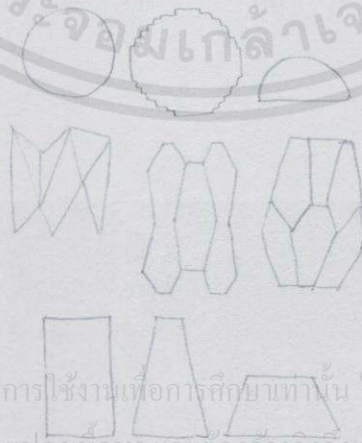
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้  
ภาพที่ 3.23 ภาพแสดงแบบร่างโครงสร้างแนวทางที่ 2

### แนวทางการออกแบบที่ 3 : สเน่ห์แบบผู้หญิงไทยสมัยใหม่



ภาพที่ 3.24 ภาพแสดงแรงบันดาลใจในแนวทางการออกแบบที่ 3

ผู้หญิงสมัยใหม่จะมีรูปแบบการใช้ชีวิต มั่นใจ ทำงานนอกบ้าน และมีความทันสมัย ของใช้ของผู้หญิงในกลุ่มนี้จึงมีความเรียบง่าย (minimal) จึงนำรูปทรงของเหล่านั้นมาแปลงเป็นรูปทรงพื้นฐาน แล้วจึงนำมาใช้ในการออกแบบ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.25 ภาพแสดงรูปทรงพื้นฐานที่แปลงจาดภาพแรงบันดาลใจแนวทางการที่ 3



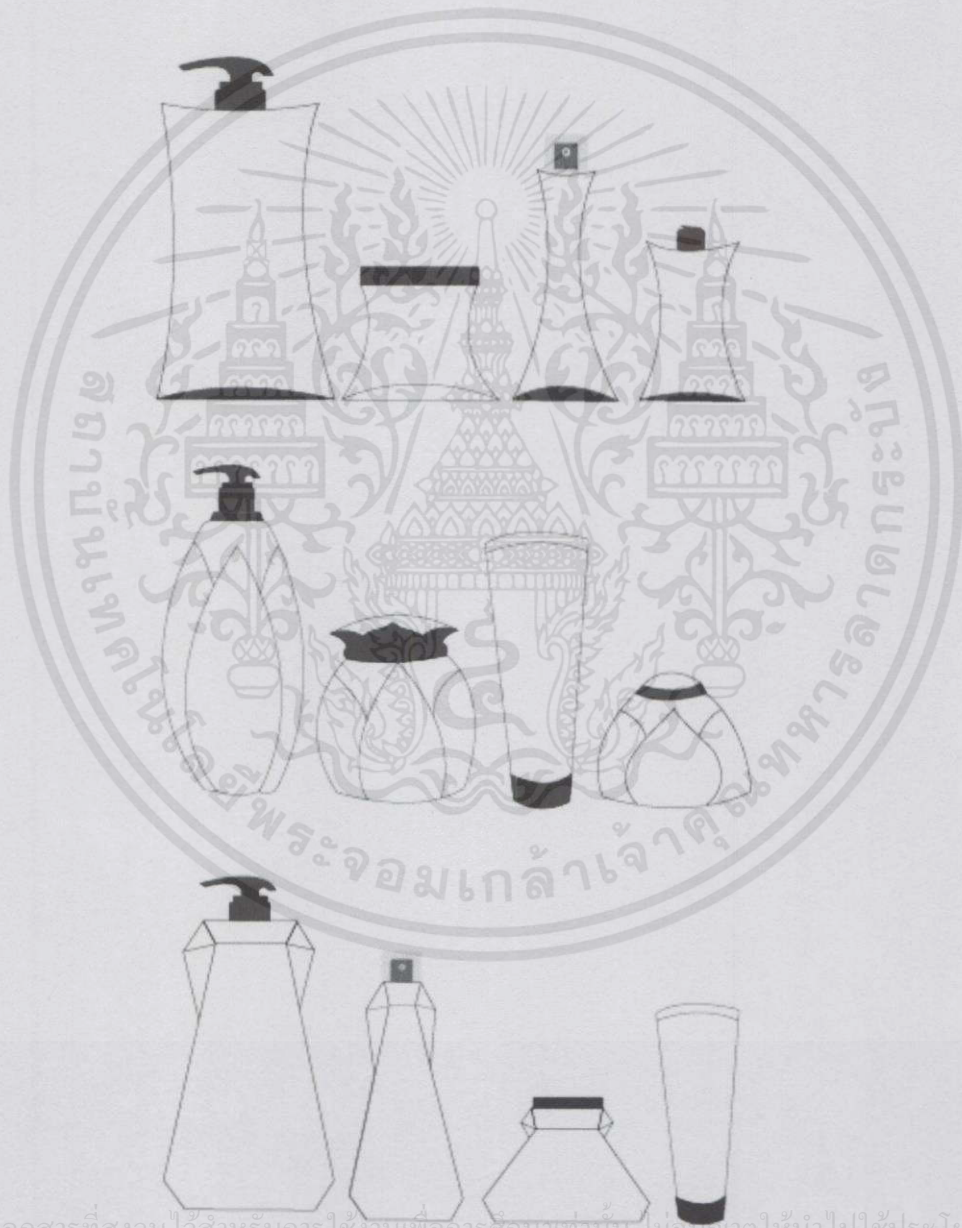
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.26 ภาพแสดงแบบร่างโครงสร้างแนวทางที่ 3

เมื่อได้แบบร่างจากทั้งสามแนวทางแล้ว จึงนำมาพิจารณาโดยใช้เกณฑ์ดังนี้

1. ตรงกับ DESIGN CONCEPT ที่กำหนดไว้
2. เหมาะสมกับการใช้งาน
3. ราคาต้นทุนในการผลิต
4. สามารถนำไปพัฒนาต่อในรูปลักษณะของทุกประเภทผลิตภัณฑ์ได้

ซึ่งจากการพิจารณาตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ ได้แบบโครงสร้างที่เหมาะสมตามภาพ โดยเลือกมาแนวทางละ 1 โครงสร้าง ดังนี้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.7 ภาพแสดงแบบที่ผ่านการคัดเลือกทั้ง 3 แนวทาง คือ สเน่ห์แบบนางในวรรณคดี,  
สเน่ห์แบบกุลสตรี และสเน่ห์แบบผู้หญิงไทยสมัยใหม่ตามลำดับ

3.3.3 การออกแบบกราฟฟิกและการสื่อสารบนบรรจุภัณฑ์  
 มีความคิดการออกแบบและแนวทางการออกแบบเหมือนกับการออกแบบโครงสร้าง  
 บรรจุภัณฑ์

แนวทางการออกแบบที่ 1 : สเน่ห์แบบนางในวรรณคดี



ภาพที่ 3.28 ภาพแสดงแบบร่างกราฟิกแนวทางที่ 1

แนวทางการออกแบบที่ 2 : สเน่ห์แบบกุลสตรี



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่าจะวิธีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.29 ภาพแสดงแบบร่างกราฟิกแนวทางที่ 2

### แนวทางการออกแบบที่ 3 : สเน่ห์แบบผู้หญิงไทยสมัยใหม่



ภาพที่ 3.30 ภาพแสดงแบบร่างกราฟิกแนวทางที่ 3

เมื่อได้แบบร่างจากทั้งสามแนวทางแล้ว จึงนำมาพิจารณาโดยใช้เกณฑ์เดียวกับการเลือกโครงสร้าง ซึ่งจากการพิจารณาตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ ได้แบบโครงสร้างที่เหมาะสมตามภาพ โดยเลือกมาแนวทางละ 1 แบบ



เอกสารนี้เป็นเอกสารต้นฉบับไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษายเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.31 ภาพแสดงแบบร่างกราฟิกที่ได้รับการคัดเลือกตามเกณฑ์แนวทางละ 1 แบบ ตามลำดับ

### 3.3.4 การสรุปการออกแบบในขั้นตอนแบบร่าง

เมื่อได้โครงสร้างและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่เลือกแล้ว จึงนำมารวมกันเพื่อให้เห็นภาพของผลิตภัณฑ์ โดยนำโครงสร้างและกราฟิกแนวทางเดียวกันมารวมกัน ซึ่งได้ผลออกมาดังภาพ



ภาพที่ 3.32 ภาพแสดงแบบร่างบรรจุภัณฑ์แต่ละแนวทางตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ซึ่งงานนี้เป็นการทำขึ้นโดยมีผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์เป็นผู้ใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งยังได้อัดแปลงเนื้อหา และตั้งอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้  
เนื่องจากในครั้งนี้เป็นกรนำเสนอแบบครั้งแรก จึงยังไม่ได้มีการสรุปแบบที่เลือก

## การพัฒนาแนวความคิดในการออกแบบครั้งที่ 2

จากการนำเสนอครั้งที่ 1 ได้รับคำแนะนำจากคณะกรรมการเพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาแนวความคิดการออกแบบครั้งที่ 2 ดังนี้

1. ประเด็นเรื่องอาเซียนและอัตลักษณ์ร่วมหายไป
  2. ความน่าเชื่อถือในการพิจารณาเลือกแบบและหัวข้อในการพิจารณายังไม่ชัดเจน
  3. Brand Concept ยังไม่สามารถสื่อสารถึงตัวช่วยชิงรินทร์
- จากคำแนะนำดังกล่าวได้นำมาเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาแนวความคิด ดังนี้

### 3.3.5 แนวความคิด

#### 3.3.5.1 แนวความคิดของตราผลิตภัณฑ์ (Brand Concept)

"ผู้สืบสานภูมิปัญญาไทยสู่การปรนนิบัติด้วยคุณค่า สมุนไพรธรรมชาติ  
มาตรฐานระดับสากล"

เนื่องจากผู้ผลิตใช้สูตรสมุนไพรไทยที่มีมาแต่โบราณ แต่ผลิตด้วยเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย และเป็นที่ยอมรับของต่างประเทศ

#### 3.3.5.2 แนวความคิดของสินค้า (Product Concept)

"ต้นตำรับความงามจากแบบไทยสู่อาเซียน"

เพราะเป็นการนำสมุนไพรไทยที่เป็นต้นตำรับของไทย ให้เป็นที่รู้จักกับ 10 ประเทศอาเซียน เพื่อสร้างตลาดใหม่

#### 3.3.5.3 แนวความคิดของในการออกแบบ (Design Concept)

"เสน่ห์แบบไทยในแบบฉบับสากล"

โดยดึงเอาเสน่ห์ของเมืองไทยที่คนในอาเซียนรับรู้และจดจำได้มาใช้ในการออกแบบ

### 3.3.6 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

จากแนวความคิดการออกแบบคือเสน่ห์แบบไทยในแบบฉบับสากล นำมาแตกออกเป็นแนวทางการออกแบบได้ 3 แนวทาง ได้แก่ ดอกไม้ไทย, สถาปัตยกรรมไทย และลายไทย โดยจะแสดงการออกแบบไปที่ละแนวทาง ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### แนวทางการออกแบบที่ 1 : ดอกไม้ไทย



ภาพที่ 3.33 ภาพแสดงแรงบันดาลใจในแนวทางการออกแบบที่ 1

จากภาพแรงบันดาลใจเลือกนำรูปทรงของกลีบดอกไม้ เช่น การซ้อนกัน ความโค้งของกลีบดอกไม้ มาเป็นส่วนหนึ่งในการออกแบบ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

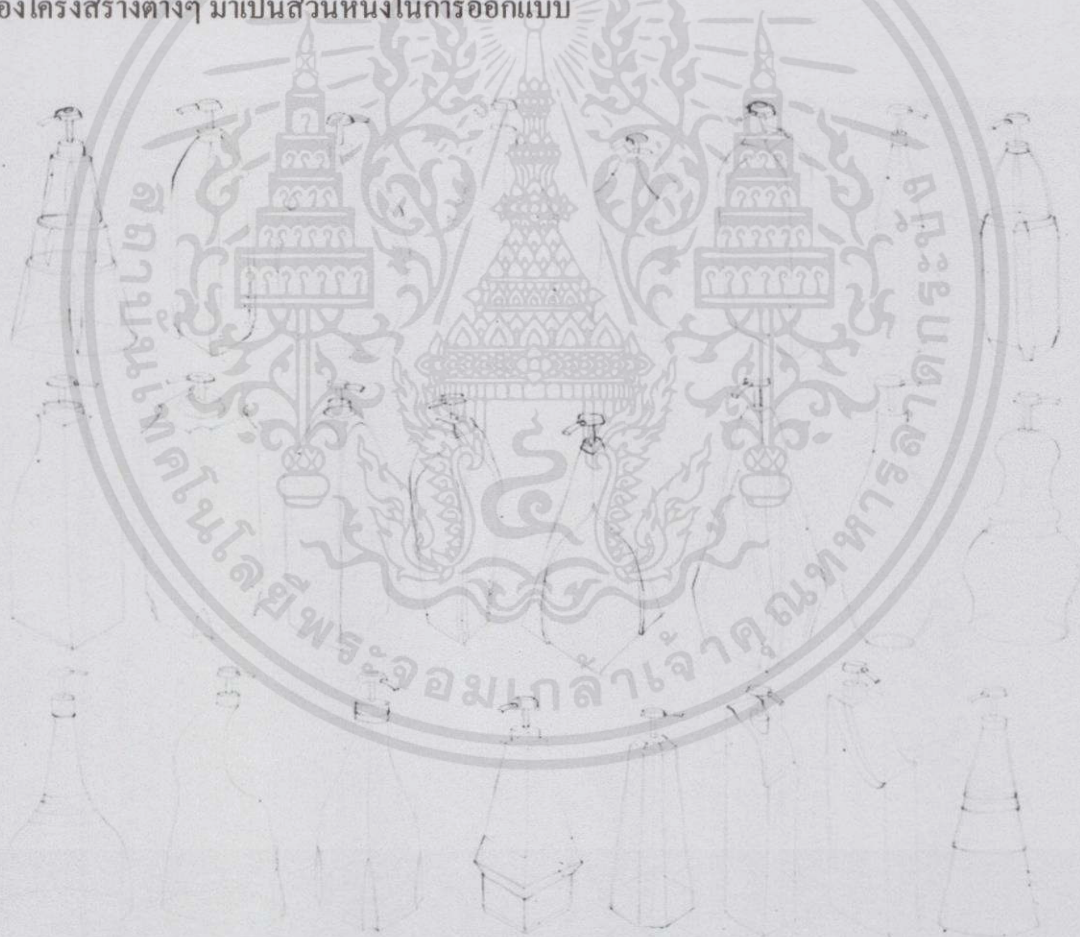
ภาพที่ 3.34 ภาพแสดงแบบร่างโครงสร้างแนวทางที่ 1

## แนวทางการออกแบบที่ 2 : สถาปัตยกรรมไทย



ภาพที่ 3.35 ภาพแสดงแรงบันดาลใจในแนวทางการออกแบบที่ 2

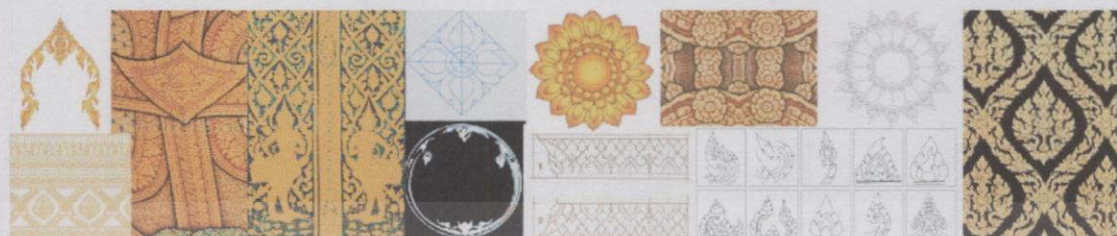
จากภาพแรงบันดาลใจเลือกนำรูปทรงของกลีบหลังคาบ้านไทย ยอดเจดีย์ หรือการเข้ามุมของโครงสร้างต่างๆ มาเป็นส่วนหนึ่งในการออกแบบ



ภาพที่ 3.36 ภาพแสดงแบบร่างโครงสร้างแนวทางที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกริใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้า เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### แนวทางการออกแบบที่ 3 : ลายไทย



ภาพที่ 3.37 ภาพแสดงแรงบันดาลใจในแนวทางการออกแบบที่ 3

จากภาพแรงบันดาลใจเลือกนำรูปทรงของเส้นสายลายไทยที่มีการลดทอนรายละเอียดลงไป มาเป็นส่วนหนึ่งในการออกแบบ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.38 ภาพแสดงแบบร่างโครงสร้างแนวทางที่ 3

เมื่อได้แบบร่างจากทั้งสามแนวทางแล้ว จึงนำมาพิจารณาโดยใช้เกณฑ์ดังนี้

1. ตรงกับ DESIGN CONCEPT ที่กำหนดไว้
2. เหมาะสมกับการใช้งาน
3. ราคาต้นทุนในการผลิต
4. สามารถนำไปพัฒนาต่อในรูปลักษณะของทุกประเภทผลิตภัณฑ์ได้
5. เป็นที่ชื่นชอบของกลุ่มเป้าหมาย
6. มีความโดดเด่นจากคู่แข่ง

ซึ่งจากการพิจารณาตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ ได้แบบโครงสร้างที่เหมาะสมและนำมาออกแบบเพิ่มให้ครบทุกประเภทผลิตภัณฑ์ ดังนี้



ภาพที่ 3.39 ภาพแสดงแบบร่างโครงสร้างที่ถูกเลือก

### 3.3.7 การออกแบบกราฟฟิกและการสื่อสารบนบรรจุภัณฑ์

จากแนวความคิดการออกแบบ คือ สเน่ห์แบบไทยในแบบฉบับสากล โดยนำเสน่ห์และเอกลักษณ์ของเมืองไทยที่คนในอาเซียนรับรู้ร่วมกันมาถ่ายทอด ซึ่งแบ่งเป็นแนวทางการออกแบบได้ 3 แนวทาง ได้แก่ ความงามแบบสาวไทย, คุณค่าสมุนไพรไทย และเส้นสายลายไทย โดยจะแสดงการออกแบบไปที่ละแนวทาง ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### แนวทางการออกแบบที่ 1 : ความงามแบบสาวไทย

Keyword : อ่อนหวาน นุ่มนวล อบอุ่น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้ใช้เฉพาะงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.40 ภาพแสดงแบบร่างกราฟิกแนวทางที่ 1

## แนวทางการออกแบบที่ 2 : คุณค่าสมุนไพรไทย

Keyword : คุณสมบัติ กลิ่นหอม มีประโยชน์



เอกสารนี้เป็นเอกสาร 400 ล้าน ไร่ สำหรับการศึกษาเท่านั้น ไม่สามารถนำ ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.41 ภาพแสดงแบบร่างกราฟิกแนวทางที่ 2

### แนวทางการออกแบบที่ 3 : ลวดลายแบบไทย

Keyword : ลายเขียนไทย วัสดุพื้นบ้าน ลายผ้าไหมไทย



เอกสารนี้เป็นลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี การศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ไปทำประโยชน์อื่นใดได้จากการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ หากมีสิ่งผิดเพี้ยน กรุณาแจ้งให้สถาบันทราบเพื่อทำการแก้ไข และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีเหตุไปใช้

ภาพที่ 3.42 ภาพแสดงแบบร่างกราฟิกแนวทางการที่ 3

เมื่อได้แบบร่างจากทั้งสามแนวทางที่ขยายให้ครบตามประเภทผลิตภัณฑ์แล้ว จึงนำมาพิจารณาอีกครั้งโดยใช้เกณฑ์ดังนี้

1. ตรงกับ DESIGN CONCEPT ที่กำหนดไว้
2. ตรงกับ DESIGN ROUTE ที่กำหนดไว้
3. เหมาะสมกับการใช้งาน
4. ราคาต้นทุนในการผลิต
5. สามารถนำไปพัฒนาต่อในรูปลักษณะของทุกประเภทผลิตภัณฑ์ได้
6. เป็นที่ชื่นชอบของกลุ่มเป้าหมาย
7. ราคาต้นทุนในการผลิต

ซึ่งจากการพิจารณาตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ ได้แบบโครงสร้างที่เหมาะสมตามภาพ



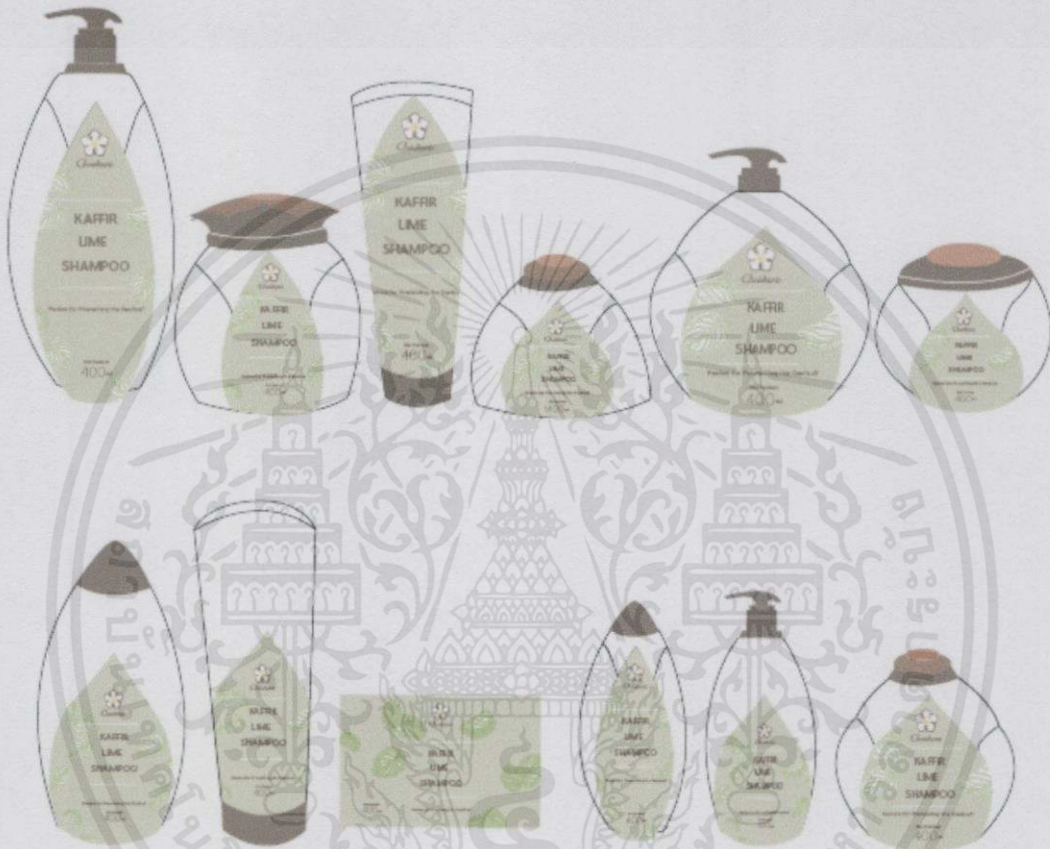
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.43 ภาพแสดงแบบร่างกราฟิกที่ถูกเลือก

### 3.3.8 การสรุปการออกแบบในขั้นตอนแบบร่าง

เมื่อได้โครงสร้างและกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่เลือกแล้ว จึงนำมารวมกันเพื่อให้เห็นภาพของผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้ผลออกมาดังภาพ



ภาพที่ 3.44 ภาพแสดงแบบร่างบรรจุภัณฑ์ที่เลือก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### การพัฒนาแนวความคิดในการออกแบบครั้งที่ 3

จากการนำเสนอครั้งที่ 2 ได้รับคำแนะนำจากคณะกรรมการเพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาแนวความคิดการออกแบบครั้งที่ 3 ดังนี้

1. ประเด็นเรื่องอาเซียนและอัตลักษณ์ร่วมยังหายไป
2. แบบร่างโครงสร้างขวดไม่ได้คำนึงถึงความเป็นจริง
3. กราฟิกไม่สื่อสารถึงอาเซียน

จากคำแนะนำดังกล่าวได้นำมาเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาแนวความคิด ดังนี้

#### 3.3.9 แนวความคิด

แนวความคิดในครั้งนี้อยู่เหมือนกับการนำเสนอในครั้งที่ 2 ดังนี้

##### 3.3.9.1 แนวความคิดของตราผลิตภัณฑ์ (Brand Concept)

"ผู้สืบสานภูมิปัญญาไทยสู่การปรนนิบัติด้วยคุณค่า สมุนไพรธรรมชาติ มาตรฐานระดับสากล"

##### 3.3.9.2 แนวความคิดของสินค้า (Product Concept)

"ต้นตำรับความงามจากแบบไทยสู่อาเซียน"

##### 3.3.9.3 แนวความคิดของการออกแบบ (Design Concept)

"เสน่ห์แบบไทยในแบบฉบับสากล"

#### 3.3.10 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

การทำแบบร่างในครั้งนี้อยู่เลือกแบบจาก SKETCH ทั้งหมดของแต่ละแนวทางที่ได้นำเสนอไว้ในครั้งที่ 2 เพื่อมาขยายรูปแบบให้ครบตามประเภทของผลิตภัณฑ์ โดยคำนึงถึงขนาดและสัดส่วนของชิ้นส่วนมาตรฐานที่จำเป็นต้องใช้มากยิ่งขึ้น และเปลี่ยนวิธีการคัดเลือกแบบให้มีความละเอียดมากยิ่งขึ้น แต่คงแนวความคิดการออกแบบเดิมไว้ คือ สเน่ห์แบบไทยในแบบฉบับสากล ซึ่งนำมาแตกออกเป็นแนวทางการออกแบบได้ 3 แนวทาง ได้แก่ ดอกไม้ไทย, สถาปัตยกรรมไทย และลายไทย

เกณฑ์ในการเลือกแบบครั้งที่ 1 คือ

1. ตรงกับ DESIGN CONCEPT ที่กำหนดไว้
2. เหมาะสมกับการใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารจากการพิจารณาตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ได้แบบโครงสร้างที่เหมาะสมของแต่ละแนวทางดังนี้ในการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางการออกแบบที่ 1 : ดอกไม้ไทย (2 แบบ)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.45 ภาพแสดงแบบร่างโครงสร้างแนวทางที่ 1

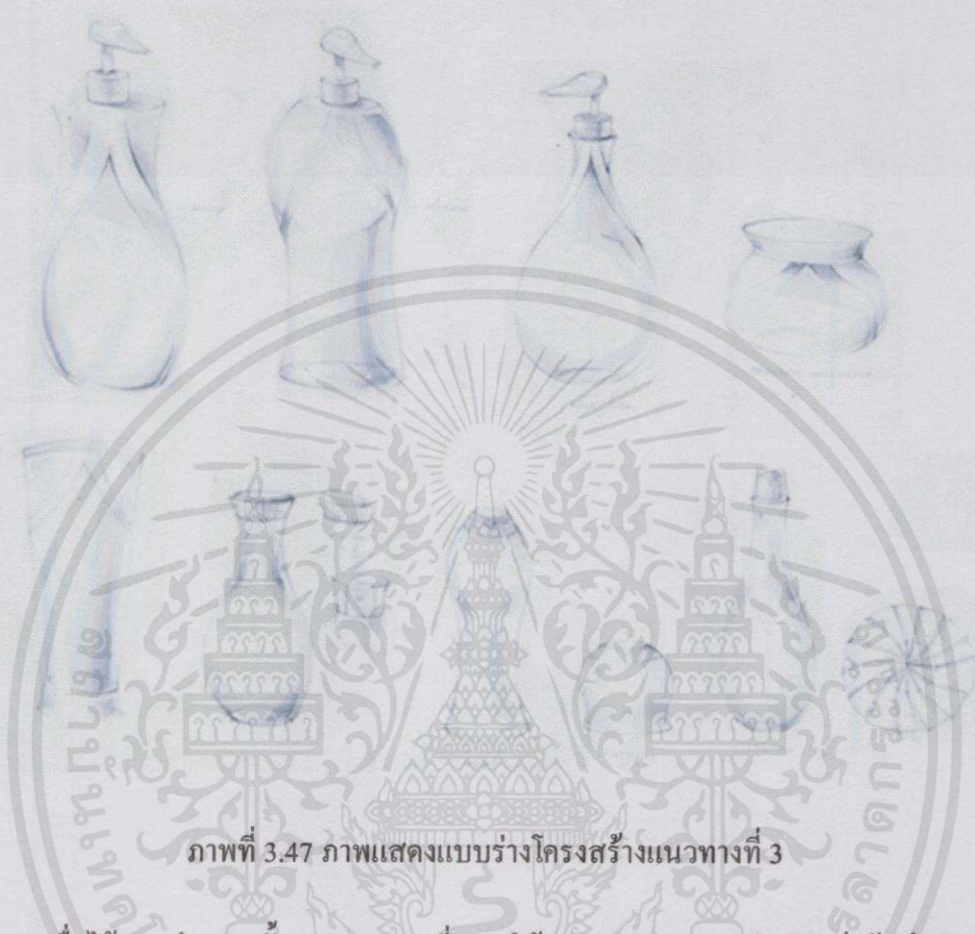
## แนวทางการออกแบบที่ 2 : สถาปัตยกรรมไทย (2 แบบ)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.46 ภาพแสดงแบบร่างโครงสร้างแนวทางที่ 2

### แนวทางการออกแบบที่ 3 : ลายไทย



ภาพที่ 3.47 ภาพแสดงแบบร่างโครงสร้างแนวทางการที่ 3

เมื่อได้แบบร่างจากทั้งสามแนวทางที่ขยายให้ครบตามประเภทผลิตภัณฑ์แล้ว จึงนำมาพิจารณาอีกครั้งโดยใช้เกณฑ์ดังนี้

1. ตรงกับ DESIGN CONCEPT ที่กำหนดไว้
2. เหมาะสมกับการใช้งาน
3. ราคาต้นทุนในการผลิต
4. สามารถนำไปพัฒนาต่อในรูปลักษณะของทุกประเภทผลิตภัณฑ์ได้
5. เป็นที่ชื่นชอบของกลุ่มเป้าหมาย
6. มีความโดดเด่นจากคู่แข่ง

ซึ่งจากการพิจารณาตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ได้แบบโครงสร้างที่เหมาะสมตาม คือ แนวทางที่ 3 ลายไทย ซึ่งสามารถนำมาทำเป็นกลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ได้ดังภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.48 ภาพแสดงแบบร่างโครงสร้างที่เลือก

ภาพที่ 3.49 ภาพแสดงแบบร่างต้นแบบโฟมของโครงสร้างที่เลือก

### 3.3.11 การออกแบบกราฟิกและการสื่อสารบนบรรจุภัณฑ์

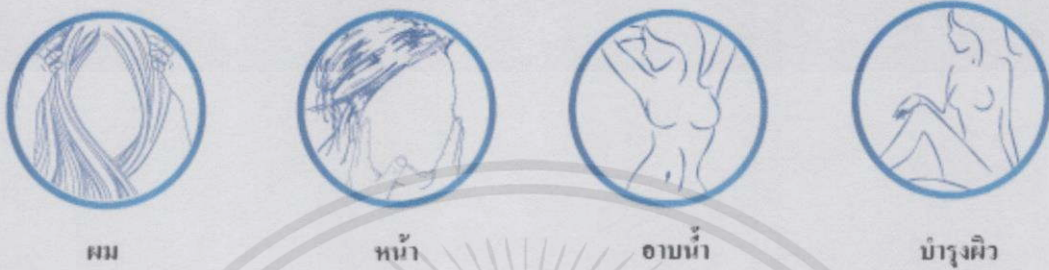
การทำแบบร่างกราฟิกในครั้งนี้ยังคงแนวความคิดการออกแบบเดิม คือ สเน่ห์แบบไทยในแบบฉบับสากล โดยนำเสนอและเอกลักษณ์ของเมืองไทยที่คนในอาเซียนรับรู้และจดจำได้ มาถ่ายทอดให้ทั้ง 10 ประเทศรับรู้และมีความเข้าใจตรงกัน แต่จะมีการแบ่งส่วนของการออกแบบเพื่อให้สอดคล้องวัตถุประสงค์ของโครงการมากยิ่งขึ้น โดยแบ่งเป็นสองส่วน ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ช่วยสื่อถึงผลิตภัณฑ์และการใช้งานผลิตภัณฑ์ นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

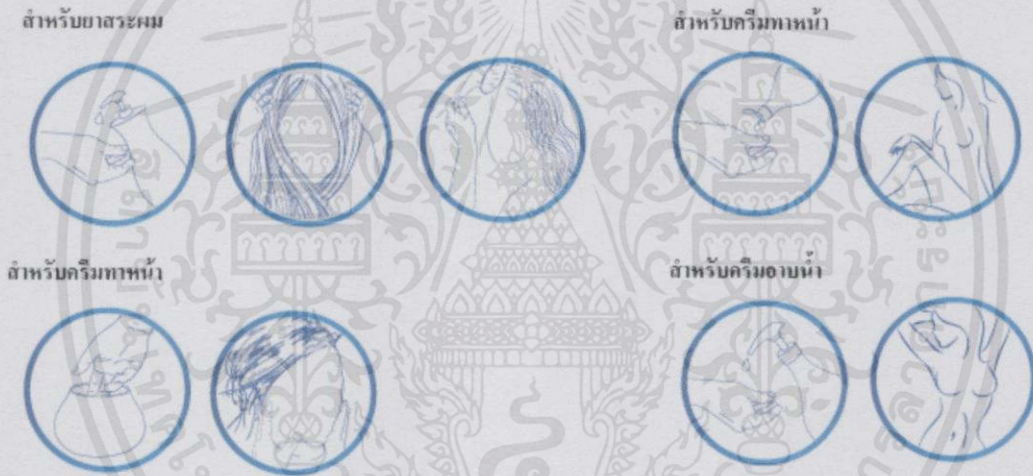
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น ยินดีที่จะรับผิดชอบต่อข้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 3.3.11.1 สัญลักษณ์ที่ช่วยสื่อถึงผลิตภัณฑ์และการใช้งานผลิตภัณฑ์

เนื่องจากต้องการนำผลิตภัณฑ์ไปขายใน 10 ประเทศ ซึ่งมีความแตกต่างทางด้านภาษา ดังนั้นการใช้ภาษาภาพเข้ามาช่วยในการสื่อสารจะช่วยให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันได้ง่ายมากขึ้น โดยนำมาใช้ในส่วนของการใช้งาน และการบอกประเภทของผลิตภัณฑ์ ดังนี้



ภาพที่ 3.50 ภาพแสดงสัญลักษณ์ที่ใช้แทนผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท



ภาพที่ 3.51 ภาพแสดงตัวอย่างสัญลักษณ์ที่ใช้ในแสดงวิธีการใช้งานแต่ละผลิตภัณฑ์

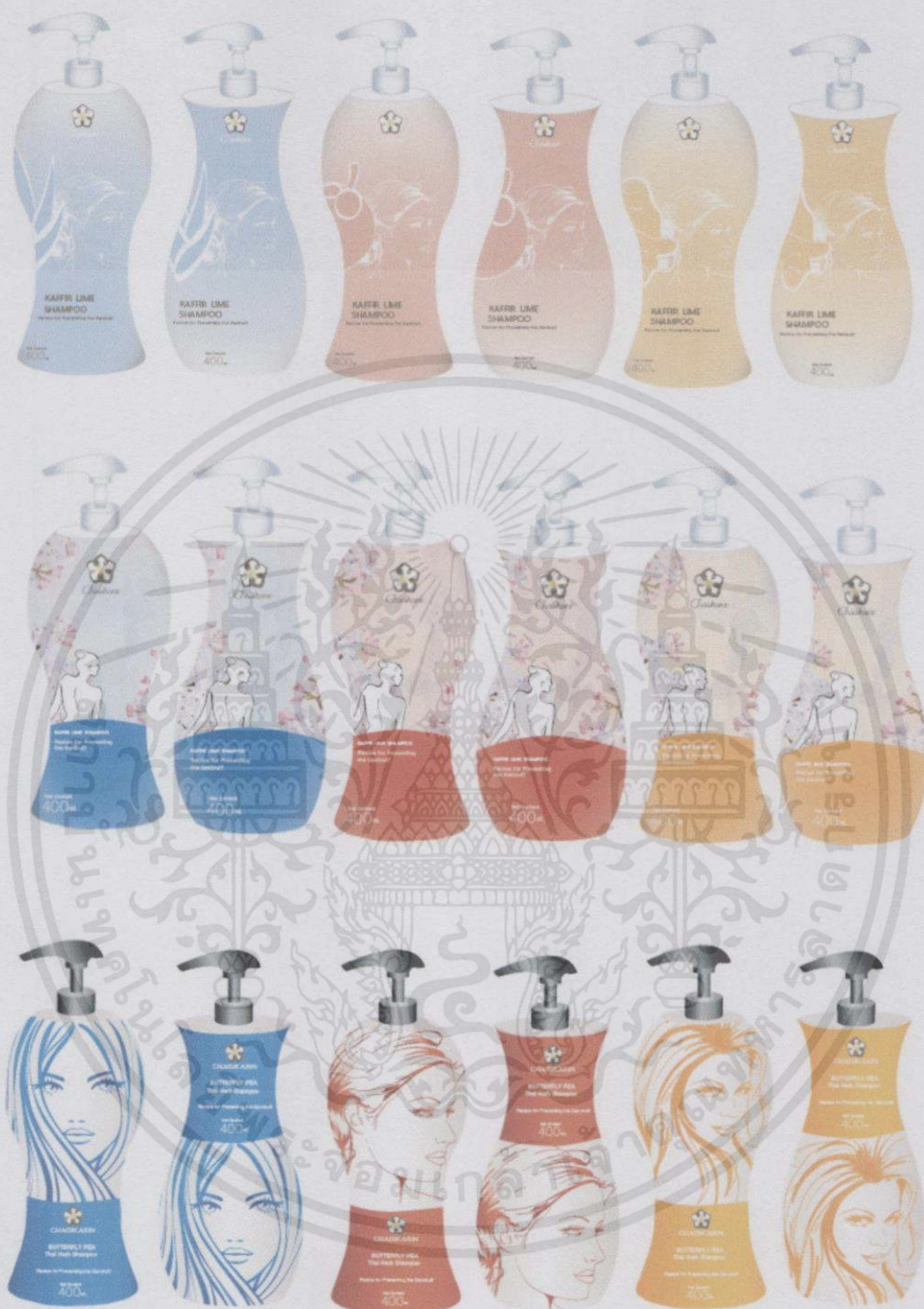
ที่เลือกใช้ภาพเสมือนจริงเพราะต้องการให้เกิดความชัดเจน สามารถเข้าใจได้ในทันทีที่เห็น

### 3.3.11.2 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

จากแนวความคิดการออกแบบ คือ สเน่ห์แบบไทยในแบบฉบับสากล ซึ่งแบ่งออกเป็นแนวทางการออกแบบได้ 3 แนวทาง ได้แก่ ความงามแบบสาวไทย, คุณค่าสมุนไพรไทย และเส้นสายลายไทย โดยจะแสดงการออกแบบไปที่ละแนวทาง ดังนี้

#### แนวทางการออกแบบที่ 1 : ความงามแบบสาวไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้สำหรับใช้ในวงการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.52 ภาพแสดงแบบร่างกราฟิกแนวทางที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

**แนวทางการออกแบบที่ 2 : คุณค่าสมุนไพรไทย**

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ลอกเลียนแบบที่ได้แสดงไว้จนถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**Keyword : คุณสมบัตื กลิ่นหอม มีประโยชน์**



ภาพที่ 3.53 ภาพแสดงแบบร่างกราฟิกแนวทางที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

แนวทางการออกแบบที่ 3 : สวดลายแบบไทย  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีทรัพย์สินทางปัญญาและลิขสิทธิ์ของเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Keyword : ลายเขียนไทย วัสดุพื้นบ้าน ลายผ้าไหมไทย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้ ภาพที่ 3.54 ภาพแสดงแบบร่างกราฟิกแนวทางที่ 3 ให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งนี้ เมื่อได้แบบร่างจากทั้งสามแนวทางจึงนำมาพิจารณาอีกครั้งโดยใช้เกณฑ์ดังนี้ที่มีการนำไปใช้

1. ตรงกับ DESIGN CONCEPT ที่กำหนดไว้
2. ตรงกับ DESIGN ROUTE ที่กำหนดไว้

3. เหมาะสมกับการใช้งาน
4. ราคาต้นทุนในการผลิต
5. สามารถนำไปพัฒนาต่อในรูปลักษณะของทุกประเภทผลิตภัณฑ์ได้
6. เป็นที่ชื่นชอบของกลุ่มเป้าหมาย
7. ราคาต้นทุนในการผลิต

ซึ่งจากการพิจารณาตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ ได้แบบที่เหมาะสมที่นำมาปรับแก้ไขเพิ่มเติม ตาม

ภาพ



ภาพที่ 3.55 ภาพแสดงแบบร่างแนวทางกราฟิกที่เลือก

### 3.3.12 การสรุปการออกแบบในขั้นตอนแบบร่าง

เมื่อได้โครงสร้างและกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่เลือกแล้ว จึงนำมารวมกันเพื่อให้เห็นภาพของผลิตภัณฑ์ และเนื่องจากต้องการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่รองรับวัฒนธรรมที่หลากหลายของ 10 ประเทศอาเซียน จึงออกแบบฉลากสินค้าที่ตอบรับความต้องการของ 10 ประเทศ โดยเลือกประเภทผลิตภัณฑ์ที่มีความนิยมมากที่สุด คือผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเส้นผม



ภาพที่ 3.56 ภาพแสดงแบบร่างบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ยาสระผมและครีมนวด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น และนำมาใส่ในผลิตภัณฑ์ทุกประเภทเพื่อคุณภาพรวมของผลิตภัณฑ์เมื่ออยู่ร่วมกัน โดยไปใช้ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย 3 กลุ่มตามการแบ่งวัฒนธรรมได้เขตอาเซียน ดังนี้



กลุ่มวัฒนธรรม พิภพปิ่นส์

กลุ่มวัฒนธรรม มาเลเซีย

กลุ่มวัฒนธรรมกลุ่มน้ำโขง

ภาพที่ 3.57 ภาพแสดงแบบร่างบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์จามการแบ่งกลุ่มวัฒนธรรม



ภาพที่ 3.58 ภาพแสดงแบบร่างบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ทั้งหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## การพัฒนาแนวความคิดในการออกแบบครั้งที่ 4

จากการนำเสนอครั้งที่ 3 ได้รับคำแนะนำจากคณะกรรมการเพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาแนวความคิดการออกแบบครั้งที่ 4 ดังนี้

1. กราฟิกยังขาดความเป็นไทย เพราะใกล้เคียงกับความเป็นอิสลามมากกว่า
2. การแยกประเภทของแต่ละผลิตภัณฑ์ยังไม่ชัดเจน

### 3.3.13 แนวความคิด

แนวความคิดในครั้งนี้นี้เหมือนกับการนำเสนอในครั้งที่ 2 และ 3 ดังนี้

#### 3.3.13.1 แนวความคิดของตราผลิตภัณฑ์ (Brand Concept)

"ผู้สืบสานภูมิปัญญาไทยสู่การปรนนิบัติด้วยคุณค่า สมุนไพรธรรมชาติ มาตรฐานระดับสากล"

#### 3.3.13.2 แนวความคิดของสินค้า (Product Concept)

"ต้นตำรับความงามจากแบบไทยสู่อาเซียน"

#### 3.3.13.3 แนวความคิดของในการออกแบบ (Design Concept)

"เสน่ห์แบบไทยในแบบฉบับสากล"

### 3.3.14 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

ปรับจากรูปแบบเดิมโดยเน้นแนวทางการออกแบบไปในทางสถาปัตยกรรมไทย แนวทางเดียว เพราะสามารถแสดงเอกลักษณ์ความเป็นไทยออกมาได้ดี ตามคำแนะนำของคณะกรรมการ โดยมีแบบร่าง ดังนี้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งงานไว้สำหรับพิจารณาเพื่อการศึกษาเท่านั้น มิใช่ให้ผู้ใดให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.60 ภาพแสดงแบบร่างโครงสร้างแบบที่ 2



ภาพที่ 3.61 ภาพแสดงแบบร่างโครงสร้างแบบที่ 3

ภาพที่ 3.62 ภาพแสดงแบบร่างโครงสร้างแบบที่ 4

เมื่อได้แบบร่างจากทั้งสามแนวทางที่ขยายให้ครบตามประเภทผลิตภัณฑ์แล้ว จึงนำมาพิจารณาโดยใช้เกณฑ์ดังนี้

1. ตรงกับ DESIGN CONCEPT ที่กำหนดไว้
2. เหมาะสมกับการใช้งาน
3. ราคาต้นทุนในการผลิต
4. สามารถนำไปพัฒนาต่อในรูปลักษณะของทุกประเภทผลิตภัณฑ์ได้
5. เป็นที่ชื่นชอบของกลุ่มเป้าหมาย
6. มีความโดดเด่นจากคู่แข่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกหรือเผยแพร่ข้อมูลใดๆของเอกสารทศครั้งที่มีการนำไปใช้  
ซึ่งจากการพิจารณาตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ ได้แบบโครงสร้างที่เหมาะสมตาม คือ

แบบที่ 2

### 3.3.15 การออกแบบกราฟิกและการสื่อสารบนบรรจุภัณฑ์

การทำแบบร่างกราฟิกในครั้งนี้ยังคงแนวความคิดการออกแบบเดิม คือ สเน่ห์แบบไทยในแบบฉบับสากล โดยนำเสนอและเอกลักษณ์ของเมืองไทยที่คนในอาเซียนรับรู้และจดจำได้ มาถ่ายทอดให้ทั้ง 10 ประเทศรับรู้และมีความเข้าใจตรงกัน แต่จะมีการแบ่งส่วนของการออกแบบเพื่อให้สอดคล้องวัตถุประสงค์ของโครงการมากยิ่งขึ้น โดยแบ่งเป็นสองส่วน ดังนี้

#### 3.3.15.1 สัญลักษณ์ที่ช่วยสื่อถึงผลิตภัณฑ์และการใช้งานผลิตภัณฑ์

#### 3.3.15.2 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

#### 3.3.15.2 สัญลักษณ์ที่ช่วยสื่อถึงผลิตภัณฑ์และการใช้งานผลิตภัณฑ์

คงรูปแบบเดิมจากการพัฒนาแบบครั้งที่ 2

#### 3.3.15.2 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

จากแนวความคิดการออกแบบ คือ สเน่ห์แบบไทยในแบบฉบับสากล ซึ่งแบ่งออกเป็นแนวทางการออกแบบได้ 3 แนวทาง ได้แก่ ความงามแบบสาวไทย, คุณค่าสมุนไพรไทย และเส้นสายลายไทย โดยจะแสดงการออกแบบไปที่ละแนวทาง ดังนี้

#### แนวทางการออกแบบที่ 1 : ความงามแบบสาวไทย

Keyword : อ่อนหวาน นุ่มนวล อบอุ่น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับคนในภายใน เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.63 ภาพแสดงแบบร่างกราฟิกแนวทางการที่ 1

## แนวทางการออกแบบที่ 2 : คุณค่าสมุนไพรไทย

Keyword : คุณสมบัติ กลิ่นหอม มีประโยชน์



ภาพที่ 3.64 ภาพแสดงแบบร่างกราฟิกแนวทางการที่ 2

## แนวทางการออกแบบที่ 3 : ลวดลายแบบไทย

Keyword : ลายเขียนไทย วัสดุพื้นบ้าน ลายผ้าไหมไทย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดทอนลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.65 ภาพแสดงแบบร่างกราฟิกแนวทางการที่ 3

เมื่อได้แบบร่างจากทั้งสามแนวทางแล้ว จึงนำมาพิจารณาอีกครั้งโดยใช้เกณฑ์ดังนี้

1. ตรงกับ DESIGN CONCEPT ที่กำหนดไว้
2. ตรงกับ DESIGN ROUTE ที่กำหนดไว้
3. เหมาะสมกับการใช้งาน
4. ราคาต้นทุนในการผลิต
5. สามารถนำไปพัฒนาต่อในรูปลักษณะของทุกประเภทผลิตภัณฑ์ได้
6. เป็นที่ชื่นชอบของกลุ่มเป้าหมาย
7. ราคาต้นทุนในการผลิต

ซึ่งจากการพิจารณาตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ ได้แบบที่เหมาะสม ดังภาพ



ภาพที่ 3.66 ภาพแสดงแบบร่างแนวทางกราฟิกที่เลือก

### 3.3.16 การสรุปการออกแบบในขั้นตอนแบบร่าง

เมื่อได้โครงสร้างและกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่เลือกแล้ว จึงนำมารวมกันเพื่อให้เห็นภาพของผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.67 ภาพแสดงแบบร่างบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ทั้งหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.68 ภาพแสดงแบบร่างต้นแบบโฟมของโครงสร้างและโครงสร้างที่เลือก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## การพัฒนาแนวความคิดในการออกแบบครั้งที่ 5

จากการนำเสนอครั้งที่ 4 ได้รับคำแนะนำจากคณะกรรมการเพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาแนวความคิดการออกแบบครั้งที่ 5 ดังนี้

1. รูปแบบของโครงสร้างมีพื้นที่ในการให้ข้อมูลน้อยเกินไป และยากต่อการผลิตจริง
2. กราฟิกยังขาดความเป็นไทย
3. ควรจัดทำสัญลักษณ์ที่ช่วยสื่อถึงผลิตภัณฑ์และการใช้งานผลิตภัณฑ์ให้ครบถ้วน

### 3.3.17 แนวความคิด

แนวความคิดในครั้งนี้เหมือนกับการนำเสนอในครั้งที่ 2 และ 3 ดังนี้

#### 3.3.17.1 แนวความคิดของตราผลิตภัณฑ์ (Brand Concept)

"ผู้สืบสานภูมิปัญญาไทยสู่การปรนนิบัติด้วยคุณค่า สมุนไพรธรรมชาติ มาตรฐานระดับสากล"

#### 3.3.17.2 แนวความคิดของสินค้า (Product Concept)

"ต้นตำรับความงามจากแบบไทยสู่อาเซียน"

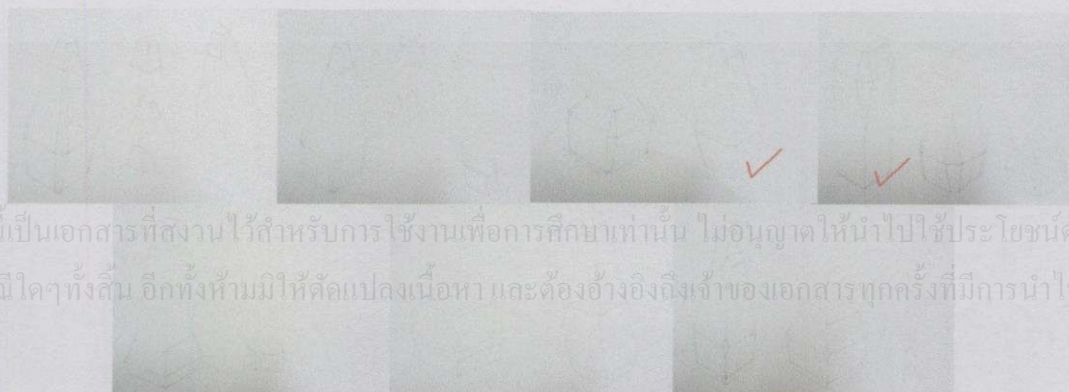
#### 3.3.17.3 แนวความคิดของในการออกแบบ (Design Concept)

"เสน่ห์แบบไทยในแบบฉบับสากล"

### 3.3.18 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

ปรับจากรูปแบบเดิมโดยเน้นแนวทางการออกแบบไปในทางสถาปัตยกรรมไทย แนวทางเดียว เพราะสามารถแสดงเอกลักษณ์ความเป็นไทยออกมาได้ดี ตามคำแนะนำของคณะกรรมการ โดยมีแบบร่าง ดังนี้

ภาพที่ 3.69 ภาพแสดงแบบร่างต้นแบบของโครงสร้าง



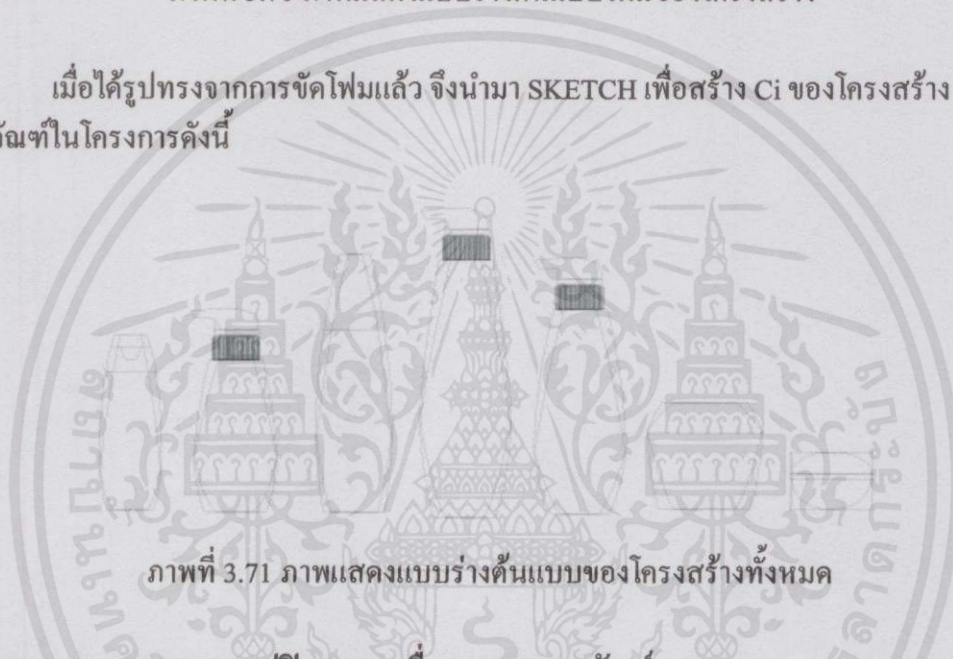
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งงานไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากนั้นจึงนำแบบที่เลือกมาพัฒนาต่อโดยการขึ้นรูปแบบด้วยโฟม ดังนี้



ภาพที่ 3.70 ภาพแสดงแบบร่างต้นแบบโฟมของโครงสร้าง

เมื่อได้รูปทรงจากการตัดโฟมแล้ว จึงนำมา SKETCH เพื่อสร้าง Ci ของโครงสร้าง  
ผลิตภัณฑ์ในโครงการดังนี้



ภาพที่ 3.71 ภาพแสดงแบบร่างต้นแบบของโครงสร้างทั้งหมด

### 3.3.19 การออกแบบกราฟิกและการสื่อสารบนบรรจุภัณฑ์

การทำแบบร่างกราฟิกในครั้งนี้ยังคงแนวความคิดการออกแบบเดิม คือ สเน่ห์แบบไทยในแบบฉบับสากล โดยนำเสน่ห์และเอกลักษณ์ของเมืองไทยที่คนในอาเซียนรับรู้และจดจำได้ มาถ่ายทอดให้ทั้ง 10 ประเทศรับรู้และมีความเข้าใจตรงกัน แต่จะมีการแบ่งส่วนของการออกแบบเพื่อให้สอดคล้องวัตถุประสงค์ของโครงการมากยิ่งขึ้น โดยแบ่งเป็นสองส่วน ดังนี้

3.3.19.1 สัญลักษณ์ที่ช่วยสื่อถึงผลิตภัณฑ์และการใช้งานผลิตภัณฑ์

3.3.19.2 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

#### 3.3.19.2 สัญลักษณ์ที่ช่วยสื่อถึงผลิตภัณฑ์และการใช้งานผลิตภัณฑ์

ทำการออกแบบสัญลักษณ์การบ่งบอกประเภทผลิตภัณฑ์ให้ครบถ้วน ซึ่งจะใช้กับผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ โดยมีรูปแบบดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพแสดงสัญลักษณ์การบ่งบอกประเภทผลิตภัณฑ์ในโครงการทั้งหมด

### 3.3.19.2 กราฟิคอนบรรจุกภัณฑ์

ในการพัฒนาแบบกราฟิกในครั้งนี้ เลือกแนวทางการออกแบบ คุณค่าสมุนไพร มาพัฒนาต่อ เพราะจากการเลือกแบบในครั้งที่ผ่านมานั้นในหลายๆ ครั้ง แนวทางนี้ได้รับการเลือกมากที่สุด โดยนำมาพัฒนาต่อด้วยการเพิ่มความเป็นไทยให้มากขึ้น โดยการเปลี่ยนองค์ประกอบของภาพ และนำลวดลาย ที่มีความเป็นไทยเข้ามาแทน เช่น ลายจักรสานเป็นต้น แต่เนื่องจาก ต้องการสื่อสารถึงการเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อต้อนรับการเปิดประชาคม อาเซียน จึงนำองค์ประกอบ ลวดลายของอาเซียนมาเป็นองค์ประกอบ และเติมลวดลายไทยแบบอื่นเข้าไปแทนลายจักรสาน เพื่อคง ความเป็นไทยเอาไว้ นอกจากนี้ยังมีการทดลอง นำแม่สีของอาเซียน เช่น สีแดง มาทดลองทำเป็นบรรจุภัณฑ์สีเขียวอีกด้วย ซึ่งมีแบบร่างดังนี้



เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์ของ บริษัท สยาม สกincare จำกัด หากมีการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.72 ภาพแสดงแบบร่างกราฟิกครั้งที่ 5

เมื่อได้แบบจึงนำมาพิจารณาอีกครั้งโดยใช้เกณฑ์ดังนี้

1. ตรงกับ DESIGN CONCEPT ที่กำหนดไว้
2. ตรงกับ DESIGN ROUTE ที่กำหนดไว้
3. เหมาะสมกับการใช้งาน
4. ราคาต้นทุนในการผลิต
5. สามารถนำไปพัฒนาต่อในรูปลักษณะของทุกประเภทผลิตภัณฑ์ได้
6. เป็นที่ชื่นชอบของกลุ่มเป้าหมาย
7. ราคาต้นทุนในการผลิต

ซึ่งจากการพิจารณาตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ ได้แบบที่เหมาะสมและนำมาพัฒนาต่อให้ครบ 3 กลุ่มวัฒนธรรม ดังภาพ



ภาพที่ 3.73 ภาพแสดงแบบร่างกราฟิกแบบสุดท้าย

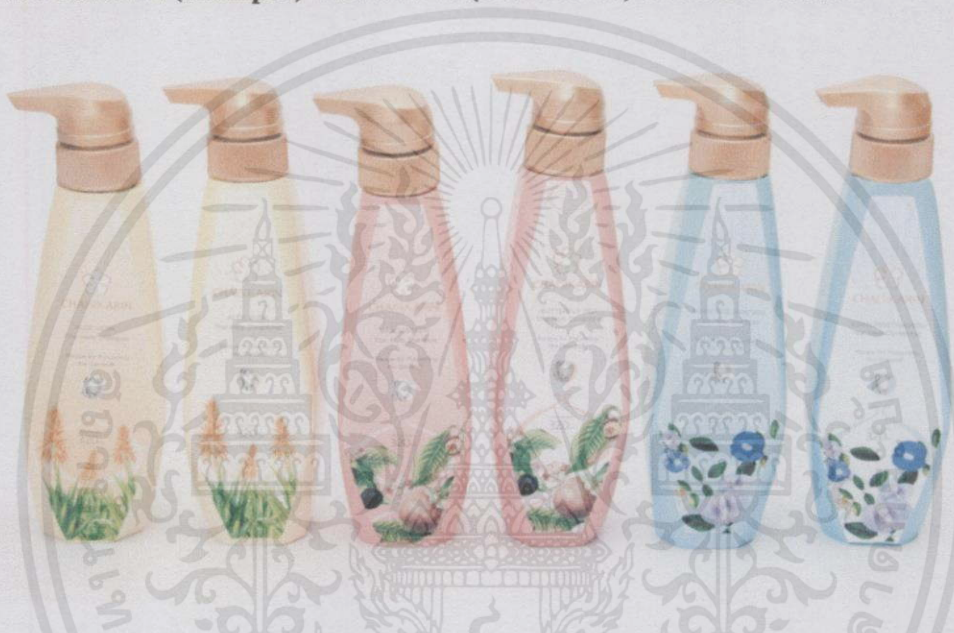
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 4

### การเสนอผลงานการออกแบบ

#### 4.1 ภาพถ่ายหุ่นจำลอง

##### 4.1.1 ยาสระผม (Shampoo) และครีมนวด (Conditioner) ขนาด 320 มิลลิลิตร



ภาพที่ 4.1 บรรจุภัณฑ์ยาสระผม (Shampoo) และครีมนวด (Conditioner) ขนาด 320 มิลลิลิตร

##### 4.1.2 ยาสระผม (Shampoo) และครีมนวด (Conditioner) ขนาด 100 มิลลิลิตร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.2 บรรจุภัณฑ์ยาสระผม (Shampoo) และครีมนวด (Conditioner) ขนาด 100 มิลลิลิตร

#### 4.1.3 ครีมอาบน้ำ (Soap Baht) ขนาด 280 มิลลิลิตร และ 100 มิลลิลิตร



ภาพที่ 4.3 บรรจุภัณฑ์ครีมอาบน้ำ (Soap Baht) ขนาด 280 มิลลิลิตร และ 100 มิลลิลิตร

#### 4.1.4 โลชั่นบำรุงผิว (Body Lotion) ขนาด 280 มิลลิลิตร และ 100 มิลลิลิตร



ภาพที่ 4.4 โลชั่นบำรุงผิว (Body Lotion) ขนาด 280 มิลลิลิตร และ 100 มิลลิลิตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.1.5 เจลล้างหน้า (Cleansing Gel)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.6 หลอดเจลล้างหน้า (Cleansing Gel)

#### 4.1.6 โฟมล้างหน้า (Cleansing Foam)



ภาพที่ 4.7 กล่องโฟมล้างหน้า (Cleansing Foam)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิใช้ข้อมูลเพื่อการแข่งขันจนถึงเจ้าข้อมูลทางการค้า

ภาพที่ 4.8 หลอดโฟมล้างหน้า (Cleansing Foam)

#### 4.1.7 ครีมบำรุงผิวหน้า (Face Treatment)



ภาพที่ 4.9 กล่องครีมบำรุงผิวหน้า (Face Treatment)



ภาพที่ 4.10 กล่องและกระปุกครีมบำรุงผิวหน้า (Face Treatment)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.1.8 ครีมบำรุงผิวกาย (Body Treatment)



ภาพที่ 4.11 กล่องครีมบำรุงผิวกาย (Body Treatment)



ภาพที่ 4.12 กล่องและกระปุกครีมบำรุงผิวกาย (Body Treatment)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.1.9 เซรั่มบำรุงผม (Hair Serum)



ภาพที่ 4.13 บรรจุภัณฑ์เซรั่มบำรุงผม (Hair Serum)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.1.10 เซรั่มบำรุงผิวหน้า (Face Serum)



ภาพที่ 4.14 กล่องเซรั่มบำรุงผิวหน้า (Face Serum)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.15 กล่องและขวดเซรั่มบำรุงผิวหน้า (Face Serum)

#### 4.1.11 โทเนอร์ (Toner)



ภาพที่ 4.16 กล่องโทเนอร์ (Toner)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.17 กล่องและขวดโทเนอร์ (Toner)

#### 4.1.12 สบู่ก้อน (Soap)



ภาพที่ 4.18 กล่องสบู่ก้อน (Soap)

#### 4.1.13 กล่องรวมหน่วยสบู่ก้อน (Soap Display Box)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ภาพที่ 4.19 กล่องรวมหน่วยสบู่ก้อน (Soap Display Box) ก่อนพับ และหลังพับ  
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.20 กล่องสบู่ก้อนและกล่องรวมหน่วยสบู่ก้อน (Soap Display Box)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.1.14 กลุ่มผลิตภัณฑ์จัดเซต (Gift Set)



ภาพที่ 4.21 กลุ่มผลิตภัณฑ์จัดเซตสำหรับดูแลผิวหน้า (Face Gift Set)



ภาพที่ 4.22 กลุ่มผลิตภัณฑ์จัดเซตสำหรับดูแลผิวกาย (Body Skin Gift Set)



ภาพที่ 4.23 กลุ่มผลิตภัณฑ์จัดเซตสำหรับดูแลผม (Hair Gift Set)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

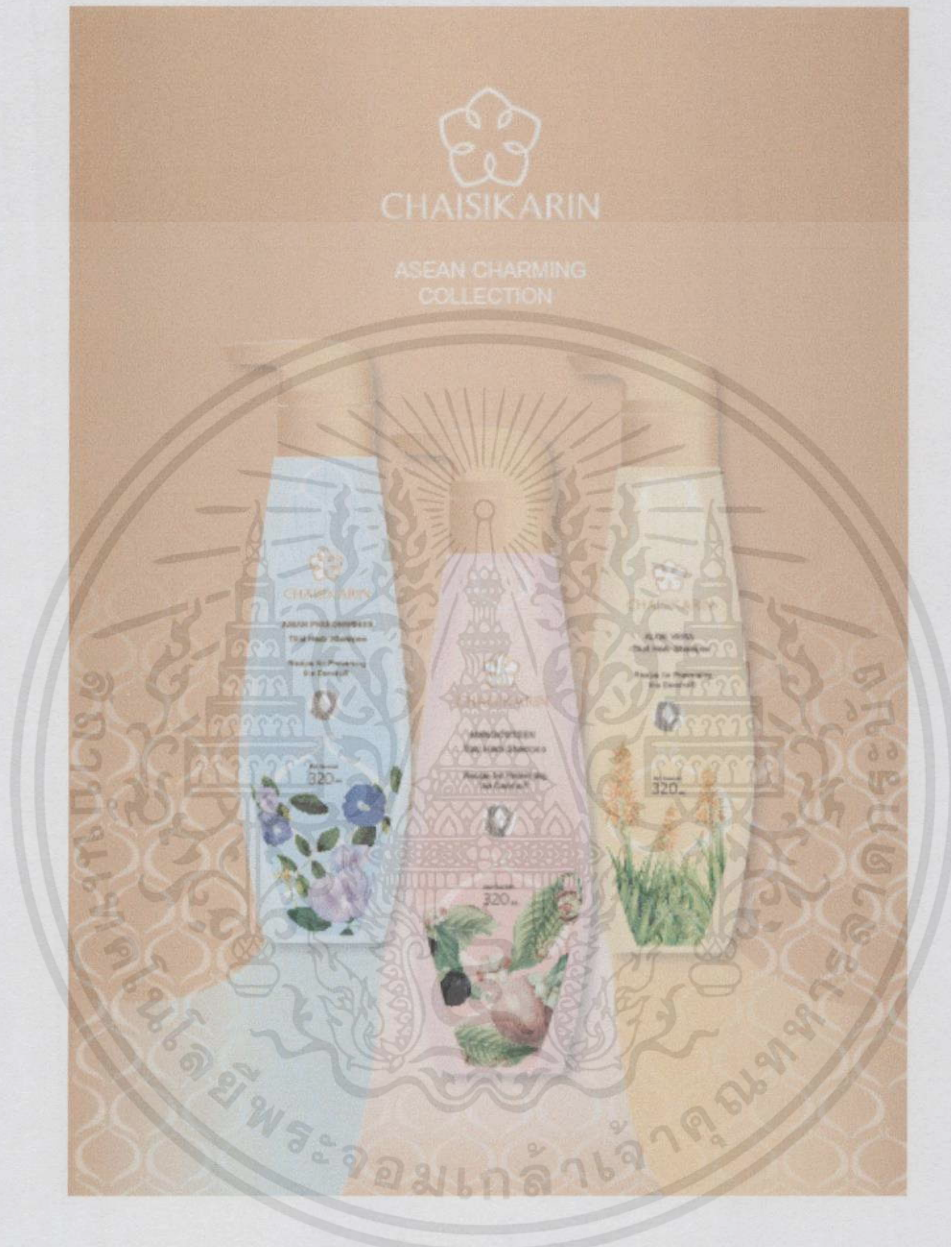
4.1.15 ส่วนส่งเสริมการขาย



ภาพที่ 4.24 สแตนดีโชว์กลุ่มผลิตภัณฑ์ชาสระหม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้า เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้


ภาพที่ 4.25 สแตนดีโชว์กลุ่มผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิว



ภาพที่ 4.26 ไปรษณีย์เปิดตัวผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 4.2 แผ่นนำเสนอผลงานขั้นสุดท้าย (Final Design Plate)



CHAISIKARIN

### วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. ออกแบบอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของตราสินค้าที่แสดงถึงความเป็น ชัยศิรินทร์ ให้เกิดความน่าเชื่อถือ มีความเป็นเอกลักษณ์ และจดจำง่ายในกลุ่มผู้บริโภค
2. ออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกที่มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย และมีความเป็นสากลใน 10 ประเทศอาเซียน เพื่อลดช่องว่างในการสื่อสารระหว่างภาษาที่แตกต่างกัน

### CONCEPT

#### BRAND CONCEPT

ผู้สืบสานภูมิปัญญาไทยสู่การปรนนิบัติด้วยคุณค่า  
สมนไพรธรรมชาติ มาตรฐานระดับสากล  
หนึ่งเดียวสู่คนสมไพรไทยที่มีมาช้านาน  
แต่ผลิตด้วยเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย และเป็นที่ยอมรับของต่างประเทศ

#### PRODUCT CONCEPT

ต้นตำรับความงามจากแบบไทยสู่อาเซียน  
เป็นการนำสมไพรไทยที่เป็นต้นตำรับของไทย  
ให้เป็นที่รู้จักใน 10 ประเทศอาเซียน เพื่อสร้างตลาดใหม่

#### DESIGN CONCEPT

เสน่ห์แบบไทยในแบบฉบับสากล  
เสน่ห์ของเมืองไทยที่คนในอาเซียนรับรู้และจดจำได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์ การใช้งานเพื่อการศึกษายกเว้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีที่ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.27 แผ่นนำเสนอผลงานขั้นสุดท้ายแผ่นที่ 1

CHAIKARIN

## Ci & Logo

### DESIGN ROUTE


โดยมีที่มาจากสัญลักษณ์เดิมของชัยศิรินทร์ แบ่งออกเป็น 3 แนวทาง ดังนี้

DESIGN ROUTE 1	DESIGN ROUTE 2	DESIGN ROUTE 3
<b>THAI HOUSE</b> บ้านไทยของบ้านสวย รวยสิ่งดี	<b>CHAIKARIN's FLOWER</b> ดอกไม้ประจำตราสินค้าของชัยศิรินทร์ คือ ดอกกุหลาบที่ จึงถูกนำมาใช้ ในภาพปกหนังสือเป็นส่วนใหญ่	<b>THAI WOMEN</b> หญิงไทยเป็นสัญลักษณ์เดิม ที่ชัยศิรินทร์ใช้คู่กับชื่อตราสินค้า

### SKETCH

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการจัดพิมพ์ปกหนังสือ สาขางานศิลป์  
 ฝ่ายวิชาตราสินค้าชัยศิรินทร์ ภายใต้แนวคิดการเปิดประชาคมอาเซียน  
 นางสาวณัฐนิชา เบลรัตน์ รหัส 52020189

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามเผยแพร่ภาพที่ 4.28 แผ่นนำเสนองานชิ้นสุดท้ายแผ่นที่ 2 สารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้




Ci & Logo

DEVELOPMENT

จาก SKETCH ที่พบคัดเลือกโดยผ่านเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

1. ตรงกับ BRAND CONCEPT ที่กำหนดไว้
2. เหมาะสมกับการใช้งาน
3. เหมาะสมกับบุคลิกภาพของสินค้า
4. อ่านและจดจำได้ง่าย
5. มีการตีความหมายที่ชัดเจน
6. เป็นที่ชื่นชอบของกลุ่มเป้าหมาย
7. เมื่ออ่านแล้วแล้วสามารถเชื่อมโยงให้ชัดเจน
8. นำไปใช้งานได้หลากหลาย

ได้ออกมาในตราสัญลักษณ์รูปภาพ 1:1 จากนั้นจึงมีการพัฒนาแบบที่ใกล้เคียงกับกรณีใช้งาน ดังนี้



FINAL DESIGN

ชื่อยี่ห้อเป็นชื่อเดิมของตราสินค้า ซึ่งมีที่มาจาก นามสกุลของเจ้าของกิจการตอกยี่ห้อว่าเป็นดอกไม้ที่เป็นสัญลักษณ์ของชื่อยี่ห้อ โดยแต่เดิมจะมีการใช้ในการตกแต่งร้าน หรืออยู่บนบรรจุภัณฑ์สินค้า ดังนั้นจึงเลือกนำมาเป็นสัญลักษณ์เพื่อให้เกิดการจดจำได้ง่าย ด้วยการออกแบบและเลือกใช้สีทองและขาว เนื่องจากสีของทองคำถือว่าเป็นสีที่สื่อถึงสีขาว แต่ต้องการแสดงให้เห็นคุณค่าที่เพิ่มมากขึ้น จึงใช้สีทองแทนสีเหลือง เพื่อช่วยความหรูหราให้กับตราสินค้า

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์เอกสาร ที่ใกล้ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ  
สำหรับเวลาสั้นด้วยที่พหุคูณ ภายใต้แนวคิดการเป็นประชาคมอาเซียน

นางสาวรัฐนิษา แสงรัตนวงศ์ 52020189

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิ **ภาพที่ 4.29** แผ่นนำเสนองานขั้นสุดท้ายแผ่นที่ 3 สารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**Ci & Logo**

**FINAL DESIGN & USAGE**

**OFFICIAL LOGO**

**GRID AND SCALE**

**GRID AND SCALE**

1. ใช้เส้นที่ตรงกับเส้นที่แสดงในตารางนี้  
2. ห้ามย่อหรือขยาย  
3. ห้ามใช้สีที่ต่างจากที่แสดงในตารางนี้  
4. ห้ามใช้ฟอนต์อื่นที่ต่างจากที่แสดงในตารางนี้  
5. ห้ามใช้ขนาดที่ต่างจากที่แสดงในตารางนี้  
6. ห้ามใช้ระยะห่างที่ต่างจากที่แสดงในตารางนี้  
7. ห้ามใช้ระยะห่างที่ต่างจากที่แสดงในตารางนี้  
8. ห้ามใช้ระยะห่างที่ต่างจากที่แสดงในตารางนี้  
9. ห้ามใช้ระยะห่างที่ต่างจากที่แสดงในตารางนี้  
10. ห้ามใช้ระยะห่างที่ต่างจากที่แสดงในตารางนี้

**COLOR & USAGE**

**BACKGROUND COLOR**

**BLACK & WHITE COLOR**

**SINGLE COLOR**

**COMMERCIAL MARK**

**GRAPHIC ELEMENT**

โครงการออกแบบบรรณรักษ์และการศึกษานานาชาติของสำนักงานบริหาร  
สำหรับหาเงินอุดหนุน ภายใต้แนวคิดการมีบทบาทด้านอาชีพ  
นางสาวสุวิมลฯ เลขที่ 52020189

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้าม **ภาพที่ 4.30 แผ่นนำเสนองานชิ้นสุดท้ายแผ่นที่ 4** สารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**DEVELOP 1**

**PACKAGING STRUCTURE**

CHAISIKARIN

**DESIGN ROUTE**

โดยมีที่มาจากสัญลักษณ์เดิมของร้านชาสิริรินทร์ แบ่งออกเป็น 3 แนวทาง ดังนี้

**DESIGN ROUTE 1**      **DESIGN ROUTE 2**      **DESIGN ROUTE 3**

**ดอกไม้ไทย**      **สถาปัตยกรรมไทย**      **สายไทย**

**SKETCH**

จาก SKETCH ฟังแนวคิดเชิงความคิดตามเกณฑ์การประเมิน ดังนี้

1. ครอบคลุม DESIGN CONCEPT ที่กำหนดไว้
2. ผนวกเข้ากับกรูปร่าง
3. ราวกับหุ่นเครื่องประดับ
4. สามารถนำไอเดียมาปรับใช้กับผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มได้
5. เป็นที่ชื่นชอบของกลุ่มเป้าหมาย
6. มีความโดดเด่นจากคู่แข่ง


และแบบที่ได้คะแนนมากที่สุด คือ

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มสำเร็จรูป  
สำหรับตราสินค้าชาสิริรินทร์ ภายใต้แนวคิดการเปิดประชาคมอาเซียน      มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา 52020189

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ภาพที่ 4.31 แผ่นนำเสนองานชิ้นสุดท้ายแผ่นที่ 5**

DEVELOP 1



CHAIKARIN

PACKAGING GRAPHIC

DESIGN ROUTE

โดยมีที่มาจากสัญลักษณ์เดิมของชื่อบริษัท แบ่งออกเป็น 3 แนวทาง ดังนี้

DESIGN ROUTE 1

ความงามแบบสาวไทย

DESIGN ROUTE 2

คุณค่าสมุนไพรไทย

DESIGN ROUTE 3

สวดลายแบบไทย

SKETCH

จากข้อมูลเบื้องต้นข้อมูลชาวเอเชียสามารถวิเคราะห์เรื่องการนำวัฒนธรรมในกลุ่มประเทศออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มวัฒนธรรมของมาซิอง ไต้หวัน ไทย, ลาว, เวียดนาม, พม่า และ เวียดนาม
2. กลุ่มวัฒนธรรม มาเลเซีย, อินโดนีเซีย, บรูไน, ติมอร์-เลสเต และ สิงคโปร์
3. กลุ่มวัฒนธรรม จีอีปอินส์

ซึ่งในกลุ่มที่ถูกจัดอยู่ในประเภทเดียวกัน จะมีความคล้ายคลึงกันในด้าน ประเพณี วัฒนธรรม ความชอบต่างๆ ดังนั้น จึงออกแบบ 3 รูปแบบ ที่นำมาจัดเป็นชุดความงามสมุนไพร ดังนี้

DESIGN ROUTE 1


ดอกไม้ไทย

DESIGN ROUTE 2

สถาปัตยกรรมไทย

DESIGN ROUTE 3


ลายไทย



จาก SKETCH ที่รวมคัดเลือกนำมาออกแบบทำโปสเตอร์ ดังนี้

1. สอดกับ DESIGN CONCEPT ที่กำหนดไว้
2. สอดกับ DESIGN ROUTE ที่กำหนดไว้
3. เสนอสมกับการใช้งาน
4. ราคาต้นทุนในการผลิต
5. สามารถนำไปพัฒนาได้ในรูปลักษณะของทุกประเภทผลิตภัณฑ์ได้
6. เป็นที่ชื่นชอบของลูกค้าเป้าหมาย
7. ราคาต้นทุนในการผลิต

และเมื่อได้แบบที่ได้คะแนนมากที่สุดจึงนำมาพัฒนาแบบต่อไปได้ดังนี้



โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร  
สำหรับตราสินค้าชื่อบริษัท ภายใต้แนวคิดการจับคู่ประชาชนอาเซียน

นางสาวณัฐฉา และศรินทร์ภา 52020189

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามเผยแพร่ภาพที่ 4.32 แผ่นนำเสนองานชิ้นสุดท้ายแผ่นที่ 6 สารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

DEVELOP 2

PACKAGING STRUCTURE

CHAIKARIN

DESIGN ROUTE

จากแนวทางในครั้งที่แล้ว ในครั้งนี้เลือกแนวทางสถาปัตยกรรมไทยมาพัฒนาต่อเป็นหลัก เพราะสามารถสื่อถึงความเป็นไทยได้ดี และมีรูปทรงที่น่าสนใจ และสามารถนำมากพัฒนาต่อได้

SKETCH

หลังจากเลือกโดยการใช้กระบวนการให้คะแนนแล้วขั้นตอนการ DEVELOP 1

MODE SKETCH 2D/3D (TRASH)

เมื่อไม่พร้อมจากภาพที่เห็นแล้ว จึงนำมา SKETCH เพื่อสร้าง 3D จะใช้ทรงส่วนที่ติดกับในโครงการดังนี้

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร สำหรับตราสินค้าชัชวรินทร์ ภายใต้แนวคิดการเป็นประชาชนอาเซียน

นางสาวปวีณา แสงวัฒนวงศ์ 52020189

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิ **ภาพที่ 4.33** แผ่นนำเสนองานชิ้นสุดท้าย **แผ่นที่ 7** สารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

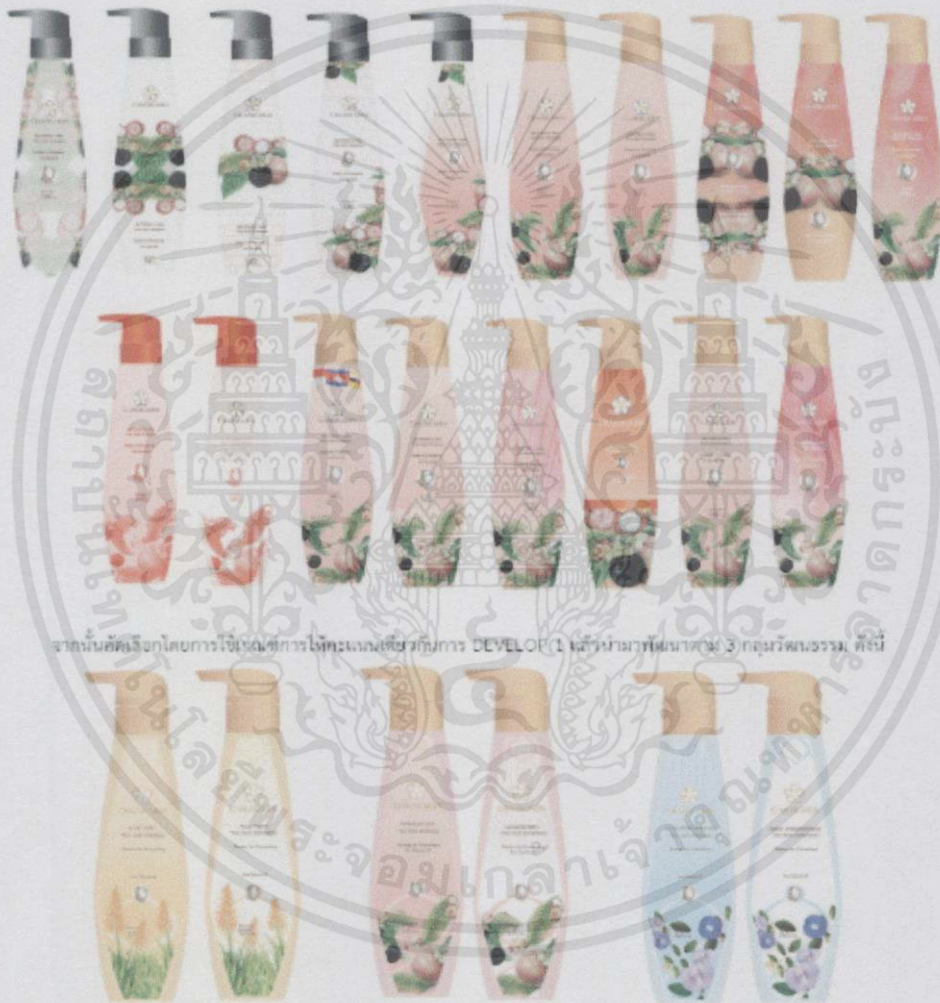
DEVELOP 2

PACKAGING GRAPHIC



SKETCH

นำรูปแบบจากครั้งที่แล้วมาพัฒนาต่อ โดยการเพิ่มความเป็นไทยให้มากขึ้น โดยการเปลี่ยนองค์ประกอบของภาพ และนำลวดลายที่มีความเป็นไทยเข้ามาแทน เช่น ลายจักรสารเป็นต้น แต่เนื่องจากผู้ออกสารสื่อสารนี้มีการเป็นผลิตภัณฑ์ที่เพิ่งค้นพบการเปิดประชาคมอาเซียน จึงนำองค์ประกอบลวดลายของอาเซียนมาประกอบกับ และเพิ่มลวดลายไทยแบบสืบเข้าไปแทนลายจักรสาร เพื่อคงความเป็นไทยเอาไว้ นอกจากนี้ยังมีการทดลอง นำแม่สีของอาเซียน เช่น สีแดง มาทดลองทำเป็นบรรจุภัณฑ์สีเดียวอีกด้วย



จากนั้นคัดเลือกโดยการให้คณะกรรมการให้คะแนนสำหรับการ DEVELOP 1 แล้วนำมาพัฒนาเพิ่ม 3 กลุ่มวัฒนธรรม ดังนี้

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกผลิตภัณฑ์โครงการอ่างสมนไพร  
สำหรับตราสินค้าชัยคีรีเงิน ภายใต้แนวคิดการเปิดประชาคมอาเซียน

งานสาขาวิชาศิลปกรรม ปี 2020/189

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้าม **ภาพที่ 4.34 แผ่นนำเสนองานชิ้นสุดท้ายแผ่นที่ 8** เอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

FINAL DESIGN



โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร  
สำหรับรางวัลถ้วยช่อสีเงิน ภายใต้แนวคิดงานศิลปะจากธรรมชาติ

นางสาวณัฐนิชา แซ่ตันวงศ์ 52020189

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีการนำเอกสารต้นฉบับไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.35 แผ่นนำเสนอผลงานขั้นสุดท้ายแผ่นที่ 9

FINAL DESIGN



โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร  
สำหรับตราสินค้าชิ้นงาน ภายใต้แนวคิดการเปิดประชาคมอาเซียน

นางสาวณัฐนิชา นนทรินวงศ์ 52020189

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้าม **ภาพที่ 4.36 แผ่นนำเสนองานชิ้นสุดท้ายแผ่นที่ 10** ใส่อารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## DESIGN REQUIREMENTS

ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์

ตามกฎแพรวากันของอาเซียน กำหนดให้เครื่องหมายข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ดังนี้



ชื่อของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

น้ำหนักของผลิตภัณฑ์โดยใช้หน่วย Metric หรือ Imperial



คุณสมบัติของเครื่องสำอาง

คำแนะนำในการใช้เครื่องสำอาง

ชื่อสารระงับพิษ

รายการส่วนผสม

วันที่ผลิตหรือวันหมดอายุ

จำนวนชุดเลขที่การผลิต

หมายเลขทะเบียนจากประเทศที่ผลิต

**การแสดงผลข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ของแพรวากันอาเซียน**

เนื่องจากมีบรรดาผู้นำเข้าและผู้ผลิตในอาเซียนที่ให้การให้ข้อมูลไม่เพียงพอ กับข้อมูลที่กำหนดไว้จากกฎแพรวากันอาเซียนได้ สามารถนำข้อมูลไปใช้ในส่วนอื่นได้ สำหรับแพรวากันครั้งที่ 2 นี้จึงกำหนดให้มีการใช้รวม เป็นต้น ซึ่งก็ได้มีผลต่อการออกแนบบรรจุภัณฑ์รวมถึง 14 คือ FACE SERUM, TONER, CLEANSING FOAM, CLEANSING GEL, FACE TREATMENT และ BODY TREATMENT

**ภาพปกผลิตภัณฑ์แสดงกฎ 220 จำนวนผลิตภัณฑ์**

ตัวอย่างสัญลักษณ์ที่วางจำหน่ายในประเทศไทยที่สอดคล้องกับระบบผลิตภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ที่ใช้รวม ดังนี้



SOAP



CLEANSING GEL & CLEAN GEL



BODY TREATMENT



TONER & FACE SERUM



SOAP BAHT



SHAMPOO



FACE TREATMENT



HAIR SERUM

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกเพื่อเครื่องสำอางสมุนไพร  
สำหรับตราสินค้าอาเซียน ภายใต้แนวคิดการเปิดประชาคมอาเซียน

นางสาวศุภมาส แสงรัตน์วงศ์ 52020189

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุตีเบสลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงชื่อเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้  
ภาพที่ 4.37 แผ่นนำเสนองานชิ้นสุดท้ายแผ่นที่ 11

## บทที่ 5

### บทสรุป

#### 5.1 สรุปผลการออกแบบ

##### 5.1.1 ด้านตราสัญลักษณ์ใหม่

มีความแข็งแรงและชัดเจนของระบบตราสัญลักษณ์มากขึ้น มีการนำเอกลักษณ์ที่ชัดเจนของบริษัทออกมาถ่ายทอดเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ และทำให้ผู้บริโภคจดจำได้ง่ายมากขึ้น

##### 5.1.2 ด้านบรรจุภัณฑ์

มีการสร้างรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ด้วยรูปทรงที่เป็นระบบ สร้างความเป็นหนึ่งเดียวกันของสินค้าแต่ละประเภท สามารถแยกประเภทของสินค้าได้ชัดเจน และมีการสื่อสารกับผู้บริโภคผ่านทางรูปภาพเพื่อแสดงถึงวิธีการใช้งาน ช่วยลดช่องว่างระหว่างภาษา รวมทั้งแสดงออกถึงการเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องการส่งออกตลาดอาเซียนได้ชัดเจน

##### 5.1.3 ด้านภาพลักษณ์และเอกลักษณ์ขององค์กร

มีภาพลักษณ์ชัดเจนที่ชัดเจน สามารถพาสินค้าของบริษัทออกสู่ตลาดสากลได้

##### 5.1.4 ด้านตราคู่มือการใช้สัญลักษณ์และองค์ประกอบทางกราฟิก

สามารถนำไปใช้ในการวางระบบการออกแบบในส่วนอื่นๆของบริษัทต่อไปได้ เช่น การตกแต่งภายใน หรือ การทำออกแบบฉลากของสินค้าใหม่ในอนาคต เป็นต้น

#### 5.2 ข้อเสนอแนะของอาจารย์

##### 5.2.1 ด้านตราสัญลักษณ์ใหม่

ดึงเอกลักษณ์ของบริษัทออกมาได้ดี แต่รูปแบบยังคล้ายคลึงกับตราสินค้าอื่นๆ น่าจะมีการดัดแปลงเพิ่มเติม

##### 5.2.2 ด้านบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นบรรจุภัณฑ์สามารถนำไปขายได้จริง การใช้ตราอาเซียนมาเป็นส่วนหนึ่งในของกราฟิกตรงงานการค้า  
ไม่ว่าจะกินไป ขาดลูกเล่นที่น่าสนใจ และลืมนึกถึงข้อสำคัญในจุดประสงค์การออกแบบ คือ ในเขตอาเซียนใช้  
มีประเทศมุสลิมอยู่ด้วย แต่การเลือกใช้รูปแสดงการใช้งาน มีความไม่เหมาะสมต่อประเทศเหล่านั้น  
แต่ในภาพรวมถือว่าเป็นการออกแบบที่สามารถนำไปใช้งานได้

### 5.2.3 ด้านภาพลักษณ์และเอกลักษณ์ขององค์กร

มีแนวทางชัดเจนในด้านภาพลักษณ์ขององค์กร แต่ยังสื่อสารเพื่อนำให้เกิดความเข้าใจกับผู้บริโภคออกมาได้ไม่ชัดเจน

## 5.3 ข้อเสนอแนะของนักศึกษา

### 5.3.1 ด้านตราสัญลักษณ์ใหม่

น่าจะสามารดัดแปลงรูปแบบเพื่อสร้างความแตกต่างได้มากกว่านี้ เช่นการสร้างตัวอักษรที่เป็นเอกลักษณ์ แต่คิดว่าการสร้างตราสัญลักษณ์ที่มีรูปเป็นส่วนประกอบจะสามารถทำให้ผู้บริโภคจดจำได้ดียิ่งขึ้น

### 5.3.2 ด้านบรรจุภัณฑ์

รูปร่างของขวดที่ต้องการให้เป็นเอกลักษณ์ยังมองไม่ชัดเจน เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในท้องตลาด อาจจะต้องมีการออกแบบเพิ่มเติมในส่วนที่ใช้ Standard Part เพื่อสร้างเอกลักษณ์มากขึ้น และในส่วนของการาฟิที่นำลายธงของอาเซียนมาเป็นส่วนประกอบ น่าจะมีรูปแบบอื่นที่มีความน่าสนใจกว่าวิธีนี้ และสัญลักษณ์ที่สร้างขึ้นเพื่อบอกวิธีการใช้งานยังสื่อสารได้ไม่ชัดเจน

### 5.3.3 ด้านภาพลักษณ์และเอกลักษณ์ขององค์กร

มีความชัดเจนในด้านภาพลักษณ์ที่วางไว้ แต่ไม่สามารถถ่ายทอดออกมาได้ตามที่วางไว้

### 5.3.4 ภาพรวมของการทำวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์นี้เปรียบเสมือนเป็นการนำสิ่งที่เคยศึกษาทั้งหมด ออกมาใช้งานให้ได้ อย่างครบถ้วน และถูกต้องที่สุด เพื่อเป็นการเตรียมพร้อมก่อนการออกไปทำงานจริงในโลกภายนอกต่อไป ซึ่งในระหว่างการทำวิทยานิพนธ์นี้ ได้รับความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาส่วนต่างๆที่เคยศึกษาผ่านมาแล้ว และเพิ่มเติมในส่วนที่ไม่เคยเรียนรู้มาก่อน ฝึกทักษะในการทำงาน ทั้งด้านการออกแบบ และการกำหนดแผนงานของตนเอง ให้สามารถทำงานได้ตามเวลาที่กำหนด มีการบริหารงาน แบ่งเวลา และสร้างความรับผิดชอบ เพื่อสร้างผลงานที่ดีที่สุดออกมาในเวลาที่ถูกกำหนด ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการทำงานต่อไปได้เป็นอย่างดี

## 5.4 การออกแบบเพิ่มเติมจากข้อเสนอแนะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่สามารถนำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้า  
จากข้อเสนอแนะทำให้มีการพัฒนารูปแบบสัญลักษณ์ที่ช่วยสื่อถึงผลิตภัณฑ์และการใช้งาน  
ผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มประเทศมุสลิมในเขตอาเซียน ดังนี้



ภาพที่ 5.1 การพัฒนารูปแบบสัญลักษณ์ที่ช่วยสื่อถึงผลิตภัณฑ์และการใช้งาน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บรรณานุกรมและเอกสารอ้างอิง

- ไม่ระบุ. 2556. ความหลากหลายทางวัฒนธรรมของอาเซียน. [online]. เข้าถึงได้จาก [http://ewt.prd.go.th/ewt/asean thai/ewt\\_news.php?nid=385&filename=index](http://ewt.prd.go.th/ewt/asean thai/ewt_news.php?nid=385&filename=index)
- ปัทมานันต์ย์ วิเศษสมวงศ์. 2556. กรมประชาสัมพันธ์..กับบทบาท 'การสร้างอัตลักษณ์อาเซียน'. [online]. เข้าถึงได้จาก <http://www.asean thai.net/special-news-detail.php?id=20>
- บุริม โอทกานนท์ . 2552. การตลาดด้วยเรื่องของแบรนด์ [online]. เข้าถึงได้จาก ? [http://inside.cm.mahidol.ac.th/mkt/index.php?option=com\\_content&view=article&id=254:2009-05-19-23-29-22&catid=?1:mk-articles&Itemid=11](http://inside.cm.mahidol.ac.th/mkt/index.php?option=com_content&view=article&id=254:2009-05-19-23-29-22&catid=?1:mk-articles&Itemid=11)
- TCDC CONNECT.COM. 2553. Identity Structure: โครงสร้างการพัฒนาเอกลักษณ์ องค์กร. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://article.tcdconnect.com/ideas/identity-structure>
- สุวathy วงศ์จุริราวิชย์. 2554. Sustainable design ดีไซน์...เปลี่ยนโลก. กรุงเทพฯ : กรุงเทพฯธุรกิจ.
- ปาณทิพย์ เปลี่ยนโมฬี. 2553. ธุรกิจสุขภาพและความงามอินเทอร์เน็ตตลอดกาล. กรุงเทพฯ : อุตสาหกรรมสาร.
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.อัทธ์ พิศาลวานิช. 2555. AEC กับความท้าทายของอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย. กรุงเทพฯ : ศูนย์ศึกษาการค้าระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ภาวินีย์ เจริญยิ่ง. 2554. “ชัยศิรินทร์” พันธผลผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยยังรุ่งโรจน์. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.thongthailand.com/?mo=3&art=592867>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ภาคผนวก

ประกอบไปด้วยคู่มือการใช้งานตราสัญลักษณ์และองค์ประกอบทางกราฟิก, แบบแสดงรายละเอียด (Drawing), แบบแสดงกราฟิก (Artwork) โดยจะแบ่ง เป็นภาคผนวก ก. ข. และ ค. ดังนี้

- 1) ภาคผนวก ก. คู่มือการใช้งานตราสัญลักษณ์และองค์ประกอบทางกราฟิก
- 2) ภาคผนวก ข. แบบแสดงรายละเอียด (Drawing)
- 3) ภาคผนวก ค. แบบแสดงกราฟิก (Artwork)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ก

คู่มือการใช้ตราสัญลักษณ์และองค์ประกอบทางกราฟิก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



CHAIKARIN

LOGO MANUAL

คู่มือการใช้ตราสัญลักษณ์และองค์ประกอบกราฟิกของตราสินค้าชัยศิรินทร์

นางสาวศุภนิชา แดงรัตน์วงศ์ 52020189

ภาพที่ ก 1 คู่มือการใช้ตราสัญลักษณ์และองค์ประกอบกราฟิก (ปก)

ที่มา : ญัฐนิชา แดงรัตน์วงศ์ . 2557



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ควรป้รังจ้กันการใช้งันมที่องรลัษณที่องที่น้บป้องอูอใท้บ้บป้ประสงคใด้านการก้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ ก 2 คู่มือการใช้ตราสัญลักษณ์และองค์ประกอบกราฟิก (ปก Official Logo)

ที่มา : ญัฐนิชา แดงรัตน์วงศ์ . 2557

**OFFICIAL LOGO**  
MEANING & OFFICIAL COLOR



	C : 30 M : 60 Y : 75 K : 00		Gradient C : 0 M : 20 Y : 46 K : 10		C : 6 M : 30 Y : 46 K : 20		
	C : 6 M : 26 Y : 46 K : 26		Gradient C : 0 M : 20 Y : 46 K : 0		C : 20 M : 40 Y : 66 K : 10		
	C : 00 M : 20 Y : 46 K : 16		Gradient C : 30 M : 60 Y : 75 K : 10		C : 6 M : 00 Y : 46 K : 10		C : 00 M : 20 Y : 46 K : 16

สัญลักษณ์ของสภามหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ มีลักษณะเป็นรูปดอกไม้วชิราภรณ์ ซึ่งมีความหมายในการรักษา  
หรือเป็นเครื่องเตือนใจให้ระลึกถึงคุณงามความดีของบรรพบุรุษที่ได้สร้างคุณงามความดีไว้ให้ลูกหลานสืบต่อไป  
ซึ่งการเลือกสีดอกไม้วชิราภรณ์นี้มีความหมายที่ลึกซึ้งและมีความสำคัญอย่างยิ่งในการเลือกสีของสถาบัน  
ซึ่งการเลือกสีดอกไม้วชิราภรณ์นี้มีความหมายที่ลึกซึ้งและมีความสำคัญอย่างยิ่งในการเลือกสีของสถาบัน

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของสภามหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์  
ภายใต้แนวคิดของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง



ภาพที่ 3 คู่มือการใช้ตราสัญลักษณ์และองค์ประกอบกราฟิก (ความหมายและการใช้สี)  
ที่มา : ญัฐนิชา แดงรัตนวงศ์ . 2557

**OFFICIAL LOGO**  
COLOR & USAGE



จัดทำโดย : ญัฐนิชา แดงรัตนวงศ์  
คำปรึกษาหรือขอข้อมูลเพิ่มเติม : ญัฐนิชา แดงรัตนวงศ์

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของสภามหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์  
ภายใต้แนวคิดของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4 คู่มือการใช้ตราสัญลักษณ์และองค์ประกอบกราฟิก (วิธีการใช้สีพื้นหลัง)  
ที่มา : ญัฐนิชา แดงรัตนวงศ์ . 2557

OFFICIAL LOGO  
SINGLE COLOR



C : 80  
M : 60  
Y : 76  
K : 00

ชื่อคณะ : อนุภาคนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์นวัตกรรม  
คำขวัญ : ใช้นวัตกรรมเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน

การใช้งาน : ใช้กับบรรจุภัณฑ์และสิ่งพิมพ์ทุกประเภท

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์สิ่งประดิษฐ์นวัตกรรม  
ภายในมหาวิทยาลัยบูรพา



ภาพที่ 5 คู่มือการใช้ตราสัญลักษณ์และองค์ประกอบกราฟิก (การใช้ตราสัญลักษณ์สีเขียว)  
ที่มา : ณัฐนิชา แคนรัตนวงศ์ . 2557

OFFICIAL LOGO  
BLACK AND WHITE COLOR



C : 30  
M : 60  
Y : 76  
K : 100

ชื่อคณะ : อนุภาคนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์นวัตกรรม

การใช้งาน : ใช้กับบรรจุภัณฑ์และสิ่งพิมพ์ทุกประเภท

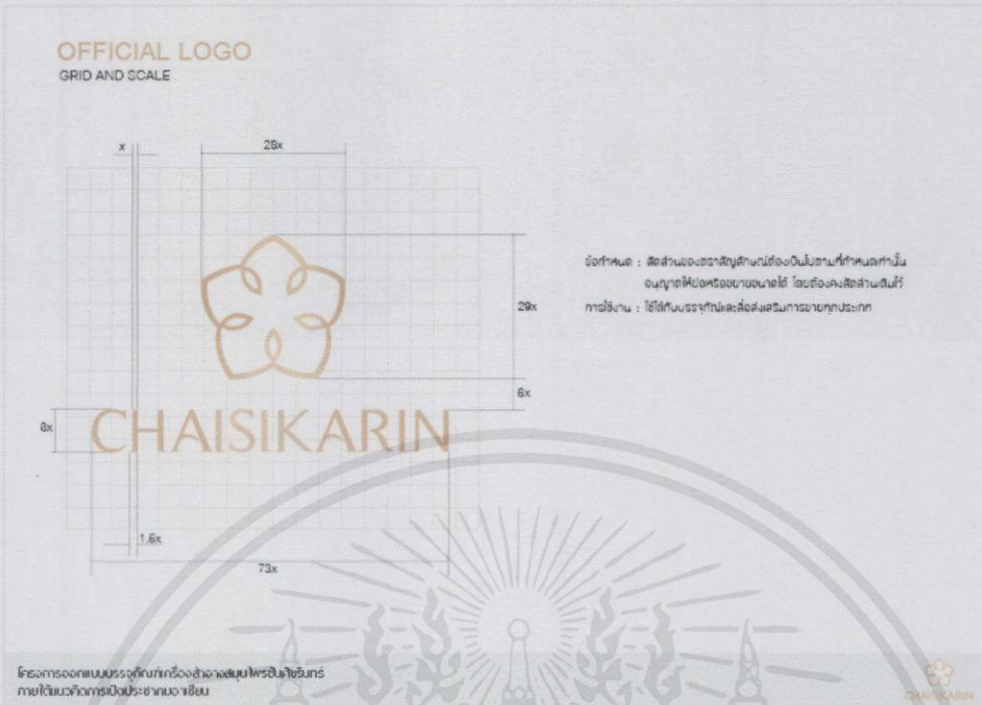
โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์สิ่งประดิษฐ์นวัตกรรม  
ภายในมหาวิทยาลัยบูรพา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ภาพที่ 6 คู่มือการใช้ตราสัญลักษณ์และองค์ประกอบกราฟิก (การใช้ตราสัญลักษณ์สีขาวดำ) ไปใช้

ที่มา : ณัฐนิชา แคนรัตนวงศ์ . 2557



ภาพที่ 7 คู่มือการใช้ตราสัญลักษณ์และองค์ประกอบกราฟิก (สัดส่วนของตราสัญลักษณ์)  
 ที่มา : ณิชฐนิชา แดงรัตน์วงศ์ . 2557



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่... ภาพที่ 8 คู่มือการใช้ตราสัญลักษณ์และองค์ประกอบกราฟิก... ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 (เปรียบเทียบขนาดและขนาดที่เล็กที่สุดของตราสัญลักษณ์)  
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอิง... ของสิ่งของทุกครั้งที่มีการนำไปใช้  
 ที่มา : ณิชฐนิชา แดงรัตน์วงศ์ . 2557

**OFFICIAL LOGO**  
INCORRECT USAGE



1. ห้ามใช้ตราสัญลักษณ์ที่มีพื้นหลังสีอื่นนอกจากสีขาว



2. ห้ามชนตราสัญลักษณ์



3. ห้ามนำตราสัญลักษณ์ไปวางบนสินค้าใดก็ตามที่  
ทำลายความชัดเจนของตราสินค้า



4. ห้ามย่อตราสัญลักษณ์โดยฉีกส่วนจากที่กำหนด



5. ห้ามขยายองค์ประกอบของตราสัญลักษณ์  
โดยฉีกส่วนจากที่กำหนด



6. ห้ามย่อหรือขยายตราสัญลักษณ์โดย  
ฉีกส่วนจากที่กำหนด



7. ห้ามใช้สีอื่นที่ไม่ได้กำหนดไว้กับตราสัญลักษณ์



8. ห้ามคนหรือสิ่งของของตราสัญลักษณ์



9. ห้ามย่อตราสัญลักษณ์กว่า 15 มม.

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ห้องสมุดโรงเรียน  
ภายใต้มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าธนบุรี



**ภาพที่ 9 คู่มือการใช้ตราสัญลักษณ์และองค์ประกอบกราฟิก (ข้อกำหนดการใช้ตราสัญลักษณ์)**

ที่มา : ณิชูนิชา แดงรัตนวงศ์ . 2557

**OFFICIAL LOGO**  
FONT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

FONT : Pgvim

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

FONT : Corda New

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

FONT : ThaiSans Neue

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ห้องสมุดโรงเรียน  
ภายใต้มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าธนบุรี



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังเป็นที่มาของโครงการ และตัวอักษรดังที่ปรากฏของเอกสารฉบับนี้ ที่มีการนำไปใช้

**ภาพที่ 10 คู่มือการใช้ตราสัญลักษณ์และองค์ประกอบกราฟิก (แบบตัวอักษรที่ใช้)**

ที่มา : ณิชูนิชา แดงรัตนวงศ์ . 2557

# COMMECIAL MARK



ภาพที่ ก 11 คู่มือการใช้ตราสัญลักษณ์และองค์ประกอบกราฟิก (ปก Commercial Mark)  
ที่มา : ฉันทนิชา แคนรัตนวงศ์ . 2557

**COMMECIAL MARK**  
SECONDARY LOGO

	C : 30 M : 60 Y : 76 K : 00
	C : 00 M : 20 Y : 46 K : 16
	Gradient C : 0    C : 20 M : 20    M : 40 Y : 46    Y : 66 K : 0    K : 10
	Gradient C : 30    C : 6    C : 00 M : 60    M : 30    M : 20 Y : 76    Y : 46    Y : 46 K : 10    K : 10    K : 16

สีกำหนด : อนุญาตให้ใช้ฉันทนิชาในส่วนที่กำหนดไว้เท่านั้น ห้ามปรับสีหรือเพิ่มค่าอื่นใด

การใช้งาน : ใช้ได้กับบรรจุภัณฑ์และสื่อสิ่งพิมพ์ทุกประเภท

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของช่างออกแบบโพธิ์โพธิ์  
ภายใต้แบรนด์ของประธานองคมนตรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นสำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีภาพที่ ก 12 คู่มือการใช้ตราสัญลักษณ์และองค์ประกอบกราฟิก (การใช้สี Commercial Mark) ไปใช้

ที่มา : ฉันทนิชา แคนรัตนวงศ์ . 2557

**COMMERCIAL MARK**  
SECONDARY LOGO  
COLOR & USAGE

C: 00 M: 40 Y: 20 K: 00	C: 30 M: 00 Y: 00 K: 00	C: 00 M: 10 Y: 60 K: 00
C: 00 M: 20 Y: 10 K: 00	C: 20 M: 00 Y: 00 K: 00	C: 00 M: 6 Y: 26 K: 00

จัดทำโดย : อนุภาสดี วิไลอินทร์ สอนวิชาภาษาอังกฤษ  
ตำแหน่ง : หัวหน้าศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้  
ศูนย์บริการสื่อออนไลน์

การใช้งาน : ใช้ใส่ในบรรทัดและสื่อส่งเสริมการตลาดทุกประเภท

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ห้องช่างศิลป์โรงเรียนปทุมธานี  
ภายใต้แนวคิดการมีประชาชนอาเซียน

**ภาพที่ ก 13 คู่มือการใช้ตราสัญลักษณ์และองค์ประกอบกราฟิก**  
(การใช้สีพื้นหลัง Commercial Mark)  
ที่มา : อนุภาสดี วิไลอินทร์ . 2557

**COMMERCIAL MARK**  
SECONDARY LOGO  
SINGLE COLOR & USAGE

C: 30 M: 60 Y: 76 K: 00	C: 00 M: 00 Y: 00 K: 100
----------------------------------	-----------------------------------

C: 00 M: 40 Y: 20 K: 00	C: 30 M: 00 Y: 00 K: 00	C: 00 M: 10 Y: 60 K: 00
C: 00 M: 20 Y: 10 K: 00	C: 20 M: 00 Y: 00 K: 00	C: 00 M: 6 Y: 26 K: 00

จัดทำโดย : อนุภาสดี วิไลอินทร์ สอนวิชาภาษาอังกฤษ  
ตำแหน่ง : หัวหน้าศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้  
ศูนย์บริการสื่อออนไลน์

การใช้งาน : ใช้ใส่ในบรรทัดและสื่อส่งเสริมการตลาดทุกประเภท

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ห้องช่างศิลป์โรงเรียนปทุมธานี  
ภายใต้แนวคิดการมีประชาชนอาเซียน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

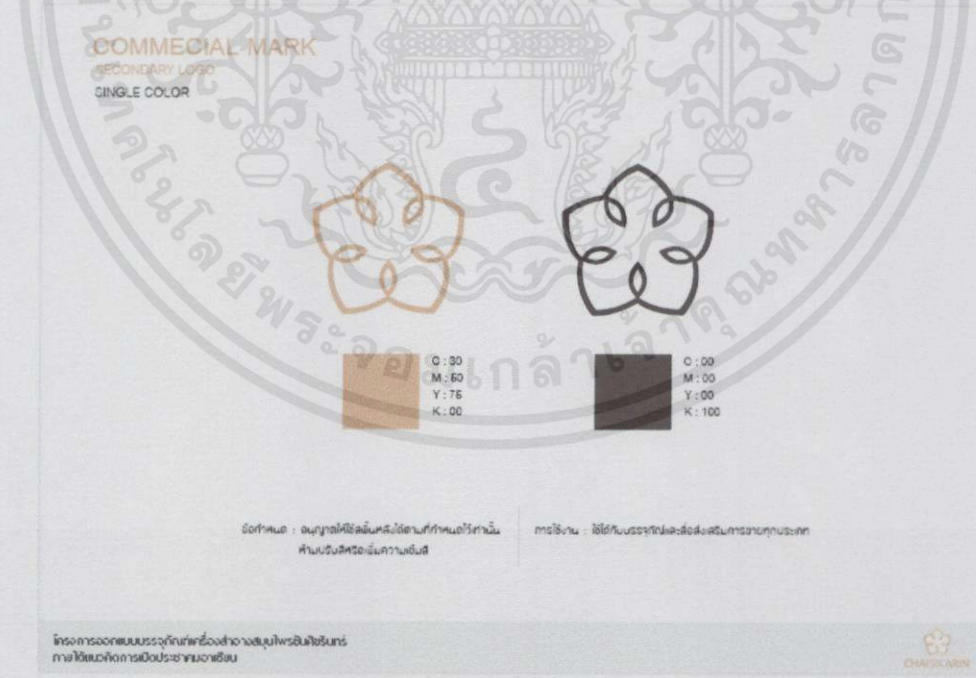
ไม่ว่ากรณีใดๆ

**ภาพที่ ก 14 คู่มือการใช้ตราสัญลักษณ์และองค์ประกอบกราฟิก (สัดส่วนของ Commercial Mark)**

ที่มา : อนุภาสดี วิไลอินทร์ . 2557



ภาพที่ ก 15 คู่มือการใช้ตราสัญลักษณ์และองค์ประกอบกราฟิก (สัดส่วนของ Commercial Mark)  
ที่มา : ญัฐนิชา แคนรัตนวงศ์ . 2557



เอกสารภาพที่ ก 16 คู่มือการใช้ตราสัญลักษณ์และองค์ประกอบกราฟิก (การใช้ Commercial Mark สีเดียว)  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดที่มาจาก : ญัฐนิชา แคนรัตนวงศ์ . 2557 ของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

COMMERCIAL MARK  
SECONDARY LOGO  
INCORRECT USAGE



1. ห้ามเชื่อมตราสัญลักษณ์



2. ห้ามใช้สีอื่นที่ไม่ใช่กำหนดไว้กับตราสัญลักษณ์



3. ห้ามแปลงหรือขยายตราสัญลักษณ์โดยผิดสัดส่วนจากที่กำหนด

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ห้องสาธิตงานศิลปกรรม  
ภายใต้แนวคิดภายในประชาคมอาเซียน



ภาพที่ ก 17 คู่มือการใช้งานตราสัญลักษณ์และองค์ประกอบกราฟิก  
(ข้อกำหนดการใช้ Commercial Mark)

ที่มา : ฉัฐนิชา แดงรัตน์วงศ์ . 2557

GRAPHIC ELEMENT

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใด **ภาพที่ ก 18 คู่มือการใช้งานตราสัญลักษณ์และองค์ประกอบกราฟิก (ปก Graphic Element)**

ที่มา : ฉัฐนิชา แดงรัตน์วงศ์ . 2557

GRAPHIC ELEMENT



โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับโรงพยาบาล  
ภายใต้แนวคิดการเป็นประชาชนอาสา



ภาพที่ ก 19 คู่มือการใช้ตราสัญลักษณ์และองค์ประกอบกราฟิก (Graphic Element)  
ที่มา : ฉันทนิชา แดงรัตนวงศ์ . 2557

GRAPHIC ELEMENT  
COLOR USAGE

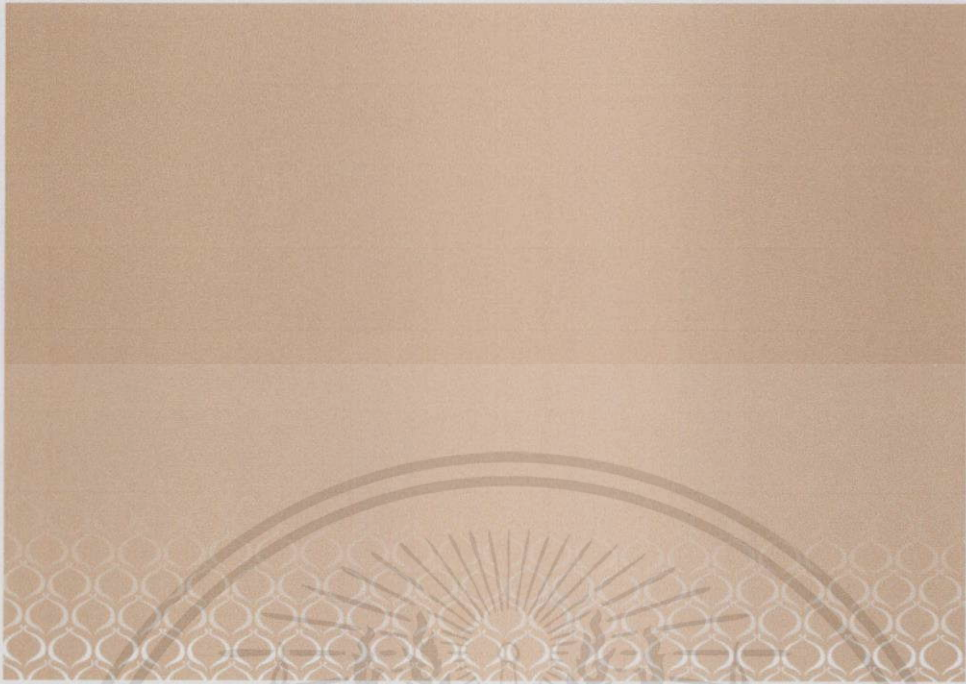


	Gradient C : 0    C : 20 M : 20    M : 40 Y : 46    Y : 66 K : 0    K : 10		C : 00 M : 40 Y : 20 K : 00		C : 30 M : 00 Y : 00 K : 00		C : 00 M : 10 Y : 60 K : 00
			C : 00 M : 20 Y : 10 K : 00		C : 20 M : 00 Y : 00 K : 00		C : 00 M : 6 Y : 26 K : 00

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับโรงพยาบาล  
ภายใต้แนวคิดการเป็นประชาชนอาสา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณี **ภาพที่ ก 20 คู่มือการใช้ตราสัญลักษณ์และองค์ประกอบกราฟิก (การใช้สี Graphic Element)** ไปใช้  
ที่มา : ฉันทนิชา แดงรัตนวงศ์ . 2557



ภาพที่ ก 21 คู่มือการใช้งานวัสดุสัญลักษณ์และองค์ประกอบกราฟิก (ปกหลัง)  
ที่มา : รัชฎิษา แดงรัตนวงศ์ . 2557



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

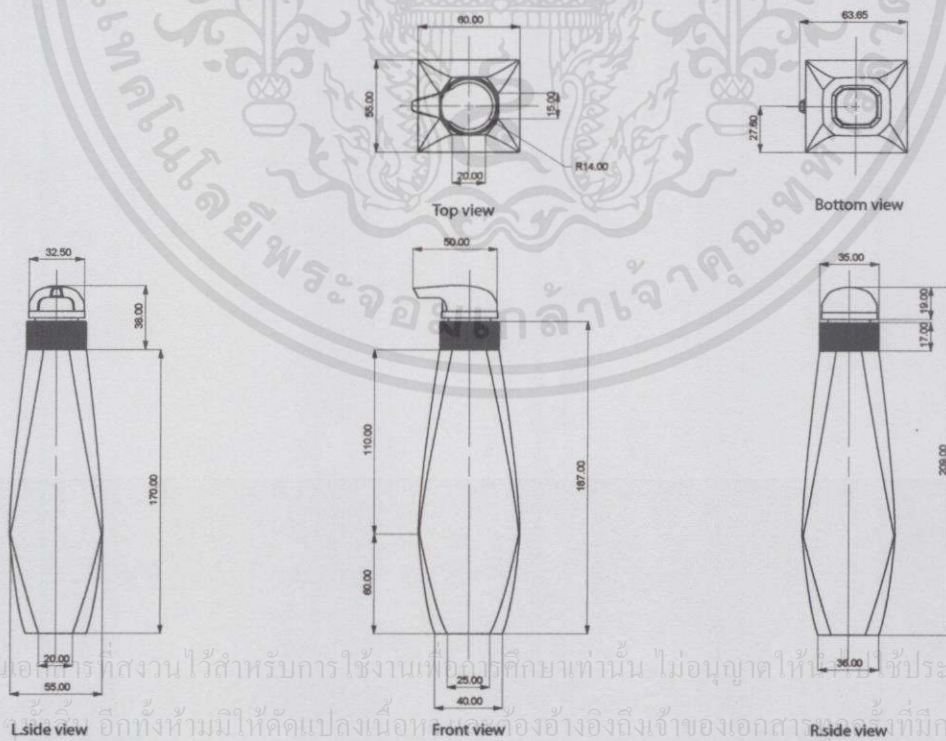


**ภาคผนวก ข**  
**แบบแสดงรายละเอียด (Drawing)**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

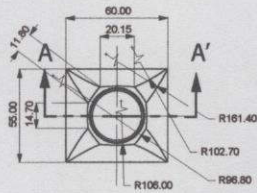
CONTENT

Overall Shampoo & Conditioner 320 ml.....	1
Body Shampoo & Conditioner 320 ml.....	2
Body Shampoo & Conditioner 320 ml.....	3
Shampoo Cap Standard Part (for Shampoo, Conditioner, Soap Bath & Body Lotion) (Standardpart).....	4
Overall Soap Bath & Body Lotion 280 ml.....	5
Body Soap Bath & Body Lotion 280 ml.....	6
Overall Shampoo 100 ml (for Shampoo, Conditioner, Soap Bath & Body Lotion).....	7
Body Shampoo 100 ml (for Shampoo, Conditioner, Soap Bath & Body Lotion).....	8
Overall Face Treatment.....	9
Cap Face Treatment.....	10
Body Face Treatment.....	12
Overall Hair Treatment.....	14
Cap Hair Treatment.....	15
Body Hair Treatment.....	16
Overall Face Treatment & Toner.....	17
Cap Face Treatment & Toner.....	18
Body Face Treatment & Toner.....	20
Overall Body Treatment.....	21
Cap Body Treatment.....	22
Body Body Treatment.....	23
Cleansing Gel & Foam (Standardpart).....	24
Face Gift Set Box.....	25
Cap Face Gift Set Box.....	26
Body Gift Set Box.....	27
Cap Body Gift Set Box.....	28
Hair Gift Set Box.....	29
Cap Hair Gift Set.....	30

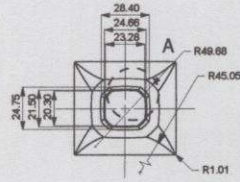


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดก็ตาม อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาอย่างถึงเจ้าของเอกสารซึ่งมีการนำไปใช้

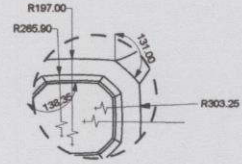
Overall Shampoo & Conditioner 320 ml				
KMITL	Faculty of architecture		Industrial Design	
Designer : Miss Natricha Dangnitanawong			CODE : 52020189	
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์เชิงสร้างสรรค์สำหรับผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในแวดวงการมีประชาชาชาติ				
Material : PP HDPE	Process : Injection bold mold	Finishing : Gloss	Unit : mm	Scale 1 : 2
Sheet No. : 1 of 1	Date : 25/03/57	Page No. : 1 of 30		



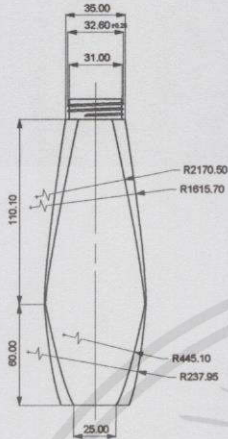
Top view



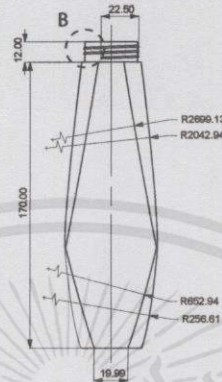
Bottom view



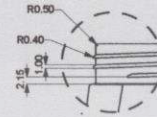
Details A  
Scale 1:1



Front view

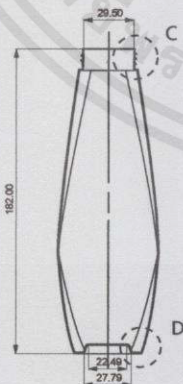


R.side view

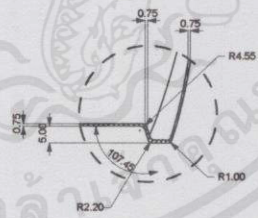


Details B  
Scale 1:1

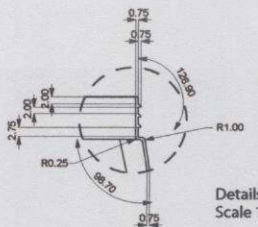
Body Shampoo & Conditioner 320 ml.				
KMITL	Faculty of architecture	Industrial Design		
Designer: Miss Natnicha Dangrattanasong		CODE : 52020189		
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกเครื่องสำอางสมุนไพรชนิดครีมภายใต้แนวคิดการเปิดประชาคมอาเซียน				
Material : HDPE	Process : Injection Bold Mold	Finishing : Gloss	Unit : mm	Scale 1 : 2
Sheet No. : 1 of 1	Date : 25/03/57	Page No. : 2 of 30		



Section A-A'



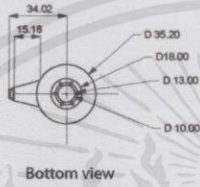
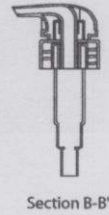
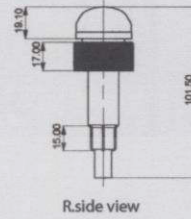
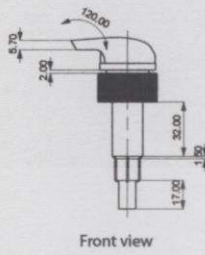
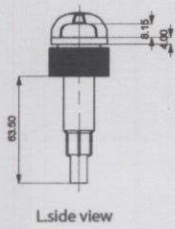
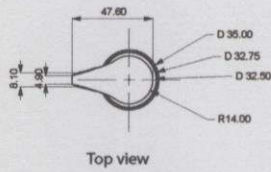
Details D  
Scale 1:1



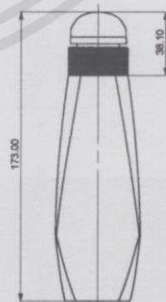
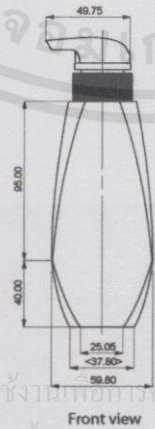
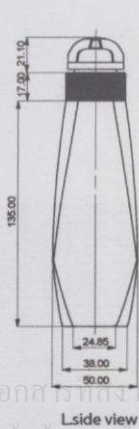
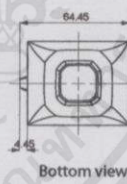
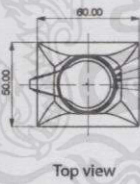
Details C  
Scale 1:1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Body Shampoo & Conditioner 320 ml				
KMITL	Faculty of architecture	Industrial Design		
Designer: Miss Natnicha Dangrattanasong		CODE : 52020189		
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกเครื่องสำอางสมุนไพรชนิดครีมภายใต้แนวคิดการเปิดประชาคมอาเซียน				
Material : HDPE	Process : Injection Bold Mold	Finishing : Gloss	Unit : mm	Scale 1 : 2
Sheet No. : 1 of 1	Date : 25/03/57	Page No. : 3 of 30		

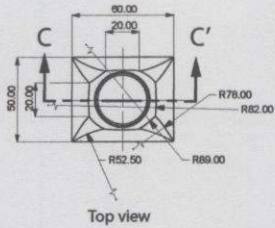


Shampoo Cap Standard Part (for Shampoo, Conditioner, Soap Bath & Body Lotion) (Standard part)				
KMITL	Faculty of architecture	Industrial Design		
Designer : Miss Natnicha Dangrattanasong		CODE : 52020189		
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกเชิงสร้างสรรค์ทางสุนทรียศาสตร์นิยามได้ในแวดวงการนิเทศศาสตร์วิชาชีพ				
Material : PP	Process : Injection Bold Mold	Finishing : Gloss	Unit : mm	Scale 1 : 2
Sheet No. : 1 of 1	Date : 25/03/57	Page No. : 4 of 30		

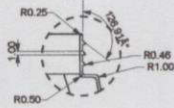


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สร้างขึ้นไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

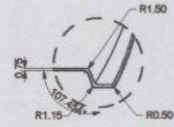
Overall Soap Bath & Body Lotion 280 ml				
KMITL	Faculty of architecture	Industrial Design		
Designer : Miss Natnicha Dangrattanasong		CODE : 52020189		
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกเชิงสร้างสรรค์ทางสุนทรียศาสตร์นิยามได้ในแวดวงการนิเทศศาสตร์วิชาชีพ				
Material : PP & HDPE	Process : Injection bold mold	Finishing : Gloss	Unit : mm	Scale 1 : 2
Sheet No. : 1 of 1	Date : 25/03/57	Page No. : 5 of 30		



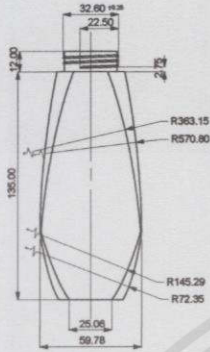
Top view



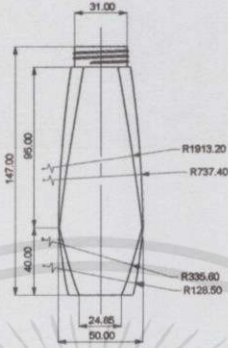
Details E  
Scale 1:1



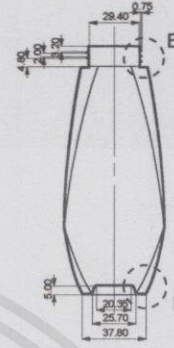
Details F  
Scale 1:1



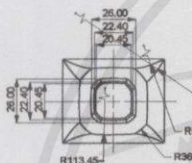
Front view



Rside view

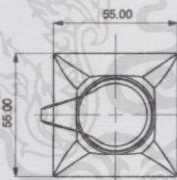


Section C-C'

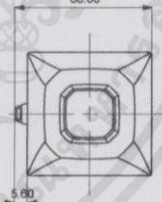


Bottom view

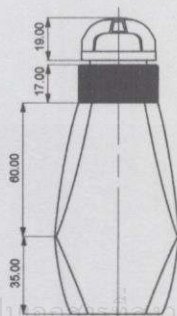
Body Soap Bath & Body Lotion 260 ml				
KMITL	Faculty of architecture	Industrial Design		
Designer : Miss Natnicha Dangrattanasong				CODE : 52020189
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกเชิงสร้างสรรค์สำหรับโปรยี่ห้อสินค้าภายใต้แนวคิดการมีประชาชนอาเซียน				
Material : HDPE	Process : injection bold mold	Finishing : Gloss	Unit : mm	Scale 1 : 2
Sheet No. : 1 of 1	Date : 25/03/57	Page No. : 6 of 30		



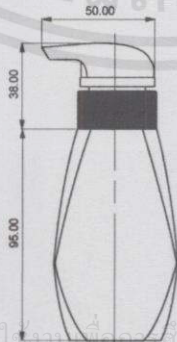
Top view



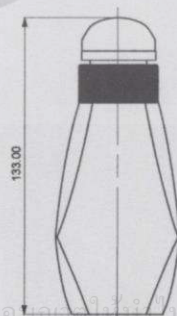
Bottom view



Lside view



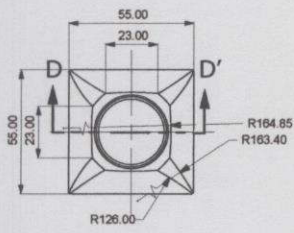
Front view



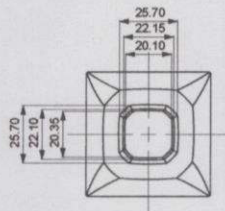
Rside view

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานที่การศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

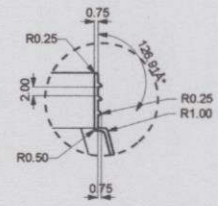
Overall Shampoo 100 ml (for Shampoo, Conditioner, Soap Bath & Body Lotion)				
KMITL	Faculty of architecture	Industrial Design		
Designer : Miss Natnicha Dangrattanasong				CODE : 52020189
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกเชิงสร้างสรรค์สำหรับโปรยี่ห้อสินค้าภายใต้แนวคิดการมีประชาชนอาเซียน				
Material : PP&HDPE	Process : injection bold mold	Finishing : Gloss	Unit : mm	Scale 1 : 1.5
Sheet No. : 1 of 1	Date : 25/03/57	Page No. : 7 of 30		



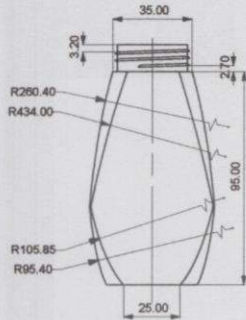
Top view



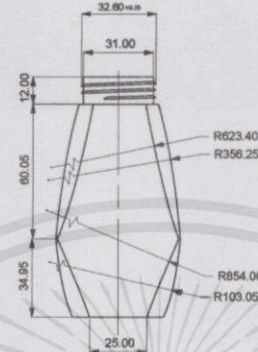
Bottom view



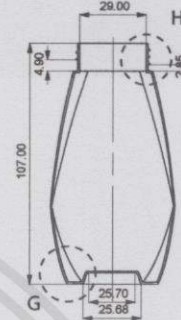
Details H  
Scale 3:1



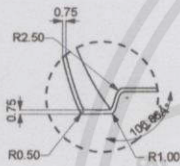
Front view



Rise view

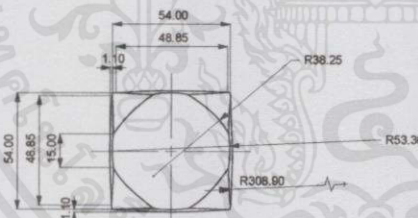


Section D-D'

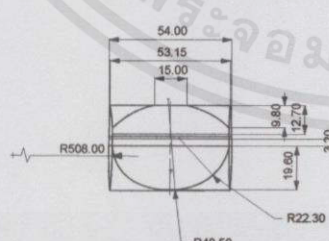


Details G  
Scale 3:1

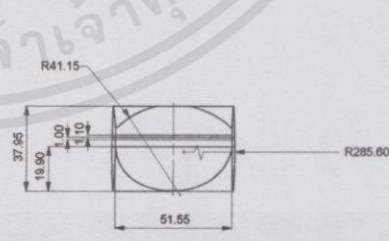
Body Shampoo 100 ml (for Shampoo, Conditioner, Soap Bath & Body Lotion)			
KMITL	Faculty of architecture	Industrial Design	
Designer : Miss Natnicha Dangrattana Wong		CODE : 52020189	
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และภาชนะสำหรับเครื่องสำอางสมุนไพรชนิดครีมภายใต้แนวคิดการเป็นประชาคมอาเซียน			
Material : HDPE	Process : Injection mold	Finishing : Gloss	Unit : mm Scale 1 : 1.5
Sheet No. : 1 of 1	Date : 25/03/57	Page No. : 8 of 30	



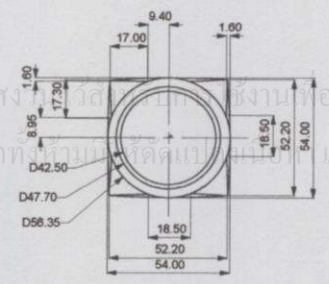
Top view



Front view



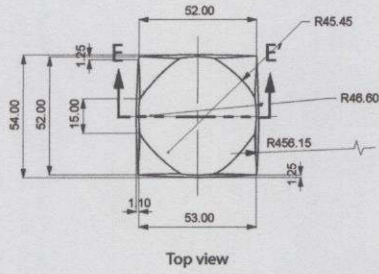
Rside view



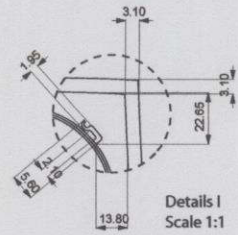
Bottom view

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งยังห้ามเผยแพร่ข้อมูลนี้ และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

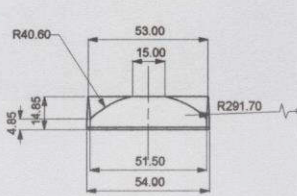
Overall Face Treatment			
KMITL	Faculty of architecture	Industrial Design	
Designer : Miss Natnicha Dangrattana Wong		CODE : 52020189	
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และภาชนะสำหรับเครื่องสำอางสมุนไพรชนิดครีมภายใต้แนวคิดการเป็นประชาคมอาเซียน			
Material : Acrylic	Process : Injection	Finishing : Gloss	Unit : mm Scale 1 : 1.5
Sheet No. : 1 of 1	Date : 25/03/57	Page No. : 9 of 30	



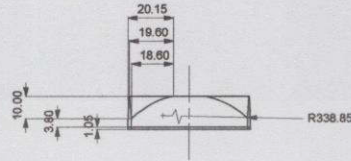
Top view



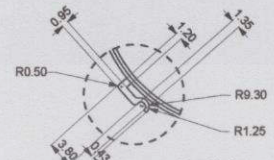
Details I  
Scale 1:1



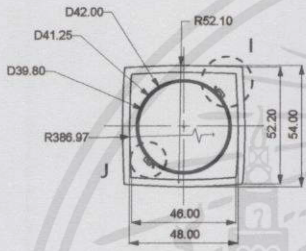
Front view



R.side view

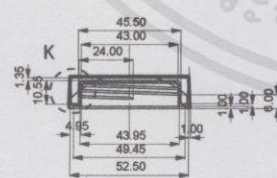


Details J  
Scale 1:1

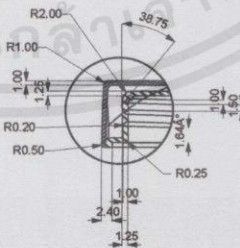


Bottom view

Cap Face Treatment		
KMITL	Faculty of architecture	Industrial Design
Designer : Miss Natnicha Dangrattanawong		CODE : 52020189
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกเครื่องสำอางสมุนไพรชนิดครีมภายใต้แนวคิดการมีประชาชนอาเซียน		
Material : Acrylic	Process : Injection	Finishing : Gloss Unit : mm Scale 1 : 1.5
Sheet No. : 1 of 2	Date : 25/03/57	Page No. : 10 of 30



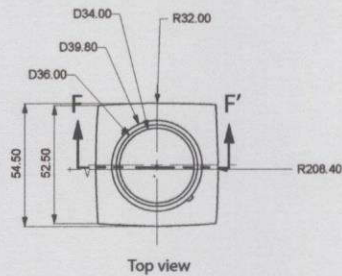
Section E-E'



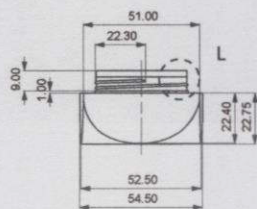
Details K  
Scale 1:1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

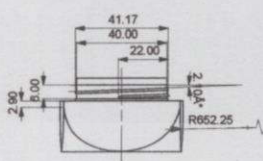
Cap Face Treatment		
KMITL	Faculty of architecture	Industrial Design
Designer : Miss Natnicha Dangrattanawong		CODE : 52020189
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกเครื่องสำอางสมุนไพรชนิดครีมภายใต้แนวคิดการมีประชาชนอาเซียน		
Material : Acrylic	Process : Injection	Finishing : Gloss Unit : mm Scale 1 : 1.5
Sheet No. : 2 of 2	Date : 25/03/57	Page No. : 11 of 30



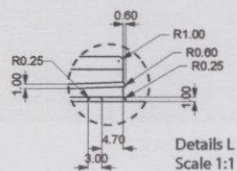
Top view



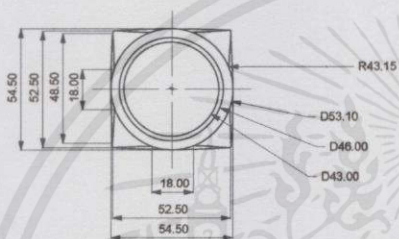
Front view



Rside view

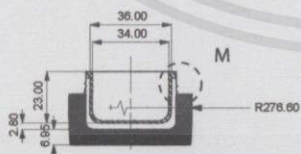


Details L  
Scale 1:1



Bottom view

Body Face Treatment				
KMITL	Faculty of architecture	Industrial Design		
Designer : Miss Natnicha Dangrattanasong				CODE : 52020189
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกของสำนักงานทรัพย์สินทางปัญญาในเขตศึกษามิตรประชาคมอาเซียน				
Material : Acrylic	Process : Injection	Finishing : Gloss	Unit : mm	Scale 1 : 1.5
Sheet No. : 1 of 2	Date : 25/03/57	Page No. : 12 of 30		



Section F-F

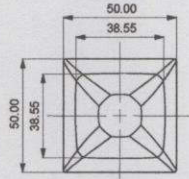


Details M  
Scale 1:1

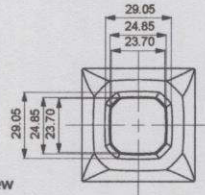
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Body Face Treatment				
KMITL	Faculty of architecture	Industrial Design		
Designer : Miss Natnicha Dangrattanasong				CODE : 52020189
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกของสำนักงานทรัพย์สินทางปัญญาในเขตศึกษามิตรประชาคมอาเซียน				
Material : Acrylic	Process : Injection	Finishing : Gloss	Unit : mm	Scale 1 : 1.5
Sheet No. : 2 of 2	Date : 25/03/57	Page No. : 13 of 30		

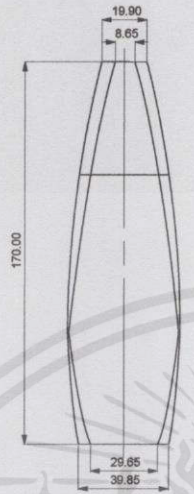
Top view



Bottom view



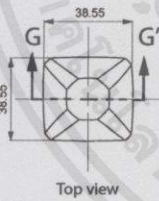
Front view



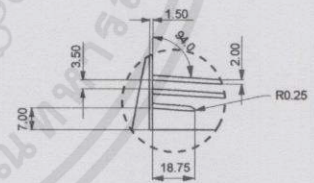
R.side view



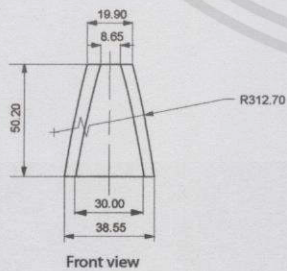
Overall Hair Treatment				
KMITL	Faculty of architecture	Industrial Design		
Designer : Miss Natnicha Dangrittanawong				CODE : 52020189
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกเชิงสร้างสรรค์อย่างสมบูรณ์เพื่อศิษย์นิสิตภายใต้แนวคิดการมีประชาคมอาเซียน				
Material : HDPE	Process : Injection Bold Mold	Finishing : Gloss	Unit : mm	Scale 1 : 1.5
Sheet No. : 1 of 1	Date : 25/03/57	Page No. : 14 of 30		



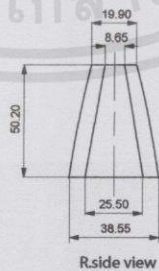
Top view



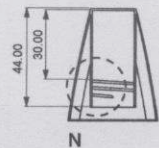
Details N  
Scale 1:1



Front view

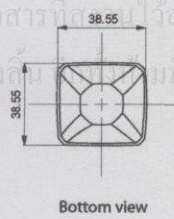


R.side view

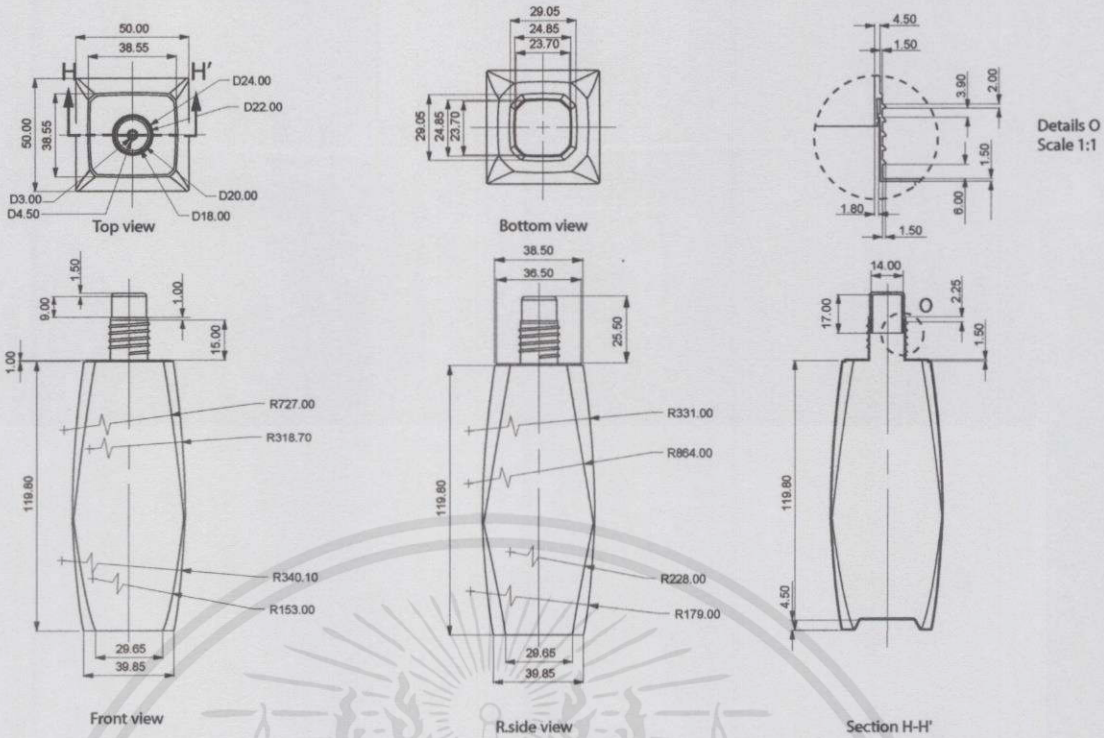


Section G-G'

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่...ไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น...มิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

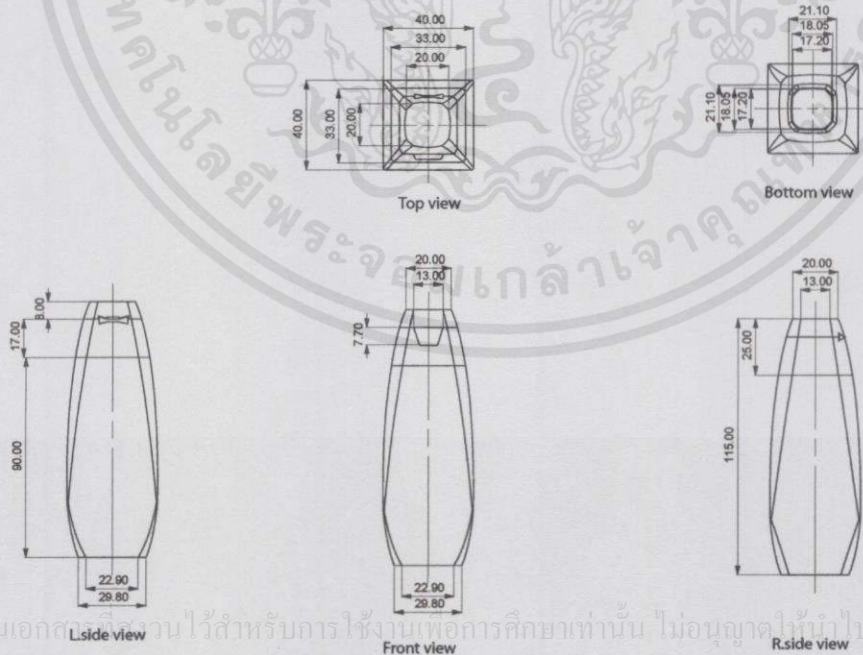


Bottom view



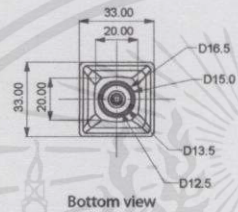
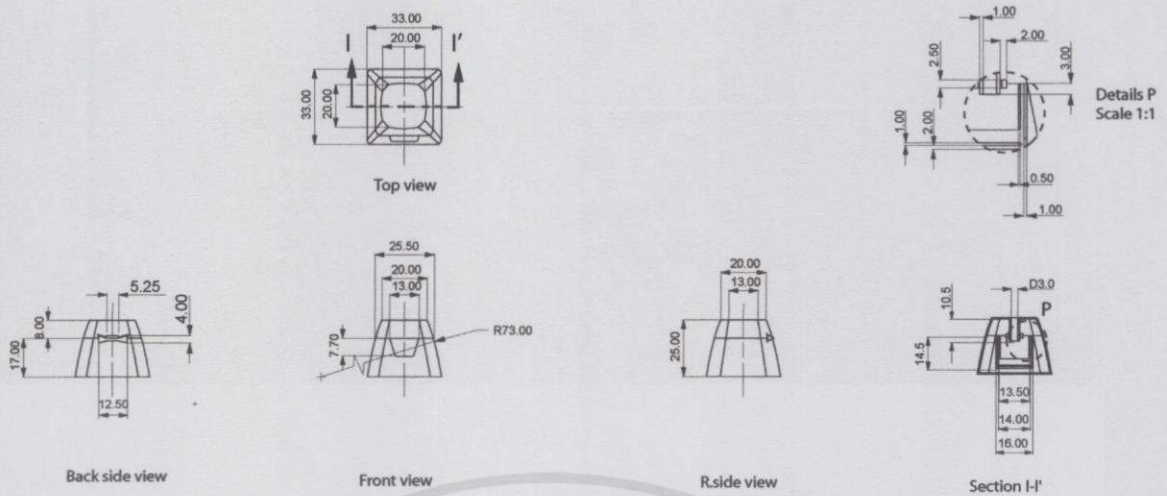
Details O  
Scale 1:1

Body Hair Treatment		
KMITL	Faculty of architecture	Industrial Design
Designer : Miss Natricha Dangrattanasong		CODE : 52020189
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกหรือถ่ายทำงานโฆษณาหรือสิ่งพิมพ์ภายใต้แนวคิดการเปิดประชาคมอาเซียน		
Material : HDPE	Process : Injection Bold Mold	Finishing : Gloss Unit : mm Scale 1 : 1.5
Sheet No. : 1 of 1	Date : 25/03/57	Page No. : 16 of 30

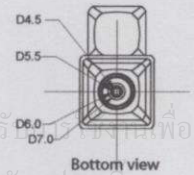
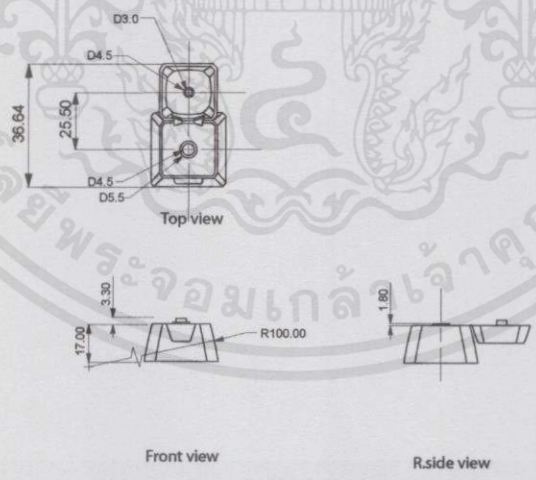


เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์ส่วนตัวไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Overall Face Treatment & Toner		
KMITL	Faculty of architecture	Industrial Design
Designer : Miss Natricha Dangrattanasong		CODE : 52020189
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกหรือถ่ายทำงานโฆษณาหรือสิ่งพิมพ์ภายใต้แนวคิดการเปิดประชาคมอาเซียน		
Material : PP & HDPE	Process : Injection Bold Mold	Finishing : Gloss Unit : mm Scale 1 : 1.5
Sheet No. : 1 of 1	Date : 25/03/57	Page No. : 17 of 30

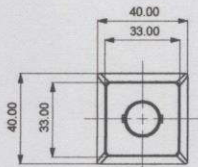


Cap Face Treatment & Toner				
KMITL	Faculty of architecture	Industrial Design		
Designer : Miss Natricha Dangnattanasong		CODE : 52020189		
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกเชิงสร้างสรรค์สำหรับผลิตภัณฑ์ภายใต้แนวคิดการเปิดประชาคมอาเซียน				
Material : PP	Process : Injection Bold Mold	Finishing : Gloss	Unit : mm	Scale : 1 : 1.5
Sheet No. : 1 of 2	Date : 25/03/57	Page No. : 16 of 30		

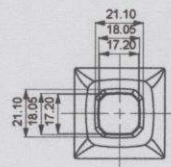


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

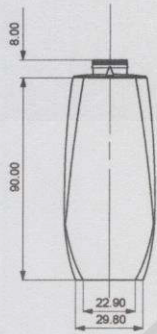
Cap Face Treatment & Toner				
KMITL	Faculty of architecture	Industrial Design		
Designer : Miss Natricha Dangnattanasong		CODE : 52020189		
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกเชิงสร้างสรรค์สำหรับผลิตภัณฑ์ภายใต้แนวคิดการเปิดประชาคมอาเซียน				
Material : PP	Process : Injection Bold Mold	Finishing : Gloss	Unit : mm	Scale : 1 : 1.5
Sheet No. : 1 of 1	Date : 25/03/57	Page No. : 19 of 30		



Top view



Bottom view



Lside view

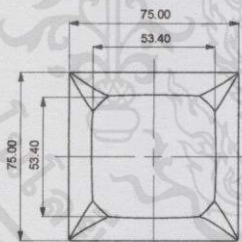


Front view

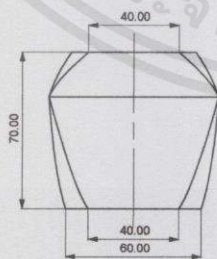


Rside view

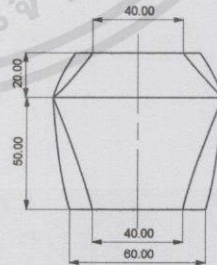
Body Face Treatment & Toner				
KMITL	Faculty of architecture	Industrial Design		
Designer : Miss Natnicha Dangrattawong		CODE : 52020189		
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกหรือสื่อทางสุนทรียศาสตร์ในแนวคิดการเปิดประชาคมอาเซียน				
Material : HDPE	Process : Injection Bold Mktl	Finishing : Gloss	Unit : mm	Scale 1 : 1.5
Sheet No. : 2 of 2	Date : 25/03/57	Page No. : 20 of 30		



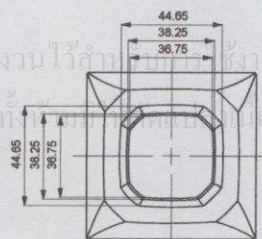
Top view



Front view



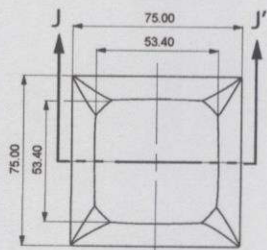
Rside view



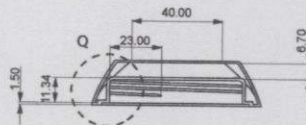
Bottom view

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งยังขอสงวนสิทธิ์ในเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

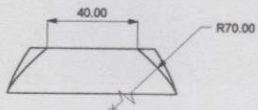
Overall Body Treatment				
KMITL	Faculty of architecture	Industrial Design		
Designer : Miss Natnicha Dangrattawong		CODE : 52020189		
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกหรือสื่อทางสุนทรียศาสตร์ในแนวคิดการเปิดประชาคมอาเซียน				
Material : Acrylic	Process : Injection	Finishing : Gloss	Unit : mm	Scale 1 : 1.5
Sheet No. : 1 of 1	Date : 25/03/57	Page No. : 21 of 30		



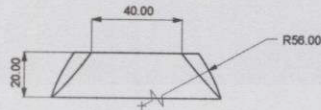
Top view



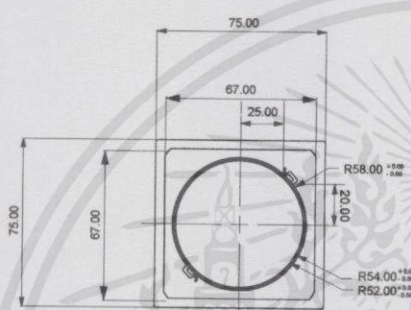
Section J-J'



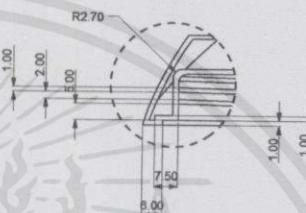
Front view



Rside view

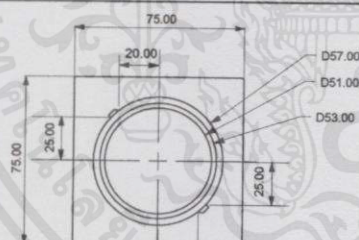


Bottom view

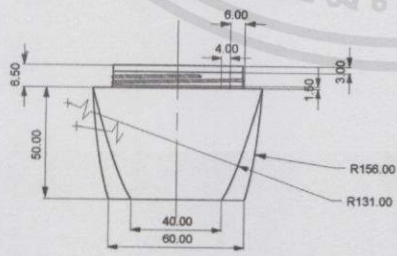


Details Q  
Scale 1:1

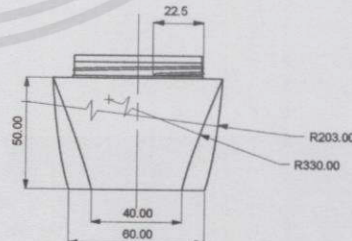
Cap Body Treatment				
KMITL	Faculty of architecture	Industrial Design		
Designer : Miss Natnicha Dangrattanswong		CODE : 52020189		
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกเชิงสร้างสรรค์ทางสุนทรียศาสตร์ภายใต้แนวคิดการเปิดประชาคมอาเซียน				
Material : Acrylic	Process : Injection	Finishing : Gloss	Unit : mm	Scale 1 : 1.5
Sheet No. : 1 of 1	Date : 25/03/57	Page No. : 22 of 30		



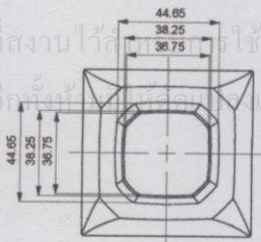
Top view



Front view



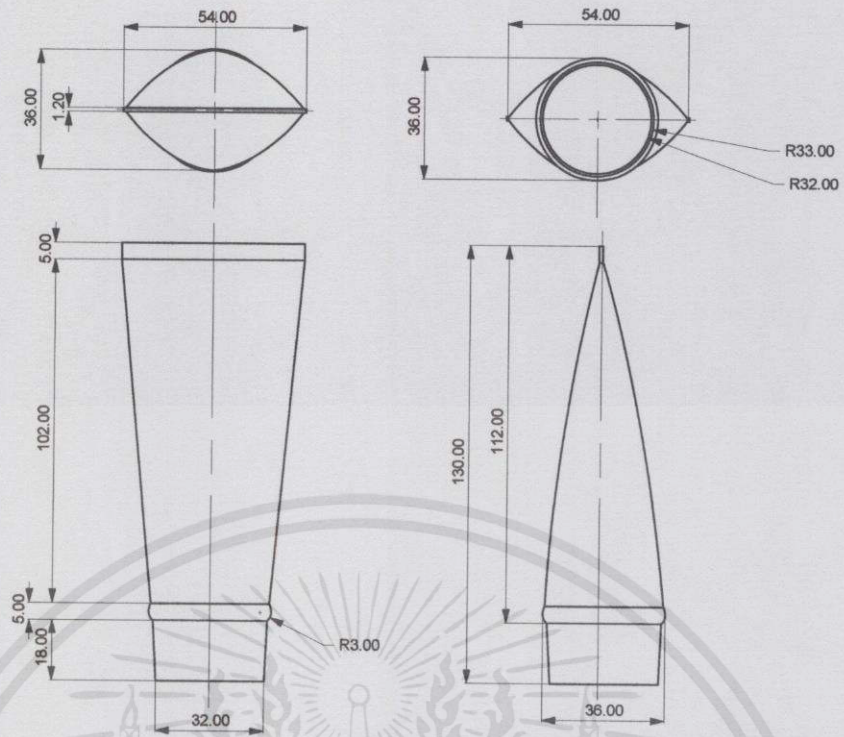
Rside view



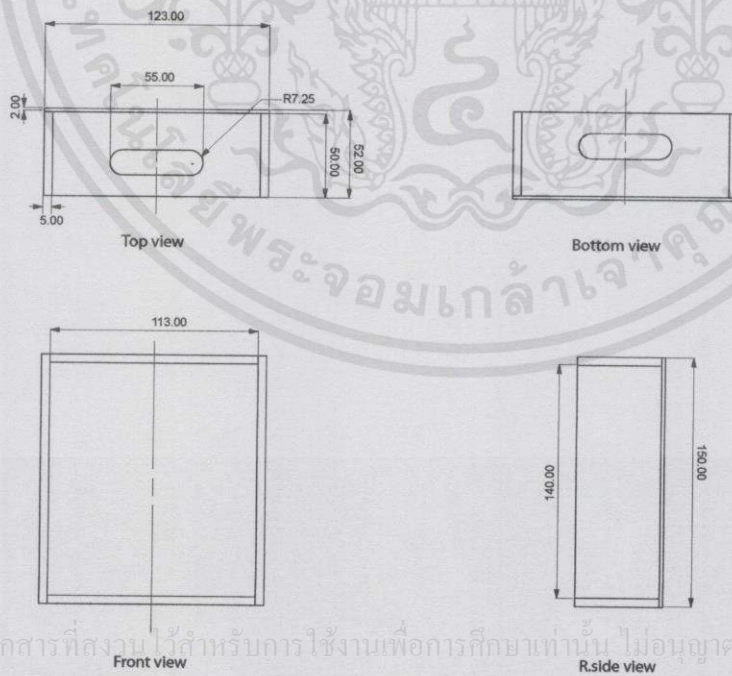
Bottom view

Body Body Treatment				
KMITL	Faculty of architecture	Industrial Design		
Designer : Miss Natnicha Dangrattanswong		CODE : 52020189		
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกเชิงสร้างสรรค์ทางสุนทรียศาสตร์ภายใต้แนวคิดการเปิดประชาคมอาเซียน				
Material : Acrylic	Process : Injection	Finishing : Gloss	Unit : mm	Scale 1 : 1.5
Sheet No. : 1 of 1	Date : 25/03/57	Page No. : 23 of 30		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ในงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งยังต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

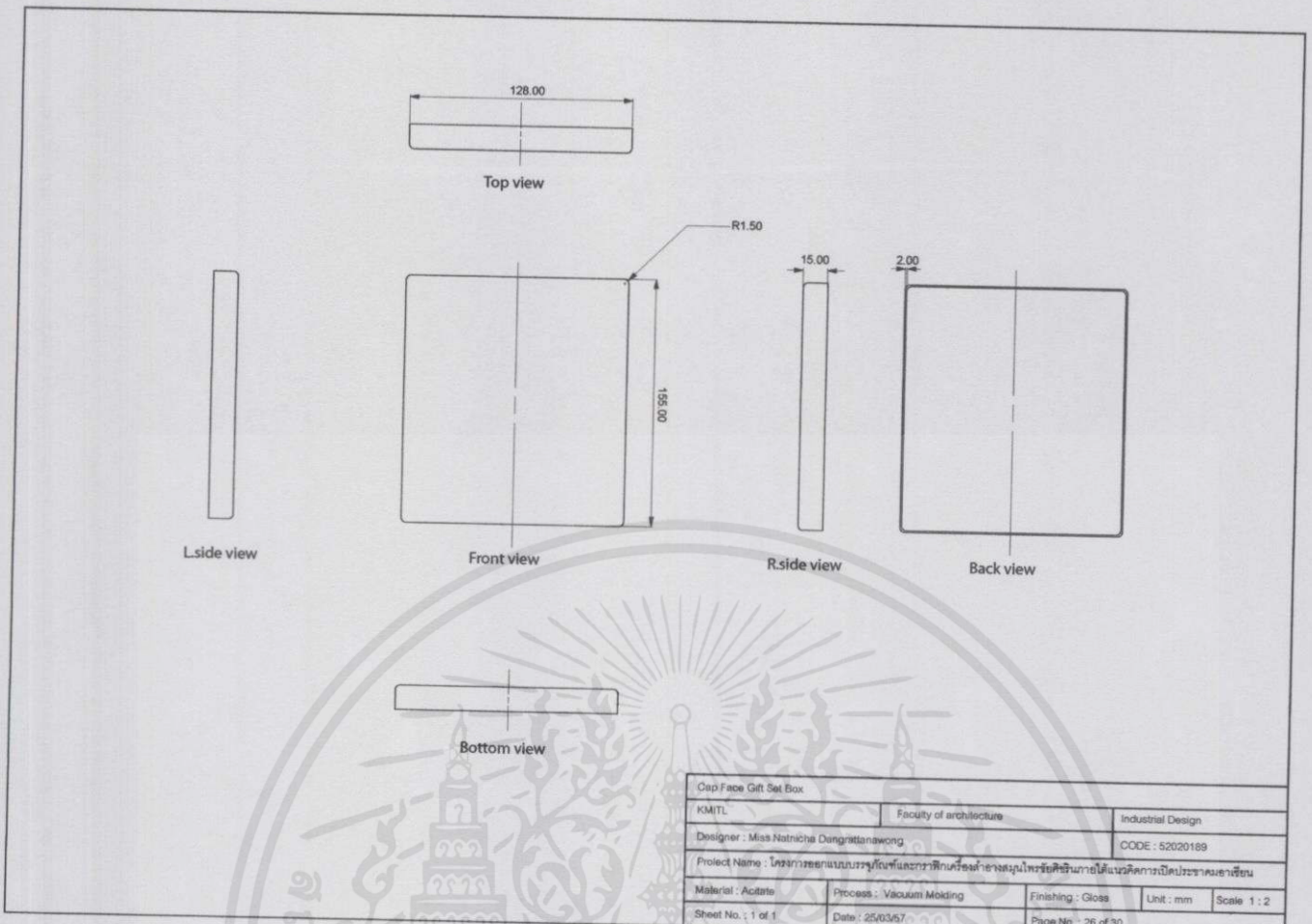


Cleaning Gel & Foam (Standard part)					
KMITL	Faculty of architecture		Industrial Design		
Designer : Miss Natnicha Dangrattawong			CODE : 52020189		
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกเครื่องสำอางสมุนไพรชนิดครีมภายใต้แนวคิดการมีมิตรภาพต่อสิ่งแวดล้อม					
Material : HDPE & PP	Process : -	Finishing : Gloss	Unit : mm	Scale 1 : 1	
Sheet No. : 1 of 1	Date : 25/03/57	Page No. : 24 of 30			

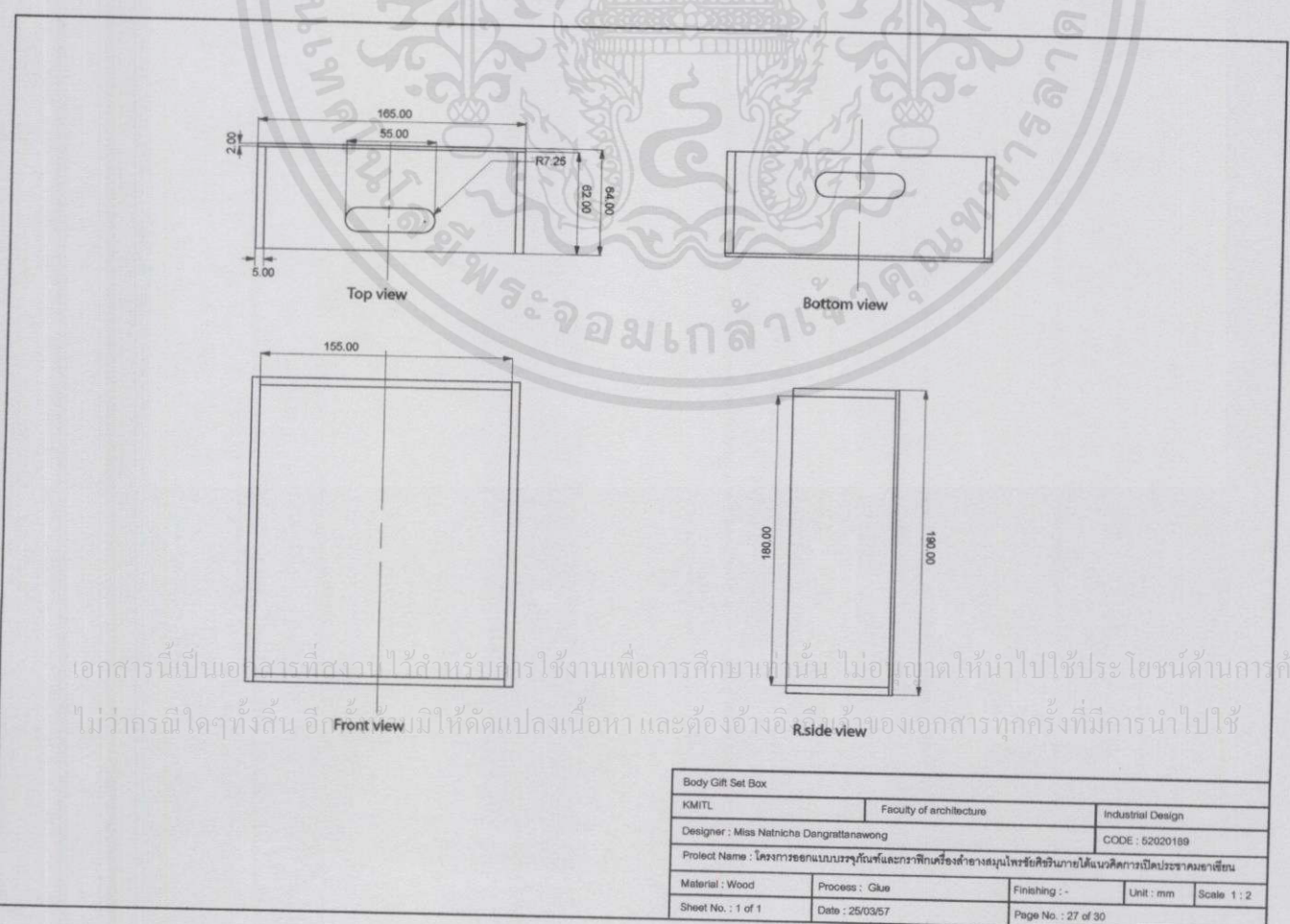


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Face Gift Set Box					
KMITL	Faculty of architecture		Industrial Design		
Designer : Miss Natnicha Dangrattawong			CODE : 52020189		
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกเครื่องสำอางสมุนไพรชนิดครีมภายใต้แนวคิดการมีมิตรภาพต่อสิ่งแวดล้อม					
Material : Wood	Process : Glue	Finishing : -	Unit : mm	Scale 1 : 2	
Sheet No. : 1 of 1	Date : 25/03/57	Page No. : 25 of 30			

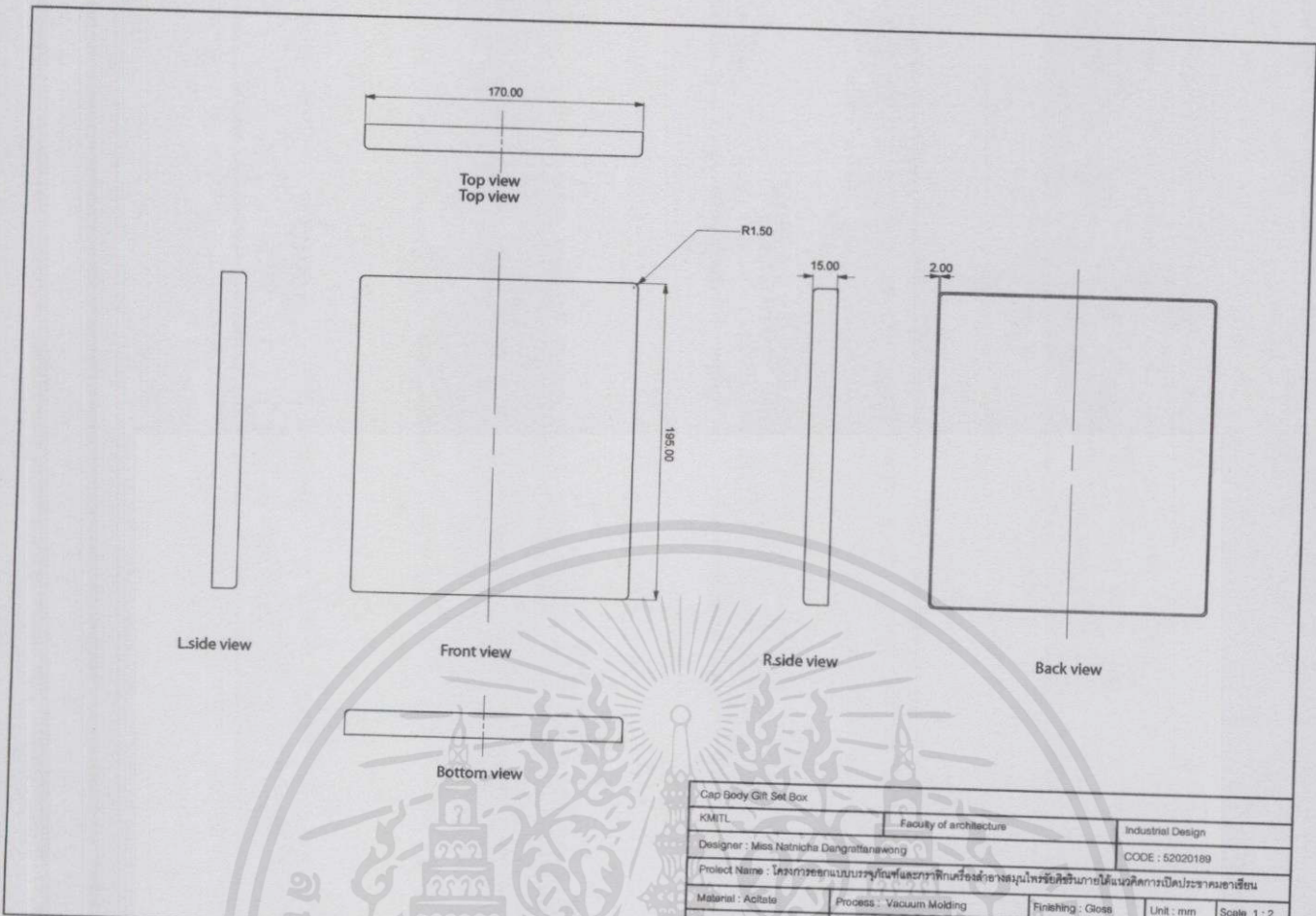


Cap Face Gift Set Box				
KMITL	Faculty of architecture	Industrial Design		
Designer : Miss Natricha Dangrattanasong		CODE : 52020189		
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกเชิงสร้างสรรค์สำหรับโรงเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร				
Material : Acetate	Process : Vacuum Molding	Finishing : Gloss	Unit : mm	Scale 1 : 2
Sheet No. : 1 of 1	Date : 25/03/57	Page No. : 26 of 30		

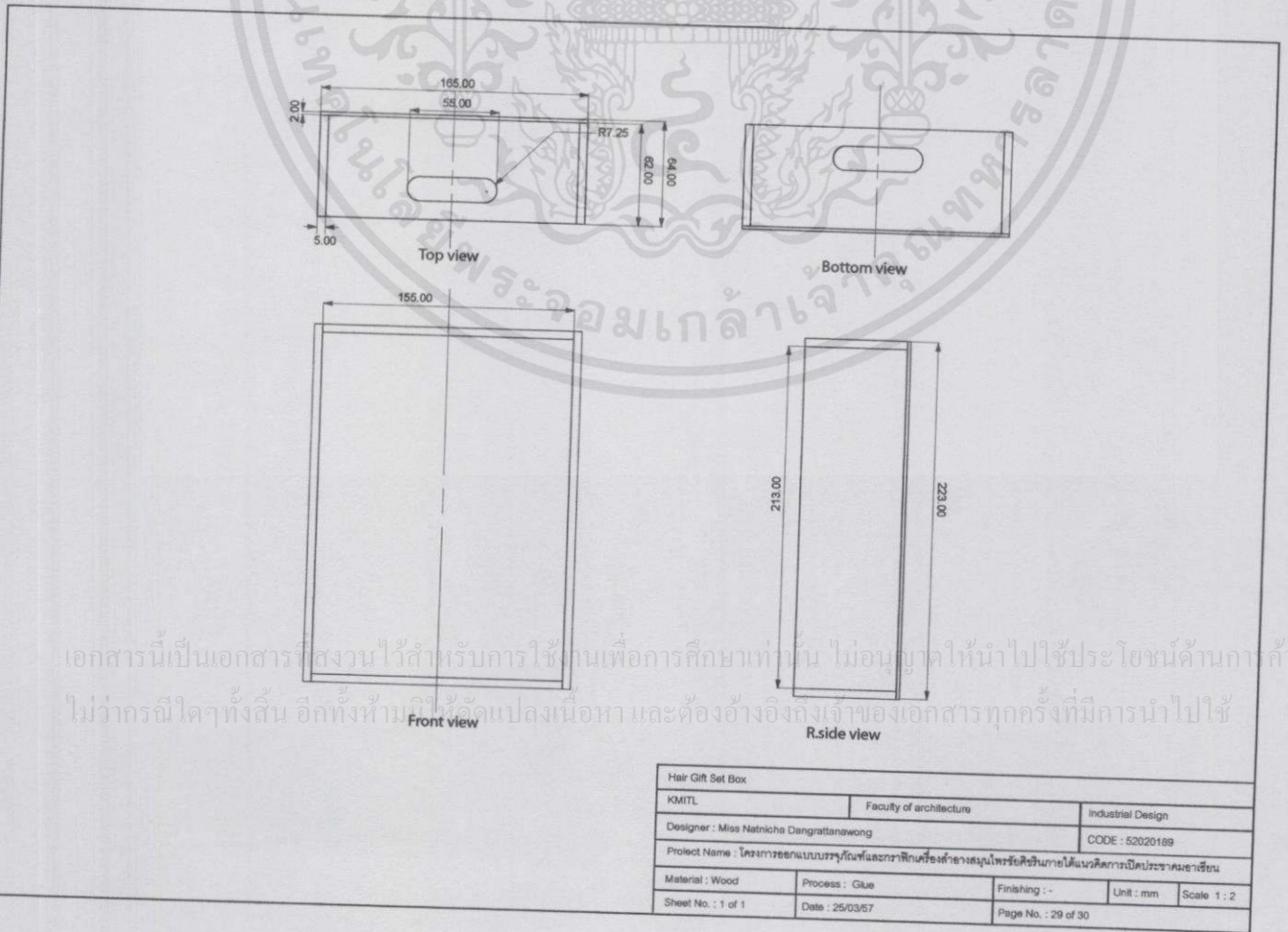


Body Gift Set Box				
KMITL	Faculty of architecture	Industrial Design		
Designer : Miss Natricha Dangrattanasong		CODE : 52020189		
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกเชิงสร้างสรรค์สำหรับโรงเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร				
Material : Wood	Process : Glue	Finishing : -	Unit : mm	Scale 1 : 2
Sheet No. : 1 of 1	Date : 25/03/57	Page No. : 27 of 30		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงชื่อของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

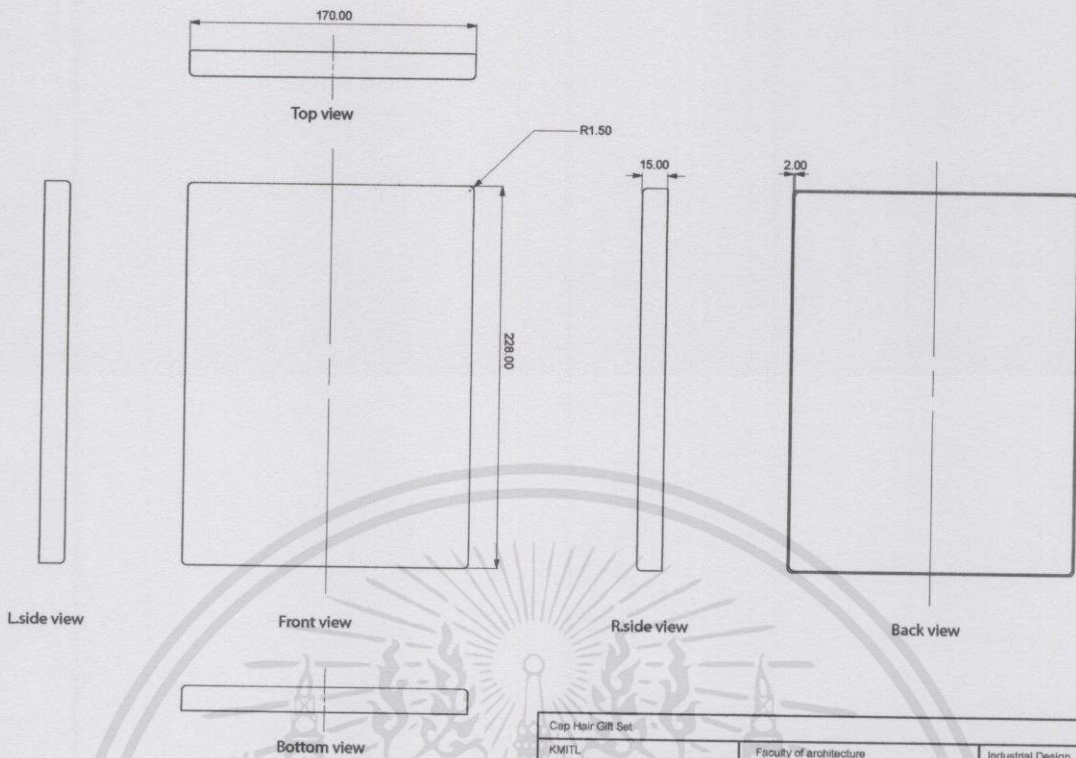


Cap Body Gift Set Box				
KMITL		Faculty of architecture		Industrial Design
Designer : Miss Natnicha Dangritanewong				
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการฝึกเครื่องสำอางสมุนไพรชนิดครีมภายใต้แนวคิดการเป็นประชาคมอาเซียน				
Material : Acilata	Process : Vacuum Molding	Finishing : Gloss	Unit : mm	Scale 1 : 2
Sheet No. : 1 of 1	Date : 25/03/57	Page No. : 28 of 30		



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้ท่านเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามแก้ไขข้อมูลแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Hair Gift Set Box				
KMITL		Faculty of architecture		Industrial Design
Designer : Miss Natnicha Dangritanewong				
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการฝึกเครื่องสำอางสมุนไพรชนิดครีมภายใต้แนวคิดการเป็นประชาคมอาเซียน				
Material : Wood	Process : Glue	Finishing : -	Unit : mm	Scale 1 : 2
Sheet No. : 1 of 1	Date : 25/03/57	Page No. : 29 of 30		



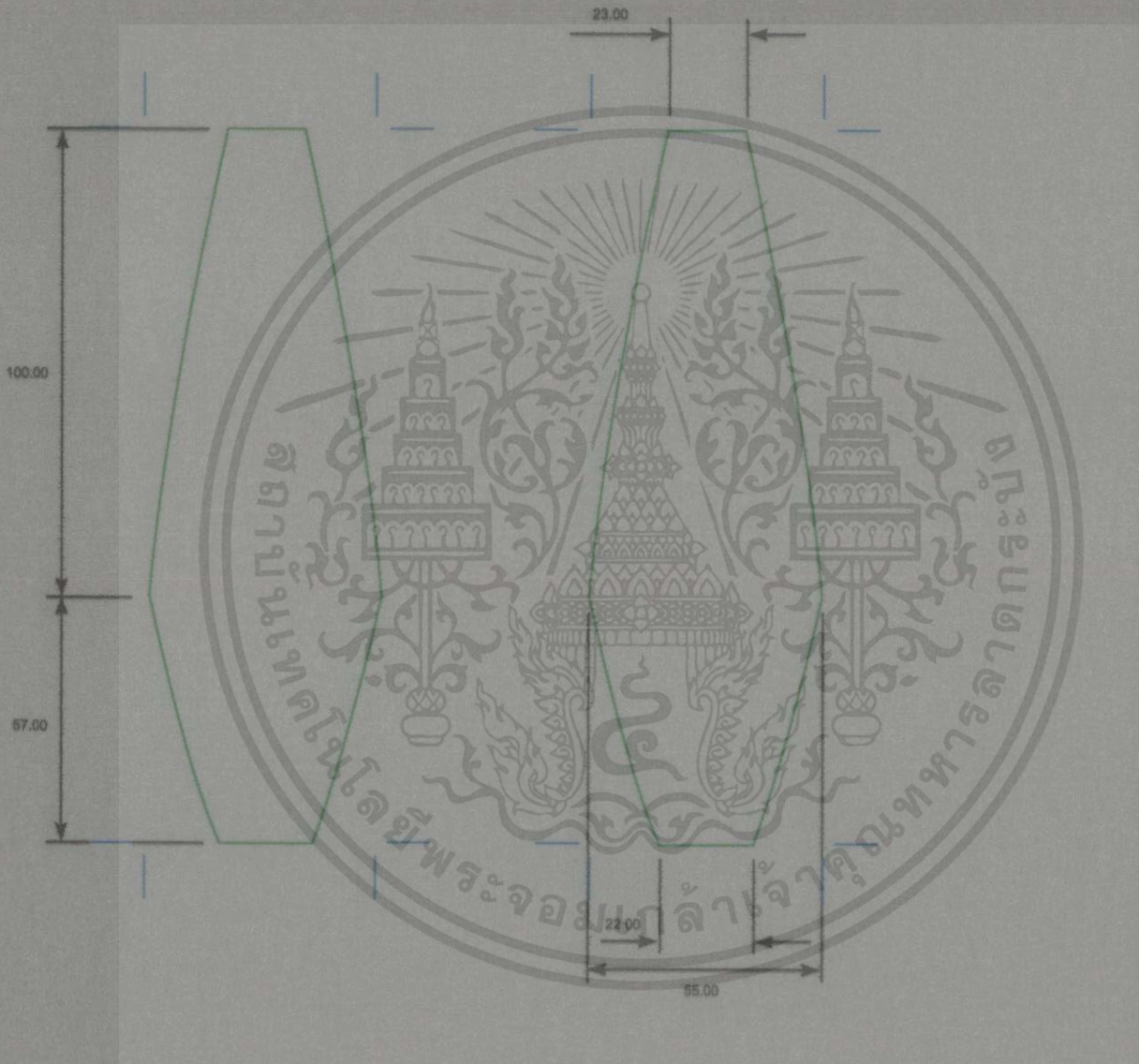
Cap Hair Gri Set				
KMITL	Faculty of architecture	Industrial Design		
Designer: Miss Natnicha Dangrattawong				CODE : 52020189
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และภาพลักษณ์ของห้างสรรพสินค้าที่ศรีนครินทร์โดยเน้นคิดการเป็นประชาคมอาเซียน				
Material : Acitlate	Process : Vacuum Molding	Finishing : Gloss	Unit : mm	Scale 1 : 2
Sheet No. : 1 of 1	Date : 25/03/57	Page No. : 30 of 30		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



Part 1

ART WORK สำหรับจลาภผลิตภัณฑ์



Project name :  
CHITIKARIN

File name :  
Conditioner (for 3 scent)

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

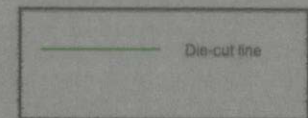
all embed  
all create outline

Designer :  
Naticha Dangrattawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material : Sticker PP  
Printing : Offset





Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Mangosteen Shampoo

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattana Wong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material : Sticker PP  
Printing : Offset

	C : 0 M : 20 Y : 12 K : 0		Gradient C : 0 M : 20 Y : 12 K : 0
	C : 0 M : 40 Y : 20 K : 0		Gradient C : 0 M : 40 Y : 20 K : 0
	C : 0 M : 5 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 5
	C : 55 M : 60 Y : 65 K : 40		Gradient C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10
			Gradient C : 2 M : 18 Y : 45 K : 0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Aloe Vera Shampoo

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material : Sticker PP  
Printing : Offset

	C : 1 M : 2 Y : 20 K : 0		Gradient C : 0 M : 0 Y : 5 K : 0
	C : 0 M : 10 Y : 80 K : 0		Gradient C : 0 M : 10 Y : 80 K : 0
	C : 0 M : 5 Y : 25 K : 0		Gradient C : 30 M : 80 Y : 75 K : 5
	C : 95 M : 80 Y : 65 K : 40		Gradient C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10
			Gradient C : 2 M : 18 Y : 45 K : 0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Asian Pigeonwings Shampoo

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

all embed  
all create outline

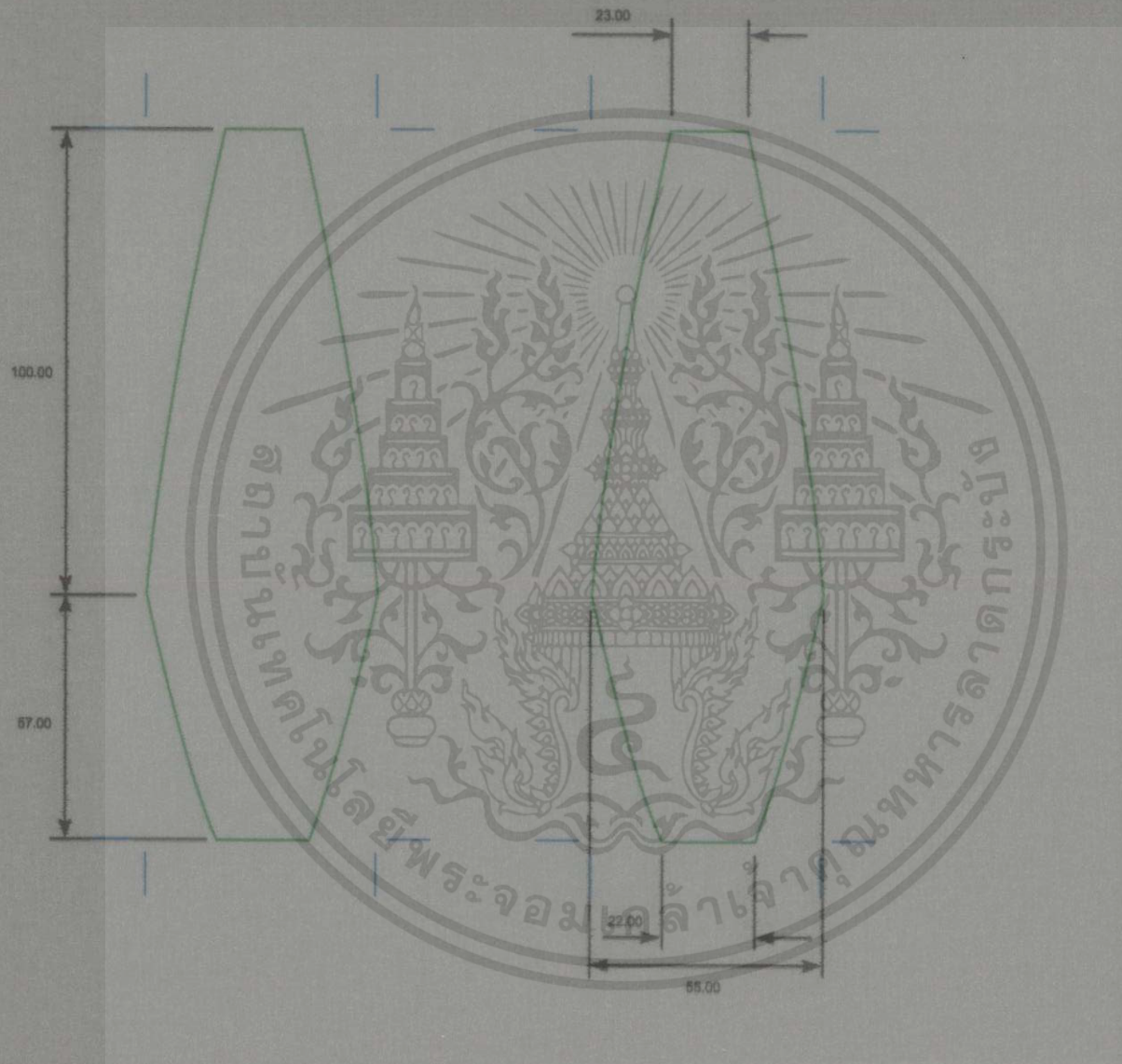
Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 :1  
UNIT : mm

Material : Sticker PP  
Printing : Offset

	C : 20 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 20 M : 0 Y : 0 K : 0
	C : 30 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 0 Y : 0 K : 0
	C : 5 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 60 Y : 75 K : 5
	C : 55 M : 80 Y : 85 K : 40		- C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10
			C : 2 M : 18 Y : 45 K : 0



Project name :  
CHIBIKARIN

File name :  
Shampoo (for 3 scent)

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS6  
on Macintosh

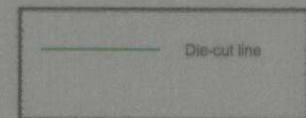
all embed  
all create outline

Designer :  
Natricha Dangrattanawong



Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material : Sticker PP  
Printing : Offset





  
**CHAISIKARIN**  
 MANGOSTEEN  
 Thai Herb Conditioner  
 Recipe for Preventing  
 the Dandruff  
  
 Net Content  
**320 ml**  


  
**CHAISIKARIN**  
 MANGOSTEEN  
 Thai Herb shampoo  
 Essence from the Mangosteen  
 will prevent causing of the dandruff,  
 oily hairroot. They can also help to  
 relieve head itching, strengthen hair  
 root, prevent hair losing and give you  
 dark lustrous hair.  
  
**DIRECTION:**  
 Apply conditioner on wet hair and gently rub.  
 Leave a 5 minutes. Then rinse off with water.  
**CAUTION:**  
 If irritation occurs, discontinue use and consult  
 a doctor.  
**INGREDIENTS:**  
 Aqua, Potassium Cocoyl Glycolate,  
 Cocos Midcaperyl Betain, Water, Rice,  
 Mangosteen Extract, Sodium PCA,  
 Pro Vitamin B5, Polyquaternium7 and  
 Sodium Chloride  
**PRODUCT BY:**  
 Chaisikarin Garden Home  
 368 Moo 1 Banthayayuan T.Banchoang,  
 A.Banburiang, Lamphun 51130  
 Tel: 086-451-9257 www.chaisikarin.com  
 MFG: 21-01-13  
 EXP: 21-01-14  
 LD1029074  
 Number: 15687-27355

  
 0 32000 25141 1  
 PRODUCT OF THAILAND

Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Mangosteen Conditioner

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh







all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material : Sticker PP  
Printing : Offset

	C : 0 M : 20 Y : 12 K : 0		Gradient C : 0 M : 20 Y : 12 K : 0
	C : 0 M : 40 Y : 20 K : 0		Gradient C : 30 M : 60 Y : 75 K : 5
	C : 0 M : 5 Y : 0 K : 0		C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10
	C : 85 M : 60 Y : 85 K : 40		C : 2 M : 18 Y : 45 K : 0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Aloe Vera Conditioner

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material : Sticker PP  
Printing : Offset

	C : 0 M : 10 Y : 60 K : 0		Gradient C : 0 M : 0 Y : 25 K : 0
	C : 0 M : 5 Y : 25 K : 0		Gradient C : 0 M : 50 Y : 75 K : 5
	C : 55 M : 80 Y : 65 K : 40		- C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Asian Pigeonwings Conditioner

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

all embed  
all create outline

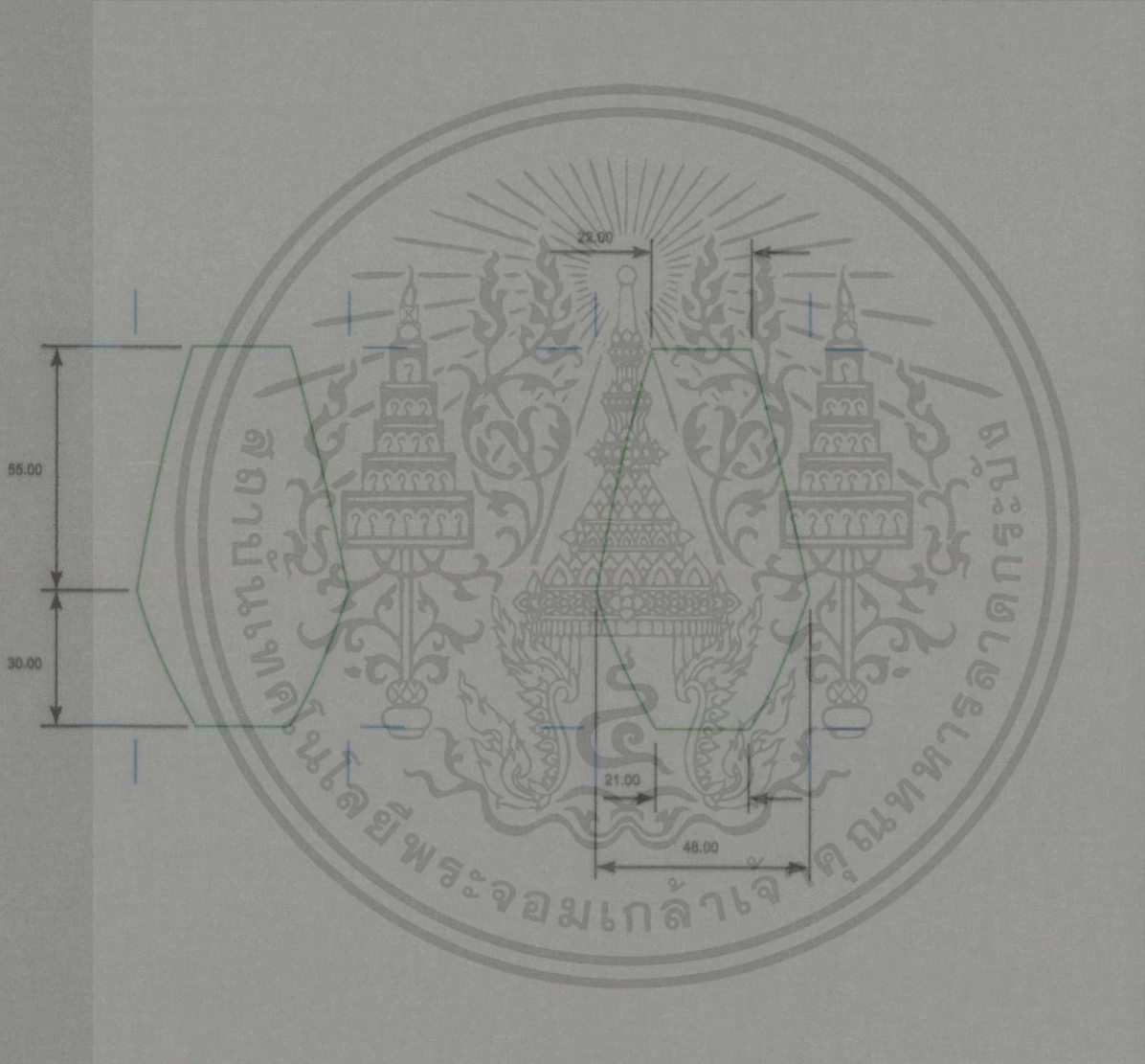
Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material : Sticker PP  
Printing : Offset

	C : 20 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 20 M : 0 Y : 0 K : 0
	C : 30 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 90 Y : 75 K : 5
	C : 15 M : 0 Y : 0 K : 0	-	-
	C : 55 M : 90 Y : 65 K : 40	C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10	C : 2 M : 15 Y : 45 K : 0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Shampoo (s) (for 3 scent)

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

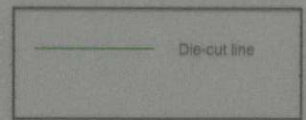
all embed  
all create outline

Designer :  
Naticha Dangrattawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material : Sticker PP  
Printing : Offset





Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Mangosteen Shampoo (s)

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh









all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material : Sticker PP  
Printing : Offset

	C : 0 M : 20 Y : 12 K : 0		Gradient C : 0 M : 20 Y : 12 K : 0
	C : 0 M : 40 Y : 20 K : 0		Gradient C : 0 M : 40 Y : 20 K : 0
	C : 0 M : 5 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 60 Y : 75 K : 5
	C : 85 M : 60 Y : 65 K : 40		- C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10
			C : 2 M : 18 Y : 45 K : 0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Aloe Vera Shampoo (s)

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh









all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material : Sticker PP  
Printing : Offset

	C : 1 M : 2 Y : 20 K : 0		Gradient C : 0 M : 0 Y : 5 K : 0
	C : 0 M : 10 Y : 50 K : 0		Gradient C : 0 M : 10 Y : 50 K : 0
	C : 0 M : 5 Y : 25 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 5
	C : 95 M : 80 Y : 65 K : 40		C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10 C : 2 M : 15 Y : 45 K : 0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Asian Pigeonwings Shampoo (s)

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

all embed  
all create outline

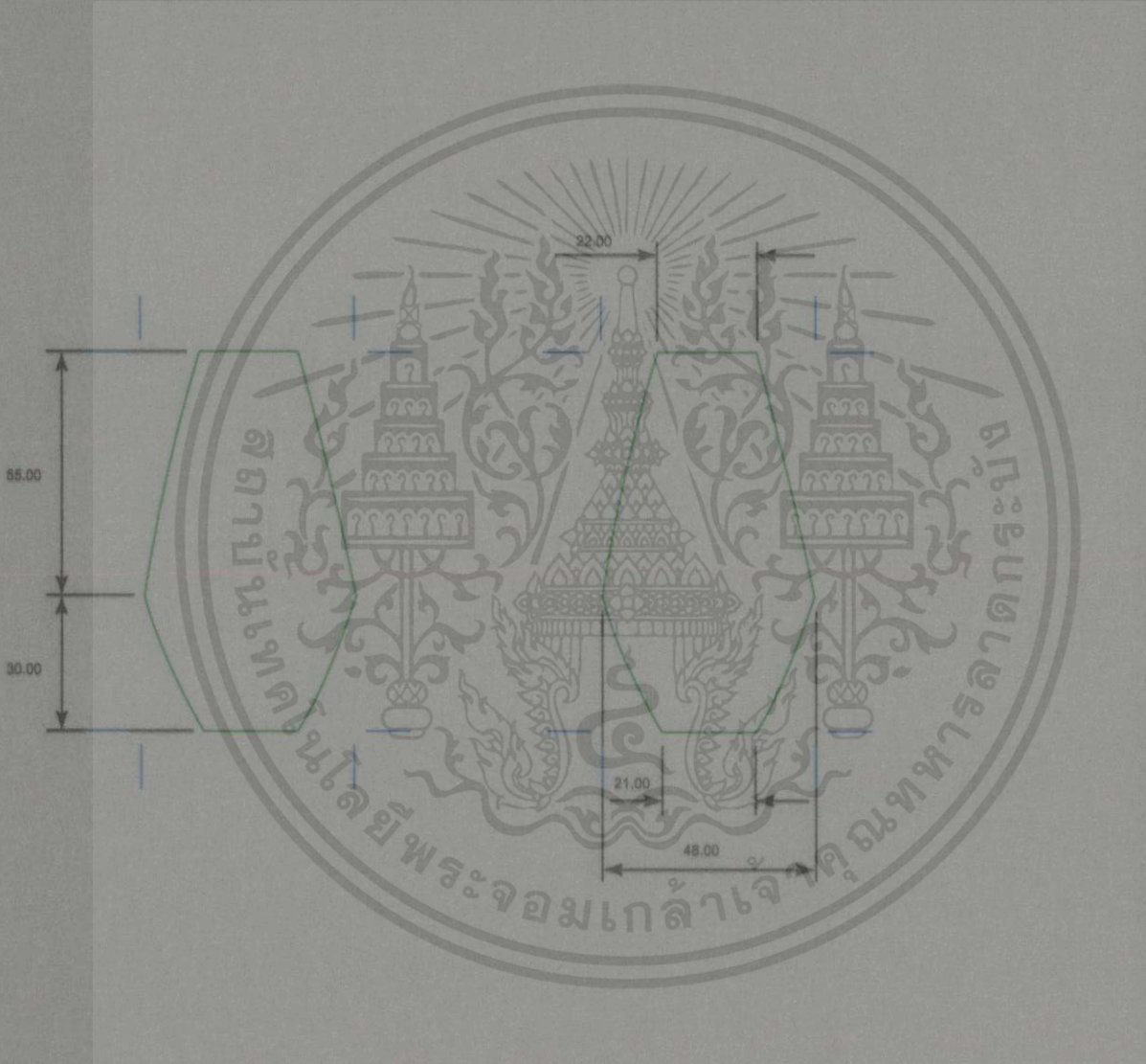
Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material : Sticker PP  
Printing : Offset

	C : 20 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 20 M : 0 Y : 0 K : 0
	C : 30 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 0 Y : 0 K : 0
	C : 5 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 5
	C : 55 M : 80 Y : 65 K : 40		- C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10
			C : 2 M : 18 Y : 45 K : 0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Conditioner (s) (for 3 scent)

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

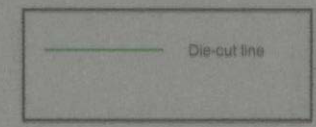
all-embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattana Wong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material : Sticker PP  
Printing : Offset





Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Mangosteen Conditioner (s)

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh








all embed  
all create outline

Designer :  
Naticha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material : Sticker PP  
Printing : Offset

	C : 0 M : 20 Y : 12 K : 0		Gradient C : 0 M : 20 Y : 12 K : 0
	C : 0 M : 40 Y : 20 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 5
	C : 0 M : 5 Y : 0 K : 0		Gradient C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10
	C : 55 M : 80 Y : 85 K : 40		



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Aloe Vera Conditioner (s)

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh








all embed  
all create outline

Designer :  
Natricha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 :1  
UNIT : mm

Material : Sticker PP  
Printing : Offset

	C : 0 M : 10 Y : 80 K : 0		Gradient C : 0 M : 0 Y : 26 K : 0
	C : 0 M : 5 Y : 26 K : 0		Gradient C : 30 M : 60 Y : 76 K : 6
	C : 66 M : 60 Y : 66 K : 40		C : 4
			C : 2
			M : 30
			M : 19
			Y : 46
			Y : 46
			K : 10
			K : 0





**CHAIKARIN**  
ASIAN PIGEONWINGS  
The Herb Conditioner

Recipe for Preventing  
the Dandruff





**CHAIKARIN**  
ASIAN PIGEONWINGS  
The Herb Conditioner

Essences from the Migrating will  
prevent causing of the dandruff, dry  
scalp, itching, strengthen hair root, prevent  
hair falling and give you clean, bushy hair.



**DIRECTION:**  
After shampoo, massage onto wet hair gently.  
Rinse off thoroughly.

**CAUTION:**  
Do not use on the scalp if you have any cuts and scratches.

**INGREDIENTS:**  
Aloe, Water, Cedar Oil, Citrus, Cedar, Melon, Citrus,  
Sage, Water, Rose, Moringosa, Eucalyptus, PCA,  
The Water Sol. Polyacrylamide-7 and Sodium Chloride.

**PRODUCT NO.:**  
Chulalongkorn Rajavidyalaya University  
100 Moo 1, Bangkhruay, Bangkok 10130  
A.Mahachulalongkornrajavidyalaya University  
Number 10 44 04 0-3903    P.O. Box 23-03-13  
E-mail: chai@chul.ac.th    0-2623-03-10



PRODUCT OF THAILAND

Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Asian Pigeonwings Conditioner (s)

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh








all embed  
all create outline

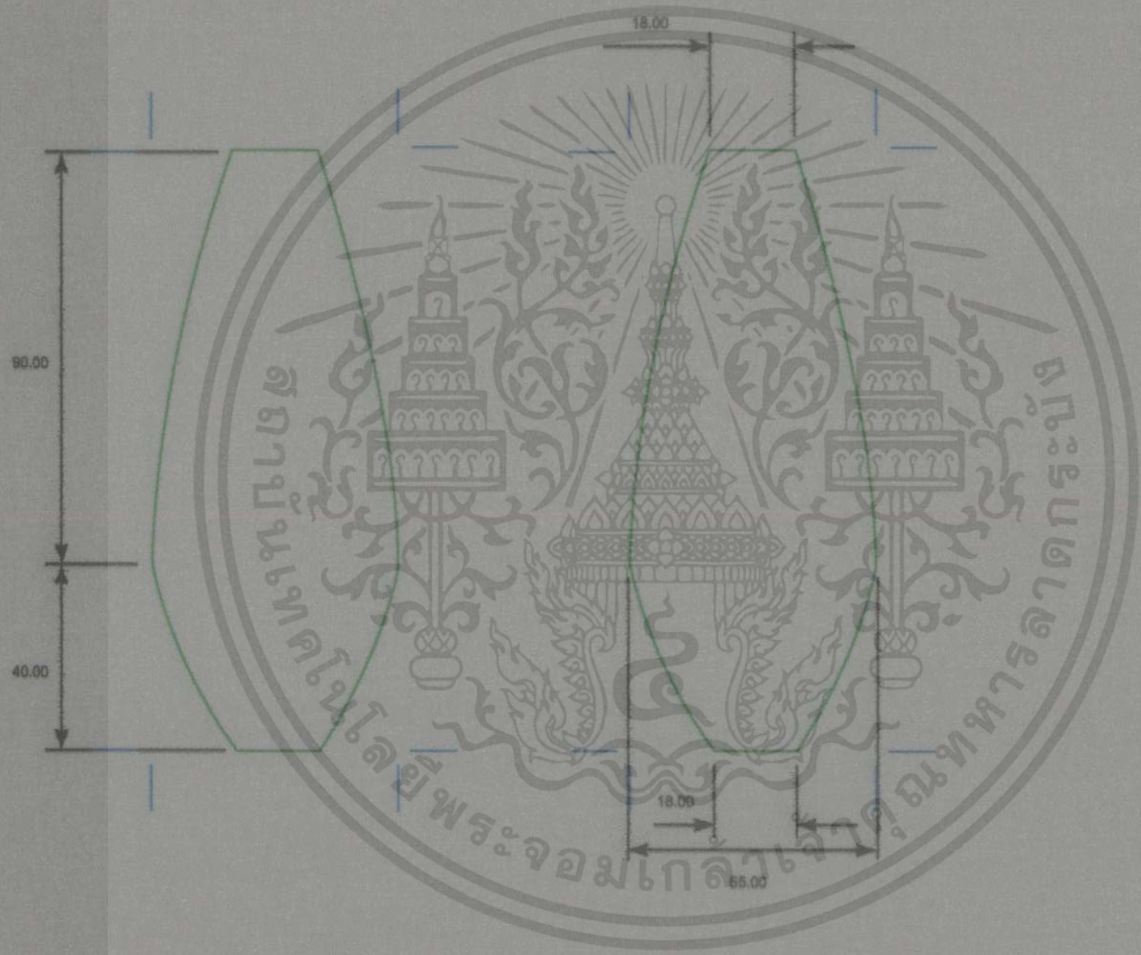
Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material : Sticker PP  
Printing : Offset

	C : 20 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 20 M : 0 Y : 0 K : 0
	C : 30 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 90 Y : 75 K : 5
	C : 5 M : 0 Y : 0 K : 0		- C : 4    O : 2 M : 30    M : 19 Y : 45    Y : 45 K : 10    K : 0
	C : 55 M : 80 Y : 65 K : 40		



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Soap Baht (for 3 scent)

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

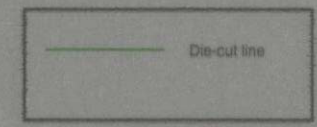
all embed  
all create outline

Designer :  
Naticha Dangrattana Wong

Font : Cordia New  
ThaiSana Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material : Sticker PP  
Printing : Offset





**CHAIKARIN**  
MANGOSTEEN  
Thai Herb

**SOAP BAHT**

Recipe for Preventing the Dandruff

**CHAIKARIN**  
MANGOSTEEN  
Thai Herb Soap Baht

Get fresh all over with the indulgent fragrance of cooling mangosteen that soothes skin instantly revitalised.

**DIRECTION :**  
Apply Soap on all over wet body. Then rinse off with water.

**CAUTION :**  
If irritation occurs, discontinue use and consult a doctor.

**INGREDIENTS :**  
Aqua, Potassium Cocoyl Glycolate, Cocoyl Midocapryl, Betain, Water, Rice, Mangosteen Extra, Sodium PCA, Pro Vitamin B5, Polyquaternium-7 and Sodium Chloride.

**PRODUCT BY :**  
Chaisikarin Garden Home  
369 Moo 1 Baanhuaykai, T. Jueamhaeng, A. Baanhaeng, Lamphun 51130  
Tel. 088-451-4257 www.chaisikarin.com

Net Content **280 ml.**

Number 3 368 990 7 999

0 330005 1745 1 2

PRODUCT OF THAILAND

Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Soap Baht

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 :1  
UNIT : mm

Material : Sticker PP  
Printing : Offset

	C:0 M:20 Y:12 K:0		Gradient C:0 M:20 Y:12 K:0
	C:0 M:40 Y:20 K:0		Gradient C:30 M:50 Y:76 K:5
	C:0 M:5 Y:0 K:0		- C:4 M:30 Y:45 K:10
	C:95 M:80 Y:85 K:40		- C:2 M:18 Y:45 K:0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Aloe Vera Soap Baht

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh








all embed  
all create outline

Designer :  
Natricha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 :1  
UNIT : mm

Material :  
Printing : Offset  
Labeling : Sticker PP

	C: 0 M: 10 Y: 90 K: 0		Gradient C: 0 M: 0 Y: 28 K: 0
	C: 0 M: 5 Y: 28 K: 0		Gradient C: 30 M: 90 Y: 75 K: 5
	C: 88 M: 90 Y: 85 K: 40		C: 4 M: 30 Y: 45 K: 10
			C: 2 M: 18 Y: 48 K: 0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Asian Pigeonwings Soap Baht

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

all embed  
all create outline

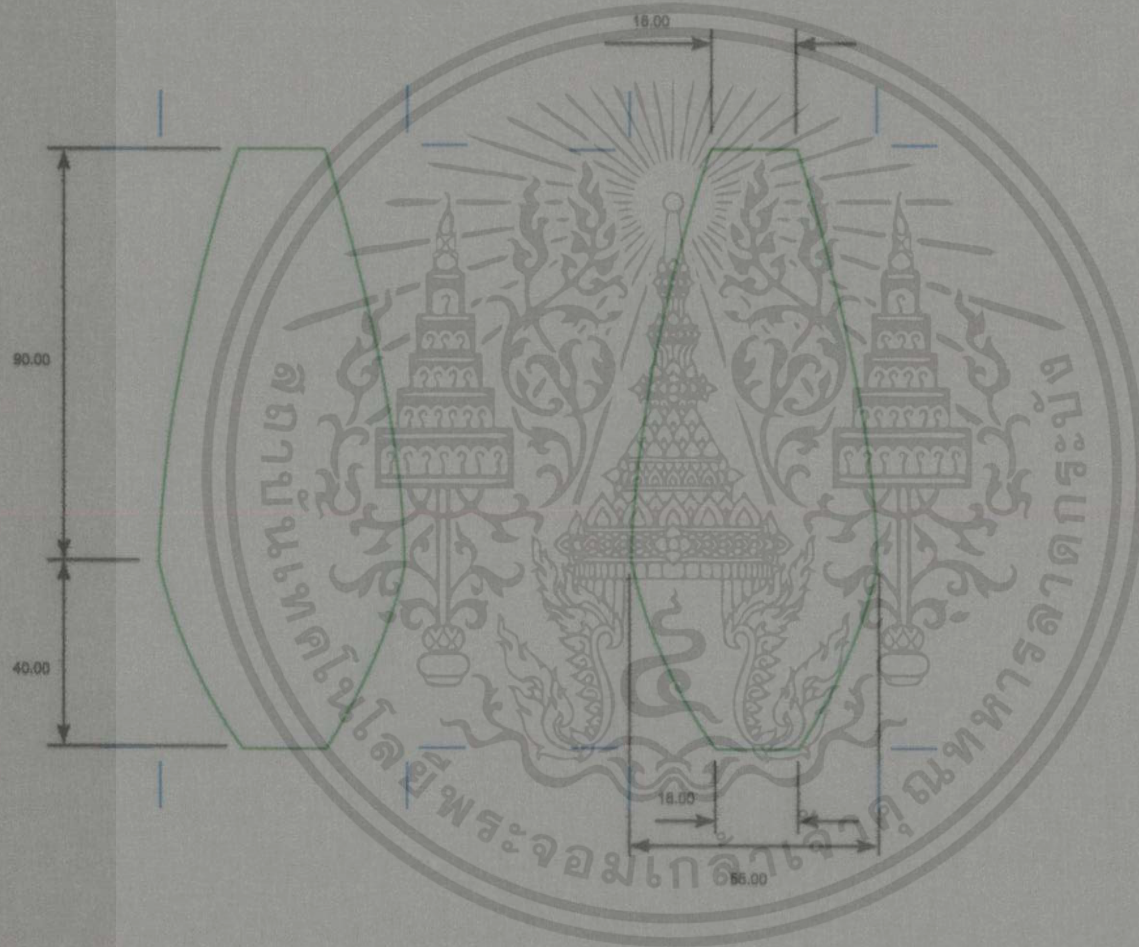
Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material : Sticker PP  
Printing : Offset

	C : 20 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 20 M : 0 Y : 0 K : 0
	C : 30 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 5
	C : 5 M : 0 Y : 0 K : 0		C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10
	C : 55 M : 50 Y : 55 K : 40		C : 2 M : 18 Y : 45 K : 0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Body Lotion (for 3 scent)

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

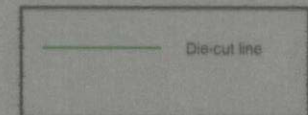
all embed  
all create outline

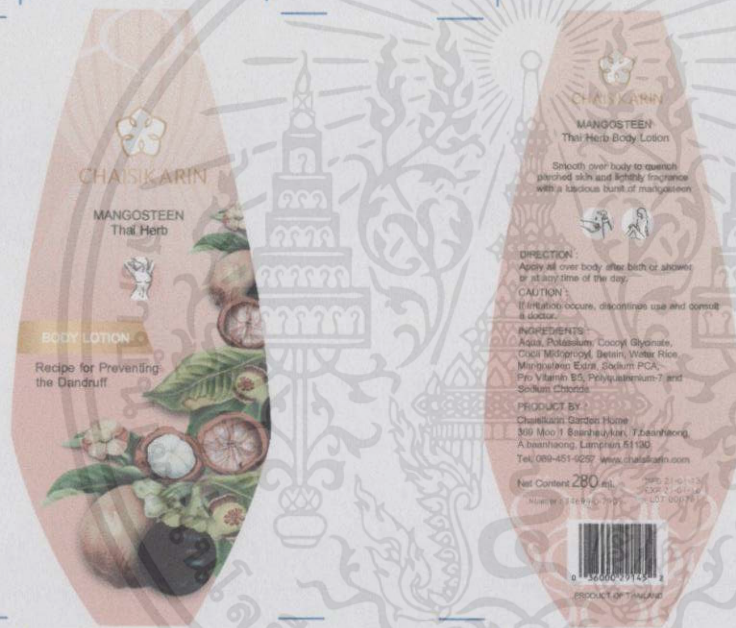
Designer :  
Naticha Dangrattana Wong

Font : Cordia New  
ThaiSens Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material : Sticker PP  
Printing : Offset





Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Aloe Vera Body Lotion

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

all embed  
all create outline

Designer :  
Natincha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material : Sticker PP  
Printing : Offset

	C: 0 M: 20 Y: 12 K: 0		Gradient C: 0 M: 20 Y: 12 K: 0
	C: 0 M: 40 Y: 20 K: 0		Gradient C: 0 M: 40 Y: 20 K: 0
	C: 0 M: 5 Y: 0 K: 0		Gradient C: 30 M: 50 Y: 75 K: 5
	C: 55 M: 60 Y: 65 K: 40		- C: 4 M: 30 Y: 45 K: 10
			C: 2 M: 15 Y: 45 K: 0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Aloe Vera Body Lotion

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh









all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material :  
Printing : Offset  
Labeling : Sticker PP

	C : 1 M : 2 Y : 20 K : 0		Gradient C : 0 M : 0 Y : 5 K : 0
	C : 0 M : 10 Y : 60 K : 0		Gradient C : 0 M : 10 Y : 50 K : 0
	C : 0 M : 5 Y : 25 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 5
	C : 55 M : 60 Y : 55 K : 40		- C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Asian Pigeonwings Body Lotion

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

all embed  
all create outline

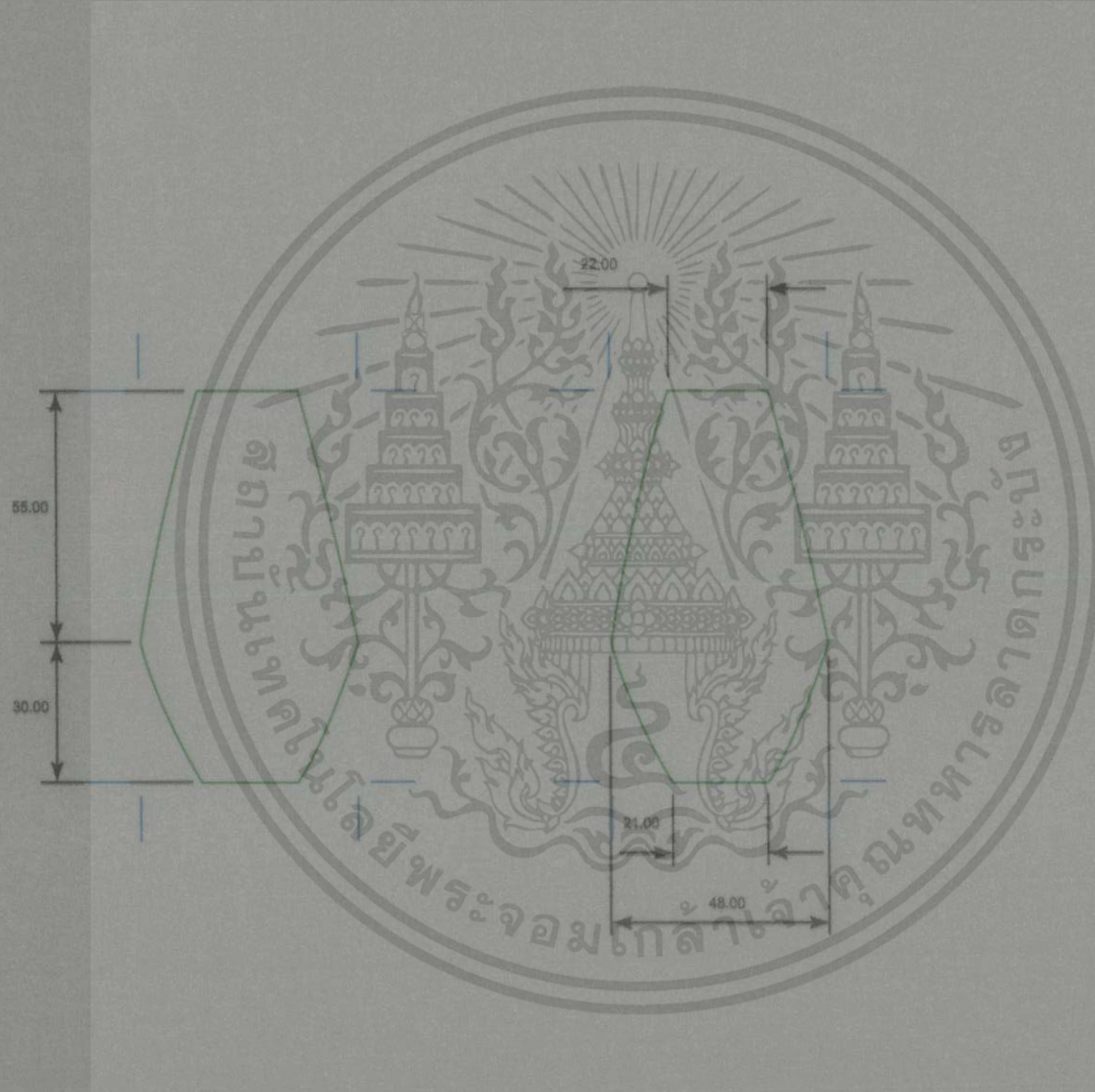
Designer :  
Naticha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material : Sticker PP  
Printing : Offset

	C : 20 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 20 M : 0 Y : 0 K : 0
	C : 30 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 0 Y : 0 K : 0
	C : 5 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 5
	C : 55 M : 80 Y : 85 K : 40		C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Soap Bath (s) (for 3 scent)

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

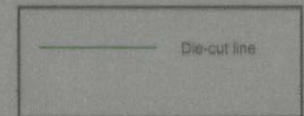
all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material : Sticker PP  
Printing : Offset





**CHAIKARIN**  
MANGOSTEEN  
Thai Herb

**SIGHT LIGHT**  
Recipe for Preventing  
the Cancer!

**CHAIKARIN**  
MANGOSTEEN  
Thai Herb Soap Bath

Get fresh all over with the softness  
fragrance of cooling mangosteen that  
leaves skin instantly revitalized.

**DIRECTION**  
Apply all over wet hair gently. Rinse off thoroughly.

**CAUTION**  
Sensitive skin. Avoid use on eye and mouth.

**INGREDIENTS**  
Sulfate Free: Potassium Citrate, Glycolic Acid, Mannitol,  
Benzyl, Water, PVP, Methylparaben, Ethyl, Sodium PCA,  
Ph. Yellow 2B, Polyethylene Glycol, Sodium Chloride.

**PRODUCT BY**  
ChaiKarin-Garden Home  
588 Moo 1, Ban-Nongkhan, 1, Muanghang,  
A. Nongkhang, Lamphun 51130  
TEL: 089-451-8233 [www.chaikarin.com](http://www.chaikarin.com)

Product No. 344 (P) 07 (P) 05 - PMS 21-01-12  
Exp. 21-01-16  
LOT: 000781

**PRODUCT OF THAILAND**

Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Vera Soap Bath (s)

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh








all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material : Sticker PP  
Printing : Offset

	C: 0 M: 20 Y: 12 K: 0		Gradient C: 0 M: 20 Y: 12 K: 0
	C: 0 M: 40 Y: 20 K: 0		Gradient C: 0 M: 50 Y: 75 K: 5
	C: 0 M: 15 Y: 0 K: 0		- C: 4 M: 30 Y: 45 K: 10 C: 2 M: 18 Y: 45 K: 0
	C: 55 M: 60 Y: 65 K: 40		



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Aloe Vera Soap Bath (s)

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh








all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattanaawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material :  
Printing : Offset  
Labeling : Sticker PP

	C : 0 M : 10 Y : 80 K : 0		Gradient C : 0 M : 0 Y : 25 K : 0
	C : 0 M : 5 Y : 25 K : 0		Gradient C : 30 M : 90 Y : 75 K : 5
	C : 55 M : 80 Y : 55 K : 40		C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10
			C : 2 M : 18 Y : 45 K : 0



Project name :  
CHAIKARIN

File name :  
Asian Pigeonwings Soap Bath (s)

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh








all embed  
all create outline

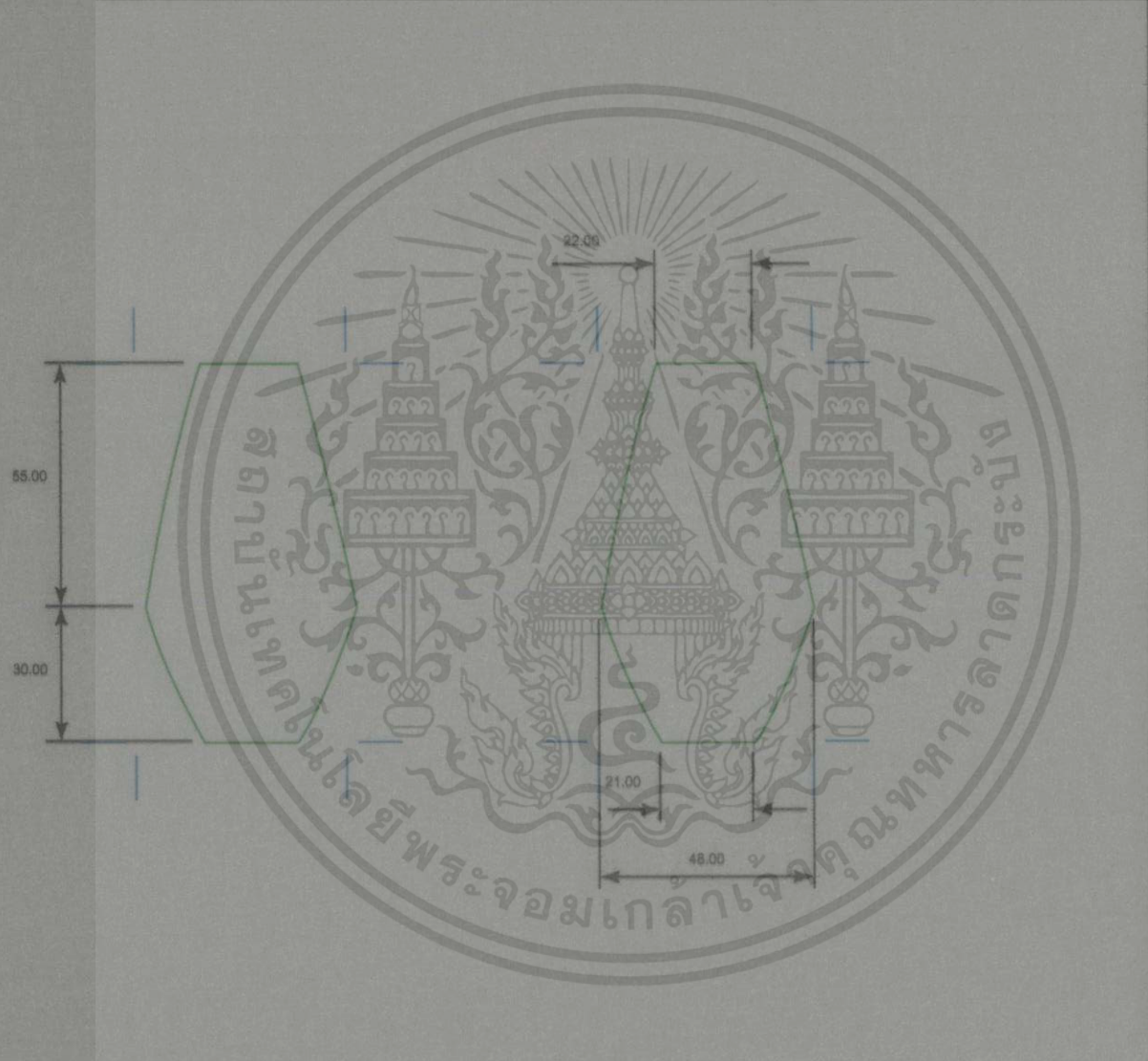
Designer :  
Natnicha Dangrattana Wong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material : Sticker PP  
Printing : Offset

	C : 20 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 20 M : 0 Y : 0 K : 0
	C : 30 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 5
	C : 15 M : 0 Y : 0 K : 0		C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10
	C : 95 M : 90 Y : 95 K : 40		C : 2 M : 10 Y : 45 K : 0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Shampoo Body Lotion (s) (for 3 scent)

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

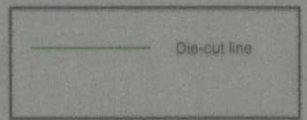
all embed  
all create outline

Designer :  
Naticha Dangrattanawong

Font : Gordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material : Sticker PP  
Printing : Offset





Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Mangosteene Shampoo Body Lotion (s)

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh









all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material : Sticker PP  
Printing : Offset

	C : 0 M : 20 Y : 12 K : 0		Gradient C : 0 M : 20 Y : 12 K : 0
	C : 0 M : 40 Y : 20 K : 0		Gradient C : 0 M : 40 Y : 20 K : 0
	C : 0 M : 5 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 5
	C : 55 M : 80 Y : 65 K : 40		Gradient C : 4 M : 18 Y : 45 K : 10



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Aloe Vera Shampoo Body Lotion (s)

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattana Wong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material :  
Printing : Offset  
Labeling : Sticker PP

	C : 1 M : 2 Y : 20 K : 0		Gradient C : 0 M : 0 Y : 5 K : 0
	C : 0 M : 10 Y : 80 K : 0		Gradient C : 0 M : 10 Y : 50 K : 0
	C : 0 M : 5 Y : 25 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 5
	C : 85 M : 80 Y : 85 K : 40		Gradient C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10
			Gradient C : 2 M : 18 Y : 45 K : 0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Asian Pigeonwings Shampoo Body Lotion (s)

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh









all embed  
all create outline

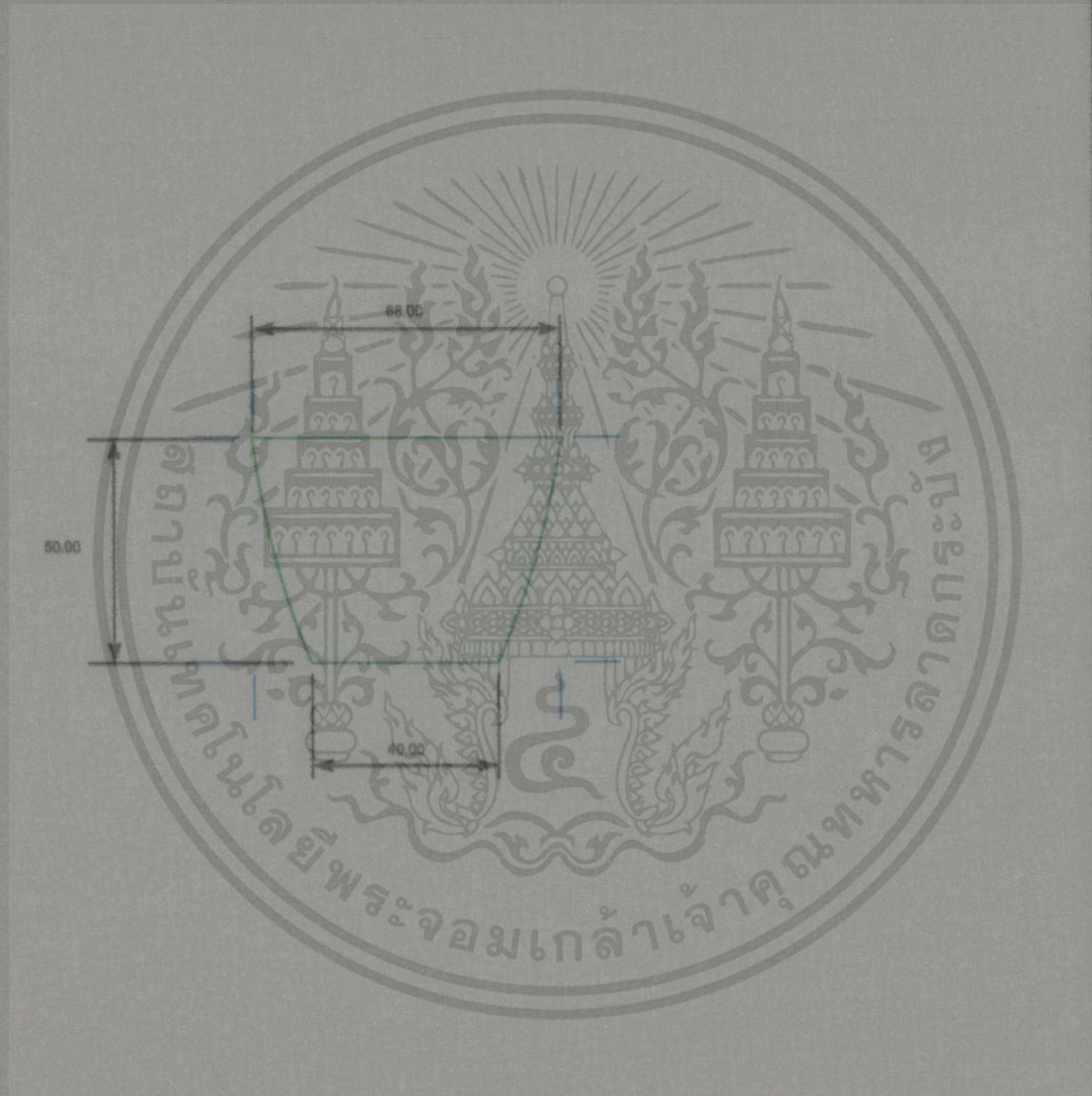
Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material : Sticker PP  
Printing : Offset

	C : 20 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 20 M : 0 Y : 0 K : 0
	C : 30 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 0 Y : 0 K : 0
	C : 5 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 60 Y : 75 K : 5
	C : 55 M : 80 Y : 65 K : 40		Gradient C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10
			Gradient C : 2 M : 18 Y : 45 K : 0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Body Treatment (for 3 scent)

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

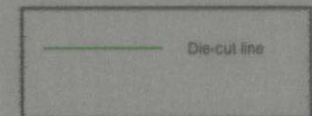
all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 :1  
UNIT : mm

Material : Sticker PVC (Clear)  
Printing : Offset





Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Mangosteen Body Treatment

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh







all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material : Sticker PVC (Clear)  
Printing : Offset

	C : 0 M : 20 Y : 12 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 5		
	C : 0 M : 40 Y : 20 K : 0		C : 14 M : 30 Y : 45 K : 10		C : 2 M : 18 Y : 45 K : 0
	C : 55 M : 60 Y : 65 K : 40				



Project name :  
CHAIKARIN

File name :  
Aloe Vera Body Treatment

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh







all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material : Sticker PVC (Clear)  
Printing : Offset

	C : 0 M : 10 Y : 50 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 5
	C : 0 M : 5 Y : 25 K : 0		- C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10
	C : 55 M : 80 Y : 65 K : 40		C : 2 M : 18 Y : 45 K : 0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Asian Pigeonwings Body Treatment

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh







all embed  
all create outline

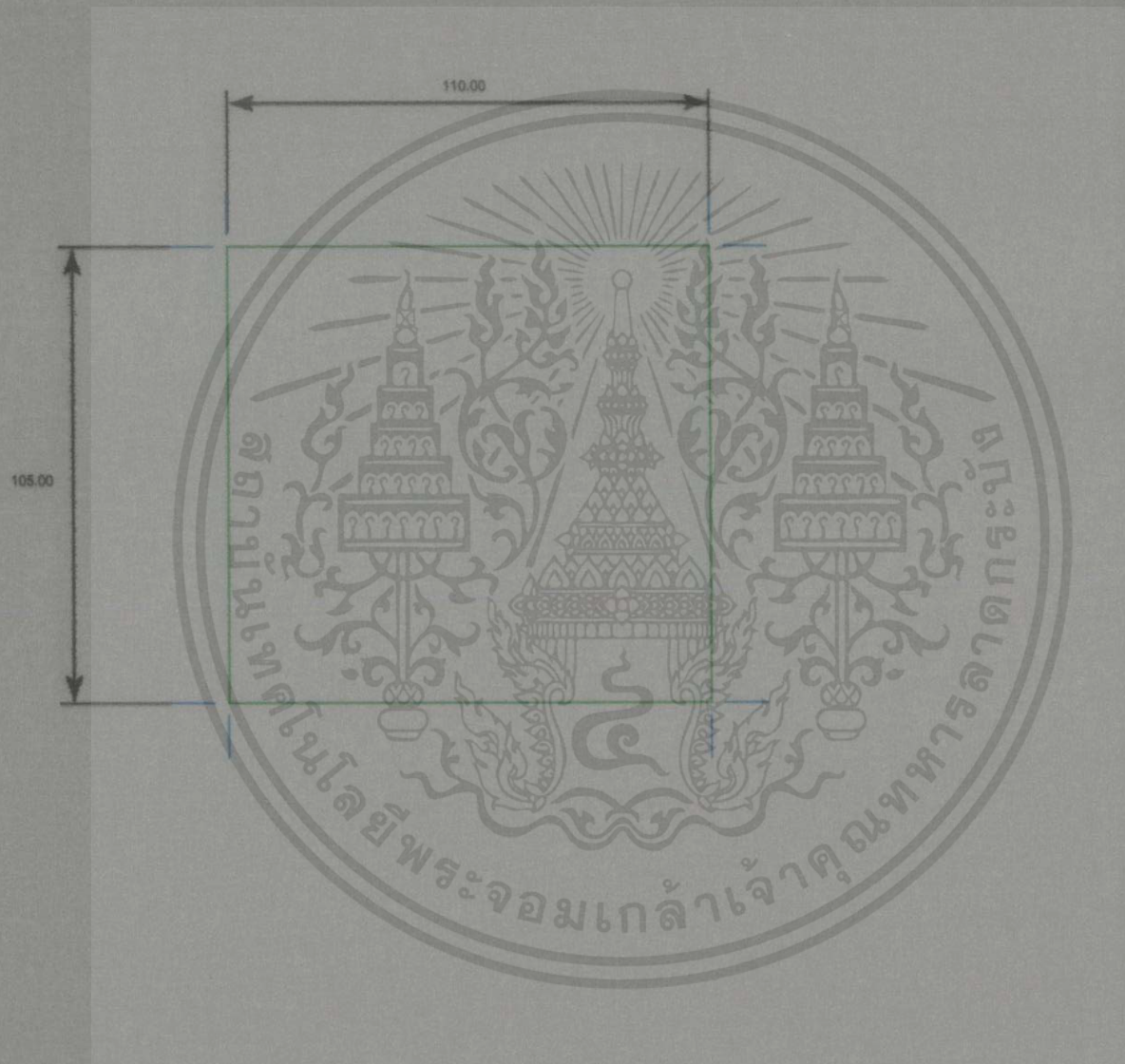
Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 :1  
UNIT : mm

Material : Sticker PVC (Clear)  
Printing : Offset

	C : 20 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 5
	C : 30 M : 0 Y : 0 K : 0		C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10
	C : 95 M : 80 Y : 65 K : 40		C : 2 M : 19 Y : 45 K : 0



Project name :  
CHISKARIN

File name :  
Cleansing Foam (for 3 scent)

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

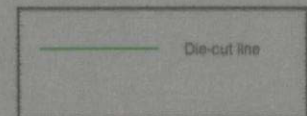
all embed  
all create outline

Designer :  
Naticha Dangrattana Wong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Printing : Silk Screen





Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Mangosteen Cleansing Foam

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattana Wong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Printing : Silk Screen

	C : 0 M : 20 Y : 12 K : 0		Gradient C : 0 M : 20 Y : 12 K : 0
	C : 0 M : 40 Y : 20 K : 0		Gradient C : 0 M : 40 Y : 20 K : 0
	C : 0 M : 5 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 5
	C : 85 M : 80 Y : 65 K : 40		Gradient C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Aloe Vera Cleansing Foam

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Printing : Silk Screen

	C : 1 M : 2 Y : 20 K : 0		Gradient C : 0 M : 0 Y : 5 K : 0
	C : 0 M : 10 Y : 50 K : 0		Gradient C : 0 M : 10 Y : 50 K : 0
	C : 0 M : 5 Y : 25 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 5
	C : 85 M : 80 Y : 85 K : 40		Gradient C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10
			Gradient C : 2 M : 18 Y : 45 K : 0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Asian Pigeonwings Cleansing Foam

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh









all embed  
all create outline

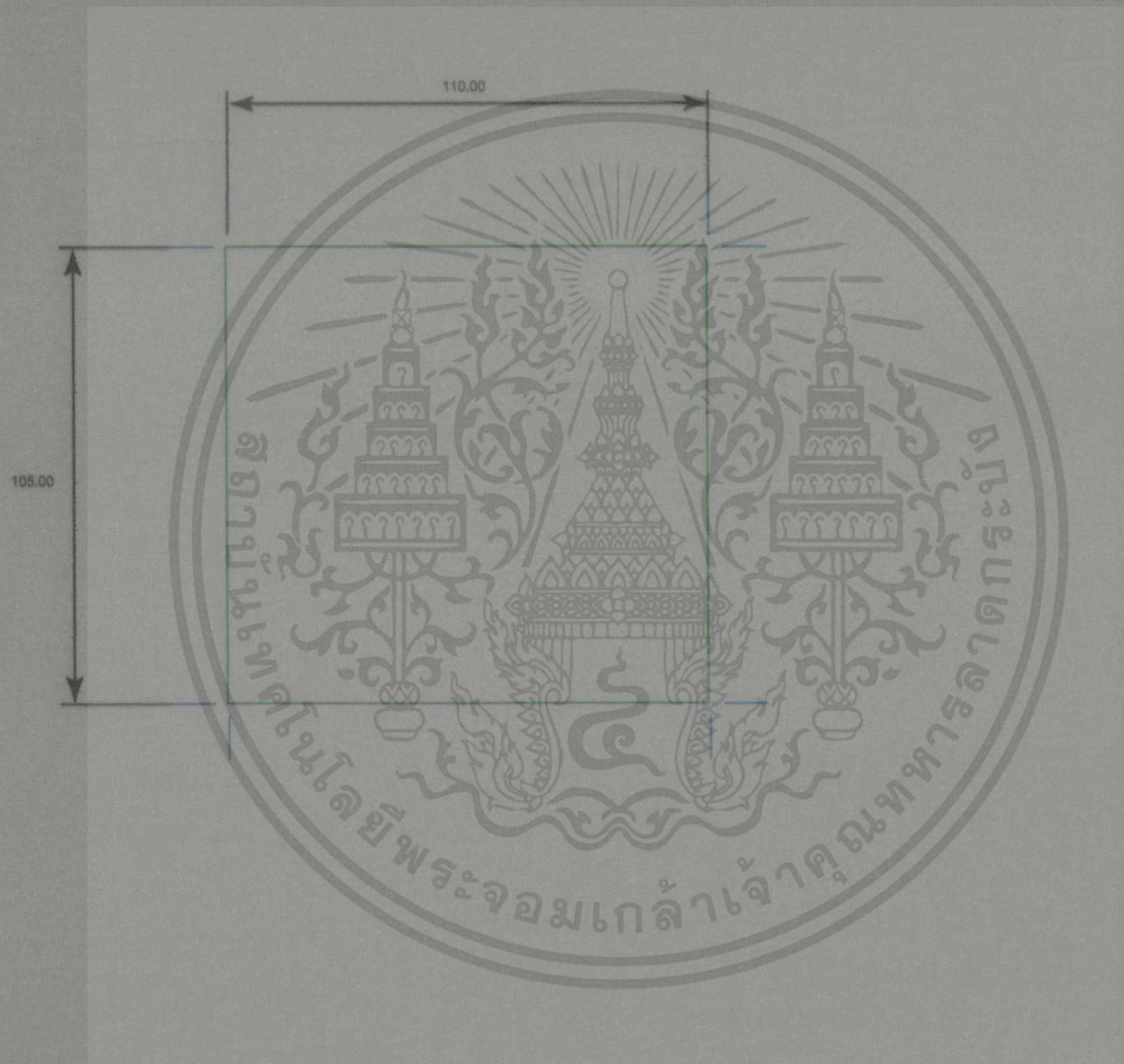
Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Printing : Silk Screen

	C : 20 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 20 M : 0 Y : 0 K : 0
	C : 30 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 0 Y : 0 K : 0
	C : 6 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 5
	C : 66 M : 60 Y : 65 K : 40		- C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10
			C : 2 M : 18 Y : 45 K : 0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Cleansing Gel (for 3 scent)

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

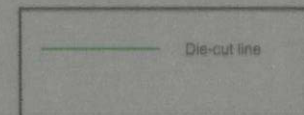
all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Printing : Silk creen





Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Mangosteen Cleansing Gel

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh





all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 :1  
UNIT : mm

Printing : Silk creen

	C : 0 M : 20 Y : 12 K : 0		Gradient C : 30 M : 90 Y : 75 K : 5
	C : 0 M : 40 Y : 20 K : 0	-	-
	C : 55 M : 90 Y : 65 K : 40	C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10	C : 2 M : 18 Y : 45 K : 0



Project name :

CHISIKARIN

File name :

Aloe Vera Cleansing Gel

Date :

23-03-14

File type :

Illustrator CS5  
on Macintosh

all embed

all create outline

Designer :

Natnicha Dangrattanawong

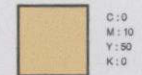
Font : Cordia New

ThaiSans Neue

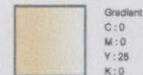
SCALE 1 : 1

UNIT : mm

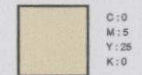
Printing : Silk Screen



C : 0  
M : 10  
Y : 90  
K : 0



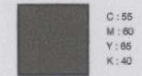
Gradient  
C : 0  
M : 0  
Y : 25  
K : 0



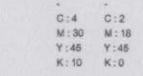
C : 0  
M : 5  
Y : 25  
K : 0



Gradient  
C : 30  
M : 90  
Y : 75  
K : 5



C : 55  
M : 80  
Y : 85  
K : 40



Gradient  
C : 4  
M : 30  
Y : 45  
K : 10

C : 2  
M : 18  
Y : 45  
K : 0



Project name :  
CHAIKARIN

File name :  
Asian Pigeonwings Cleansing Gel

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh








all embed  
all create outline

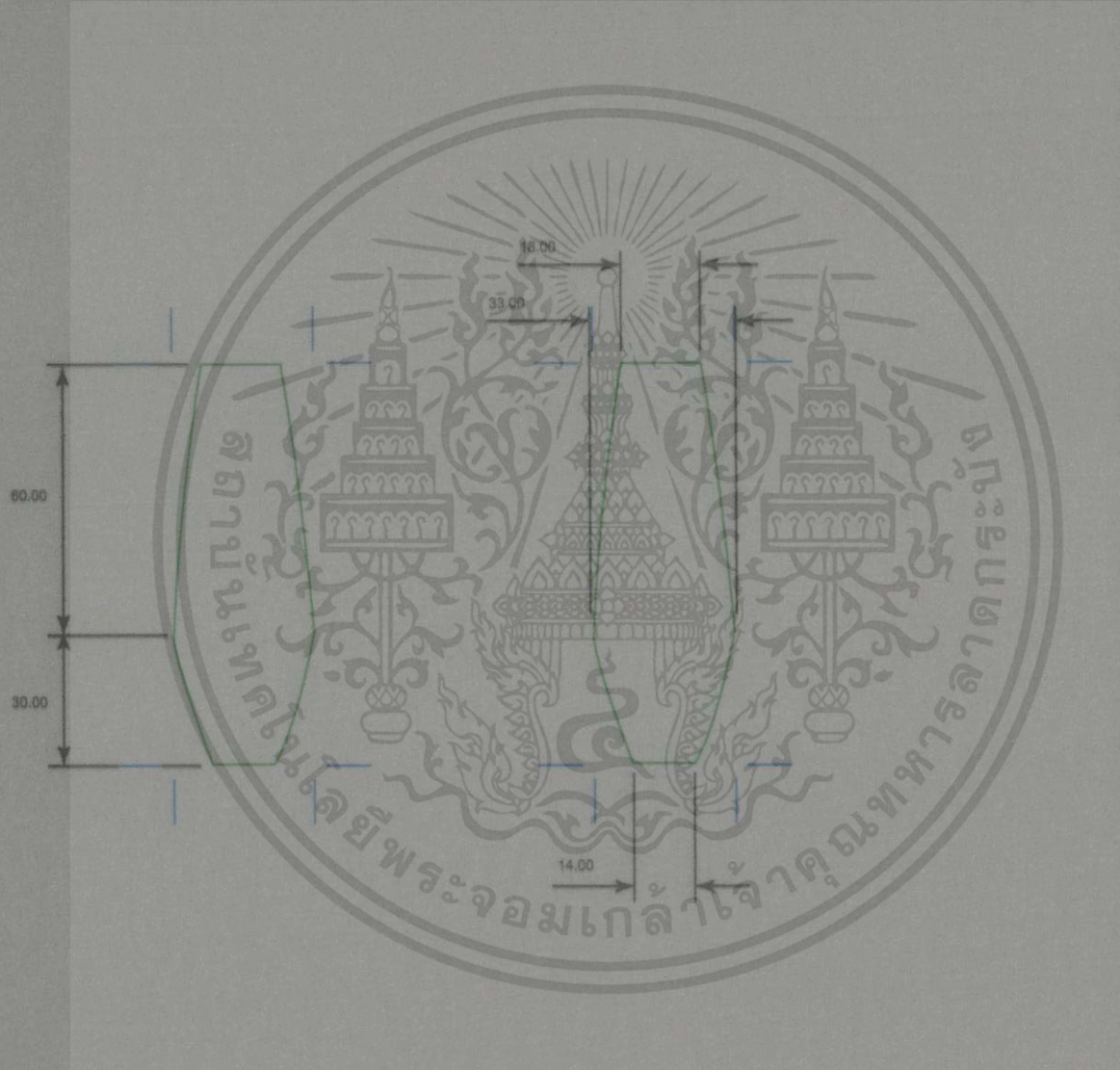
Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Printing : Silk Screen

	C : 20 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 20 M : 0 Y : 0 K : 0
	C : 30 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 5
	C : 5 M : 0 Y : 0 K : 0		- C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10
	C : 55 M : 80 Y : 65 K : 40		- C : 2 M : 18 Y : 45 K : 0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Face Serum (for 3 scent) , Herb Toner (for 3 scent)

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

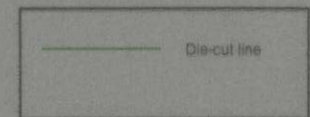
all embed  
all create outline

Designer :  
Natchira Dangrahanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material : Sticker PVC (Clear)  
Printing : Offset





Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Mangosteen Face Serum, Mangosteen Herb Toner

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 :1  
UNIT : mm

Material : Sticker PVC (Clear)  
Printing : Offset

	C : 0 M : 20 Y : 12 K : 0		Gradient C : 0 M : 20 Y : 12 K : 0
	C : 0 M : 40 Y : 20 K : 0		Gradient C : 0 M : 40 Y : 20 K : 0
	C : 10 M : 5 Y : 0 K : 10		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 5
	C : 55 M : 80 Y : 65 K : 40		- C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10 C : 2 M : 18 Y : 45 K : 0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Aloe Vera Face Serum, Aloe Vera Toner

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 :1  
UNIT : mm

Material : Sticker PVC (Clear)  
Printing : Offset

	C : 1 M : 2 Y : 20 K : 0		Gradient C : 0 M : 0 Y : 5 K : 0
	C : 0 M : 10 Y : 60 K : 0		Gradient C : 0 M : 10 Y : 60 K : 0
	C : 0 M : 5 Y : 25 K : 0		Gradient C : 0 M : 50 Y : 75 K : 5
	C : 85 M : 60 Y : 65 K : 40		- C : 4 M : 30 Y : 48 K : 10
			C : 2 M : 16 Y : 45 K : 0



CHAIKARIN  
 ASIAN PIGEONWINGS  
 Thai Herb Face Serum

Recipe for Preventing  
 Eye Wrinkles

Net Content  
 100 ml

MADE VERA  
 ASIAN PIGEONWINGS  
 Thai Herb Toner

Recipe for Preventing  
 the Cheekoff

Net Content  
 100 ml

Project name :  
 CHISIKARIN

File name :  
 Asian Pigeonwings Face Serum,  
 Asian Pigeonwings Toner

Date :  
 23-03-14

File type :  
 Illustrator CS5  
 on Macintosh

all embed  
 all create outline

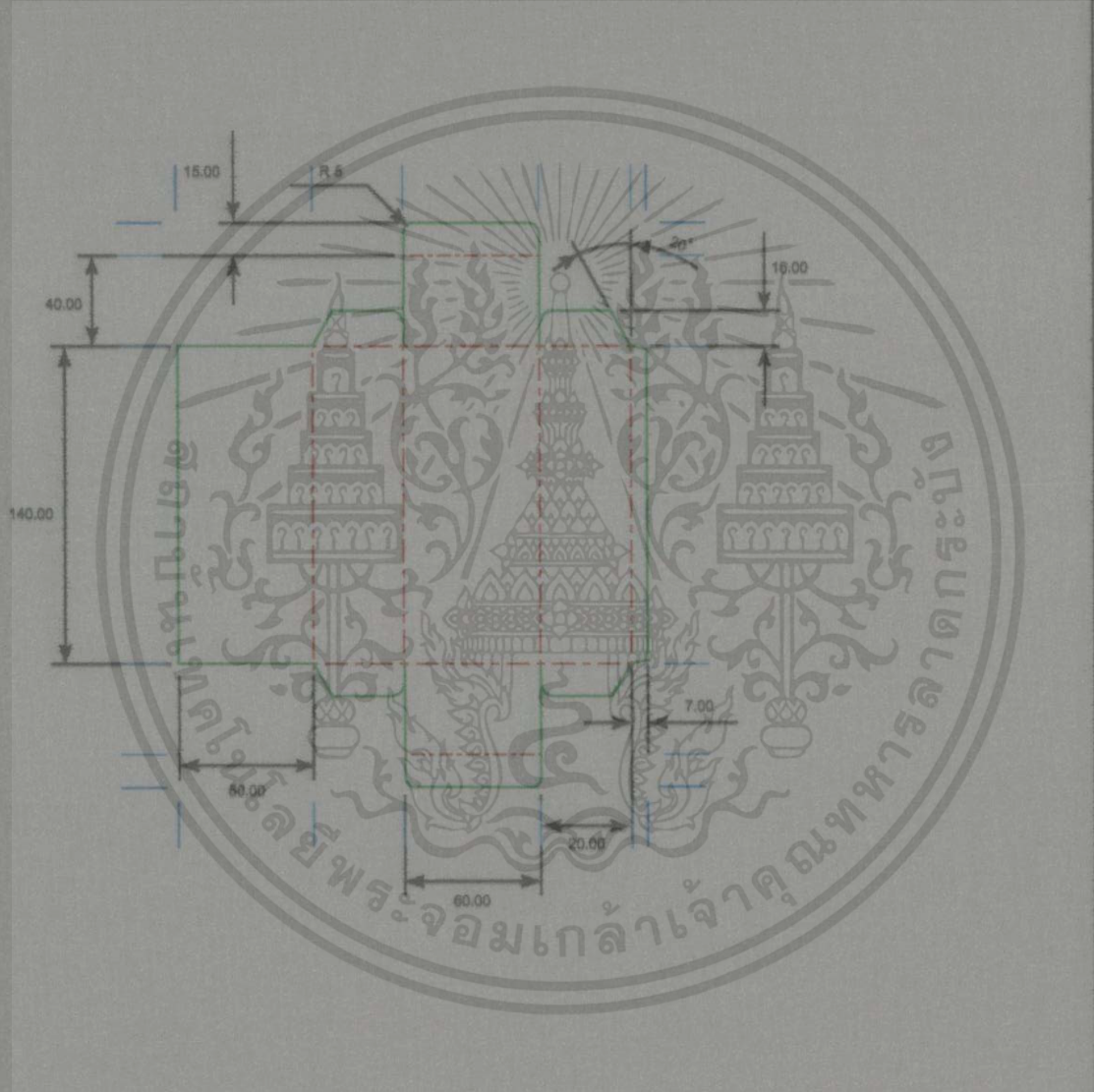
Designer :  
 Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
 ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
 UNIT : mm

Material : Sticker PVC (Clear)  
 Printing : Offset

	C : 20 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 20 M : 0 Y : 0 K : 0
	C : 30 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 0 Y : 0 K : 0
	C : 5 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 5
	C : 55 M : 60 Y : 65 K : 40		- C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10
			C : 2 M : 18 Y : 45 K : 0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Cleansing Foam Box (for 3 scent)

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

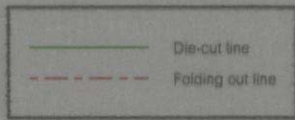
all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattanasawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 :2  
UNIT : mm

Material : กระดาษการ์ด 310 กรัม  
Printing : Offset





Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Mangosteen Cleansing Foam Box

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 :2  
UNIT : mm

Material : กระดาษการ์ด 310 แกรม  
Printing : Offset

	C : 0 M : 20 Y : 12 K : 0		Gradient C : 0 M : 20 Y : 12 K : 0
	C : 0 M : 40 Y : 20 K : 0		Gradient C : 0 M : 40 Y : 20 K : 0
	C : 0 M : 5 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 6
	C : 55 M : 80 Y : 85 K : 40		- C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10
			C : 2 M : 18 Y : 45 K : 0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Aloe Vera Cleansing Foam Box

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh









all embed  
all create outline

Designer :  
Natricha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 :2  
UNIT : mm

Material : กระดาษการ์ด 310 แกรม  
Printing : Offset

	C: 1 M: 2 Y: 20 K: 0		Gradient C: 0 M: 0 Y: 5 K: 0
	C: 0 M: 10 Y: 80 K: 0		Gradient C: 0 M: 10 Y: 80 K: 0
	C: 0 M: 5 Y: 25 K: 0		Gradient C: 30 M: 90 Y: 75 K: 5
	C: 55 M: 60 Y: 65 K: 40		- C: 4 M: 30 Y: 45 K: 10



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Asian Pigeonwings Cleansing Foam Box

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh









all embed  
all create outline

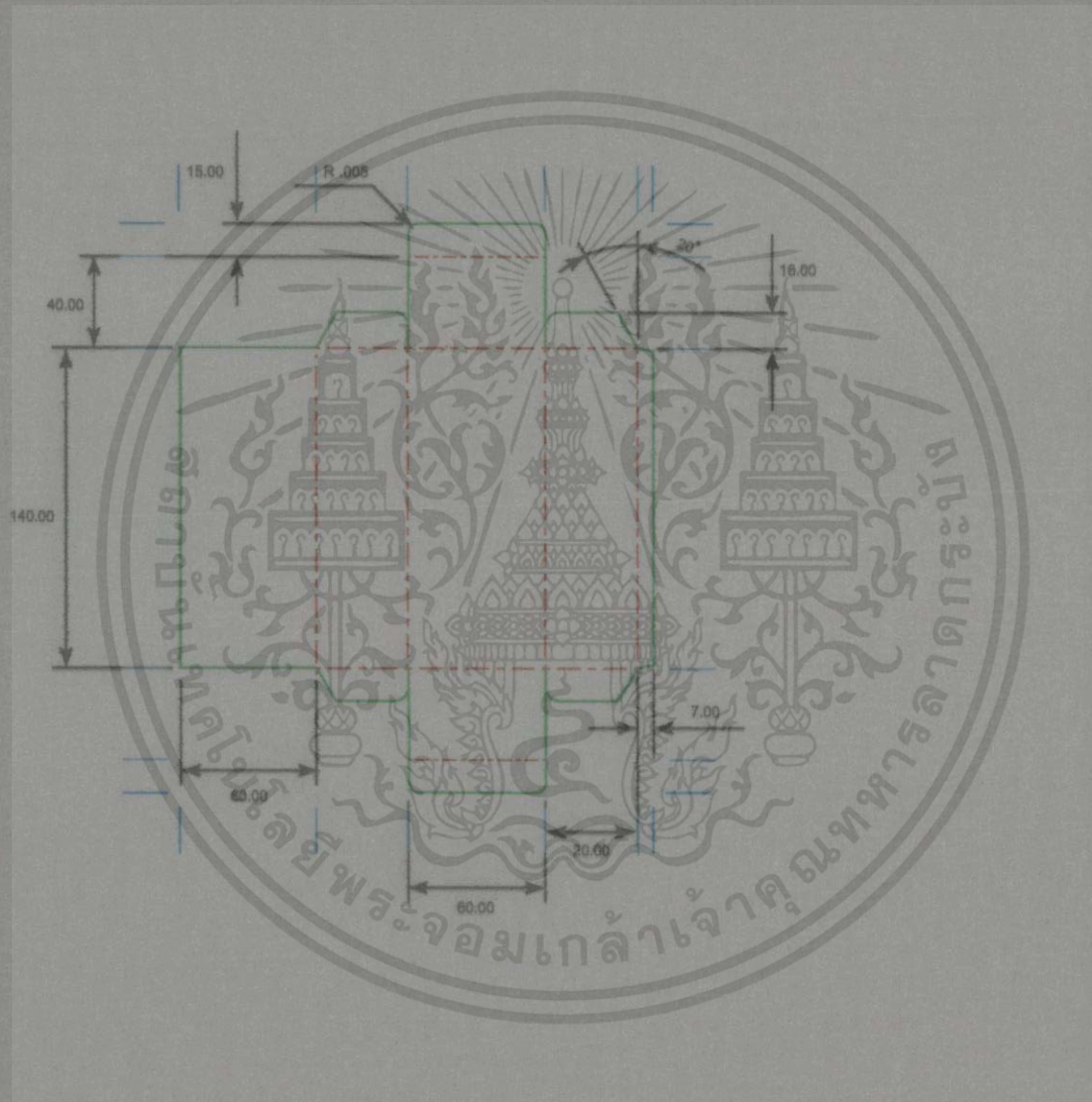
Designer :  
Natnicha Dangrattana Wong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 2  
UNIT : mm

Material : กระดาษอาร์ต 310 แกรม  
Printing : Offset

	C:20 M:0 Y:0 K:0		Gradient C:20 M:0 Y:0 K:0
	C:30 M:0 Y:0 K:0		Gradient C:30 M:0 Y:0 K:0
	C:5 M:0 Y:0 K:0		Gradient C:30 M:50 Y:75 K:5
	C:85 M:60 Y:85 K:40		Gradient C:4 M:30 Y:45 K:10



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Cleansing Gel Box (for 3 scent)

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

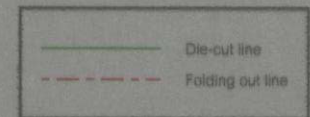
all embed  
all create outline

Designer :  
Naticha Dangrattanasong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 2  
UNIT : mm

Material : กระดาษการ์ด 310 แกรม  
Printing : Offset





Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Mangosteen Cleansing Gel Box

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh








all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 :2  
UNIT : mm

Material : กระดาษอาร์ต 310 แกรม  
Printing : Offset

	C : 0 M : 20 Y : 12 K : 0		Gradient C : 0 M : 20 Y : 12 K : 0
	C : 0 M : 40 Y : 20 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 5
	C : 0 M : 5 Y : 0 K : 0		- C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10
	C : 55 M : 80 Y : 55 K : 40		- C : 2 M : 18 Y : 45 K : 0



Project name :  
CHAIKARIN

File name :  
Aloe Vera Cleansing Gel Box

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh







all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 2  
UNIT : mm

Material : กระดาษการ์ด 310 แกรม  
Printing : Offset

	C : 0 M : 10 Y : 50 K : 0		Gradient C : 0 M : 0 Y : 25 K : 0
	C : 0 M : 15 Y : 25 K : 0		Gradient C : 30 M : 90 Y : 75 K : 5
	C : 55 M : 60 Y : 65 K : 40		Gradient C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Asian Pigeonwings Cleansing Gel Box

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh








all embed  
all create outline

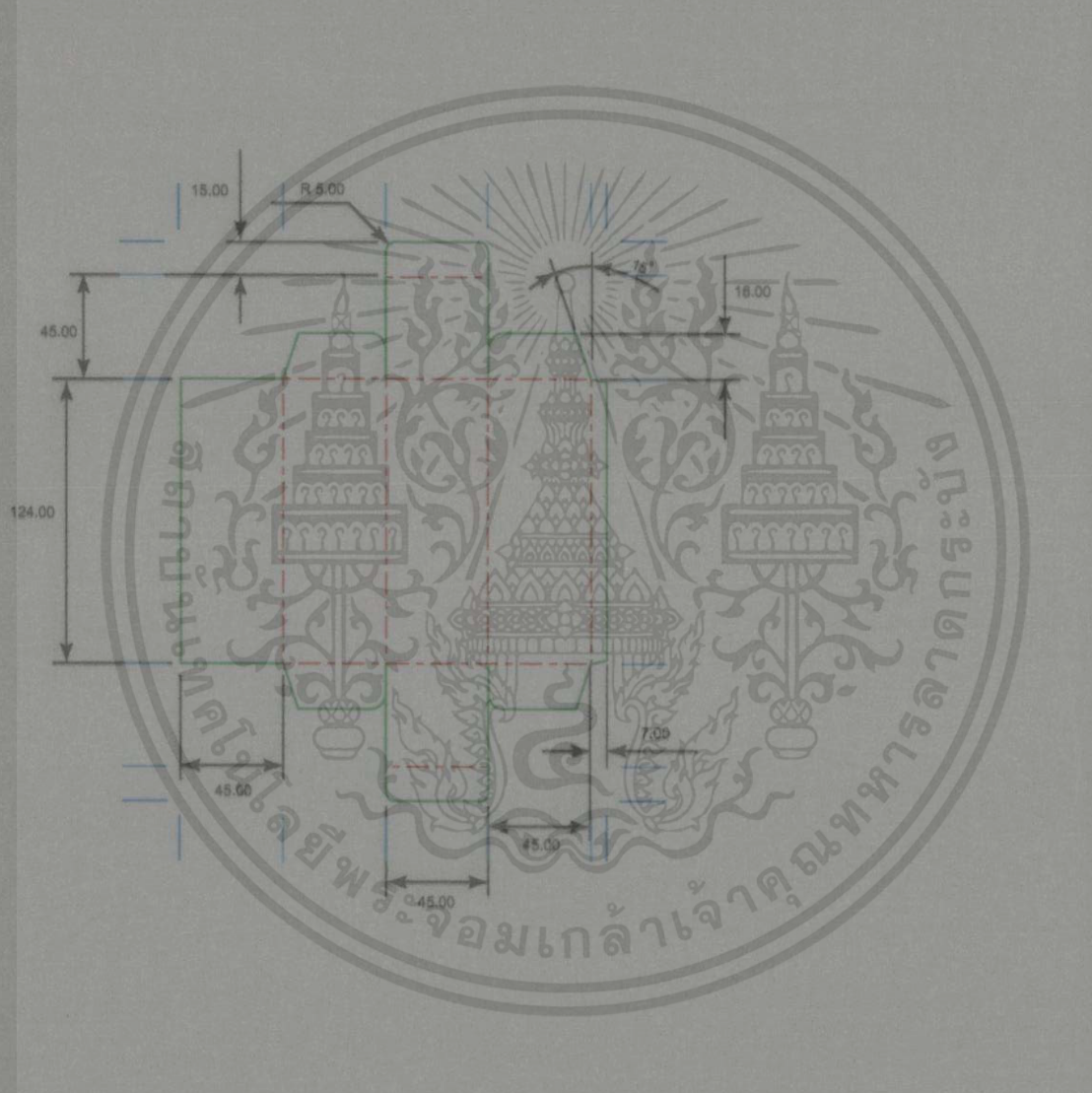
Designer :  
Natnicha Dangrattana Wong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 2  
UNIT : mm

Material : กระดาษการ์ด 310 แกรม  
Printing : Offset

	C : 20 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 20 M : 0 Y : 0 K : 0
	C : 30 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 5
	C : 5 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 14 M : 30 Y : 45 K : 10
	C : 55 M : 80 Y : 85 K : 40		



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Face Serum Box (for 3 scent)

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

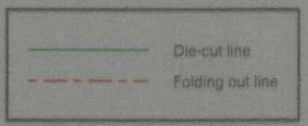
all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 2  
UNIT : mm

Material : กระดาษการ์ด 310 แกรม  
Printing : Offset





Project name :  
CHISEKARIN

File name :  
Mangosteen Face Serum Box

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh







all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattana Wong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 2  
UNIT : mm

Material : กระดาษการ์ด 310 แกรม  
Printing : Offset

	C : 0 M : 20 Y : 12 K : 0		Gradient C : 0 M : 20 Y : 12 K : 0
	C : 0 M : 40 Y : 20 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 5
	C : 0 M : 5 Y : 0 K : 0		- C : 14 M : 30 Y : 45 K : 10
	C : 55 M : 90 Y : 85 K : 40		



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Aloe Vera Face Serum

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh







all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 2  
UNIT : mm

Material : กระดาษอาร์ต 310 แกรม  
Printing : Offset

	C : 0 M : 10 Y : 80 K : 0		Gradient C : 0 M : 0 Y : 25 K : 0
	C : 0 M : 5 Y : 25 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 5
	C : 55 M : 80 Y : 65 K : 40		Gradient C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Asian Pigeonwings Face Serum Box

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh








all embed  
all create outline

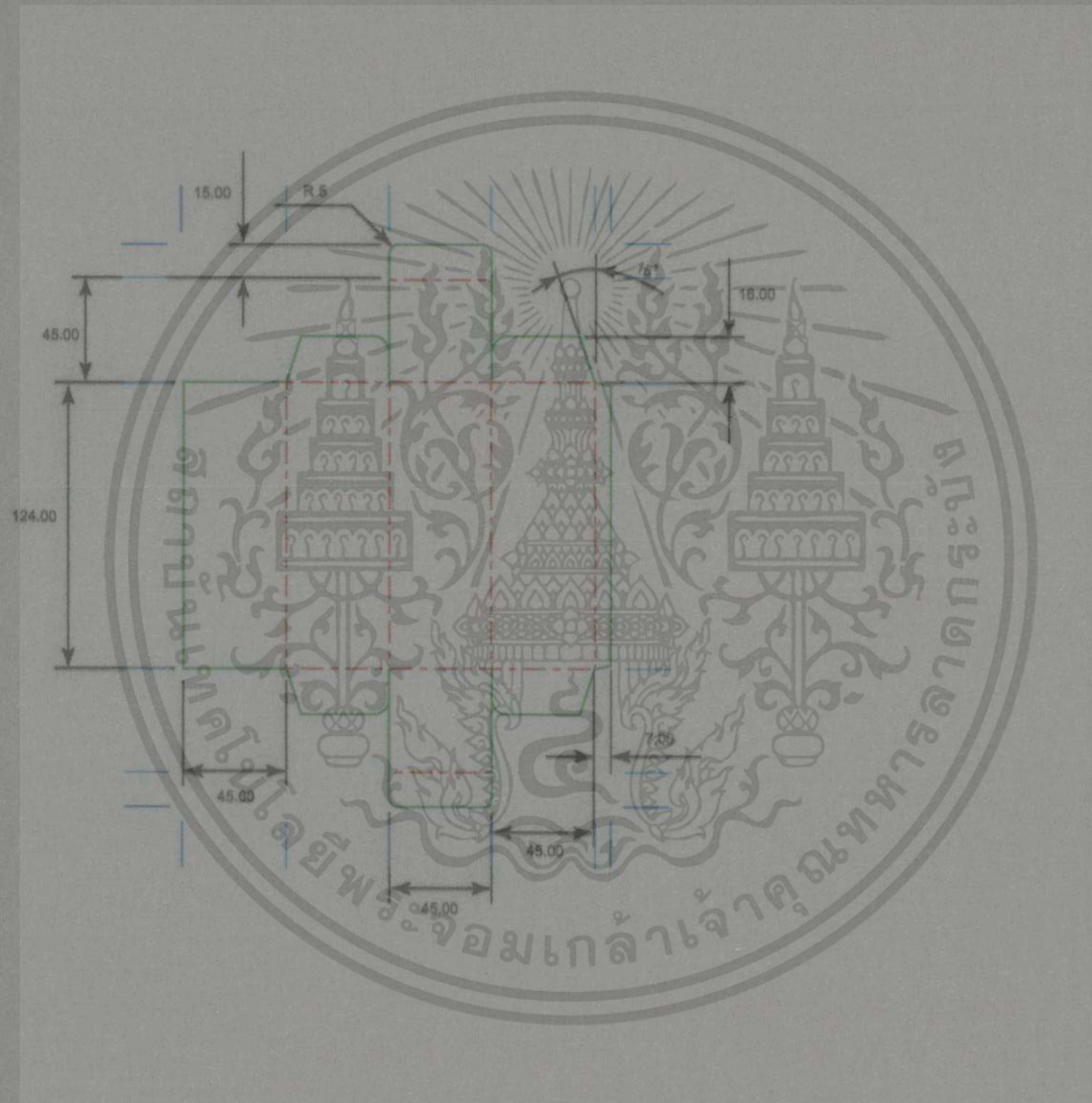
Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 2  
UNIT : mm

Material : กระดาษการ์ด 310 แกรม  
Printing : Offset

	C : 20 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 20 M : 0 Y : 0 K : 0
	C : 30 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 5
	C : 5 M : 0 Y : 0 K : 0		- C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10
	C : 55 M : 80 Y : 65 K : 40		



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Toner Box (for 3 scent)

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

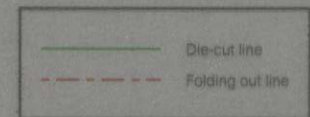
all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrettanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 2  
UNIT : mm

Material : กระดาษการ์ด 310 แกรม  
Printing : Offset





Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Mangosteen Toner Box

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 2  
UNIT : mm

Material : กระดาษการ์ด 310 แกรม  
Printing : Offset

	C : 0 M : 20 Y : 12 K : 0		Gradient C : 0 M : 20 Y : 12 K : 0
	C : 0 M : 40 Y : 20 K : 0		Gradient C : 0 M : 40 Y : 20 K : 0
	C : 0 M : 5 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 5
	C : 55 M : 80 Y : 65 K : 40		C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Aloe Vera Toner Box

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh








all embed  
all create outline

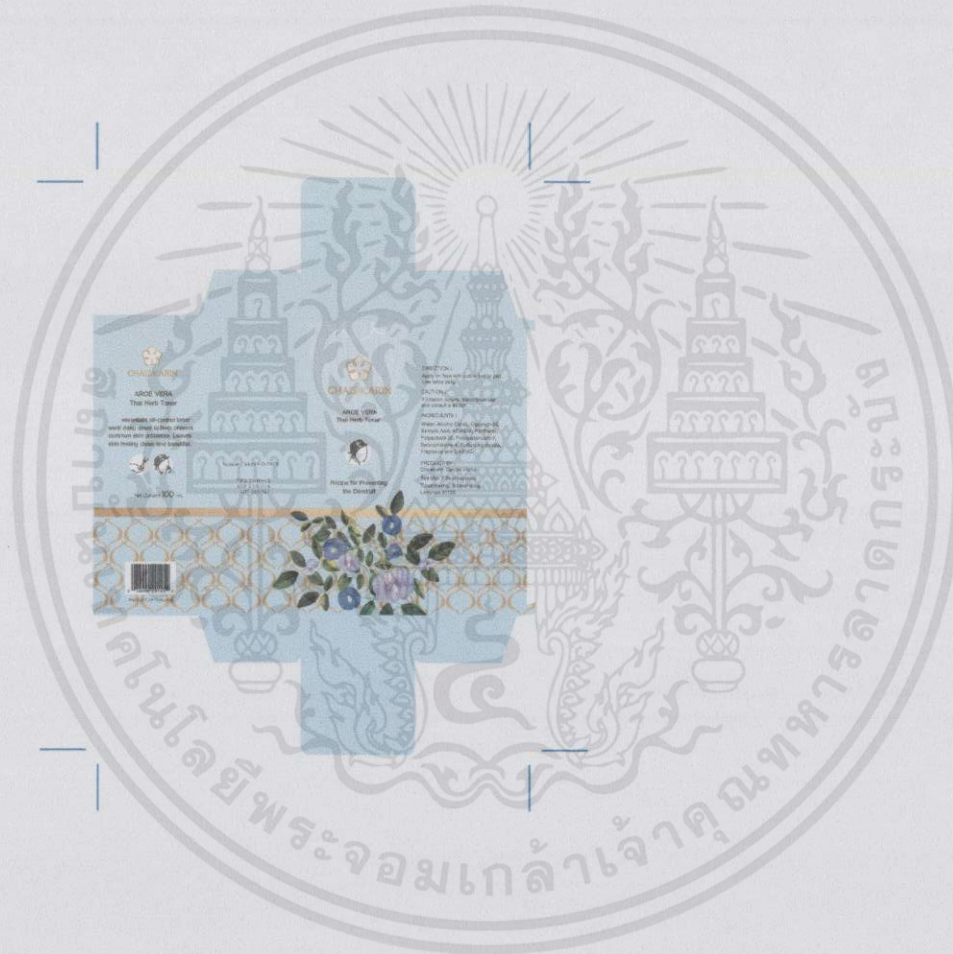
Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 2  
UNIT : mm

Material : กระดาษการ์ด 310 แกรม  
Printing : Offset

	C : 1 M : 2 Y : 20 K : 0		Gradient C : 0 M : 0 Y : 5 K : 0
	C : 0 M : 10 Y : 80 K : 0		Gradient C : 0 M : 10 Y : 80 K : 0
	C : 0 M : 5 Y : 25 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 5
	C : 55 M : 80 Y : 85 K : 40		- C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10
			C : 2 M : 18 Y : 45 K : 0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Asian Pigeonwings Toner Box

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh










all embed  
all create outline

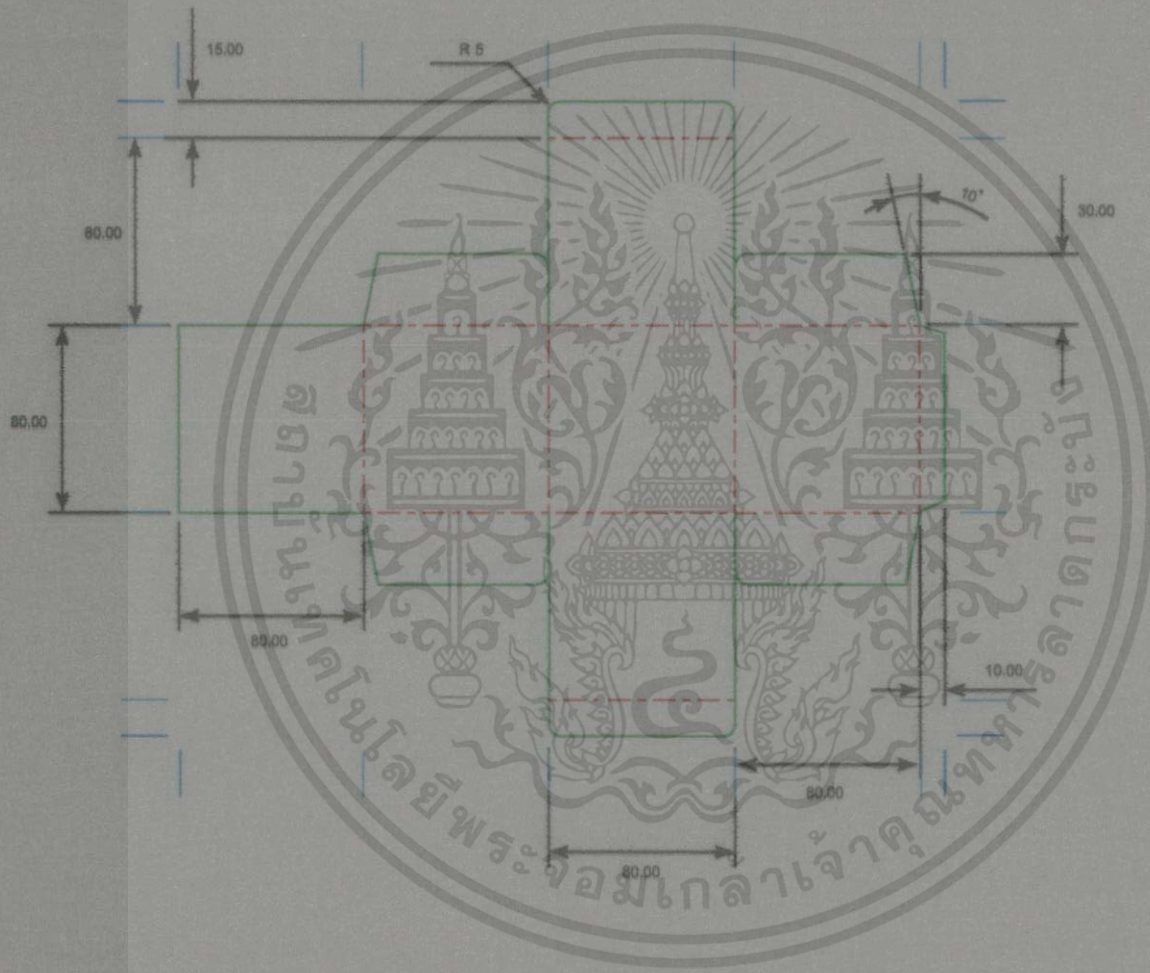
Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 2  
UNIT : mm

Material : กระดาษทาร์ต 310 แกรม  
Printing : Offset

	C : 20 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 20 M : 0 Y : 0 K : 0
	C : 30 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 0 Y : 0 K : 0
	C : 5 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 78 K : 5
	C : 85 M : 90 Y : 85 K : 40		Gradient C : 4 M : 30 Y : 48 K : 10
			Gradient C : 2 M : 18 Y : 48 K : 0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Body Treatment Box (for 3 scent)

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

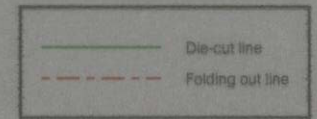
all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 :2  
UNIT : mm

Material : กระดาษอาร์ต 310 แกรม  
Printing : Offset





Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Mangosteen Body Treatment Box

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh





all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 2  
UNIT : mm

Material : กระดาษอาร์ต 310 แกรม  
Printing : Offset  
Labeling : ตีคาว

	C : 0 M : 20 Y : 12 K : 0		Gradient C : 0 M : 20 Y : 12 K : 0
	C : 0 M : 40 Y : 20 K : 0		Gradient C : 30 M : 80 Y : 75 K : 5
	C : 0 M : 5 Y : 0 K : 0	-	-
	C : 85 M : 80 Y : 85 K : 40	C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10	C : 2 M : 18 Y : 45 K : 0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Aloe Vera Body Treatment Box

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh



all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 :2  
UNIT : mm

Material :  
Printing : Offset  
Labeling : กระดาษการ์ด 310 แกรม

	C : 0 M : 10 Y : 90 K : 0		Gradient C : 0 M : 0 Y : 25 K : 0
	C : 0 M : 5 Y : 25 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 6
	C : 55 M : 60 Y : 65 K : 40		Gradient C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10
			C : 2 M : 18 Y : 45 K : 0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Asian Pigeonwings Body Treatment Box

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh








all embed  
all create outline

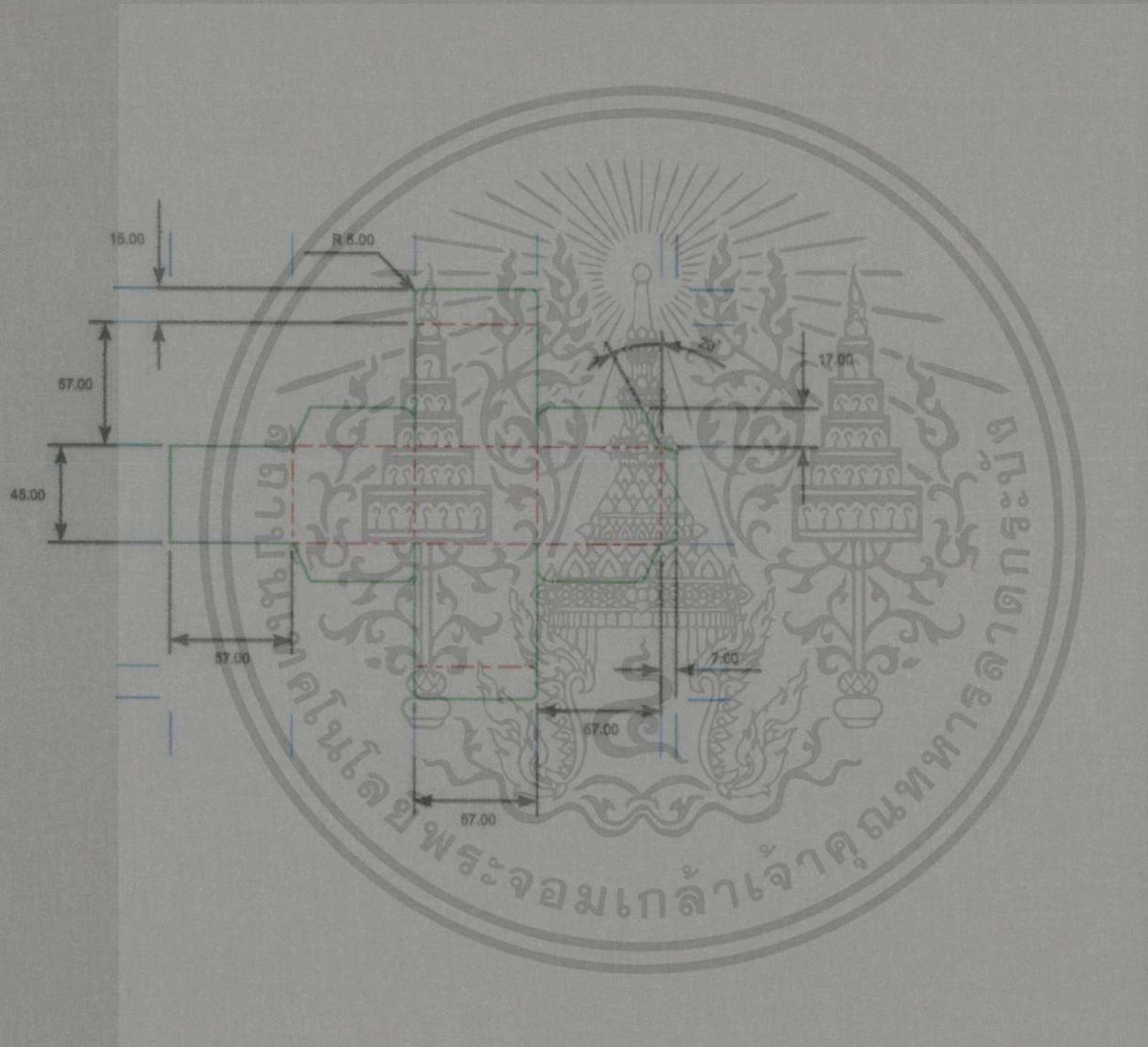
Designer :  
Natcha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 2  
UNIT : mm

Material : กระดาษอาร์ต 310 แกรม  
Printing : Offset

	C : 20 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 20 M : 0 Y : 0 K : 0
	C : 30 M : 0 Y : 10 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 5
	C : 5 M : 0 Y : 0 K : 0		- C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10
	C : 55 M : 80 Y : 65 K : 40		C : 2 M : 18 Y : 45 K : 0



Project name :  
CHIBIKARIN

File name :  
Face Treatment Box (for 3 scent)

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

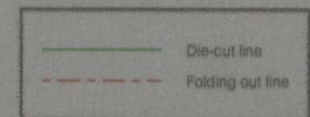
all embed  
all create outline

Designer :  
Naticha Dangrattana Wong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 2  
UNIT : mm

Material : กระดาษการ์ด 310 แกรม  
Printing : Offset





DIRECTIONS  
 1. Wash your face with a mild soap.  
 2. Rinse your face with water.  
 3. Apply a thin layer of the cream to your face.  
 4. Massage gently in upward and outward motions.  
 5. Rinse your face with water.  
 6. Pat dry your face.  
 7. Apply the cream again.  
 8. Repeat steps 3-8 twice a day.  
 9. For best results, use daily.  
 10. Avoid direct sunlight.  
 11. Avoid using other facial products.  
 12. For more information, visit our website.  
 13. Thank you for choosing our products.

Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Mangosteen Face Treatment Box

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 :2  
UNIT : mm

Material : กระดาษการ์ด 310 แกรม  
Printing : Offset  
Labeling : ติดกาว

	C : 0 M : 20 Y : 12 K : 0		Gradient C : 0 M : 20 Y : 12 K : 0
	C : 0 M : 40 Y : 20 K : 0		Gradient C : 0 M : 40 Y : 20 K : 0
	C : 0 M : 5 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 5
	C : 55 M : 50 Y : 55 K : 40	-	- C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10
			C : 2 M : 18 Y : 45 K : 0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Aloe Vera Face Treatment Box

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh


all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

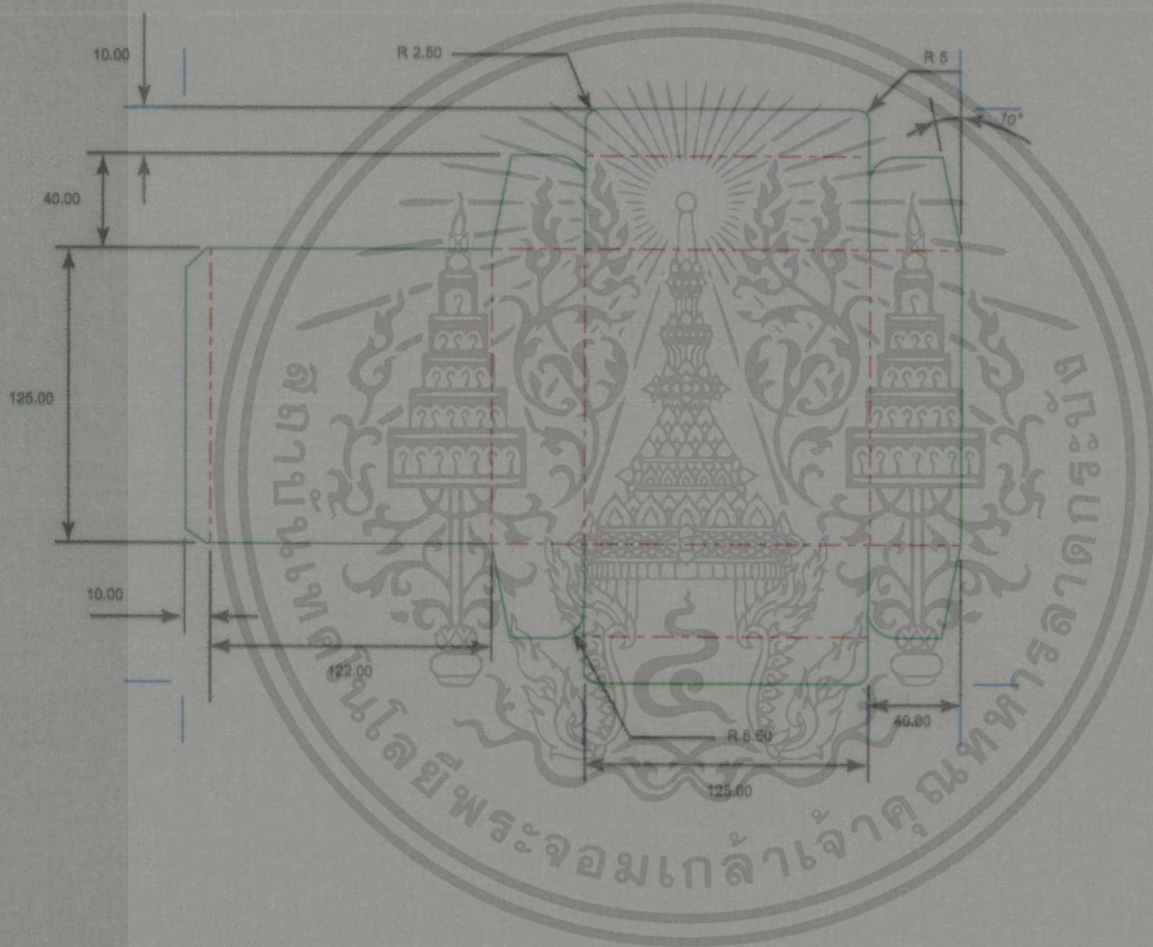
Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 :2  
UNIT : mm

Material : กระดาษการ์ด 310 แกรม  
Printing : Offset

	C : 1 M : 2 Y : 20 K : 0		Gradient C : 0 M : 0 Y : 6 K : 0
	C : 0 M : 10 Y : 50 K : 0		Gradient C : 0 M : 10 Y : 90 K : 0
	C : 0 M : 5 Y : 25 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 5
	C : 85 M : 80 Y : 85 K : 40		- C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10
			C : 2 M : 18 Y : 45 K : 0





Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Soap Box (for 3 scent)

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

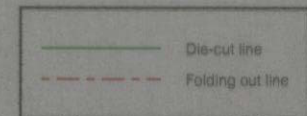
all embed  
all create outline

Designer :  
Naticha Dangraitawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material : กระดาษการ์ด 310 แกรม  
Printing : Offset





Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Mangosteen Soap

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattawong


Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material : กระดาษการ์ด 310 แกรม

Printing : Offset

Labeling : ตีคาว

	C : 0 M : 20 Y : 12 K : 0		Gradient C : 0 M : 20 Y : 12 K : 0
	C : 0 M : 40 Y : 20 K : 0		Gradient C : 0 M : 40 Y : 20 K : 0
	C : 0 M : 5 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 90 Y : 75 K : 5
	C : 85 M : 60 Y : 65 K : 40		C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10
			C : 2 M : 18 Y : 45 K : 0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Aloe Vera Soap Box

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh









all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material : กระดาษอาร์ต 310 แกรม  
Printing : Offset

	C : 1 M : 2 Y : 20 K : 0		Gradient C : 0 M : 0 Y : 5 K : 0
	C : 0 M : 10 Y : 50 K : 0		Gradient C : 0 M : 10 Y : 50 K : 0
	C : 0 M : 5 Y : 25 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 5
	C : 55 M : 80 Y : 65 K : 40		- C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10
			C : 2 M : 18 Y : 45 K : 0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Asian Pigeonwings Soap Box

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

all embed  
all create outline

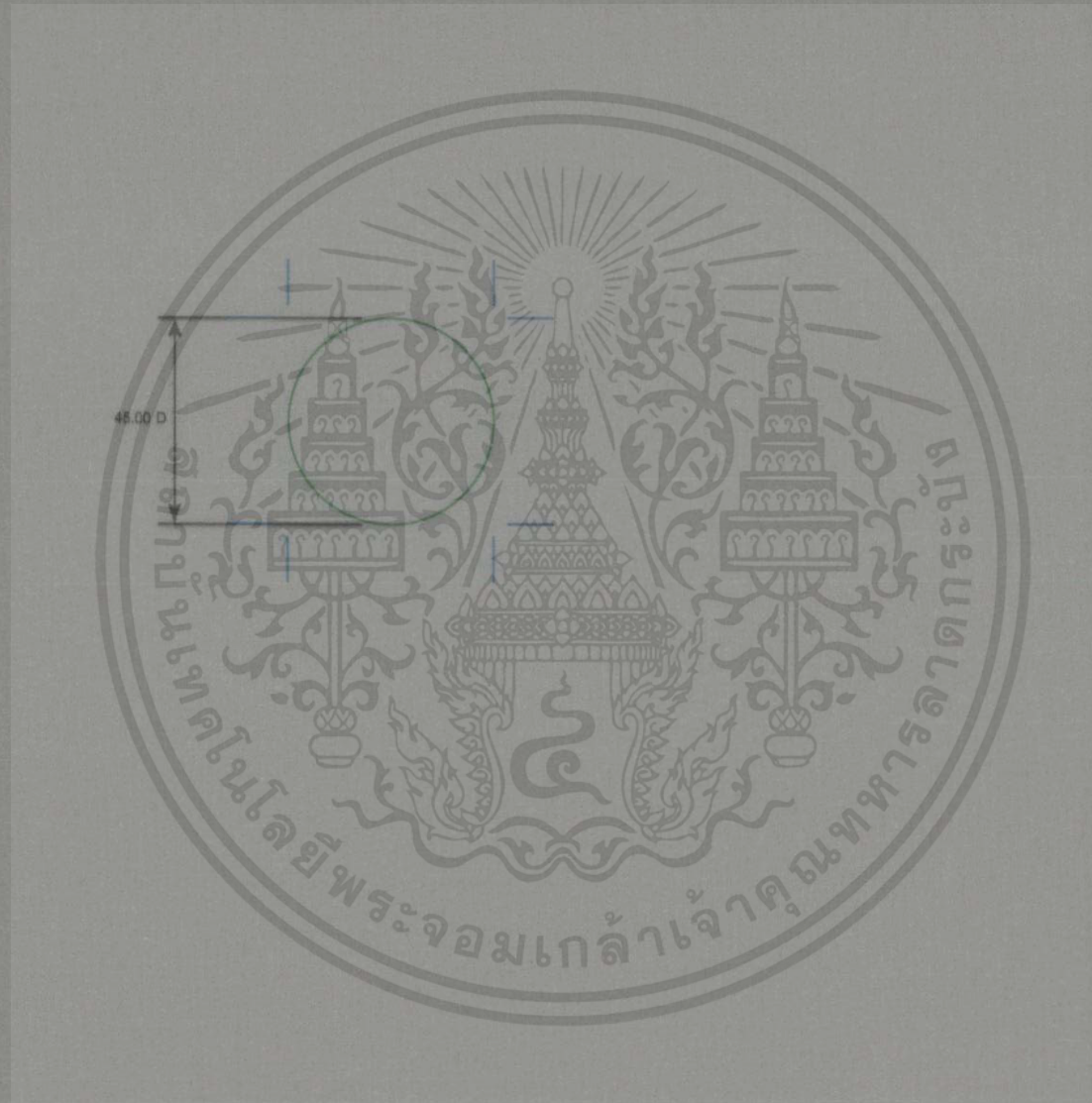
Designer :  
Natricha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material : กระดาษการ์ด 310 แกรม  
Printing : Offset

	C : 20 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 20 M : 0 Y : 0 K : 0
	C : 30 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 0 Y : 0 K : 0
	C : 5 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 5
	C : 65 M : 60 Y : 65 K : 40		- C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10
			C : 2 M : 18 Y : 45 K : 0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Face Treatment (for 3 scent)

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

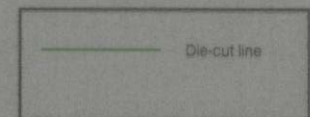
all embed  
all create outline

Designer :  
Naticha Dangrattanswong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material : Sticker PP  
Printing : Offset





Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Mangosteen Face Treatment

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

all embed  
all create outline

Designer :  
Natricha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material : Sticker PP

Printing : Offset

Labeling :

	C : 0 M : 20 Y : 12 K : 0		Gradient C : 0 M : 20 Y : 12 K : 0
	C : 0 M : 40 Y : 20 K : 0		Gradient C : 0 M : 40 Y : 20 K : 0
	C : 0 M : 5 Y : 0 K : 0		Gradient C : 90 M : 90 Y : 75 K : 5
	C : 85 M : 90 Y : 85 K : 40		- C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10
			- C : 2 M : 18 Y : 45 K : 0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Aloe Vera Face Treatment

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material : Sticker PP  
Printing : Offset

	C : 1 M : 2 Y : 20 K : 0		Gradient C : 0 M : 0 Y : 5 K : 0		
	C : 0 M : 10 Y : 80 K : 0		Gradient C : 0 M : 10 Y : 80 K : 0		
	C : 0 M : 5 Y : 25 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 5		
	C : 55 M : 90 Y : 55 K : 40		- C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10		- C : 2 M : 18 Y : 45 K : 0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Asian Pigeonwings Face Treatment

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

all embed  
all create outline

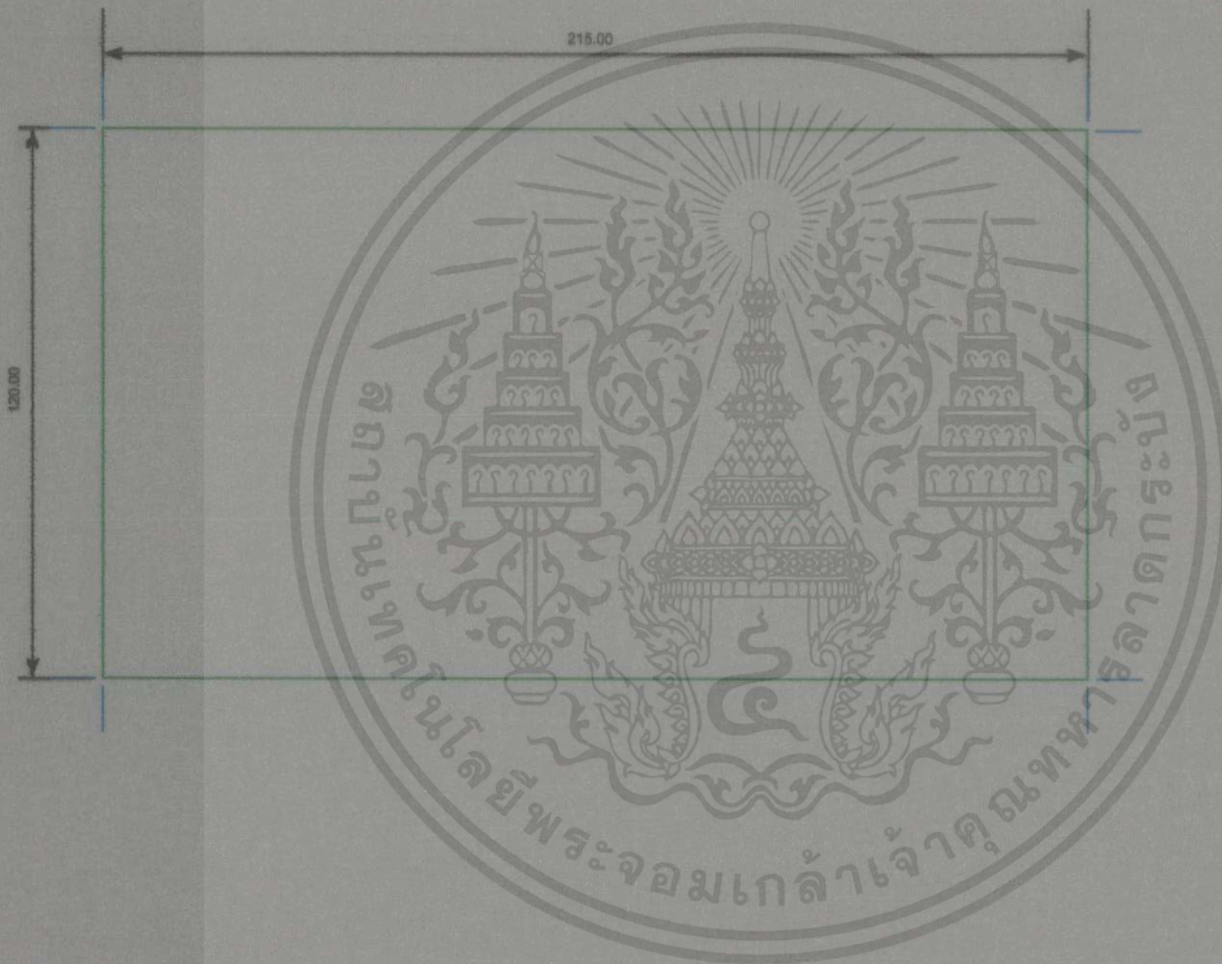
Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material : Sticker PP  
Printing : Offset

	C : 20 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 20 M : 0 Y : 0 K : 0
	C : 30 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 0 Y : 0 K : 0
	C : 5 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 5
	C : 55 M : 80 Y : 85 K : 40		C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10
			C : 2 M : 18 Y : 45 K : 0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Toner Box (for 3 scent)

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

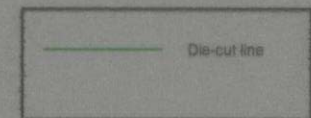
all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattanaewong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue


SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material : กระดาษการ์ด 310 แกรม  
Printing : Offset  
Labeling : Warp





**CHAIKARIN**  
MANGOSTEEN  
Thai Herb Hair Serum



Recipe for Preventing  
the Dandruff

Net Content  
**180 ml**

**CHAIKARIN**  
MANGOSTEEN  
Thai Herb Hair Serum


It helps dry hair become smooth  
healthy. Contains of many natural  
nutrients can deeply penetrate hair  
and helps and support hair become  
sparkling soft. It's easy to apply quickly.

**DIRECTION**  
After shower shampoo. Massage all hair especially  
scalp hair. After hair is dried, apply to ends of hair  
spraying or fluid washing.

**CAUTION**  
It is highly sensitive. Describe use and  
contents of goods.

**INGREDIENTS**  
Aqua, Potassium, Cocoyl Glycolate,  
Cocoyl Myristate, Ethanol, Water, Aloe Vera,  
Mangosteen Extract, PEG-15, PEG-40,  
Vitamin E, Polysorbate-20, etc.

**PRODUCT OF**  
Chaisikarin Corporation  
180 Moo 1, Ban Naeng, Burapha,  
Chaisriyong, Langsri 21130  
Tel. 081-611-6297 www.chaikarin.com



PRODUCT OF THAILAND

Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Mangosteen Toner Box

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

all embded  
all create outline

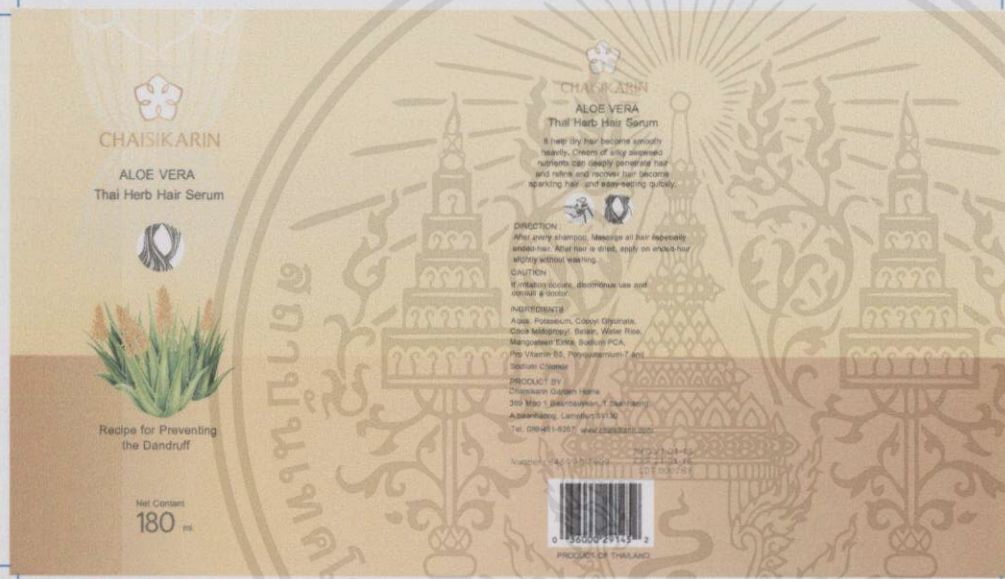
Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material : กระดาษอาร์ต 310 แกรม  
Printing : Offset  
Labeling : Shink Warp

	C : 0 M : 20 Y : 12 K : 0		Gradient C : 0 M : 20 Y : 12 K : 0
	C : 0 M : 40 Y : 20 K : 0		Gradient C : 0 M : 40 Y : 20 K : 0
	C : 0 M : 5 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 5
	C : 85 M : 80 Y : 85 K : 40		C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10
			C : 2 M : 18 Y : 45 K : 0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Aloe Vera Toner Box

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh








all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 :1  
UNIT : mm

Material : กระดาษอาร์ต 310 แกรม  
Printing : Offset  
Labeling : Shink Warp

	C : 1 M : 2 Y : 20 K : 0		Gradient C : 0 M : 0 Y : 5 K : 0
	C : 0 M : 10 Y : 90 K : 0		Gradient C : 0 M : 10 Y : 90 K : 0
	C : 0 M : 5 Y : 25 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 5
	C : 55 M : 60 Y : 85 K : 40		Gradient C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Asian Pigeonwings Toner Box

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh









all embed  
all create outline

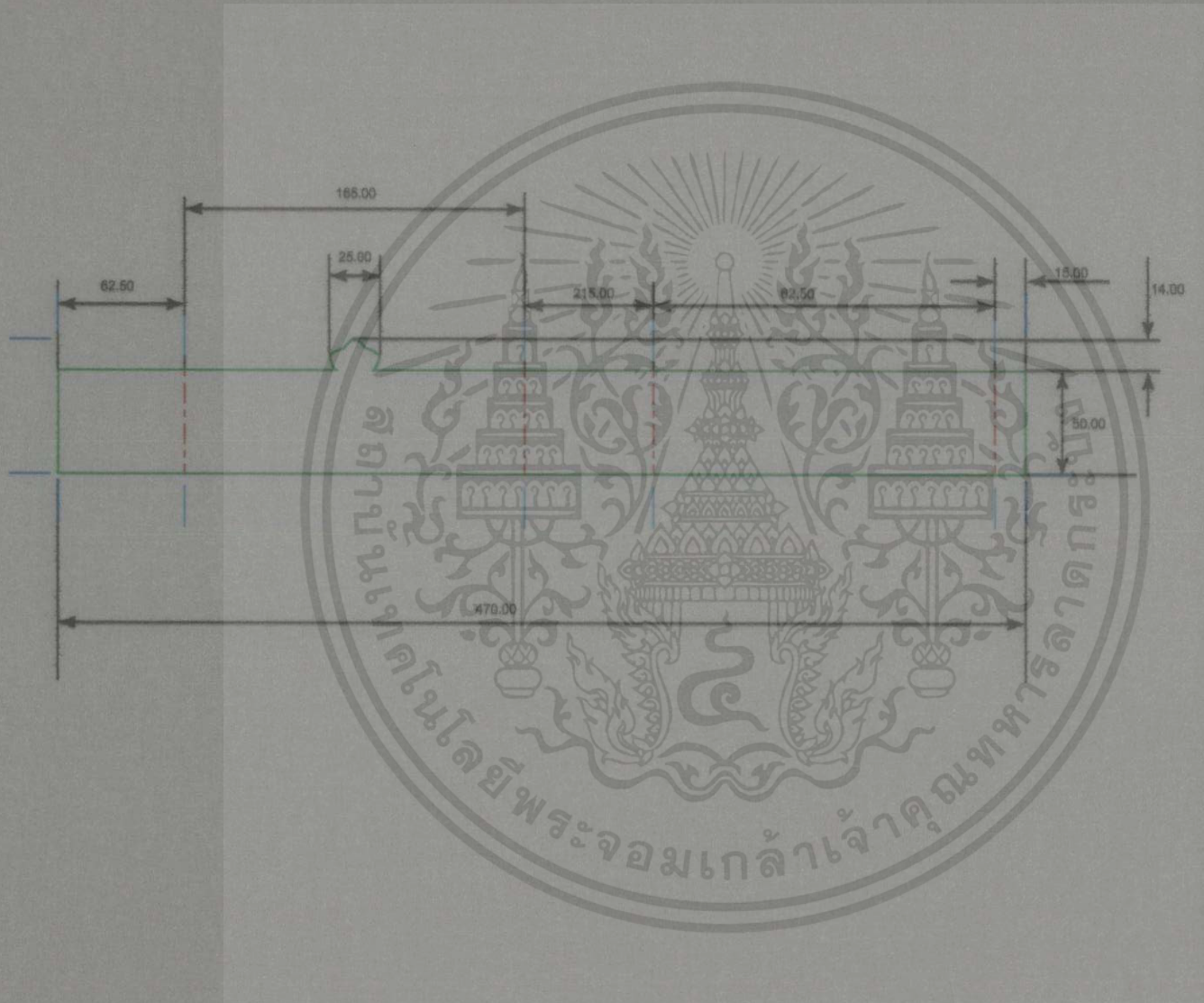
Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material : กระดาษอาร์ต 310 แกรม  
Printing : Offset  
Labeling : Shink Warp

	C : 20 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 20 M : 0 Y : 0 K : 0
	C : 90 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 0 Y : 0 K : 0
	C : 15 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 5
	C : 85 M : 90 Y : 85 K : 40		C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10
			C : 2 M : 18 Y : 45 K : 0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Body Giftset Label (for 3 scent)

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

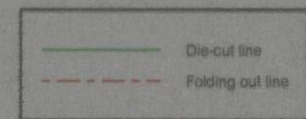
all embed  
all create outline

Designer :  
Natcha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 :2  
UNIT : mm

Material : กระดาษการ์ด 310 แกรม  
Printing : Offset





Project name :  
CHAIKARIN

File name :  
Mangosteen Body Giftset Label

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh



all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 :2  
UNIT : mm

Material : กระดาษการ์ด 310 แกรม  
Printing : Offset

	C : 0 M : 20 Y : 12 K : 0		Gradient C : 0 M : 20 Y : 12 K : 0
	C : 0 M : 40 Y : 20 K : 0		Gradient C : 0 M : 40 Y : 20 K : 0
	C : 0 M : 5 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 5
	C : 95 M : 90 Y : 85 K : 40		C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10
			C : 2 M : 18 Y : 45 K : 0



Project name :  
CHAIKARIN

File name :  
Aloe VeraToner Box

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh









all embed  
all create outline

Designer :  
Naticha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 2  
UNIT : mm

Material : กระดาษการ์ด 310 แกรม  
Printing : Offset

	C : 1 M : 2 Y : 20 K : 0		Gradient C : 0 M : 0 Y : 5 K : 0
	C : 0 M : 10 Y : 90 K : 0		Gradient C : 0 M : 10 Y : 90 K : 0
	C : 0 M : 5 Y : 25 K : 0		Gradient C : 30 M : 90 Y : 75 K : 5
	C : 85 M : 90 Y : 95 K : 40		Gradient C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10
			C : 2 M : 15 Y : 45 K : 0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Asian Pigeonwings Toner Box

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh










all embed  
all create outline

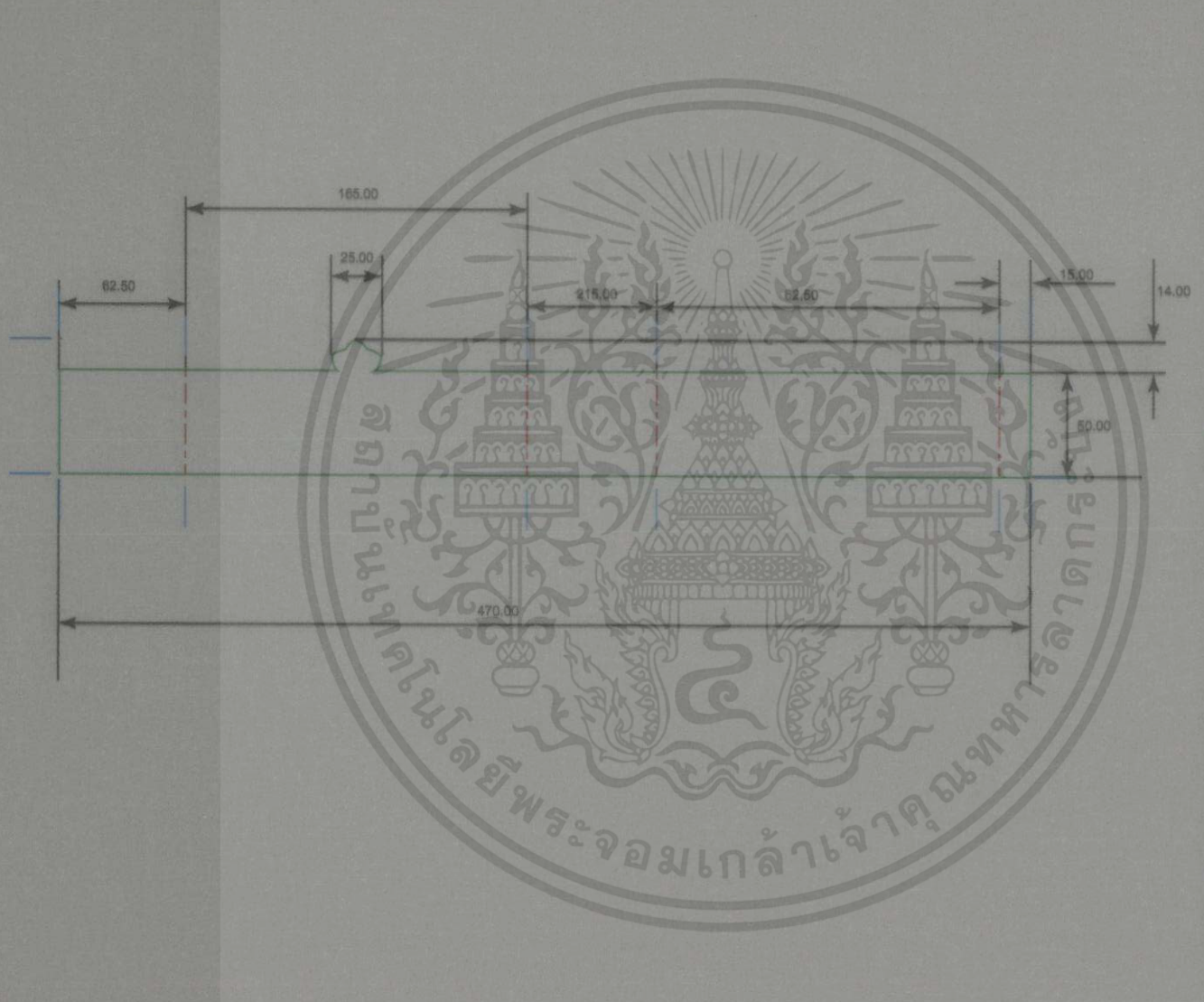
Designer :  
Naticha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 2  
UNIT : mm

Material : กระดาษการ์ด 310 แกรม  
Printing : Offset

	C : 20 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 20 M : 0 Y : 0 K : 0
	C : 30 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 0 Y : 0 K : 0
	C : 5 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 5
	C : 55 M : 80 Y : 85 K : 40		C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10
			C : 2 M : 18 Y : 45 K : 0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Hair Giftset Label (for 3 scent)

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

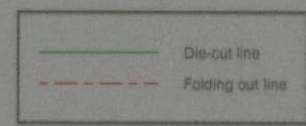
all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 :2  
UNIT : mm

Material : กระดาษการ์ด 310 แกรม  
Printing : Offset





Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Mangosteen Hair Giftset Label

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh









all embed  
all create outline

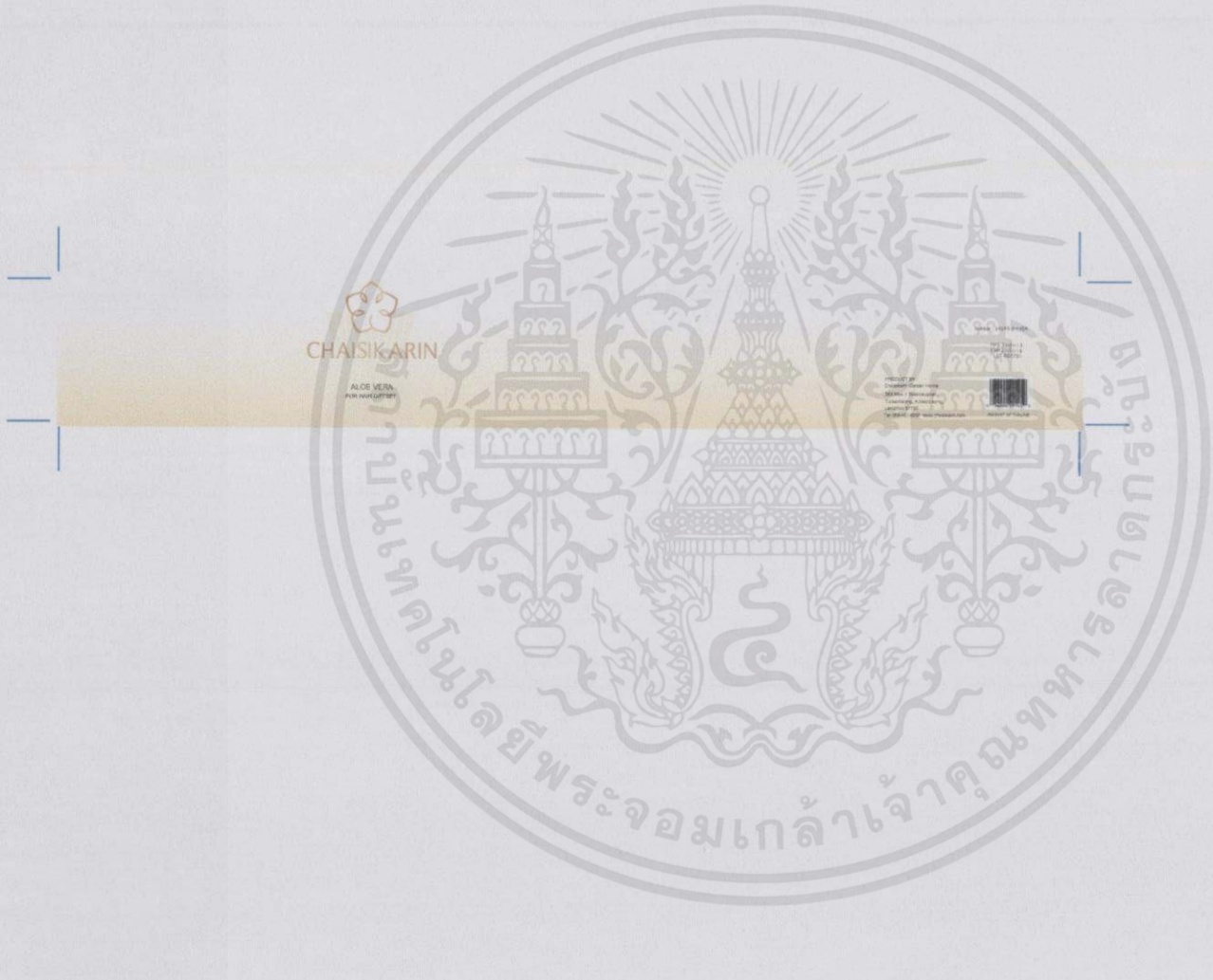
Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 :2  
UNIT : mm

Material : กระดาษการ์ด 310 แกรม  
Printing : Offset

	C : 0 M : 20 Y : 12 K : 0		Gradient C : 0 M : 20 Y : 12 K : 0
	C : 0 M : 40 Y : 20 K : 0		Gradient C : 0 M : 40 Y : 20 K : 0
	C : 0 M : 5 Y : 0 K : 10		Gradient C : 30 M : 60 Y : 75 K : 5
	C : 85 M : 80 Y : 85 K : 40		- C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10
			C : 2 M : 15 Y : 45 K : 0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Aloe Vera Toner Box

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

all embed  
all create outline

Designer :  
Natcha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 2  
UNIT : mm

Material : กระดาษอาร์ต 310 แกรม  
Printing : Offset

	C:1 M:2 Y:20 K:0		Gradient C:0 M:0 Y:5 K:0		
	C:0 M:10 Y:80 K:0		Gradient C:0 M:10 Y:80 K:0		
	C:0 M:5 Y:25 K:0		Gradient C:30 M:50 Y:75 K:5		
	C:85 M:80 Y:85 K:40		- C:4 M:30 Y:45 K:10		C:2 M:15 Y:45 K:0



  
**CHAIKARIN**  
ASIAN POSSESSIONS  
FOR WELLBEING

Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Asian Pigeonwings Toner Box

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh









all embed  
all create outline

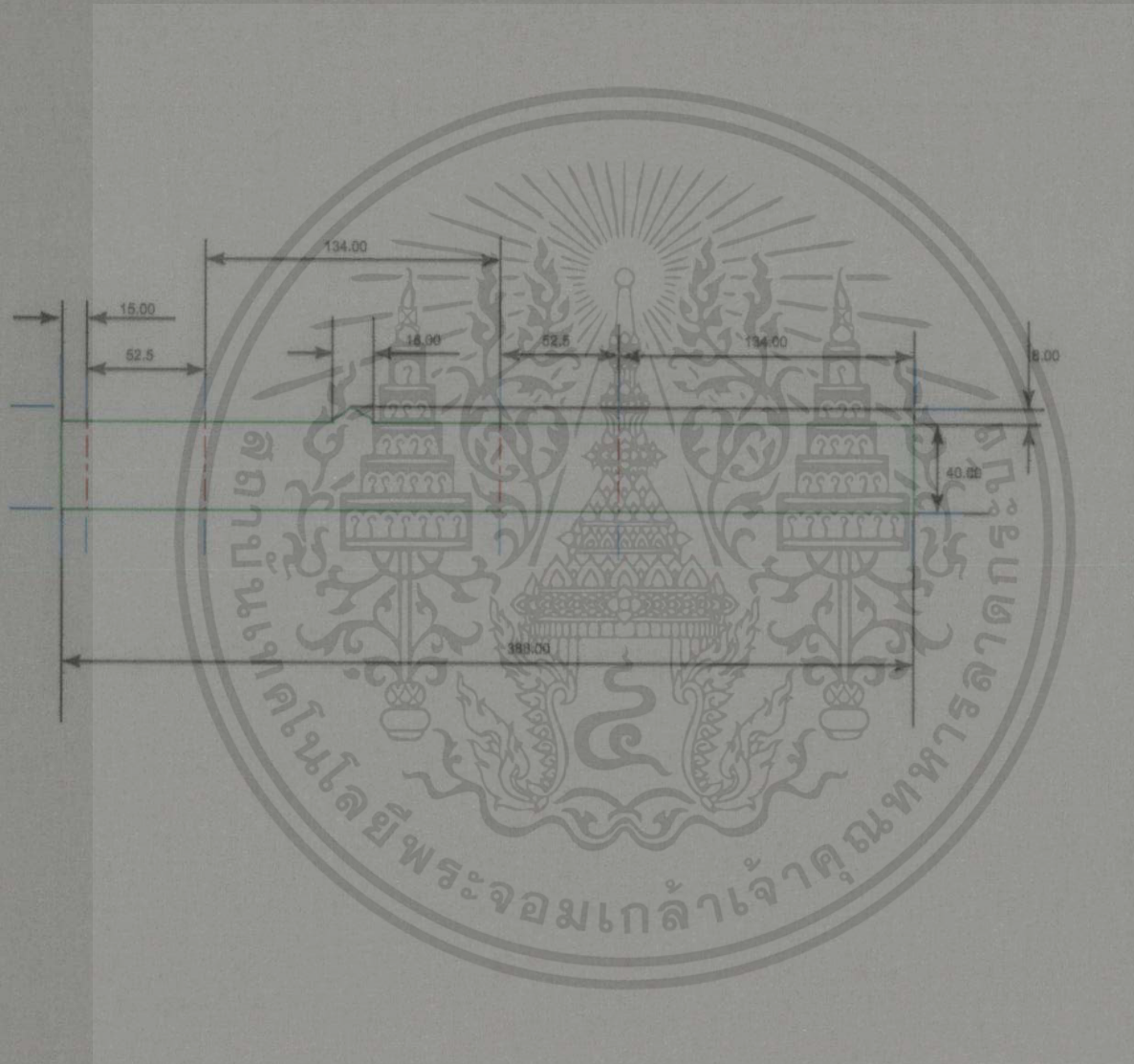
Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 :2  
UNIT : mm

Material : กระดาษอาร์ต 310 แกรม  
Printing : Offset

	C : 20 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 20 M : 0 Y : 0 K : 0	
	C : 30 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 0 Y : 0 K : 0	
	C : 5 M : 0 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 5	
	C : 55 M : 50 Y : 55 K : 40		C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10	C : 2 M : 15 Y : 45 K : 0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Face Giftset Label (for 3 scent)

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

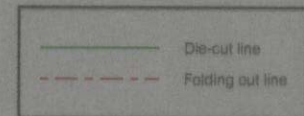
all embed  
all create outline

Designer :  
Natricha Dangrattawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 :2  
UNIT : mm

Material : กระดาษการ์ด 310 แกรม  
Printing : Offset





Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Mangosteen Face Giftset Label

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh









all embed  
all create outline

Designer :  
Naticha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 :2  
UNIT : mm

Material : กระดาษการ์ด 310 แกรม  
Printing : Offset

	C : 0 M : 20 Y : 12 K : 0		Gradient C : 0 M : 20 Y : 12 K : 0
	C : 0 M : 40 Y : 20 K : 0		Gradient C : 0 M : 40 Y : 20 K : 0
	C : 0 M : 6 Y : 0 K : 0		Gradient C : 30 M : 90 Y : 75 K : 5
	C : 85 M : 60 Y : 65 K : 40		- C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Aloe Vera Toner Box

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh









all embed  
all create outline

Designer :  
Natricha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 :2  
UNIT : mm

Material : กระดาษการ์ด 310 แกรม  
Printing : Offset

	C : 1 M : 2 Y : 20 K : 0		Gradient C : 0 M : 0 Y : 5 K : 0
	C : 0 M : 10 Y : 50 K : 0		Gradient C : 0 M : 10 Y : 50 K : 0
	C : 0 M : 5 Y : 25 K : 0		Gradient C : 30 M : 50 Y : 75 K : 5
	C : 95 M : 80 Y : 65 K : 40		- C : 4 M : 30 Y : 45 K : 10
			C : 2 M : 18 Y : 45 K : 0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
MangosteenAsian Pigeonwings Toner Box

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh








all embed  
all create outline

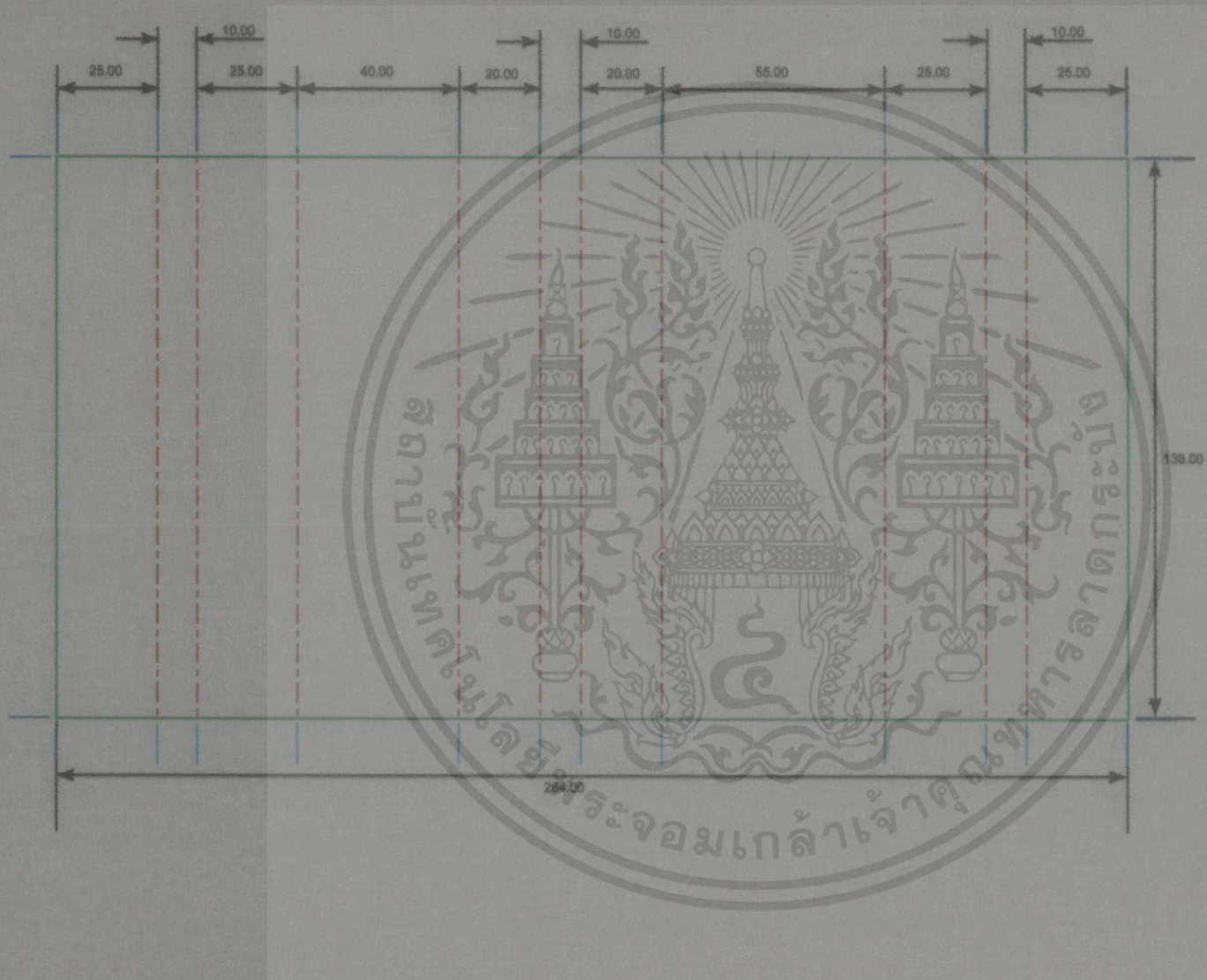
Designer :  
Naiicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 :2  
UNIT : mm

Material : กระดาษการ์ด 310 แกรม  
Printing : Offset

	C :20 M :0 Y :0 K :0		Gradient C :20 M :0 Y :0 K :0
	C :30 M :0 Y :0 K :0		Gradient C :30 M :0 Y :0 K :0
	C :5 M :0 Y :0 K :0		Gradient C :30 M :50 Y :75 K :5
	C :55 M :80 Y :65 K :40	- C :4 M :30 Y :45 K :10	- C :2 M :18 Y :45 K :0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Box in Face Gift Set

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

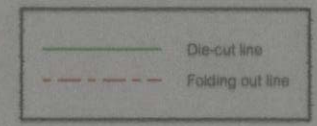
all embed  
all create outline

Designer :  
Naticha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material : กระดาษการ์ด 310 แกรม  
Printing : Offset





Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Box In Face Gift Set

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

all embed  
all create outline

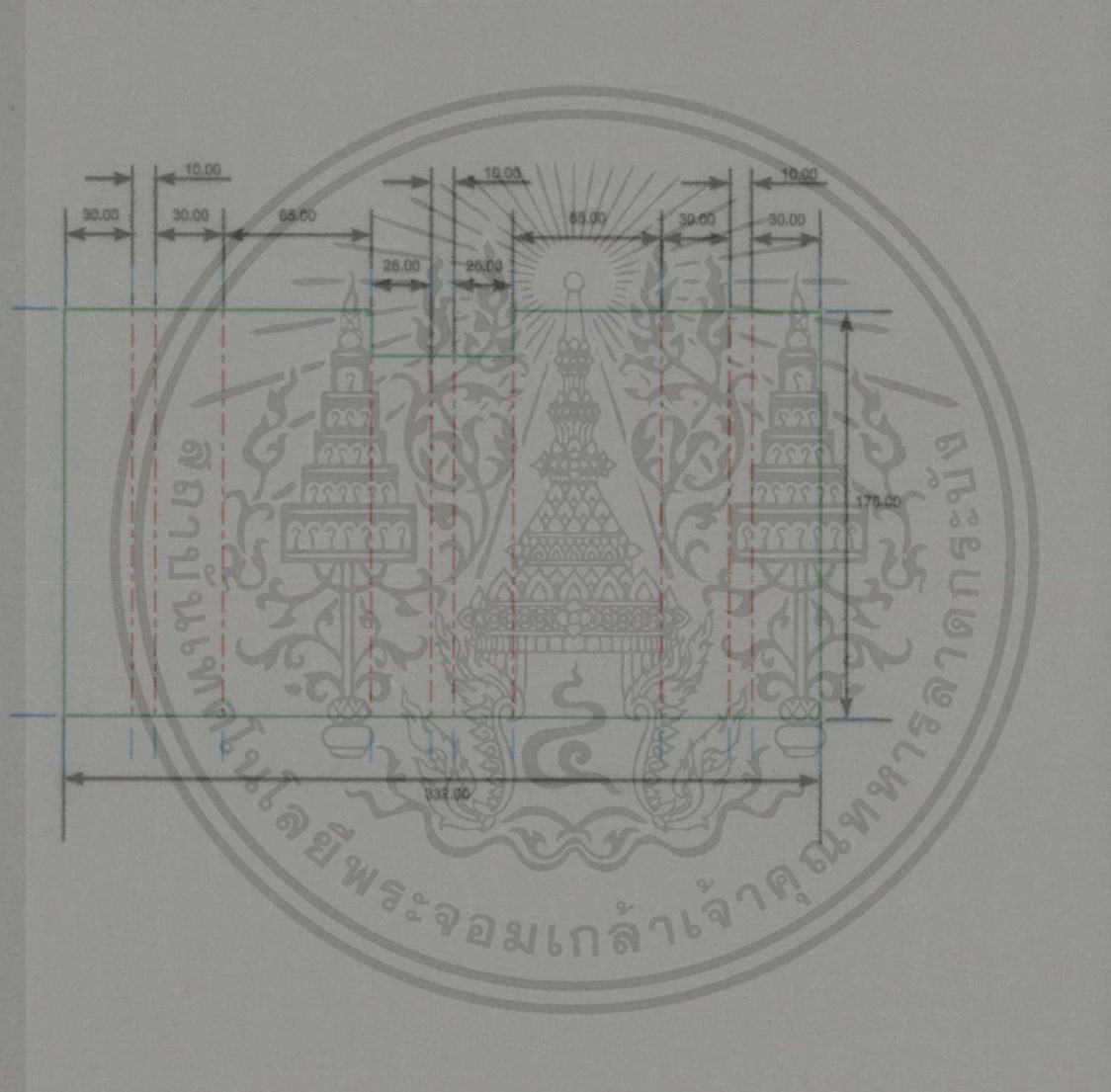
Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material : กระดาษการ์ด 310 แกรม  
Printing : Offset

	Gradient
	C : 30 M : 50 Y : 75 K : 5
C : 4	C : 2
M : 30	M : 18
Y : 45	Y : 45
K : 10	K : 0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Box In Body Gift Set

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

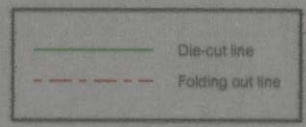
all embed  
all create outline

Designer :  
Natricha Dangrattana Wong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 2  
UNIT : mm

Material : กระดาษพิมพ์ 310 แกรม  
Printing : Offset





Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Box In Body Gift Set

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

all embed  
all create outline

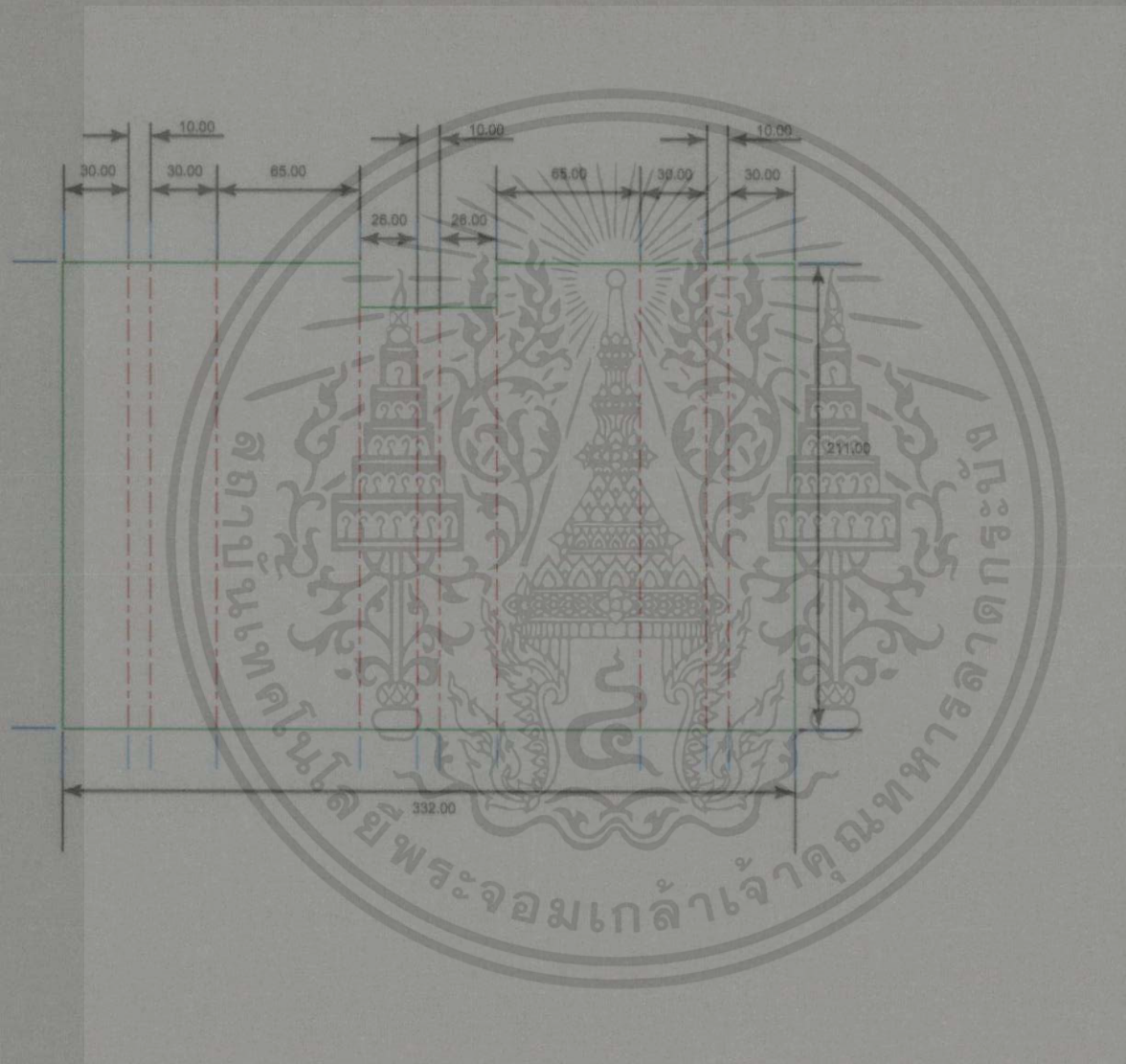
Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 2  
UNIT : mm

Material : กระดาษการ์ด 310 แกรม  
Printing : Offset

	Gradient
	C : 30 M : 80 Y : 76 K : 5
-	-
C : 4	C : 2
M : 30	M : 16
Y : 45	Y : 45
K : 10	K : 0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Box In Hair Gift Set

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

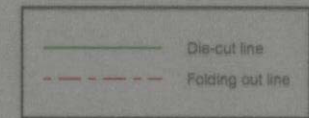
all embed  
all create outline

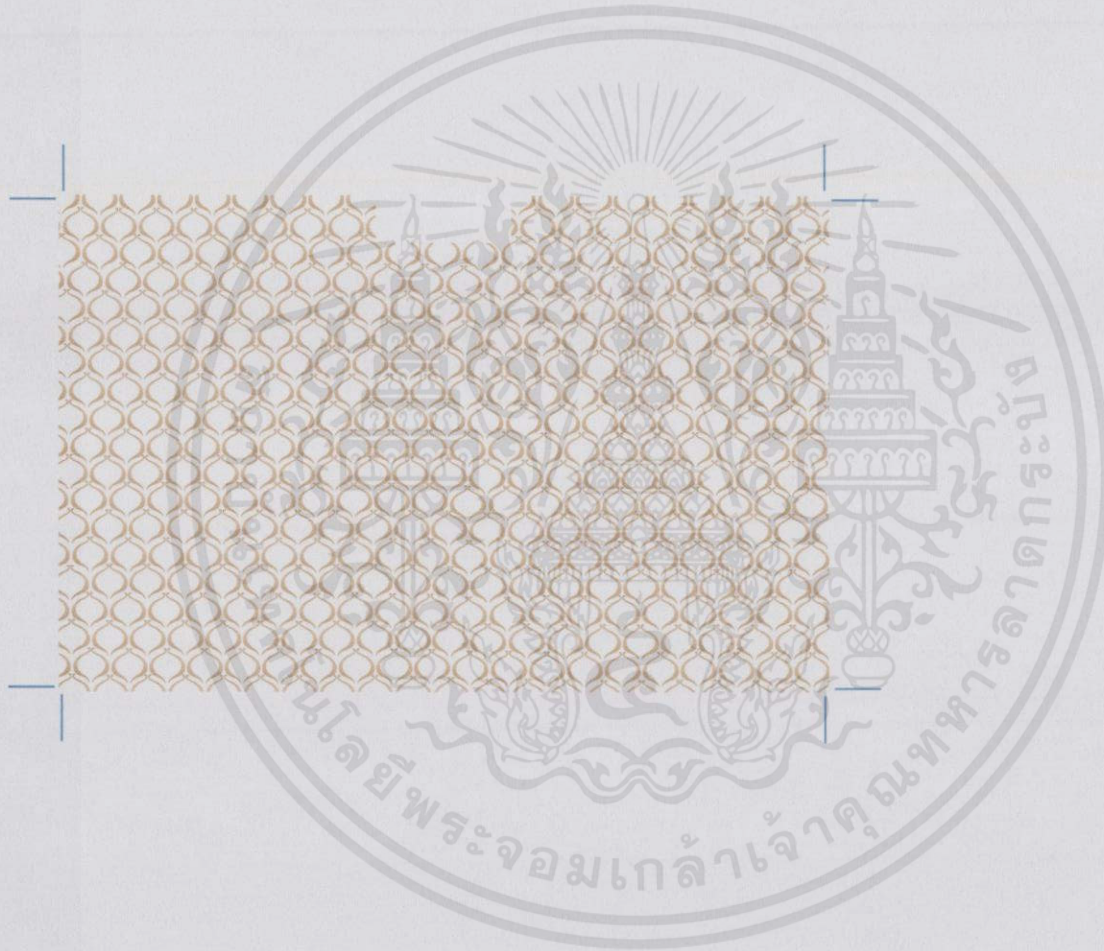
Designer :  
Naticha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 :2  
UNIT : mm

Material : กระดาษการ์ด 310 แกรม  
Printing : Offset





Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Box In Hair Gift Set

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh


all embed  
all create outline

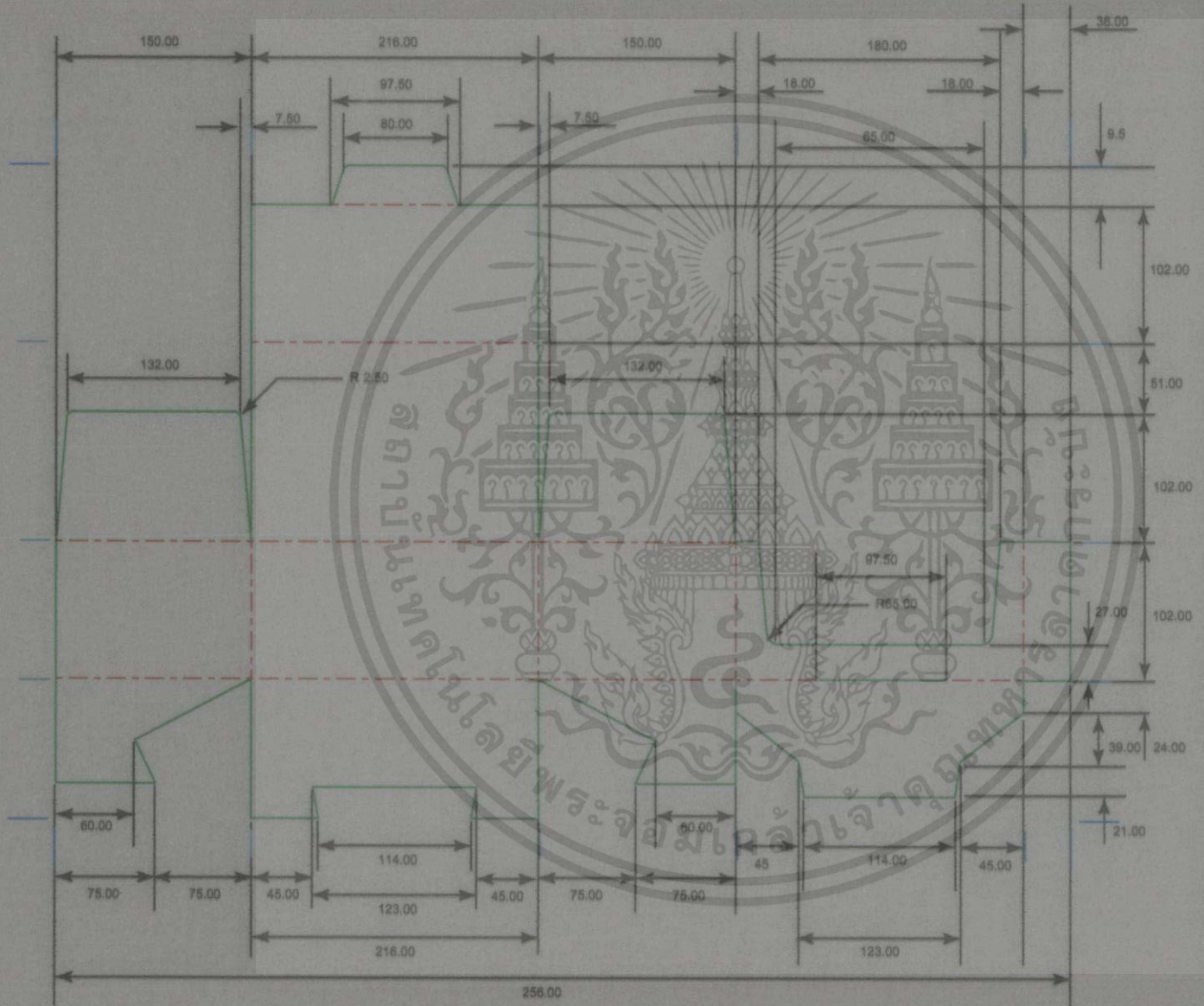
Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 :2  
UNIT : mm

Material : กระดาษการ์ด 310 แกรม  
Printing : Offset

	Gradient
	C : 30
	M : 50
	Y : 75
	K : 5
	-
	C : 4
	C : 2
	M : 30
	M : 18
	Y : 45
	Y : 45
	K : 10
	K : 0



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Soap Display Box

Date :  
23-03-14

File type :  
illustrator CS5  
on Macintosh

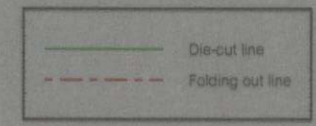
all embed  
all create outline

Designer :  
Naticha Dangrattana Wong

Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 3  
UNIT : mm

Material : กระดาษคาร์บอน 310 แกรม  
Printing : Offset





Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Soap Display Box

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

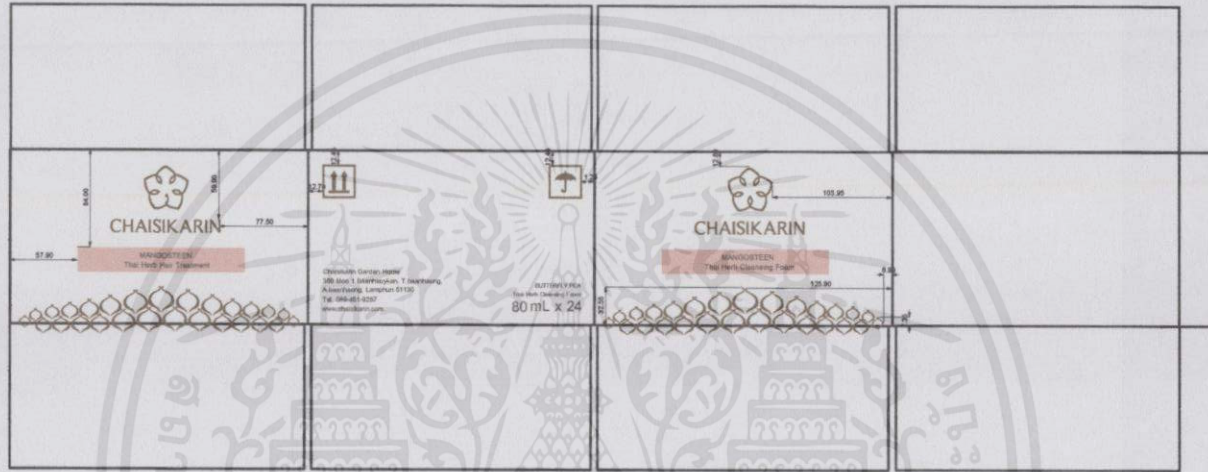
Font : Cordia New  
ThaiSans Neue

SCALE 1 : 3  
UNIT : mm

Material : กระดาษการ์ด 310 แกรม  
Printing : Offset

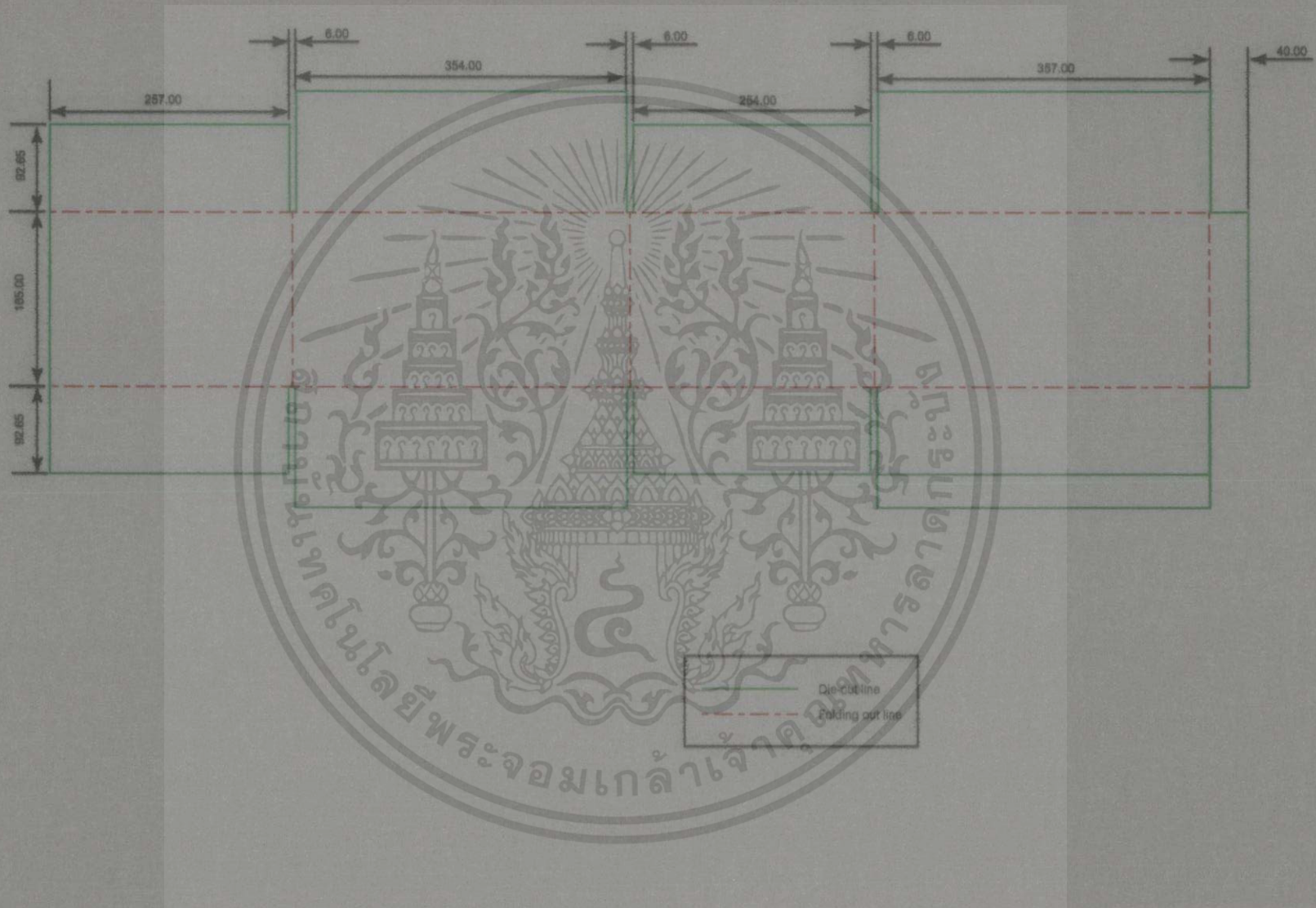
	Gradient		C: 85
	C: 30		M: 80
	M: 50		Y: 85
	Y: 75		K: 40
	K: 5		
	-		
	C: 4	C: 2	
	M: 30	M: 16	
	Y: 45	Y: 45	
	K: 10	K: 0	





วันที่	23/03/14		
ชื่อลูกค้า	บริษัท สันติสุข		
ชื่อสินค้า	Mangosteen Cleansing Foam Logistic Box		
สัดส่วน	1:4		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
กระดาษ	400	1066	
หน้ากระดาษ	-		
ชนิดกระดาษ	กระดาษลูกฟูกถนอม E		
เครื่องพิมพ์	FLEXO		
ผู้จัดทำแบบ	นส. ณัฐธิดา สมรัตน์วงศ์		

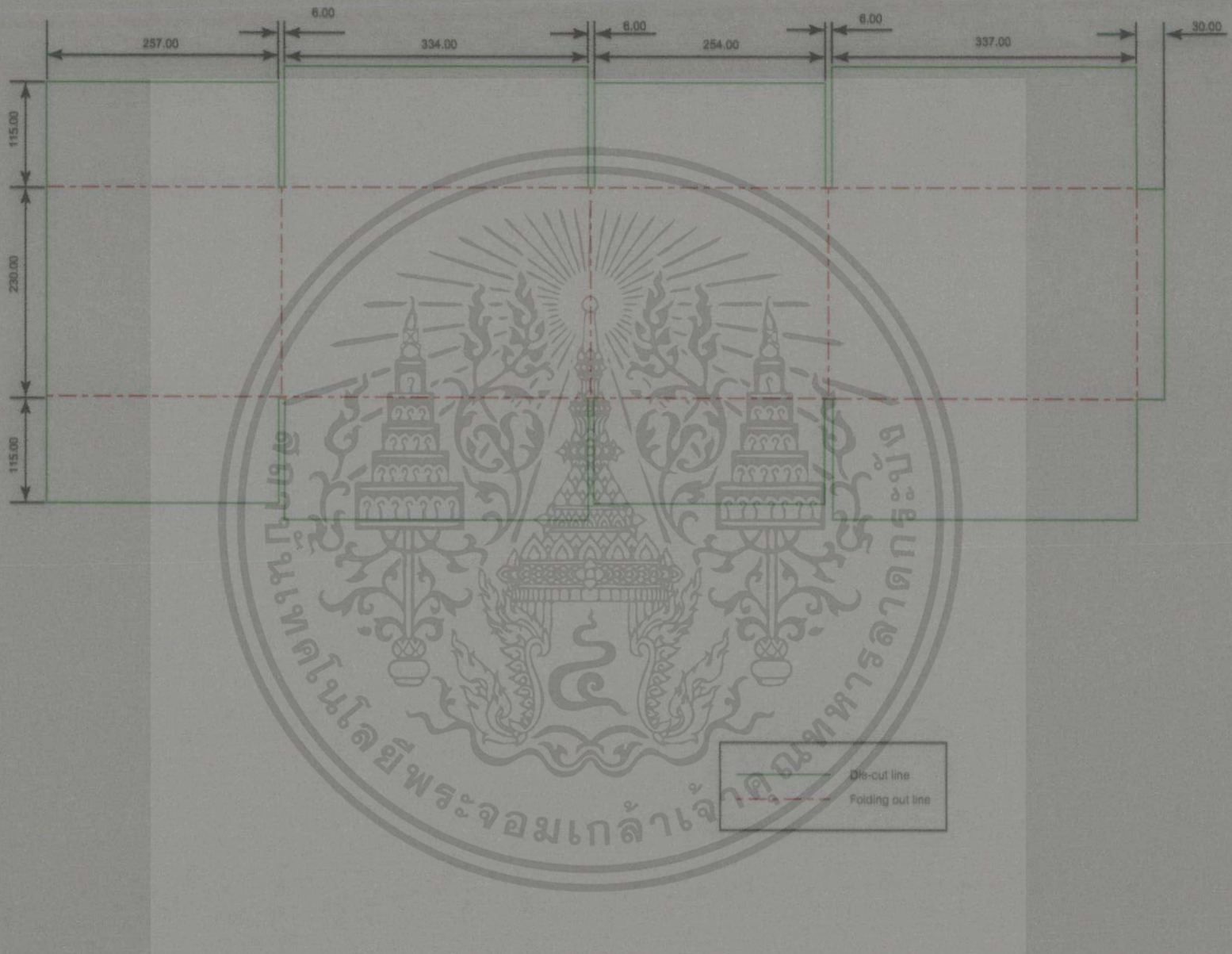
	C : 0		C : 40
	M : 40		M : 70
	Y : 20		Y : 100
	K : 0		K : 0

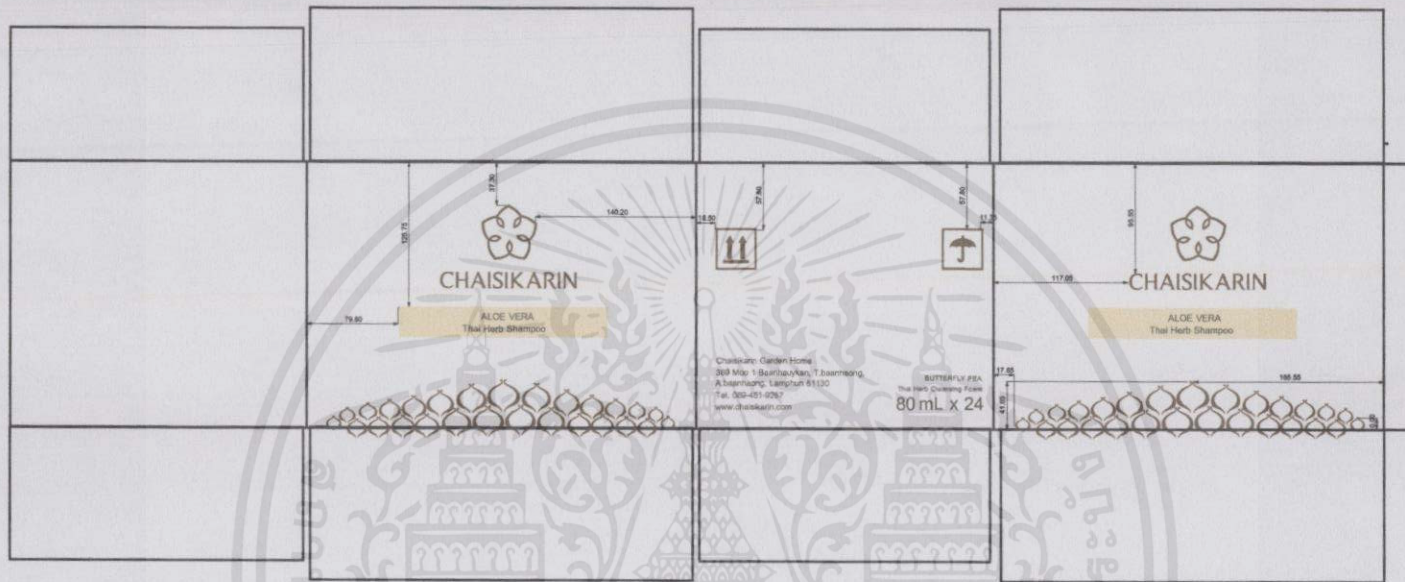




วันที่	23/03/14		
ชื่อลูกค้า	สสพรินทร์		
ชื่อสินค้า	Asean Pigeonwings Soap Bath Logistic Box		
สัดส่วน	1:4		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
ภายนอก	370.3	1280	
หน้ากระดาษ	-		
ชนิดกระดาษ	กระดาษลูกฟูก 400 E		
เครื่องพิมพ์	FLEXO		
ผู้จัดทำแบบ	นส. กัญฉิษา สอนวัฒนะวงศ์		

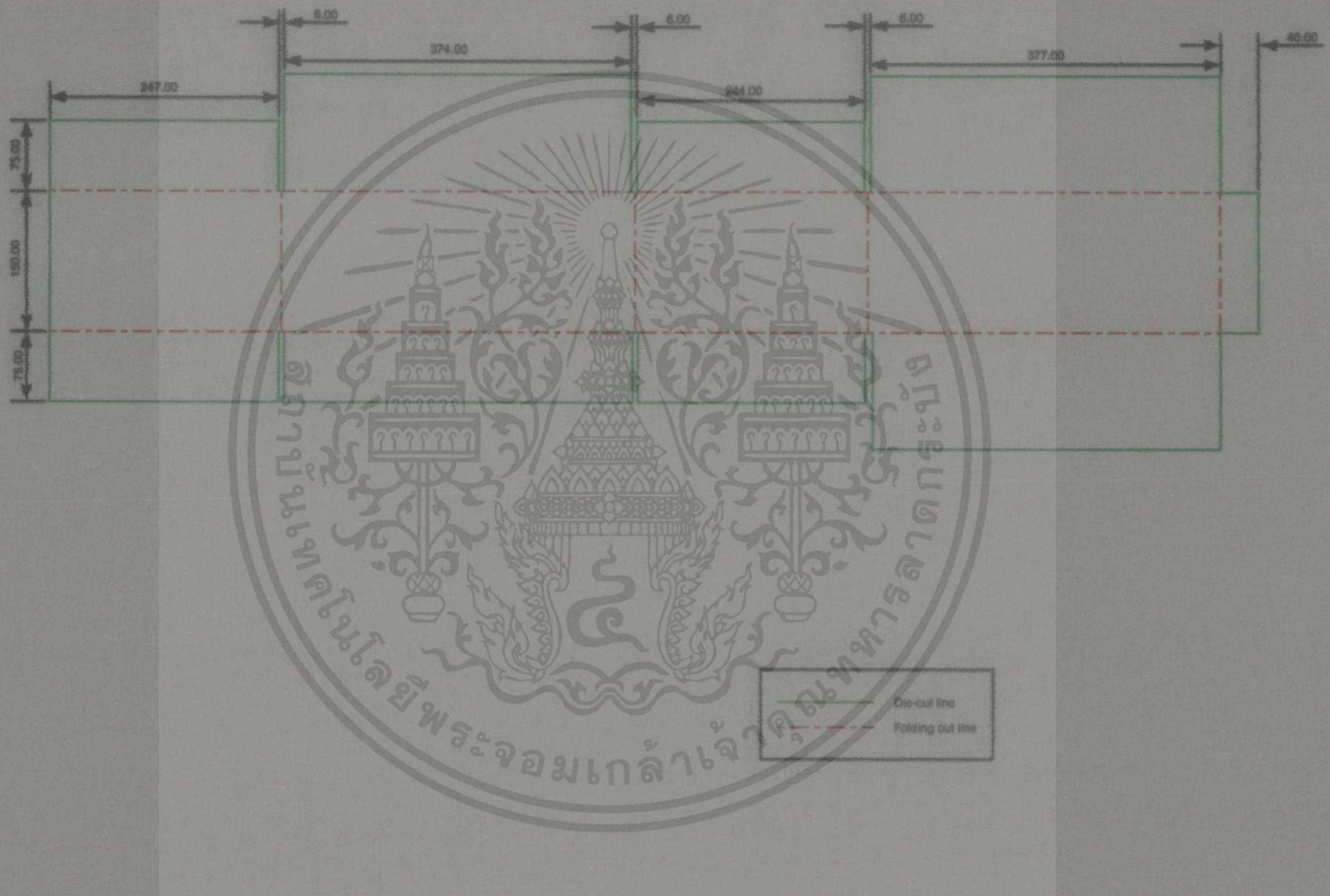
	C : 30 M : 00 Y : 00 K : 0		Gradient C : 40 M : 70 Y : 100 K : 0
--	-------------------------------------	--	--

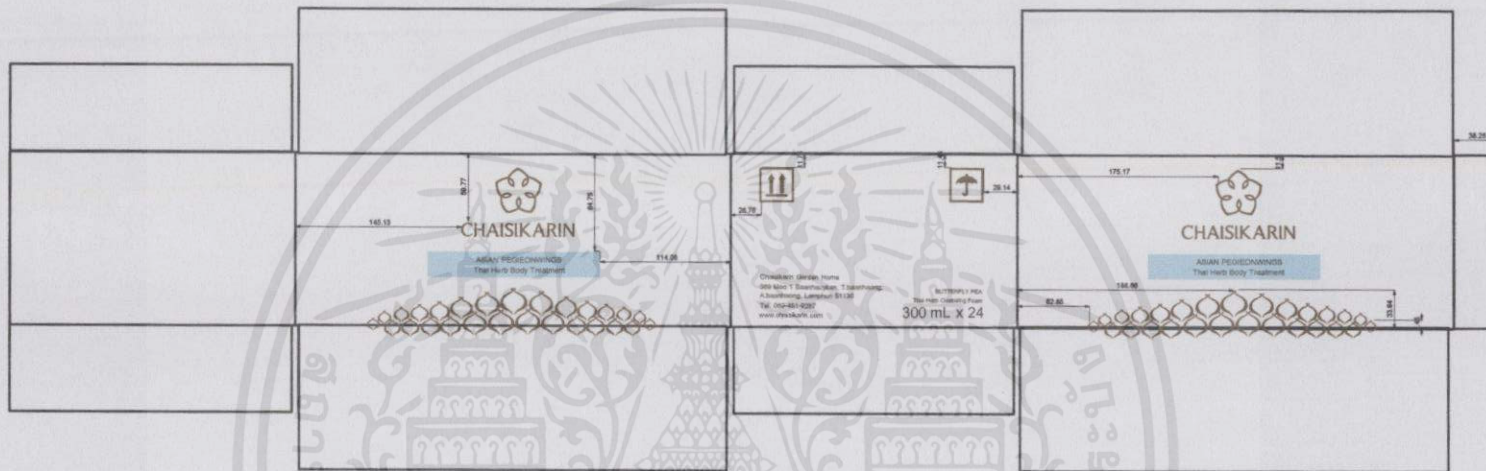




วันที่	23/05/14		
ชื่อลูกค้า	บริษัท ร่ม		
ชื่อสินค้า	Aloe Vera Shampoo Logistic Box		
สัดส่วน	1:4		
ขนาด	หน้า	ยาว	สูง
ขนาด	480	1230	
น้ำหนัก	-		
ชนิดกระดาษ	กระดาษลูกฟูกชนิด E		
เครื่องพิมพ์	FLEXO		
ผู้จัดทำแบบ	นศ. กัญฉิธา แผลงสุวรรณ		

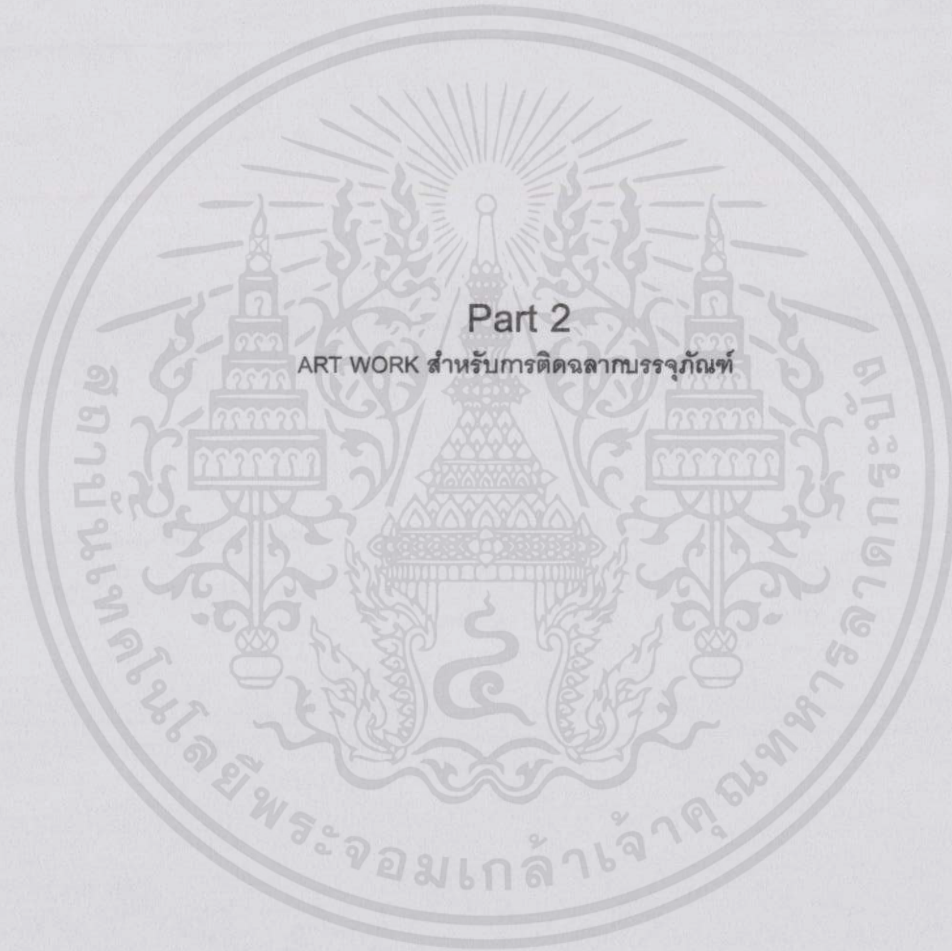
	C : 00 M : 5 Y : 26 K : 0		Gradient C : 40 M : 70 Y : 100 K : 0
--	------------------------------------	--	--





วันที่	23/03/14		
ชื่อลูกค้า	8uพิริยรุ่ง		
ชื่อสินค้า	Asian Pegeonwings Body Treatment Logistic Box		
สัดส่วน	1:4		
ขนาด	กว้าง	ยาว	สูง
กำหนด	300	1300	
หน้ากระดาษ	-		
ชนิดกระดาษ	กระดาษกราฟฟาจอน E		
เครื่องพิมพ์	FLEXO		
ผู้จัดทำแบบ	นส. ณัฐธิดา คงรัมย์วงศ์		

	C : 30 M : 00 Y : 00 K : 0		Gradient C : 40 M : 70 Y : 100 K : 0
--	-------------------------------------	--	--



Part 2

ART WORK สำหรับการติดฉลากบรรจุภัณฑ์



Front view

Back view

Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Mark Position 01  
\* this art work use for  
- Shampoo (for 3 scent)  
- Conditioner (for 3 scent)

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material :  
Printing : Offset  
Labeling : Sticker PP



Project name :  
 CHISIKARIN

File name :  
 Mark Position 02

\* this art work use for  
 - Soap Baht (for 3 scent)  
 - Body Lotion (for 3 scent)

Date :  
 23-03-14

File type :  
 Illustrator CS5  
 on Macintosh

all embed  
 all create outline

Designer :  
 Natnicha Dangrattawanong

SCALE 1 : 1  
 UNIT : mm

Material :  
 Printing : Offset  
 Labeling : Sticker PP



Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Mark Position 03  
\* this art work use for  
- Face Treatment (for 3 scent)

Date :  
23-03-14

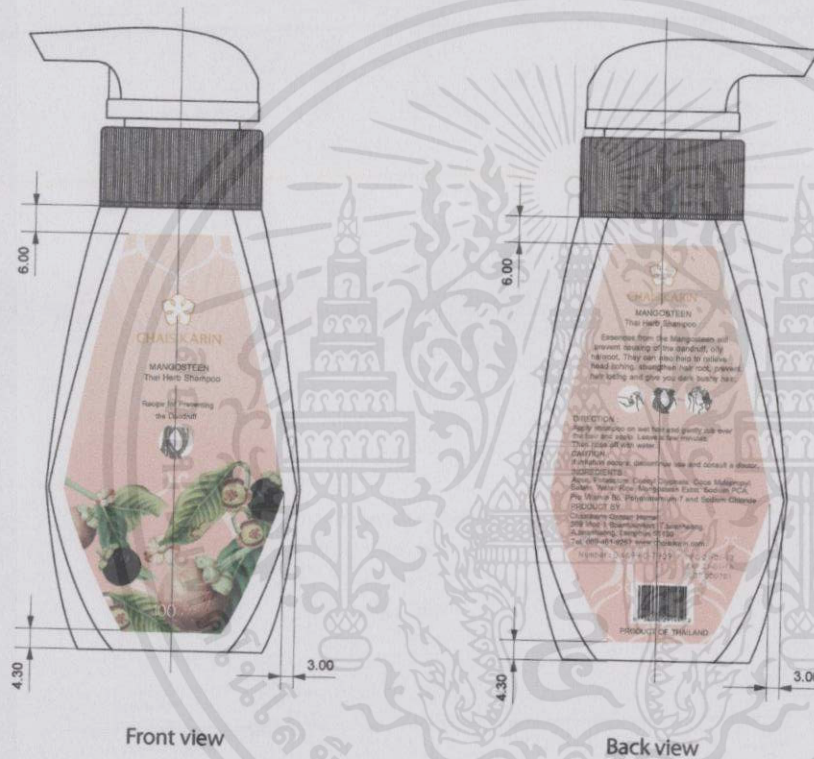
File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material :  
Printing : Offset  
Labeling : Sticker PP



Project name :  
CHISIKARIN

File name :

Mark Position 04

\* this art work use for

- Shampoo (s) (for 3 scent)
- Conditioner (s) (for 3 scent)
- Soap Baht (s) (for 3 scent)
- Body Lotion (s) (for 3 scent)

Date :

23-03-14

File type :

Illustrator CS5  
on Macintosh

all embed

all create outline

Designer :

Naticha Dangrattanawong

SCALE 1 :1

UNIT : mm

Material :

Printing : Offset

Labeling : Sticker PP



Front view

Project name :  
CHISIKARIN

File name :  
Mark Position 05  
\* this art work use for  
- Toner (for 3 scent)  
- Face Serum (for 3 scent)

Date :  
23-03-14

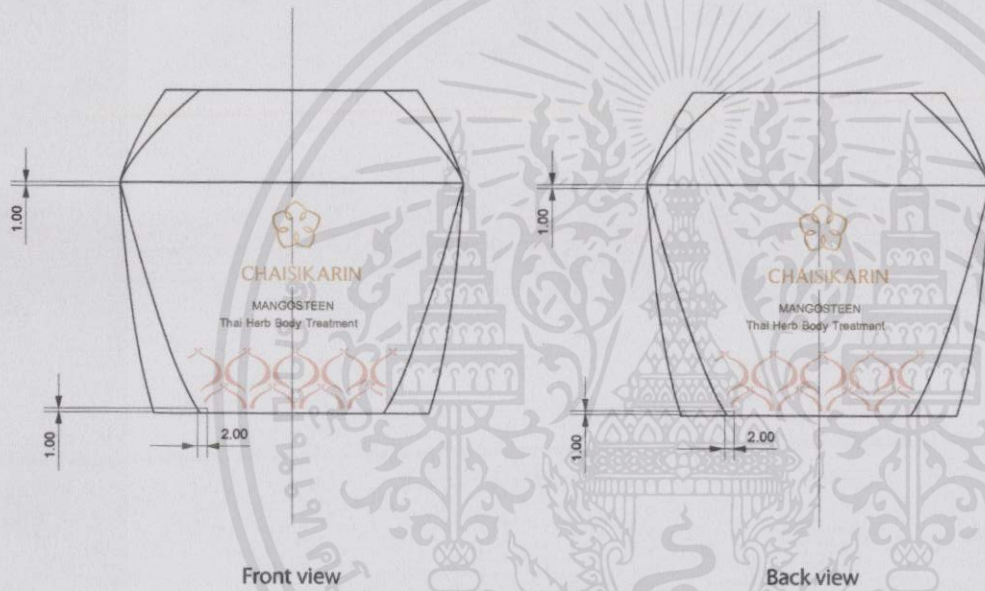
File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material :  
Printing : Offset  
Labeling : Sticker PP



Project name :  
CHAIKARIN

File name :  
Mark Position 06  
\* this art work use for  
- Body Treatment (for 3 scent)

Date :  
23-03-14

File type :  
Illustrator CS5  
on Macintosh

all embed  
all create outline

Designer :  
Natnicha Dangrattanawong

SCALE 1 : 1  
UNIT : mm

Material :  
Printing : Offset  
Labeling : Sticker PP