

โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์และกราฟิก
โดยใช้วัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์
เพื่อสุขภาพและความงามของ
ค่าน้ำเตช รีวิเวอร์แคว รีเตอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี

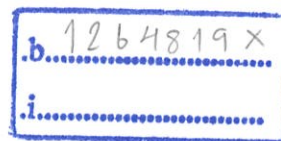
นาย นันทภูมิ เทพฤิวิ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
สถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศิลปสถาปัตยกรรม
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2556 - 2557

โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์และกราฟิกโดยใช้วัสดุธรรมชาติ
สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม
ของคำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี

Packaging and Graphic Redesign by Using Natural Materials for Health and Beauty
Products of Comsaed River Kwai Resort, Kanchanaburi Province

นายันทภูมิ เทศศิริ



วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
สถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศิลปอุตสาหกรรม
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2556

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
สถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต

.....
ผศ. พิเชษฐ โสวิทยสกุล
คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

อ. ธนารักษ์ จันทระประสิทธิ์

กรรมการ

อ. สมชัย จันทรรูจีพัฒน์

กรรมการ

ผศ.ดร. ญาดา ชวาลกุล

กรรมการและเลขานุการ



.....
ผศ.ดร.ญาดา ชวาลกุล
อาจารย์ที่ปรึกษา

หัวข้อวิทยานิพนธ์	โครงการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์และกราฟิก โดยใช้วัสดุธรรมชาติสำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม ของค้ำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี
นักศึกษา	นายณัฏฐภูมิ เทศศิริ
รหัสประจำตัว	52020201
ปริญญา	สถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชา	ศิลปอุตสาหกรรม
ปีการศึกษา	2556

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำศักยภาพและแนวความคิดที่โดดเด่นของค้ำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และสามารถนำผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามที่มีคุณภาพออกจำหน่ายยังสถานที่จำหน่ายที่คาดการณ์ไว้ในอนาคตได้ อาทิ ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ และซูเปอร์มาร์เกต เป็นต้น และสร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์จากภาพลักษณ์และการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกที่แตกต่างจากคู่แข่งในท้องตลาด ทำให้สามารถสื่อสารและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค มุ่งเน้นไปที่การนำวัสดุธรรมชาติภายในท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ อีกทั้งเป็นการนำเสนอแนวทางในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรีให้กับผู้บริโภคผ่านทางบรรจุภัณฑ์และกราฟิก ซึ่งสอดคล้องไปกับแนวความคิดในการพึ่งพาตนเองเพื่อการแก้ปัญหาต่างๆ อย่างยั่งยืนตามนโยบายและเป้าหมายขององค์กรที่ตั้งไว้

กิตติกรรมประกาศ

การทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ถือว่าเป็นบทเรียนอันสำคัญยิ่งในชีวิตของข้าพเจ้า เป็นการทดสอบทักษะความรู้ที่ได้ศึกษามาตลอด 5 ปีการศึกษาในคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ เพื่อเตรียมพร้อมที่จะก้าวออกไปสู่การทำงานในชีวิตจริง เป็นแบบฝึกหัดที่ทดสอบความอดทน ความรับผิดชอบในหน้าที่ การทำงานร่วมกับผู้อื่น ภายใต้เวลาและเงื่อนไขต่างๆ จนบัดนี้ข้าพเจ้าได้ผ่านพ้นแบบทดสอบครั้งยิ่งใหญ่ของชีวิตการเป็นนักศึกษาแล้ว ด้วยความมานะพยายามของตัวข้าพเจ้าเอง และความช่วยเหลือจากบุคคลรอบข้างมากมาย จึงขอกล่าวขอบพระคุณบุคคลดังกล่าว ด้วยใจจริงของข้าพเจ้า ทั้งที่ได้ลงนามและมีได้ลงนาม ดังต่อไปนี้

ขอขอบพระคุณคุณแม่ ที่คอยดูแลอบรมสั่งสอนให้ข้าพเจ้ามีความมานะ อดทน พากเพียร และให้กำลังใจในยามที่ข้าพเจ้าเหนื่อยและท้อเสมอมา

ขอขอบพระคุณอาจารย์ญาดา ชาวาลกุล อาจารย์ที่ปรึกษาของข้าพเจ้า ที่คอยให้คำแนะนำในการทำวิทยานิพนธ์เป็นอย่างดีเสมอมา คอยสอบถามถึงงานและชีวิตประจำวัน และขอขอบพระคุณในความรักและรอยยิ้มที่อ่อนโยนที่อาจารย์มีให้แก่พวกเราเสมอมา

ขอขอบพระคุณอาจารย์ธนารักษ์ จันทระประสิทธิ์ อาจารย์ผู้เป็นมากกว่าอาจารย์ เป็นอาจารย์ผู้ให้ความรู้ตั้งแต่ข้าพเจ้าศึกษาในชั้นปีที่ 1 จนกระทั่งข้าพเจ้าจบการศึกษา เป็นรุ่นพี่ที่คอยให้คำปรึกษาในทุกๆ เรื่อง เป็นเพื่อนของพวกเราที่มอบเสียงหัวเราะนอกเวลาเรียน เป็นคุณพ่อผู้สร้างครอบครัวของนักศึกษาในกลุ่มบรรจุกัมภ์ ทำให้พวกเรารักกันมากขึ้น และรักคุณพ่อคนนี่มากขึ้น

ขอขอบพระคุณอาจารย์สมชัย จันทร์จุพัฒน์ ที่ให้คำแนะนำในการทำวิทยานิพนธ์ ให้ความเมตตาเอ็นดูนักศึกษาทุกคน รวมถึงข้อคิดในการใช้ชีวิตที่ข้าพเจ้าจะไม่ลืม

ขอขอบพระคุณสุรียพร และพีอี๊ด จากคำแสด รีเวอร์แคว รีสอร์ท ที่ให้ข้อมูลในการทำวิทยานิพนธ์ต่างๆ แก่ข้าพเจ้าด้วยความเมตตาเสมอมา

ขอขอบพระคุณพี่ออย และบริษัท คอนิเมก จำกัด ที่ให้ความอนุเคราะห์ในวันสุกัณฑ์ต่างๆ เพื่อจัดทำหุ่นต้นแบบสุดท้าย

ขอขอบคุณเพื่อนๆ ครอบครัวบรรจุกัมภ์ทุกคน (เอน คีค จูน ไต้ส ไบรซ์ น้ำตาล หลิง แท็ช หนึ่ง เพ็ญ ไอซ์ เพชรพ้อ เอม ออน เบล) ที่คอยอยู่เคียงข้างกันทั้งยามทุกข์และยามสุข อดทนฟังคำอุปสรรคต่างๆ มาด้วยกัน ทำให้ช่วงเวลาในการทำวิทยานิพนธ์มีสีสันมากขึ้น

ขอขอบคุณเพื่อนๆ ในภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม ที่คอยสอบถาม ให้กำลังใจ และช่วยเหลือกันตลอดมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งเพชรแม่ มาย ฝ่าย บริส ตาล นัทเล

ขอขอบคุณรุ่นพี่ เพื่อน รุ่นน้องสายรหัส 27 32 57 (พี่ไผ่ เบิร์ด น้องนิว น้องมุก น้องก๊อด น้องแดงโม น้องเคียร์ น้องแทมมี น้องนุก) ที่ช่วยเป็นแรงผลักดันให้วิทยานิพนธ์สำเร็จได้

ขอขอบคุณรุ่นน้อง ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรมและภาควิชาสารสนเทศสามมิติหลายๆ คน (น้องเอก น้องไนซ์ น้องรุจ น้องคิน น้องมะปราง น้องเจน ฯลฯ) ที่คอยให้กำลังใจและคอยช่วยเหลืองานทั้งของตัวข้าพเจ้าเองและเพื่อนๆ ของข้าพเจ้า

ขอขอบคุณแพร ภาควิชาสถาปัตยกรรม เพื่อนจากโรงเรียนนวมินทราชินูทิศ บดินทรเดชา เพียงคนเดียวที่มาเรียนที่คณะนี้ด้วยกันกับข้าพเจ้า คอยเป็นกำลังใจและช่วยเหลือข้าพเจ้าตลอดมา

สารบัญ

	หน้า
ใบอนุญาตวิทยานิพนธ์	I
บทคัดย่อ	II
กิตติกรรมประกาศ	III
สารบัญ	IV
สารบัญตาราง	VII
สารบัญภาพ	X
สารบัญแผนผัง	XVIII
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	4
1.3.1 ขอบเขตด้านคุณภาพ	4
1.3.2 ขอบเขตด้านปริมาณ	4
1.4 เจ็อนไข ความต้องการและแนวทางในการออกแบบ	11
1.4.1 ด้านการตลาดและกลุ่มเป้าหมาย	11
1.4.2 ด้านอัตลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์	14
1.4.3 ด้านบรรจุภัณฑ์ กราฟิกและส่วนส่งเสริมการขาย	15
1.5 ขั้นตอนการดำเนินการออกแบบ	33
1.6 ความเป็นไปได้ของโครงการ	34
1.7 ผลที่คาดว่าจะได้รับ	35
บทที่ 2 การค้นคว้า และวิเคราะห์ข้อมูล	36
2.1 ข้อมูลด้านผู้ผลิต	36
2.1.1 ประวัติความเป็นมาและนโยบายการดำเนินธุรกิจ	36
2.1.2 โครงการภายในคำสแดค ริเวอร์แคว รีสอร์ท	37
2.1.3 การให้บริการของคำสแดค ริเวอร์แคว รีสอร์ท	40
2.1.4 วิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้นด้านผู้ผลิต ที่มีผลต่อการออกแบบ	46
2.2 ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์	48
2.2.1 ที่มาของผลิตภัณฑ์	48
2.2.2 ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติในโครงการ	48
2.2.3 การวิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์และความต้องการของบรรจุภัณฑ์	53

	หน้า
2.2.4 สรุปข้อมูลเบื้องต้นด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการออกแบบ	58
2.3 ข้อมูลด้านการตลาด	59
2.3.1 กระแสความนิยมของตลาดผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ	59
2.3.2 แนวโน้มทางการตลาด และกลุ่มเป้าหมายของตลาด	59
2.3.3 ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย และช่องทางการจัดจำหน่าย	60
2.3.4 สรุปข้อมูลเบื้องต้นด้านการตลาด ที่มีผลต่อการออกแบบ	63
2.4 ข้อมูลด้านคู่แข่งทางการตลาด	65
2.4.1 ข้อมูลของคู่แข่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ	65
2.4.2 วิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้นด้านคู่แข่งทางการตลาด ที่มีผลต่อการออกแบบ	72
2.5 ข้อมูลด้านบรรจุภัณฑ์กับการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม	77
2.5.1 การวิเคราะห์ผลกระทบของวัสดุภัณฑ์ต่อสิ่งแวดล้อม	77
2.5.2 กลยุทธ์ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม	81
2.5.3 สรุปข้อมูลเบื้องต้นด้านบรรจุภัณฑ์กับการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการออกแบบ	83
2.6 ข้อมูลด้านวัสดุธรรมชาติและเทคโนโลยีของวัสดุที่ผลิตจากธรรมชาติ	84
2.6.1 วัสดุธรรมชาติภายในรีสอร์ท	84
2.6.2 เทคโนโลยีของวัสดุที่ผลิตจากธรรมชาติ	92
2.6.3 วิเคราะห์และสรุปตัวอย่างแนวทางการเลือกใช้วัสดุกับบรรจุภัณฑ์	96
2.7 ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี	99
2.7.1 สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง	99
2.7.2 สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	104
2.8 ข้อมูลด้านกฎหมาย	115
บทที่ 3 การพัฒนาการออกแบบ	117
3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ	117
3.1.1 ที่มาของโครงการและผลิตภัณฑ์	117
3.1.2 แนวความคิดของตราผลิตภัณฑ์ (Brand Concept) และแนวความคิดของผลิตภัณฑ์ (Product Concept)	118
3.1.3 ประเภทของผลิตภัณฑ์ และความต้องการของบรรจุภัณฑ์ในโครงการ	119
3.1.4 ระบบการจัดการบรรจุภัณฑ์ภายในโครงการ เพื่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน	122

	หน้า
3.2 การพัฒนาตราผลิตภัณฑ์	128
3.2.1 การพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ ครั้งที่ 1	128
3.2.2 การพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ ครั้งที่ 2	130
3.3 แนวความคิดและการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิก	134
3.3.1 แนวความคิดและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในขั้นตอนแบบร่าง ครั้งที่ 1	134
3.3.2 แนวความคิดและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในขั้นตอนแบบร่าง ครั้งที่ 2	143
3.3.3 แนวความคิดและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในขั้นตอนแบบร่าง ครั้งที่ 3	163
3.3.4 แนวความคิดและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในขั้นตอนพัฒนาแบบร่าง	202
3.3.5 แนวความคิดและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในขั้นตอนสุดท้าย	217
บทที่ 4 การนำเสนอผลงาน	225
4.1 ภาพถ่ายหุ่นจำลอง	225
4.2 ภาพถ่ายแผ่นนำเสนอผลงาน	231
4.3 คู่มือการใช้งานตราผลิตภัณฑ์ (CI Manual)	244
4.4 แบบแสดงรายละเอียดการผลิตบรรจุภัณฑ์ (Working Drawing)	244
4.5 แบบแสดงกราฟิก (Artwork)	244
บทที่ 5 บทสรุป	245
5.1 สรุปผลการออกแบบ	245
5.2 ข้อเสนอแนะของคณะกรรมการ	245
5.3 ข้อเสนอแนะของนักศึกษา	245
5.4 การปรับปรุงเพิ่มเติมจากข้อเสนอแนะ	246
 บรรณานุกรมและเอกสารอ้างอิง	 249
 ประวัติการศึกษา	 251
 ภาคผนวก	 252

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1-1 แสดงปริมาณงานของผลิตภัณฑ์ประเภทผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ (Natural Products)	5
ตารางที่ 1-2 แสดงปัญหา เงื่อนไขความต้องการและแนวทางการแก้ปัญหาด้านการตลาดและกลุ่มเป้าหมาย	11
ตารางที่ 1-3 แสดงคู่แข่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ธรรมชาติจากธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	11
ตารางที่ 1-4 แสดงคู่แข่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ธรรมชาติอื่นๆ ในท้องตลาด	12
ตารางที่ 1-5 แสดงลักษณะของคู่แข่งในท้องตลาด	13
ตารางที่ 1-6 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ประเภทผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ (Natural Products) และความต้องการของบรรจุภัณฑ์	16
ตารางที่ 1-7 แสดงวัสดุธรรมชาติในท้องถิ่น	20
ตารางที่ 1-8 แสดงเทคโนโลยีของวัสดุที่ผลิตจากธรรมชาติ	21
ตารางที่ 1-9 สรุปความต้องการของบรรจุภัณฑ์กับแนวทางการเลือกใช้วัสดุ	23
ตารางที่ 1-10 แสดงตัวอย่างแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์	25
ตารางที่ 1-11 แสดงแนวทางการประยุกต์ในการสร้างแรงบันดาลใจที่แสดงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	29
ตารางที่ 1-12 แสดงตัวอย่างการออกแบบจากแนวทางในตารางที่ 1-11	30
ตารางที่ 2-1 โครงการที่ผ่านการพิจารณา (ระบบผลิตความร้อน)	40
ตารางที่ 2-2 ผลิตภัณฑ์ของคำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ (Comsaed Natural Products) ในปัจจุบัน	48
ตารางที่ 2-3 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ และความต้องการของบรรจุภัณฑ์	53
ตารางที่ 2-4 แสดงข้อมูลของคู่แข่งทางการตลาด ที่นำเข้าจากต่างประเทศ	66
ตารางที่ 2-5 แสดงข้อมูลของคู่แข่งทางการตลาด ที่ผลิตในประเทศไทย ด้วยการผลิตแบบอุตสาหกรรม	68
ตารางที่ 2-6 แสดงข้อมูลของคู่แข่งทางการตลาด ที่ผลิตในประเทศไทย ด้วยการผลิตแบบภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือผลิตด้วยมือ	71
ตารางที่ 2-7 แสดงการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของคำแสดฯ กับผลิตภัณฑ์คู่แข่งทางการตลาด	73
ตารางที่ 2-8 แสดงต้นไม้ที่มีอยู่ภายในรีสอร์ท	84

	หน้า
ตารางที่ 2-9 แสดงวัสดุที่มีความเป็นไปได้ที่จะนำมาใช้งาน	90
ตารางที่ 2-10 แสดงเทคโนโลยีของวัสดุที่ผลิตจากธรรมชาติ	92
ตารางที่ 2-11 แสดงแนวทางการใช้วัสดุในแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์	97
ตารางที่ 3-1 ลักษณะทางกายภาพและความต้องการของบรรจุภัณฑ์ กลุ่ม Personal Care	120
ตารางที่ 3-2 ลักษณะทางกายภาพและความต้องการของบรรจุภัณฑ์ กลุ่ม Skin Treatment	120
ตารางที่ 3-3 ลักษณะทางกายภาพและความต้องการของบรรจุภัณฑ์ กลุ่ม Aroma Spa	121
ตารางที่ 3-4 ลักษณะทางกายภาพและความต้องการของบรรจุภัณฑ์ กลุ่มผลิตภัณฑ์บริโภค	121
ตารางที่ 3-5 ลักษณะทางกายภาพและความต้องการของบรรจุภัณฑ์ กลุ่มชุดผลิตภัณฑ์ ชุดของขวัญ	122
ตารางที่ 3-6 แบบร่างด้านการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติมาใช้กับบรรจุภัณฑ์และการ จัดการบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ครั้งที่ 1	134
ตารางที่ 3-7 แบบร่างด้านการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติมาใช้กับบรรจุภัณฑ์และการ จัดการบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ครั้งที่ 2	146
ตารางที่ 3-8 แบบร่างด้านการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติมาใช้กับบรรจุภัณฑ์และการ จัดการบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ครั้งที่ 3	164
ตารางที่ 3-9 การให้คะแนนพิจารณาเลือกแบบร่างด้านการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติมา ใช้กับบรรจุภัณฑ์และการจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม ครั้งที่ 3 กลุ่มบรรจุภัณฑ์ P1และP2	175
ตารางที่ 3-10 การให้คะแนนพิจารณาเลือกแบบร่างด้านการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติมา ใช้กับบรรจุภัณฑ์และการจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม ครั้งที่ 3 กลุ่มบรรจุภัณฑ์ S1	176
ตารางที่ 3-11 การให้คะแนนพิจารณาเลือกแบบร่างด้านการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติมา ใช้กับบรรจุภัณฑ์และการจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม ครั้งที่ 3 กลุ่มบรรจุภัณฑ์ A1	177
ตารางที่ 3-12 การให้คะแนนพิจารณาเลือกแบบร่างด้านการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติมา ใช้กับบรรจุภัณฑ์และการจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม ครั้งที่ 3 กลุ่มบรรจุภัณฑ์ S2 และE1	178
ตารางที่ 3-13 การให้คะแนนพิจารณาเลือกแบบร่างด้านการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติมา ใช้กับบรรจุภัณฑ์และการจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม ครั้งที่ 3 กลุ่มบรรจุภัณฑ์ A3	179
ตารางที่ 3-14 การให้คะแนนพิจารณาเลือกแบบร่างด้านการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติมา ใช้กับบรรจุภัณฑ์และการจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม ครั้งที่ 3 กลุ่มบรรจุภัณฑ์ E2 และS3	180
ตารางที่ 3-15 การให้คะแนนพิจารณาเลือกแบบร่างด้านการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติมา ใช้กับบรรจุภัณฑ์และการจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม ครั้งที่ 3 กลุ่มบรรจุภัณฑ์ P3	181
ตารางที่ 3-16 การให้คะแนนพิจารณาเลือกแบบร่างด้านการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติมา ใช้กับบรรจุภัณฑ์และการจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม ครั้งที่ 3 กลุ่มบรรจุภัณฑ์ A2	182

	หน้า
ตารางที่ 3-17 การให้คะแนนพิจารณาเลือกแบบร่างด้านการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติมา ใช้กับบรรจุภัณฑ์และการจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม ครั้งที่ 3 กลุ่มบรรจุภัณฑ์ A4	183
ตารางที่ 3-18 การให้คะแนนพิจารณาเลือกแบบร่างด้านการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติมา ใช้กับบรรจุภัณฑ์และการจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม ครั้งที่ 3 กลุ่มบรรจุภัณฑ์ G1	184
ตารางที่ 3-19 การให้คะแนนพิจารณาเลือกแบบร่างด้านภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ ครั้งที่ 3 แนวทางการออกแบบที่ 1 (Proportion)	189
ตารางที่ 3-20 การให้คะแนนพิจารณาเลือกแบบร่างด้านภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ ครั้งที่ 3 แนวทางการออกแบบที่ 2 (Rhythm)	190
ตารางที่ 3-21 การให้คะแนนพิจารณาเลือกแบบร่างด้านภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ ครั้งที่ 3 แนวทางการออกแบบที่ 3 (Balance)	191
ตารางที่ 3-22 การให้คะแนนพิจารณาเลือกแบบร่างด้านภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ ครั้งที่ 3 จากการจับคู่ส่วนของบรรจุภัณฑ์แบบที่ 3.4 และแบบที่ 3.10	193

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1-1 บรรยากาศภายในค้ำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท	1
ภาพที่ 1-2 Green Resort ปลูกต้นไม้ พืชผักเพื่อใช้ภายในรีสอร์ท	2
ภาพที่ 1-3 ผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบธรรมชาติ	2
ภาพที่ 1-4 แผนภูมิแสดงกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ธรรมชาติค้ำแสดฯ	10
ภาพที่ 1-5 ตราสัญลักษณ์ของค้ำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท	14
ภาพที่ 1-6 การใช้ตราสินค้าบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติของค้ำแสดฯที่ไม่เป็นระบบ	15
ภาพที่ 1-7 ไม้ที่เหลือใช้ในรีสอร์ท (1)	19
ภาพที่ 1-8 ไม้ที่เหลือใช้ในรีสอร์ท (2)	20
ภาพที่ 1-9 เศษใบไม้และหญ้า	20
ภาพที่ 2-1 ตราสัญลักษณ์ของค้ำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท	36
ภาพที่ 2-2 ตราผลิตภัณฑ์ของ Comsaed Natural Products ในปัจจุบัน	37
ภาพที่ 2-3 การจัดการขยะในโครงการบริหารจัดการขยะแบบครบวงจร	38
ภาพที่ 2-4 การจัดการในโครงการพลังงานสีเขียว หรือ พลังงานทดแทน	38
ภาพที่ 2-5 ผลิตภัณฑ์ในโครงการผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบธรรมชาติ	39
ภาพที่ 2-6 สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติในค้ำแสดฯ	39
ภาพที่ 2-7 บรรยากาศภายในห้องพัก River Wing	41
ภาพที่ 2-8 บรรยากาศภายในห้องพัก River Wing	41
ภาพที่ 2-9 บรรยากาศภายในห้องพัก Garden Wing	41
ภาพที่ 2-10 บรรยากาศภายในห้องพัก Mountain Wing	42
ภาพที่ 2-11 บรรยากาศภายในห้องพัก Team Plus	42
ภาพที่ 2-12 บรรยากาศภายนอกและในของบ้านพักส่วนตัว Family House	43
ภาพที่ 2-13 บรรยากาศที่พักแบบเต็นท์ท่ามกลางธรรมชาติ	43
ภาพที่ 2-14 บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ของค้ำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท	44
ภาพที่ 2-15 กิจกรรมวิถีไทย	45
ภาพที่ 2-16 กิจกรรมสืบทอดปิ่นนา	45
ภาพที่ 2-17 กิจกรรมลานสนุก	46
ภาพที่ 2-18 แสดงการวิเคราะห์กลุ่มตัวตนของแบรนด์ ของค้ำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท	47
ภาพที่ 2-19 Keywords และภาพแสดงบุคลิกภาพของค้ำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท	47
ภาพที่ 2-20 การจัดกลุ่มของผลิตภัณฑ์	56

	หน้า
ภาพที่ 2-21 สัญลักษณ์แทนลักษณะความต้องการของบรรจุภัณฑ์	57
ภาพที่ 2-22 การจัดกลุ่มของผลิตภัณฑ์กับความต้องการของบรรจุภัณฑ์	57
ภาพที่ 2-23 กลุ่มของผลิตภัณฑ์ธรรมชาติและความงามในท้องตลาด	65
ภาพที่ 2-24 แสดงคู่แข่งทางการตลาดหลักและรองของผลิตภัณฑ์ค้าปลีก	73
ภาพที่ 2-25 แผนภูมิแสดงช่องว่างและตำแหน่งของผลิตภัณฑ์	74
ภาพที่ 2-26 แผนภูมิแสดงการเปรียบเทียบผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายกับคู่แข่งทางการตลาด	75
ภาพที่ 2-27 แผนภูมิแสดงการเปรียบเทียบผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายกับคู่แข่งทางการตลาดหลัก	75
ภาพที่ 2-28 แผนภูมิแสดงการเปรียบเทียบผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายกับคู่แข่งทางการตลาดรอง	76
ภาพที่ 2-29 วงจรชีวิตของบรรจุภัณฑ์	77
ภาพที่ 2-30 แผนภูมิแสดงการประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม (Life Cycle Assessment : LCA) ในขั้นตอนการผลิตวัตถุดิบ	78
ภาพที่ 2-31 แผนภูมิแสดงการประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม (Life Cycle Assessment : LCA) ในขั้นตอนการผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์	79
ภาพที่ 2-32 แผนภูมิแสดงการประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม (Life Cycle Assessment : LCA) ในขั้นตอนการกำจัดทิ้งหลังใช้	80
ภาพที่ 2-33 แผนภูมิแสดงการประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม (Life Cycle Assessment : LCA) ในวงจรชีวิตของบรรจุภัณฑ์	81
ภาพที่ 2-34 ส่วนประกอบของบรรจุภัณฑ์	96
ภาพที่ 2-35 สะพานข้ามแม่น้ำแคว	99
ภาพที่ 2-36 มุมมองภายในสะพานข้ามแม่น้ำแคว	100
ภาพที่ 2-37 ทางรถไฟสายมรณะ หรือทางรถไฟสายพม่า	101
ภาพที่ 2-38 ล่องแพ (1)	102
ภาพที่ 2-39 ล่องแพ (2)	102
ภาพที่ 2-40 สะพานไม้ที่ยาวที่สุดในประเทศไทย	103
ภาพที่ 2-41 สะพานมอญ	104
ภาพที่ 2-42 หินย้อยในถ้ำดาวดิงส์	105
ภาพที่ 2-43 หินงอกหินย้อยในถ้ำละว้า	105
ภาพที่ 2-44 น้ำตกไทรโยคน้อย	106
ภาพที่ 2-45 น้ำตกไทรโยคเล็ก	106
ภาพที่ 2-46 น้ำตกไทรโยคใหญ่	107
ภาพที่ 2-47 เส้นทางศึกษาธรรมชาติ	107

หน้า

ภาพที่ 2-48 จุดชมทิวทัศน์เขาขาด	108
ภาพที่ 2-49 เนินเสาธง	109
ภาพที่ 2-50 จุดชมทิวทัศน์เขาใหญ่	110
ภาพที่ 2-51 อ่างเก็บน้ำเขื่อนวชิราลงกรณ	110
ภาพที่ 2-52 เมืองบาดาล	111
ภาพที่ 2-53 ภายในถ้ำเนรมิต	112
ภาพที่ 2-54 น้ำตกห้วยแม่ขมิ้น	112
ภาพที่ 2-55 ภายในถ้ำธารลอดใหญ่	113
ภาพที่ 2-56 น้ำตกเอราวัณ	113
ภาพที่ 3-1 Brand Concept และ Product Concept	118
ภาพที่ 3-2 กลุ่มของผลิตภัณฑ์ตามลักษณะการใช้งานผลิตภัณฑ์	119
ภาพที่ 3-3 แนวคิด 3R กับการจัดการบรรจุภัณฑ์	123
ภาพที่ 3-4 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ในปัจจุบันและอนาคตที่ออกแบบขึ้น	126
ภาพที่ 3-5 ความสัมพันธ์ด้าน People	126
ภาพที่ 3-6 ความสัมพันธ์ด้าน Planet	127
ภาพที่ 3-7 ความสัมพันธ์ด้าน Profit	127
ภาพที่ 3-8 แสดงการเปรียบเทียบเพื่อหาเอกลักษณ์ร่วมจากตราของรีสอร์ทและตรา ของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในปัจจุบัน	128
ภาพที่ 3-9 แบบร่างตราผลิตภัณฑ์ ครั้งที่ 1	129
ภาพที่ 3-10 พัฒนตราผลิตภัณฑ์ ครั้งที่ 1	129
ภาพที่ 3-11 แบบร่างตราผลิตภัณฑ์ ครั้งที่ 2 แนวทางธรรมชาติ	130
ภาพที่ 3-12 แบบร่างตราผลิตภัณฑ์ ครั้งที่ 2 แนวทางความยั่งยืน	131
ภาพที่ 3-13 แบบร่างตราผลิตภัณฑ์ ครั้งที่ 2 แนวทางธรรมชาติรวมกับความยั่งยืน	131
ภาพที่ 3-14 ตราผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการวิเคราะห์เลือกแบบตามเกณฑ์ที่กำหนด	132
ภาพที่ 3-15 การเลือกใช้ตัวอักษรในรูปแบบต่างๆ	132
ภาพที่ 3-16 ตราผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาใหม่	133
ภาพที่ 3-17 แสดงแรงบันดาลใจในการสร้างแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์	136
ภาพที่ 3-18 แบบร่างภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 1 แนวทางการออกแบบที่ 1	137
ภาพที่ 3-19 แบบร่างภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 1 แนวทางการออกแบบที่ 2	137

หน้า

ภาพที่ 3-20 แบบร่างภาพลักษณะของบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 1 แนวทางการออกแบบที่ 3	138
ภาพที่ 3-21 แบบบรรจุภัณฑ์ที่พิจารณาเลือกมาในการออกแบบครั้งที่ 1	139
ภาพที่ 3-22 แนวทางในการออกแบบกราฟิกและการสื่อสารครั้งที่ 1	139
ภาพที่ 3-23 แบบร่างกราฟิกและการสื่อสารครั้งที่ 1 แนวทางการออกแบบที่ 1	140
ภาพที่ 3-24 แบบร่างกราฟิกและการสื่อสารครั้งที่ 1 แนวทางการออกแบบที่ 2	140
ภาพที่ 3-25 แบบร่างกราฟิกและการสื่อสารครั้งที่ 1 แนวทางการออกแบบที่ 3	141
ภาพที่ 3-26 แบบกราฟิกและการสื่อสารที่พิจารณาเลือกมาในการออกแบบครั้งที่ 1	142
ภาพที่ 3-27 ภาพรวมของการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกครั้งที่ 1 ของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ	142
ภาพที่ 3-28 กลุ่มบรรจุภัณฑ์ที่ใช้งานร่วมกับผลิตภัณฑ์ ใช้งานประจำ เหมาะสำหรับการเติมผลิตภัณฑ์ (Refillable)	143
ภาพที่ 3-29 กลุ่มบรรจุภัณฑ์ที่ใช้งานร่วมกับผลิตภัณฑ์ สามารถเก็บรักษาให้ใช้นาน	144
ภาพที่ 3-30 กลุ่มบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วทิ้ง หรือใช้ซ้ำในระยะสั้น	145
ภาพที่ 3-31 การวิเคราะห์ภาพลักษณะของผู้ผลิตและผลิตภัณฑ์	153
ภาพที่ 3-32 แนวความคิดในการออกแบบด้านภาพลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ครั้งที่ 2	154
ภาพที่ 3-33 แรงบันดาลใจในการออกแบบภาพลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ครั้งที่ 2 แนวทางการออกแบบที่ 1	154
ภาพที่ 3-34 แบบร่างภาพลักษณะของบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 2 แนวทางการออกแบบที่ 1	155
ภาพที่ 3-35 แรงบันดาลใจในการออกแบบภาพลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ครั้งที่ 2 แนวทางการออกแบบที่ 2	155
ภาพที่ 3-36 แบบร่างภาพลักษณะของบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 2 แนวทางการออกแบบที่ 2	156
ภาพที่ 3-37 แรงบันดาลใจในการออกแบบภาพลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ครั้งที่ 2 แนวทางการออกแบบที่ 3	156
ภาพที่ 3-38 แบบร่างภาพลักษณะของบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 2 แนวทางการออกแบบที่ 3	157
ภาพที่ 3-39 แบบบรรจุภัณฑ์ที่พิจารณาเลือกมาในการออกแบบครั้งที่ 2	157
ภาพที่ 3-40 แนวความคิดในการออกแบบด้านกราฟิกและการสื่อสาร ครั้งที่ 2	158

หน้า

ภาพที่ 3-41 แรบบันดาลใจในการออกแบบกราฟิกและการสื่อสาร ครั้งที่ 2 แนวทางการออกแบบที่ 1	159
ภาพที่ 3-42 แบบร่างภาพลักษณ์กราฟิกและการสื่อสารครั้งที่ 2 แนวทางการออกแบบที่ 1 และแสดงกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์รูปแบบต่างๆ ในโครงการ	159
ภาพที่ 3-43 ตัวอย่างการแสดงข้อมูลเพื่อการสื่อสารบนฉลาก	160
ภาพที่ 3-44 แรบบันดาลใจในการออกแบบกราฟิกและการสื่อสาร ครั้งที่ 2 แนวทางการออกแบบที่ 2	160
ภาพที่ 3-45 แบบร่างภาพลักษณ์กราฟิกและการสื่อสารครั้งที่ 2 แนวทางการออกแบบที่ 2 และแสดงกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์รูปแบบต่างๆ ในโครงการ	161
ภาพที่ 3-46 แรบบันดาลใจในการออกแบบกราฟิกและการสื่อสาร ครั้งที่ 2 แนวทางการออกแบบที่ 3	161
ภาพที่ 3-47 แบบร่างภาพลักษณ์กราฟิกและการสื่อสารครั้งที่ 2 แนวทางการออกแบบที่ 3 และแสดงกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์รูปแบบต่างๆ ในโครงการ	162
ภาพที่ 3-48 แจกแจงวัสดุธรรมชาติและการแปรรูป	163
ภาพที่ 3-49 ภาพรวมของบรรจุภัณฑ์ด้านการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติมาใช้กับบรรจุภัณฑ์และการจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม ครั้งที่ 3 ของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ	185
ภาพที่ 3-50 แนวความคิดในการออกแบบด้านภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ ครั้งที่ 3	185
ภาพที่ 3-51 แบบร่างภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 3 แนวทางการออกแบบที่ 1	186
ภาพที่ 3-52 แบบร่างภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 3 แนวทางการออกแบบที่ 2	187
ภาพที่ 3-53 แบบร่างภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 3 แนวทางการออกแบบที่ 3	188
ภาพที่ 3-54 แบบบรรจุภัณฑ์ที่ผ่านการพิจารณาในการออกแบบครั้งที่ 3	191
ภาพที่ 3-55 วิเคราะห์แยกโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ออกเป็น 3 ส่วน	192
ภาพที่ 3-56 โครงสร้างที่เกิดจากการจับคู่ในแต่ละส่วนเข้าด้วยกัน	192
ภาพที่ 3-57 แบบบรรจุภัณฑ์สุดท้ายที่ผ่านการพิจารณาในการออกแบบครั้งที่ 3	193
ภาพที่ 3-58 ภาพรวมของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ครั้งที่ 3 ของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ	194
ภาพที่ 3-59 สีที่ใช้ในกราฟิก สำหรับผลิตภัณฑ์ในโครงการ	195
ภาพที่ 3-60 แบบร่างภาพลักษณ์กราฟิกและการสื่อสารครั้งที่ 3 แนวทางการออกแบบที่ 1	196
ภาพที่ 3-61 แบบร่างภาพลักษณ์กราฟิกและการสื่อสารครั้งที่ 3 แนวทางการออกแบบที่ 2	196
ภาพที่ 3-62 แบบร่างภาพลักษณ์กราฟิกและการสื่อสารครั้งที่ 3 แนวทางการออกแบบที่ 3	197

	หน้า
ภาพที่ 3-63 แบบร่างภาพลักษณะกราฟิกและการสื่อสารครั้งที่ 3 ที่ผ่านการพิจารณา คัดเลือกพร้อมแสดงข้อมูลต่างๆ บนฉลาก	198
ภาพที่ 3-64 แบบร่างภาพลักษณะกราฟิกและการสื่อสารครั้งที่ 3 ที่ผ่านการพิจารณา คัดเลือกพร้อมแสดงข้อมูลต่างๆ บนฉลาก ในแต่ละผลิตภัณฑ์ที่มีกลิ่นหรือวัตถุดิบที่ ต่างกัน	198
ภาพที่ 3-65 แบบร่างเพื่อกำหนดขนาดเบื้องต้น เพื่อจัดทำหุ่นจำลองต้นแบบของ ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ จากแบบร่างครั้งที่ 3	199
ภาพที่ 3-66 หุ่นจำลองต้นแบบและกราฟิกของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ (1) จากแบบร่างครั้งที่ 3	200
ภาพที่ 3-67 หุ่นจำลองต้นแบบและกราฟิกของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ (2) จากแบบร่างครั้งที่ 3	200
ภาพที่ 3-68 แนวทางการนำวัสดุธรรมชาติมาตกแต่งหรือนำมาใช้เพื่อการสื่อสารบน บรรจุภัณฑ์	202
ภาพที่ 3-69 แนวความคิดในการออกแบบ ในขั้นตอนพัฒนาแบบร่าง	203
ภาพที่ 3-70 แนวทางการออกแบบที่ 1 ในการพัฒนาแบบร่าง	204
ภาพที่ 3-71 แบบร่างบรรจุภัณฑ์และกราฟิกแนวทางการออกแบบที่ 1 ในการพัฒนา แบบร่าง	205
ภาพที่ 3-72 แนวทางการออกแบบที่ 2 ในการพัฒนาแบบร่าง	206
ภาพที่ 3-73 แบบร่างบรรจุภัณฑ์และกราฟิกแนวทางการออกแบบที่ 2 ในการพัฒนา แบบร่าง	207
ภาพที่ 3-74 แนวทางการออกแบบที่ 3 ในการพัฒนาแบบร่าง	208
ภาพที่ 3-75 แบบร่างบรรจุภัณฑ์และกราฟิกแนวทางการออกแบบที่ 3 ในการพัฒนา แบบร่าง	208
ภาพที่ 3-76 แบบร่างบรรจุภัณฑ์ที่ผ่านการพิจารณา ในการพัฒนาแบบร่าง	209
ภาพที่ 3-77 แบบร่างกราฟิกที่ผ่านการพิจารณา ในการพัฒนาแบบร่าง	210
ภาพที่ 3-78 การพัฒนาแบบร่างบรรจุภัณฑ์ที่ผ่านการพิจารณาเพิ่มเติม ก่อนทำหุ่น จำลองแบบ	211
ภาพที่ 3-79 ขนาดสัดส่วนของบรรจุภัณฑ์เพื่อการทำหุ่นจำลองแบบ ในภาพรวมของผลิตภัณฑ์ในโครงการ	212
ภาพที่ 3-80 การพัฒนาแบบร่างกราฟิกและการใช้วัสดุธรรมชาติที่ผ่านการพิจารณา เพิ่มเติมก่อนทำหุ่นจำลองแบบ	212
ภาพที่ 3-81 การพัฒนาแบบร่างกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ชั้นนอก เพิ่มเติมก่อนทำหุ่น จำลองแบบ	213

หน้า

ภาพที่ 3-82 หุ่นจำลองต้นแบบและกราฟิกของผลิตภัณฑ์ในโครงการ จากการพัฒนาแบบร่าง	214
ภาพที่ 3-83 หุ่นจำลองต้นแบบและกราฟิกของผลิตภัณฑ์ในโครงการ จากการพัฒนาแบบร่าง (บรรจุภัณฑ์ในบรรจุภัณฑ์ชั้นนอก)	214
ภาพที่ 3-84 หุ่นจำลองต้นแบบและกราฟิกของผลิตภัณฑ์ในโครงการ จากการพัฒนาแบบร่าง (ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ชั้นนอกด้านหน้าและขวา)	215
ภาพที่ 3-85 หุ่นจำลองต้นแบบและกราฟิกของผลิตภัณฑ์ในโครงการ จากการพัฒนาแบบร่าง (ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ชั้นนอกด้านหลังและซ้าย)	215
ภาพที่ 3-86 แนวความคิดในการออกแบบขั้นสุดท้าย	217
ภาพที่ 3-87 แบบร่างบรรจุภัณฑ์และกราฟิกแนวทางการออกแบบที่ 1 ในขั้นตอนสุดท้าย	218
ภาพที่ 3-88 แบบร่างบรรจุภัณฑ์และกราฟิกแนวทางการออกแบบที่ 2 ในขั้นตอนสุดท้าย	219
ภาพที่ 3-89 แบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกที่ผ่านการพิจารณา	220
ภาพที่ 3-90 ทดลองปรับเปลี่ยนฝาของบรรจุภัณฑ์	220
ภาพที่ 3-91 การพัฒนาแบบร่างกราฟิกและการสื่อสาร ในขั้นตอนสุดท้าย	221
ภาพที่ 3-92 สถานที่ท่องเที่ยวที่จะใช้ในการประชาสัมพันธ์ร่วมกับบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ในโครงการ	222
ภาพที่ 3-93 ตัวอย่างแบบสุดท้ายของกราฟิกและการสื่อสาร	222
ภาพที่ 3-94 ตัวอย่างแบบป้ายคล้องจากเศษท่อนไม้เพื่อการสื่อสารร่วมกับบรรจุภัณฑ์	223
ภาพที่ 3-95 ตัวอย่างคอขวดจากเศษท่อนไม้เพื่อการแบ่งแยกกลุ่มของผลิตภัณฑ์	223
ภาพที่ 3-96 ขนาดสัดส่วนของบรรจุภัณฑ์โดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์ในโครงการ	224
ภาพที่ 3-97 หุ่นจำลองต้นแบบเพื่อการศึกษาขนาดสัดส่วน	224
ภาพที่ 4-1 ภาพถ่ายรวมผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ	225
ภาพที่ 4-2 ภาพถ่ายรวมผลิตภัณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด (Personal Care)	226
ภาพที่ 4-3 ภาพถ่ายรวมผลิตภัณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์บำรุงผิว (Skin Treatment)	226
ภาพที่ 4-4 ภาพถ่ายรวมผลิตภัณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อความผ่อนคลาย (Aroma Spa)	227
ภาพที่ 4-5 ภาพถ่ายรวมผลิตภัณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์บริโภคน้ำดื่ม	228
ภาพที่ 4-6 ภาพถ่ายรวมผลิตภัณฑ์ชุดของขวัญ	229
ภาพที่ 4-7 ภาพถ่ายการนำเสนอผลงานขั้นสุดท้าย (1)	229
ภาพที่ 4-8 ภาพถ่ายการนำเสนอผลงานขั้นสุดท้าย (2)	230
ภาพที่ 4-9 ภาพถ่ายการนำเสนอผลงานขั้นสุดท้าย (3)	230

	หน้า
ภาพที่ 4-10 แผ่นนำเสนอผลงานด้านความเป็นมา สถานที่จัดจำหน่าย ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย คู่แข่งทางการตลาด และสิ่งที่ต้องการสื่อสารไปยังผู้บริโภค	232
ภาพที่ 4-11 แผ่นนำเสนอผลงานด้านการจำลองสถานการณ์การจัดจำหน่ายเพื่อกำหนดสิ่งที่จะออกแบบ และการวิเคราะห์แนวความคิดของผู้ผลิตและผลิตภัณฑ์	233
ภาพที่ 4-12 แผ่นนำเสนอผลงานการปรับปรุงพัฒนาตราผลิตภัณฑ์	234
ภาพที่ 4-13 แผ่นนำเสนอผลงานการวิเคราะห์และออกแบบรูปแบบการจัดจำหน่าย และการจัดการบรรจุภัณฑ์ภายในโครงการ	235
ภาพที่ 4-14 แผ่นนำเสนอผลงานผลิตภัณฑ์ภายในโครงการ และความต้องการในการออกแบบ	236
ภาพที่ 4-15 แผ่นนำเสนอผลงานด้านแนวความคิดในการออกแบบ และการพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์	237
ภาพที่ 4-16 แผ่นนำเสนอผลงานด้านการพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการนำวัสดุธรรมชาติมาใช้ร่วมกับบรรจุภัณฑ์	238
ภาพที่ 4-17 แผ่นนำเสนอผลงานด้านการพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของแต่ละผลิตภัณฑ์ในโครงการ	239
ภาพที่ 4-18 แผ่นนำเสนอผลงานด้านการพัฒนาการออกแบบกราฟิก	240
ภาพที่ 4-19 แผ่นนำเสนอผลงานด้านการพัฒนาการออกแบบกราฟิกและภาพหุ่นจำลองผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ	241
ภาพที่ 4-20 แผ่นนำเสนอผลงานการออกแบบสื่อส่งเสริมการขาย	242
ภาพที่ 4-21 แผ่นนำเสนอผลงานการออกแบบสถานที่จัดจำหน่าย	243
ภาพที่ 5-1 ตัวอย่างการจัดวางฉลากแบบฟิล์มหัด	246
ภาพที่ 5-2 ตัวอย่างการจัดวางฉลากแบบ 2 ชั้น 2 ด้าน	247
ภาพที่ 5-3 การปรับปรุงขนาดชิ้นส่วนในแบบแสดงรายละเอียดการผลิตบรรจุภัณฑ์	247
ภาพที่ 5-4 การปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ลูกประคบ	248

สารบัญแผนผัง

	หน้า
แผนผังที่ 3-1 แผนผังการจัดการระบบในปัจจุบัน	124
แผนผังที่ 3-2 แผนผังการจัดการระบบที่ออกแบบสำหรับอนาคต	124
แผนผังที่ 3-3 แผนผังการจัดการระบบในปัจจุบันโดยย่อ	125
แผนผังที่ 3-4 แผนผังการจัดการระบบที่ออกแบบสำหรับอนาคตโดยย่อ	125

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีธรรมชาติอันอุดมสมบูรณ์ ทำให้แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ นับเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นของประเทศไทย อาทิเช่น ภูเขา ผืนป่า แม่น้ำ น้ำตก หาดทราย ชายทะเล โถงถ้ำ ทุ่งดอกไม้ น้ำพุร้อน เป็นต้น อันเป็นการส่งผลให้เกิดธุรกิจด้านการท่องเที่ยวทางธรรมชาติขึ้นมากมาย เพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ

คำแสด ริเวอร์ แคว รีสอร์ท ธุรกิจโรงแรมที่มีความโดดเด่นแห่งหนึ่งของภาคตะวันตก ตั้งอยู่ท่ามกลางธรรมชาติ ผืนป่า และแม่น้ำแควใหญ่ ในจังหวัดกาญจนบุรี มีพื้นที่กว้างขวางกว่า 100 ไร่ มีกิจกรรมและบริการต่างๆ มากมาย เพื่อให้บริการแก่ผู้ที่มาพัก อาทิ กิจกรรมสำหรับเด็ก การจัดเลี้ยง กิจกรรมกลุ่ม บริการสปา บริการห้องอาหาร เป็นต้น อีกทั้งคำแสดฯยังเป็นองค์กรธุรกิจตัวอย่างที่ช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (Green Resort) เป็นผลให้รีสอร์ทมีระบบนิเวศที่อุดมสมบูรณ์ จากต้นไม้ใหญ่กว่า 4,000 ต้น และได้มีการก่อตั้งโครงการ เราชักโลก (We save the Earth Project) ขึ้น ซึ่งได้แนวทางมาจากพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงในการพึ่งพาตัวเอง ต่อมาในปีพ.ศ.2553 คำแสดฯได้ต่อยอดพัฒนาโครงการมากมาย และประสบความสำเร็จอย่างดียิ่ง จนกลายมาเป็นสถานีวิจัยการเรียนรู้ด้านพลังงาน และในอีกส่วนหนึ่งนั้น ได้แบ่งการดำเนินงานต่างๆ ออกเป็นทั้งหมด 4 กลุ่มโครงการหลัก ได้แก่ โครงการบริหารจัดการขยะแบบครบวงจร โครงการพลังงานสีเขียวหรือพลังงานทดแทน โครงการผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบธรรมชาติ และโครงการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติในอาณาบริเวณรีสอร์ท โดยโครงการต่างๆ มีจุดเริ่มต้นมาจากคำแสดฯประสบกับปัญหามากมาย ไม่ว่าจะเป็นภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ เหตุการณ์ 911 ในต่างประเทศ วิกฤติการณ์โรคซาร์ ผลพวงจากสึนามิ ข่าวลือว่าเขื่อนศรีนครินทร์มีรอยร้าวและกำลังจะแตก วิกฤติเศรษฐกิจโลก และปัญหาการเมืองในประเทศ ทุกปัญหาล้วนส่งผลกระทบต่อธุรกิจท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี การแก้ปัญหาในช่วงแรก คือ การปรับพนักงานออก ลดค่าใช้จ่าย ตัดสวัสดิการและเงินเดือน ซึ่งทั้งหมดเป็นเพียงการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ให้ผลเร็วในระยะสั้นแต่ก่อความเสียหายในระยะยาวทางคำแสดฯ จึงได้หาวิธีแก้ปัญหาใหม่ โดยนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ ตั้งต้นด้วยสามเรื่องหลัก คือ ประหยัดค่าใช้จ่าย สร้างความมั่นคง และพึ่งตนเอง^[1]



ภาพที่ 1-1 บรรยากาศภายในคำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท



ภาพที่ 1-2 Green Resort ปลูกลงต้นไม้ พืชผักเพื่อใช้ภายในรีสอร์ท

จากโครงการต่างๆ ที่จัดตั้งขึ้นมานั้น ในที่นี้ขอกล่าวถึงโครงการผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบธรรมชาติ เนื่องจากคำแสดฯได้มีการปลูกลงไม้มากมายหลากหลายพันธุ์ เฉพาะอย่างยิ่งดอกไม้หอม นานาชนิด เมื่อดอกไม้หอมร่วงหล่นตามพื้นและเป็นขยะที่จะต้องกวาดทิ้ง ทางคำแสดฯจึงนำดอกไม้เหล่านี้มาคัดแปลงจนกลายเป็นทรัพย์สินที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร (Trash to Treasure) โดยนำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ สร้างความสดชื่นและความงาม ซึ่งแรกเริ่มผลิตภัณฑ์นี้ถูกนำไปใช้ในส่วนของสปาและให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักภายในรีสอร์ท ซึ่งได้รับความสนใจจากลูกค้าที่มาพักเป็นอย่างมาก ส่งผลให้มีลูกค้าขอซื้อผลิตภัณฑ์เหล่านี้กลับไปใช้ต่อที่บ้าน เมื่อมีลูกค้ามาขอซื้อจำนวนมากขึ้นๆ ทางคำแสดฯจึงได้มีการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายในร้านค้าของรีสอร์ท ต่อมาได้วางจำหน่ายที่ร้านโกลเด้น เพลสทั้งหมด 5 สาขา ร้านสหกรณ์กรุงเทพฯ ห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง และเริ่มขยายไปจำหน่ายที่ซูเปอร์มาร์เก็ตในเครือของห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์กรุ๊ป^[2]



ภาพที่ 1-3 ผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบธรรมชาติ

จากที่ได้กล่าวมาคำแสดฯ ได้เปลี่ยนตัวเองจากธุรกิจการท่องเที่ยวทั่วไป กลายมาเป็นธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อมอย่างครบวงจร ที่ให้ความสำคัญกับการพึ่งพาตนเอง และถ่ายทอดความรู้หรือแนวความคิดต่างๆ ให้กับลูกค้าที่มาพัก ซึ่งปัจจุบันมีธุรกิจการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมหลากหลายธุรกิจ ตัวอย่างเช่น เขาค้อทะเลภูริสอร์ทเป็นการทำธุรกิจการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่มีการปลูกสมุนไพรภายในบริเวณรีสอร์ท และนำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ออกจำหน่าย อีกธุรกิจหนึ่งที่น่าสนใจคือธุรกิจการทำเกษตรอินทรีย์ที่กลายมาเป็นธุรกิจท่องเที่ยวทางการเกษตรอย่างไรก็ดีและไร่ปลูกรัก ซึ่งเน้นการถ่ายทอดวิถีชีวิตในการทำเกษตรอินทรีย์ให้กับผู้ที่สนใจ และมีการนำผลผลิตทางการเกษตรมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อการจำหน่ายด้วย นอกจากนี้ธุรกิจการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมแล้ว ยังมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบธรรมชาติปลอดสารพิษหรือผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกเกิดขึ้นอีกจำนวนมากในท้องตลาด ส่งผลให้เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้นในธุรกิจการท่องเที่ยวและตลาดผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ ซึ่งคำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท มีศักยภาพในด้านการทำธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อมที่โดดเด่นกว่าธุรกิจการท่องเที่ยวอื่นๆ แต่ในด้านตลาดของผลิตภัณฑ์ธรรมชาติแล้ว ถือได้ว่าผลิตภัณฑ์ของคำแสดฯ เป็นน้องใหม่ในท้องตลาด ดังนั้นเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติที่น่าออกมาจำหน่ายนั้นสามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์คู่แข่งในท้องตลาดได้ การออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจึงมีส่วนเข้ามาช่วยในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ โดยนำศักยภาพและแนวความคิด “การพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน ด้วยการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม” ของคำแสดฯ เข้ามาประยุกต์ใช้ในการออกแบบ เพื่อสร้างความแตกต่างจากบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติรูปแบบเดิม ให้เป็นที่จดจำของผู้บริโภค และเป็นการนำเสนอแนวทางในการออกแบบที่ช่วยประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคสนใจในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของคำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท และการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี รวมไปถึงเป็นการสนับสนุนให้คำแสดฯ สามารถเป็นตัวอย่างในด้านการดำเนินธุรกิจเชิงอนุรักษ์แบบยั่งยืนด้วยการพึ่งพาตนเองให้แก่ผู้บริโภคหรือผู้ประกอบการรายอื่นได้ศึกษาต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกที่แสดงออกถึงอัตลักษณ์ของคำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท ภายใต้แนวความคิดการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน ด้วยการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นการใช้วัสดุธรรมชาติในท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

1.2.2 เพื่อนำเสนอแนวทางในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของคำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท และจังหวัดกาญจนบุรี ผ่านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิก

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

1.3.1 ขอบเขตด้านคุณภาพ

1.3.1.1 ด้านการสร้างอัตลักษณ์ของตราสินค้า

วางโครงสร้างตราสินค้าของคำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท ให้มีระบบและรูปแบบที่ชัดเจน เพื่อสื่อสารบุคลิกภาพของแบรนด์ออกมาให้ผู้บริโภคเข้าใจและเกิดการจดจำ เพื่อนำไปใช้บนบรรจุภัณฑ์หรือสื่อส่งเสริมการขายต่างๆ เพื่อแสดงคุณค่าของผลิตภัณฑ์และให้ผู้บริโภคจดจำและเข้าถึงตัวผลิตภัณฑ์ได้ง่ายและเข้าใจมากยิ่งขึ้น

1.3.1.2 ด้านโครงสร้าง การใช้งาน และการสื่อสารความหมายของบรรจุภัณฑ์และกราฟิก

ออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ ที่สามารถแสดงถึงอัตลักษณ์ของคำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท โดยคำนึงถึงการออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม ด้วยวัสดุจากธรรมชาติในท้องถิ่น คำนึงถึงการผลิต การบรรจุ การปกป้องสินค้า การขนส่ง การขาย การเก็บรักษาและการอำนวยความสะดวก ทั้งต่อผู้ขายและผู้บริโภคในด้านหลักสี่ระศาสตร์ในการใช้งาน รวมไปถึงการสื่อความหมายของบรรจุภัณฑ์และกราฟิกต่อผู้บริโภคเมื่อสินค้าวางอยู่บนชั้นวางสินค้าร่วมกับผลิตภัณฑ์อื่นๆ ในท้องตลาด ให้สามารถแสดงออกถึงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของคำแสดฯและจังหวัดกาญจนบุรี

1.3.2 ขอบเขตด้านปริมาณ

1.3.2.1 ปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์



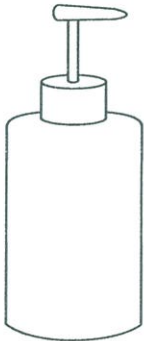

1.3.2.2 ออกแบบส่วนส่งเสริมการขาย

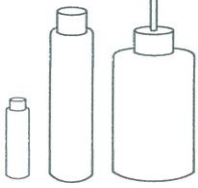


- ร้านค้าปลีกภายในรีสอร์ทและห้างสรรพสินค้า
- ชั้นวางสินค้าในห้างสรรพสินค้า
- สื่อสิ่งพิมพ์ในสำนักงานของรีสอร์ท (ส่วนของผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ) เช่น นามบัตร, จดหมายระหว่างองค์กร เป็นต้น
- โฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น นิตยสาร, ป้ายโฆษณา, เว็บไซต์ เป็นต้น




1.3.2.3 คู่มือการใช้ตราผลิตภัณฑ์


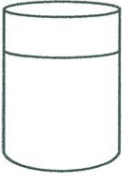
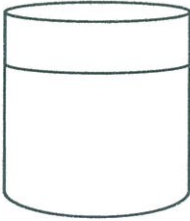
1.3.2.4 ออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิก โดยสามารถแจกแจงได้ดังตารางที่ 1-1

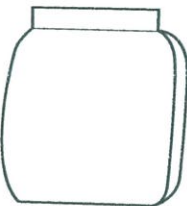

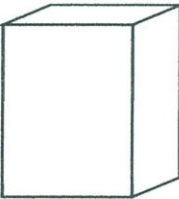
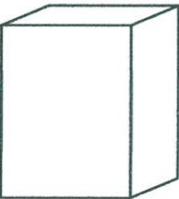
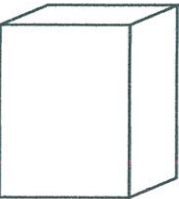
ตารางที่ 1-1 แสดงปริมาณงานของผลิตภัณฑ์ประเภทผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ (Natural Products)

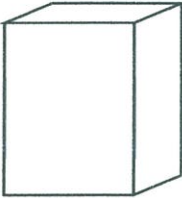
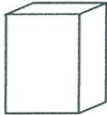
รายการผลิตภัณฑ์			บรรจุภัณฑ์		ปริมาณงาน
ประเภท	กลิ่น	ขนาด	ประเภท	รูปแบบ	
น้ำหอม	ดอกปีบ	10 ml	Primary Packaging		1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟิก
			Secondary Packaging		1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟิก
เจลล้างมือ	ดอกปีบ	250 ml	Primary Packaging		1 โครงสร้าง 1 ขนาด 4 กราฟิก
	กุหลาบ				
	ดอกโมก				
	ดอกสีลาวดี				
เจลอาบน้ำ	ดอกปีบ	60 ml 250 ml 1,000 ml	Primary Packaging		1 โครงสร้าง 3 ขนาด 4 กราฟิก
	กุหลาบ				
	ดอกโมก				
	ดอกสีลาวดี				

รายการผลิตภัณฑ์			บรรจุภัณฑ์		ปริมาณงาน
ประเภท	กลิ่น	ขนาด	ประเภท	รูปแบบ	
แชมพู	ใบหมี่	60 ml 250 ml 1,000 ml	Primary Packaging		1 โครงสร้าง 3 ขนาด 2 กราฟิก
ครีมนวดผม					
เกลือขัดผิว	ไพล	300 g	Primary Packaging		1 โครงสร้าง 1 ขนาด 3 กราฟิก
	ขมิ้น				
	มะกรูด				
น้ำมันบำรุงผิว	ดอกปีป	100 ml	Primary Packaging		1 โครงสร้าง 1 ขนาด 4 กราฟิก
	กุหลาบ				
	ดอกโมก				
	ดอกลีลาวดี				

รายการผลิตภัณฑ์			บรรจุภัณฑ์		ปริมาณงาน
ประเภท	กลิ่น	ขนาด	ประเภท	รูปแบบ	
น้ำมันหอม ระเหย	ส้ม	15 cc	Primary Packaging		1 โครงสร้าง 1 ขนาด 4 กราฟิก
	ยูคาลิปตัส				
	ตะไคร้		Secondary Packaging		
	กุหลาบ				
น้ำมันนวด	สมุนไพร	100 ml	Primary Packaging		1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟิก

รายการผลิตภัณฑ์			บรรจุภัณฑ์		ปริมาณงาน
ประเภท	กลิ่น	ขนาด	ประเภท	รูปแบบ	
สบู่ก้อน	ฟิงค์ โดมอนด์	100 g	Primary Packaging		1 โครงสร้าง 1 ขนาด 2 กราฟิก
	คอลลาเจน ทองคำ		Secondary Packaging		1 โครงสร้าง 1 ขนาด 2 กราฟิก
ยาลม่อง	เสลด ฟิงพอน	20 g	Primary Packaging		1 โครงสร้าง 2 ขนาด 1 กราฟิก
		60 g	Secondary Packaging		1 โครงสร้าง 2 ขนาด 1 กราฟิก
ชา	ดอกปีบ	150 g	Primary Packaging		1 โครงสร้าง 1 ขนาด 3 กราฟิก
	ตะไคร้				
	ใบเตย				

รายการผลิตภัณฑ์			บรรจุภัณฑ์		ปริมาณงาน
ประเภท	กลิ่น	ขนาด	ประเภท	รูปแบบ	
ชา (ชนิดเต็ม)	ดอกปีบ	100 g	Primary Packaging		1 โครงสร้าง 1 ขนาด 3 กราฟิก
	ตะไคร้				
	ใบเตย				
ลูกประคบ	สมุนไพร	100 g	Primary Packaging		1 โครงสร้าง 2 ขนาด 1 กราฟิก
		150 g			
ชุดขวัญ 2 ชั้น	-	250 ml 2 ชั้น	Secondary Packaging		1 โครงสร้าง 2 รูปแบบ 1 กราฟิก
ชุดขวัญ 3 ชั้น	-	250 ml 3 ชั้น	Secondary Packaging		1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟิก
ชุดขวัญ 4 ชั้น	-	250 ml 4 ชั้น	Secondary Packaging		1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟิก

รายการผลิตภัณฑ์			บรรจุภัณฑ์		ปริมาณงาน
ประเภท	กลิ่น	ขนาด	ประเภท	รูปแบบ	
ชุดขวัญ 6 ชั้น	-	6 ชั้น	Secondary Packaging		1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟิก
ชุดพกพา	-	60 ml 3 ชั้น	Secondary Packaging		1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟิก

รวมปริมาณสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ (Natural Products)

- 22 โครงสร้าง
- 46 กราฟิก
- 62 ชิ้นงาน

1.4 เจ็อนไข ความต้องการและแนวทางในการออกแบบ

1.4.1 ด้านการตลาดและกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 1-2 แสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ธรรมชาติมีคู่แข่งทางการตลาดหลายรายการวิเคราะห์คู่แข่งทางการตลาด การกำหนดภาพลักษณ์ทางการตลาด สถานที่จัดจำหน่ายและกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนเป็นเรื่องที่จำเป็น เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากคู่แข่งและสามารถเข้าถึงตลาดกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งในเบื้องต้นสามารถศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่งทางการตลาด สถานที่จัดจำหน่าย และกลุ่มเป้าหมายได้ดังนี้


ตารางที่ 1-2 แสดงปัญหา เจ็อนไขความต้องการและแนวทางการแก้ปัญหา
ด้านการตลาดและกลุ่มเป้าหมาย


ปัญหา หรือ เจ็อนไขความต้องการ	แนวทางการแก้ปัญหา
<ul style="list-style-type: none"> - มีคู่แข่งในท้องตลาดหลายราย - ภาพลักษณ์ทางการตลาดไม่ชัดเจน - มีสถานที่จำหน่ายน้อย - กลุ่มเป้าหมายไม่ชัดเจน ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่เป็นที่รู้จัก 	<ul style="list-style-type: none"> - หาช่องว่างในตลาดเพื่อกำหนดตำแหน่งทางการตลาดให้ชัดเจน - กำหนดภาพลักษณ์ทางการตลาดให้ชัดเจน - เพิ่มสถานที่จัดจำหน่าย เพื่อเจาะตลาดกลุ่มเป้าหมาย - กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน เพื่อทำการขยายตลาดให้รองรับกับความต้องการ

1.4.1.1 คู่แข่งทางการตลาด

นอกจากผลิตภัณฑ์ธรรมชาติของคำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท ที่เป็นการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงด้วยการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนแล้ว ในปัจจุบันยังมีผลิตภัณฑ์ธรรมชาติต่างๆ มากมายในท้องตลาด ทั้งผลิตภัณฑ์ธรรมชาติที่มาจากธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และผลิตภัณฑ์ธรรมชาติจากผู้ผลิตอื่นๆ ซึ่งมีแนวความคิดของผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายแตกต่างกันไป สามารถแสดงได้ดังในตารางที่ 1-3 และ 1-4 ต่อไปนี้

ตารางที่ 1-3 แสดงคู่แข่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ธรรมชาติจากธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ภาพตราสินค้าคู่แข่ง	แนวความคิดของผลิตภัณฑ์
	<p>เขาค้อทะเลญ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผลิตภัณฑ์ของเขาค้อทะเลญรีสอร์ท จังหวัดเพชรบูรณ์ - เป็นผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาสมุนไพรไทย ด้วยวิถีเกษตรอินทรีย์และการพึ่งพาตนเอง

ภาพตราสินค้าคู่แข่ง	แนวความคิดของผลิตภัณฑ์
	<p>ไร่ดินดีใจ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ธุรกิจการทำเกษตรอินทรีย์ที่เปิดให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานี - เป็นผลิตภัณฑ์จากผลผลิตจากการทำเกษตรอินทรีย์ จากวิถีธรรมชาติ

ตารางที่ 1-4 แสดงคู่แข่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ธรรมชาติอื่นๆ ในท้องตลาด

ภาพตราสินค้าคู่แข่ง	แนวความคิดของผลิตภัณฑ์
	<p>Erb (เอิบ)</p> <ul style="list-style-type: none"> - สร้างสรรค์การออกแบบผลิตภัณฑ์ความงามที่ไม่ซ้ำใคร จากสมุนไพรไทยและการรักษาแบบดั้งเดิม
	<p>Sabai-arom (สบายอารมณ์)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผลิตภัณฑ์จากผลผลิตแห่งความสุขด้วยการสรรหาวัตถุดิบธรรมชาติทั้งพืช ผัก ผลไม้และสมุนไพรของประเทศไทย และเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยวิถีความสุขจากธรรมชาติ
	<p>Oriental Princess (โอเรียนทอล พรินเซส)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผลิตภัณฑ์ดูแลความงามด้วยการคัดสรรนานาคุณค่าจากธรรมชาติเพื่อสาว ตะวันออก
	<p>อภัยภูเบศร</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรด้วยความรู้จากภูมิปัญญาและความชำนาญด้านการแพทย์แผนไทย

จากตารางที่ 1-3 และ 1-4 สามารถจัดกลุ่มของคู่แข่งในท้องตลาดจากประเภทของวัตถุดิบที่นำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ได้ ซึ่งผลิตภัณฑ์ของคำแสดฯ มีจุดเด่นจากผลิตภัณฑ์ที่ผลิตมาจากดอกไม้หอม เช่น ดอกปีป ดอกโมก ดอกกุหลาบ เป็นต้น มีบางส่วนที่ผลิตมาจากสมุนไพรไทย เช่น ใบหมี มะกรูด ไพล เป็นต้น ดังนั้นคู่แข่งหลักจึงเป็นผลิตภัณฑ์ธรรมชาติที่ผลิตมาจากดอกไม้ และคู่แข่งรองจึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากพืชผักสมุนไพร ดังแสดงในตารางที่ 1-5

ตารางที่ 1-5 แสดงลักษณะของคู่แข่งในท้องตลาด

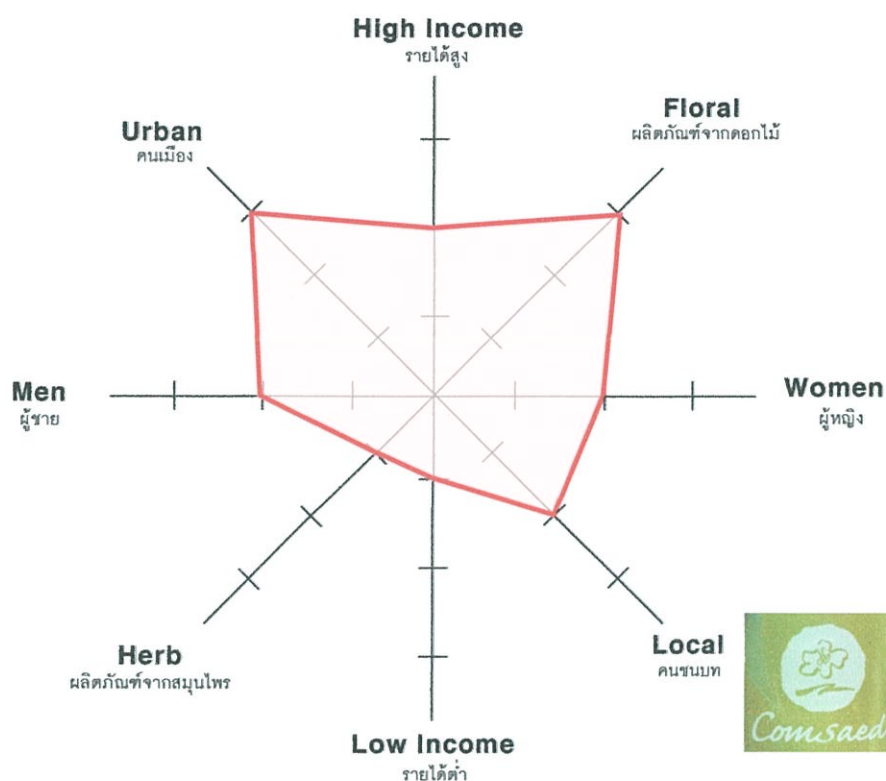
ลักษณะของคู่แข่ง	ตราผลิตภัณฑ์
คู่แข่งหลัก (ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ผลิตจากดอกไม้)	
คู่แข่งรอง (ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ผลิตจากพืชผักสมุนไพร)	

1.4.1.2 สถานที่จัดจำหน่าย

ในส่วนของสถานที่จัดจำหน่ายนั้น จากเดิมคำแสดฯ มีร้านค้าภายในรีสอร์ทของตนเอง และจำหน่ายที่ร้านค้าเฉพาะทาง (สินค้าธรรมชาติ) อย่างร้านโกลเด้น เฟลส ทั้งหมด 5 สาขา ดังนั้นเพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางในการจำหน่ายให้ทัดเทียมกับผลิตภัณฑ์คู่แข่ง การพัฒนาและผลักดันให้ผลิตภัณฑ์เข้าไปจำหน่ายในร้านค้าภายในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ รวมไปถึงการเปิดร้านขายปลีกเป็นของตนเองในห้างสรรพสินค้า นั้น นับเป็นช่องทางหนึ่งที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์ของคำแสดฯ เข้าถึงผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น

1.4.1.3 กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มผู้บริโภคหลักเป็นกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบในผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ และความหอมจากดอกไม้ธรรมชาติ ซึ่งมีรายได้และกำลังในการซื้อพอสมควร และจากการที่คำแสดฯ กำลังจะขยายตลาดไปจำหน่ายยังห้างสรรพสินค้าชั้นนำ จึงเน้นไปที่กลุ่มผู้บริโภคในเมือง ทั้งในกรุงเทพมหานครและจังหวัดต่างๆ ซึ่งในเบื้องต้นสามารถแสดงลักษณะของกลุ่มเป้าหมายได้ดังแสดงในภาพที่ 1-4



ภาพที่ 1-4 แผนภูมิแสดงกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ธรรมชาติคำแสดฯ

1.4.2 ด้านอัตลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์

เนื่องจากปัจจุบันมีการใช้ตราผลิตภัณฑ์บนฉลากบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เป็นระบบ บางผลิตภัณฑ์มีตราผลิตภัณฑ์ บางผลิตภัณฑ์ไม่มีตราผลิตภัณฑ์ หรือใช้ตราสัญลักษณ์ของรีสอร์ททดแทน ทำให้ตราผลิตภัณฑ์ขาดความเป็นอัตลักษณ์ดังแสดงในภาพที่ 1-6 และดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องออกแบบระบบตราผลิตภัณฑ์ โดยออกแบบตราผลิตภัณฑ์ให้แสดงออกถึงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และสะท้อนอัตลักษณ์ของคำแสดฯ รวมไปถึงการใช้งานตราผลิตภัณฑ์อย่างมีระบบ เพื่อให้ตราผลิตภัณฑ์เป็นที่สังเกต จดจำของผู้บริโภค และสามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ภาพที่ 1-5 ตราสัญลักษณ์ของคำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท



ภาพที่ 1-6 การใช้ตราผลิตภัณฑ์บนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติของคำแสดๆที่ไม่เป็นระบบ

1.4.3 ด้านบรรจุภัณฑ์ กราฟิกและส่วนส่งเสริมการขาย

1.4.3.1 ด้านบรรจุภัณฑ์

ในตลาดปัจจุบันผลิตภัณฑ์ธรรมชาติมีคู่แข่งทางการตลาดมากมายและมีการแข่งขันที่สูงขึ้นในตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งทางการตลาดนั้นได้จำหน่ายอยู่ในท้องตลาดมาเป็นเวลานาน ทำให้มีภาพลักษณ์ที่มีความเป็นมืออาชีพและเป็นผู้เชี่ยวชาญ รวมไปถึงความร่วมมือ ที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความไว้วางใจในผลิตภัณฑ์ ดังนั้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงมีส่วนช่วยให้ผลิตภัณฑ์สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในท้องตลาด และสร้างเอกลักษณ์ให้เป็นที่จดจำของผู้บริโภคได้


เนื่องจากคำแสดๆมีแนวความคิดด้านการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน ด้วยการอนุรักษ์พลังงาน และสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะการนำทรัพยากรที่มีในรีไซเคิลมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ดังนั้น “การนำวัสดุธรรมชาติในท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์” จึงเป็นแนวทางการออกแบบที่ตอบรับกับแนวความคิดของคำแสดๆ และเป็นการสร้างเอกลักษณ์ที่แตกต่างให้กับบรรจุภัณฑ์อีกด้วย

ก่อนที่จะทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สิ่งที่จะต้องทำเพื่อนำมาใช้ประกอบการออกแบบ คือ ลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ ซึ่งนำมาด้วยความต้องการของบรรจุภัณฑ์ โดยในเบื้องต้นนี้ สามารถวิเคราะห์ที่ได้ดังแสดงในตารางที่ 1-6

ตารางที่ 1-6 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ประเภทผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ (Natural Products) และความต้องการของบรรจุภัณฑ์

ประเภท	ลักษณะทางกายภาพ	รายการผลิตภัณฑ์	ความต้องการของบรรจุภัณฑ์โดยภาพรวม
1. ผลิตภัณฑ์อุปโภคที่ใช้ทำความสะอาดร่างกาย (Personal Care)	ของเหลวหนืด มีทั้งใสและขุ่น	<ul style="list-style-type: none"> - เจลล้างมือ - เจลอาบน้ำ - แชมพู - ครีมนวดผม 	<ul style="list-style-type: none"> - สามารถบรรจุของเหลวได้ - สามารถสัมผัสน้ำได้ เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในห้องน้ำ - เป็นผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงาม จำเป็นต้องมีภาพลักษณ์ที่ดี - สะดวกต่อการใช้งานร่วมกับสินค้า (กดปั๊ม/เท) การเก็บรักษา และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์
	ของแข็ง	<ul style="list-style-type: none"> - สบู่ก้อน 	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงาม จำเป็นต้องมีภาพลักษณ์ที่ดี - ปกป้องรักษา และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ - บรรจุภัณฑ์มีหน้าที่ปกป้องผลิตภัณฑ์ จนถึงมือลูกค้า เมื่อแกะใช้งานแล้ว บรรจุภัณฑ์จะถูกนำไปทิ้ง
2. ผลิตภัณฑ์อุปโภคที่ใช้บำรุงผิว (Skin Treatment)	ของเหลว มัน ใส	<ul style="list-style-type: none"> - น้ำมันบำรุงผิว - น้ำมันนวด 	<ul style="list-style-type: none"> - สามารถบรรจุของเหลวได้ - เป็นผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงาม จำเป็นต้องมีภาพลักษณ์ที่ดี - สะดวกต่อการใช้งาน (กดปั๊ม/เท) การเก็บรักษา และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์

ประเภท	ลักษณะทางกายภาพ	รายการผลิตภัณฑ์	ความต้องการของบรรจุภัณฑ์โดยภาพรวม
2. ผลิตภัณฑ์อุปโภคที่ใช้บำรุงผิว (Skin Treatment)	ของแข็ง แท่งเป็นผง	- เกลือขัดผิว 	- สามารถป้องกันความชื้นได้ - เป็นผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงาม จำเป็นต้องมีภาพลักษณ์ที่ดี - สะดวกต่อการใช้งาน (ตัก/เท) การเก็บรักษา และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์
3. ผลิตภัณฑ์อุปโภคที่ใช้ผ่อนคลาย (Aroma Spa)	ของเหลวใส มีความมันในผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำมัน	- น้ำหอม - น้ำมันหอมระเหย 	- สามารถบรรจุของเหลวได้ - เป็นผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงาม จำเป็นต้องมีภาพลักษณ์ที่ดี - สะดวกต่อการใช้งานร่วมกับสินค้า (ฉีด/พรม/กดปั๊ม/เท/ทา) การเก็บรักษา และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ - บรรจุภัณฑ์ชั้นนอก (Secondary Packaging) มีหน้าที่ปกป้องบรรจุภัณฑ์ชั้นใน (Primary Packaging) จนถึงมือผู้บริโภค
	ของแข็งกึ่งเหลวคล้ายขี้ผึ้ง สีเขียว	- ยาหม่อง 	- สามารถบรรจุขณะที่ผลิตภัณฑ์แข็งและละลายได้ - สะดวกต่อการใช้งาน (ดม/ทา) การเก็บรักษา และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์
	ของแข็งลักษณะกลมห่อด้วยผ้า	- ลูกประคบ 	- สามารถป้องกันฝุ่นละออง สิ่งสกปรกที่จะสัมผัสผลิตภัณฑ์ได้ - สะดวกต่อการใช้งานและเก็บรักษา เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ได้จำนวน 3-4 ครั้ง - บรรจุภัณฑ์มีหน้าที่ปกป้องผลิตภัณฑ์จนถึงมือลูกค้า เมื่อแกะใช้งานแล้ว บรรจุภัณฑ์จะต้องเก็บรักษาผลิตภัณฑ์อีก 3-4 ครั้ง จึงถูกนำไปทิ้ง

ประเภท	ลักษณะทางกายภาพ	รายการผลิตภัณฑ์	ความต้องการของบรรจุภัณฑ์โดยภาพรวม
4. ผลิตภัณฑ์บริโภค	ของแข็ง แห้ง	- ชา 	<ul style="list-style-type: none"> - สามารถป้องกันความชื้นได้ - เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้บริโภค บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถสัมผัสอาหารได้ - สะดวกต่อการใช้งาน (ตัก/เท) การเก็บรักษา และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ - สำหรับบรรจุภัณฑ์ชนิดเติม บรรจุภัณฑ์มีหน้าที่ปกป้องผลิตภัณฑ์ จนกว่าผู้บริโภคจะเปิดเติม หลังจากเปิดจะดูนำไปทิ้ง
5. ชุดผลิตภัณฑ์อุปโภค / ชุดของขวัญ	บรรจุ 2 ชั้น	- ชุดแชมพูและครีมนวดผม (ประกอบด้วยแชมพู 1 ชั้น และครีมนวดผม 1 ชั้น)	<ul style="list-style-type: none"> - สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ได้ตามประเภทของชุดผลิตภัณฑ์ - เป็นผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงามและเป็นชุดของขวัญ จำเป็นต้องมีภาพลักษณ์ที่ดี - สะดวกต่อการขนส่ง การเก็บรักษา และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ - บรรจุภัณฑ์ชั้นนอก (Secondary Packaging) มีหน้าที่ปกป้องบรรจุภัณฑ์ชั้นใน (Primary Packaging) จนถึงมือผู้บริโภค
	บรรจุ 2 ชั้น	- ชุดเจลอาบน้ำและแชมพู (ประกอบด้วยเจลอาบน้ำ 1 ชั้น และแชมพู 1 ชั้น)	
	บรรจุ 3 ชั้น	- ชุดเจลอาบน้ำ แชมพูและครีมนวดผม	
	บรรจุ 4 ชั้น	- ชุดเจลอาบน้ำ 4 กลิ่น	

ประเภท	ลักษณะทางกายภาพ	รายการผลิตภัณฑ์	ความต้องการของบรรจุภัณฑ์โดยภาพรวม
5. ชุดผลิตภัณฑ์อุปโภค / ชุดของขวัญ	บรรจุ 6 ชิ้น	- ชุดของขวัญ (ประกอบด้วย เจลอาบน้ำ 1 ชิ้น, แชมพู 1 ชิ้น, ครีมนวดผม 1 ชิ้น, น้ำมันบำรุงผิว 1 ชิ้น, เกลือขัดผิว 1 ชิ้น และเจลล้างมือ 1 ชิ้น)	- สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ได้ตามประเภทของชุดผลิตภัณฑ์ - เป็นผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงามและเป็นชุดของขวัญ จำเป็นต้องมีภาพลักษณ์ที่ดี - สะดวกต่อการขนส่ง การเก็บรักษา และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ - บรรจุภัณฑ์ชั้นนอก (Secondary Packaging) มีหน้าที่ปกป้องบรรจุภัณฑ์ชั้นใน (Primary Packaging) จนถึงมือผู้บริโภค

นอกจากลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์และความต้องการของบรรจุภัณฑ์แล้ว อีกส่วนหนึ่งที่จำเป็นต้องนำมาประกอบในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ คือเรื่องของชนิดและคุณสมบัติของวัสดุที่จะนำมาใช้ สำหรับในโครงการนี้วัสดุที่เลือกใช้เป็นวัสดุธรรมชาติในท้องถิ่น จากการสำรวจและสอบถามในส่วนของโครงการต่างๆ ในรีสอร์ท ดังแสดงในภาพที่ 1-7 1-8 และ 1-9 ทางรีสอร์ท ได้ดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการวัสดุธรรมชาติที่เหลือใช้ ได้แก่ โครงการบริหารจัดการขยะแบบครบวงจร โครงการพลังงานสีเขียวหรือพลังงานทดแทน โครงการผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบธรรมชาติ และโครงการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติในอาณาบริเวณรีสอร์ท ซึ่งสามารถสรุปรายการวัสดุและนำมาวิเคราะห์เบื้องต้นได้ดังแสดงในตารางที่ 1-7



ภาพที่ 1-7 ไม้ที่เหลือใช้ในรีสอร์ท (1)



ภาพที่ 1-8 ไม้ที่เหลือใช้ในรีสอร์ท (2)



ภาพที่ 1-9 เศษใบไม้และหญ้า

ตารางที่ 1-7 แสดงวัสดุธรรมชาติในท้องถิ่น

วัสดุ	แหล่งที่มา	ลักษณะและคุณสมบัติ
ไม้ต้นแคสก์	ได้จากการตัดตกแต่งกิ่งต้นไม้ ภายในรีสอร์ท	- ไม้หอม - ไม้มงคล
ไม้ต้นสะเดา	ได้จากการตัดตกแต่งกิ่งต้นไม้ ภายในรีสอร์ท	- แข็งแรงทนทาน - เนื้อไม้คล้ายไม้มะฮอกกานี - เนื้อไม้มีสารอะซาไดแรคติน เป็นสารขับไล่แมลง ปลวก มอดไม้ค่อยทำลาย - ต้นสะเดาปลูกง่าย โตเร็ว
ไม้ต้นประดู่	ได้จากการตัดตกแต่งกิ่งต้นไม้ ภายในรีสอร์ท	- เนื้อไม้สีแดงอิฐ หรือแดงอมเหลือง - แข็งแรงทนทาน - มีลวดลายสวยงาม

วัสดุ	แหล่งที่มา	ลักษณะและคุณสมบัติ
ไม้ต้นปีบ	ได้จากการตัดตกแต่งกิ่ง และบาง ส่วนได้จากการตัดกิ่งเพื่อเก็บ ดอกไม้ภายในรีสอร์ท	- เนื้อไม้สีขาวอ่อน - เนื้อไม้มีน้ำหนักแห้งได้ง่าย - ต้นปีบปลูกง่าย โตเร็ว
ไม้ต้นหมี	ได้จากการตัดตกแต่งกิ่งต้นไม้ ภายในรีสอร์ท	- เนื้อไม้สีน้ำตาลอ่อน - เปลือกมียาง
เศษใบไม้ กิ่ง ไม้ หญ้า	ได้จากการตัดตกแต่งและได้จากการเก็บกวาดบนพื้นต้นไม้ภายใน รีสอร์ท	- เป็นเศษชิ้นเล็กๆ - กิ่งไม้และใบไม้เป็นสีน้ำตาลแห้งๆ - หญ้าจากการตัดมีสีเขียวสด
เศษกระดาษ	ได้จากสำนักงาน หรือกิจกรรมของ ผู้ที่มาพักภายในรีสอร์ท	- เป็นกระดาษขนาดต่างๆ ที่ใช้แล้ว มีขนาด สี ความหนาที่แตกต่างกัน

เนื่องจากวัสดุธรรมชาติในท้องถิ่นอาจมีข้อจำกัดบางประการที่ไม่เหมาะสมกับลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ การนำเทคโนโลยีของวัสดุที่ผลิตจากธรรมชาติที่มีคุณสมบัติต่างๆ เข้ามาประยุกต์ใช้ในการออกแบบนั้นเป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วยแก้ปัญหานี้ได้ อีกทั้งเป็นการเพิ่มแนวทางการออกแบบให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ซึ่งสามารถแสดงจากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นได้ดังตารางที่ 1-8



ตารางที่ 1-8 แสดงเทคโนโลยีของวัสดุที่ผลิตจากธรรมชาติ

วัสดุ	แหล่งที่มา	คุณสมบัติ	ประโยชน์
พอลิแลคติกแอซิด (Polylactic Acid - PLA)	- ข้าวโพด - มันสำปะหลัง	- มีความใส - ไม่ย่อยสลายในสภาพแวดล้อมทั่วไป แต่สามารถย่อยสลายได้เองเมื่อนำไปฝังกลบในดิน - คุณสมบัติเปลี่ยนไปตามความยาวของสายโพลิเมอร์	- สามารถทำเป็นกล่อง ถาด ขวด ฟิล์ม - ใช้ทดแทนพลาสติก - นำกลับมาใช้ผลิตไบโอดีเซลได้
พอลิไฮดรอกซีอัลคาโนเอท (Polyhydroxyalkanoates - PHAs)	- ข้าวโพด - มันสำปะหลัง - อ้อย	- มีช่วงอุณหภูมิในการหลอมเหลว (Tm) ที่กว้างตั้งแต่ 50 – 180 °C	- นำไปเป็นวัตถุดิบสำหรับผลิตภัณฑ์พลาสติกได้หลากหลาย เช่น การขึ้นรูปเป็นฟิล์ม การฉีดและการเป่า
KU Green	- มันสำปะหลัง	- ย่อยสลายได้ทางชีวภาพ - มีฟองอากาศกระจายภายในเนื้อวัสดุ	- ใช้เป็นบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมบริโภค และอาหารกึ่งสำเร็จรูปแบบใช้ครั้งเดียว

วัสดุ	แหล่งที่มา	คุณสมบัติ	ประโยชน์
Biopac	- พืชหรือวัตถุดิบทดแทนใหม่ได้	- เหนียว นุ่ม ชืดหยุ่นดี - สามารถทำได้หลากหลาย - ไม่มีส่วนผสมของพอลิเอทิลีน - ย่อยสลายได้ 100% โดยกระบวนการทางชีวภาพหรือการหมักปุ๋ย - ผ่านการทดสอบและรับรองผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐาน ASTM 6400-99 - สามารถใช้ลามิเนตกับวัสดุอื่นได้ เช่น กระดาษ - ค่าความหนาแน่น 1.34-1.50 g/cm ³ - ค่าความต้านทานแรงดึงขาด (Tensile Strength) 28 MPa (MD), 24 (TD) - ค่าความยืดที่จุดขาด (% Elongation at Break) 705 (MD), 668 (TD) - อายุการเก็บ 2 ปี ในสภาพความชื้นต่ำที่อุณหภูมิ 30 องศาเซลเซียส	- ใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ทั่วไป ทั้งรูปแบบถุง ม้วน พิล์ม
โฟมชีวภาพ	- เยื่อตะไคร้หอม - เยื่อแผ่น - เยื่อคาลิปดัส	- ย่อยสลายได้ทางชีวภาพ - ไม่สามารถใช้กับอาหารที่มีปริมาณน้ำมากได้	- ใช้แทนโฟมโพลีสไตรีน - ใช้บรรจุภัณฑ์ถาดอาหาร ผลไม้
ฟิล์มบริโกลด์	- แป้งมันสำปะหลัง - แป้งข้าวเจ้า	- เป็นฟิล์มบางๆ - มีความใส - สามารถรับประทานได้ - ย่อยสลายได้ทางชีวภาพ - ขวางกั้นการแพร่ผ่านของออกซิเจน คาร์บอนไดออกไซด์ ความชื้น กลิ่น ลิปิด และสารละลายได้	- ใช้ห่ออาหาร ผลไม้ - ใช้ยืดอายุการเก็บรักษาของอาหาร
เรซินย่อยสลายได้	- แป้งข้าวโพด	- ย่อยสลายได้ทางชีวภาพ - สามารถทำสีต่างๆ ได้ - ขึ้นรูปด้วยการฉีด	- ใช้ทำจาน ชาม ของเล่น ขวดบรรจุภัณฑ์
กระดาษรีไซเคิล	- เส้นใยจากการเกษตร	- ย่อยสลายได้ทางชีวภาพ - สามารถใช้ในงานพิมพ์ได้	- ใช้ทำฉลาก - ใช้ทำบรรจุภัณฑ์กระดาษ

จากตารางที่ 1-6 ถึง 1-8 สามารถจัดกลุ่มความต้องการของบรรจุภัณฑ์ของแต่ละผลิตภัณฑ์กับการเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสม ที่มีความเป็นไปได้เพื่อใช้ในการออกแบบได้ดังตารางที่ 1-9

ตารางที่ 1-9 สรุปความต้องการของบรรจุภัณฑ์กับแนวทางการเลือกใช้วัสดุ

กลุ่ม	กลุ่มความต้องการของบรรจุภัณฑ์	รายการผลิตภัณฑ์	วัสดุที่เหมาะสม	
			วัสดุธรรมชาติในท้องถิ่น	เทคโนโลยีของวัสดุที่ผลิตจากธรรมชาติ
A	บรรจุภัณฑ์ชั้นใน (Primary Packaging) ที่บรรจุของเหลวและใช้งานในห้องน้ำ	<ul style="list-style-type: none"> - เจลล้างมือ - เจลอาบน้ำ - แชมพู - ครีมนวดผม 	<ul style="list-style-type: none"> - ไม้สะเดา - ไม้ประดู่ - ไม้ต้นปีบ - ไม้ต้นหมี 	<ul style="list-style-type: none"> - PLA - PHAs - เรซินย่อยสลายได้ - พลาสติกกรีไซเคิล
B	บรรจุภัณฑ์ชั้นใน (Primary Packaging) ที่บรรจุของเหลวที่เป็นน้ำมันและของแข็งกึ่งแข็งกึ่งเหลว	<ul style="list-style-type: none"> - น้ำมันบำรุงผิว - น้ำมันนวด - น้ำหอม - น้ำมันหอมระเหย - ยาหม่อง 	<ul style="list-style-type: none"> - ไม้สะเดา - ไม้ประดู่ - ไม้ต้นปีบ - ไม้ต้นหมี 	<ul style="list-style-type: none"> - PLA - PHAs - เรซินย่อยสลายได้ - พลาสติกกรีไซเคิล
C	บรรจุภัณฑ์ชั้นใน (Primary Packaging) ที่บรรจุของแข็งแห้ง	<ul style="list-style-type: none"> - เกล็ดขัดผิว - ชา 	<ul style="list-style-type: none"> - ไม้สะเดา - ไม้ประดู่ - ไม้ต้นปีบ - ไม้ต้นหมี 	<ul style="list-style-type: none"> - PLA - PHAs - Biopac - โฟมชีวภาพ - เรซินย่อยสลายได้ - พลาสติกกรีไซเคิล

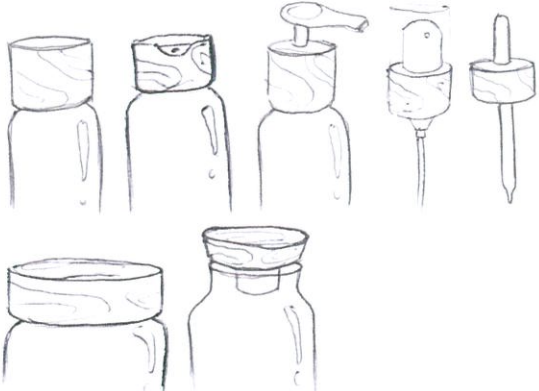

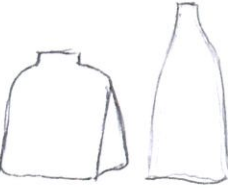
กลุ่ม	กลุ่มความต้องการของบรรจุภัณฑ์	รายการผลิตภัณฑ์	วัสดุที่เหมาะสม	
			วัสดุธรรมชาติในท้องถิ่น	เทคโนโลยีของวัสดุที่ผลิตจากธรรมชาติ
D	บรรจุภัณฑ์ชั้นนอก (Secondary Packaging)	<ul style="list-style-type: none"> - สบู่ก้อน - น้ำหอม - ลูกประคบ - ชุดของขวัญ   	<ul style="list-style-type: none"> - ไม้สะเคา - ไม้ประคู้ - ไม้คั้นปีบ - ไม้คั้นหมี่ - เศษกระดาษ 	<ul style="list-style-type: none"> - PHAs - Biopac - กระดาษรีไซเคิล - พลาสติกกรีไซเคิล

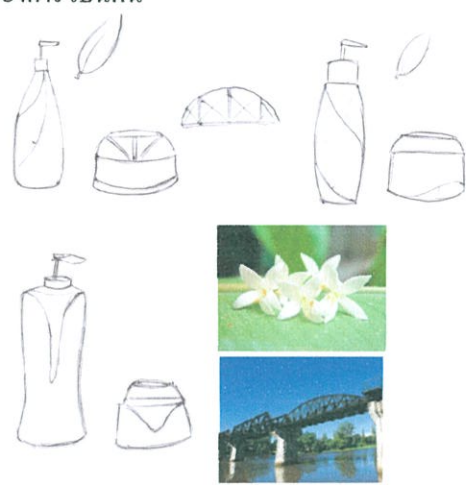


1.4.3.2 แนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

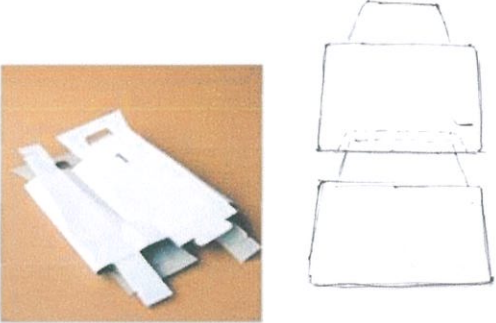
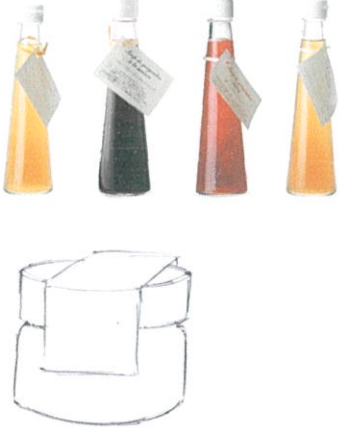

จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ ความต้องการของบรรจุภัณฑ์ วัสดุธรรมชาติในท้องถิ่น รวมถึงเทคโนโลยีของวัสดุที่ผลิตจากธรรมชาติ สามารถนำมาสร้างแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ ให้สอดคล้องกับแนวความคิด การพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน ด้วยการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อมได้ดังในตารางที่ 1-10

ตารางที่ 1-10 แสดงตัวอย่างแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

แนวความคิด	แนวทาง	ตัวอย่างในการออกแบบ
การพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน	- ใช้วัสดุธรรมชาติในท้องถิ่น	<p>- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ชั้นนอก ให้สามารถใช้งานได้หลายครั้ง และใช้การเติมหรือเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ชั้นใน เช่น กลุ่ม A,B (อ้างอิงข้อมูลจากตารางที่ 1-9)</p>  <p>กลุ่ม C (อ้างอิงข้อมูลจากตารางที่ 1-9)</p>  <p>กลุ่ม D (อ้างอิงข้อมูลจากตารางที่ 1-9)</p> 

แนวความคิด	แนวทาง	ตัวอย่างในการออกแบบ
การพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน	- ใช้วัสดุธรรมชาติในท้องถิ่น	<p data-bbox="737 283 1297 404">- ออกแบบส่วนประกอบที่ใช้งานร่วมกับบรรจุภัณฑ์ เช่น กลุ่ม A,B,C (อ้างอิงข้อมูลจากตารางที่ 1-9) ใช้ในการทำ ฝา หัวปั๊ม หัวสเปรย์ หัวหยด จุกก๊อก เป็นต้น</p>  <p data-bbox="737 814 1297 935">โดยใช้ร่วมกับขวด/กระปุก/บรรจุภัณฑ์ชนิดเดิม จากเทคโนโลยีของวัสดุที่ผลิตจากธรรมชาติสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นของเหลว</p> <p data-bbox="737 942 1156 979">กลุ่ม A,B,C (อ้างอิงข้อมูลจากตารางที่ 1-9)</p>   <p data-bbox="737 1411 1297 1661">- นำวัสดุผ่านกระบวนการเพื่อให้ได้วัสดุใหม่ เช่น นำเศษกระดาษรีไซเคิล นำเศษไม้มาอัด นำวัสดุคืบทางการเกษตรในท้องถิ่นเช่นอ้อย ข้าวโพด ส่งให้กับโรงงานผลิตพลาสติกชีวภาพ เป็นต้น เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางในการเพิ่มมูลค่าให้กับวัสดุคืบทางการเกษตร และลดต้นทุนในการใช้วัสดุ</p>

แนวความคิด	แนวทาง	ตัวอย่างในการออกแบบ
การพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน	- ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของคำแสดและจังหวัดกาญจนบุรี	<p>- รูปทรง/โครงสร้างที่แสดงออกถึงอัตลักษณ์ของคำแสดฯ เช่น สิ่งแวดล้อม สถานที่ท่องเที่ยว การตกแต่งอาคาร เป็นต้น</p> 
อนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม	- ลดพลังงานที่ใช้ในการผลิต	<p>- ลดการใช้กาวในการผลิตบรรจุภัณฑ์ เช่น กลุ่ม D (อ้างอิงข้อมูลจากตารางที่ 1-9) บรรจุภัณฑ์สำหรับลูกประคบ บรรจุภัณฑ์ชุดของขวัญ หรือ Secondary Packaging ต่างๆ เป็นต้น</p>  <p>- ลดการใช้หรือไม่ใช้วัสดุที่ใช้พลังงานสูงในการผลิต เช่น อลูมิเนียม ฟอยล์ พลาสติกบางชนิด เป็นต้น ด้วยการใช่วัสดุอื่นทดแทน หรือไม่ใช้วัสดุนั้นหากไม่จำเป็น</p>  <p>- ลดจำนวนสีที่ใช้ในการพิมพ์ฉลาก ในผลิตภัณฑ์บางประเภท เช่น ผลิตภัณฑ์ชาชนิดเดิม เป็นต้น</p>

แนวความคิด	แนวทาง	ตัวอย่างในการออกแบบ
อนุรักษ์พลังงาน และสิ่งแวดล้อม	- ลดพลังงานที่ใช้ในการขนส่ง	<p>- การประหยัดพื้นที่และพลังงานที่ใช้ในการขนส่ง เช่น การคลี่พับแบนของกล่อง การเรียงซ้อนกันของบรรจุภัณฑ์</p> 
	- การแยกวัสดุเพื่อการกำจัดขยะหรือรีไซเคิลได้ง่าย	<p>- ชิ้นส่วนของฉลากที่สามารถแยกจากบรรจุภัณฑ์ได้ง่าย</p>  <p>- ลดการใช้วัสดุที่มีส่วนประกอบหลากหลายชั้น เช่น วัสดุที่เคลือบหลายชั้น</p>
- ใช้วัสดุที่ย่อยสลายได้ทางชีวภาพ		<p>- ใช้เทคโนโลยีของวัสดุที่ผลิตจากธรรมชาติร่วมในการออกแบบ เช่น PLA PHAs เรซินแป้งข้าวโพด เป็นต้น (ดังแสดงในตารางที่ 1-8) ใช้ในบรรจุภัณฑ์ประเภทขวดหรือกระปุก ที่ต้องสัมผัสกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นของเหลว หรือการใช้กระดาษรีไซเคิล ในการทำฉลากหรือบรรจุภัณฑ์ประเภทกล่อง</p> 

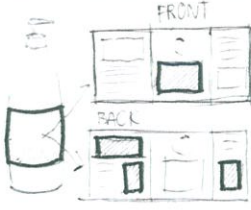


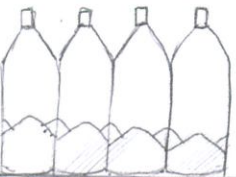


1.4.3.3 ด้านกราฟิกและส่วนส่งเสริมการขาย

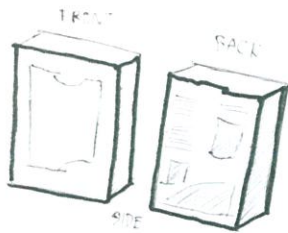
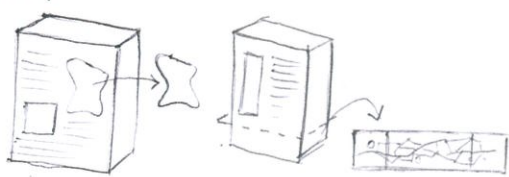
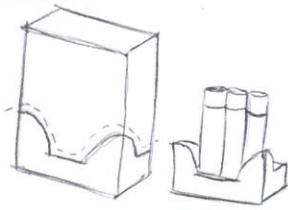
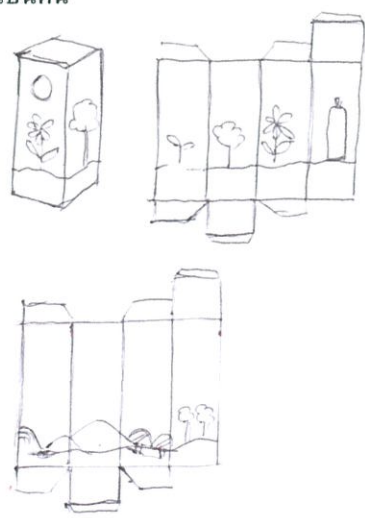
การสื่อสารความหมายของกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ กฎหมายหรือข้อบังคับต่างๆ ที่จำเป็นต้องแสดงบนบรรจุภัณฑ์ รวมไปถึงส่วนส่งเสริมการขาย มีความจำเป็นที่จะต้องแสดงออกถึงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และแนวความคิดธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของคำแสดฯ ได้อย่างชัดเจน เพื่อเป็นการช่วยส่งเสริมให้ผู้บริโภคสามารถเข้าใจถึงตัวผลิตภัณฑ์ ภาพลักษณ์ของตราสินค้า และเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของคำแสดฯ และจังหวัดกาญจนบุรี อีกทั้งเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการใช้ผลิตภัณฑ์อีกด้วย ซึ่งมีแนวทางในการออกแบบดังแสดงในตารางที่ 1-11



ตารางที่ 1-11 แสดงแนวทางการประยุกต์ในการสร้างแรงบันดาลใจที่แสดงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ตัวอย่างภาพประกอบ	แนวทาง
<p>- ชนิดของวัตถุดิบ เช่น ดอกไม้ สมุนไพร เป็นต้น</p>  <p>- ปลุกเอง ทำเอง ฟึ่งตนเอง</p>  <p>- การตกแต่งอาคารภายในรีสอร์ท</p>  <p>- ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม</p> 	<p>- กราฟิกและส่วนส่งเสริมการขายที่แสดงออกถึงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของคำแสดฯ</p>
<p>- สถานที่ท่องเที่ยว</p> 	<p>- กราฟิกและส่วนส่งเสริมการขายที่แสดงออกถึงการท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี</p>

ตารางที่ 1-12 แสดงตัวอย่างการออกแบบจากแนวทางในตารางที่ 1-11

ตัวอย่างการนำไปใช้ในการออกแบบ	ภาพประกอบ
<p>1. ฉลากด้านหน้า และฉลากด้านหลัง</p>	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นองค์ประกอบหนึ่งในฉลากด้านหน้า หรือ ข้อความในฉลากด้านหลัง  <ul style="list-style-type: none"> - ฉลากที่มีส่วนร่วมในการเล่าเรื่องราวร่วมกับผลิตภัณฑ์ เช่น ลำดับการเจริญเติบโตของต้นไม้จนออกดอก  <ul style="list-style-type: none"> - ฉลากที่สามารถเรียงต่อกันได้เมื่อวางอยู่บนชั้นวางสินค้า เช่น ดอกไม้ แผ่นที่ สถานที่ต่างๆ เป็นต้น  
<p>2. ฉลากเล็กๆ สำหรับห้อยหรือติดแยกกับบรรจุภัณฑ์</p>	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นภาพประกอบหรือข้อความประชาสัมพันธ์สั้นๆ  

ตัวอย่างการนำไปใช้ในการออกแบบ	ภาพประกอบ
<p>3. ประชาสัมพันธ์ผ่านบรรจุภัณฑ์ชั้นนอก (Secondary Packaging) บรรจุภัณฑ์รวมหน่วย หรือ ชุดของขวัญ</p>	<p>- ข้อความ กราฟิก รูปภาพบนบรรจุภัณฑ์</p>  <p>- รอยปรูของบรรจุภัณฑ์ เป็นแผนที่สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ</p>  <p>- รอยปรูรอบบรรจุภัณฑ์ เพื่อทำเป็นที่ตั้งรูปทรงตามสถานที่ต่างๆ เช่น สะพานข้ามแม่น้ำแคว ภูเขา เป็นต้น</p>  <p>- ใช้กราฟิกหรือภาพเพื่อแสดงความต่อเนื่องให้เกิดเรื่องราว เช่น การปลูกต้นไม้ สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เป็นต้น</p> 

ตัวอย่างการนำไปใช้ในการออกแบบ	ภาพประกอบ
4. ประชาสัมพันธ์ผ่านชั้นวางสินค้า	<p data-bbox="772 283 1286 360">- การประชาสัมพันธ์ผ่านป้าย หรือสร้างกรอบให้กับผลิตภัณฑ์บนชั้นวางสินค้า</p>  <p data-bbox="772 825 1279 953">- การมีส่วนร่วมของกราฟิกบนฉลากของผลิตภัณฑ์กับการประชาสัมพันธ์บนชั้นวางสินค้า เช่น ภาพภูเขาที่ต่อเนื่องกัน เป็นต้น</p>
5. ประชาสัมพันธ์ผ่านการออกแบบตกแต่งร้านค้าปลีก	<p data-bbox="772 1212 1286 1289">- ตกแต่งร้านค้าปลีกให้มีบรรยากาศต่างๆ เช่น ธรรมชาติของป่าไม้ สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เป็นต้น</p> 
6. ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	<p data-bbox="772 1588 1256 1665">- ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เว็บไซต์ แผ่นพับ โปสเตอร์ ป้ายโฆษณา เป็นต้น</p>

1.5 ขั้นตอนการดำเนินการออกแบบ

1.5.1 ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิต

1.5.1.1 ความเป็นมา นโยบาย จุดมุ่งหมาย ภาพลักษณ์ของคำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท

1.5.1.2 หน้าที่ ความรับผิดชอบ การผลิต วัตถุประสงค์ และทรัพยากรของโครงการต่างๆ ภายในรีสอร์ท โดยเฉพาะโครงการผลิตภัณ์ท์จากวัตถุดิบธรรมชาติ

1.5.2 ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

1.5.2.1 ประเภทของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของรีสอร์ท

1.5.2.2 ลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท

1.5.3 ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาด

1.5.3.1 แนวโน้มและโอกาสทางการตลาด

1.5.3.2 ตำแหน่งทางการตลาด

1.5.3.3 คู่แข่งทางตรงและทางอ้อม

1.5.4 ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภค

1.5.4.1 พฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

1.5.4.2 สถานที่ ช่องทางการจัดจำหน่าย และวิธีการจัดจำหน่าย

1.5.5 ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์และกราฟิก

1.5.5.1 วัสดุจากธรรมชาติในท้องถิ่นต่างๆ เช่น ลักษณะทางกายภาพ คุณสมบัติ ข้อดี ข้อเสีย เป็นต้น

1.5.5.2 เทคโนโลยีของวัสดุที่ผลิตจากธรรมชาติ

1.5.5.3 เทคโนโลยีในการผลิต

1.5.5.4 เทคโนโลยีในการพิมพ์

1.5.5.5 กฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง

1.5.6 วิเคราะห์ข้อมูลและดำเนินการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิก

1.5.6.1 แบบร่างบรรจุภัณฑ์และกราฟิก

1.5.6.2 ทุนจำลองต้นแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิก

1.5.7 วิเคราะห์และพัฒนาแบบ

1.5.7.1 แบบร่างบรรจุภัณฑ์และกราฟิก

1.5.7.2 ทุนจำลองต้นแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิก

1.5.7.3 เขียนแบบเพื่อการผลิต

1.5.8 ประเมิน วิเคราะห์และสรุปผล

1.5.8.1 แบบประเมินหรือแบบสอบถามความคิดเห็น

1.5.8.2 ข้อเสนอแนะ

1.5.8.3 สรุปผล

1.6 ความเป็นไปได้ของโครงการ

1.6.1 ด้านนโยบาย

โครงการนี้เป็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติในท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องไปกับแนวความคิดของคำแสดงในการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน ด้วยการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดเอกลักษณ์ เป็นที่จดจำ และช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้กับผู้บริโภครวม ทั้งยังเป็นการเสนอแนะแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกให้กับคำแสดง เพื่อสามารถนำไปประยุกต์ใช้เองได้ต่อไปในอนาคต

1.6.2 ด้านเศรษฐกิจ

โครงการนี้เป็นการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ธรรมชาติและทรัพยากรต่างๆ ที่สามารถหาได้จากในคำแสดงและจังหวัดกาญจนบุรี เป็นโอกาสที่ดีที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ และมาตรฐานที่ดีขึ้น เพื่อตอบรับกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและการส่งออกของรัฐบาล รวมไปถึงการเปิดประชาคมอาเซียนในอนาคต อีกทั้งเป็นการสนับสนุนให้บุคลากรภายในองค์กรมีงานทำ สามารถสร้างรายได้กลับสู่รัฐและชุมชนในท้องถิ่น

1.6.3 ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ ที่วัตถุดิบสำคัญสามารถหาได้ภายในท้องถิ่น สามารถนำมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและเป็นการกระตุ้นให้ผู้ผลิตสินค้ารายอื่นในประเทศไทยได้เล็งเห็นความสำคัญในทรัพยากรที่ตนเองมีอยู่และใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และใส่ใจสิ่งแวดล้อม

1.6.4 ด้านการศึกษา

โครงการนี้ก่อให้เกิดการเรียนรู้ การศึกษา วิเคราะห์และฝึกฝนการออกแบบอย่างเป็นระบบ เปิดโอกาสให้ทำการศึกษาและทำความเข้าใจโครงสร้างการทำงานขององค์กร ระบบเศรษฐกิจ การตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิก การสร้างเอกลักษณ์ รวมไปถึงการเลือกใช้วัสดุและกรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์ ให้เกิดความเหมาะสมกับข้อมูลในด้านต่างๆ อีกด้วย

1.7 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 บรรรจุกณ์ท์และกราฟิคสามารถแสดงออกถึงอัตลักษณ์ของคำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท ภายใต้นแนวความคิดการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน ด้วยการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม โดยสามารถทำหน้าที่ของบรรรจุกณ์ท์และกราฟิคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.7.2 บรรรจุกณ์ท์และกราฟิค มีส่วนช่วยในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของคำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ทและจังหวัดกาญจนบุรี ให้แก่ผู้บริโภค

1.7.3 บรรรจุกณ์ท์และกราฟิคช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับคำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท ให้ที่เป็นที่รู้จักและจดจำของผู้บริโภค

1.7.4 เป็นตัวอย่างด้านการออกแบบบรรรจุกณ์ท์และกราฟิคจากวัฒนธรรมชาติในท้องถิ่นให้กับผู้ที่สนใจได้ศึกษาและนำไปประยุกต์ใช้ต่อไป

บทที่ 2

การค้นคว้า และวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 ข้อมูลด้านผู้ผลิต

2.1.1 ประวัติความเป็นมาและนโยบายการดำเนินธุรกิจ

คำแสด ริเวอร์ แคว รีสอร์ท ดังแสดงตราสัญลักษณ์ในภาพที่ 2-1 ได้เริ่มธุรกิจมาตั้งแต่ปีพ.ศ. 2536 ในนามของ บริษัทบิลเลียน สตาร์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด เป็นธุรกิจโรงแรมที่มีความโดดเด่นแห่งหนึ่งของภาคตะวันตก ตั้งอยู่ท่ามกลางธรรมชาติ ผืนป่า และแม่น้ำแควใหญ่ ในจังหวัดกาญจนบุรี มีพื้นที่กว้างขวางกว่า 100 ไร่ มีกิจกรรมและบริการต่างๆ มากมาย เพื่อให้บริการแก่ผู้ที่มาพัก



ภาพที่ 2-1 ตราสัญลักษณ์ของคำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท

ในปีพ.ศ.2542 คำแสดฯประสบกับปัญหามากมาย ไม่ว่าจะเป็นภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ เหตุการณ์ 911 ในต่างประเทศ วิกฤติการณ์โรคซาร์ ผลพวงจากสึนามิ ข่าวลือว่าเชียนครินครินทร์มีรอยร้าวและกำลังจะแตก วิกฤติเศรษฐกิจโลก และปัญหาการเมืองในประเทศ ทุกปัญหาล้วนส่งผลกระทบต่อธุรกิจท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี การตัดสินใจของคุณยุทธการ มากพันธ์ (ผู้บริหาร) เพื่อแก้ไขสถานการณ์ในช่วงแรก คือปรับพนักงานออก ลดค่าใช้จ่าย ตัดสวัสดิการและเงินเดือนของผู้บริหาร บทเรียนที่สอนพวกเขาคือ ทั้งหมดเป็นเพียงการแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้า ให้ผลเร็วในระยะสั้น แต่จะก่อความเสียหายในระยะยาว ถ้าจะให้องค์กรอยู่อย่างยั่งยืนต้องไม่ใช้วิธีนี้ จนกระทั่งคุณแม่ของคุณยุทธการ คุณทิวาพร ศรีวรกุล ชี้ทางในการแก้ปัญหาจาก แนวคิดมากมายของการพึ่งพิงตัวเอง และทำตามรอยเศรษฐกิจพอเพียง เมื่อไม่มีนโยบายลดจำนวนพนักงานลงอีก จึงต้องหันมาส่งเสริมให้พนักงานรู้จักการใช้จ่าย และการใช้ชีวิต โครงการหลากหลายต่างๆ จึงเกิดขึ้น อาทิ โครงการอบรมธรรมะให้พนักงาน ดึงแก่นของธรรมะ มาสอนให้พนักงานเข้าใจการใช้ชีวิตอย่างพอเพียง จากนั้นมีโครงการอบรมเรื่องการทำบัญชีครัวเรือน เพื่อให้พนักงานเรียนรู้การวางแผนรายได้ และค่าใช้จ่ายของตนเองและครอบครัว ได้อย่างลงตัว ผลที่ตามมาจากโครงการต่างๆ คือสามารถเชื่อมโยงพนักงานให้กลายเป็นหนึ่งเดียวกันได้ ซึ่งนี่คือกุญแจของความสำเร็จของคำแสดฯ เมื่อบุคลากรพร้อมก็ได้เวลาก้าวไปสู่การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า "หัวใจหลัก" การอยู่พอเพียง^[3]

ที่มา [3]: จีรวัดน์ กงแก้ว. คำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท..ถอดสูตร “พอเพียง” ฝ่าวิกฤติ. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.nationjobs.com/content/worklife/careertalk/template.php?conno=1091, 2556>.



ภาพที่ 2-2 ตราผลิตภัณฑ์ของ Comsaed Natural Products ในปัจจุบัน

จากโครงการต่างๆ ที่จัดตั้งขึ้นมานั้นหนึ่งในโครงการที่โดดเด่น คือโครงการผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบธรรมชาติ เป็นการนำดอกไม้หอมที่ร่วงหล่นตามพื้นและเป็นขยะที่จะต้องกวาดทิ้ง นำมาคัดแปลงจนกลายเป็นทรัพย์สินที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร (Trash to Treasure) โดยนำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ สร้างความสดชื่นและความงาม ภายใต้ตรา Comsaed Natural Product ในภาพที่ 2-2 ซึ่งแรกเริ่มผลิตภัณฑ์นี้ถูกนำไปใช้ในส่วนของสปาและให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักภายในรีสอร์ท ซึ่งได้รับความสนใจจากลูกค้าที่มาพักเป็นอย่างมาก ส่งผลให้มีลูกค้าขอซื้อผลิตภัณฑ์เหล่านี้กลับไปใช้ต่อที่บ้าน และเมื่อมีลูกค้าขอซื้อจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ ทางค้าแสดฯ จึงได้มีการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายในร้านค้าของรีสอร์ท ต่อมาได้วางจำหน่ายไปยังร้านค้าและห้างสรรพสินค้าต่างๆ ซึ่งขณะนี้เรียกได้ว่า ค้าแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท ได้พลิกวิกฤตให้เป็นโอกาส สามารถฟื้นฟูอุปสรรคได้อย่างสมภาคภูมิ จากการมุ่งมั่นเดินหน้าอย่างมั่นคง^[4]

2.1.2 โครงการภายในค้าแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท

โครงการดีๆ ในค้าแสดฯ ที่กล่าวถึง คือ โครงการเรารักษ์โลก (We save the Earth) หรือ Green Project ได้ดำเนินกิจกรรมมากมาย เพื่อมุ่ง ลดค่าใช้จ่ายบริหารจัดการ ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และดำเนินทุกวิธีการเรื่องประหยัดพลังงาน และสรรสร้างพลังงานทดแทนเพื่อเป็นพลังงานหลักของโรงแรมในอนาคตจนค้าแสดฯ ได้กลายเป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อมของหลายประเทศทั่วโลก^[5]

ค้าแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท ได้แบ่งการดำเนินโครงการออกเป็นทั้งหมด 4 กลุ่มหลัก เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการร่วมอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อมของโลก ดังนี้

ที่มา [4]: คอกปิ่นแปรูปกลิ่นหอมจริง ดินคำขึ้นชื่อ ‘ค้าแสดรีสอร์ท’. [Online]. เข้าใจได้จาก : <http://www.thaisme.franchise.com/?p=12524>. 2556.

ที่มา [5]: ค้าแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท. We save the Earth . [Online]. เข้าใจได้จาก : <http://comsaed.com/th/about-save-earth.php>. 2556.

2.1.2.1 โครงการบริหารจัดการขยะแบบครบวงจร

คำเสดฯ ได้นำขยะเหลือใช้หลากหลายประเภท ไปบริหารจัดการ ผ่านการคัดแยกในโรงแยกขยะ อันมีประสิทธิภาพ แล้วนำไปผ่านกระบวนการเพื่อให้ขยะจำนวนมากสาละคืนกลับมาเป็นมูลค่าอีกครั้ง ในรูปแบบต่างๆ ดังแสดงในภาพที่ 2-3



ภาพที่ 2-3 การจัดการขยะในโครงการบริหารจัดการขยะแบบครบวงจร

2.1.2.2 โครงการพลังงานสีเขียว หรือ พลังงานทดแทน

คำเสดฯ ดำเนินงานด้านพลังงานทดแทน เพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายที่สิ้นเปลือง และเป็นการ อนุรักษ์การใช้พลังงานหลักให้น้อยลง ดังแสดงในภาพที่ 2-4



ภาพที่ 2-4 การจัดการในโครงการพลังงานสีเขียว หรือ พลังงานทดแทน

2.1.2.3 โครงการผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบธรรมชาติ

คำแสดฯ มุ่งมั่นศึกษา วิจัย โดยนำพืชพรรณ และ ไม้ดอกนานาชนิดที่มีอยู่ภายในรีสอร์ท มาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพร ผ่านกระบวนการที่ได้มาตรฐานถูกต้อง โดยเน้นวิธีผลิตด้วยมือ ควบคู่ไปกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ จนกลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดังภาพที่ 2-5 ที่สร้างชื่อเสียงให้ คำแสดฯ เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ภายใต้ตราผลิตภัณฑ์ Comsaed Natural Products



ภาพที่ 2-5 ผลิตภัณฑ์ในโครงการผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบธรรมชาติ

2.1.2.4 โครงการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติในอาณาบริเวณรีสอร์ท

ในพื้นที่ของ คำแสดฯ ไม่ใช้ปุ๋ยเคมีไม่ใช้สารเคมีกำจัดแมลง มีการปล่อยพันธุ์ปลาลงในแม่น้ำแควใหญ่ เลี้ยงวัว ควาย และสรรหาพันธุ์นกที่หายากมาปล่อยให้ขยายพันธุ์ตามธรรมชาติ ดังแสดงในภาพที่ 2-6



ภาพที่ 2-6 สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติในคำแสดฯ

คำแสดฯ ได้เปิดกว้างให้ผู้ที่สนใจ เข้าศึกษาเยี่ยมชมกิจกรรมอนุรักษ์พลังงาน และสิ่งแวดล้อมได้แล้ว 17 สถานี^[6] ดังนี้

สถานีที่ 1 สถานีคัดแยกขยะ

สถานีที่ 2 สถานีปุ๋ยหมักชีวภาพ

สถานีที่ 3 สถานีเตาเผาถ่าน และน้ำส้มควันไม้

สถานีที่ 4 สถานีน้ำหมักชีวภาพ

สถานีที่ 5 สถานีผลิตแก๊สชีวภาพ สำหรับ อุตสาหกรรมโรงแรม

ที่มา [6]: คำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท. Green Project . [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://comsaed.com/th/about-save-green-project.php>. 2556.

- สถานีที่ 6 สถานีผลิตแก๊สชีวภาพ แบบครัวเรือน
 สถานีที่ 7 สถานีผลิตแก๊สชีวมวล ขนาด 20 กก. ต่อ ชั่วโมง
 สถานีที่ 8 สถานีผลิตแก๊สชีวมวล ขนาด 50 กก. ต่อ ชั่วโมง
 สถานีที่ 9 สถานีผลิตไบโอดีเซล
 สถานีที่ 10 โรงไฟฟ้าชีวมวล ขนาด 5 กิโลวัตต์
 สถานีที่ 11 โรงไฟฟ้าชีวมวล ขนาด 20 กิโลวัตต์
 สถานีที่ 12 สถานีทดสอบ และ ผลิตเชื้อเพลิงชีว
 สถานีที่ 13 สถานีผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ
 สถานีที่ 14 สถานีอบแห้งด้วยแสงอาทิตย์
 สถานีที่ 15 สถานีบึงประดิษฐ์ หรือ บ่อบำบัดโดยวิธีธรรมชาติ
 สถานีที่ 16 สถานีกักน้ำ
 สถานีที่ 17 บ้านประหยัดพลังงาน^[7]

นอกจากนี้ คำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท ยังได้รับเงินสนับสนุนในโครงการนำร่องเพื่อผลิตพลังงานทดแทนจากชีวมวลในระดับชุมชน ดังปรากฏในตารางที่ 2-1

ตารางที่ 2-1 โครงการที่ผ่านการพิจารณา (ระบบผลิตความร้อน)

ลำดับ	ผู้เข้าร่วมโครงการ	ปริมาณการใช้เชื้อเพลิง	วงเงินที่สนับสนุน
		กก./ชม./ชม.	(ล้านบาท)
1	บริษัท อิมทีเรียลพอเทอรี่ จำกัด	384	1.95
2	บริษัท เอสที กรีนปาล์มออยล์ จำกัด	200	1.78
3	บริษัท คับเบิลยู เอ็ม อีโค เอ็นจิเนียริ่ง จำกัด	200	1.78
4	บริษัท อ่าพลูคอส โพรเซสซิ่ง จำกัด	300	1.34
5	บริษัท บางกอก อินเตอร์เนชั่นแนล เทคคิงกรุ๊ป จำกัด	150	1.11
6	บริษัท เอสทีไรซ์ จำกัด	100	1.04
7	บริษัท รัตนอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน จำกัด	100	1.08
8	มูลนิธิคำแสดธรรมธาร เพื่อการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม	50	0.82

ที่มา : กองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) กระทรวงพลังงาน

2.1.3 การให้บริการของคำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท

2.1.3.1 ที่พัก

ห้องพัก แบ่งเป็น 3 กลุ่มประเภท ตอบสนองความต้องการ และความสะดวกสบายของลูกค้ำทุกกลุ่มที่ให้ความรู้สึกเหมือนบ้าน และมีความเป็นส่วนตัวสูง

ประเภทที่ 1 : ห้องพัก แบบ รีสอร์ท ใน 5 Location (5 แบบ 5 ขนาด)

- ริเวอร์ วิง (River Wing) มีทัศนียภาพอันงดงามของผืนป่าสงวนรมรื่น ขนานไปกับสายน้ำแควใหญ่ ดังภาพที่ 2-7

ที่มา [7]: คำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท. Learning Center. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://comsaed.com/th/about-save-learning-center.php>. 2556.



ภาพที่ 2-7 บรรยากาศภายในห้องพัก River Wing

- วิลล่า วิง (Villa Wing) ถูกโอบล้อมและเป็นส่วนตัวด้วย อ้อมกอดความเขียวขจีของหมู่ไม้ พร้อมสวนสวยภายในห้องน้ำส่วนตัว ดังภาพที่ 2-8



ภาพที่ 2-8 บรรยากาศภายในห้องพัก River Wing

- การ์เด้น วิง (Garden Wing) โอบล้อมด้วยสวนธรรมชาติอันกว้างใหญ่ อยู่ใกล้บริเวณลานกิจกรรมและสปา ดังภาพที่ 2-9



ภาพที่ 2-9 บรรยากาศภายในห้องพัก Garden Wing

- เมาท่น วิง (Mountain Wing) ตั้งอยู่บนพื้นที่สูงสุดของโรงแรม มองเห็นวิวภูเขา อยู่ไกลๆ ท่ามกลางผืนป่าเขียวขจี และพรรณไม้ที่รายล้อม ดังภาพที่ 2-10



ภาพที่ 2-10 บรรยากาศภายในห้องพัก Mountain Wing

- ห้องทีมพลัส 16 เตียง (Team Plus) ดังภาพที่ 2-11



ภาพที่ 2-11 บรรยากาศภายในห้องพัก Team Plus

ประเภทที่ 2 : บ้านพักส่วนตัว ขนาดใหญ่ 2 ชั้น (Family House) ผสมผสานความเป็นไทย และการตกแต่งสมัยใหม่ ดังภาพที่ 2-12



ภาพที่ 2-12 บรรยากาศภายนอกและในของบ้านพักส่วนตัว Family House

ประเภทที่ 3 : ที่พัก แบบเต็นท์ ณ แคมป์ ไซท์ (Camping Site) ตั้งอยู่ใกล้ลำธารในสวนป่า ใจกลางโครงการเป็นพื้นที่โอ่อ่า สวยงาม และปลอดภัย เพื่อเอาใจลูกค้าคนพิเศษ ที่ต้องการ กลับคืนสู่ธรรมชาติ และใช้ชีวิตติดดิน^[8] ดังภาพที่ 2-13



ภาพที่ 2-13 บรรยากาศที่พักแบบเต็นท์ท่ามกลางธรรมชาติ

2.1.3.2 บริการ

ท่าแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท มีหลากหลายมุมโปรด ให้ผู้ที่มาพักได้เลือกสรรใช้ช่วงเวลาดีๆ เก็บเกี่ยวความสุข จากบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ครอบคลุมความต้องการอย่างครบครัน ได้แก่ สระว่ายน้ำ สปา ห้องอาหาร ชูมอาหาร ร้านค้าผลิตภัณฑ์ของรีสอร์ท ห้องจัดเลี้ยงและสัมมนา และถนนร่มไม้^[9] ดังภาพที่ 2-14

ที่มา [8]: ท่าแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท. Accommodation. [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://comsaed.com/th/accomodation.php_2556.

ที่มา [9]: ท่าแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท. Facilities. [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://comsaed.com/th/facilities.php_2556.



ภาพที่ 2-14 บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ของคำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท

2.1.3.3 กิจกรรม

คำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท ภูมิใจที่มอบความสุขให้กับผู้ที่มาพัก ด้วยหลากหลายกิจกรรมสร้างสรรค์ ดังนี้

1) กิจกรรมวิถีไทย

เป็นกิจกรรมที่ชวนอดีตไปมีชีวิตตามวิถีพื้นบ้าน เช่น การตัดบาตร ปล่อยปลา และชมการสร้างสร้อยงานจากภูมิปัญญาพื้นบ้านของไทย ในกิจกรรมวิถีไทยที่หลากหลาย ทั้งการเกี่ยวน้ำตาลจากอ้อย การปั้นกระถางดิน การผลิตสินค้ากรีนโปรดักส์ การจัดดอกไม้สไตล์คำแสดฯ และการนวดเท้าผ่อนคลาย ที่เร็นรมไม้ รวมไปถึงการฝึกทักษะด้านศิลปะกับ กิจกรรมสานปลาตะเพียนด้วยไบลานแห่ง ระบายสีตุ๊กตา ประดิษฐ์ประคอง สิ่งประดิษฐ์จากใบตอง และใบมะพร้าว สนุกสนานกับการทำขนมครก และขนมไทยชนิดต่างๆ และร่วมรำลึกถึงการละเล่นไทยครั้งวันวาน ทั้งหมากเก็บ หมากข้าม หมากฮอส หมากรุก ก่อเจดีย์ทราย และเดินไม้โยกเยกที่ ชุ่มชวนสนุก และลานอ้อมยิ้ม^[10] ดังภาพที่ 2-15

ที่มา [10]: คำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท. Activities. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://comsaeed.com/th/activities-thai-ways-of-life.php>, 2556.



ภาพที่ 2-15 กิจกรรมวิถีไทย

2) กิจกรรมสืบสองปันนา

เรียนรู้วิถีชีวิตแบบไทยในอดีตที่งดงาม และเรียบง่ายด้วยการปลูกข้าวในแปลงนา สาธิตริมแม่น้ำแควใหญ่ ทั้งการหว่านเมล็ด คานา เก็บเกี่ยว เพื่อสัมผัสกระบวนการกว่าที่ข้าวเปลือก จะกลายมาเป็นเมล็ดข้าวสาร ผ่านกิจกรรมลานนวดข้าว การฟัด ตำข้าว การสีข้าว ด้วยเครื่องสีข้าว แบบโบราณ อีกทั้งเพลิดเพลินกับการนำแป้งข้าวเจ้ามาทำขนมครก ตั้งแต่ขั้นตอนการไม่แป้ง ชูคมะพร้าว คั้นกะทิ ด้วยวัตถุดิบจากธรรมชาติ และชมแปลงผักปลอดสารพิษนานาชนิด ที่ขึ้นงอกงามริมแม่น้ำแควใหญ่ โดยผลผลิตจากแปลงสาธิตนี้ใช้เสิร์ฟบริการให้แก่ลูกค้าภายใน รีสอร์ทอีกด้วย^[11] ดังภาพที่ 2-16



ภาพที่ 2-16 กิจกรรมสืบสองปันนา

ที่มา [11]: คำแตต ริเวอร์แคว รีสอร์ท. Activities. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://comsaed.com/th/activities-xishuangbanna.php>, 2556.

3) กิจกรรมลานสนุก

ร่วมตื่นเต้นผจญภัย ปลอดภัยอารมณ์ดีที่ท้าทายไปกับหลากหลายกิจกรรมกลางแจ้งที่ ลานสนุก อาทิ กิจกรรมโยตัวข้ามลำธาร รถภูเขา ยิงปืนสั้น ยิงธนู พร้อมครูสอน ทดสอบจิตใจไปกับกิจกรรม การปีนตาข่ายเชือก ปีนบ้านทาร์ซาน และมีบ้านต้นไม้ชุดเดียวๆ สำหรับเด็กเล็ก รวมไปถึงกิจกรรมขี่จักรยาน จ็อกกิ้ง และกิจกรรมปิกนิกบนแพเป็ยก^[12] ดังภาพที่ 2-17

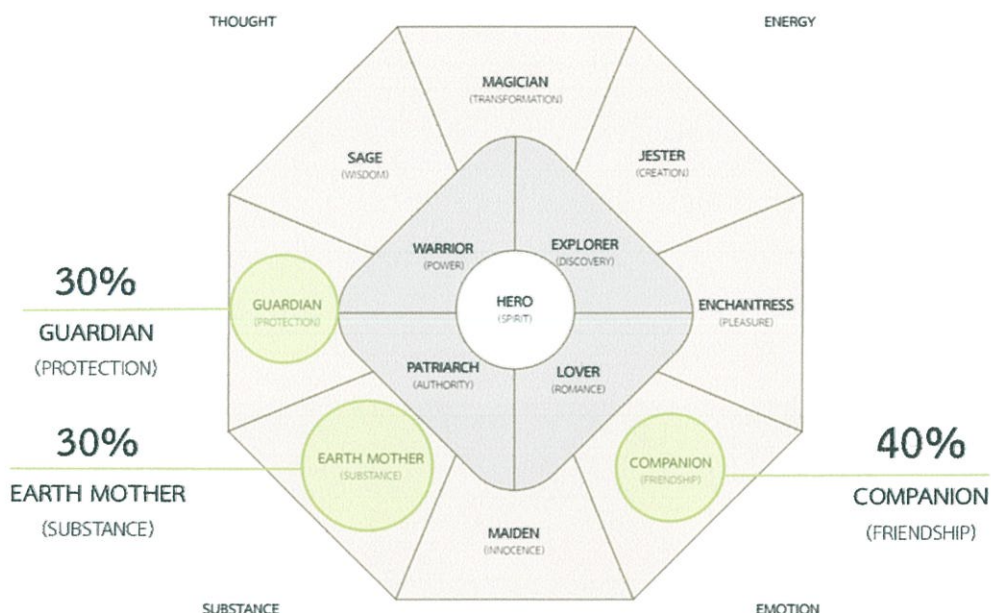


ภาพที่ 2-17 กิจกรรมลานสนุก

2.1.4 วิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้นด้านผู้ผลิต ที่มีผลต่อการออกแบบ

จากประวัติความเป็นมา นโยบายการดำเนินธุรกิจ การจัดตั้งโครงการต่างๆ การให้บริการ คำแสต ริเวอร์แคว รีสอร์ท ให้ความสำคัญกับการพึ่งพาตนเองและการแก้ปัญหาอย่างยั่งยืน ด้วยวิถีแบบไทยและการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม เมื่อผลิตภัณฑ์ได้นำออกไปจำหน่ายยังร้านค้า ภายในและภายนอกรีสอร์ทซึ่งมีผลิตภัณฑ์คู่แข่งมากมาย เพื่อให้เป็นที่รู้จัก จดจำและเข้าใจของผู้บริโภคต่อตราผลิตภัณฑ์ จึงจำเป็นต้องสร้างภาพลักษณ์ให้กับตราผลิตภัณฑ์ โดยนำภาพลักษณ์ที่โดดเด่นในด้านการเอาใจใส่ในการให้บริการต่างๆ ตลอดจนเอกลักษณ์ในการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม มาสร้างความแตกต่าง โดยสามารถสรุปภาพลักษณ์ของคำแสตฯ ได้ด้วยการจัดกลุ่มตัวตนของแบรนด์ ดังแสดงในภาพที่ 2-18

ที่มา [12]: คำแสต ริเวอร์แคว รีสอร์ท. Activities. [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://comsaed.com/th/activities-fun-field.php_2556.



ภาพที่ 2-18 แสดงการวิเคราะห์กลุ่มตัวตนของแบรนด์ ของคำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท

คำแสดฯ เป็นธุรกิจด้านการบริการ ให้ความผ่อนคลายสบายใจแก่ผู้บริโภครวมทั้งเป็นแบรนด์ที่มีความเป็นเพื่อนสนิท (Companion) อีกทั้งคำแสดฯยังมีความเอาใจใส่กับการคัดสรรสิ่งดีๆให้กับผู้บริโภครวมถึงมีแนวความคิดในการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม จึงเป็นแบรนด์ที่มีความเป็นมารดา (Earth Mother) และความเป็นผู้พิทักษ์ (Guardian) อยู่ในตัวตามลำดับ ซึ่งแสดงดังภาพที่ 2-18 และ 2-19

40%	30%	30%
COMPANION (FRIENDSHIP)	EARTH MOTHER (SUBSTANCE)	GUARDIAN (PROTECTION)
Friendly Help & Support Relax	Abundance Nurturing	Protection Organized Systematic
อบอุ่น เป็นกันเอง น่าเชื่อถือ ผ่อนคลาย สบาย	อุดมสมบูรณ์ อ่อนโยน เอาใจใส่	ปกป้องคุ้มครอง สุขุม รอบคอบ มีระเบียบ



ภาพที่ 2-19 Keywords และภาพแสดงบุคลิกภาพของคำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท

2.2 ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์



2.2.1 ที่มาของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ เริ่มจากดอกไม้หอมนานาชนิดที่เป็นขยะต้องกวาดทิ้ง คำแสดฯ ได้นำภูมิปัญญาความรู้มาดัดแปลงจนกลายเป็นทรัพย์สิน (Trash to Treasure) ที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กรกว่า 10 ล้านบาทต่อปี โดยการดำเนินงาน บริหารการผลิต และการตลาดภายใต้ชื่อ บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์. จำกัด โดยใช้ แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ด้วยการใช้ต้นไม้ ดอกไม้ ที่มีอยู่ภายในบริเวณโรงแรม ในด้านกรรมวิธีการผลิตนั้นเน้นการคัดสรรและผลิตด้วยมือ ควบคู่กับเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่สะอาด ปราศจากสิ่งปนเปื้อน โดยตากในห้องอบควบคุมอุณหภูมิ และผ่านห้องฆ่าเชื้อโรคด้วยแสงยูวี ไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมงทุกชิ้น จึงทำให้ผลิตภัณฑ์คำแสดฯ เป็นสินค้ามีค่าหายาก และมีคุณภาพสูง

2.2.2 ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติในโครงการ

ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ เพื่อสุขภาพและความงามของ คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ (Comsaed Natural Products) ทั้งหมดในปัจจุบันสามารถแสดงได้ดังตารางที่ 2-2



ตารางที่ 2-2 ผลิตภัณฑ์ของคำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ (Comsaed Natural Products) ในปัจจุบัน

ผลิตภัณฑ์	ข้อมูลผลิตภัณฑ์
<p>น้ำหอมดอกปีป</p> 	<p>ขนาด : 10 ml</p> <p>ราคา : 250 บาท</p> <p>ข้อมูลผลิตภัณฑ์ : การผลิตน้ำหอมดอกปีปนั้นจะใช้พนักงานเก็บ และคัดดอกปีปด้วยมือ ดอกต่อดอก เพื่อให้ได้ดอกที่สวยงาม ขาวสะอาด ไม่ซ้ำ และต้องเก็บเฉพาะช่วงเช้าเวลา 07.00 – 08.00 น. เท่านั้น ใช้วิธีการสกัดด้วยตัวทำละลาย (Solvent Extraction) แบบสกัดเย็น ใช้เวลาสกัดอย่างน้อย 6 เดือน จึงได้กลิ่นธรรมชาติที่แท้จริงของดอกปีป แล้วนำไปเข้ากระบวนการผลิตของการทำน้ำหอม วิธีการใช้เพียงแต้มบริเวณจุดชีพจร ให้ความหอมสดชื่นยาวนานตลอดวัน</p>
<p>เจลล้างมือดอกปีป</p> 	<p>ขนาด : 250 ml</p> <p>ราคา : 180 บาท</p> <p>ข้อมูลผลิตภัณฑ์ : ให้ความชุ่มชื้นถนอมมือและเล็บ ใช้รักษาความสะอาด และขจัดกลิ่นไม่พึงประสงค์ในมือได้อย่างดี ใช้แล้วรู้สึกสบายมือ ปลอดภัยต่อทุกสภาพผิว ไม่ทำให้ผิวแห้งทั้งยังมีกลิ่นหอมชื่นใจ ติดทนนาน อุดมไปด้วยประโยชน์จากคุณค่าของดอกปีป และสารสกัดว่านหางจระเข้ (Aloe Vera extract) ให้ความชุ่มชื้น ช่วยสมานผิวที่อักเสบระคายเคือง และป้องกันการสูญเสียน้ำหล่อเลี้ยงผิวตามธรรมชาติ</p>

ผลิตภัณฑ์	ข้อมูลผลิตภัณฑ์
<p>เจลอาบน้ำ 3 กลิ่น</p> <ul style="list-style-type: none"> - ดอกปีบ - กุหลาบ - ดอกโมก 	<p>ขนาด : 250 ml</p> <p>ราคา : 180 บาท</p> <p>ข้อมูลผลิตภัณฑ์ :</p> <p><u>เจลอาบน้ำ ดอกปีบ</u></p> <p>ผลิตภัณฑ์ระดับห้าดาว ที่สร้างชื่อเสียงให้กับคำแสดฯ และเป็นเจลอาบน้ำที่ทำสถิติขายได้อย่างต่อเนื่อง ตลอด 10 ปี ปีบ หรือ กาสะลอง มีคุณสมบัติช่วยบำรุงผิวให้ชุ่มชื้น ลดและบรรเทาอาการแพ้ของผิวหนัง มีกลิ่นหอมติดกายทนนาน ถ้าใช้อย่างต่อเนื่องจะทำให้ผิวเนียนนุ่ม น่าสัมผัส</p> <p><u>เจลอาบน้ำ กุหลาบ</u></p> <p>กุหลาบเป็นดอกไม้ที่ได้ชื่อว่า Queen of Flower ที่มีมากกว่า 1,000 ชนิด ชนิดที่มีสรรพคุณทางยา คือ กุหลาบมอญ กุหลาบหนู ในเกสรของกุหลาบ มีน้ำมันที่เรียกว่า Rose Hip ซึ่งมีวิตามิน C สูง มีคุณสมบัติช่วยบำรุงผิว ลดอาการผิวแห้ง ลดริ้วรอย และบรรเทาอาการระคายเคือง</p> <p><u>เจลอาบน้ำดอกโมก</u></p> <p>ให้ประโยชน์ทางสุนทรบำบัด (Aroma Therapy) ด้วยกลิ่นหอมธรรมชาติจากดอกโมกซ์ จะช่วยสร้างความผ่อนคลาย นอกจากนั้นส่วนผสมของ ว่านหางจระเข้ พร้อมด้วยวิตามินอี จะช่วยให้เกิดเนื้อเจลและฟองที่นุ่มนวล ให้คุณทำความสะอาดผิวได้อย่างหมดจด อ่อนละมุนเกลี้ยงเกลา ล้างออกง่าย โดยไม่ทำให้ผิวหนังแห้งตึง</p>
<p>แชมพูโบฮีมี</p> 	<p>ขนาด : 250 ml</p> <p>ราคา : 250 บาท</p> <p>ข้อมูลผลิตภัณฑ์ : โบฮีมี เป็นพืชท้องถิ่น ที่คนไทยรู้จักนำมาใช้ประโยชน์ตั้งแต่โบราณ นำใบสดมาช้กับน้ำ จนเกิดฟอง แล้วนำมาสระผม ใช้แทนแชมพู มีคุณสมบัติช่วยบำรุงรากผม ลดการหลุดร่วงของเส้นผม ใช้เป็นประจำ จะทำให้ผมมีสุขภาพดี ตกค้ำแข็งแรง เป็นเงางามตามธรรมชาติ</p>



ผลิตภัณฑ์	ข้อมูลผลิตภัณฑ์
<p>ครีมนวดผมใบหมี่</p> 	<p>ขนาด : 250 ml</p> <p>ราคา : 290 บาท</p> <p>ข้อมูลผลิตภัณฑ์ : ใบหมี่ เป็นพืชท้องถิ่น ที่คนไทยรู้จักนำมาใช้ประโยชน์ตั้งแต่โบราณ นำใบสดมาขยี้กับน้ำ จนเกิดฟอง แล้วนำมาสระผม ใช้แทนแชมพู มีคุณสมบัติช่วยบำรุงรากผม ลดการหลุดร่วงของเส้นผม ใช้เป็นประจำ จะทำให้ผมมีสุขภาพดี คดดำ แข็งแรง เป็นเงางามตามธรรมชาติ</p>
<p>เกลือขัดผิว 3 กลิ่น</p> <ul style="list-style-type: none"> - ไพล - ขมิ้น - มะกรูด 	<p>ขนาด : 300 g</p> <p>ราคา : 250 บาท</p> <p>ข้อมูลผลิตภัณฑ์ :</p> <p>ผลิตจากเกลือทะเลบริสุทธิ์ และสมุนไพรบดละเอียด</p> <p><u>ไพล</u> - ป้องกันการติดเชื้อราทุกชนิด ทำให้ผิวสดใสนุ่มนวลกว่าวัย</p> <p><u>ขมิ้น</u> - แก้ผดผื่นคัน ขับกลิ่นและสิ่งสกปรกในร่างกาย ช่วยทำให้ผิวนวลสดใสนุ่มนวลกว่าวัย</p> <p><u>มะกรูด</u> - ช่วยทำให้ผิวนุ่มนวล สดใส แก้ผดผื่นคัน กลากเกลื้อน</p>
<p>น้ำมันบำรุงผิว</p> <ul style="list-style-type: none"> - ดอกโมก - ดอกปีป 	<p>ขนาด : 100 ml</p> <p>ราคา : 300 บาท</p> <p>ข้อมูลผลิตภัณฑ์ : สูตรเฉพาะของ คำแสดฯ น้ำมันเนื้อบางเบา ซึมซาบเร็ว ไม่เหนียวเหนอะหนะ อุดมด้วยสารธรรมชาติ ใช้ทาบำรุงผิวทำให้ชุ่มชื้นนุ่มเนียน ไม่แห้งกร้าน หรือใช้เป็นน้ำมันนวดตัวขณะทำสปา เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการความชุ่มชื้นเป็นพิเศษ หรือผู้ที่ต้องอยู่ในห้องแอร์เป็นเวลานาน</p>

ผลิตภัณฑ์	ข้อมูลผลิตภัณฑ์
<p>น้ำมันหอมระเหย</p> <ul style="list-style-type: none"> - ส้ม - ยูคาลิปตัส 	<p>ขนาด : 15 cc</p> <p>ราคา : 177 บาท</p> <p>ข้อมูลผลิตภัณฑ์ : <u>น้ำมันหอมระเหย กลิ่นส้ม</u> กลิ่นส้มเป็นกลิ่นที่ให้ความรู้สึกสดชื่น และสะอาดใช้เป็นสुकนธบำบัด (Aroma Therapy) บนผิวส้มเราสามารถมองเห็นเซลล์ที่เก็บน้ำมันหอมระเหยได้ด้วยตาเปล่าอย่างชัดเจน เมื่อบีบเบาๆ จะมีน้ำมันและกลิ่นหอมออกมา จึงให้กลิ่นที่เป็นธรรมชาติ เมื่อสูดดมจะรู้สึกสดชื่น โล่งสบาย ใช้หยดลงในน้ำอุ่นบนเตาน้ำมันหอมระเหย บรรยากาศรอบบริเวณนั้นจะมีกลิ่นหอมสดชื่น ช่วยให้อารมณ์ผ่อนคลายเบิกบาน</p> <p><u>น้ำมันหอมระเหย กลิ่นยูคาลิปตัส</u> กลิ่นยูคาลิปตัส เป็นกลิ่นที่ให้ความรู้สึกสะอาด ปลอดภัยใช้เป็นสुकนธบำบัด เมื่อสูดดมจะรู้สึกสดชื่น โล่งสบาย มีคุณสมบัติช่วยขจัดและยับยั้งแบคทีเรีย บรรเทาอาการคัดจมูก อาการไอ หายใจไม่สะดวก ใช้หยดลงในน้ำอุ่น บนเตาน้ำมันหอมระเหย บรรยากาศรอบบริเวณนั้น จะมีกลิ่นหอมสดชื่น ช่วยให้อารมณ์เบิกบาน</p>
<p>น้ำมันนวด</p> 	<p>ขนาด : 100 ml</p> <p>ราคา : 250 บาท</p> <p>ข้อมูลผลิตภัณฑ์ : สูตรเฉพาะของ คำแสดฯ น้ำมันเนื้อบางเบา ซึมซาบเร็ว ไม่เหนียว เหนอะหนะ อุดมด้วยสารธรรมชาติ ใช้ทำบำรุงผิวกายให้ชุ่มชื้นนุ่มเนียน ไม่แห้งกร้าน หรือใช้เป็นน้ำมันนวดตัวขณะทำสปา เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการความชุ่มชื้นเป็นพิเศษ หรือผู้ที่ต้องอยู่ในห้องแอร์เป็นเวลานาน</p>
<p>สบู่ก้อน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ฟิงค์ไคมอนด์ - คอลลาเจนทองคำ 	<p>ขนาด : 100 g</p> <p>ราคา : 75 บาท</p> <p>ข้อมูลผลิตภัณฑ์ : <u>ฟิงค์ไคมอนด์</u> - ช่วยเพิ่มความชุ่มชื้นให้ผิว พร้อมทั้งบำรุงผิวให้กระชับ เสริมสร้างคอลลาเจนใต้ผิว <u>คอลลาเจนทองคำ</u> - ช่วยฟื้นฟูหน้าให้กระชับใส ลดริ้วรอยที่เกิดจากแสงแดด ฝ้า กระ จุดด่างดำ พร้อมทั้งช่วยเสริมสร้างคอลลาเจนใต้ผิว</p>
<p>ยาหม่องเสลด</p> <p>ฟังพอน</p> 	<p>ขนาด : 20, 60 g</p> <p>ราคา : 20, 55 บาท</p> <p>ข้อมูลผลิตภัณฑ์ : บรรเทาอาการแมลง สัตว์ กัด ต่อย</p>


ผลิตภัณฑ์	ข้อมูลผลิตภัณฑ์
<p>ชาดอกปีบ</p> 	<p>ขนาด : 100 g ราคา : 150 บาท ข้อมูลผลิตภัณฑ์ : ใช้ชงกับน้ำร้อน หรือชงแล้วใส่น้ำแข็ง สรรพคุณในการบำรุงน้ำดี บำรุงโลหิต ขยายหลอดเลือด รักษาอาการหอบหืด และระบบทางเดินหายใจ</p>
<p>ลูกประคบ</p> 	<p>ขนาด : 100, 150 g ราคา : 59, 120 บาท ข้อมูลผลิตภัณฑ์ : บำรุงผิวพรรณ ขจัดเซลล์ผิวที่ตกกระ ผิวแห้งออก ลดอาการปวด บวมอักเสบของกล้ามเนื้อ และข้อต่อ ช่วยกระตุ้นการไหลเวียนของโลหิต สามารถใช้งานได้ 3-4 ครั้ง</p>
<p>ชุดผลิตภัณฑ์</p>	<p>ขนาด : หลากหลาย ราคา : 500 บาทขึ้นไป ข้อมูลผลิตภัณฑ์ : สำหรับให้เป็นของขวัญ ของชำร่วยต่างๆ</p>

2.2.3 การวิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์และความต้องการของบรรจุภัณฑ์
จากข้อมูลของผลิตภัณฑ์สามารถวิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ และ
ความต้องการของบรรจุภัณฑ์ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 2-3

ตารางที่ 2-3 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ และความต้องการของ
บรรจุภัณฑ์

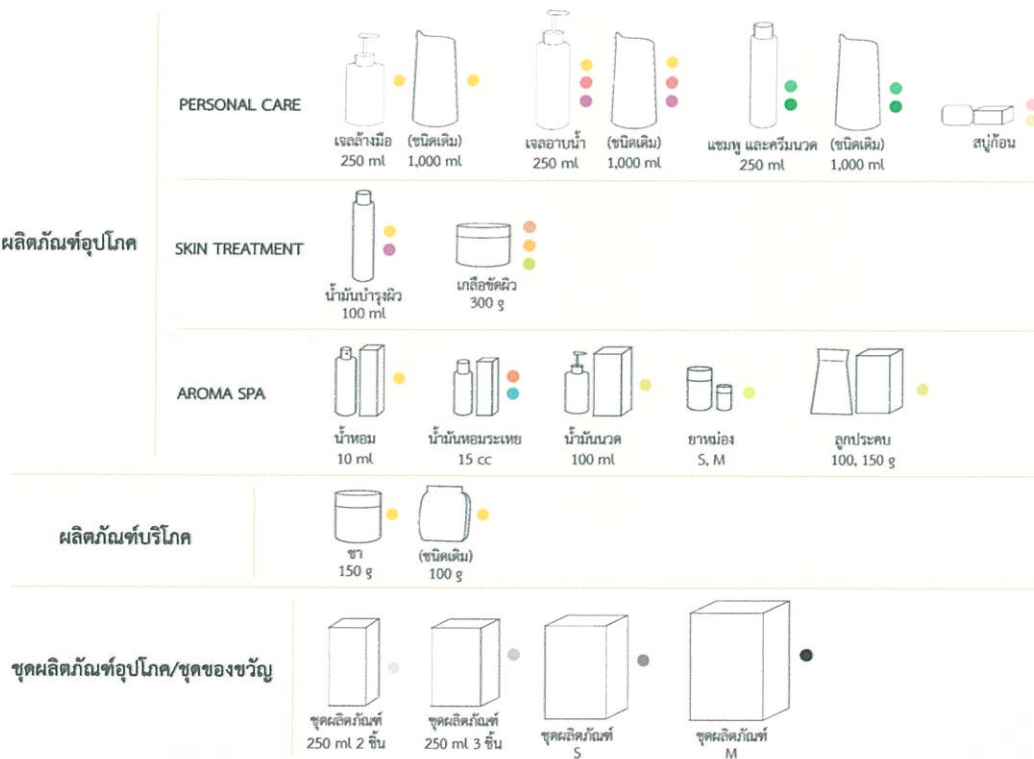
ประเภท	ลักษณะทางกายภาพ	รายการผลิตภัณฑ์	ความต้องการของบรรจุภัณฑ์โดยภาพรวม
1. ผลิตภัณฑ์อุปโภคที่ใช้ทำความสะอาดร่างกาย (Personal Care)	ของเหลวชนิดมีทั้งใสและขุ่น	- เจลล้างมือ - เจลอาบน้ำ - แชมพู - ครีมนวดผม 	- สามารถบรรจุของเหลวได้ - สามารถสัมผัสน้ำได้ เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในห้องน้ำ - เป็นผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงาม จำเป็นต้องมีภาพลักษณ์ที่ดี - สะดวกต่อการใช้งานร่วมกับสินค้า (กดปั๊ม/เท) การเก็บรักษา และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์
	ของแข็ง	- สบู่ก้อน 	- เป็นผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงาม จำเป็นต้องมีภาพลักษณ์ที่ดี - ปกป้องรักษา และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ - บรรจุภัณฑ์มีหน้าที่ปกป้องผลิตภัณฑ์ จนถึงมือลูกค้า เมื่อแกะใช้งานแล้ว บรรจุภัณฑ์จะถูกนำไปทิ้ง
2. ผลิตภัณฑ์อุปโภคที่ใช้บำรุงผิว (Skin Treatment)	ของเหลว ใส	- น้ำมันบำรุงผิว 	- สามารถบรรจุของเหลวได้ - เป็นผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงาม จำเป็นต้องมีภาพลักษณ์ที่ดี - สะดวกต่อการใช้งาน (กดปั๊ม/เท) การเก็บรักษา และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์

ประเภท	ลักษณะทางกายภาพ	รายการผลิตภัณฑ์	ความต้องการของบรรจุภัณฑ์โดยภาพรวม
2. ผลิตภัณฑ์อุปโภคที่ใช้บำรุงผิว (Skin Treatment)	ของแข็ง แข็งเป็นผง	- เกลลี่ขัดผิว 	- สามารถป้องกันความชื้นได้ - เป็นผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงาม จำเป็นต้องมีภาพลักษณ์ที่ดี - สะดวกต่อการใช้งาน (ตัก/เท) การเก็บรักษา และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์
3. ผลิตภัณฑ์อุปโภคที่ใช้ผ่อนคลาย (Aroma Spa)	ของเหลวใส มีความมันในผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำมัน	- น้ำหอม - น้ำมันหอมระเหย - น้ำมันนวด 	- สามารถบรรจุของเหลวได้ - เป็นผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงาม จำเป็นต้องมีภาพลักษณ์ที่ดี - สะดวกต่อการใช้งานร่วมกับสินค้า (ฉีด/พรม/กดปั๊ม/เท/ทา) การเก็บรักษา และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ - บรรจุภัณฑ์ชั้นนอก (Secondary Packaging) มีหน้าที่ปกป้องบรรจุภัณฑ์ชั้นใน (Primary Packaging) จนถึงมือผู้บริโภค
	ของแข็งกึ่งเหลวคล้ายขี้ผึ้ง สีเขียว	- ยาหม่อง 	- สามารถบรรจุขณะที่ผลิตภัณฑ์แข็งและละลายได้ - สะดวกต่อการใช้งาน (ดม/ทา) การเก็บรักษา และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์
	ของแข็งลักษณะกลมห่อด้วยผ้า	- ลูกประคบ 	- สามารถป้องกันความชื้นได้ - ทนต่อความชื้นที่จะระเหยออกมาบางส่วนจากผลิตภัณฑ์ - สะดวกต่อการใช้งานและเก็บรักษา เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ได้จำนวน 3-4 ครั้ง - บรรจุภัณฑ์มีหน้าที่ปกป้องผลิตภัณฑ์จนถึงมือลูกค้า เมื่อแกะใช้งานแล้วบรรจุภัณฑ์จะต้องเก็บรักษาผลิตภัณฑ์อีก 3-4 ครั้ง จึงถูกนำไปทิ้ง

ประเภท	ลักษณะทางกายภาพ	รายการผลิตภัณฑ์	ความต้องการของบรรจุภัณฑ์โดยภาพรวม
4. ผลิตภัณฑ์บริโภค	ของแข็ง แห้ง	- ชา 	<ul style="list-style-type: none"> - สามารถป้องกันความชื้นได้ - เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้บริโภค บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถสัมผัสอาหารได้ - สะดวกต่อการใช้งาน (ตัก/เท) การเก็บรักษา และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ - สำหรับบรรจุภัณฑ์ชนิดเดิม บรรจุภัณฑ์มีหน้าที่ปกป้องผลิตภัณฑ์ จนกว่าผู้บริโภคจะเปิดเดิม หลังจากเปิดจะถูกนำไปทิ้ง
5. ชุดผลิตภัณฑ์อุปโภค / ชุดของขวัญ	บรรจุ 2 ชั้น	- ชุดแชมพูและครีมนวดผม (ประกอบด้วยแชมพู 1 ชั้นและครีมนวดผม 1 ชั้น)	<ul style="list-style-type: none"> - สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ได้ตามประเภทของชุดผลิตภัณฑ์ - เป็นผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงามและเป็นชุดของขวัญ จำเป็นต้องมีภาพลักษณ์ที่ดี - สะดวกต่อการขนส่ง การเก็บรักษา และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ - บรรจุภัณฑ์ชั้นนอก (Secondary Packaging) มีหน้าที่รวมหน่วยและปกป้องบรรจุภัณฑ์ชั้นใน (Primary Packaging) จนถึงมือผู้บริโภค
	บรรจุ 2 ชั้น	- ชุดเจลอาบน้ำและแชมพู (ประกอบด้วยเจลอาบน้ำ 1 ชั้นและแชมพู 1 ชั้น)	
	บรรจุ 3 ชั้น	- ชุดเจลอาบน้ำ แชมพูและครีมนวดผม	
	บรรจุ 4 ชั้น	- เจลอาบน้ำ 4 กลิ่น	






ประเภท	ลักษณะทางกายภาพ	รายการผลิตภัณฑ์	ความต้องการของบรรจุภัณฑ์โดยภาพรวม
5. ชุดผลิตภัณฑ์อุปโภค / ชุดของขวัญ	บรรจุ 6 ชั้น	- ชุดของขวัญ (ประกอบด้วย เจลอาบน้ำ 1 ชั้น, แชมพู 1 ชั้น, ครีมนวดผม 1 ชั้น, น้ำมันบำรุงผิว 1 ชั้น, เกลือขัดผิว 1 ชั้น และเจลล้างมือ 1 ชั้น)	- สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ได้ตามประเภทของชุดผลิตภัณฑ์ - เป็นผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงามและเป็นชุดของขวัญ จำเป็นต้องมีภาพลักษณ์ที่ดี - สะดวกต่อการขนส่ง การเก็บรักษา และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ - บรรจุภัณฑ์ชั้นนอก (Secondary Packaging) มีหน้าที่รวมหน่วยและปกป้องบรรจุภัณฑ์ชั้นใน (Primary Packaging) จนถึงมือผู้บริโภค

จากตารางที่ 2-3 สามารถสรุปการจัดกลุ่มของผลิตภัณฑ์ และความต้องการของบรรจุภัณฑ์ของแต่ละผลิตภัณฑ์ดังแสดงในภาพที่ 2-20 2-21 และ 2-22

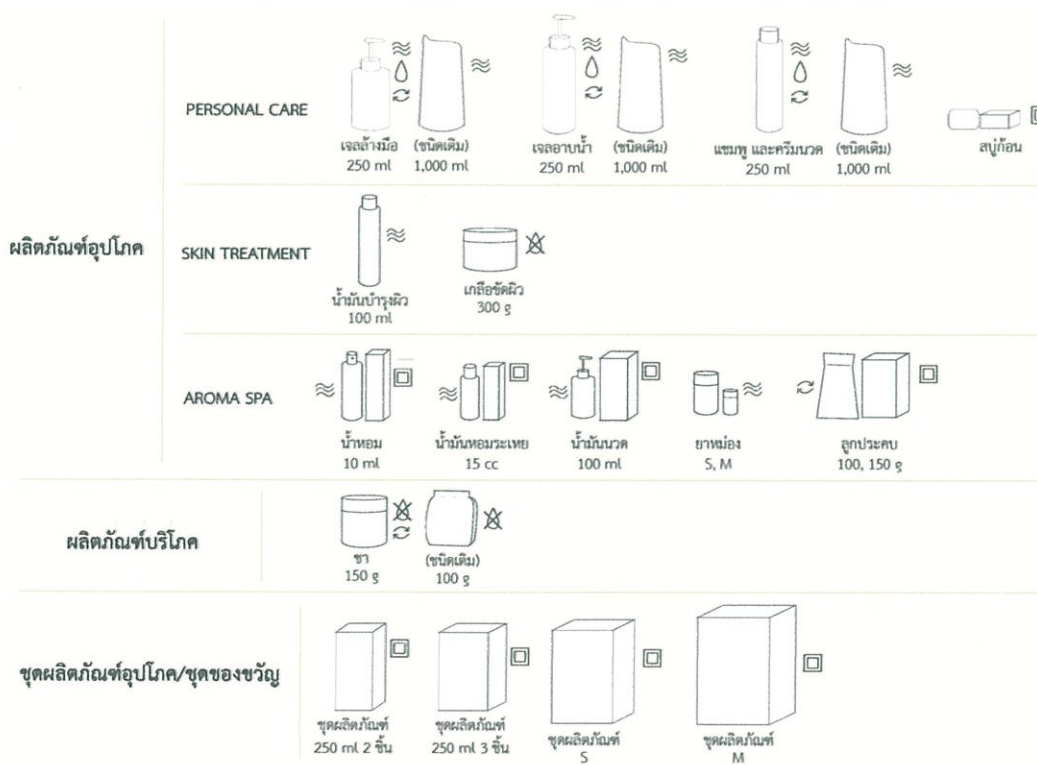


ภาพที่ 2-20 การจัดกลุ่มของผลิตภัณฑ์

ลักษณะความต้องการทางกายภาพของบรรจุภัณฑ์

-  ป้องกันการรั่วซึมของผลิตภัณฑ์
-  สัมผัสน้ำได้
-  ป้องกันความชื้นได้
-  บรรจุภัณฑ์นำกลับมาใช้ซ้ำได้
-  บรรจุภัณฑ์ชั้นนอกปกป้องบรรจุภัณฑ์ชั้นใน

ภาพที่ 2-21 สัญลักษณ์แทนลักษณะความต้องการของบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 2-22 การจัดกลุ่มของผลิตภัณฑ์กับความต้องการของบรรจุภัณฑ์

2.2.4 สรุปข้อมูลเบื้องต้นด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการออกแบบ

จากที่มาของผลิตภัณฑ์ในด้านการนำสิ่งที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดสามารถสรุปเป็นแนวความคิดของผลิตภัณฑ์ (Product Concept) ได้ว่า “ความยั่งยืนจากธรรมชาติ” กล่าวคือ คำแสดงเนเชอรัล โปรดักส์ (Comsaed Natural Products) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการเรียนรู้ที่จะใช้และรักษาธรรมชาติอย่างคุ้มค่า จากความรู้ความสามารถของตนเอง พร้อมกับถ่ายทอดสิ่งดีๆ เหล่านั้นให้แก่ผู้บริโภค รวมไปถึงการจัดกลุ่มของผลิตภัณฑ์ และความต้องการของบรรจุภัณฑ์ของแต่ละผลิตภัณฑ์ เป็นการกำหนดความต้องการของบรรจุภัณฑ์และกราฟิกที่จะดำเนินการออกแบบ เพื่อให้บรรจุภัณฑ์และกราฟิกมีประสิทธิภาพตรงตามหน้าที่และความต้องการของผลิตภัณฑ์ ภายใต้แนวความคิดและเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของผลิตภัณฑ์

2.3 ข้อมูลด้านการตลาด

2.3.1 กระแสความนิยมของตลาดผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ

ประเทศไทยเป็นที่จับตามองในฐานะเป็นอีกประเทศหนึ่ง ที่มีบทบาทส่งออกผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เวชสำอาง ปัจจุบันตลาดเวชสำอาง แนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง เป็นผลจากผู้บริโภคเริ่มสนใจผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ และผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น ทำให้ผลิตภัณฑ์เวชสำอางมีแนวโน้มเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องไม่มีส่วนผสม เช่น กลิ่น สี สารปรุงแต่ง ที่เป็นสารสังเคราะห์ รวมทั้งยังต้องไม่มีการฉายรังสี การใช้วัตถุพิษปนเปื้อน หรือตัดแต่งพันธุกรรม และไม่ใช้สัตว์ทดลองเพื่อทดสอบประสิทธิภาพ และอาการแพ้ต่างๆ

ปัจจัยสำคัญที่ผลักดันธุรกิจผลิตภัณฑ์ธรรมชาติให้ขยายตัวอย่างรวดเร็ว คือความต้องการผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบจากธรรมชาติ ปลอดภัย การผลิตต้องเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทำให้ผู้ผลิตต้องเร่งปรับปรุง และคิดค้นสูตรการผลิตผลิตภัณฑ์ ซึ่งต้องอาศัยการลงทุนด้านวิจัยและพัฒนา ผลิตภัณฑ์สมุนไพรต่างๆ ที่จะใช้เป็นวัตถุดิบ โดยเฉพาะการวิจัยสรรพคุณสมุนไพรต่างๆ เพื่อใช้เป็นหลักฐานอ้างอิงทางวิทยาศาสตร์ และเป็นมาตรฐานที่ยอมรับระดับสากล

นอกจากนี้ การแพร่ระบาดของโรคต่างๆ ในปัจจุบัน ทำให้ผู้บริโภคใช้ผลิตภัณฑ์จากพืชมากขึ้น เช่น ไรควัวบ้า เนื่องจากผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางบางประเภท ใช้ไขวัวเป็นวัตถุดิบ เป็นต้น ปัจจุบันผลิตภัณฑ์เวชสำอางที่ได้รับความนิยมมาก คือผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับผิว โดยเฉพาะสรรพคุณป้องกันความเหี่ยวย่น ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเส้นผม และผลิตภัณฑ์น้ำมันหอมระเหย ซึ่งหลากหลายผลิตภัณฑ์ จะระบุถึงวัตถุดิบจากธรรมชาติ รวมถึงสรรพคุณอย่างชัดเจน

ปัจจุบันในประเทศไทย มีโรงงานผลิตเครื่องสำอางประมาณ 300 แห่ง แบ่งเป็นโรงงานที่ร่วมทุนระหว่างคนไทยกับต่างประเทศ 80% ที่เหลือ 20% เป็นของคนไทย โดยปริมาณเครื่องสำอางที่ผลิตได้ 70% จำหน่ายในประเทศ ที่เหลือ 30% จะส่งออก รวมทั้งยังนำเข้าเครื่องสำอางจากต่างประเทศ โดยเฉพาะเครื่องสำอางที่ตราสินค้ามีชื่อเสียง ส่งผลให้โรงงานผลิตเครื่องสำอางในประเทศ จำเป็นจะต้องปรับตัวให้เหมาะสมกับความต้องการผู้บริโภค และสภาพการแข่งขันในตลาด เพื่อความอยู่รอด โรงงานขนาดกลาง-เล็กของคนไทย จะต้องผลิตสินค้าที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น ต่างจากสินค้าในท้องตลาด เพื่อจะหลีกเลี่ยงการแข่งขันกับสินค้าโรงงานผลิตขนาดใหญ่ที่ได้เปรียบ ทั้งแง่ต้นทุน และการตลาด ซึ่งเจาะตลาดแบบเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) รวมทั้งสร้างตราสินค้าของตนเอง ให้เป็นที่ยอมรับ ทั้งในและต่างประเทศ^[13]

2.3.2 แนวโน้มทางการตลาด และกลุ่มเป้าหมายของตลาด

ปัจจุบันเวชสำอางในประเทศไทยมีมูลค่าตลาดสูงถึง 2,000 ล้านบาทต่อปี ขยายตัวสูงถึง 30% ต่อปี โดยแบ่งเป็นกลุ่มตราสินค้าต่างประเทศ และกลุ่มที่ผลิตในประเทศ ซึ่งจุดขายสำคัญที่น่าจับตามอง คือการสร้างภาพลักษณ์สินค้าให้สอดคล้องกับกระแสอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เดิมราคาผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่ายอยู่ในเกณฑ์สูง โดยเฉพาะเครื่องสำอางสมุนไพรนำเข้า กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายจะเป็นผู้บริโภคระดับกลางขึ้นไป ส่วนใหญ่จะอยู่ในวัยทำงาน แต่ปัจจุบันผู้ประกอบการพยายามขยายฐานลูกค้า เพื่อจับตลาดกลุ่มวัยรุ่น เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงและต่อเนื่อง รวมทั้งมีการ

ขยายตัวผลิตเครื่องสำอางสมุนไพรระดับชาวบ้าน หรือกลุ่มแม่บ้านต่างๆ เพิ่มขึ้นมากซึ่งสินค้าในกลุ่มนี้มีราคาที่สูงเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์นำเข้า ทำให้ได้รับการตอบรับผู้บริโภคเพิ่มขึ้นมาก อีกทั้งความนิยมของสถานเสริมความงาม ด้วยสมุนไพรที่เปิดตัวเพิ่มขึ้นมาก ทำให้ตลาดขยายตัวต่อเนื่อง

อนาคตตลาดเวชสำอางหรือเครื่องสำอางสมุนไพรไทยมีแนวโน้มแจ่มใส ทั้งตลาดในและต่างประเทศ เนื่องจากได้ปัจจัยหนุนกระแสนิยมธรรมชาติ และรักษาสิ่งแวดล้อม ผู้ผลิตเครื่องสำอางสมุนไพรไทยต้องอาศัยจุดแข็งทางความได้เปรียบความหลากหลาย และความอุดมสมบูรณ์ของวัตถุดิบสมุนไพร^[14]

2.3.3 ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย และช่องทางการจัดจำหน่าย

2.3.3.1 ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเดิมของผลิตภัณฑ์ของคำเสศฯ ไม่มีการระบุไว้อย่างชัดเจน เน้นไปที่กลุ่มลูกค้าที่เคยมาพักและใช้ผลิตภัณฑ์ของคำเสศฯ ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ใหญ่วัยทำงาน ถึงวัยผู้ใหญ่ตอนปลาย เพื่อเป็นการกำหนดกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจน จึงใช้ผลจากการวิจัย สํารวจ และแบบสอบถามจากกลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ธรรมชาติของหลายสถาบัน ดังนี้

- จากผลการวิจัยของศูนย์วิจัยกสิกรไทย เรื่องกลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ

สามารถสรุปผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้ 2 กลุ่มใหญ่ๆ ดังนี้

กลุ่มเป้าหมายหลัก : ผู้บริโภคระดับกลางขึ้นไป ส่วนใหญ่จะอยู่ในวัยทำงาน

กลุ่มเป้าหมายรอง : กลุ่มวัยรุ่น เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงและต่อเนื่อง

- จากผลสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัย อาทิ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ที่มีผลสำรวจสอดคล้องกัน โดยให้รายละเอียดของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้ดังนี้

เพศ : หญิง 69% ชาย 31%

อายุ : 20 - 39 ปี

อาชีพ : นักศึกษา พนักงานบริษัท ข้าราชการ เจ้าของกิจการ พ่อบ้านและแม่บ้าน

การศึกษา : ปริญญาตรี และปริญญาตรีขึ้นไป

รายได้ : 8,000 - 20,000 บาท

2.3.3.2 ช่องทางการจัดจำหน่าย

รูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายของตลาดผลิตภัณฑ์ธรรมชาติหรือผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยสามารถจำแนกได้เป็น 4 รูปแบบดังนี้

1) การตลาดระบบสมาชิก

เป็นรูปแบบการตลาดที่เก่าแก่ที่สุดของขบวนการเกษตรอินทรีย์ ที่เชื่อมต่อโดยตรงระหว่างเกษตรกรผู้ผลิตและผู้บริโภค เช่น ระบบ TEIKEI ในประเทศญี่ปุ่น หรือระบบ Community Support Agriculture (CSA) และระบบ BOX ในยุโรปและสหรัฐอเมริกา ระบบตลาดนี้มีหลักการพื้นฐานว่า ผู้บริโภคตกลงกับเกษตรกรผู้ผลิตในการซื้อผลผลิตเกษตรอินทรีย์ที่ผลิตได้

ตามฤดูกาล โดยผู้บริโภคมักจะชำระเงินล่วงหน้าให้กับเกษตรกร หลังจากเก็บเกี่ยว ผลผลิตจะถูกจัดส่งไป ณ จุดกระจายย่อยตามที่ตกลง แล้วสมาชิกผู้บริโภคที่อยู่ในละแวกใกล้เคียงจะเป็นผู้มารับผลผลิตด้วยตนเอง การตลาดระบบนี้ เกษตรกรจะมีหลักประกันทาง เศรษฐกิจ และมีโอกาสในการสื่อสารโดยตรงกับผู้บริโภค ส่วนผู้บริโภคเองก็สามารถไป เยี่ยมเยือนฟาร์มเกษตรกร เพื่อดูการผลิต หรือช่วยเกษตรกรทำงานในฟาร์มก็ได้

ข้อดี คือ เกิดความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดระหว่างเกษตรกรผู้ผลิตและผู้บริโภค

ข้อจำกัด คือ เกษตรกรต้องมีฟาร์มที่อยู่ไม่ห่างจากเมืองใหญ่มากนัก และจำเป็นต้องมีรถยนต์สำหรับการขนส่งเอง นอกจากนี้การตลาดระบบสมาชิกใช้ได้กับฟาร์มที่ปลูกผักเกษตรอินทรีย์เป็นหลัก (แต่ก็อาจมีผลผลิตอื่นๆ ร่วมด้วย เช่น ข้าว ไม้ผล ไข่ไก่) ในขณะที่เกษตรกรอินทรีย์ที่ผลิตข้าว ธัญพืช หรืออาหารแปรรูป จะไม่สามารถใช้การตลาดในระบบนี้ได้^[15]

2) ตลาดนัด

ตลาดนัดส่วนใหญ่จะอยู่ใน ท้องถิ่นหรือหัวเมืองใหญ่ในต่างจังหวัด โดยส่วนมากมักจัดในสถานที่ที่มีผู้บริโภคมองหาแน่นอน เช่น โรงพยาบาล ในเขตสถานที่ราชการ หรืออาจเป็นที่ว่าง ที่ผู้บริโภคมองหาในการมาหาซื้อผลผลิต ตลาดนัดนี้มักจะเปิดเฉพาะวันที่แน่นอน แต่ไม่เปิดทุกวัน เช่น ทุกวันศุกร์ หรือวันเสาร์ โดยมากจะเปิดขายเพียงครั้งวัน หรืออาจนานทั้งวันเลยก็ได้ โดยผู้ผลิตต้องมีมาจากหลากหลายกลุ่ม เพื่อจะได้มีผลผลิตที่หลากหลายมาจำหน่าย

ข้อดี คือ เกษตรกรผู้ผลิตสามารถนำผลผลิตมาขายได้ตลอด สำหรับผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพได้เป็นประจำ

ข้อจำกัด คือ กลุ่มผู้บริโภคเป็นกลุ่มเดิม เนื่องจากเป็นตลาดเฉพาะสถานที่ ทำให้ผู้บริโภคกลุ่มใหม่อาจไม่ทราบรายละเอียด^[15]

3) ตลาดช่องทางเฉพาะ

เป็นตลาดที่ดำเนินการโดยผู้ประกอบการที่มีนโยบายในด้านเกษตรอินทรีย์ อาหารสุขภาพและผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ชัดเจน สามารถดำเนินการได้หลายรูปแบบ เช่น ร้านขายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม หรือซูเปอร์มาร์เก็ตเกษตรอินทรีย์ การตลาดในลักษณะนี้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้มากกว่าการตลาดระบบสมาชิก และมีผลผลิตที่หลากหลายจากเกษตรกรที่มีความเชี่ยวชาญในการผลิตเฉพาะทาง รวมทั้งอาจมีการแปรรูป ผลิตภัณฑ์แบบง่ายๆ มากกว่าด้วย

ข้อดี คือ มีสถานที่ตั้งที่แน่นอน ชัดเจน ผู้บริโภคสามารถมาเลือกซื้อสินค้าได้ตลอด มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย

ที่มา [15]: มูลนิธิสายใจแผ่นดิน. ตลาดเกษตรอินทรีย์ภาพรวม. [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://www.greennet.or.th/article/1009_2556.

ข้อจำกัด คือ ผู้บริโภคที่เข้าถึงเป็นเฉพาะกลุ่ม และมีการเจาะจงซื้อผลิตภัณฑ์ ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มใหม่ได้^[15]

4) การตลาดทั่วไป

ในหลายประเทศที่ตลาดเกษตรอินทรีย์ได้พัฒนาไประดับหนึ่ง จะพบว่า ช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์จะขยายไปสู่ระบบตลาดทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งในโมเดิร์นเทรด ที่เป็นซูเปอร์มาร์เก็ตและห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ ที่เป็นเช่นนี้เพราะ เมื่อความต้องการผลิตภัณฑ์เริ่มขยายตัวชัดเจน ผู้ประกอบการค้าปลีกในตลาดทั่วไปย่อมเห็นโอกาสในทางการค้า และปรับตัวเพื่อชิงส่วนแบ่งการตลาด และสร้างภาพพจน์ให้กับหน่วยงานของตน การเข้ามาของตลาดประเภทนี้จะทำให้เกิดการแข่งขันกันในตลาดมากขึ้น โดยเฉพาะการริเริ่มหาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ทั้งจากภายในประเทศหรือต่างประเทศ รวมไปถึงการแข่งขันทางราคาด้วย

ข้อดี คือ สามารถเข้าถึงผู้บริโภคและขยายตลาดไปยังผู้บริโภคกลุ่มใหม่ได้

ข้อจำกัด คือ ต้นทุนในการเช่าพื้นที่ การปรับภาพลักษณ์เพื่อแข่งขันกับคู่แข่งเดิมในท้องตลาดที่มีจำนวนมาก^[15]

สำหรับในกลุ่มของผลิตภัณฑ์ธรรมชาติเพื่อสุขภาพและความงาม ส่วนใหญ่มีช่องทางการจัดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าใน 3 รูปแบบดังนี้

4.1) กลุ่มที่จำหน่ายโดยการตั้งเคาน์เตอร์ในห้างสรรพสินค้า ซึ่งต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเช่าพื้นที่และผู้ผลิตจะต้องจัดหาพนักงานขายที่มีบุคลิกดี มีความสามารถในการโน้มน้าวจิตใจและฝึกอบรมให้มีความรู้เกี่ยวกับเครื่องสำอางจากธรรมชาติและสมุนไพรชนิดนั้นๆ โดยเฉพาะที่เรียกว่า B.A. (Beauty Advisor) เพื่อประจำอยู่ ณ จุดขายและเป็นผู้คอยแนะนำและบริการลูกค้า โดยภาพรวมกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มเครื่องสำอางจากธรรมชาติและสมุนไพรที่มีราคาสูง เป็นยี่ห้อนำเข้าจากต่างประเทศและมีภาพลักษณ์ที่เป็นสากล เน้นความเชื่อถือในตัวสินค้า

4.2) กลุ่มที่จำหน่ายโดยการตั้งร้านของตนเองโดยเฉพาะ โดยร้านค้าเหล่านี้ส่วนใหญ่มักอยู่ในห้างสรรพสินค้า กลุ่มนี้จะเป็นเครื่องสำอางจากธรรมชาติและสมุนไพรที่มีราคารองลงมาจากกลุ่มแรกมีทั้งยี่ห้อต่างประเทศและของไทย

4.3) กลุ่มที่ลูกค้าเลือกซื้อเองตามซูเปอร์มาร์เก็ต เป็นช่องทางการจำหน่ายที่เล็ก มุ่งเน้นตลาดระดับล่างเป็นหลัก สินค้ามีราคาไม่สูงนัก ผู้บริโภคสามารถเลือกเองโดยการอ่านคุณสมบัติและวิธีการใช้จากบรรจุภัณฑ์^[16]

ที่มา [15]: มูลนิธิสายใยแผ่นดิน. ตลาดเกษตรอินทรีย์ภาพรวม. [Online]. เข้าใจได้จาก : <http://www.greennet.or.th/article/1009.2556>.

ที่มา [16]: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. เครื่องสำอางจากธรรมชาติและสมุนไพร. [Online]. เข้าใจได้จาก : <http://mis.rmutt.ac.th/sme/Details/.../1012.doc.2556>.

สำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายเดิมของผลิตภัณฑ์ค้ำแสดฯ เน้นไปที่การจำหน่ายในร้านค้า ภายในรีสอร์ท บางส่วนนำออกจำหน่ายยังร้านค้าเฉพาะทางอย่างโกลเด้น เพลส ทั้ง 5 สาขา คือ สาขาพระราม 9 (ถนนประดิษฐ์มนูธรรม) สาขาสะพานสูง สาขาสีลมตึก CP สาขาโรงพยาบาล ศิริราช และสาขาหัวหิน สหกรณ์กรุงเทพ และห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง โดยในอนาคต ค้ำแสดฯ มีแผนในการขยายตลาด เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังห้างสรรพสินค้าของเดอะมอลล์กรุ๊ป คือ ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ เอ็มโพเรียม และสยามพารากอน เพื่อขยายตลาดไปยังกลุ่มเป้าหมายใหม่ ให้ได้รู้จักค้ำแสดฯ และธรรมชาติของกาญจนบุรีมากยิ่งขึ้น

2.3.4 สรุปผลข้อมูลเบื้องต้นด้านการตลาดที่มีผลต่อการออกแบบ

เพื่อให้การออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย จึงต้องกำหนดกลุ่มเป้าหมายรวมถึงช่องทางการจัดจำหน่ายให้ชัดเจน ซึ่งสามารถสรุปกลุ่มเป้าหมาย และช่องทางการจัดจำหน่ายตามกระแสตลาดในปัจจุบันได้ดังนี้

2.3.4.1 กลุ่มเป้าหมายหลัก

Demographics :

กลุ่มที่ 1

- กลุ่มวัยทำงาน หรือวัยผู้ใหญ่ตอนต้น
- เน้นผู้หญิงในเมือง
- อายุตั้งแต่ 25 – 39 ปี
- รายได้ตั้งแต่ 8,000 – 20,000 บาท

กลุ่มที่ 2

- กลุ่มวัยผู้ใหญ่ตอนปลาย
- อายุตั้งแต่ 40 - 60 ปี

Psychographics :

ใส่ใจในสุขภาพ มีความรู้และการศึกษา สนใจในกระแสสังคม
ชื่นชอบในความเป็นธรรมชาติ

2.3.4.2 กลุ่มเป้าหมายรอง

Demographics :

- กลุ่มวัยรุ่น(นักศึกษา)
- อายุตั้งแต่ 20 – 24 ปี
- เนื่องจากมีกำลังซื้อสูง และต่อเนื่อง

Psychographics :

เริ่มมีความคิดความอ่าน สนใจในกระแสสังคม กล้าลองในสิ่งใหม่

2.3.4.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย

- ร้านค้าภายในรีสอร์ท (สำหรับผู้ค้าที่มาพัก)
- ร้านค้าเฉพาะทาง (สำหรับผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มที่สนใจผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ)

คือ โกลเด้น เพลส 5 สาขา สหกรณ์กรุงเทพ

- ห้างสรรพสินค้า (สำหรับขยายไปยังผู้บริโภคกลุ่มใหม่)

คือ ตั้งฮั่วเส็ง เดอะมอลล์ เอ็มโพเรียม พารากอน

การออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกนั้น จะต้องสร้างภาพลักษณ์ เอกลักษณ์ที่โดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่งอย่างชัดเจนและเหมาะสมกับผู้บริโภค เริ่มจากการออกแบบเพื่อดึงดูดและเข้าถึงผู้บริโภคที่ไม่เคยรู้จักผลิตภัณฑ์ของכםมาก่อน แล้วจึงแสดงให้ผู้บริโภครู้จักและเข้าใจในคุณค่าของแนวความคิดของผลิตภัณฑ์ จนทำให้เกิดการซื้อและใช้งานอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงการคำนึงถึงต้นทุนในการผลิตที่เหมาะสมอีกด้วย

2.4 ข้อมูลด้านคู่แข่งทางการตลาด

การวิเคราะห์ข้อมูลของคู่แข่งในท้องตลาด เพื่อหาช่องว่างทางการตลาด กำหนดภาพลักษณ์ที่แตกต่าง รวมถึงลักษณะของบรรจุภัณฑ์และกราฟิกของผลิตภัณฑ์คู่แข่ง มาพิจารณาเพื่อพัฒนาในการออกแบบ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.4.1 ข้อมูลของคู่แข่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ

จากข้อมูลด้านการตลาด สามารถแบ่งผลิตภัณฑ์ธรรมชาติเพื่อสุขภาพและความงาม ได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ และผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศไทย ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศไทยสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มย่อยตามลักษณะของการผลิต คือ การผลิตแบบอุตสาหกรรม และการผลิตแบบภูมิปัญญา ซึ่งผลิตภัณฑ์ของคำแสดฯ จัดอยู่ในกลุ่มของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศไทย ที่มีทั้งการผลิตแบบอุตสาหกรรมและการผลิตแบบภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือผลิตด้วยมือ ดังแสดงในภาพที่ 2-23



ภาพที่ 2-23 กลุ่มของผลิตภัณฑ์ธรรมชาติและ ความงามในท้องตลาด

สามารถวิเคราะห์คู่แข่งทางการตลาดที่แสดงในภาพที่ 2-23 ในด้านแนวความคิด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านภาพลักษณ์ ด้านการตลาด ด้านผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งแสดงได้ในตารางที่ 2-4 และ 2-5 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2-4 แสดงข้อมูลของคู่แข่งทางการตลาด ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ

ตราผลิตภัณฑ์คู่แข่ง	ข้อมูลคู่แข่ง
 	<p>นำเข้าจากประเทศฝรั่งเศส</p> <p>แนวความคิด : ผู้สร้างสรรค์ความงามจากธรรมชาติ</p> <p>ผลิตภัณฑ์ : เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิว ที่ผลิตจากพฤกษา พรรณจากธรรมชาติที่ปลูกขึ้นเอง รวมไปถึงการทดลอง ทางวิทยาศาสตร์</p> <p>ภาพลักษณ์ : ผู้เชี่ยวชาญความงามจากธรรมชาติ มีความเป็นสากล</p> <p>บรรจุภัณฑ์ : มีความหลากหลายทางรูปทรงของ บรรจุภัณฑ์ในแต่ละประเภท ส่วนใหญ่เป็นบรรจุภัณฑ์ พลาสติก</p> <p>ราคา : สูง</p> <p>ช่องทางการจำหน่าย : ร้านค้าปลีกในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ</p> <p>ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย : ผู้บริโภคที่ชื่นชอบและสนใจกับภาพลักษณ์ในความ เป็นธรรมชาติ มีความมั่นใจในมาตรฐานของตราผลิตภัณฑ์ เน้นไปที่ผู้บริโภคผู้หญิง</p>

ตราผลิตภัณฑ์คู่แข่ง	ข้อมูลคู่แข่ง
	<p>นำเข้าจากประเทศนิวซีแลนด์</p> <p>แนวความคิด : ธรรมชาติคือบ่อเกิดแห่งความงามที่แท้จริง</p> <p>ผลิตภัณฑ์ : ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่ผลิตพืช สาระยา ดอกไม้ และ วัตถุดิบธรรมชาติที่ปลอดภัยจากสารเคมี 100%</p> <p>ภาพลักษณ์ : ใส่ใจกับความเป็นธรรมชาติและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม</p> <p>บรรจุภัณฑ์ : ใช้โพลีโพรพิลีนผสมกับแคลเซียมคาร์บอเนตในการทำ ขวด ทำให้ใช้สูญเสียพลังงานและพลาสติกในการผลิต น้อยลง รวมไปถึงหมึกที่ใช้พิมพ์บรรจุภัณฑ์</p> <p>ราคา : สูง</p> <p>ช่องทางการจำหน่าย : ร้านค้าสินค้าออร์แกนิกออนไลน์ทั่วไป</p> <p>ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย : คนรุ่นใหม่ที่เปิดรับสิ่งใหม่ๆ ค้นหาสิ่งดีๆ ให้กับตัว เอง ใส่ใจธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มั่นใจกับมาตรฐานของ ผลิตภัณฑ์</p>

ตารางที่ 2-5 แสดงข้อมูลของกลุ่มผู้ประกอบการที่ผลิตในประเทศไทย ด้วยการผลิตแบบ
อุตสาหกรรม

ตราผลิตภัณฑ์คู่แข่ง	ข้อมูลคู่แข่ง
 <p>The image shows the Oriental Princess brand logo, which features a green circular emblem with a stylized plant. Below the logo, the brand name "Oriental Princess" is written in a cursive font. Underneath, there is a row of six different skincare products in various colors (green, yellow, pink, etc.) and packaging (bottles, tubes, jars).</p>	<p>แนวความคิด : ความงามของสาวเอเชีย</p> <p>ผลิตภัณฑ์ : เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิว ที่มีส่วนผสมของสารสกัดธรรมชาติและดอกไม้</p> <p>ภาพลักษณ์ : เน้นความหรูหรา มีระดับ ในแบบของผู้หญิง</p> <p>บรรจุภัณฑ์ : ใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ส่วนตัว คือ เรียบง่าย และใช้วัสดุเป็นพลาสติกเพื่อให้พนักงานสามารถพกพาได้สะดวก</p> <p>ราคา : ปานกลาง</p> <p>ช่องทางการจำหน่าย : ร้านค้าปลีกในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ</p> <p>ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย : ผู้หญิงวัยรุ่นและวัยทำงานที่รักสวยรักงาม สนใจในภาพลักษณ์กับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์</p>
 <p>The image shows the Er6 brand logo, which consists of the letters "Er6" in a white serif font inside a brown circle. Below the logo, there is a row of five different skincare products in various packaging (bottles, jars, tubes).</p>	<p>แนวความคิด : ความงามของสาวชาววัง</p> <p>ผลิตภัณฑ์ : ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว จากสมุนไพรและดอกไม้ไทย และส่วนผสมจากธรรมชาติแบบออร์แกนิก ไม่มีสารเคมี</p> <p>ภาพลักษณ์ : เน้นความหรูหรา มีระดับ ในรูปแบบไทยประยุกต์</p> <p>บรรจุภัณฑ์ : ใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์ มีอารมณ์ของความเป็นไทยสมัยใหม่</p> <p>ราคา : สูง</p> <p>ช่องทางการจำหน่าย : ร้านค้าปลีกในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ</p> <p>ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย : ผู้หญิงรุ่นใหม่ อายุ 25-40 ปี ที่ชื่นชอบงานออกแบบใส่ใจในการดูแลตัวเอง นิยมความหรูหรา</p>

ตราผลิตภัณฑ์คู่แข่ง	ข้อมูลคู่แข่ง
 <p style="text-align: center;">Sabai-arom THE PHILOSOPHY OF WELL-BEING</p>	<p>แนวความคิด : ความสุขที่ยั่งยืน</p> <p>ผลิตภัณฑ์ : ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว จากสมุนไพรและดอกไม้ไทย และ ส่วนผสมจากธรรมชาติแบบออร์แกนิก ไม่มีสารเคมี ที่คัดสรรจากเกษตรกรทั่วประเทศ</p> <p>ภาพลักษณ์ : เน้นรูปแบบไทยประยุกต์ แสดงออกถึงความสุขที่ได้ ทำให้สรรหาวัตถุดิบที่ดีมีคุณภาพ</p> <p>บรรจุภัณฑ์ : ใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกรูปแบบเดียวกัน ปรับเปลี่ยนเพียงรูปแบบกราฟิก</p> <p>ราคา : ค่อนข้างสูง</p> <p>ช่องทางการจำหน่าย : ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ</p> <p>ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย : ผู้หญิงเมืองรุ่นใหม่ที่ชื่นชอบในธรรมชาติ ชอบความสุนทรีย์</p>
 <p style="text-align: center;">สมุนไพร</p>	<p>แนวความคิด : ภูมิปัญญาแพทย์แผนไทย</p> <p>ผลิตภัณฑ์ : ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและผลิตภัณฑ์ยา จากสมุนไพรไทย จากแหล่งที่ปลูกสมุนไพร โดยเฉพาะ ด้วยความรู้ความเชี่ยวชาญด้านแพทย์แผนไทย</p> <p>ภาพลักษณ์ : แสดงถึงความน่าเชื่อถือในความรู้ความเชี่ยวชาญด้านแพทย์แผนไทย</p> <p>บรรจุภัณฑ์ : ใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกรูปแบบเดียวกัน ปรับเปลี่ยนเพียงรูปแบบกราฟิก</p> <p>ราคา : ค่อนข้างถูก</p> <p>ช่องทางการจำหน่าย : ร้านค้าเฉพาะทาง (สินค้าธรรมชาติ) และซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ</p> <p>ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย : ผู้บริโภคที่ชื่นชอบในสมุนไพรไทย เชื่อมั่นในสรรพคุณทางยา และความรู้ดั้งเดิมของการแพทย์แผนไทย</p>

ตราผลิตภัณฑ์คู่แข่ง	ข้อมูลคู่แข่ง
 	<p>แนวความคิด : วิถีเกษตรอินทรีย์และการพึ่งพาตนเอง</p> <p>ผลิตภัณฑ์ : ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและผลิตภัณฑ์อุปโภค จากสมุนไพรไทย ผลิตจากผลผลิตจากการทำเกษตรอินทรีย์ภายในรีสอร์ท</p> <p>ภาพลักษณ์ : แสดงออกถึงวิถีธรรมชาติแบบเกษตรอินทรีย์ ด้วยการพึ่งพาตนเอง และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม</p> <p>บรรจุภัณฑ์ : ใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกรูปแบบเดียวกัน ปรับเปลี่ยนเพียงรูปแบบกราฟิก เน้นการใช้ฉลากสีน้ำตาล เพื่อแสดงถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม</p> <p>ราคา : ปานกลาง</p> <p>ช่องทางการจำหน่าย : ร้านค้าภายในรีสอร์ท ร้านค้าเฉพาะทาง(สินค้าธรรมชาติ) และซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ</p> <p>ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย : ผู้บริโภคที่ชื่นชอบในสมุนไพรไทย รู้จักและเชื่อมั่นในความเป็นมาของผลิตภัณฑ์</p>
 	<p>แนวความคิด : สนับสนุนแนวความคิดเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อฟื้นฟูสังคมไทย</p> <p>ผลิตภัณฑ์ : ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและผลิตภัณฑ์อุปโภค จากสมุนไพรไทย ผลิตจากผลผลิตจากการทำเกษตรปลอดภัยในโครงการส่วนพระองค์ตามพระราชดำริ</p> <p>ภาพลักษณ์ : แสดงออกถึงวิถีธรรมชาติแบบเกษตรอินทรีย์</p> <p>บรรจุภัณฑ์ : ใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกรูปแบบเดียวกัน ปรับเปลี่ยนชื่อสินค้า เน้นตัวหนังสือมากกว่าภาพ</p> <p>ราคา : ปานกลาง</p> <p>ช่องทางการจำหน่าย : ร้านค้าเฉพาะทาง(สินค้าธรรมชาติ)</p> <p>ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย : ผู้บริโภควัยทำงาน สนใจในภาพลักษณ์ความเป็นธรรมชาติ และเชื่อมั่นในสินค้าในโครงการส่วนพระองค์ตามพระราชดำริ</p>

ตารางที่ 2-6 แสดงข้อมูลของคู่แข่งทางการตลาด ที่ผลิตในประเทศไทย ด้วยการผลิตแบบ
ภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือผลิตด้วยมือ

ตราผลิตภัณฑ์คู่แข่ง	ข้อมูลคู่แข่ง
	<p>แนวความคิด : พึ่งพาตนเองและถ่ายทอดความรู้ให้ผู้อื่น</p> <p>ผลิตภัณฑ์ : ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและผลิตภัณฑ์อุปโภค จากผลผลิตจากการทำเกษตรอินทรีย์</p> <p>ภาพลักษณ์ : แสดงออกถึงวิถีธรรมชาติแบบเกษตรอินทรีย์</p> <p>บรรจุภัณฑ์ : ใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกมาตรฐานทั่วไป เน้นการให้ข้อมูลบนฉลากสินค้า</p> <p>ราคา : ค่อนข้างถูก</p> <p>ช่องทางการจำหน่าย : ร้านค้าเฉพาะทาง (สินค้าธรรมชาติ) และร้านค้าสินค้าออร์แกนิกออนไลน์ทั่วไป</p> <p>ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย : คนรุ่นใหม่ที่ชอบเปิดรับสิ่งใหม่ๆ ใส่ใจความเป็นธรรมชาติ</p>
	<p>แนวความคิด : การดูแลร่างกายและจิตใจจากธรรมชาติ</p> <p>ผลิตภัณฑ์ : ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว จากวัตถุดิบธรรมชาตินานาชนิด ทั้งสมุนไพร ดอกไม้ ผลไม้ ที่ผลิตแบบ Hand made</p> <p>ภาพลักษณ์ : ความสากลที่อิงวิถีแห่งภูมิปัญญาไทย</p> <p>บรรจุภัณฑ์ : ใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกมาตรฐานทั่วไป เน้นภาพบนฉลากสินค้า</p> <p>ราคา : ปานกลาง</p> <p>ช่องทางการจำหน่าย : ร้านค้าสินค้าออร์แกนิกออนไลน์ทั่วไป</p> <p>ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย : คนรุ่นใหม่ที่เปิดรับสิ่งใหม่ๆ ค้นหาสิ่งดีๆ ให้กับตัวเอง ใส่ใจธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ไม่ยึดติดกับตราผลิตภัณฑ์</p>

2.4.2 วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลเบื้องต้นด้านคู่แข่งทางการตลาดที่มีผลต่อการออกแบบ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้านคู่แข่งทางการตลาด สามารถนำมาสรุปแนวทางในการนำเสนอจุดเด่นที่แตกต่าง รวมถึงคู่แข่งทางการตลาดหลักและรอง ได้ดังต่อไปนี้

2.4.2.1 ด้านภาพลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์

จากการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์ที่ได้มาจากการนำแนวความคิดภาพลักษณ์ และจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ของแต่ละตราผลิตภัณฑ์ออกมา สามารถสรุปแนวความคิดหลักของคำแสดฯ ได้ 5 แนวคิดดังต่อไปนี้

- 1) วิถีเกษตรอินทรีย์ คือ มีการใช้ผลผลิตหรือทำเกษตรที่ปลอดภัย
- 2) การพึ่งพาตนเอง คือ มีการปลูกวัตถุดิบเพื่อใช้เอง
- 3) การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม คือ มีแนวความคิดหรือนโยบายด้านการรักษา












สิ่งแวดล้อมที่โดดเด่น

4) การอนุรักษ์พลังงาน คือ มีแนวความคิดหรือนโยบายด้านการจัดการด้านพลังงานที่โดดเด่น

5) การคัดสรรวัตถุดิบ คือ มีการเอาใจใส่ในการคัดสรรวัตถุดิบที่นำมาผลิต รวมถึงกระบวนการผลิต

โดยคู่แข่งทางการตลาดหลักคือ ตราผลิตภัณฑ์ที่มีภาพลักษณ์คล้ายคลึงกับคำแสดฯ 3 เกณฑ์ขึ้นไป ซึ่งได้แก่ Yves Rocher, เขาคือทะเล Living Nature, ธรรมชาติ และไร่ดินคี้ใจ และคู่แข่งทางการตลาดรอง ได้แก่ สบายอารมณ์ อภัยภูเบศร Organique, Oriental Princess และเอิบ ดังแสดงในภาพที่ 2-24

ตารางที่ 2-7 แสดงการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของคำแสดฯ กับผลิตภัณฑ์คู่แข่งทางการตลาด

	วิถีเกษตรอินทรีย์	การพึ่งพาตนเอง	การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	การอนุรักษ์พลังงาน	การคัดสรรวัตถุดิบ
 YVES ROCHER					
					
 Oriental Princess					
					
 Sabai-arom					
 Dharmasana					
					
 THAM MA CHAD					
 วิถีชีวิต					
 Organique					
 Comesana					

คู่แข่งหลัก

 YVES ROCHER

 เขาค้อทะเล
SRI MAHACHULALONGKORNRAJAVIDYALAYA

 LIVING NATURE

 THAM MA CHAD
ธรรมชาดี

 วิถีชีวิต

คู่แข่งรอง

 Sabai-arom

 Dharmasana

 Organique

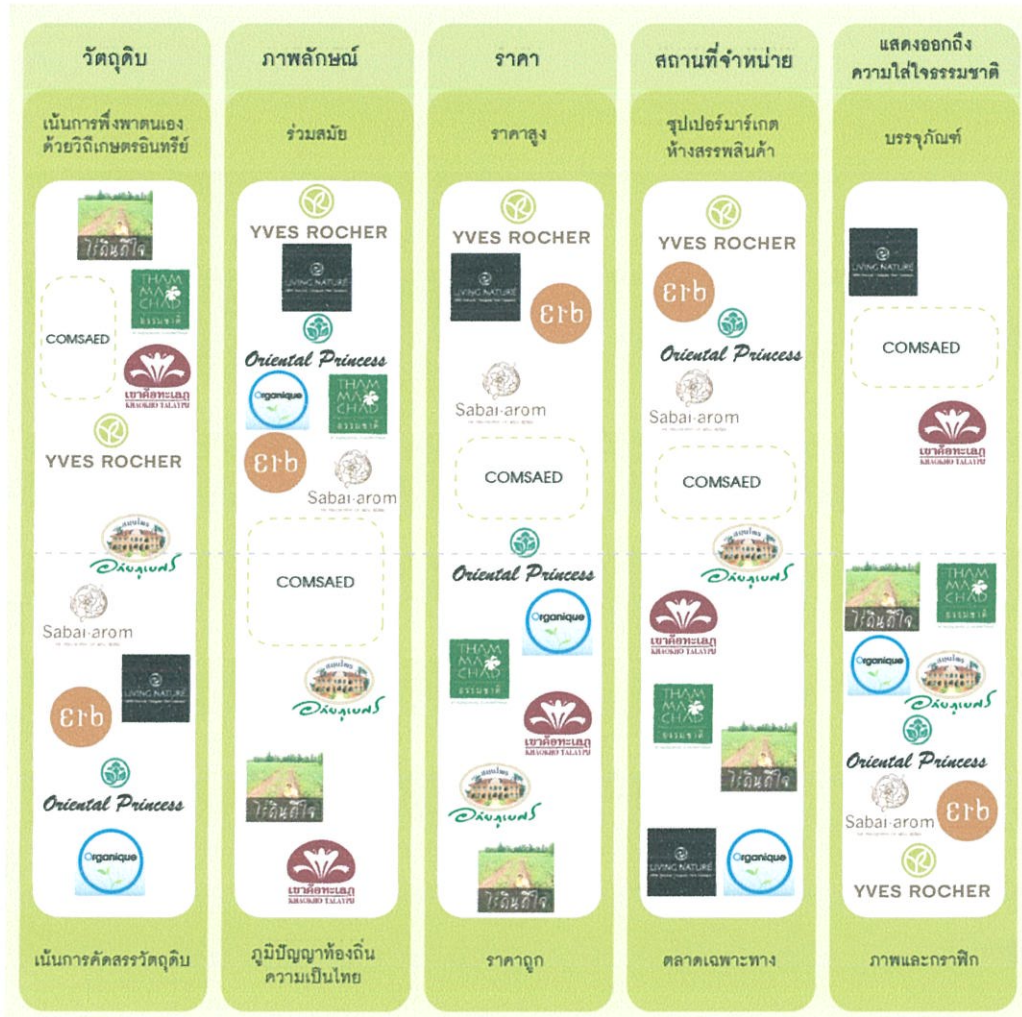
 Oriental Princess

 erb

ภาพที่ 2-24 แสดงคู่แข่งทางการตลาดหลักและรองของผลิตภัณฑ์คำแสดฯ

2.4.2.2 ด้านตำแหน่งของผลิตภัณฑ์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ทั้งด้านภาพลักษณ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย บรรจุภัณฑ์และกราฟิก สามารถกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ ในช่องว่างทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เกิดความแตกต่างกับคู่แข่งได้ดังภาพที่ 2-25

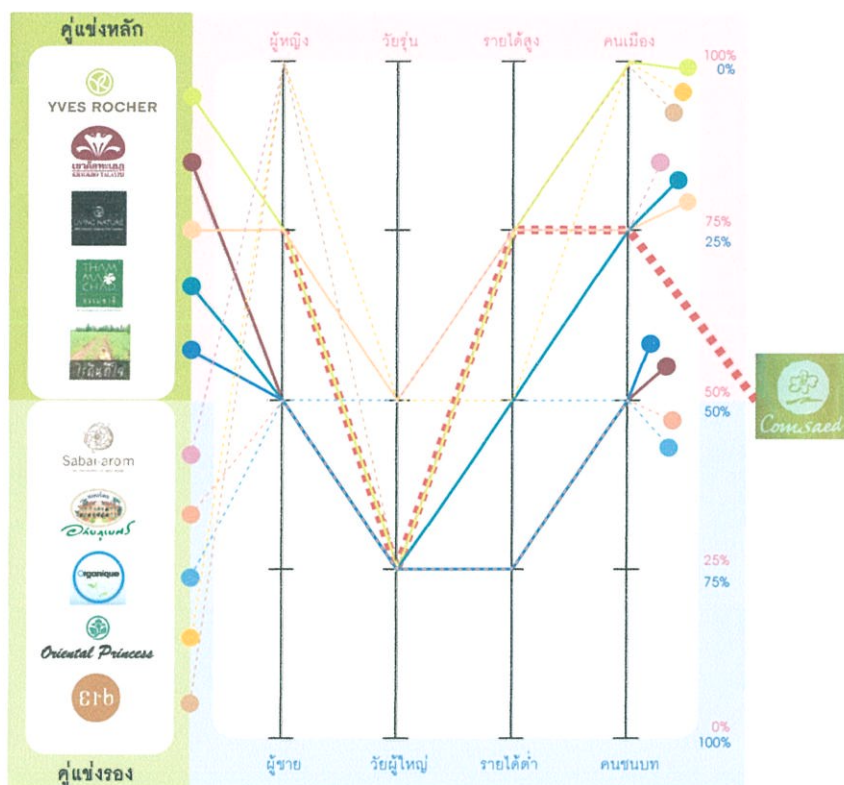


ภาพที่ 2-25 แผนภูมิแสดงช่องว่างและตำแหน่งของผลิตภัณฑ์

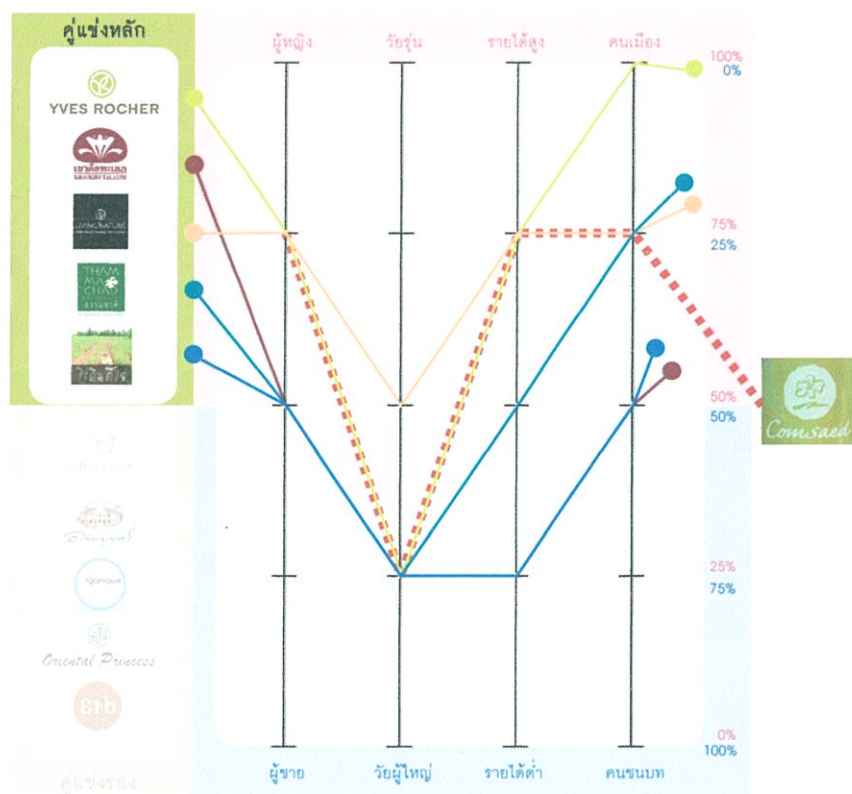
2.4.2.3 ด้านผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

ข้อมูลการวิเคราะห์ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ของคำแสดฯ ในหัวข้อที่

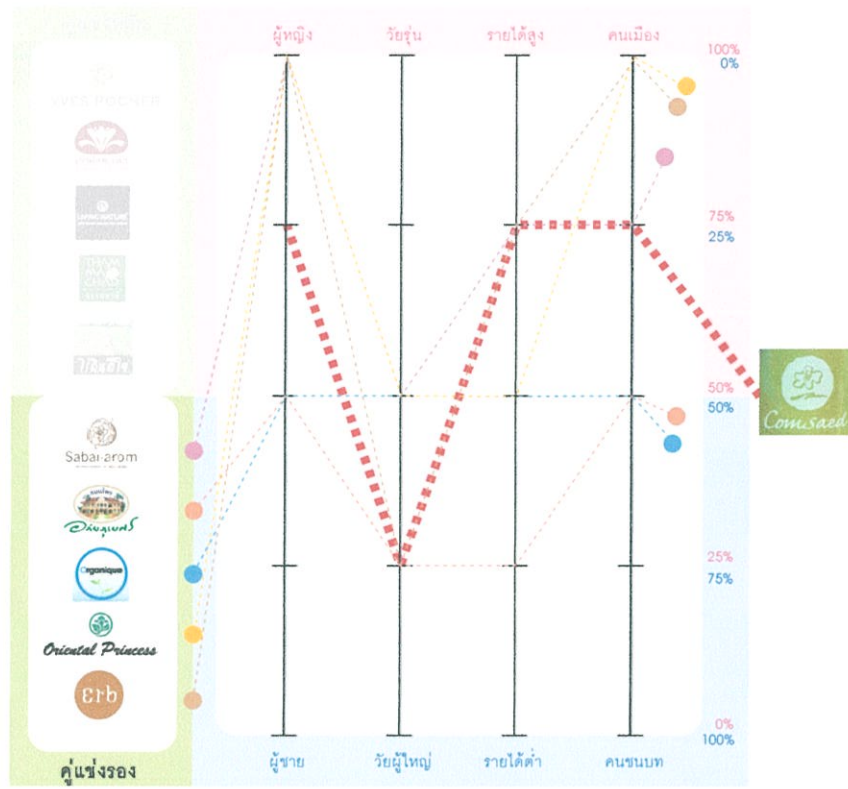
2.3.4.1 สามารถนำมาเปรียบเทียบกับการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์คู่แข่งแต่ละราย จากตารางที่ 2-4 และ 2-5 โดยสรุปได้ดังภาพที่ 2-26 2-27 และ 2-28



ภาพที่ 2-26 แผนภูมิแสดงการเปรียบเทียบผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายกับคู่แข่งทางการตลาด



ภาพที่ 2-27 แผนภูมิแสดงการเปรียบเทียบผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายกับคู่แข่งทางการตลาดหลัก

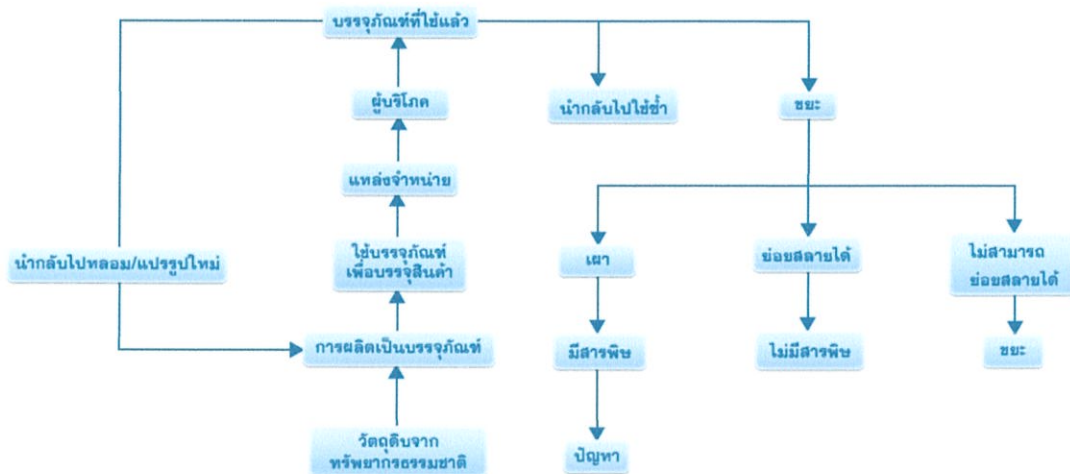


ภาพที่ 2-28 แผนภูมิแสดงการเปรียบเทียบผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายกับคู่แข่งทางการตลาดรอง

2.5 ข้อมูลด้านบรรจุภัณฑ์กับการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม

2.5.1 การวิเคราะห์ผลกระทบของวัสดุภัณฑ์ต่อสิ่งแวดล้อม

วัสดุภัณฑ์ที่นำมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิดมีองค์ประกอบทางเคมีที่แตกต่างกัน ดังนั้นเมื่อนำมากำจัดทิ้งโดยการย่อยสลายตามธรรมชาติ การเผา หรือแม้แต่การนำมารีไซเคิลใหม่ ก็ย่อมมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาจากวงจรชีวิตของบรรจุภัณฑ์ ตามลำดับการผลิต การใช้งาน และการกำจัดทิ้ง ดังภาพที่ 2-29



ภาพที่ 2-29 วงจรชีวิตของบรรจุภัณฑ์
ที่มา : กรมควบคุมมลพิษ

สามารถสรุปเปรียบเทียบผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิดในแต่ละขั้นตอนได้ด้วยวิธีการประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม (Life Cycle Assessment : LCA) ดังต่อไปนี้

2.5.1.1 การผลิตวัตถุดิบ

- พลาสติก

วัตถุดิบในการผลิตพลาสติกและโฟม ได้มาจากอุตสาหกรรมปิโตรเคมี โดยมีสารเริ่มต้นคือ แก๊สเอทิลีน โพรพิลีน จึงเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้พลังงานสูง และในอุตสาหกรรมนี้มีการปล่อยสารพิษออกสู่บรรยากาศ แหล่งน้ำ และดิน

- กระดาษ

กระดาษผลิตจากเยื่อไม้เป็นหลัก จึงเป็นการใช้ทรัพยากรธรรมชาติมาก และในกระบวนการผลิตเยื่อกระดาษมีการใช้สารเคมี น้ำเป็นจำนวนมาก จึงก่อให้เกิดน้ำเสีย ในขั้นตอนการทำเป็นแผ่นกระดาษมีการใช้น้ำและสารเคมีเป็นจำนวนมาก

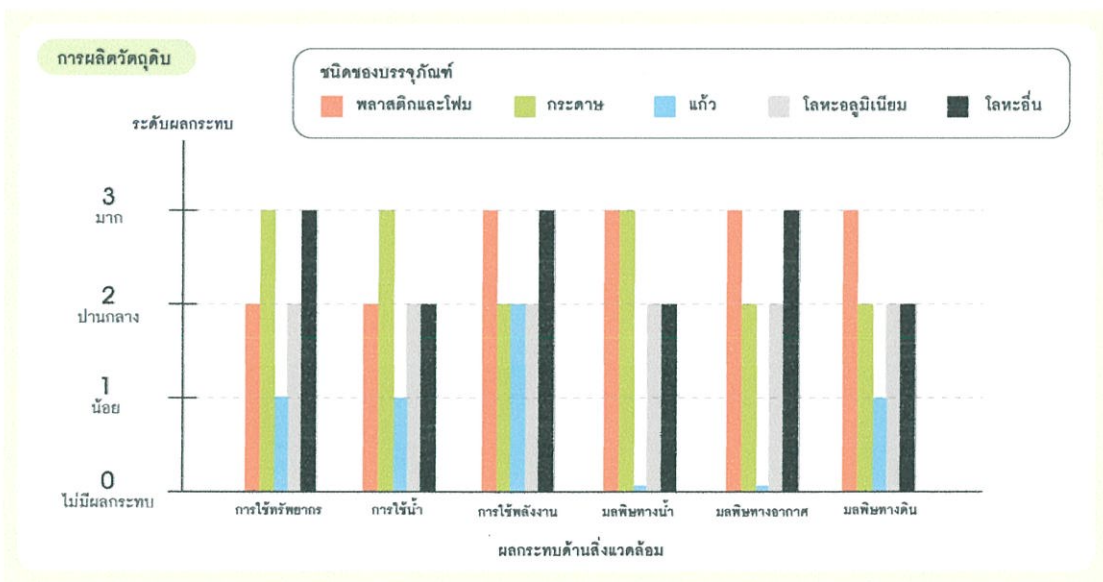
- แก้ว

ผลิตจากซิลิกาเป็นหลัก จึงมีผลต่อการทำลายทรัพยากรธรรมชาติไม่มากนัก การขนย้ายซิลิกาและการนำแก้วเก่ามาหลอมต้องใช้เวลาในการขนส่ง

- โลหะ

โลหะ เหล็กและอลูมิเนียมเป็นโลหะหนักที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ ต้องใช้เวลาและยังก่อให้เกิดมลพิษต่ออากาศอีกด้วย

จากข้อมูลข้างต้นสามารถเปรียบเทียบผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของบรรจุภัณฑ์ในขั้นตอนการผลิตวัตถุดิบได้ดังแผนภูมิในภาพที่ 2-30



ภาพที่ 2-30 แผนภูมิแสดงการประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม (Life Cycle Assessment : LCA) ในขั้นตอนการผลิตวัตถุดิบ
ที่มา : กรมควบคุมมลพิษ

2.5.1.2 การผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์

- พลาสติก

ในขั้นตอนการผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์ต่างๆ นั้นมีการใช้สารเคมีต่างๆ ผสมเพื่อให้พลาสติกมีคุณสมบัติเหมาะสม ส่วนผสมเหล่านี้จะก่อให้เกิดผลกระทบต่อผู้ใช้และกำจัดพลาสติก ซึ่งความรุนแรงของผลกระทบจะขึ้นอยู่กับพลาสติกแต่ละชนิด

- กระดาษ

การผลิตบรรจุภัณฑ์โดยใช้กระดาษเป็นวัสดุหลักนั้นค่อนข้างจะเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย

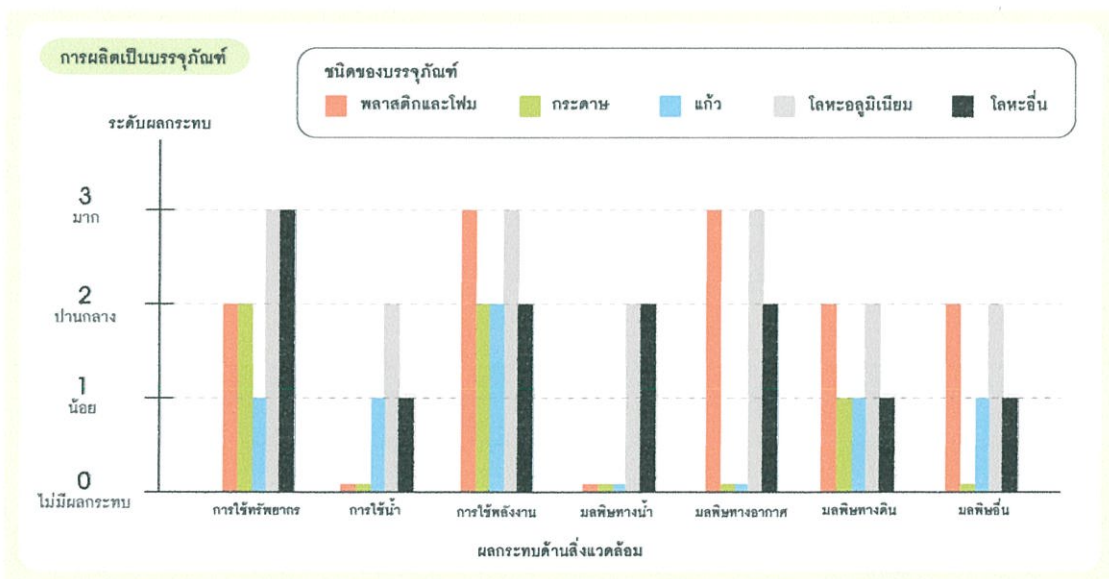
- แก้ว

กระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์แก้ว จะเป็นขั้นตอนต่อเนื่องจากขั้นตอนการผลิตวัตถุดิบ ในการขึ้นรูปเป็นบรรจุภัณฑ์อาจมีการเติมสารเคมีและสารอื่นๆ เพื่อปรับคุณสมบัติของแก้ว

- โลหะ

โลหะ เหล็กและอลูมิเนียมที่ผลิตเป็นกระป๋องจะมีการเคลือบด้วยแลคเกอร์ตามความเหมาะสมกับการใช้งาน ซึ่งในกระบวนการผลิตมีการใช้พลังงานและก่อให้เกิดมลพิษทางอากาศมาก

จากข้อมูลข้างต้นสามารถเปรียบเทียบผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของบรรจุภัณฑ์ในขั้นตอนการผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์ได้ดังแผนภูมิในภาพที่ 2-31



ภาพที่ 2-31 แผนภูมิแสดงการประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม (Life Cycle Assessment : LCA) ในขั้นตอนการผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์
ที่มา : กรมควบคุมมลพิษ

2.5.1.3 การกำจัดทิ้งหลังใช้

- พลาสติก

พลาสติกมีปัญหาในการกำจัดมาก เนื่องจากไม่สามารถย่อยสลายได้ ซึ่งการเผาทำลายนั้นทำให้เกิดสารพิษ สำหรับการรีไซเคิลสามารถใช้ได้กับพลาสติกบางชนิด

- กระดาษ

กระดาษเป็นบรรจุภัณฑ์ชนิดเดียวที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย เพราะสามารถนำกลับมารีไซเคิลและย่อยสลายได้ด้วยธรรมชาติ อย่างไรก็ตามสารเคมีที่เป็นส่วนผสมในกระดาษ เช่น ฟอรัมาลดีไฮด์ อาจก่อให้เกิดมะเร็งได้

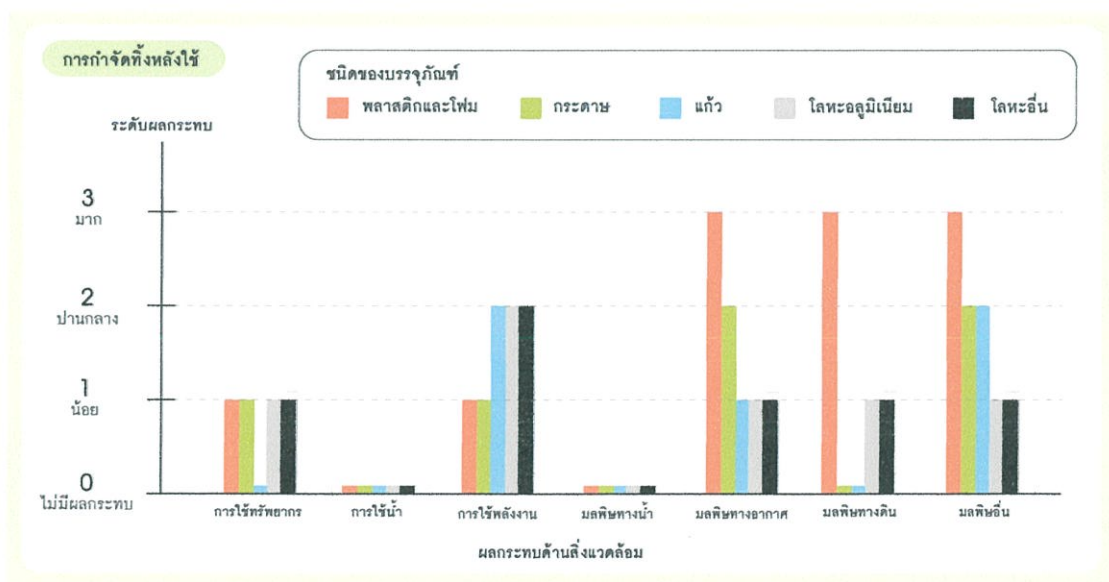
- แก้ว

ไม่สามารถกำจัดทิ้งได้ด้วยการเผาหรือการย่อยสลาย แต่สามารถนำกลับมารีไซเคิลและนำมาใช้ซ้ำได้ จึงไม่ก่อปัญหาด้านมลพิษหลังการใช้ แต่อาจมีปัญหาด้านการใช้งานที่ก่อให้เกิดอันตรายได้

- โลหะ

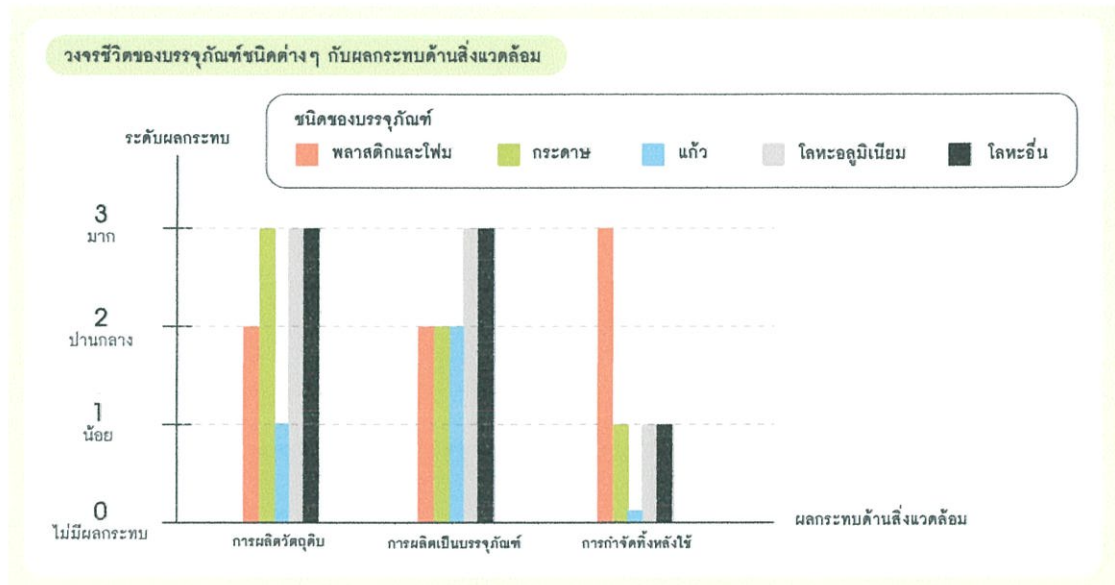
อลูมิเนียมสามารถนำกลับมารีไซเคิลได้ โลหะก็เช่นเดียวกัน อีกทั้งยังปล่อยให้ผู้กร่อนไปตามธรรมชาติได้ จึงเกิดปัญหาน้อยมาก

จากข้อมูลข้างต้นสามารถเปรียบเทียบผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของบรรจุภัณฑ์ในขั้นตอนการกำจัดทิ้งหลังใช้ได้ดังแผนภูมิในภาพที่ 2-32



ภาพที่ 2-32 แผนภูมิแสดงการประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Life Cycle Assessment : LCA) ในขั้นตอนการกำจัดทิ้งหลังใช้
ที่มา : กรมควบคุมมลพิษ

จากการเปรียบเทียบผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของบรรจุภัณฑ์ในขั้นตอนต่างๆ ดังแสดงในภาพที่ 2-33 สามารถนำมาพิจารณาเพื่อเลือกใช้ชนิดของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม และพิจารณาวิธีการจัดการบรรจุภัณฑ์เพื่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในขั้นตอนต่างๆ อาทิ พลาสติกและโฟมมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากในขั้นตอนการกำจัดทิ้งหลังใช้ จึงพิจารณาที่จะนำวัสดุภัณฑ์นี้กลับมาใช้ใหม่ หรือเลือกใช้ชนิดของวัสดุที่สามารถกำจัดทิ้งได้ง่ายในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น



ภาพที่ 2-33 แผนภูมิแสดงการประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Life Cycle Assessment : LCA) ในวงจรชีวิตของบรรจุภัณฑ์
ที่มา : กรมควบคุมมลพิษ

2.5.2 กลยุทธ์ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

กลยุทธ์การออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อมก็คือ กิจกรรมหรือการกระทำที่ทำให้ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การเลือกกลยุทธ์ซึ่งเป็นการเลือกบนพื้นฐานของการประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การวิเคราะห์ตัวผลิตภัณฑ์และการวิเคราะห์ด้านการตลาด^[17] โดยมีกลยุทธ์ที่เหมาะสมดังต่อไปนี้

2.5.2.1 นำไปหมักทำปุ๋ยและย่อยสลายได้ (Compostable and Degradable) การใช้วัสดุจากธรรมชาติดีกว่าวัสดุสังเคราะห์ เพราะวัสดุจากธรรมชาติสามารถย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ ดังนั้น ทุกครั้งที่ออกแบบบรรจุภัณฑ์ ก่อนหน้านี้ถึงวัสดุจำพวกโฟมหรือพลาสติก ให้ลองนึกถึง กาบหมาก กระดาษไยกล้วย หรือ ไบโอดีโฟม

2.5.2.2 ง่ายต่อการแยกชิ้นส่วน (Design for Disassembly) บรรจุภัณฑ์ที่แยกชิ้นส่วนได้ง่ายจะช่วยประหยัดพื้นที่และค่าขนส่ง อีกทั้งเมื่อถึงเป็นขยะก็ยังใช้เนื้อที่และพลังงานในการแยกและนำไปแปรรูปหรือกำจัดที่น้อยกว่า

ที่มา [17]: กรมควบคุมมลพิษ. กลยุทธ์ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม. [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://infolife.pcd.go.th/waste/ecodesign/subeco_strategies.html. 2556.

2.5.2.3 มีอายุการใช้งานยาวนาน (Extended Life Product) ของที่ใช้ทนย่อมสร้างขยะน้อยกว่าของที่ใช้ได้เพียงไม่กี่ครั้งแล้วก็ต้องทิ้ง ซึ่งปริมาณพลังงานที่ใช้ในกระบวนการผลิตนั้นใกล้เคียงกัน ถึงแม้ว่าวัสดุต้นทุนต่ำจะทำให้สินค้ามีราคาถูกกว่า แต่เมื่อเทียบกับอายุการใช้งานที่สั้นก็เท่ากับว่าสินค้านั้นราคาไม่ถูกจริง ดังนั้นจึงควรเลือกใช้วัสดุที่มีอายุการใช้งานนานเพื่อลดปริมาณขยะ แล้วหาวิธีประหยัดต้นทุนด้วยวิธีการอื่น

2.5.2.4 สามารถใช้เป็นเชื้อเพลิงเพื่อผลิตพลังงาน (Recovered Energy) วัสดุเหลือใช้หลายประเภท อาทิ วัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร อาทิ ไม้พิน แกลบ จี้เลื่อย ชานอ้อย ฯลฯ สามารถนำมาใช้เป็นเชื้อเพลิงเพื่อผลิตพลังงานความร้อนและนำไปปั่นเป็นกระแสไฟฟ้าได้ ดังนั้น วัสดุดังกล่าวจึงมีประโยชน์ในการนำมาเป็นพลังงานหมุนเวียนมากกว่าวัสดุสังเคราะห์

2.5.2.5 สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ (Recyclable) หรือ มีส่วนผสมของวัสดุแปรใช้ใหม่ (Recycle Content) บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมต้องสามารถนำกลับมาใช้ใหม่หรือมีส่วนผสมของวัสดุที่นำไปรีไซเคิลได้ง่าย อาทิเช่น PET HDPE โลหะ กระดาษแข็ง

2.5.2.6 ลดการใช้พลังงาน (Reduced Energy Consumption) การลดความหลากหลายของวัสดุ และออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีประโยชน์ใช้สอยมากกว่าหนึ่งอย่าง หลีกเลียงวัสดุเป็นพิษ ใช้กาละลายน้ำได้ ฯลฯ

2.5.2.7 ลดการใช้ทรัพยากร (Reduced Resource User) การใช้ทรัพยากรในการผลิตน้อยที่สุด การออกแบบให้มีน้ำหนักเบา เป็นการลดปริมาณการใช้วัสดุ โดยบรรจุภัณฑ์นั้นยังทำหน้าที่ในการปกป้องสินค้าได้ดั้งเดิม

2.5.2.8 ใช้ซ้ำและเติมใหม่ได้ (Reusable and Refillable) ผลิภัณฑ์แบบรีฟิลช่วยประหยัดพลังงานและลดปริมาณขยะได้มากกว่าการซื้อของใหม่^[18]

2.5.2.9 การออกแบบโดยไม่ใช้บรรจุภัณฑ์ เมื่อพิจารณาถึงหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์อย่างถ่องแท้ มักจะพบว่าสามารถลดการใช้บรรจุภัณฑ์บางชั้นตอนออกไปได้ โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2

2.5.2.10 การออกแบบให้มีการรวมกลุ่มสินค้าต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์ การรวมกลุ่มของหน่วยสินค้าย่อมมีโอกาสในการลดค่าใช้จ่ายโดยรวมของบรรจุภัณฑ์ในแง่ของต้นทุนบรรจุภัณฑ์และค่าขนส่ง เช่น การบรรจุ 12 ขวดต่อกล่องย่อมประหยัดบรรจุภัณฑ์ได้ดีกว่าการบรรจุ 2 กล่อง กล่องละ 6 ขวด

2.5.2.11 การออกแบบให้ลดจำนวนสีที่ใช้ในการพิมพ์บรรจุภัณฑ์ การลดจำนวนสีในการพิมพ์ย่อมเป็นการลดค่าใช้จ่ายของบรรจุภัณฑ์ จึงจำเป็นต้องออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีจำนวนสีที่น้อย เช่น การพิมพ์สีเดียวและใช้ความสามารถในการออกแบบสร้างความเด่นและความเป็นเอกภาพของตัวบรรจุภัณฑ์ นอกจากสีที่ใช้แล้ว วัสดุเสริมต่างๆที่ใช้กับบรรจุภัณฑ์ เช่น กาวจะต้องไม่มีส่วนผสมของโลหะหนัก เช่น แคดเมียม สารหนู ทองแดง สังกะสี เป็นต้น^[19]

ที่มา [18]: ชัชพรพล เทัญโณม. 10 กลยุทธ์เด็ดที่เอสอีซีเอส. [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://www.tedconnect.com/content/detail.php?ID=1000&sphrase_id=168698.2556.

ที่มา [19]: ศิริวรรณ ไพร์ทอง. การใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.logisticscorner.com/index.php/2009-05-25-00-45-43/transportation/1699-green-packaging.html.2556>.

2.5.3 สรุปผลข้อมูลเบื้องต้นด้านบรรจุกัมพกับการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการออกแบบ

จากการพิจารณาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากวงจรชีวิตของบรรจุกัมพและกลยุทธ์ในการออกแบบบรรจุกัมพเพื่อสิ่งแวดล้อม สามารถนำไปประกอบการตัดสินใจในการเลือกใช้วัสดุ และการจัดการเพื่อการออกแบบบรรจุกัมพที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมได้ดังนี้

1) ในวัสดุกระดาษและพลาสติก ซึ่งเป็นวัสดุที่นิยมใช้ในบรรจุกัมพผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ และความงามที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากในขั้นตอนการผลิตวัตถุดิบ และการกำจัดทิ้ง แนวทางหนึ่งในการแก้ปัญหา ก็คือ ใช้วัตถุดิบที่สามารถหามาทดแทนใหม่ได้ หรือใช้แล้วไม่หมดไป เช่น ใช้วัสดุธรรมชาติจากพืช แทนการใช้น้ำมัน เป็นต้น

2) ลดการทิ้งบรรจุกัมพหลังการใช้ ทำให้บรรจุกัมพใช้งานได้นานขึ้น

3) การนำบรรจุกัมพกลับมาผลิตใหม่ ด้วยการออกแบบให้บรรจุกัมพสามารถนำมาผลิตเป็นวัตถุดิบใหม่ได้ง่าย

4) การจัดการให้กำจัดทิ้งหรือย่อยสลายได้ง่าย รวมไปถึงการใช้พลังงานในปริมาณต่ำในการกำจัด หรือใช้เป็นพลังงานเพื่อผลิตเชื้อเพลิงได้ต่อไป

โดยที่จะนำกลยุทธ์เหล่านี้ไปใช้ร่วมกับการเลือกใช้วัสดุและการจัดการบรรจุกัมพที่จะดำเนินการออกแบบต่อไป



2.6 ข้อมูลด้านวัสดุธรรมชาติและเทคโนโลยีของวัสดุที่ผลิตจากธรรมชาติ

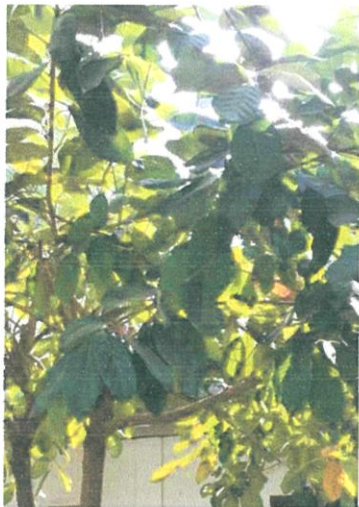



ผลิตภัณฑ์ของค่าแสดฯ มีแนวความคิดที่ให้ความสำคัญในการเรียนรู้ที่จะใช้และรักษาธรรมชาติอย่างคุ้มค่า ด้วยภายในรีสอร์ทมีเศษไม้ กิ่งไม้ ใบไม้ ใบหญ้า ที่เหลือจากการตัดตกแต่งกิ่งเป็นจำนวนมาก ในบางส่วนสามารถนำไปผลิตเป็นเชื้อเพลิงเพื่อใช้ภายในรีสอร์ท และเพื่อเป็นการนำเศษวัสดุที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด จึงนำเศษวัสดุเหล่านี้มาใช้ร่วมในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความแตกต่างที่โดดเด่นจากบรรจุภัณฑ์ทั่วไป ซึ่งมีรายการของวัสดุดังต่อไปนี้




2.6.1 วัสดุธรรมชาติภายในรีสอร์ท




จากการสำรวจ สอบถามเจ้าหน้าที่ภายในรีสอร์ทและศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับต้นไม้ชนิดต่างๆ ที่มีอยู่ในรีสอร์ท สามารถสรุปรายชื่อของต้นไม้ที่มีอยู่ในรีสอร์ท และวัสดุที่มีความเป็นไปได้ที่จะนำมาใช้งานได้ดังตารางที่ 2-8 และ 2-9 ตามลำดับ

ตารางที่ 2-8 แสดงต้นไม้ที่มีอยู่ในรีสอร์ท


รายชื่อต้นไม้	ภาพประกอบ	รายละเอียดเพิ่มเติม
ปีบ		<ul style="list-style-type: none"> - เนื้อไม้สีขาวอ่อน - เนื้อไม้นำมาตกแต่งได้ง่าย - ต้นปีบปลูกง่าย โตเร็ว
โมก		<ul style="list-style-type: none"> - ไม้ต้นขนาดเล็ก สูง 5-10 เมตร

รายชื่อต้นไม้	ภาพประกอบ	รายละเอียดเพิ่มเติม
หมี่		<ul style="list-style-type: none"> - เนื้อไม้สีน้ำตาลอ่อน - เปลือกมีขาง
ประดู่		<ul style="list-style-type: none"> - เนื้อไม้สีแดงอิฐ หรือแดงอมเหลือง - แข็งแรงทนทาน - มีลวดลายสวยงาม
สะเดา		<ul style="list-style-type: none"> - แข็งแรงทนทาน - เนื้อไม้คล้ายไม้มะฮอกกานี - เนื้อไม้มีสารอะซาไคเรคติน เป็นสารขับไล่แมลง ปลวก มอดไม้ค่อยทำลาย - ต้นสะเดาปลูกง่าย โตเร็ว
มะละกอ		

รายชื่อต้นไม้	ภาพประกอบ	รายละเอียดเพิ่มเติม
ลีลาวดี		<p>- ไม้ยืนต้น มีขนาดตั้งแต่พุ่มเตี้ย แคระสูงประมาณ 0.9-1.2 เมตร จนถึงต้นที่สูงมาก อาจสูงถึง 12 เมตร</p> <p>- กิ่งที่ยังไม่แก่มีสีเขียว อ่อนนุ่ม ดู เกือบจะอวบน้ำ กิ่งแก่มีสีเทา มีรอย ตะปุ่มตะป่ำ กิ่งไม่สามารถทานน้ำ หนักได้ กิ่งเปราะ</p>
มะพร้าว		<p>- สามารถนำส่วนต่างๆ มาใช้งานได้ หลากหลาย ทั้งใบ กาบ ก้าน เป็นต้น</p>
กล้วย		<p>- ปลูกง่าย โตเร็ว สามารถใช้งานได้ หลายส่วน ทั้งใบ เส้นใยจากก้าน และลำต้น</p>

รายชื่อต้นไม้	ภาพประกอบ	รายละเอียดเพิ่มเติม
ใบเตย		<ul style="list-style-type: none"> - พืชใบเลี้ยงเดี่ยวลักษณะแตกกอเป็นพุ่มขนาดเล็ก - ใบมีกลิ่นหอม
เฟิร์น		<ul style="list-style-type: none"> - ใบเรียงยาวบนก้านใบ แตกกอเป็นพุ่มขนาดเล็ก - ขอบใบมีลักษณะเป็นคลื่น
หน้าเลียบ		<ul style="list-style-type: none"> - ไม้พุ่มขนาดเล็ก - เปลือกสีน้ำตาลอมเทา ทุกส่วนมีน้ำยางขาว - ใบเรียวแหลม

รายชื่อต้นไม้	ภาพประกอบ	รายละเอียดเพิ่มเติม
มะนาว		<ul style="list-style-type: none"> - ไม้ต้นสูง ผิวลำต้นเรียบถึงขรุขระเล็กน้อย - ลำต้นมีสีน้ำตาลอมเขียวต้นแก่มีสีน้ำตาลแก่ - ใบเป็นรูปไข่หรือรูปรียาวปลายแหลม
ตะไคร้		<ul style="list-style-type: none"> - ไม้ล้มลุก จะขึ้นเป็นกอใหญ่ - ใบเรียวยาว ปลายแหลม
มะรุ้ม		<ul style="list-style-type: none"> - ไม้ยืนต้นสูง 3-6 เมตรหรือใหญ่กว่า - เปลือกสีขาว - ผลยาวเป็นฝักสามเหลี่ยม

รายชื่อต้นไม้	ภาพประกอบ	รายละเอียดเพิ่มเติม
แค		<ul style="list-style-type: none"> - ไม้ต้นขนาดเล็ก สูง 3-6 เมตร แตกกิ่งก้านสาขามาก - เปลือกต้นสีน้ำตาลปนเทา ขรุขระ แตกเป็นสะเก็ด
บานชื่น		<ul style="list-style-type: none"> - ไม้ดอกอายุหลายปีพุ่มสูง 0.45-1 เมตร - ลำต้นตรงสีเขียวอมเหลืองหรือม่วงมีขนสีขาวเส้นขาวอ่อนนุ่มแนบผิวลำต้น - ใบรูปใบหอกหรือไข่
ดาหลา		<ul style="list-style-type: none"> - มีลำต้นใต้ดินเรียกว่าเหง้า (rhizome) ส่วนลำต้นเหนือดินเป็นกาบใบที่โอบซ้อนกันแน่น เช่นเดียวกับพวกกล้วย - ใบเรียวยาว

รายชื่อต้นไม้ในตารางที่ 2-8 สามารถนำมาจัดกลุ่มและคัดเลือกวัสดุที่มีความเป็นไปได้ที่จะนำมาใช้งานตามลักษณะ และขนาดโดยประมาณ ซึ่งสรุปได้ดังตารางที่ 2-9

ตารางที่ 2-9 แสดงวัสดุที่มีความเป็นไปได้ที่จะนำมาใช้งาน

ส่วนที่นำมาใช้เป็นวัสดุธรรมชาติ	รายชื่อต้นไม้	ลักษณะ / ขนาดโดยประมาณ	ความเป็นไปได้ในการนำไปใช้
กิ่ง	- ปิ๊ป - โมก - หมี่ - ลีลาวดี - สะเดา - ประดู่ - แคล้ว	เส้นผ่านศูนย์กลาง 0.5 - 0.9 ซม. (S) ความยาวน้อยกว่า 15 ซม.	- กัด - ตกแต่ง
	- ปิ๊ป - หมี่ - ลีลาวดี - สะเดา - ประดู่ - แคล้ว	เส้นผ่านศูนย์กลาง 1 - 2 ซม. (M) ความยาว 15 - 30 ซม.	- ป้าย - ตกแต่ง
	- ปิ๊ป - สะเดา - ประดู่ - แคล้ว	เส้นผ่านศูนย์กลาง 3 - 5 ซม. (L) ความยาว 15 - 30 ซม. , 1 ม. ขึ้นไป	- ป้าย - ตกแต่ง - คอขวด
		เส้นผ่านศูนย์กลาง 5 ซม. ขึ้นไป (XL) ความยาว 15 - 30 ซม. , 1 ม. ขึ้นไป	
ก้าน	มะพร้าว	เส้นผ่านศูนย์กลาง 0.2 ซม. ความยาว 30 ซม. ขึ้นไป	- กัด - ตกแต่ง
	กล้วย	เส้นผ่านศูนย์กลาง 2 - 5 ซม. (S) ความยาว 1 ม. ขึ้นไป	- เส้นใย / เชือก

ส่วนที่นำมาใช้เป็น วัสดุธรรมชาติ	รายชื่อต้นไม้	ลักษณะ / ขนาดโดยประมาณ	ความเป็นไปได้ในการนำไปใช้
ใบ	- ใบเตย - มะพร้าว - ตะไคร้	รูปยาวเรียว - เรียวเล็ก ยาว	- ประดับ / ตกแต่ง
	- สะเคา - คากลา - หน้าเลียบ	รูปใบหอก - ขนาดใหญ่ เรียวเล็ก ปลายแหลม	
	โมก	รูปใบหอก - ขนาดเล็ก เรียวเล็ก ปลายแหลม	
	- หมี - ประจู่	รูปไข่ - ขนาดใหญ่ อวบน้ำ ปลาย แหลม	
	- ปีบ - กุหลาบมอญ - กุหลาบหนู	รูปไข่ - ขนาดเล็ก อวบน้ำ ปลาย แหลม	
	ลีลาวดี	รูปช้อน - ขนาดใหญ่ อวบน้ำ ปลายมน	
	- เฟิร์น - มะรุม	ขนาดเล็กแผ่เป็นกลุ่ม	
	มะละกอ	รูปแฉก	
ดอก	- ปีบ - โมก	ขนาดเล็ก	- ประดับ / ตกแต่ง
	- กุหลาบมอญ - กุหลาบหนู - แคน	ขนาดกลาง	
	- ลีลาวดี - คากลา	ขนาดใหญ่	
ลำต้น (เสี้ยนโย)	กล้วย	-	- เสี้ยนโย / เชือก
ผล	มะนาว มะกรูด	ขนาดเล็ก กลม	
	มะพร้าว	ขนาดใหญ่ กลมรี	- ป้าย
	กล้วย	ขนาดเล็ก ยาวรี	


ส่วนที่นำมาใช้เป็นวัสดุธรรมชาติ	รายชื่อต้นไม้	ลักษณะ / ขนาดโดยประมาณ	ความเป็นไปได้ในการนำไปใช้
ฝัก	มะรุ้ม	ยาว หน้าตัดคล้ายสามเหลี่ยม	- ประดับ / ตกแต่ง
	ประคู้	กลม	

จากตารางที่ 2-9 วัสดุธรรมชาติเหล่านี้มีขนาดที่แตกต่างกันตามการตัดตกแต่งกิ่ง ซึ่งชิ้นส่วนที่มีขนาดใหญ่ มีความเป็นไปได้ที่จะสามารถนำมาขึ้นรูปด้วยวิธีการกลึง ตัด เจาะหรือแกะได้ สำหรับชิ้นส่วนเล็กๆ หรือกิ่งขนาดเล็ก สามารถนำมาผ่านกรรมวิธีในการผลิตวัสดุทดแทนไม้จากเศษวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร โดยนำวัสดุเหล่านี้มาบดและอัดกัน ผลิตเป็นแผ่นวัสดุทดแทนไม้ (Wood-based panels) โดยมีคุณสมบัติใกล้เคียงกับไม้ธรรมชาติทุกประการ นอกจากนี้สามารถนำวัสดุธรรมชาติที่มีขนาดเล็กถึงขนาดกลางมาใช้ในการออกแบบด้วยวิธีแบบภูมิปัญญาชาวบ้าน เช่น การผูก รัด มัด ห่อ กลัด สานแบบง่ายๆ เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับวัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่น ด้วยความรู้ความสามารถที่ตนเองมีอยู่ อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมรายได้ให้กับคนในชุมชนอีกด้วย ซึ่งจะนำลักษณะต่างๆที่วิเคราะห์มาพิจารณาใช้ในการออกแบบในส่วนต่อไป

2.6.2 เทคโนโลยีของวัสดุที่ผลิตจากธรรมชาติ

ในปัจจุบันมีเทคโนโลยีของวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากมาย เพื่อรองรับกับความต้องการของผู้ประกอบการที่ใส่ใจและให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจเพื่อสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นแนวทางหนึ่งสำหรับการเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์บางประเภทที่มีข้อจำกัดพิเศษในด้านความต้องการของบรรจุภัณฑ์ จึงศึกษาเทคโนโลยีของวัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยมีรายละเอียดของวัสดุดังตารางที่ 2-10

ตารางที่ 2-10 แสดงเทคโนโลยีของวัสดุที่ผลิตจากธรรมชาติ

วัสดุ	ผลิตจาก	ลักษณะและคุณสมบัติ	ประโยชน์
พอลิแลคติกแอซิด (Polylactic Acid - PLA) 	- ข้าวโพด - มันสำปะหลัง	- มีความใส - ไม่ย่อยสลายในสภาพแวดล้อมทั่วไป แต่สามารถย่อยสลายได้เองเมื่อนำไปฝังกลบในดิน - คุณสมบัติเปลี่ยนไปตามความยาวของสายโพลีเมอร์	- สามารถทำเป็นกล่อง ถาด ขวด ฟิล์ม - ใช้ทดแทนพลาสติก - นำกลับมาใช้ผลิตไบโอดีเซลได้

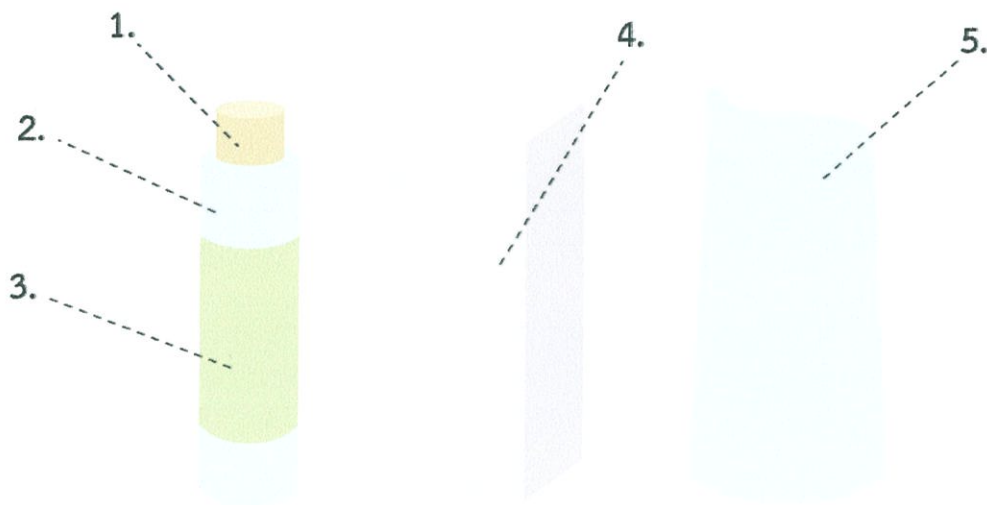
วัสดุ	ผลิตจาก	ลักษณะและคุณสมบัติ	ประโยชน์
<p>พอลิไฮดรอกซีอัลคาโนเอท (Polyhydroxyalkanoates - PHAs)</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - ข้าวโพด - มันสำปะหลัง - อ้อย 	<ul style="list-style-type: none"> - มีช่วงอุณหภูมิในการหลอมเหลว (Tm) ที่กว้าง ตั้งแต่ 50 – 180 °C 	<ul style="list-style-type: none"> - นำไปเป็นวัตถุดิบสำหรับผลิตภัณฑ์พลาสติกได้หลากหลาย เช่น การขึ้นรูปเป็นฟิล์ม การฉีดยา และการเป่า
<p>KU Green</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - มันสำปะหลัง 	<ul style="list-style-type: none"> - ย่อยสลายได้ทางชีวภาพ - มีฟองอากาศกระจายภายในเนื้อวัสดุ 	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้เป็นบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมบริโภคและอาหารกึ่งสำเร็จรูปแบบใช้ครั้งเดียว
<p>Biopac</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - พืชหรือวัตถุดิบทดแทนใหม่ได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - เหนียว นุ่ม ยืดหยุ่นดี - สามารถทำสีได้หลากหลาย - ไม่มีส่วนผสมของพอลิเอทิลีน - ย่อยสลายได้ 100% โดยกระบวนการทางชีวภาพหรือการหมักปุ๋ย - สามารถใช้ลามิเนตกับวัสดุอื่นได้ เช่น กระดาษ - อายุการเก็บ 2 ปี ในสภาพความชื้นต่ำที่อุณหภูมิ 30 องศาเซลเซียส 	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ทั่วไป ทั้งรูปแบบถุงม้วน ฟิล์ม
<p>โฟมชีวภาพ</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - เยื่อตะไคร้หอม - เยื่อแผ่น - เยื่อยูคาลิปตัส 	<ul style="list-style-type: none"> - ย่อยสลายได้ทางชีวภาพ - ไม่สามารถใช้กับอาหารที่มีปริมาณน้ำมากได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้แทนโฟมโพลีสไตรีน - ใช้บรรจุภัณฑ์อาหารผลไม้

วัสดุ	ผลิตจาก	ลักษณะและคุณสมบัติ	ประโยชน์
<p>ฟิล์มบรีโกลด์</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - แป้งมัน - สำปะหลัง - แป้งข้าวเจ้า 	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นฟิล์มบางๆ - มีความใส - สามารถรับประทานได้ - ย่อยสลายได้ทางชีวภาพ - ขวางกั้นการแพร่ผ่านของออกซิเจน - คาร์บอนไดออกไซด์ - ความชื้น กลิ่น ลิปิด และสารละลายได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้ห่ออาหาร ผลไม้ - ใช้ห่ออายุการเก็บรักษาของอาหาร
<p>เรซินย่อยสลายได้</p>  	<ul style="list-style-type: none"> - แป้งข้าวโพด 	<ul style="list-style-type: none"> - ย่อยสลายได้ทางชีวภาพ - สามารถทำสิ่งต่างๆ ได้ - ขึ้นรูปด้วยการฉีด 	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้ทำงาน ชามของเล่น ขวด บรรจุภัณฑ์ภัณฑ์
<p>สารเติมแต่งย่อยสลายได้ทางชีวภาพ</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - ฟิช 	<ul style="list-style-type: none"> - สารเติมแต่งสำหรับผสมลงในพอลิเมอร์ เพื่อให้มีสมบัติย่อยสลายได้ทางชีวภาพ ภายใน 1 ปี 	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ ซ้อนส้อม อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องมือต่างๆ

วัสดุ	ผลิตจาก	ลักษณะและคุณสมบัติ	ประโยชน์
ฉลาดสินค้าจากวัสดุธรรมชาติ 	- หนูกัญชง - หนูป่า	- กาวที่ไม่รบกวนระบบรีไซเคิล	- ฉลาดสินค้าอาหารผลิตภัณฑ์ธรรมชาติเพื่อสุขภาพและความงาม และงานส่งเสริมการขาย
กระดาษรีไซเคิลคุณภาพสูง 	- วัสดุรีไซเคิล	- ประกอบด้วยเม็ดสีเทอร์โมโครมิก ซึ่งจางลงเมื่อได้รับความร้อน ผลิตโดยใช้เยื่อกระดาษที่ปราศจากคลอรีน (Elemental Chlorine Free : ECF)	- ผลิตอุปกรณ์เครื่องเขียนและบรรจุภัณฑ์
กระดาษรีไซเคิลแบบไม่เคลือบผิว 	- เส้นใยจากการเกษตร	- ย่อยสลายได้ทางชีวภาพ - สามารถใช้ในงานพิมพ์ได้	- ใช้ทำฉลาก - ใช้ทำบรรจุภัณฑ์กระดาษ

2.6.3 วิเคราะห์และสรุปตัวอย่างแนวทางการเลือกใช้วัสดุกับบรรจุภัณฑ์

นำความต้องการของบรรจุภัณฑ์ในผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด และข้อมูลด้านวัสดุ มาเป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกวัสดุและกำหนดแนวทางในการเลือกใช้วัสดุตามส่วนประกอบของบรรจุภัณฑ์ได้ดังนี้



ภาพที่ 2-34 ส่วนประกอบของบรรจุภัณฑ์

ส่วนที่ 1 : ฝาปิด / ฝาป้

แนวทางที่ 1 ใช้เศษไม้ในท้องถิ่น อาทิ กิ่งไม้ขนาดกลางถึงขนาดใหญ่ มาใช้ร่วมกับฝาปิดหรือฝาป้มาตรฐานทั่วไป โดยคัดเลือกชนิดของไม้ที่สามารถปลูกทดแทนได้ง่าย โตเร็ว มีเนื้อไม้ที่สวยงาม แข็งแรงทนทาน สามารถขึ้นรูป หรือตกแต่งได้ง่าย โดยอาจจะใช้สีของเนื้อไม้ที่แตกต่างกันในการแบ่งประเภทของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

แนวทางที่ 2 ใช้เศษไม้ในท้องถิ่นมาผลิตเป็นจุก หรือฝาอย่างง่าย

ส่วนที่ 2 : ตัวขวด กระปุก

แนวทางที่ 1 เป็นการใช้วัสดุธรรมชาติในส่วนนอก เพื่อห่อหุ้มบรรจุภัณฑ์ชนิดเติม (Refill)

แนวทางที่ 2 เป็นการใช้เทคโนโลยีของวัสดุที่ผลิตจากธรรมชาติ เช่น PLA เรซินย่อยสลายได้ หรือวัสดุที่สามารถรีไซเคิลได้ เป็นต้น

ส่วนที่ 3 : ฉลากบรรจุภัณฑ์

แนวทาง - ใช้ฉลากจากวัสดุธรรมชาติ หรือกระดาษรีไซเคิล

ส่วนที่ 4 : บรรจุภัณฑ์ชั้นนอก และบรรจุภัณฑ์รวมหน่วย

แนวทาง - กระดาษรีไซเคิลแบบไม่เคลือบ หรือกระดาษรีไซเคิลคุณภาพสูง

ส่วนที่ 5 : ถุง หรือฟิล์มที่ป้องกันความชื้น (ชาชนิดเต็ม และลูกประคบ)

แนวทาง - ถุง ฟิล์ม Biopac หรือฟิล์มจากเรซินย่อยสลายได้

จากการเลือกใช้วัสดุกับส่วนประกอบของบรรจุภัณฑ์ สามารถแสดงแนวทางการใช้วัสดุในแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อพิจารณาใช้ในการออกแบบได้ดังตารางที่ 2-11

ตารางที่ 2-11 ตารางแสดงแนวทางการใช้วัสดุในแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์

กลุ่มความต้องการของบรรจุภัณฑ์	รายการผลิตภัณฑ์	แนวทางการเลือกวัสดุที่เหมาะสม	
		วัสดุธรรมชาติในท้องถิ่น	เทคโนโลยีของวัสดุที่ผลิตจากธรรมชาติ
บรรจุภัณฑ์ชั้นใน (Primary Packaging) ที่บรรจุของเหลวและใช้งานในห้องน้ำ	<ul style="list-style-type: none"> - เจลล้างมือ - เจลอาบน้ำ - แชมพู - ครีมนวดผสม 	<ul style="list-style-type: none"> - ไม้สะเดา - ไม้ประคูดู - ไม้ต้นปีบ 	<ul style="list-style-type: none"> - PLA - พลาสติกกรีไซเคิล - เรซินย่อยสลายได้ - ฉลากจากวัสดุธรรมชาติ
บรรจุภัณฑ์ชั้นใน (Primary Packaging) ที่บรรจุของเหลวที่เป็นน้ำมันและของแข็งแข็งของเหลว	<ul style="list-style-type: none"> - น้ำมันบำรุงผิว - น้ำหอม - น้ำมันหอมระเหย - น้ำมันนวด - ยาหม่อง  		
บรรจุภัณฑ์ชั้นใน (Primary Packaging) ที่บรรจุของแข็งแห้ง	<ul style="list-style-type: none"> - เกลือขัดผิว - ชา 	<ul style="list-style-type: none"> - ไม้สะเดา - ไม้ประคูดู - ไม้ต้นปีบ 	<ul style="list-style-type: none"> - PLA - พลาสติกกรีไซเคิล - Biopac - เรซินย่อยสลายได้ - ฉลากจากวัสดุธรรมชาติ

กลุ่มความต้องการของ บรรจุภัณฑ์	รายการผลิตภัณฑ์	แนวทางการเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสม	
		วัสดุธรรมชาติ ในท้องถิ่น	เทคโนโลยีของวัสดุที่ ผลิตจากธรรมชาติ
บรรจุภัณฑ์ชั้นนอก (Secondary Packaging) และ บรรจุภัณฑ์รวม หน่วย	<ul style="list-style-type: none"> - สบู่ก้อน - น้ำหอม - น้ำมันนวด - ลูกประคบ - ชุดของขวัญ    	<ul style="list-style-type: none"> - ไม้สะเดา - ไม้ประคู้ - ไม้ต้นปีบ - เศษกระดาษ 	<ul style="list-style-type: none"> - PLA - Biopac - กระดาษรีไซเคิลแบบไม่เคลือบ - กระดาษรีไซเคิลคุณภาพสูง

โดยแนวทางในการเลือกใช้วัสดุนี้จะนำมาวิเคราะห์และพิจารณาด้านความเหมาะสมร่วมกับการออกแบบ รวมถึงต้นทุนและกรรมวิธีการผลิตต่างๆ อีกครั้งหนึ่ง เพื่อให้ได้แนวทางการออกแบบที่มีความเหมาะสมกับโครงการต่อไป

2.7 ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี

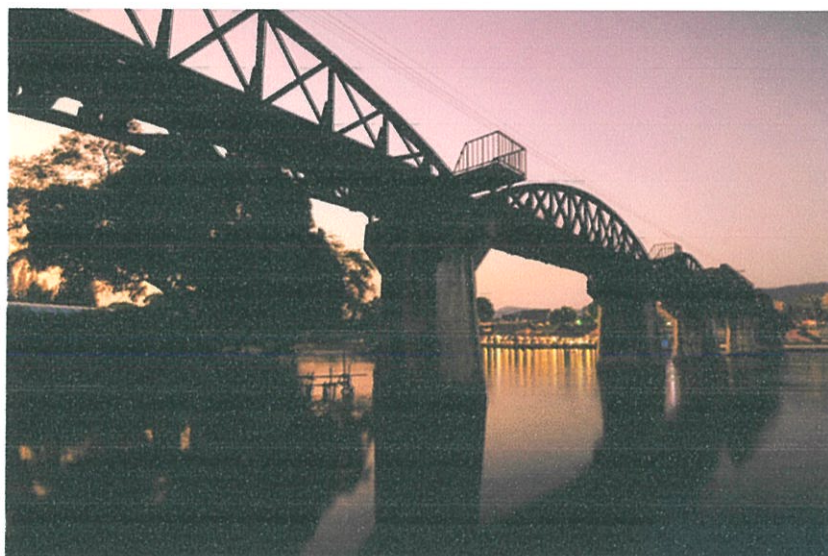
การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของคำแสดฯ และจังหวัดกาญจนบุรีให้กับผู้บริโภคผ่านทางบรรจุภัณฑ์และกราฟิก ถือเป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยการพึ่งพาตนเอง แนวทางหนึ่ง อาทิ การใช้ภาพและข้อความที่ให้ข้อมูลสั้นๆ ในการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว บนฉลากบรรจุภัณฑ์หรือสื่อส่งเสริมการขายต่างๆ เป็นต้น โดยสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรีนั้นมีมากมายหลายสถานที่ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวที่จะแสดงในหัวข้อนี้ จะนำมาพิจารณาเพื่อใช้ในการออกแบบกราฟิกและการสื่อสารที่เหมาะสมต่อไป

2.7.1 สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง

2.7.1.1 สถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอเมือง

1) สะพานข้ามแม่น้ำแคว

ตั้งอยู่ที่ตำบลท่ามะขาม ห่างจากตัวเมืองไปทางตอนเหนือ ตามทางหลวงหมายเลข 323 ประมาณ 4 กิโลเมตร แยกซ้ายประมาณ 400 เมตร



ภาพที่ 2-35 สะพานข้ามแม่น้ำแคว

สะพานข้ามแม่น้ำแควดังแสดงในภาพที่ 2-35 และ 2-36 เป็นสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์แห่งหนึ่ง สร้างขึ้นในสมัยสงครามมหาเอเชียบูรพา โดยกองทัพญี่ปุ่นได้เกณฑ์เชลยศึกพันธมิตรจำนวนมากมาสร้างทางรถไฟสายยุทธศาสตร์ผ่านประเทศพม่าซึ่งมีส่วนหนึ่งจะต้องข้ามแม่น้ำแควใหญ่ การสร้างทางรถไฟนี้เป็นไปด้วยความยากลำบาก ความทารุณของสงครามและโรคภัย ตลาดจนขาดอาหาร ทำให้เชลยศึกจำนวนมากต้องเสียชีวิตลง จนมีการเปรียบเทียบว่าหนึ่งไม้มอนของทางรถไฟสายมรณะคือหนึ่งชีวิต สะพานอันเลื่องชื่อในสงครามโลกครั้งที่ 2

ทหารช่างญี่ปุ่นเลือกสร้างสะพานที่บริเวณนี้เนื่องจากมีฐานดินด้านล่างแน่นที่สุด โดยใช้แรงงานเชลยศึกและกรรมกรรับจ้างจำนวนมาก การก่อสร้างเริ่มจากการสร้างสะพานไม้เพื่อลำเลียงคนและอุปกรณ์ก่อสร้างทางรถไฟข้ามไปก่อน โดยสร้างในช่วงที่น้ำลดลงตอนปลายเดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2485 โดยใช้ไม้ซุงทั้งต้นคอกเป็นเสาเข็ม ใช้เวลาก่อสร้าง 3 เดือน และได้รื้อออกไป

หลังจากสร้างสะพานเหล็กแล้ว ปัจจุบันแนวสะพานไม้เดิมอยู่ห่างจากสะพานข้ามแม่น้ำแควลงไปทางใต้ประมาณ 100 เมตร ในพิพิธภัณฑ์สงครามโลกครั้งที่ 2



ภาพที่ 2-36 มุมมองภายในสะพานข้ามแม่น้ำแคว

ส่วนสะพานข้ามแม่น้ำแควใช้เวลาสร้างเพียง 1 เดือน โดยนำเหล็กจากมลายูมาประกอบเป็นชิ้น ๆ ตอนกลางทำเป็นสะพานเหล็ก 11 ช่วง หัวและท้ายเป็นโครงไม้ ตัวสะพานยาวประมาณ 300 เมตร สร้างเสร็จและทำพิธีเปิดอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 25 ธันวาคม พ.ศ.2486

สะพานข้ามแม่น้ำแควถูกทหารฝ่ายสัมพันธมิตรโจมตีทางอากาศเป็นครั้งแรกในเดือน พฤศจิกายน พ.ศ.2487 และถูกโจมตีทิ้งสิ้นราว 10 ครั้งในระหว่างสงคราม จนกระทั่งสะพานช่วงที่ 4 - 6 ชำรุด และไม่สามารถใช้การได้ ต่อมาการรถไฟแห่งประเทศไทยได้ปรับปรุงขึ้นใหม่จากของเดิม โดยตอนกลางทำเป็นสะพานเหล็กสองช่วง ส่วนด้านหัวและท้ายเปลี่ยนเป็นสะพานเหล็กหกช่วงแทน^[20]

2) ทางรถไฟสายมรณะ

ทางรถไฟสายนี้เริ่มต้นจากสถานีชุมทางหนองปลาดุก อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ผ่านจังหวัดกาญจนบุรีข้ามแม่น้ำแควใหญ่โดยสะพานข้ามแม่น้ำแควไปทางทิศตะวันตกจนถึงด่านเจดีย์สามองค์ ถึงปลายทางที่เมืองทันบูช้ายัด ประเทศพม่า ทางรถไฟสายมรณะมีความยาวจากหนองปลาดุกถึงสถานีทันบูช้ายัดรวม 415 กิโลเมตร เป็นทางรถไฟอยู่ในเขตประเทศไทยประมาณ 303.95 กิโลเมตร และอยู่ในเขตพม่า 111.05 กิโลเมตร มีสถานีจำนวน 37 สถานี

ทางรถไฟสายนี้สร้างขึ้นในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยใช้แรงงานเชลยศึกฝ่ายสัมพันธมิตรและกรรมกรชาวเอเชียที่กองทัพญี่ปุ่นเกณฑ์มาสร้างเพื่อใช้เป็นเส้นทางยุทธศาสตร์ผ่านประเทศพม่า ปัจจุบันเส้นทางนี้ไปสุดปลายทางที่บ้านท่าเสาหรือสถานีน้ำตก ระยะทางจากสถานีกาญจนบุรีถึงสถานีน้ำตกเป็นระยะทางประมาณ 77 กิโลเมตร การรถไฟแห่งประเทศไทยเปิดเดินรถบนเส้นทางนี้ทุกวันและจัดรถไฟขบวนพิเศษ สายกรุงเทพฯ - น้ำตก ทุกวันเสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดราชการ จุดที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมากที่สุดคือ ช่วงสะพานข้ามแม่น้ำแคว และช่วงโค้งมรณะหรือถ้ำกระแซ ซึ่งเป็นสะพานโค้งเลียบแม่น้ำแควน้อยยาวประมาณ 400 เมตร^[21] ดังแสดงในภาพที่ 2-37



ภาพที่ 2-37 ทางรถไฟสายมรณะ หรือทางรถไฟสายพม่า

3) ล่องแพเมืองกาญจน์

การล่องแพชมบรรยากาศธรรมชาติอันอุดมสมบูรณ์ของแม่น้ำแควใหญ่และแควน้อย จุดบรรจบของแม่น้ำสองสาย พร้อมรับประทานอาหารและกิจกรรมต่างๆ สามารถแวะชมสถานที่ต่างๆ ริมสองฝั่งแม่น้ำ เป็นการใช้เวลาไปกับครอบครัวและคนที่เรารัก กับธรรมชาติที่คุ้มค่า ดังแสดงในภาพที่ 2-38 และ 2-39



ภาพที่ 2-38 ล่องแพ (1)

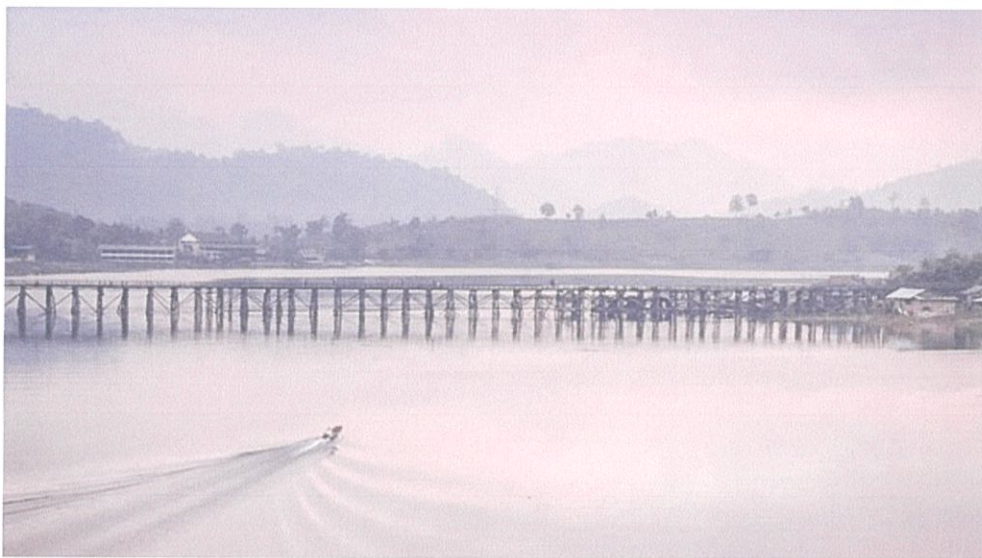


ภาพที่ 2-39 ล่องแพ (2)

2.7.1.2 สถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอสังขละบุรี

1) สะพานมอญ

สะพานมอญ หรือสะพานอุตตมานุสรณ์ สะพานไม้ที่ทอดตัวยาวอยู่เหนือแม่น้ำมีฉากหลังรายล้อมด้วยธรรมชาติและขุนเขาอันเขียวชอุ่มของต้นไม้นานาพันธุ์ ซึ่งสะพานไม้แห่งนี้ สะท้อนถึงมนต์เสน่ห์แห่งวิถีชีวิตของชาวบ้านดังแสดงในภาพที่ 2-40 แต่เดิมชาวบ้านเรียกกันว่า “สะพานบาทเดียว” สร้างด้วยแป้นไม้ไผ่ต่อดัดกัน ตรงกลางเป็นแป้นคั่นสะพานให้มาเชื่อมกัน และเก็บเงินผู้ที่สัญจรไปมาคนละ 1 บาท ต่อมาพระราชอุทิศมณฑล (หลวงพ่อดุตตะมะ) เจ้าอาวาสวัดวังแก้วเวการาม ซึ่งเป็นพระที่คนมอญและพุทธศาสนิกชนทั่วไปเคารพเลื่อมใส เป็นผู้คิดริเริ่มและผู้นำในการสร้างสะพานแห่งนี้ เนื่องจากเห็นว่า ชาวบ้านเดือดร้อนที่ต้องเสียเงินข้ามฝั่งและไม่สะดวกนัก



ภาพที่ 2-40 สะพานไม้ที่ยาวที่สุดในประเทศไทย

สะพานแห่งนี้ถือว่าเป็นสะพานไม้ที่ยาวที่สุดในประเทศไทย มีความยาวโดยประมาณ 850 เมตร และเป็นสะพานไม้ที่ยาวเป็นอันดับ 2 ของโลกรองจากสะพานไม้ฮูเบ็งในประเทศพม่า เป็นสะพานที่มีความหมายต่อชุมชนมอญเป็นอย่างมาก เนื่องจากสร้างขึ้นมาบนฐานของพลังแห่งความศรัทธาที่มีต่อหลวงพ่อดุตตะมะ รวมทั้งเป็นสะพานมิตรภาพระหว่างชาวไทยและชาวมอญ จนก่อให้เกิดเป็นการร่วมแรงร่วมใจของชาวมอญในการสร้างสะพานแห่งนี้ เมื่อก่อสร้างเสร็จเรียบร้อย สะพานแห่งนี้จึงได้รับการขนานนามว่า "สะพานแห่งศรัทธา" เนื่องจากวิธีการก่อสร้างและขั้นตอนการก่อสร้างส่วนใหญ่เป็นแรงงานคนทั้งสิ้น ล้วนสะท้อนถึงพลังแห่งความศรัทธาของคนสังขละ ดังเช่น กลอนที่ปรากฏที่สะพานว่า

“ชมสะพานมอญไม้ไม้ก่อนเก่า สะพานมอญมอญจรัศพัฒนา
นับพันเสาพุงค้ำยันแน่นนาน อุตตมานุสาวรีย์ที่เดียวกัน”



ภาพที่ 2-41 สะพานมอญ

สะพานมอญนับเป็นหนึ่งในภาพที่คลาสสิกที่สุดภาพหนึ่งของเมืองไทย ดังแสดงในภาพที่ 2-41 เต็มเปี่ยมไปด้วยเสน่ห์ของแผ่นไม้แต่ละแผ่นที่หลอมรวมกันจนกลายเป็นศิลปะบนสะพานที่มีความงดงามโดยไร้การปรุงแต่งและมีความเฉพาะตัว อย่างไรก็ตามด้วยความที่เป็นสะพานไม้ที่ตั้งอยู่กลางแดดและฝนและมีผู้คนสัญจรไปมาอยู่ทุกวันยาวนานกว่า 20 ปี ทำให้สะพานแห่งนี้ทรุดโทรมจนต้องซ่อมแซมสะพานอยู่เป็นระยะๆ และต่อจากนี้คงจะให้เห็นความเปลี่ยนแปลงของสะพานไม้แห่งนี้พร้อมๆ กับความเจริญเติบโตของเมืองสังขละบุรี เพราะเป็นดินแดนที่หมายปองของนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสมนต์เสน่ห์แห่งวิถีมอญ^[22]

2.7.2 สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

2.7.2.1 สถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอไทรโยค

1) อุทยานแห่งชาติไทรโยค

อุทยานแห่งชาติไทรโยค มีพื้นที่ครอบคลุมท้องที่อำเภอทองผาภูมิ และอำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี มีประวัติความเป็นมาอันยาวนานตั้งแต่ครั้งสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ได้เสด็จประพาสน้ำตกไทรโยค และได้ลงสร้างน้ำในธารน้ำอันเย็นฉ่ำภายใต้ร่มเงาแห่งแมกไม้ของป่าใหญ่ และเป็นแรงบันดาลใจให้สมเด็จพระยานริศรานุวัดติวงศ์ทรงประพันธ์บทเพลง “เขมรไทรโยค” จนความงามของน้ำตกไทรโยคเป็นที่เลื่องลือไปทั่ว

เดิมพื้นที่ป่าบริเวณป่าวังใหญ่ และป่าแม่ น้ำน้อย ในท้องที่ตำบลลิ้นถิ่น อำเภอทองผาภูมิ และตำบลไทรโยค ตำบลลุ่มสุม ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค ได้ประกาศเป็นป่าสงวนแห่งชาติ ตามกฎกระทรวง ฉบับที่ 417 (พ.ศ.2512) เมื่อวันที่ 7 มีนาคม พ.ศ.2512 และป่าห้วยเขยง ท้องที่ตำบลท่าขนุน ตำบลปลีถอก ตำบลหินลาด และตำบลลิ้นถิ่น อำเภอทองผาภูมิ และตำบลไทรโยค อำเภอไทรโยค ได้ประกาศเป็นป่าสงวนแห่งชาติตามกฎกระทรวง ฉบับที่ 480 (พ.ศ.2515) เมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2515^[23]

ที่มา [22]: กานต์ชนิด วรรณิณีจ. สะพานมอญ สะพานแห่งศรัทธา. [Online]. เข้าถึงได้จาก : [http://www.stou.ac.th/study/sumrit/7-56\(500\)/page10-7-56\(500\).html](http://www.stou.ac.th/study/sumrit/7-56(500)/page10-7-56(500).html). 2556.

ที่มา [23]: สำนักอุทยานแห่งชาติ. อุทยานแห่งชาติไทรโยค. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.dnp.go.th/parkreserve/asp/style1/default.asp?>

อุทยานแห่งชาติไทรโยค มีความสำคัญทางโบราณคดี ที่อ้างอิงถึงประวัติอันยาวนานของมนุษย์ยุคหินเก่าที่เคยขุดพบที่ถ้ำพระและถ้ำไทรโยค มีแหล่งท่องเที่ยวที่ความสวยงามตามธรรมชาติมากมาย อาทิ

- ถ้ำดาวดึงส์

เป็นถ้ำที่มีชื่อเสียงและงดงามมากที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศ ค้นพบโดย นายสำลี คูหา ซึ่งตามสัตว์เข้าไปในถ้ำ ในปีพ.ศ.2515 ถ้ำลึกประมาณ 300 - 400 เมตร แบ่งเป็นห้องๆ ได้ 8 ห้อง มีชื่อตามลักษณะของหินงอกหินย้อย โดยทั่วไปมีสีขาว เช่น ห้องโคมระย้า ห้องเจดีย์ ห้องจิบม่านฟ้า เป็นต้น^[24] ดังแสดงในภาพที่ 2-42



ภาพที่ 2-42 หินย้อยในถ้ำดาวดึงส์

- ถ้ำละว้า

ถ้ำละว้ามีปากถ้ำแคบ แต่ภายในกว้างใหญ่โตมาก ถ้ำลึกประมาณ 450 เมตร แบ่งเป็นห้องต่างๆ เช่น ห้องท้องพระโรง ห้องคนตรี และห้องม่าน แต่ละห้องมีหินงอก หินย้อย สวยงามแตกต่างกันไป นอกจากนี้ภายในถ้ำยังปรากฏหลักฐาน เช่น ฟันมนุษย์ ซึ่งทำให้สันนิษฐานได้ว่า แต่เดิมน่าจะเคยมีมนุษย์โบราณอาศัยอยู่^[24] ดังแสดงในภาพที่ 2-43



ภาพที่ 2-43 หินงอกหินย้อยในถ้ำละว้า

ที่มา [24]: สำนักอุทยานแห่งชาติ. แหล่งท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติไทรโยค. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.dnp.go.th/parkreserve/asp/style1/attraction.asp.2556>.

- น้ำตกไทรโยคน้อย

น้ำตกไทรโยคน้อย หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า น้ำตกเขาพัง เป็นน้ำตกที่มีชื่อเสียงมาช้านาน เหตุที่ได้ชื่อน้ำตกเขาพัง เพราะเกิดบนหน้าผาหินปูนที่พังทลายลงมา จนเกิดโขดหินปูนลดหลั่นกันอยู่ตรงบริเวณเชิงเขา ต้นกำเนิดเป็นน้ำผุดจากภูเขาแล้วไหลมาตามลำธารเล็กๆ ไหลตกลงที่ผาหินปูน แผ่กระจายไปตามพื้นเขาลาดเอียง ภายใต้อ้อมเงาของพันธุ์ไม้โบราณชนิด ในลำธารมีต้นกกขึ้นอยู่กระจัดกระจาย นับเป็นบรรยากาศที่ชวนให้ไปสัมผัสอีกแห่งหนึ่ง ช่วงเวลาที่เหมาะสมในการเที่ยวน้ำตก คือ ฤดูฝนซึ่งเป็นช่วงที่น้ำในน้ำตกมีมาก ประมาณเดือนกรกฎาคม - กันยายน^[24] ดังแสดงในภาพที่ 2-44



ภาพที่ 2-44 น้ำตกไทรโยคน้อย

- น้ำตกไทรโยคเล็ก

อยู่ทางด้านใต้ของน้ำตกไทรโยคใหญ่ เป็นน้ำตกที่มีความสูงมากกว่า มีความสวยงาม สายน้ำที่ตกลงมาสู่แม่น้ำแควน้อย ในฤดูหนาวจะสัมผัสบรรยากาศของความหนาวเย็นแห่ง สายน้ำและขุนเขาผ่านน้ำตก มีเสน่ห์ชวนหลงใหลยิ่งขึ้น^[24] ดังแสดงในภาพที่ 2-45



ภาพที่ 2-45 น้ำตกไทรโยคเล็ก

ที่มา [24]: สำนักอุทยานแห่งชาติ. แหล่งท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติไทรโยค. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.dnp.go.th/parkreserve/asp/style1/attraction.asp.2556>.

- น้ำตกไทรโยคใหญ่

เป็นน้ำตกที่ไหลลงสู่แม่น้ำแควน้อย แยกเป็น 2 แพร่ง ส่วนที่อยู่ทางตอนเหนือเรียกว่า น้ำตกไทรโยคใหญ่ เป็นน้ำตกขนาดใหญ่ชั้นเดียว รองรับด้วยชั้นหินสลับกันเป็นชั้นๆ มีความสูงประมาณ 8 เมตร สามารถชมทัศนียภาพของน้ำตกไทรโยคได้โดยการเดินข้ามสะพานแขวนไปยังฝั่งตรงข้ามหรือโดยทางน้ำ^[24] ดังแสดงในภาพที่ 2-46



ภาพที่ 2-46 น้ำตกไทรโยคใหญ่

- เส้นทางศึกษาธรรมชาติ

อุทยานแห่งชาติไทรโยคได้จัดทำเส้นทางเดินเท้าศึกษาธรรมชาติไว้สำหรับผู้สนใจจะศึกษาหรือสัมผัสในความหลากหลายของธรรมชาติ 2 เส้นทาง คือ เส้นทางสายธรรมชาติ-ประวัติศาสตร์ เส้นทางสายชมเรือนยอดไม้^[24] ดังแสดงในภาพที่ 2-47



ภาพที่ 2-47 เส้นทางศึกษาธรรมชาติ

ที่มา [24]: สำนักอุทยานแห่งชาติ. แหล่งท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติไทรโยค. [Online]. เข้าใจได้จาก : <http://www.dnp.go.th/parkreserve/asp/style1/attraction.asp.2556>.

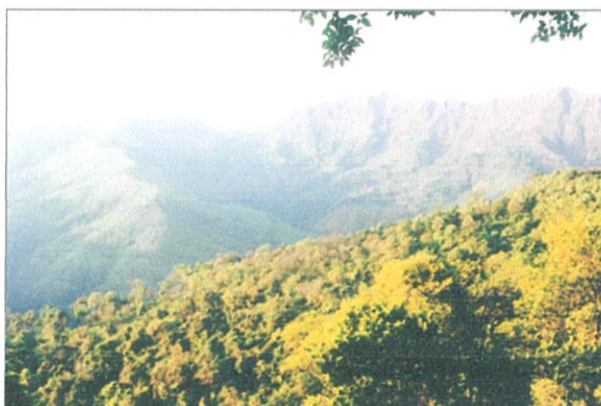
2.7.2.2 สถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอทองผาภูมิ

1) อุทยานแห่งชาติทองผาภูมิ

อุทยานแห่งชาติทองผาภูมิอยู่ในเขตป่าสงวนแห่งชาติป่าห้วยเขย่งและป่าเขาช้างเผือก ในเขตท้องที่อำเภอทองผาภูมิ และอำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และจุดชมทิวทัศน์ที่สวยงาม อาทิ

- จุดชมทิวทัศน์เขาขาด

เป็นจุดชมทิวทัศน์ที่อยู่บนยอดเขาสูง มีกระแสลมพัดผ่านตลอดเวลา อากาศบริสุทธิ์และเย็นสบาย จากการสำรวจได้พบว่า จุดชมทิวทัศน์แห่งนี้มีความสวยงามมาก เมื่อเราไปอยู่บนจุดนี้แล้วเราสามารถมองเห็นทิวทัศน์ต่าง ๆ ได้รอบตัว อันดับแรกเราจะได้น้ำตกจ๊อกกระดึ้นที่มีสายน้ำไหลผ่านหน้าผาสูงลงสู่ พื้นล่างแล้วแตกกระจายออกมากลายเป็นกลุ่มไอน้ำลอยตัวขึ้นมาจากพื้นล่างน่าประทับใจเป็นอย่างยิ่งนัก จะมองเห็นหมู่บ้านอีต่อง หมู่บ้านหินกอง เนินเสาธง ทิวทัศน์ในประเทศสหภาพพม่าและเมื่อใดที่ท้องฟ้าเปิดก็จะมองเห็นท้องทะเลอันดามันได้ด้วยตาเปล่า^[25] ดังแสดงในภาพที่ 2-48



ภาพที่ 2-48 จุดชมทิวทัศน์เขาขาด

ที่มา [24]: สำนักอุทยานแห่งชาติ. แหล่งท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติไทรโยค. [Online]. เข้าใจได้จาก : <http://www.dnp.go.th/parkreserve/asp/style1/attraction.asp>. 2556.

ที่มา [25]: สำนักอุทยานแห่งชาติ. แหล่งท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติทองผาภูมิ. [Online]. เข้าใจได้จาก : <http://www.dnp.go.th/parkreserve/asp/style1/>

- เนินเสาธง

เนินเสาธงเป็นพื้นที่ยอดเขาที่กั้นพรมแดนระหว่างประเทศไทยกับประเทศสหภาพพม่า โดยที่ทางการทหารไทยได้จัดตั้งเสาธงพร้อมติดธงชาติไทยขนาดใหญ่ เพื่อเป็นสัญลักษณ์ว่าพื้นที่นี้เป็นจุดพรมแดนระหว่างประเทศไทยกับประเทศสหภาพพม่า ทางทหารไทยจึงได้ให้ชื่อพื้นที่แห่งนี้ว่า “เนินเสาธง” และได้อนุญาตให้ประชาชนทั่วไปเข้าเที่ยวชมได้ โดยมีกำลังของทหารไทย และกองกำลังตำรวจตระเวนชายแดนของไทยรักษาความปลอดภัยให้ตลอด 24 ชั่วโมง เมื่อเรายืนบนเนินเสาธงนี้แล้ว เราจะได้พบกับบรรยากาศเย็นสบาย อากาศสดชื่นแสนบริสุทธิ์สามารถมองเห็นทิวทัศน์ได้รอบตัวเรา ทั้งทิวทัศน์ที่สวยงามในประเทศไทยและทิวทัศน์ในประเทศสหภาพพม่า และเมื่อวันใดท้องฟ้าเปิดเราก็จะเห็นท้องทะเลอันคัมภีร์ได้อีกด้วย^[25] ดังแสดงในภาพที่ 2-49



ภาพที่ 2-49 เนินเสาธง

2) อุทยานแห่งชาติเขาแหลม

อุทยานแห่งชาติเขาแหลม มีพื้นที่ครอบคลุมท้องที่อำเภอสังขละบุรีและอำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี มีสภาพป่าที่สมบูรณ์โดยรอบอ่างเก็บน้ำเขื่อนเขาแหลม ประกอบด้วยสัตว์ป่านานาชนิด สถานที่สวยงามเหมาะแก่การท่องเที่ยวศึกษาหาความรู้ และเป็นอุทยานแห่งชาติ 1 ใน 5 แห่งของโครงการจัดตั้งอุทยานแห่งชาติ เพื่อการเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในวโรกาสมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 5 รอบ วันที่ 5 ธันวาคม พ.ศ.2530^[26] ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและประวัติศาสตร์อันสวยงามและน่าสนใจ อาทิ

ที่มา [25]: สำนักอุทยานแห่งชาติ. แหล่งท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติทองผาภูมิ. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.dnp.go.th/parkreserve/asp/style1/attraction.asp.2556>.

ที่มา [26]: สำนักอุทยานแห่งชาติ. อุทยานแห่งชาติเขาแหลม. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.dnp.go.th/parkreserve/asp/style2/default.asp?>

- จุดชมทิวทัศน์เขาใหญ่

เป็นยอดเขาสูงเหมาะสำหรับเป็นพื้นที่กางเต็นท์พักแรม เพื่อชมทะเลหมอกยามเช้าที่สวยงาม และทุ่งหญ้าอันกว้างใหญ่และสวยงาม ยามต้องแสงอาทิตย์ทุ่งหญ้าจะกลายเป็นสีทอง อีกทั้งยังสามารถชมทัศนียภาพของอ่างเก็บน้ำเขื่อนวชิราลงกรณและชมพระอาทิตย์ตกได้^[27] ดังแสดงในภาพที่ 2-50



ภาพที่ 2-50 จุดชมทิวทัศน์เขาใหญ่

- อ่างเก็บน้ำเขื่อนวชิราลงกรณ

เป็นทะเลสาบขนาดใหญ่ซึ่งเกิดจากการสร้างเขื่อนวชิราลงกรณของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย เดิมชื่อเขื่อนเขาแหลม ทะเลสาบประกอบด้วยเกาะแก่งต่างๆ เขาหินที่มีหน้าผาสูงชันสวยงาม เหมาะสำหรับนั่งเรือชมภูมิทัศน์เป็นอย่างยิ่ง^[27] ดังแสดงในภาพที่ 2-51



ภาพที่ 2-51 อ่างเก็บน้ำเขื่อนวชิราลงกรณ

ที่มา [27]: สำนักอุทยานแห่งชาติ. แหล่งท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติเขาแหลม. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.dnp.go.th/parkreserve/asp/style2/attraction.asp>. 2556.

- เมืองบาดาล
เป็นเมืองเก่าแก่ สวยงาม ที่จมอยู่ใต้น้ำในอ่างเก็บน้ำเขื่อนวชิราลงกรณ^[27] ดังแสดง
ในภาพที่ 2-52



ภาพที่ 2-52 เมืองบาดาล

2.7.2.3 สถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอศรีสวัสดิ์

1) อุทยานแห่งชาติเขื่อนศรีนครินทร์

อุทยานแห่งชาติเขื่อนศรีนครินทร์ มีพื้นที่ครอบคลุมอยู่ในท้องที่อำเภอไทรโยค อำเภอศรีสวัสดิ์ และอำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี ประกอบด้วยเอกลักษณ์ทางธรรมชาติที่สวยงาม เช่น น้ำตก น้ำพุร้อน ถ้ำ และเกาะแก่งต่างๆ ในอ่างเก็บน้ำเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ที่มีทิวทัศน์สวยงาม^[28] อาทิ

- ถ้ำเนรมิต

เป็นถ้ำหินปูนขนาดกลาง แบ่งออกเป็น 3 ห้อง คือ ห้องโถงใหญ่ เป็นห้องที่กว้างที่สุดและมีความสวยงามของหินงอกหินย้อยบริเวณเพดานและผนังถ้ำ ห้องพิธีกรรม มีหินงอกขนาดต่างกันตั้งแต่ขนาดเล็กถึงขนาดใหญ่รูปร่างคล้ายเทียนเข้าพรรษาตั้งอยู่เรียงรายทั่วไปคล้ายกับการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ห้องลูกนิมิต หรือห้องไข่เอเลียน มีหินย้อยคล้ายลูกนิมิตติดอยู่ตามเพดานถ้ำจำนวนมาก มีรูปแปลกตา ความอลังการของห้องนี้ หลายคนกล่าวเป็นเสียงเดียวกันว่าเหมือนไข่เอเลียนในภาพยนตร์^[29] ดังแสดงในภาพที่ 2-53

ที่มา [27]: สำนักอุทยานแห่งชาติ. แหล่งท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติเขื่อนศรีนครินทร์. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.dnp.go.th/parkreserve/asp/style2/attraction.asp>. 2556.

ที่มา [28]: สำนักอุทยานแห่งชาติ. อุทยานแห่งชาติเขื่อนศรีนครินทร์. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.dnp.go.th/parkreserve/asp/style1/default.asp>



ภาพที่ 2-53 ภายในถ้ำเนรมิต

- น้ำตกห้วยแม่ขมิ้น

เป็นน้ำตกที่สวยงามมากที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศไทย เกิดจากลำห้วยแม่ขมิ้นที่ไหลผ่านเทือกเขาหินปูนลดหลั่นลงมาเป็นชั้นๆ ก่อให้เกิดน้ำตกที่สวยงามทั้งหมด 7 ชั้น คล้ายกับน้ำตกเอราวัณ แต่ละชั้นมีชื่อเรียกเรียงลำดับจากชั้นที่ 1 - 7 ดังนี้ คือ ดงว่าน ม่านขมิ้น วังหน้าผา ฉัตรแก้ว ไหลจนหลง ดงผีเสื้อ และร่มเกล้า ระยะทางรวม 2,270 เมตร นอกจากนี้อุทยานแห่งชาติได้จัดทำเส้นทางศึกษาธรรมชาติของป่าเบญจพรรณและป่าเต็งรัง โดยจะผ่านจุดชมทิวทัศน์ของอ่างเก็บน้ำเขื่อนศรีนครินทร์^[29] ดังแสดงในภาพที่ 2-54



ภาพที่ 2-54 น้ำตกห้วยแม่ขมิ้น

ที่มา [29]: สำนักอุทยานแห่งชาติ. แหล่งท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติเขื่อนศรีนครินทร์. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.dnp.go.th/parkreserve/asp/style1/attraction.asp>. 2556.

ที่มา [30]: สำนักอุทยานแห่งชาติ. อุทยานแห่งชาติเฉลิมรัตนโกสินทร์. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.dnp.go.th/parkreserve/asp/style1/default.asp?>

2) อุทยานแห่งชาติเฉลิมรัตนโกสินทร์

อุทยานแห่งชาติเฉลิมรัตนโกสินทร์ ตั้งอยู่ในท้องที่อำเภอศรีสวัสดิ์ จังหวัดกาญจนบุรี เป็นอุทยานแห่งชาติที่มีเนื้อที่ไม่มาก แต่มีสภาพป่าอุดมสมบูรณ์ มีจุดเด่นและธรรมชาติที่สวยงาม เช่น น้ำตก หน้าผา และถ้ำธารลอด ที่นับว่าเป็นสิ่งมหัศจรรย์ที่เกิดจากการยุบตัวของหินปูน ประกอบกับการกัดเซาะของน้ำทำให้เขาหินปูนกลายเป็นสะพานธรรมชาติขนาดมหึมา^[30] โดยมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ อาทิ

- ถ้ำธารลอดน้อยและถ้ำธารลอดใหญ่

มีปากถ้ำกว้างมีธารน้ำไหลตลอดใต้ถ้ำ ทำให้บรรยากาศร่มรื่นเย็นสบาย อุทยานแห่งชาติได้จัดทำระบบไฟฟ้าสำหรับส่องสว่างและทางเดินลัดเลาะไปตามลำห้วยในถ้ำ ภายในถ้ำมีหินงอกหินย้อยปรากฏเป็นรูปต่างๆ ยามเมื่อกระทบกับแสงไฟจะส่องประกายระยิบระยับงามจับตามาก โดยเฉพาะบริเวณกลางโถงถ้ำ ผิ่งถ้ำด้านขวามือเป็นหินปูนฉาบลักษณะคล้ายน้ำตก สวยงามมาก ภายในถ้ำยังมี “หมาน้ำ” หรือเขี้ยวถ้ำ ซึ่งส่งเสียงร้องคล้ายสุนัข เมื่อเดินทะลุถ้ำธารลอดน้อยแล้ว จะพบกับสภาพป่าที่ร่มรื่น และมีทางเดินต่อไปถึงถ้ำธารลอดใหญ่^[31] ดังแสดงในภาพที่ 2-55



ภาพที่ 2-55 ภายในถ้ำธารลอดใหญ่

3) อุทยานแห่งชาติเอราวัณ

อุทยานแห่งชาติเอราวัณ เป็นอุทยานที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามหลายแห่ง โดยเฉพาะน้ำตกเอราวัณ ที่มีสี่ฟ้า-เจียวที่สวยงาม

ที่มา [31]: สำนักอุทยานแห่งชาติ. แหล่งท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติเฉลิมรัตนโกสินทร์. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.dnp.go.th/parkreserve/asp/style1/attraction.asp.2556>.

- น้ำตกเอราวัณ

เป็นน้ำตกขนาดใหญ่ เดิมมีชื่อว่า น้ำตกสะด่องม่งลาย ตามชื่อลำห้วยม่งลายซึ่งเป็นต้นน้ำของน้ำตกที่เกิดจากยอดเขาตาม่องลายในเทือกเขา สายน้ำจะไหลลงมาตามชั้นหินแบ่งออกเป็นชั้นใหญ่ๆ ได้ 7 ชั้น แต่ละชั้นมีความสวยงามร่มรื่นไปด้วยแมกไม้มานานานพันๆ ปี ทั้งถาวรด้วยพันธุ์ไม้ที่เกี่ยวทอดตัวไปบนต้นไม้ใหญ่ กล้วยไม้ป่าหลายชนิด สายธารน้ำที่ไหลตกลดหลั่นลงมาบนโขดหินสู่แอ่งน้ำเบื้องล่าง คลอเคล้าด้วยเสียงเพรียกของนกป่า ทำให้สภาพความเป็นธรรมชาติสมบูรณ์แบบยิ่งขึ้น ในชั้นที่ 7 อันเป็นชั้นบนสุดของน้ำตก ซึ่งมีรูปลักษณ์หัวช้างเอราวัณ จนคนทั่วไปรู้จักและขนานนามว่า “น้ำตกเอราวัณ”^[32] ดังแสดงในภาพที่ 2-56



ภาพที่ 2-56 น้ำตกเอราวัณ

2.8 ข้อมูลด้านกฎหมาย

ผลิตภัณฑ์ของคำแสดฯ จำพวกสบู่ ยาสระผม ครีมนวดผม แชมพู ฯลฯ จัดอยู่ในกลุ่มของเครื่องสำอางทั่วไปตามกฎหมายของสำนักกรรมการอาหารและยา^[33] หรือเครื่องสำอางที่ไม่มีส่วนผสมของสารควบคุม ซึ่งตามประกาศของคณะกรรมการเครื่องสำอางลงวันที่ 29 มีนาคม พ.ศ.2554 ประกาศให้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกขายหลังวันที่ 14 กันยายน พ.ศ.2554 เป็นต้นไป จะต้องแสดงข้อความอันจำเป็นบนฉลากตามประกาศฉบับใหม่ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

- 1) ชื่อเครื่องสำอางและชื่อทางการค้าของเครื่องสำอาง ซึ่งต้องมีขนาดใหญ่กว่าข้อความอื่น
- 2) ประเภทหรือชนิดของเครื่องสำอาง
- 3) ชื่อของสารทุกชนิดที่ใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอาง ซึ่งจะต้องเป็นชื่อตามตำราที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาประกาศกำหนด และจะต้องเรียงลำดับตามปริมาณของสารจากมากไปน้อย
- 4) วิธีใช้เครื่องสำอาง
- 5) ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิต กรณีเป็นเครื่องสำอางที่ผลิตในประเทศ ชื่อและที่ตั้งของผู้นำเข้า และชื่อผู้ผลิตและประเทศที่ผลิต กรณีที่เป็นเครื่องสำอางนำเข้า
- 6) ปริมาณสุทธิ
- 7) เลขที่แสดงครั้งที่ผลิต
- 8) เดือน ปี ที่ผลิต หรือ ปี เดือน ที่ผลิต
- 9) เดือน ปี ที่หมดอายุ หรือ ปี เดือน ที่หมดอายุ หรือข้อความอื่นที่มีความหมายในทำนองเดียวกัน สำหรับกรณีที่เครื่องสำอางที่มีอายุการใช้น้อยกว่า 30 เดือน
- 10) คำเตือนเกี่ยวกับอันตรายที่อาจเกิดขึ้นต่ออนามัยของบุคคล (ถ้ามี)
- 11) เลขที่ใบรับแจ้ง โดยห้ามนำเลขที่ใบรับแจ้งใส่กรอบเครื่องหมายอย. เพราะอาจทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดว่า ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นเครื่องสำอางควบคุมพิเศษ

ฉลากของผลิตภัณฑ์ต้องใช้ข้อความภาษาไทยที่มองเห็นและอ่านได้ชัดเจน นอกจากนี้ข้อความอันจำเป็นที่ได้กำหนดไว้แล้ว อาจมีข้อความอื่นหรือมีภาษาต่างประเทศด้วยก็ได้ ยกเว้นชื่อของสารที่ใช้เป็นส่วนผสมในการผลิต อาจใช้ภาษาไทยหรือเขียนภาษาไทยทับศัพท์ภาษาอังกฤษ หรือใช้ภาษาอังกฤษ อย่างใดอย่างหนึ่งก็ได้

ในส่วนของผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าเพื่อขาย ได้รับการยกเว้นไม่ต้องทำฉลากเป็นภาษาไทยที่ภาษาระบบรัฐหรือหีบห่อ ในขณะที่นำเข้าที่ด่านศุลกากร แต่ต้องจัดทำฉลากเป็นภาษาไทยก่อนนำออกจำหน่ายให้แล้วเสร็จและถูกต้อง ภายใน 30 วัน นับแต่พนักงานเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องได้ตรวจปล่อยให้นำเข้าแล้ว^[34]

ที่มา [33]: สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. **ข้อควรรู้เรื่องฉลากเครื่องสำอาง**. [Online]. เข้าถึงได้จาก : [ที่มา \[34\]: กองพัฒนาคุณภาพผู้บริโภค. **อย.ออกกฎ บังคับเพิ่ม “เลขที่ใบรับแจ้ง” บนฉลากเครื่องสำอาง ดิเคย์ 14 กันยายนนี้ ช่วยผู้บริโภคในการเลือกซื้อเครื่องสำอาง ง่ายต่อการตรวจสอบ**. \[Online\]. เข้าถึงได้จาก :](http://elib.fda.moph.go.th/elib/cgi-bin/opac.exe?op=dsp&wa=9267EF9&bid=33961&qst=@590&lang=1&db=jindex&pat=%E0%A4%C3%D7%E8%CD%A7%CA%D3%CD%D2%A7&cat=gen&skin=u&lpp=20&catop=&scid=zzz. 2556.</p>
</div>
<div data-bbox=)

ฉลากของผลิตภัณฑ์จะต้องติดหรือแสดงไว้ในที่เปิดเผย มองเห็นได้ชัดเจนที่ภาชนะบรรจุ หรือหีบห่อ ในกรณีที่ภาชนะบรรจุมีขนาดเล็ก และมีพื้นที่ในการแสดงฉลากน้อยกว่า 20 ตารางเซนติเมตร อย่างน้อยต้องแสดงข้อความตามข้อ 1) 7) 8) และ 11)^[34]

ข้อมูลด้านกฎหมายของฉลากนี้ จำเป็นต้องนำไปใช้และปฏิบัติตามในขั้นตอนการออกแบบกราฟิกของฉลาก เพื่อให้ถูกต้องตามระเบียบข้อบังคับ และเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคต่อไป

ที่มา [34]: กองพัฒนาสุขภาพผู้บริโภค. อย.ออกกฎ บังคับเพิ่ม “เลขที่ใบรับแจ้ง” บนฉลากเครื่องสำอาง คีเคย์ 14 กันยายนนี้ ช่วยผู้บริโภคในการเลือกซื้อเครื่องสำอาง ง่ายต่อการตรวจสอบ. [Online]. เข้าถึงได้จาก :http://e-cosmetic.fda.moph.go.th/data_center/ifm_mod/nw/7%E0%C5%A2%B7%D5%E8%E3%BA%C3%D1%BA%E1%A8%E9%A7%E0%A4%C3%D7%E8%CD%A7%CA%D3%CD%D2%A7.pdf. 2556.

บทที่ 3

การพัฒนาการออกแบบ

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ

จากการค้นคว้า รวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลในบทที่ 2 สามารถสรุปข้อมูลเป็นลำดับขั้นตอนเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบได้ดังต่อไปนี้

3.1.1 ที่มาของโครงการและผลิตภัณฑ์

แรกเริ่มคำแสด ริเวอร์ แคว รีสอร์ท เป็นธุรกิจโรงแรมที่ตั้งอยู่ท่ามกลางธรรมชาติในจังหวัดกาญจนบุรี มีพื้นที่กว้างขวางกว่า 100 ไร่ มีกิจกรรมและบริการต่างๆ มากมาย ซึ่งต่อมาในปี พ.ศ.2542 คำแสดฯ ประสบกับปัญหามากมาย ซึ่งทุกปัญหาล้วนส่งผลกระทบต่อธุรกิจท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี ทำให้ผู้บริหารจำเป็นต้องแก้ไขสถานการณ์ในช่วงแรก คือการปรับพนักงานออก ลดค่าใช้จ่าย ตัดสวัสดิการและเงินเดือนของผู้บริหาร แต่การแก้ปัญหาด้วยวิธีนี้นั้น เป็นเพียงการแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้า จึงได้นำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาดำเนินโครงการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม และการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่ามาใช้ในการแก้ปัญหาที่ยั่งยืนแทน

หนึ่งในโครงการที่จัดตั้งขึ้นมานั้น คือโครงการผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบธรรมชาติ เป็นการนำดอกไม้หอมที่ร่วงหล่นตามพื้นและเป็นขยะที่จะต้องกวาดทิ้ง นำมาคัดแปลงจนกลายเป็นทรัพย์สินที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร (Trash to Treasure) โดยนำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ สร้างความสดชื่นและความงาม ภายใต้ตรา คำแสด เนอเชอรัล โปรดักส์ (Comsaed Natural Products) ซึ่งแรกเริ่มผลิตภัณฑ์นี้ถูกนำไปใช้ในส่วนของการสปาและให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักภายในรีสอร์ท จนได้รับความนิยมจากลูกค้าที่มาพักมีลูกค้าขอซื้อผลิตภัณฑ์เหล่านี้กลับไปใช้ที่บ้าน ต่อมาได้มีการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายในร้านค้าของรีสอร์ท และได้วางจำหน่ายไปยังร้านค้าและห้างสรรพสินค้าต่างๆ ซึ่งขณะนี้เรียกได้ว่า คำแสด ริเวอร์ แคว รีสอร์ท ได้พลิกวิกฤติให้เป็นโอกาสสามารถฟื้นฝ่าอุปสรรคได้อย่างสมภาคภูมิ จากการมุ่งมั่นเดินหน้าอย่างมั่นคง

ผลิตภัณฑ์ในโครงการวิทยานิพนธ์นี้จึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่จะถูกพัฒนาไปในกรอบแนวคิดหลักของคำแสดฯ ในด้านการพึ่งพาตนเอง คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า ถ่ายทอดความพิเศษและการดูแลเอาใจใส่ในการผลิตผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภค ทั้งที่เคยมาพักที่รีสอร์ทและไม่เคยรู้จักคำแสดฯ อีกทั้งเป็นส่วนหนึ่งในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางธรรมชาติของกาญจนบุรีให้แก่ผู้บริโภคอีกทางหนึ่ง เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนเองและชุมชนโดยรอบต่อไป

จากที่มาของโครงการและผลิตภัณฑ์ สามารถกำหนดลักษณะภาพรวมของตราผลิตภัณฑ์ และสินค้าในโครงการได้ดังนี้

3.1.2 แนวความคิดของตราผลิตภัณฑ์ (Brand Concept) และแนวความคิดของผลิตภัณฑ์ (Product Concept)

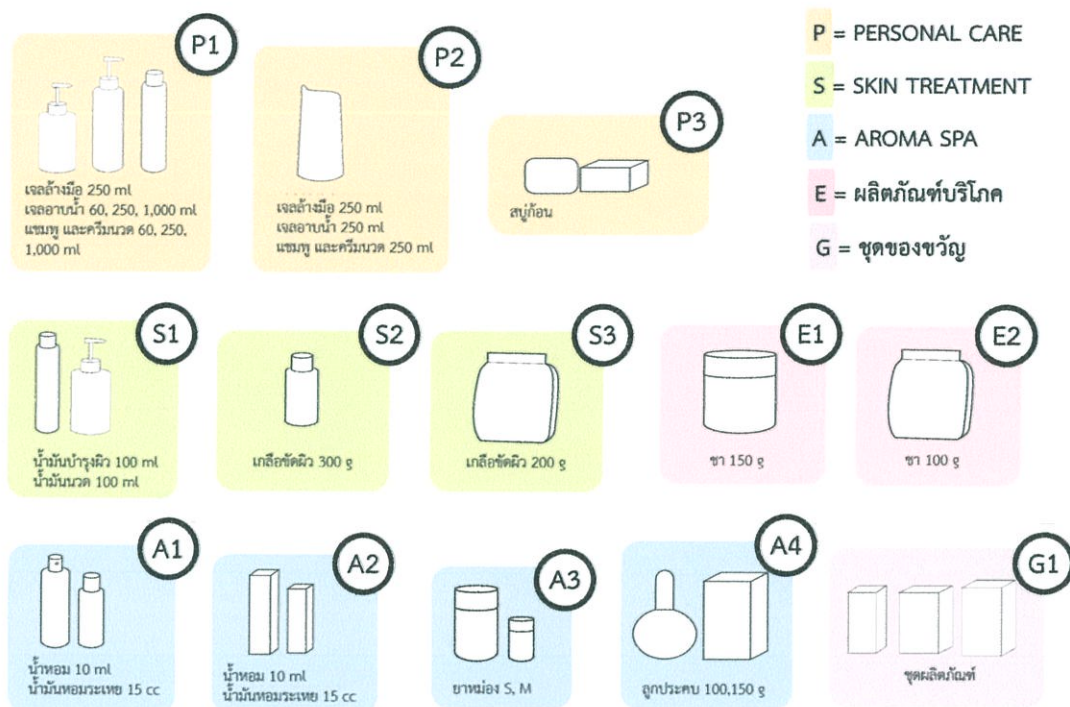
จากการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของรีสอร์ท โครงการต่างๆ และผลิตภัณฑ์สามารถสรุปแนวความคิดได้ดังภาพที่ 3-1



ภาพที่ 3-1 Brand Concept และ Product Concept

ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ, 2556.

3.1.3 ประเภทของผลิตภัณฑ์และความต้องการของบรรจุภัณฑ์ในโครงการ
การจัดกลุ่มของผลิตภัณฑ์ของบรรจุภัณฑ์ตามลักษณะการใช้งานของผลิตภัณฑ์ใน
บทที่ 2 สามารถแสดงได้ดังภาพที่ 3-2






ภาพที่ 3-2 กลุ่มของผลิตภัณฑ์ตามลักษณะการใช้งานผลิตภัณฑ์
 ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

ลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์และความต้องการของบรรจุภัณฑ์ในโครงการเบื้องต้นจากบทที่ 2 นำมาพิจารณาความต้องการในการออกแบบเพื่อเป็นข้อกำหนดแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในโครงการ ได้ดังในตารางที่ 3-1 ถึง 3-5

ตารางที่ 3-1 ลักษณะทางกายภาพและความต้องการของบรรจุภัณฑ์ กลุ่ม Personal Care

PERSONAL CARE

ผลิตภัณฑ์	ลักษณะทางกายภาพ	Contain	Convenience	Protect	Promotion
 <p>P1</p> <p>เจลล้างมือ 60, 250 ml เจลอาบน้ำ 60, 250, 1,000 ml แชมพู และครีมนวด 60, 250, 1,000 ml</p>	เหลว	บรรจุของเหลวได้ตาม ปริมาตรที่กำหนด	<ul style="list-style-type: none"> - สะดวกในการบรรจุและเติมผลิตภัณฑ์ - ติดฉลากได้ง่ายด้วยมือ - สะดวกในการใช้งานร่วมกับผลิตภัณฑ์ (กดปั๊ม เท) - ขนส่งสะดวก - สะดวกในการแยกวัสดุก่อนกำจัดทิ้ง 	<ul style="list-style-type: none"> - ป้องกันการรั่วซึมของผลิตภัณฑ์ - ทนทานตลอดอายุการใช้งานผลิตภัณฑ์ - สามารถสัมผัสน้ำได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - มีภาพลักษณ์ที่น่าใช้งาน - สื่อสารสรรพคุณของผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภค - ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว - สามารถนำบรรจุภัณฑ์กลับมาแลกเปลี่ยนส่วนลดที่ร้านค้า
 <p>P2</p> <p>เจลล้างมือ 250 ml เจลอาบน้ำ 250 ml แชมพู และครีมนวด 250 ml</p>			<ul style="list-style-type: none"> - สะดวกในการบรรจุและใช้เติมผลิตภัณฑ์ - ขนส่งสะดวก 	<ul style="list-style-type: none"> - ป้องกันการรั่วซึมของผลิตภัณฑ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - มีภาพลักษณ์ที่ดี - สื่อสารสรรพคุณของผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภค - สามารถนำบรรจุภัณฑ์กลับมาแลกเปลี่ยนส่วนลดที่ร้านค้า
 <p>P3</p> <p>สบู่ก้อน</p>	ก้อนแข็ง	บรรจุสบู่ได้ 1 ก้อน	<ul style="list-style-type: none"> - สะดวกในการบรรจุ - ขนส่งสะดวก - สะดวกในการกำจัดทิ้ง 	<ul style="list-style-type: none"> - ป้องกันผลิตภัณฑ์จนถึงมือผู้บริโภค 	<ul style="list-style-type: none"> - มีภาพลักษณ์ที่น่าใช้งาน - สื่อสารสรรพคุณของผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภค - ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว





ตารางที่ 3-2 ลักษณะทางกายภาพและความต้องการของบรรจุภัณฑ์ กลุ่ม Skin Treatment

SKIN TREATMENT

ผลิตภัณฑ์	ลักษณะทางกายภาพ	Contain	Convenience	Protect	Promotion
 <p>S1</p> <p>น้ำมันบำรุงผิว 100 ml น้ำมันนวด 100 ml</p>	เหลว	บรรจุของเหลวได้ตาม ปริมาตรที่กำหนด	<ul style="list-style-type: none"> - สะดวกในการบรรจุ - ติดฉลากได้ง่ายด้วยมือ - สะดวกในการใช้งานร่วมกับผลิตภัณฑ์ (กดปั๊ม เท) - ขนส่งสะดวก - สะดวกในการแยกวัสดุก่อนกำจัดทิ้ง 	<ul style="list-style-type: none"> - ป้องกันการรั่วซึมของผลิตภัณฑ์ - ทนทานตลอดอายุการใช้งานผลิตภัณฑ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - มีภาพลักษณ์ที่น่าใช้งาน - สื่อสารสรรพคุณของผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภค - ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว - สามารถนำบรรจุภัณฑ์กลับมาแลกเปลี่ยนส่วนลดที่ร้านค้า
 <p>S2</p> <p>เกอ็ชชีผิว 300 g</p>			ผงแห้ง	บรรจุผงได้ตาม ปริมาตรที่กำหนด	<ul style="list-style-type: none"> - สะดวกในการบรรจุ - สะดวกในการใช้งาน (ตัก เท) - ขนส่งสะดวก - สะดวกในการแยกวัสดุก่อนกำจัดทิ้ง
 <p>S3</p> <p>เกอ็ชชีผิว 200 g</p>	<ul style="list-style-type: none"> - สะดวกในการบรรจุและเปิดเพื่อเติม - ขนส่งสะดวก - สะดวกในการกำจัดทิ้ง 	<ul style="list-style-type: none"> - ป้องกันความชื้นได้ 			<ul style="list-style-type: none"> - มีภาพลักษณ์ที่ดี - สื่อสารสรรพคุณของผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภค

ตารางที่ 3-3 ลักษณะทางกายภาพและความต้องการของบรรจุภัณฑ์ กลุ่ม Aroma Spa

AROMA SPA

ผลิตภัณฑ์	ลักษณะทางกายภาพ	Contain	Convenience	Protect	Promotion
 <p>น้ำหอม 10 ml น้ำน้หอมระเหย 15 cc</p>	A1 เหลว	บรรจุของเหลวได้ตาม ปริมาตรที่กำหนด	<ul style="list-style-type: none"> - สะดวกในการบรรจุผลิตภัณฑ์ - คัดลอกได้ง่ายด้วยมือ - สะดวกในการใช้งานร่วมกับผลิตภัณฑ์ (พ่น เท) - ขนส่งสะดวก - สะดวกในการแยกวัสดุก่อนกำจัดทิ้ง 	<ul style="list-style-type: none"> - ป้องกันการรั่วซึมของผลิตภัณฑ์ - ไม่ทำปฏิกิริยากับน้ำหอม - ทนทานตลอดอายุการใช้งานผลิตภัณฑ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - มีภาพลักษณ์ที่ดีน่าใช้งาน - สื่อสารสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภค - ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว - สามารถนำบรรจุภัณฑ์กลับมาแลกเปลี่ยนส่วนลดที่ร้านค้า
 <p>น้ำหอม 10 ml น้ำน้หอมระเหย 15 cc</p>	A2 บรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสำหรับบรรจุขวด	บรรจุบรรจุภัณฑ์ได้ 1 ขวด	<ul style="list-style-type: none"> - สะดวกในการบรรจุและเปิดใช้งาน - ขนส่งสะดวก - สะดวกในการกำจัดทิ้ง 	<ul style="list-style-type: none"> - ป้องกันบรรจุภัณฑ์ชั้นในจนมีมือผู้บริโภค หรือตลอดการใช้งาน 	<ul style="list-style-type: none"> - มีภาพลักษณ์ที่ดีน่าใช้งาน - สื่อสารสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภค - ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว
 <p>ข่าม่อง S, M</p>	A3 กึ่งแข็ง กึ่งเหลว	บรรจุผลิตภัณฑ์ได้ตาม ปริมาตรที่กำหนด	<ul style="list-style-type: none"> - สะดวกในการบรรจุและเปิดใช้งาน - คัดลอกได้ง่ายด้วยมือ - ขนส่งสะดวก - สะดวกในการแยกวัสดุก่อนกำจัดทิ้ง 	<ul style="list-style-type: none"> - ป้องกันการรั่วซึมของผลิตภัณฑ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - มีภาพลักษณ์ที่ดีน่าใช้งาน - สื่อสารสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภค - ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว - สามารถนำบรรจุภัณฑ์กลับมาแลกเปลี่ยนส่วนลดที่ร้านค้า
 <p>ลูกประคบ 100,150 g</p>	A4 ห่อผ้า เป็นทรงกลม	บรรจุลูกประคบได้ 1 ลูก	<ul style="list-style-type: none"> - สะดวกในการบรรจุผลิตภัณฑ์ - คัดลอกได้ง่ายด้วยมือ - สะดวกในการเปิดใช้งาน - ขนส่งสะดวก - สะดวกในการกำจัดทิ้ง 	<ul style="list-style-type: none"> - ป้องกันลูกประคบจนถึงมือผู้บริโภค และเก็บรักษาต่อได้ในช่วง 3 ครั้งการใช้ 	<ul style="list-style-type: none"> - มีภาพลักษณ์ที่ดีน่าใช้งาน - สื่อสารสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภค - ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

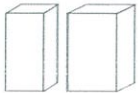
ตารางที่ 3-4 ลักษณะทางกายภาพและความต้องการของบรรจุภัณฑ์ กลุ่มผลิตภัณฑ์บริโภค

ผลิตภัณฑ์บริโภค

ผลิตภัณฑ์	ลักษณะทางกายภาพ	Contain	Convenience	Protect	Promotion
 <p>ชา 150 g</p>	E1 โบบาแห้ง	บรรจุผลิตภัณฑ์ได้ตาม ปริมาตรที่กำหนด	<ul style="list-style-type: none"> - สะดวกในการบรรจุและเติมผลิตภัณฑ์ - คัดลอกได้ง่ายด้วยมือ - สะดวกในการใช้งานร่วมกับผลิตภัณฑ์ (ตัก เท) - ขนส่งสะดวก - สะดวกในการแยกวัสดุก่อนกำจัดทิ้ง 	<ul style="list-style-type: none"> - ป้องกันการความชื้นได้ - ทนทานตลอดอายุการใช้งานผลิตภัณฑ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - มีภาพลักษณ์ที่ดีน่าใช้งาน - สื่อสารสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภค - ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว - สามารถนำบรรจุภัณฑ์กลับมาแลกเปลี่ยนส่วนลดที่ร้านค้า
 <p>ชา 100 g</p>			<ul style="list-style-type: none"> - สะดวกในการบรรจุและเปิดเพื่อเติม - ขนส่งสะดวก - สะดวกในการกำจัดทิ้ง 	<ul style="list-style-type: none"> - ป้องกันความชื้นได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - มีภาพลักษณ์ที่ดีน่าใช้งาน - สื่อสารสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภค

ตารางที่ 3-5 ลักษณะทางกายภาพและความต้องการของบรรจุภัณฑ์ กลุ่มชุดผลิตภัณฑ์ ชุดของขวัญ

ชุดของขวัญ

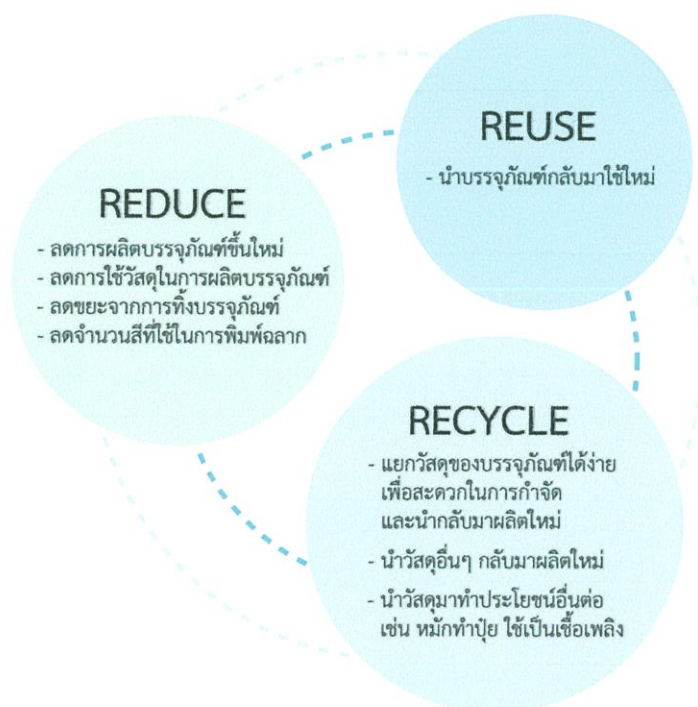
ผลิตภัณฑ์	ลักษณะทางกายภาพ	Contain	Convenience	Protect	Promotion
 <p>ชุดผลิตภัณฑ์ บรรจุ 2 ชิ้น บรรจุ 3 ชิ้น บรรจุ 4 ชิ้น บรรจุ 6 ชิ้น บรรจุ ขนาดทดลอง</p>	G1 บรรจุภัณฑ์ของ ผลิตภัณฑ์ต่างๆ	บรรจุผลิตภัณฑ์เพื่อ รวมหน่วย 2 - 6 ชิ้น	<ul style="list-style-type: none"> - สะดวกในการบรรจุ และเปิดใช้งาน - ขนส่งสะดวก - สะดวกในการกำจัดทิ้ง 	<ul style="list-style-type: none"> - ป้องกันเพื่อรวมหน่วย บรรจุภัณฑ์ชิ้นใน จนถึงมือผู้บริโภค 	<ul style="list-style-type: none"> - มีภาพลักษณ์ที่ดี น่าใช้งาน - สื่อสารผลิตภัณฑ์ ภายในให้กับผู้บริโภค - ประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว

3.1.4 ระบบการจัดการบรรจุภัณฑ์ภายในโครงการ เพื่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

กำหนดแนวความคิดที่จะนำเสนอแนวทางในการดำเนินงานด้านการจัดการบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนให้กับคำแสด เพื่อให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์และนโยบายด้านการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม และก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อตนเองและสังคม โดยมีแนวทางในการดำเนินการภายใต้แนวความคิด 3R (Reduce Reuse Recycle) และการสร้างความสัมพันธ์เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน หรือ 3P (People Planet Profit) ดังต่อไปนี้

3.1.4.1 แนวความคิด 3R (Reduce Reuse Recycle)

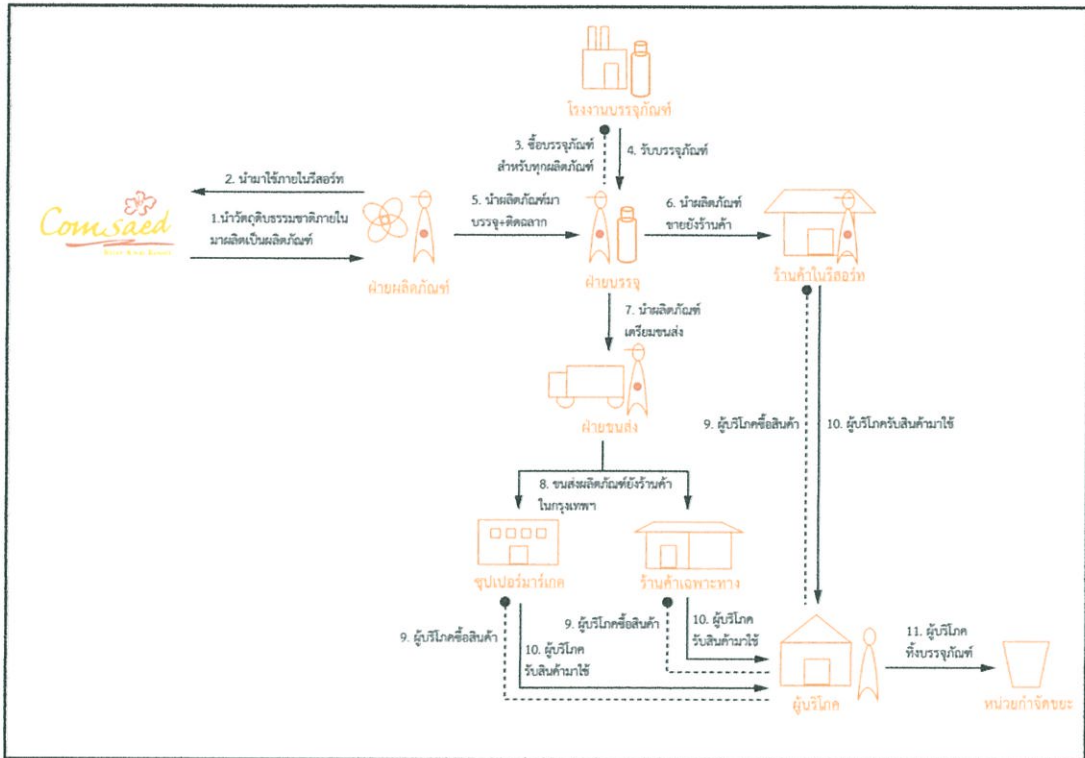
จากข้อมูลในบทที่ 2 หัวข้อที่ 2.5.2 กลยุทธ์ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม สามารถนำมาพิจารณาและจัดหมวดหมู่ตามแนวความคิด 3R เพื่อเป็นแนวทางในการจัดการระบบและออกแบบบรรจุภัณฑ์ต่อไป ดังแสดงในภาพที่ 3-3



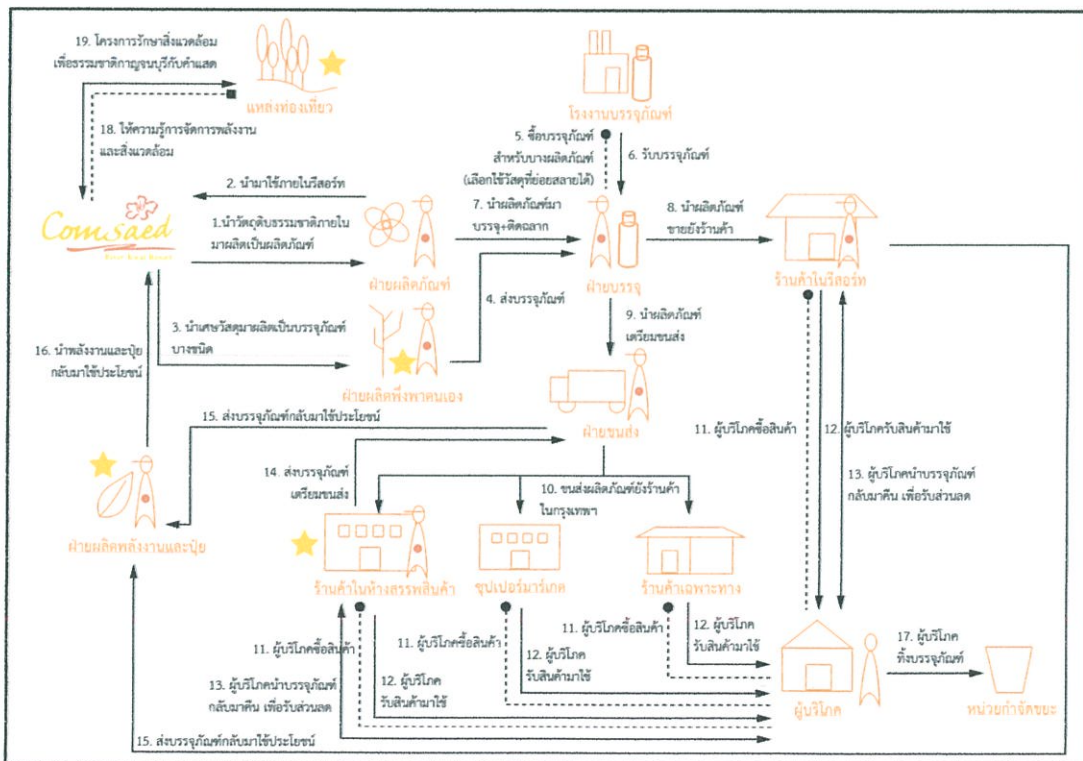
ภาพที่ 3-3 แนวคิด 3R กับการจัดการบรรจุภัณฑ์
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

3.1.4.2 การสร้างความสัมพันธ์เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน หรือ 3P (People Planet Profit)

เป็นการนำเสนอแนวทางในการจัดการบรรจุภัณฑ์ในโครงการ โดยคำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานในรีสอร์ท ชุมชนใกล้เคียง สถานที่ท่องเที่ยว และผู้บริโภคให้เกิดความยั่งยืน และส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุดตามแนวความคิด 3R ซึ่งสามารถเปรียบเทียบระหว่างการจัดการในปัจจุบันกับอนาคตได้ดังแผนผังที่ 3-1 3-2 และ 3-3

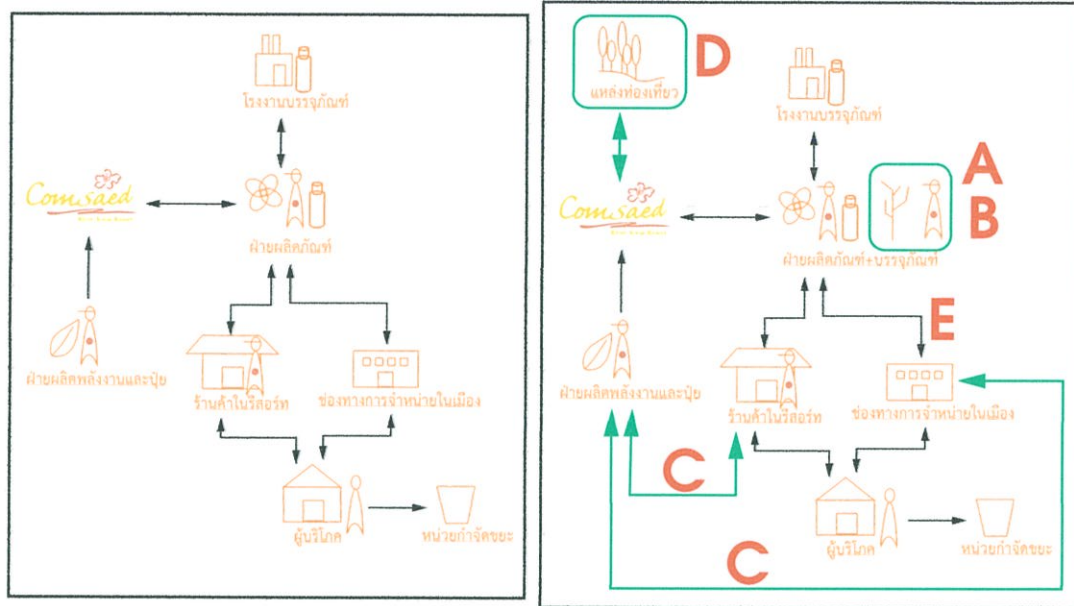


แผนผังที่ 3-1 แผนผังการจัดการระบบในปัจจุบัน
 ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.



แผนผังที่ 3-2 แผนผังการจัดการระบบที่ออกแบบสำหรับอนาคต
 ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

จากแผนผังที่ 3-1 และ 3-2 สามารถนำมาสรุปโดยย่อและเปรียบเทียบกัน ได้ดังแผนผังที่ 3-3 และ 3-4 ตามลำดับ



แผนผังที่ 3-3 แผนผังการจัดการระบบในปัจจุบันโดยย่อ (ซ้าย)
 แผนผังที่ 3-4 แผนผังการจัดการระบบที่ออกแบบสำหรับอนาคตโดยย่อ (ขวา)
 ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

จากแผนผังที่ 3-3 และ 3-4 สิ่งที่แตกต่างและเพิ่มขึ้นมานั้นมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

A - ฝ่ายบรรจุภัณฑ์ เป็นฝ่ายที่เพิ่มเข้ามาจากฝ่ายผลิตผลิตภัณฑ์ มีหน้าที่ดูแลเกี่ยวกับการนำวัสดุธรรมชาติภายในรีไซเคิลมาผลิต ประกอบเป็นบรรจุภัณฑ์บางส่วน

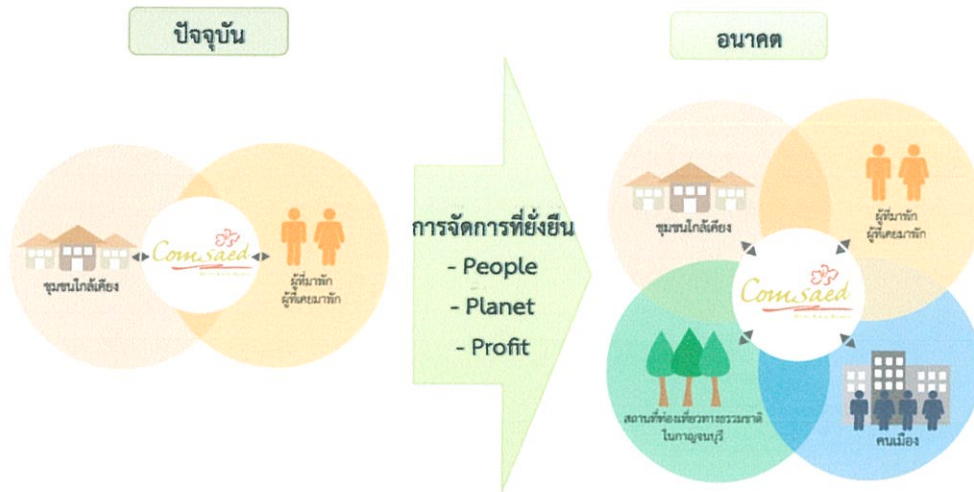
B - ฝ่ายบรรจุภัณฑ์ มีการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่คำนึงถึงวัสดุที่ไม่เป็นภาระให้กับสิ่งแวดล้อม เมื่อบรรจุภัณฑ์ถูกทิ้งอยู่นอกกระบวนการจัดการของค่าแสดฯ

C - มีการนำบรรจุภัณฑ์กลับมาทำให้เกิดประโยชน์กับค่าแสดอีกครั้ง ผ่านการร่วมมือกับผู้บริโภคในรูปแบบต่างๆ ณ ร้านค้าปลีกในรีไซเคิลและในห้างสรรพสินค้า อาทิ การนำขวดบรรจุภัณฑ์กลับมาแลกเปลี่ยนเป็นส่วนลดในการซื้อสินค้า เพื่อสะดวกในการคัดแยกวัสดุจากบรรจุภัณฑ์ และนำกลับไปใช้ประโยชน์ต่อได้ ทั้งการรีไซเคิลพลาสติกและการหมักเป็นปุ๋ยสำหรับพลาสติกที่สลายตัวได้

D - ให้ความรู้และร่วมมือกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดกาญจนบุรี เกี่ยวกับการจัดการด้านพลังงานและสิ่งแวดล้อมตามวิถีของค่าแสด

E - เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายหลักในกรุงเทพมหานคร คือ ร้านค้าปลีกในห้างสรรพสินค้า เพื่อเสมือนเป็นตัวกลางในการให้ความรู้กับคนเมือง และประสานงานเข้ากับค่าแสดและกาญจนบุรี

จากการจัดการระบบที่ออกแบบสำหรับอนาคตในแผนผังที่ 3-4 สามารถสรุปประโยชน์ที่จะได้รับ ตามความสัมพันธ์เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนหรือ 3P (People Planet Profit) ได้ดังภาพที่ 3-4



ภาพที่ 3-4 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ในปัจจุบันและอนาคตที่ออกแบบขึ้น
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

ด้าน People (ประชากร)

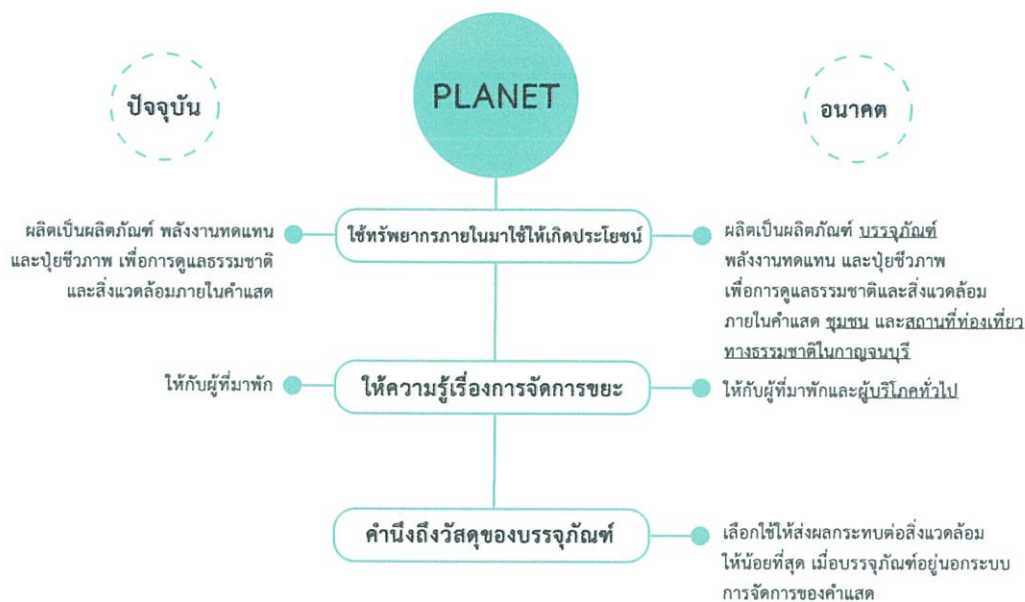
ประกอบด้วย พนักงานในรีสอร์ท คนในชุมชน ผู้ที่มาพักในรีสอร์ท และคนเมือง ดังแสดงรายละเอียดในภาพที่ 3-5



ภาพที่ 3-5 ความสัมพันธ์ด้าน People
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

ด้าน Planet (สังคมและสิ่งแวดล้อม)

ประกอบด้วย ชุมชน สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สังคมและสิ่งแวดล้อม ดังแสดงรายละเอียดในภาพที่ 3-6

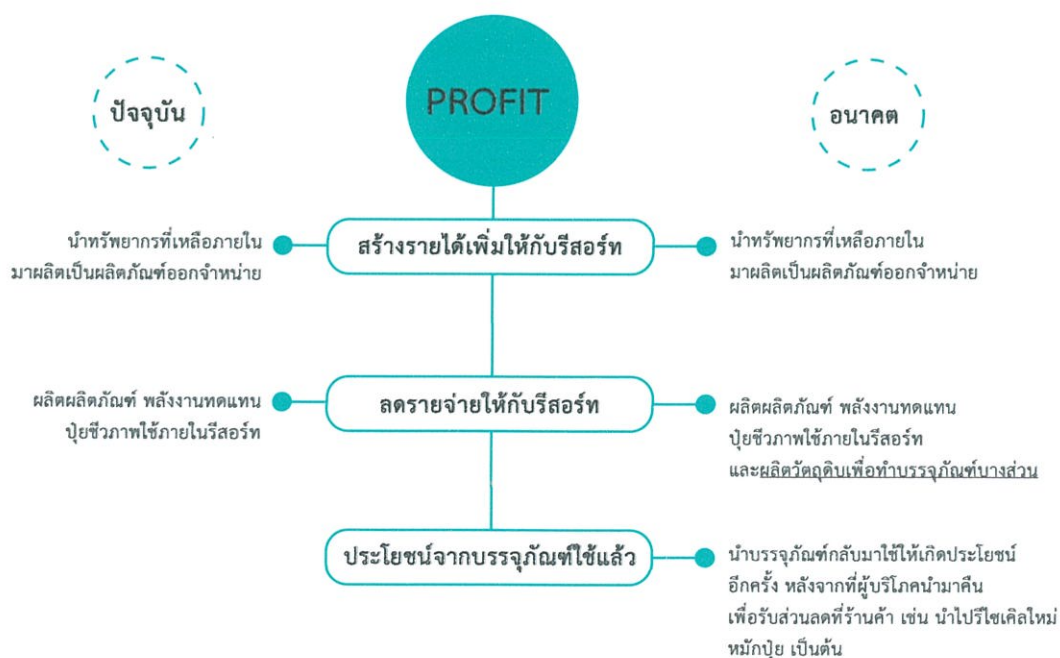


ภาพที่ 3-6 ความสัมพันธ์ด้าน Planet

ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

ด้าน Profit (ผลประโยชน์)

แสดงผลที่คำแสดฯ จะได้รับ ดังแสดงรายละเอียดในภาพที่ 3-6



ภาพที่ 3-7 ความสัมพันธ์ด้าน Profit

ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

3.2 การพัฒนาตราผลิตภัณฑ์

ในปัจจุบันมีการใช้ตราผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายแตกต่างกันไป ทำให้เกิดปัญหาด้านการสื่อสารและการจดจำของผู้บริโภค เพื่อเป็นการจัดการการใช้งานตราผลิตภัณฑ์ และสร้างภาพลักษณ์ให้เหมาะสมกับสินค้าผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม จึงมีการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันขึ้นใหม่ ดังต่อไปนี้

3.2.1 การพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ ครั้งที่ 1

การพัฒนตราผลิตภัณฑ์เดิมขึ้นใหม่ โดยดึงเอาเอกลักษณ์ร่วมจากตราของผลิตภัณฑ์กับตราของรีสอร์ทในปัจจุบัน เพื่อยังคง เอกลักษณ์เดิมของทางคำแสตไว้ ซึ่งสามารถวิเคราะห์เอกลักษณ์ร่วมของตราได้ดังนี้



ตราของรีสอร์ทในปัจจุบัน

ตราของผลิตภัณฑ์ในปัจจุบัน

ภาพที่ 3-8 แสดงการเปรียบเทียบเพื่อหาเอกลักษณ์ร่วมจากตราของรีสอร์ทและตราของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในปัจจุบัน

จากภาพที่ 3-8 ส่วนประกอบในตราของรีสอร์ท ประกอบไปด้วย 4 ส่วนดังนี้

- ส่วน A คือ สัญลักษณ์ดอกไม้
- ส่วน B คือ ตัวอักษรแสดงชื่อ Comsaed
- ส่วน C คือ ลายเส้นตัวแทนของสายน้ำ
- ส่วน D คือ ชื่อของหน่วยงานที่รับผิดชอบ

จะสังเกตได้ว่า ในตราของผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันมีเอกลักษณ์ร่วมกับตราของรีสอร์ท 3 ส่วน คือ ส่วน A, B และ C ซึ่งในส่วน D นั้นตราของผลิตภัณฑ์ไม่ได้ใส่ลงไป แต่ด้วยชื่อทางการค้าของผลิตภัณฑ์ที่ได้จดทะเบียนไว้ คือ Comsaed Natural Products ในการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์จึงเห็นสมควรที่จะเพิ่มในส่วน D คือ Natural Products เข้าไป เพื่อการสื่อสารที่ชัดเจน และถูกต้องตามที่ได้จดทะเบียนชื่อทางการค้าไว้

หลังจากที่ได้เอกลักษณ์ร่วมของตราแล้ว จึงดำเนินการร่างแบบในการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ ครั้งที่ 1 โดยมีแนวทางในการร่างแบบตามแนวความคิดของตราผลิตภัณฑ์ (Brand Concept) และแนวความคิดของผลิตภัณฑ์ (Product Concept) คือความยั่งยืน และความเป็นธรรมชาติ แสดงได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 3-9 แบบร่างตราผลิตภัณฑ์ ครั้งที่ 1
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

จากภาพที่ 3-9 ได้ทำการคัดเลือกตราผลิตภัณฑ์ โดยมีเกณฑ์ในการเลือกดังนี้

- 1) สื่อถึงเอกลักษณ์เดิมของตราผลิตภัณฑ์
- 2) สื่อถึงแนวความคิดของตราผลิตภัณฑ์ (Brand Concept) และแนวความคิดของผลิตภัณฑ์ (Product Concept)

3) สดส่วน ความงาม และการจดจำได้

ซึ่งตราผลิตภัณฑ์ที่ได้เลือกมาจากเกณฑ์ ดังแสดงในภาพที่ 3-10



ภาพที่ 3-10 พัฒนตราผลิตภัณฑ์ ครั้งที่ 1
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

ข้อเสนอแนะของคณะกรรมการ สำหรับการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ ครั้งที่ 1

- 1) ตราผลิตภัณฑ์ยังไม่แตกต่างจากเดิมมากนัก เนื่องจากการคงองค์ประกอบเดิมไว้เกือบทั้งหมด
- 2) การใช้ตัวอักษรคำว่า Natural Products ให้ทดลองหารูปแบบอื่นๆ ไม่จำเป็นต้องใช้รูปแบบเดียวกับของรีสอร์ท
- 3) การสรุปเลือกแบบสุดท้ายรวดเร็วเกินไป ควรพิจารณาการคัดเลือกให้ถี่ถ้วนมากขึ้น

3.2.2 การพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ ครั้งที่ 2

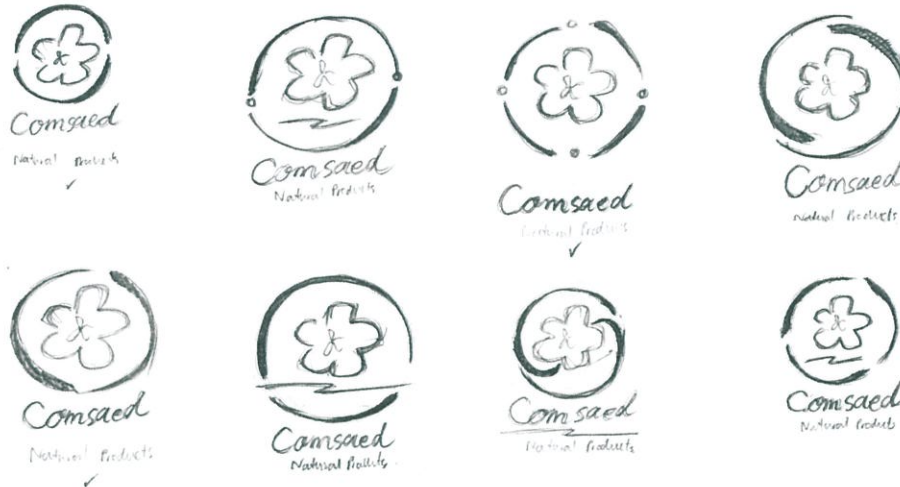
จากข้อเสนอแนะของคณะกรรมการ ครั้งที่ 1 ได้ดำเนินการแบ่งแนวทางในการร่างแบบให้ชัดเจนขึ้น โดยแบ่งเป็น 3 แนวทาง คือ ธรรมชาติ ความยั่งยืน และธรรมชาติรวมกับความยั่งยืน โดยยังคงองค์ประกอบในส่วนของคนไม้และชื่อ Comsaed เอาไว้ เนื่องจากเป็นองค์ประกอบหลักที่จะสื่อสารให้กลุ่มผู้บริโภคเดิมที่เคยมาพักที่รีสอร์ทหรือเคยใช้ผลิตภัณฑ์ ยังคงจดจำตราผลิตภัณฑ์ได้

- 1) แนวทางธรรมชาติ ใช้องค์ประกอบจากธรรมชาติ อาทิ ใบไม้ สายน้ำ กิ่งไม้ มาใช้ร่วมกับองค์ประกอบเดิม ดังแสดงในภาพที่ 3-11



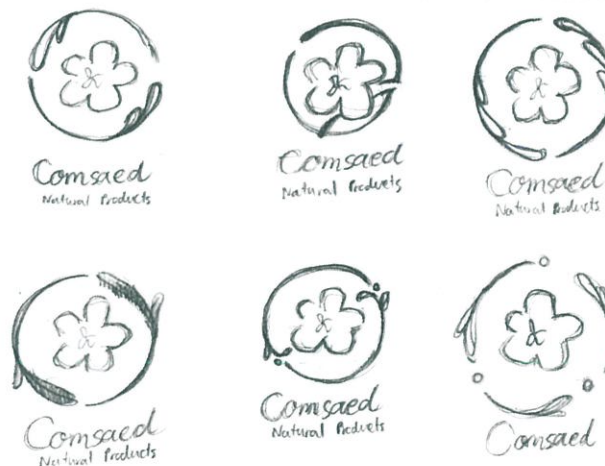
ภาพที่ 3-11 แบบร่างตราผลิตภัณฑ์ ครั้งที่ 2 แนวทางธรรมชาติ
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

2) แนวทางความยั่งยืน ใช้องค์ประกอบเพื่อแสดงออกถึงวงจรความยั่งยืนมาใช้ร่วมกับองค์ประกอบเดิม ดังแสดงในภาพที่ 3-12



ภาพที่ 3-12 แบบร่างตราผลิตภัณฑ์ ครั้งที่ 2 แนวทางความยั่งยืน
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

3) แนวทางธรรมชาติรวมกับความยั่งยืน ใช้องค์ประกอบจากธรรมชาติมาดัดแปลงให้สามารถสื่อสารถึงวงจรความยั่งยืนได้ และนำมาใช้ร่วมกับองค์ประกอบเดิมของตราผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 3-13 แบบร่างตราผลิตภัณฑ์ ครั้งที่ 2 แนวทางธรรมชาติรวมกับความยั่งยืน
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

จากภาพที่ 3-11 3-12 และ 3-13 ได้ทำการวิเคราะห์เลือกตราผลิตภัณฑ์ โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้

- 1) สื่อถึงเอกลักษณ์เดิมของตราผลิตภัณฑ์
- 2) สื่อถึง แนวความคิดของตราผลิตภัณฑ์ (Brand Concept) และแนวความคิดของผลิตภัณฑ์ (Product Concept)
- 3) สดส่วน ความงาม และการจดจำได้
- 4) เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม

ซึ่งตราผลิตภัณฑ์ที่ได้เลือกมาจากเกณฑ์ ดังแสดงในภาพที่ 3-14



ภาพที่ 3-14 ตราผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการวิเคราะห์เลือกแบบตามเกณฑ์ที่กำหนด
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

ตราผลิตภัณฑ์ที่สามารถสื่อสารได้ชัดเจน มีสัดส่วนสวยงาม และเหมาะสมมากที่สุด คือ ตราผลิตภัณฑ์ที่มีกรอบเส้นประล้อมรอบในภาพที่ 3-14 ซึ่งหลังจากได้ตราผลิตภัณฑ์นี้มาแล้ว จึงได้ทดลองเปลี่ยนรูปแบบตัวอักษรในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้สื่อสารถึงความเป็นธรรมชาติมากยิ่งขึ้น โดยรูปแบบที่เลือกใช้มี 3 ลักษณะที่มีภาพลักษณ์แสดงออกถึงความเป็นธรรมชาติ คือ Serif, Hand script และ Serif & Hand script ดังแสดงใน ภาพที่ 3-15



ภาพที่ 3-15 การเลือกใช้ตัวอักษรในรูปแบบต่างๆ
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

รูปแบบตัวอักษรที่มีภาพลักษณ์แบบธรรมชาติ สามารถอ่านได้ชัดเจน มีความสวยงามน่าจดจำมากที่สุด เนื่องจากแสดงออกถึงความเป็นธรรมชาติ แหล่งที่มาและจุดเด่นของผลิตภัณฑ์จากดอกไม้ ส่งเสริมบุคลิกภาพด้านผลิตภัณฑ์เพื่อความงามให้กับตราผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน ดังแสดงในภาพที่ 3-16 และจะนำตราผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาใหม่นี้ไปใช้เป็นองค์ประกอบในการออกแบบกราฟิกต่อไป



ภาพที่ 3-16 ตราผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาใหม่
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

3.3 แนวความคิดและการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิก

ในส่วนของการออกแบบจะแบ่งการออกแบบเป็น 3 ด้าน คือ ด้านของการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติมาใช้กับบรรจุภัณฑ์และการจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม ด้านภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ และ ด้านของกราฟิกและการสื่อสาร

3.3.1 แนวความคิดและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในขั้นตอนแบบร่าง ครั้งที่ 1

3.3.1.1 ด้านการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติมาใช้กับบรรจุภัณฑ์และการจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม ดังแสดงในตารางที่ 3-6

ตารางที่ 3-6 แบบร่างด้านการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติมาใช้กับบรรจุภัณฑ์และการจัดการบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ครั้งที่ 1

แบบร่าง	ผลิตภัณฑ์	คำอธิบาย
	Personal Care (ยกลเว้น สบู่ก้อน)	ใช้ถุงตั้งได้ (Pouch) ในการใส่เข้าไปในบรรจุภัณฑ์ชั้นนอกที่ทำจากไม้หรือพลาสติก เพื่อลดการผลิตบรรจุภัณฑ์ชั้นนอก
	Personal Care (ยกลเว้น สบู่ก้อน)	ใช้ถุงตั้งได้ (Pouch) ในการเติมผลิตภัณฑ์เพื่อลดการผลิตขวดใหม่ เนื่องจากการผลิตถุง Pouch ใช้ปริมาณวัตถุดิบน้อยกว่าการผลิตขวดทั่วไป
	Personal Care (ยกลเว้น สบู่ก้อน)	ใช้การเติมผลิตภัณฑ์ ณ ร้านค้าปลีกทั้งในและนอกอินเทอร์เน็ต
	- Personal Care (ยกลเว้น สบู่ก้อน) - Skin Treatment - Aroma Spa (ยกลเว้น ยาหม่อง น้ำหอม)	ฝาจอกไม้ ทำเป็นขนาดมาตรฐานสามารถใช้กับขวดทั่วไปได้ โดยสามารถนำมาเติมได้ที่ร้านค้าปลีก เป็นลดการผลิตขวดบรรจุภัณฑ์ใหม่

แบบร่าง	ผลิตภัณฑ์	คำอธิบาย
	<ul style="list-style-type: none"> - เกลือขัดผิว - ชา - ยาหม่อง 	การเติมผลิตภัณฑ์ด้านใน เพื่อลดการทิ้งและผลิตกระปุกขึ้นใหม่
	น้ำหอม	การเติมผลิตภัณฑ์ด้านใน เพื่อลดการทิ้งและผลิตกระปุกขึ้นใหม่
	<ul style="list-style-type: none"> - กล่องชั้นนอก - ชุดผลิตภัณฑ์ 	กล่องที่สามารถพับแบนได้ เพื่อสะดวกในการขนส่ง และไม่ใช้กาวในการติด
	ลูกประคบ	ใช้ถ้วยกระดาษแทนการใช้ถุงพลาสติก โดยสามารถวางเก็บได้ 3-4 ครั้ง

จากตารางที่ 3-6 จะนำการจัดการต่างๆ ไปรวมกับการออกแบบด้านภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ในหัวข้อต่อไป

จากการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ นโยบายการดำเนินงานของคำแสดและผลิตภัณฑ์ในหัวข้อที่ 3.1.2 ที่เน้นความเป็นธรรมชาติ การพึ่งพาตนเอง และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน รวมถึงกลุ่มเป้าหมายที่รักในความเป็นธรรมชาติ รักสุขภาพและความงาม สามารถนำมาสรุปเป็นแนวทางในการออกแบบด้านภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์และด้านภาพลักษณ์ของกราฟิกของผลิตภัณฑ์ในโครงการเพื่อนำไปสู่แนวทางในการออกแบบ (Design Route) ได้ดังนี้

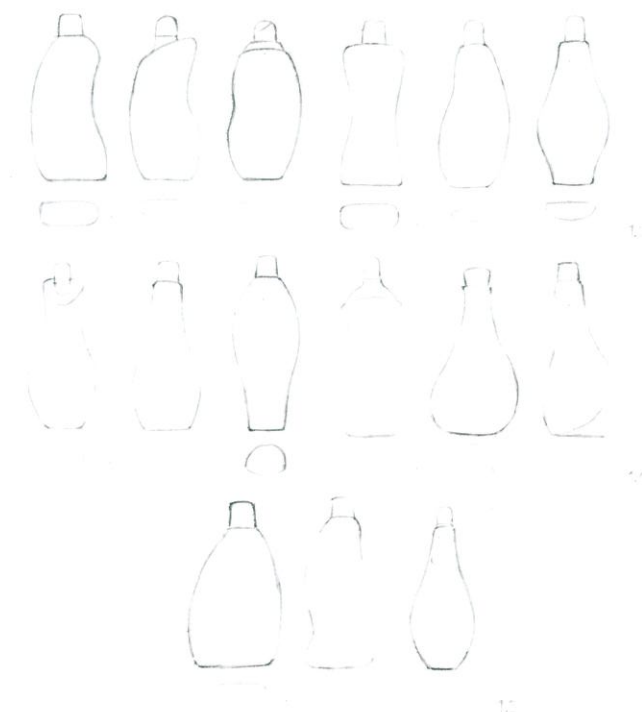
3.3.1.2 ด้านภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ ดังแสดงในภาพที่ 3-17



ภาพที่ 3-17 แสดงแรงบันดาลใจในการสร้างแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

จากแนวความคิดและแนวทางในการออกแบบ และแรงบันดาลใจจากภาพที่ 3-17 สามารถนำมาออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ได้ดังแบบร่างต่อไปนี้

แนวทางการออกแบบที่ 1 - เป็นการนำองค์ประกอบของการเติบโตอย่างอิสระ พริ้วไหว ไม่เป็นระเบียบของธรรมชาติในสวนป่าธรรมชาติ ซึ่งแทนได้ด้วยเส้นโค้ง ส่วนเว้า และรูปทรงอิสระมาใช้ในการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ดังแสดงในภาพที่ 3-18



ภาพที่ 3-18 แบบร่างภาพลักษณะของบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 1 แนวทางการออกแบบที่ 1
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

แนวทางการออกแบบที่ 2 - เป็นการนำองค์ประกอบของการจัดการของมนุษย์ การวางแผน การจัดระเบียบ ซึ่งแทนได้ด้วยเส้นตรง รูปทรงเรขาคณิต รูปทรงที่มั่นคง แข็งแรงมาใช้ในการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ดังแสดงในภาพที่ 3-19



ภาพที่ 3-19 แบบร่างภาพลักษณะของบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 1 แนวทางการออกแบบที่ 2
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

แนวทางการออกแบบที่ 3 - เป็นการนำองค์ประกอบของการผสมผสานจากพันธุ์ไม้หลากหลายชนิด และการจัดการของมนุษย์อย่างกลมกลืนในสวนป่าธรรมชาติ โคนแทนด้วยรูปทรงที่มั่นคงแบบแนวทางที่ 2 ผสมผสานกับความพลิ้วไหวแบบแนวทางที่ 1 มาใช้ในการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ดังแสดงในภาพที่ 3-20



ภาพที่ 3-20 แบบร่างภาพลักษณะของบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 1 แนวทางการออกแบบที่ 3
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ, 2556.

การพิจารณาคัดเลือกแบบร่างภาพลักษณะบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 1 มีเกณฑ์ในการคัดเลือกดังนี้

- 1) สามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม
- 2) เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม
- 3) สะดวกในการบรรจุ ติดฉลากด้วยตนเอง และการขนส่ง
- 4) เหมาะสมกับแนวทางการออกแบบ (Design Concept)

ซึ่งจากการพิจารณาแนวทางการออกแบบทั้ง 3 แนวทาง แนวทางการออกแบบที่เหมาะสมกับเกณฑ์ข้างต้นมากที่สุด คือ แนวทางที่ 3 ความกลมกลืนของความเป็นธรรมชาติและจัดการของมนุษย์ และแบบที่พิจารณาเลือกมานำไปใช้ในการออกแบบในครั้งนี้ ดังแสดงในภาพที่ 3-21



ภาพที่ 3-21 แบบบรรจุภัณฑ์ที่พิจารณาเลือกมาในการออกแบบครั้งที่ 1
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

3.3.1.3 ด้านกราฟิกและการสื่อสาร ดังแสดงในภาพที่ 3-22



ภาพที่ 3-22 แนวทางในการออกแบบกราฟิกและการสื่อสารครั้งที่ 1
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

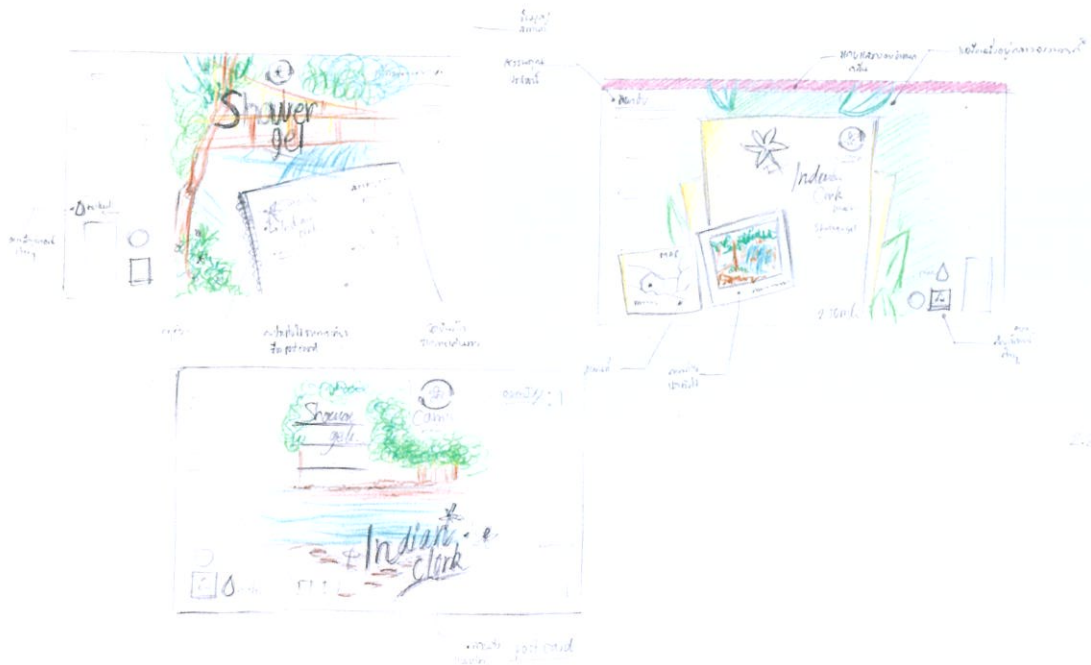
จากแนวความคิดและแนวทางในการออกแบบ สามารถนำมาออกแบบกราฟิกได้ดังแบบร่างต่อไปนี้

แนวทางการออกแบบที่ 1 - เป็นการนำเสนอการชื่นชมผลผลิตจากธรรมชาติ โดยเน้นภาพของวัตถุดิบสำคัญให้โดดเด่นท่ามกลางสถานที่ธรรมชาติของกาญจนบุรี ดังแสดงในภาพที่ 3-23



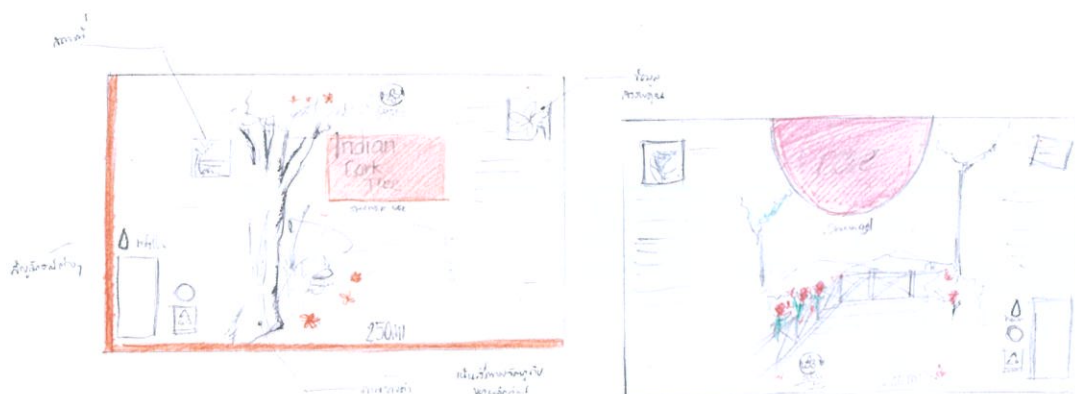
ภาพที่ 3-23 แบบร่างกราฟิกและการสื่อสารครั้งที่ 1 แนวทางการออกแบบที่ 1
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

แนวทางการออกแบบที่ 2 - เป็นการนำเสนอการออกเดินทางเพื่อสัมผัสและเรียนรู้ธรรมชาติ โดยจะเป็นการเน้นภาพทัศนียภาพทางธรรมชาติของกาญจนบุรีมากกว่าวัตถุดิบ ดังแสดงในภาพที่ 3-24



ภาพที่ 3-24 แบบร่างกราฟิกและการสื่อสารครั้งที่ 1 แนวทางการออกแบบที่ 2
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

แนวทางการออกแบบที่ 3 - เป็นการนำเสนอคุณค่าของวัดดูดิบที่ซ่อนอยู่ในธรรมชาติ เป็นการเน้นภาพของวัดดูดิบที่แฝงอยู่ในสถานที่ธรรมชาติ ดังแสดงในภาพที่ 3-25



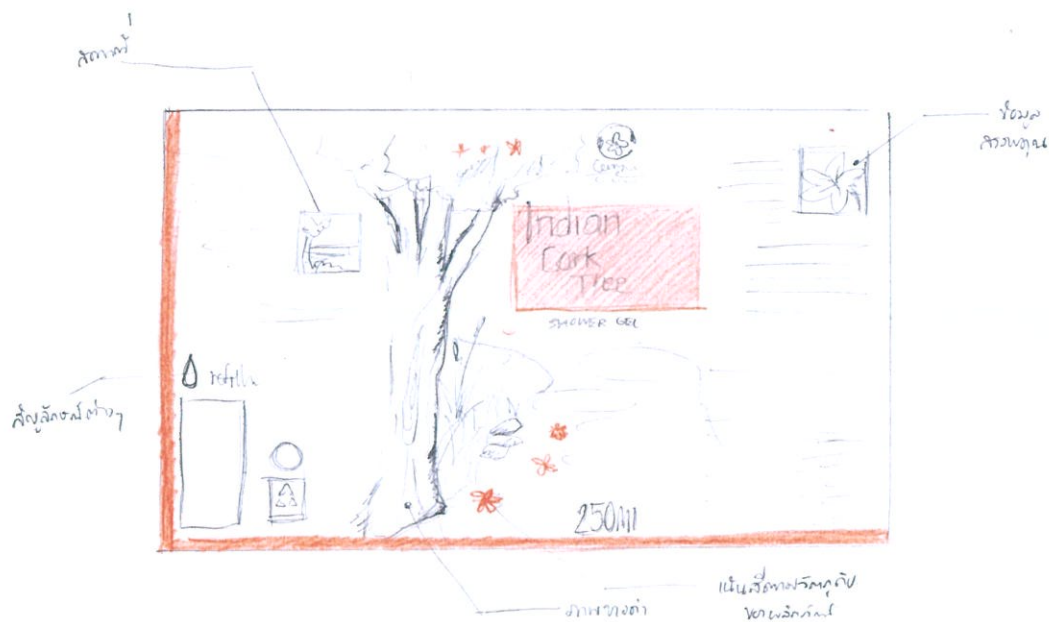
3.1

ภาพที่ 3-25 แบบร่างกราฟิกและการสื่อสารครั้งที่ 1 แนวทางการออกแบบที่ 3
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

การพิจารณาคัดเลือกแบบร่างกราฟิกครั้งที่ 1 มีเกณฑ์ในการคัดเลือกดังนี้

- 1) สื่อแนวความคิดในการออกแบบ
- 2) ภาพลักษณ์เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม
- 3) มีเอกลักษณ์ที่น่าจดจำ แตกต่างจากคู่แข่งทางการตลาด

ซึ่งจากการพิจารณาแนวทางการออกแบบทั้งหมด แบบร่างที่พิจารณาคัดเลือกมาในครั้งนี้ เป็นแบบที่มีการใช้สีเพื่อแยกกลิ่น และใช้สีในการพิมพ์น้อย สอดคล้องกับแนวความคิดแบบ 3R ดังแสดงในภาพที่ 3-26



ภาพที่ 3-26 แบบกราฟิกและการสื่อสารที่พิจารณาเลือกมาในการออกแบบครั้งที่ 1
 ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

จากการออกแบบทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านของการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติมาใช้กับบรรจุภัณฑ์และการจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม ด้านภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ และด้านของกราฟิกและการสื่อสาร สามารถนำเสนอภาพรวมของการออกแบบครั้งที่ 1 ได้ดังแสดงในภาพที่ 3-27



ภาพที่ 3-27 ภาพรวมของการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกครั้งที่ 1
 ของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ
 ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

ข้อเสนอแนะของคณะกรรมการ สำหรับแนวความคิดและการออกแบบในขั้นตอนแบบร่าง ครั้งที่ 1

- 1) ด้านการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติมาใช้กับบรรจุภัณฑ์และการจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม
 - ความหลากหลายในแต่ละผลิตภัณฑ์ยังมีน้อย
 - คุณภาพของแบบร่าง มองแล้วเข้าใจยาก
 - รายละเอียดของการนำวัสดุไปใช้ยังไม่ชัดเจน
- 2) ด้านภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์
 - คุณภาพของแบบร่าง มองแล้วเข้าใจรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ได้ยาก
 - แนวทางในการออกแบบยังไม่ชัดเจน
- 3) ด้านกราฟิกและการสื่อสาร
 - ไม่เห็นความสัมพันธ์ของกราฟิกกับแนวความคิดในการออกแบบ
 - ข้อมูลที่จะต้องนำเสนอบนฉลากมีอะไรบ้าง

การวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงเพิ่มเติม

เนื่องจากแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์มีเพียงแนวทางที่ 3 ความกลมกลืน ที่ตอบแนวความคิดได้ดีที่สุดเพียงแนวทางเดียว ทำให้แนวทางที่ 1 และ 2 ไม่ถูกนำมาพิจารณา จึงเห็นควรที่จะปรับเปลี่ยนแนวความคิดให้ชัดเจนมากขึ้นในครั้งต่อไป รวมถึงปรับปรุงการหาแนวทางในการจัดการวัสดุ การจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อสะดวกต่อการทำแบบร่าง และคุณภาพของแบบร่าง

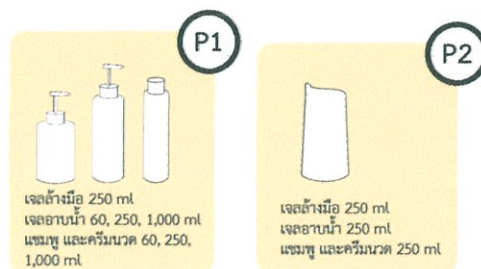
3.3.2 แนวความคิดและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในขั้นตอนแบบร่าง ครั้งที่ 2

3.3.2.1 ด้านการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติมาใช้กับบรรจุภัณฑ์และการจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม

ในด้านของการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติมาใช้กับบรรจุภัณฑ์และการจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อมนั้น ได้กำหนดรูปแบบการนำเสนอผลิตภัณฑ์ในโครงการจากหัวข้อที่ 3.1.3 เป็น 3 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มบรรจุภัณฑ์ที่ใช้งานร่วมกับผลิตภัณฑ์ ใช้งานประจำ ซึ่งมีความเหมาะสมสำหรับการเติมผลิตภัณฑ์ (Refillable) ดังภาพที่ 3-28

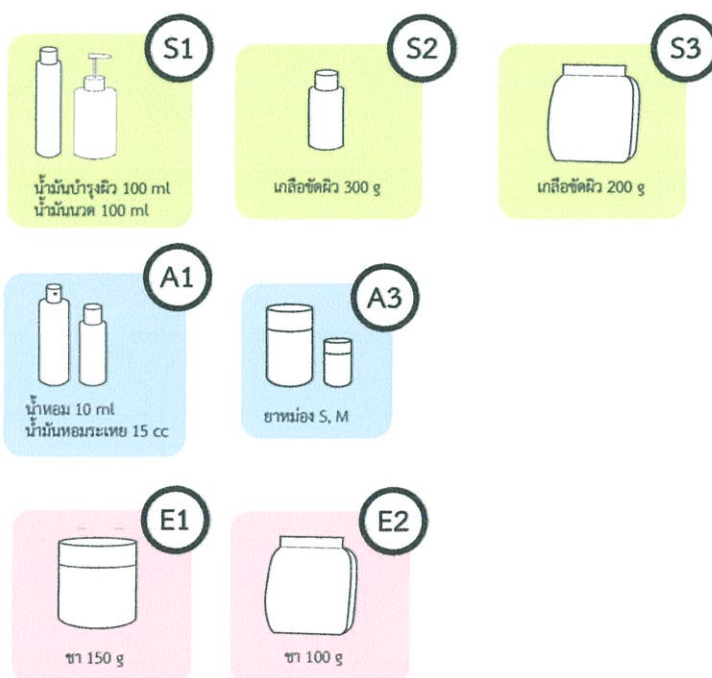
- P1 ได้แก่ เจลล้างมือ 250 ml, เจลอาบน้ำ 60, 250, 1,000 ml, แชมพูและครีมนวดผม
- P2 ได้แก่ เจลล้างมือ 250 ml, เจลอาบน้ำ 250 ml, แชมพู และครีมนวดผม ชนิดเติม



ภาพที่ 3-28 กลุ่มบรรจุภัณฑ์ที่ใช้งานร่วมกับผลิตภัณฑ์ ใช้งานประจำ
เหมาะสมสำหรับการเติมผลิตภัณฑ์ (Refillable)

กลุ่มที่ 2 กลุ่มบรรจุภัณฑ์ที่ใช้งานร่วมกับผลิตภัณฑ์ สามารถเก็บรักษาให้ใช้ได้นาน เช่น วิธีการ Reuse ตามหลักการแบบ 3R ดังภาพที่ 3-29

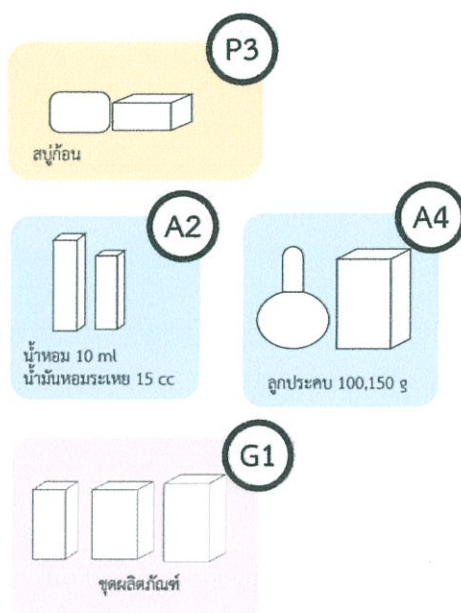
- S1 ได้แก่ น้ำมันบำรุงผิว น้ำมันนวด
- S2 ได้แก่ เกลือขัดผิว
- S3 ได้แก่ เกลือขัดผิว ชนิดเติม
- A1 ได้แก่ น้ำหอม น้ำมันหอมระเหย
- A3 ได้แก่ ยาหม่อง
- E1 ได้แก่ ชา
- E2 ได้แก่ ชา ชนิดเติม



ภาพที่ 3-29 กลุ่มบรรจุภัณฑ์ที่ใช้งานร่วมกับผลิตภัณฑ์ สามารถเก็บรักษาให้ใช้ได้นาน

กลุ่มที่ 3 กลุ่มบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วทิ้ง หรือใช้ซ้ำในระยะสั้นสามารถกำจัดทิ้ง
บรรจุภัณฑ์หลังใช้งาน ตามหลักการของ Recycle ในแบบของ 3R ดังภาพที่ 3-30

- P3 ได้แก่ สบู่ก้อน
- A2 ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ชั้นนอกของน้ำหอมและน้ำมันหอมระเหย
- A4 ได้แก่ ลูกประคบ
- G1 ได้แก่ ชุดผลิตภัณฑ์

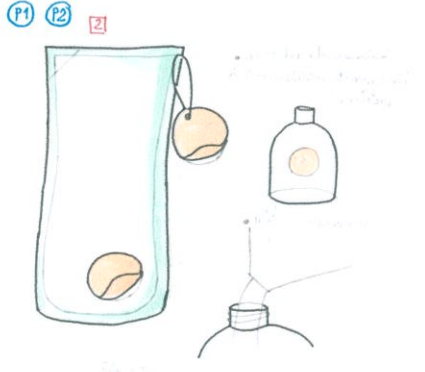
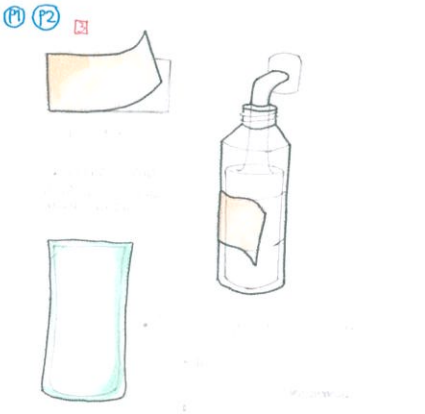
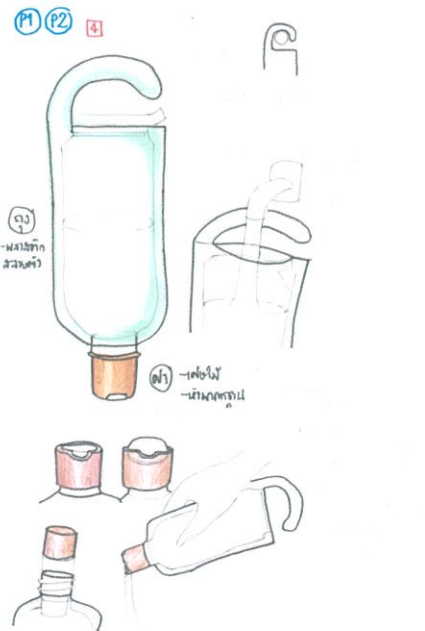


ภาพที่ 3-30 กลุ่มบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วทิ้ง หรือใช้ซ้ำในระยะสั้น

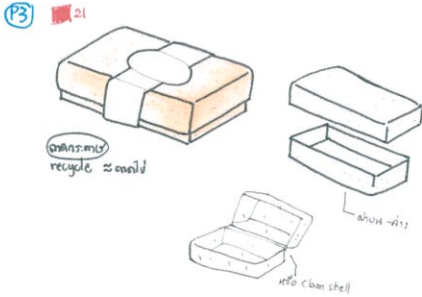
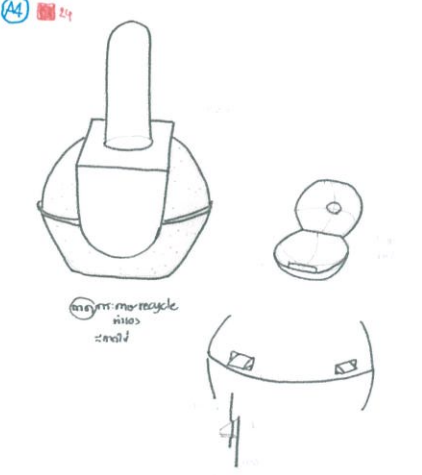
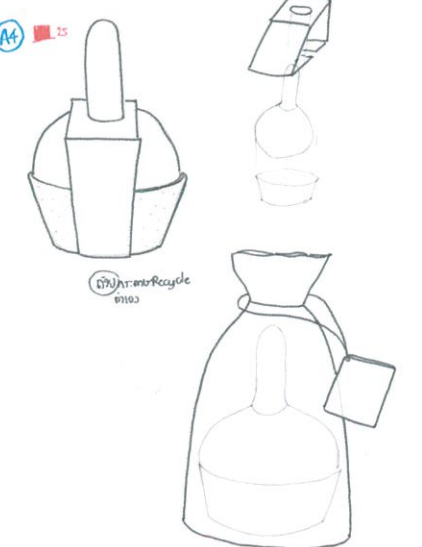
จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 กลุ่มนี้ จะนำอักษรย่อในวงกลมมุมขวาบนของแต่ละกลุ่ม เช่น P1 P2 P3 เป็นต้น มาใช้แทนกลุ่มของผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ในการออกแบบดังแสดงในตารางที่ 3-7

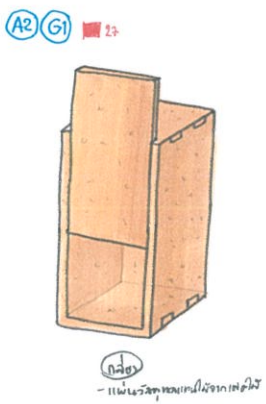
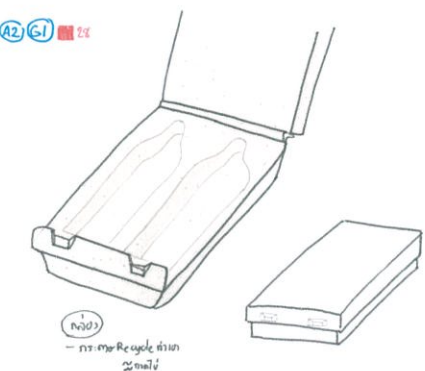
ตารางที่ 3-7 แบบร่างด้านการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติมาใช้กับบรรจุภัณฑ์และการจัดการบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ครั้งที่ 2

แบบที่	แบบร่าง	ผลิตภัณฑ์	คำอธิบาย
1		P1 P2	<ul style="list-style-type: none"> - วิธีการเติมผลิตภัณฑ์แบบซอง Pouch มาเติม - ช่วยลดขยะจากการทิ้ง และลดการผลิตขวดบรรจุภัณฑ์ชิ้นใหม่
2		P1 P2	<ul style="list-style-type: none"> - วิธีการเติมผลิตภัณฑ์แบบนำขวดบรรจุภัณฑ์กลับมาเติม ณ ร้านค้าปลีก - ช่วยลดขยะจากการทิ้ง และลดการผลิตบรรจุภัณฑ์ชิ้นใหม่ทั้งชนิดขวดและถุง เนื่องจากใช้หน่วยจ่ายผลิตภัณฑ์ที่ร้านค้าแทน
3		P1 P2 S1 A1	<ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ด้านนอกทำจากไม้ สำหรับใส่ถุง Pouch ด้านใน สามารถซื้อเฉพาะถุงมาเปลี่ยนได้ - ช่วยลดขยะจากการทิ้ง และลดการผลิตขวดบรรจุภัณฑ์ชิ้นใหม่

แบบที่	แบบร่าง	ผลิตภัณฑ์	คำอธิบาย
4	 <p>Hand-drawn diagram of a pouch with a hanging hook and a small bottle, labeled P1, P2, and 4. The pouch is shown with a hanging hook and a small bottle attached to it. The bottle has a cap and a label. The pouch is also shown with a small bottle inside it. The diagram is labeled with P1, P2, and 4.</p>	P1 P2	<ul style="list-style-type: none"> - จำหน่ายเฉพาะถุง Pouch โดยมีสติ๊กเกอร์ที่สามารถลอกออกได้ เพื่อนำไปติดกับบรรจุภัณฑ์ที่ผู้บริโภคมีอยู่แล้วที่บ้าน - ช่วยลดขยะจากการทิ้ง และลดการผลิตขวดบรรจุภัณฑ์ขึ้นใหม่
5	 <p>Hand-drawn diagram of a pouch and a bottle, labeled P1, P2, and 4. The pouch is shown with a hanging hook and a small bottle attached to it. The bottle has a cap and a label. The pouch is also shown with a small bottle inside it. The diagram is labeled with P1, P2, and 4.</p>	P1 P2	<ul style="list-style-type: none"> - จำหน่ายถุง Pouch เฉพาะในซูเปอร์มาร์เกต และร้านค้าเฉพาะทางเท่านั้น ส่วนร้านค้าปลีก ผู้บริโภคสามารถนำขวดบรรจุภัณฑ์ที่มีอยู่มามาซื้อผลิตภัณฑ์ได้ - ช่วยลดขยะจากการทิ้ง และลดการผลิตขวดบรรจุภัณฑ์ขึ้นใหม่
6	 <p>Hand-drawn diagram of a pouch with a handle and a bottle, labeled P1, P2, and 4. The pouch is shown with a handle and a small bottle attached to it. The bottle has a cap and a label. The pouch is also shown with a small bottle inside it. The diagram is labeled with P1, P2, and 4. There are also labels in Thai: (ง) -พลาสติก สวมตัว, (ค) -คอโปก, and (ค) -หมวกคลุม.</p>	P1 P2	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้ถุง Pouch ที่สามารถห้อยได้แทนขวด เพื่อให้สามารถใช้งานผลิตภัณฑ์ได้อย่างหมดจด และสามารถเปิดถุงซิปลิ้นเพื่อเติมผลิตภัณฑ์ได้ที่ร้านค้าปลีก - ช่วยลดขยะจากการทิ้ง และลดการผลิตขวดบรรจุภัณฑ์ขึ้นใหม่

แบบที่	แบบร่าง	ผลิตภัณฑ์	คำอธิบาย
7		<p>P1 P2</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้ถุง Pouch ที่สามารถห้อยและตั้งได้แทนขวด เพื่อให้สามารถใช้งานผลิตภัณฑ์ได้อย่างหมดจด และสามารถเปิดถุงซิปล็อก เพื่อเติมผลิตภัณฑ์ได้ที่ร้านค้าปลีก - ช่วยลดขยะจากการทิ้ง และลดการผลิตขวดบรรจุภัณฑ์ชิ้นใหม่
8		<p>P2</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ผลิตถุง Pouch ที่มีปริมาตรบรรจุเพียงพอกับการเติมหลายๆ ครั้ง สามารถเก็บและป้องกันการหกของผลิตภัณฑ์ได้ - ช่วยลดขยะจากการทิ้ง และลดการผลิตขวดและถุงชิ้นใหม่
9		<p>S2 A3 E1 E2 S3</p>	<ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ชิ้นนอกทำจากไม้ หรือพลาสติกสลายตัวได้สำหรับผลิตภัณฑ์ยาหม่อง โดยสามารถเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ด้านในที่ทำจากกระบอกกระดาษเคลือบไข - ช่วยลดขยะจากการทิ้ง และลดการผลิตกระปุกชิ้นใหม่

แบบที่	แบบร่าง	ผลิตภัณฑ์	คำอธิบาย
13		P3	- ทำกล่องกระดาษจากกระดาษรีไซเคิล โดยขึ้นรูปลักษณะเดียวกับถาดไข่
14		A4	- ทำกล่องกระดาษจากกระดาษรีไซเคิล โดยขึ้นรูปลักษณะเดียวกับถาดไข่ สามารถเก็บลูกประกอบหลังการใช้งานได้ 3-4 ครั้ง มีลักษณะเป็นฝาเปิดปิดได้
15		A4	- ทำกล่องกระดาษจากกระดาษรีไซเคิล โดยขึ้นรูปลักษณะเดียวกับถาดไข่ สามารถเก็บลูกประกอบหลังการใช้งานได้ 3-4 ครั้ง มีลักษณะเป็นถ้วยคาคั่วฉลาก

แบบที่	แบบร่าง	ผลิตภัณฑ์	คำอธิบาย
16		A2 G1	- ทำกล่องจากแผ่นไม้ ทดแทน สำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูงหรือเป็นของขวัญ
17		A2 G1	- ทำกล่องกระดาษจากกระดาษรีไซเคิล โดยขึ้นรูปลักษณะเดียวกับถาดไข่ มีลักษณะเป็นฝาเปิดปิดได้

ในครั้งนี้นำมาพิจารณาเลือกการจัดการบรรจุภัณฑ์ของแต่ละผลิตภัณฑ์ในโครงการด้วยเกณฑ์ดังต่อไปนี้

- 1) ความคุ้มค่าในการผลิต
- 2) การจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม (3R)
- 3) ความเหมาะสมกับความต้องการและการใช้งานบรรจุภัณฑ์ (2C2P)
- 4) การนำวัสดุกลับมาใช้ให้เกิดประโยชน์
- 5) ความสามารถในการพึ่งพาตนเอง

โดยสามารถสรุปการพิจารณาแบบร่างตามเกณฑ์ดังกล่าว ตามกลุ่มของผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้ กลุ่มที่ 1 กลุ่มบรรจุภัณฑ์ที่ใช้งานร่วมกับผลิตภัณฑ์ ใช้งานประจำ ซึ่งมีความเหมาะสมสำหรับการเติมผลิตภัณฑ์ (Refillable)

- P1 ได้แก่ เจลล้างมือ เจลอาบน้ำ แชมพูและครีมนวดผม
- P2 ได้แก่ เจลล้างมือ เจลอาบน้ำ แชมพูและครีมนวดผม ชนิดเติม

พิจารณาเลือกแบบที่ 2

กลุ่มที่ 2 กลุ่มบรรจุภัณฑ์ที่ใช้งานร่วมกับผลิตภัณฑ์ สามารถเก็บรักษาให้ใช้ได้ยาวนาน

- S1 ได้แก่ น้ำมันบำรุงผิว น้ำมันนวด
- S2 ได้แก่ เกลือขัดผิว
- S3 ได้แก่ เกลือขัดผิว ชนิดเต็ม
- A1 ได้แก่ น้ำหอม น้ำมันหอมระเหย
- A3 ได้แก่ ยาหม่อง
- E1 ได้แก่ ชา
- E2 ได้แก่ ชา ชนิดเต็ม

พิจารณาเลือกแบบที่ 10

กลุ่มที่ 3 กลุ่มบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วทิ้ง หรือใช้ซ้ำในระยะสั้น

- P3 ได้แก่ สบู่ก้อน พิจารณาเลือกแบบที่ 12
- A2 ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ชั้นนอกของน้ำหอมและน้ำมันหอมระเหย

พิจารณาเลือกแบบที่ 16

- A4 ได้แก่ ลูกประคบ พิจารณาเลือกแบบที่ 14
- G1 ได้แก่ ชุดผลิตภัณฑ์ พิจารณาเลือกแบบที่ 17

จากการพิจารณาเลือกแบบข้างต้น ได้นำการจัดการต่างๆ ทั้งหมดไปรวมกับการออกแบบด้านภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ในหัวข้อต่อไป

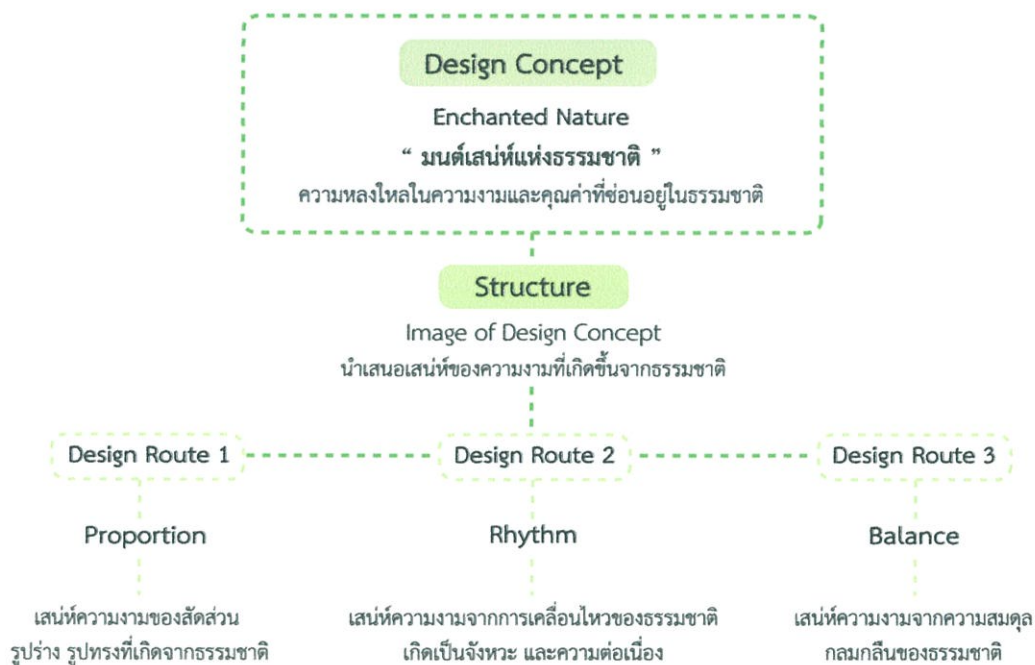
ดำเนินการปรับเปลี่ยนแนวความคิดในการออกแบบครั้งที่ 2 ให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ด้วยการพิจารณาภาพลักษณ์ของผู้ผลิตและผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจน เพื่อนำมากำหนดแนวทางในการออกแบบที่ต้องการนำเสนอแก่ผู้บริโภค ดังแสดงในภาพที่ 3-31



ภาพที่ 3-31 การวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของผู้ผลิตและผลิตภัณฑ์
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

จากภาพที่ 3-31 ภาพลักษณ์ที่ต้องการนำเสนอแก่ผู้บริโภค คือความผ่อนคลายจากธรรมชาติจากภาพลักษณ์ของรีสอร์ท และความตั้งใจในการศึกษาและคัดสรรนำคุณค่าของวัตถุดิบธรรมชาติในรีสอร์ทมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ จึงนำภาพลักษณ์ดังกล่าวมาพิจารณาหาแนวความคิดและแนวทางในการออกแบบ ได้ดังหัวข้อต่อไปนี้

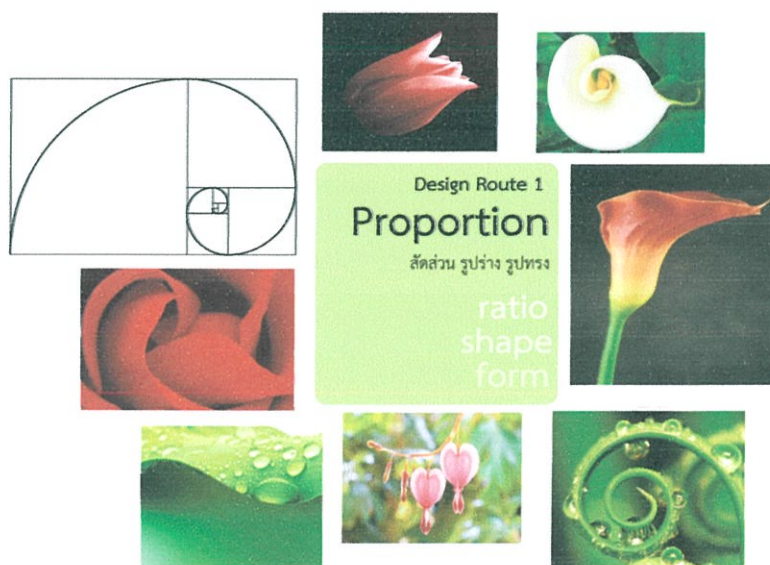
3.3.2.2 ด้านภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ ดังแสดงในภาพที่ 3-32



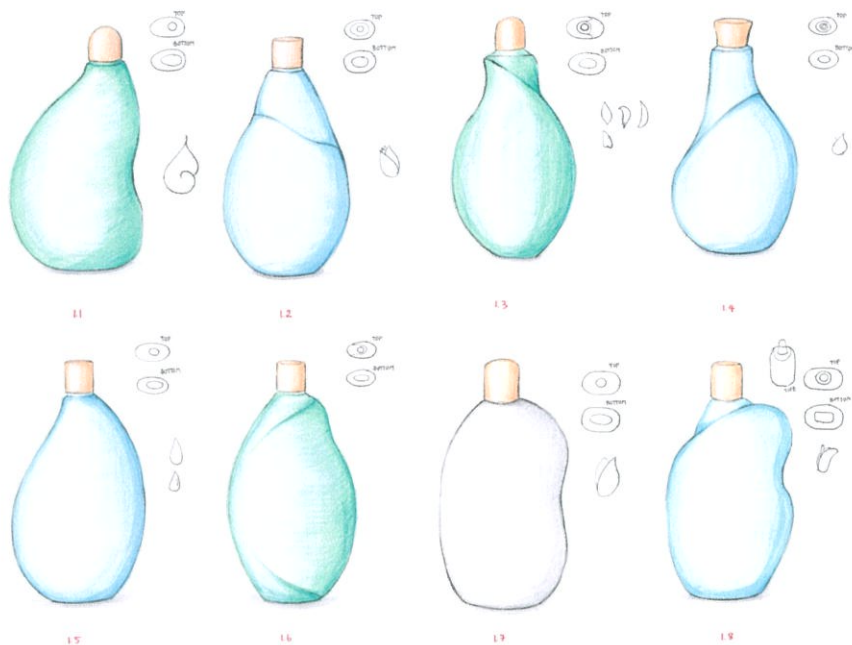
ภาพที่ 3-32 แนวความคิดในการออกแบบด้านภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ ครั้งที่ 2
 ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

จากแนวความคิดและแนวทางในการออกแบบในภาพที่ 3-32 สามารถนำมาออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ได้ดังแบบร่างต่อไปนี้

แนวทางการออกแบบที่ 1 - เป็นการนำรูปร่าง รูปทรงที่ธรรมชาติสร้างขึ้น นำมาเข้าสัดส่วนความงามจากธรรมชาติ (Golden Ratio) เพื่อสร้างสรรค์เป็นบรรจุภัณฑ์ ดังแสดงในภาพที่ 3-33 และ 3-34

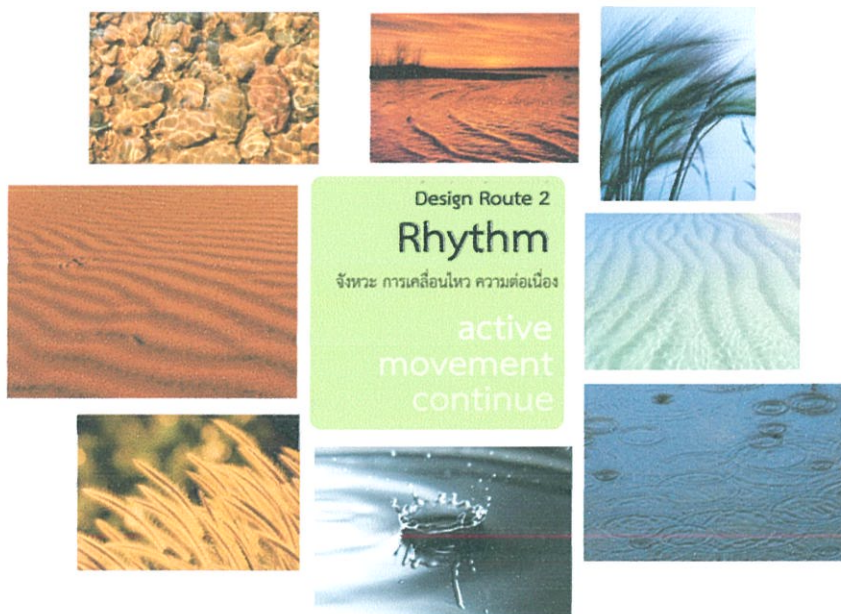


ภาพที่ 3-33 แรงบันดาลใจในการออกแบบภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ ครั้งที่ 2
 แนวทางการออกแบบที่ 1



ภาพที่ 3-34 แบบร่างภาพลักษณะของบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 2 แนวทางการออกแบบที่ 1
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

แนวทางการออกแบบที่ 2 - เป็นการนำเสนอความงามของการเคลื่อนไหวในธรรมชาติ ที่เกิดเป็นจังหวะ และมีความต่อเนื่องมาใช้เป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบ ดังแสดงในภาพที่ 3-35 และ 3-36



ภาพที่ 3-35 แรงบันดาลใจในการออกแบบภาพลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ครั้งที่ 2
แนวทางการออกแบบที่ 2



ภาพที่ 3-36 แบบร่างภาพลักษณะของบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 2 แนวทางการออกแบบที่ 2
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

แนวทางการออกแบบที่ 3 - เป็นการนำเสนอความงามจากความสมดุลกลมกลืนจากธรรมชาติ ความมหัศจรรย์ที่ธรรมชาติสามารถสร้างสรรค์ให้เกิดความสมดุลหรือสมมาตรขึ้น มาใช้เป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ดังแสดงในภาพที่ 3-37 และ 3-38



ภาพที่ 3-37 แรงบันดาลใจในการออกแบบภาพลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ครั้งที่ 2
แนวทางการออกแบบที่ 3



ภาพที่ 3-38 แบบร่างภาพลักษณะของบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 2 แนวทางการออกแบบที่ 3
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

การพิจารณาคัดเลือกแบบร่างภาพลักษณะบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 2 มีเกณฑ์ในการคัดเลือกดังนี้

- 1) สามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม
- 2) เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม
- 3) สะดวกในการบรรจุ ติดฉลากด้วยตนเอง และการขนส่ง
- 4) เหมาะสมกับแนวความคิดในการออกแบบ (Design Concept)

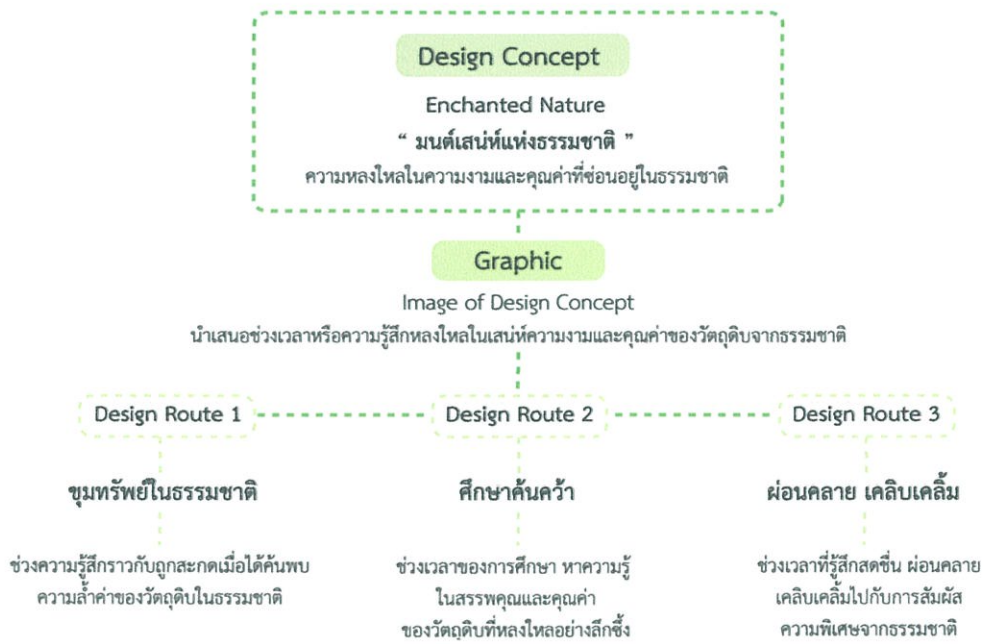
ซึ่งจากการพิจารณาแนวทางการออกแบบทั้งหมด แบบที่พิจารณาเลือกนำไปใช้ในการออกแบบในครั้งนี้ ดังแสดงในภาพที่ 3-39



3-4

ภาพที่ 3-39 แบบบรรจุภัณฑ์ที่พิจารณาเลือกมาในการออกแบบครั้งที่ 2
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

3.3.2.3 ด้านกราฟิกและการสื่อสาร ดังแสดงในภาพที่ 3-40



ภาพที่ 3-40 แนวความคิดในการออกแบบด้านกราฟิกและการสื่อสาร ครั้งที่ 2

ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

เพื่อสะดวกในการออกแบบกราฟิก จึงกำหนดข้อมูลที่จะต้องแสดงในกราฟิกตามกฎหมายที่ระบุไว้ในหัวข้อที่ 2.8 และข้อมูลที่ต้องการสื่อสารกับผู้บริโภคตามจุดประสงค์ของโครงการ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ข้อมูลที่กฎหมายกำหนด ประกอบด้วย

- ตราผลิตภัณฑ์ *
- ประเภท หรือชนิดของผลิตภัณฑ์
- ปริมาณส่วนผสมสำคัญ
- วิธีใช้
- ปริมาณสุทธิ
- ครั้งที่ผลิต *
- วัน เดือน ปีที่ผลิต *
- วัน เดือน ปีที่หมดอายุ
- คำเตือน
- เลขที่ใบรับแจ้ง (ไม่ต้องใส่กรอบอย.) *

หมายเหตุ หากฉลากมีพื้นที่น้อยกว่า 20 ตารางเซนติเมตร ให้แสดงข้อมูลเฉพาะที่มี *

2) ข้อมูลเพื่อการสื่อสาร ประกอบด้วย

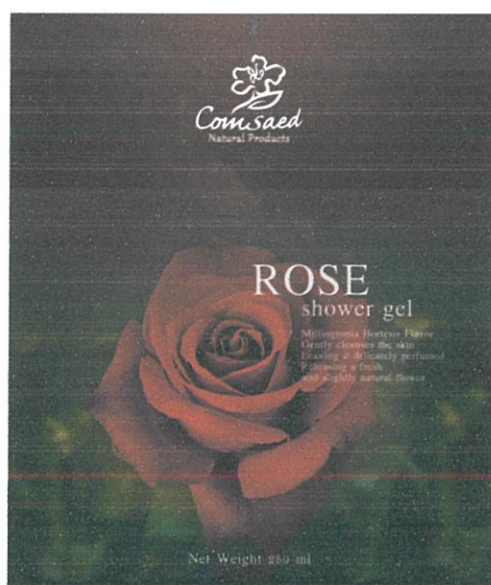
- ข้อมูลผู้ผลิต
- ข้อมูลสรรพคุณของวัตถุดิบหลักของผลิตภัณฑ์
- ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ชื่อ จุดเด่น ที่ตั้ง เป็นต้น
- เครื่องหมายสิ่งแวดล้อมต่างๆ

จากแนวความคิด แนวทางในการออกแบบและข้อมูลที่จะต้องแสดงบนฉลาก สามารถนำมาออกแบบกราฟิกและการสื่อสารได้ดังแบบร่างต่อไปนี้

แนวทางการออกแบบที่ 1 - เป็นการนำเสนอช่วงเวลาราวกับถูกสะกด เมื่อได้ค้นพบความล้ำค่าของวัตถุโบราณในธรรมชาติ โดยกราฟิกเป็นการสื่ออารมณ์ที่ลึกลับ น่าค้นหาและมีค่า ดังแสดงในภาพที่ 3-41 และแสดงแบบร่างกราฟิกในภาพที่ 3-42 และ 3-43



ภาพที่ 3-41 แรงบันดาลใจในการออกแบบกราฟิกและการสื่อสาร ครั้งที่ 2
แนวทางการออกแบบที่ 1



ภาพที่ 3-42 แบบร่างภาพลักษณะกราฟิกและการสื่อสารครั้งที่ 2 แนวทางการออกแบบที่ 1
และแสดงกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์รูปแบบต่างๆ ในโครงการ
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.



ภาพที่ 3-43 ตัวอย่างการแสดงผลข้อมูลเพื่อการสื่อสารบนฉลาก
 ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

แนวทางการออกแบบที่ 2 - เมื่อเกิดความรักและหลงใหลในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จะตั้งใจศึกษาค้นคว้าอย่างลึกซึ้ง จึงเป็นการนำเสนอช่วงเวลาในการศึกษา หากความรู้ในสรรพคุณของวัตถุใด เพื่อให้ผู้บริโภคได้ศึกษาข้อมูลไปพร้อมๆ กับการอ่านฉลาก โดยนำเสนอผ่านแนวทางการจัดบันทึก หรือในรูปแบบตำราและหนังสือ ดังแสดงในภาพที่ 3-44 และแสดงแบบร่างกราฟิกในภาพที่ 3-45



ภาพที่ 3-44 แรงบันดาลใจในการออกแบบกราฟิกและการสื่อสาร ครั้งที่ 2
 แนวทางการออกแบบที่ 2



ภาพที่ 3-45 แบบร่างภาพลักษณะกราฟิกและการสื่อสารครั้งที่ 2 แนวทางการออกแบบที่ 2 และแสดงกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์รูปแบบต่างๆ ในโครงการ
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

แนวทางการออกแบบที่ 3 - เป็นการนำเสนอช่วงเวลาหลังจากการได้สัมผัสคุณค่าของผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบทางธรรมชาติ ทำให้รู้สึกผ่อนคลาย เคลิบเคลิ้ม สดชื่น โดยกราฟิกเป็นการสื่ออารมณ์สดชื่น ผ่อนคลาย สบายตา ดังแสดงในภาพที่ 3-46 และแสดงแบบร่างกราฟิกในภาพที่ 3-47



ภาพที่ 3-46 แรงบันดาลใจในการออกแบบกราฟิกและการสื่อสาร ครั้งที่ 2
แนวทางการออกแบบที่ 3



ภาพที่ 3-47 แบบร่างภาพลักษณะกราฟิกและการสื่อสารครั้งที่ 2 แนวทางการออกแบบที่ 3 และแสดงกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์รูปแบบต่างๆ ในโครงการ
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

ข้อเสนอแนะของคณะกรรมการ สำหรับแนวความคิดและการออกแบบในขั้นตอน
แบบร่าง ครั้งที่ 2

- 1) ด้านการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติมาใช้กับบรรจุภัณฑ์และการจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม
 - เน้นการใช้งานมากเกินไป ทำให้การจัดการเกี่ยวกับวัสดุธรรมชาติ ซึ่งเป็นวัสดุประสงค์หลักหายไป
- 2) ด้านภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์
 - ภาพลักษณ์โดยรวมเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม ยังไม่แสดงออกถึงความเป็นธรรมชาติแบบที่คำสาคเป็น
- 3) ด้านกราฟิกและการสื่อสาร
 - ภาพลักษณ์โดยรวมเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม ยังไม่แสดงออกถึงความเป็นธรรมชาติแบบที่คำสาคเป็น
 - ควรแสดงเกณฑ์ในการคัดเลือกแบบให้ชัดเจน

การวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงเพิ่มเติม

วิเคราะห์และแจกแจงวัสดุธรรมชาติที่คำสาคมี เพื่อให้สามารถหาแนวทางในการใช้วัสดุธรรมชาติมาใช้ในการออกแบบได้ง่ายขึ้น รวมถึงร่างแบบในด้านภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ กราฟิก และการสื่อสารเพิ่ม เพื่อหาแนวทางเพิ่มเติม

3.3.3 แนวความคิดและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในขั้นตอนแบบร่าง ครั้งที่ 3

3.3.3.1 ด้านการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติมาใช้กับบรรจุภัณฑ์และการจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม

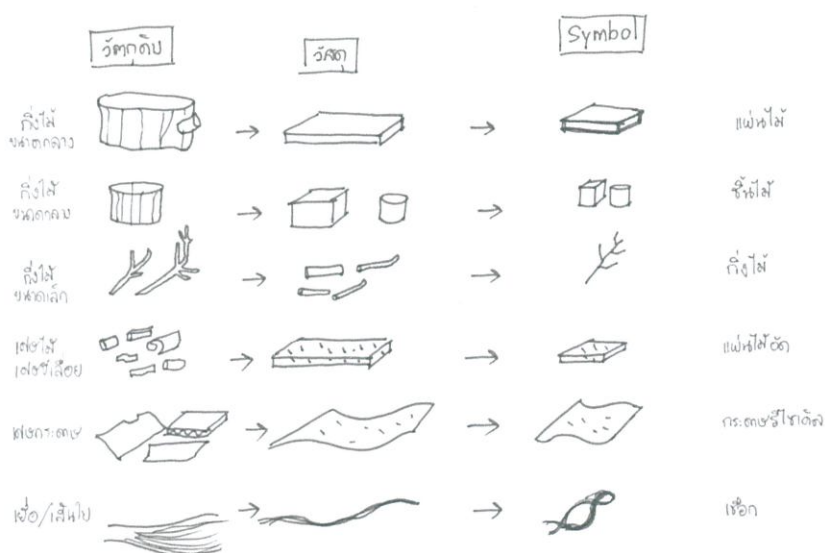
จากคำแนะนำของคณะกรรมการเมื่อครั้งที่ผ่านมามีเกี่ยวกับการจัดการวัสดุธรรมชาติ จึงดำเนินการแจกแจงวัสดุธรรมชาติในคำแสดว่าสามารถนำมาใช้ได้อย่างไรบ้าง ตามข้อมูลในหัวข้อที่ 2.6 สามารถแจกแจงได้ดังต่อไปนี้

- กิ่งไม้ขนาดกลาง และขนาดเล็ก นำมาทำเป็นแผ่นไม้ หรือชิ้นไม้
- เศษไม้ เปลือกไม้ นำมาทำเป็นแผ่นวัสดุทดแทนไม้
- เศษกระดาษจากสำนักงานและรีไซเคิล นำมาทำเป็นกระดาษรีไซเคิล

(ลักษณะการทำแบบกระดาษสา)

- เส้นใยกล้วย นำมาทำเป็นเชือก

ดังแสดงในภาพที่ 3-48



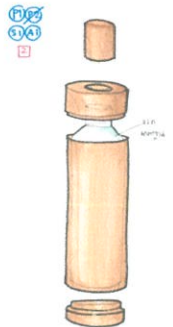

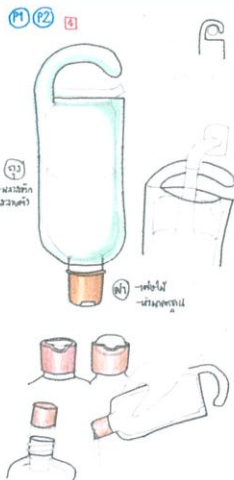
ภาพที่ 3-48 แจกแจงวัสดุธรรมชาติและ การแปรรูป

ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

นำรายการแจกแจงธรรมชาติข้างต้นมาใช้ในการร่างแบบ ซึ่งแบบร่างบางส่วนได้นำมาจากการร่างแบบครั้งที่ 2 บางส่วนเป็นการออกแบบเพิ่มเติม ดังแสดงในตารางที่ 3-8

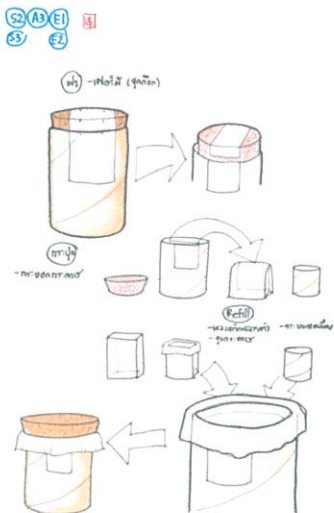
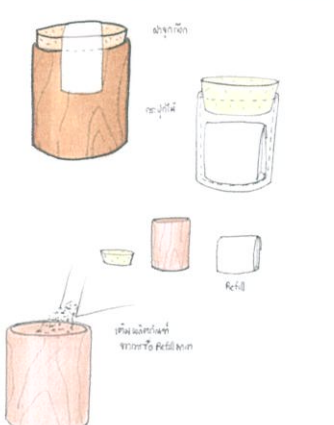
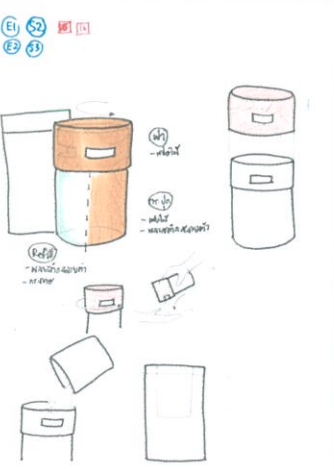
ตารางที่ 3-8 แบบร่างด้านการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติมาใช้กับบรรจุภัณฑ์และการจัดการบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ครั้งที่ 3

แบบที่	แบบร่าง	ผลิตภัณฑ์	วัสดุ	คำอธิบาย
Refill 1		P1 P2	- ฐานไม้ทำฝา	- วิธีการเติมผลิตภัณฑ์แบบซ้อถุง Pouch มาเติม - ช่วยลดขยะจากการทิ้งและลดการผลิตขวดบรรจุภัณฑ์ชิ้นใหม่
Refill 2		P1 P2	- ฐานไม้ทำฝา	- วิธีการเติมผลิตภัณฑ์แบบนำขวดบรรจุภัณฑ์กลับมาเติม ณ ร้านค้าปลีก - ช่วยลดขยะจากการทิ้งและลดการผลิตบรรจุภัณฑ์ชิ้นใหม่ทั้งชนิดขวดและถุง เนื่องจากใช้หน่วยจ่ายผลิตภัณฑ์ที่ร้านค้าแทน
1		P1 P2 S1 A1	- ฝาและขวดชั้นนอกทำจากไม้ - ถุงด้านในจากพลาสติกสลายตัวได้	- บรรจุภัณฑ์ด้านนอกทำจากไม้ สำหรับใส่ถุง Pouch ด้านใน สามารถซ้อเฉพาะถุงมาเปลี่ยนได้ (วิธี Refill 1) - ช่วยลดขยะจากการทิ้งและลดการผลิตขวดบรรจุภัณฑ์ชิ้นใหม่

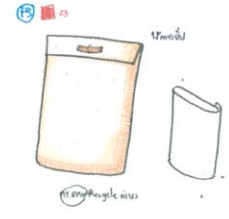
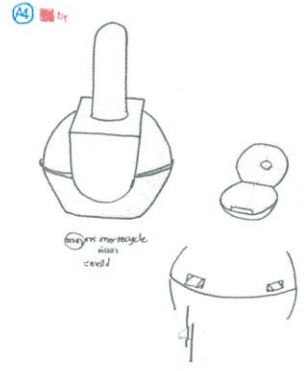

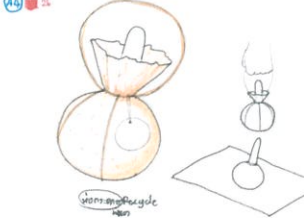
แบบที่	แบบร่าง	ผลิตภัณฑ์	วัสดุ	คำอธิบาย
2		P1 P2 S1 A1	<ul style="list-style-type: none"> - ฝาและขวดชั้นนอกทำจากไม้ - ขวดด้านในจากพลาสติกสลายตัวได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ด้านนอกทำจากไม้สำหรับใส่ขวดด้านใน ซึ่งขวดใช้พลาสติกที่บางลง (วิธี Refill 1) - ช่วยลดปริมาณพลาสติกในการผลิตขวด
3		P1 S1 A1	<ul style="list-style-type: none"> - ฝาทำจากชั้นไม้ - ขวดจากพลาสติกสลายตัวได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์จากพลาสติกสลายตัว ฝาจากไม้ในรูปแบบต่างๆ เพื่อสร้างเอกลักษณ์ สามารถนำขวดไปเติมผลิตภัณฑ์ ณ ร้านค้าปลีกเพื่อรับส่วนลดในการซื้อผลิตภัณฑ์ (วิธี Refill 2) - ช่วยลดขยะจากการทิ้งลดการผลิตขวดและถุง
4		P1 P2 A1	<ul style="list-style-type: none"> - ฝาทำจากชั้นไม้ - ถุงจากพลาสติกสลายตัวได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้ถุง Pouch ที่สามารถห้อยได้แทนขวด เพื่อให้สามารถใช้งานผลิตภัณฑ์ได้อย่างหมดจด และสามารถเปิดถุงซิปล็อกเพื่อเติมผลิตภัณฑ์ได้ที่ร้านค้าปลีก (วิธี Refill 2) - ช่วยลดขยะจากการทิ้งและลดการผลิตขวดบรรจุภัณฑ์ชิ้นใหม่

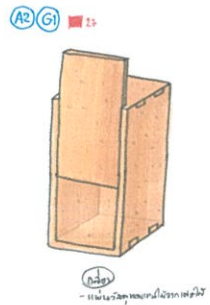
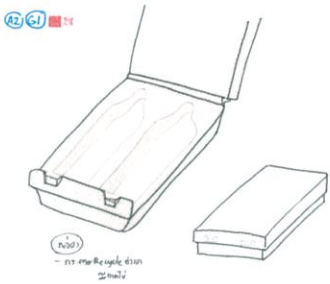
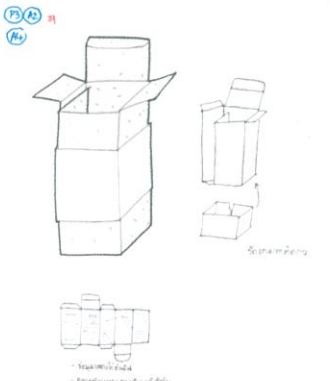
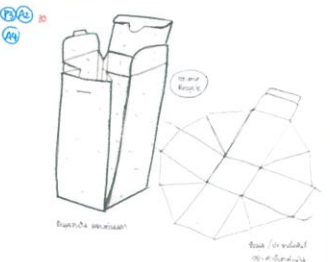
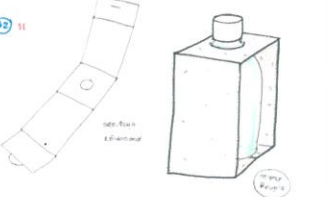
แบบที่	แบบร่าง	ผลิตภัณฑ์	วัสดุ	คำอธิบาย
5		P1 P2	<ul style="list-style-type: none"> - ฝาทำจากชิ้นไม้ - ถุงจากพลาสติก สลายตัวได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้ถุง Pouch ที่สามารถห้อยและตั้งได้แทนขวด เพื่อให้สามารถใช้งานผลิตภัณฑ์ได้อย่างหมดจด และสามารถเปิดถุงซิปล็อกเพื่อเติมผลิตภัณฑ์ได้ที่ร้านค้าปลีก (วิธี Refill 2) - ช่วยลดขยะจากการทิ้งและลดการผลิตขวดบรรจุภัณฑ์ชิ้นใหม่
6		P1 P2	<ul style="list-style-type: none"> - ฝาทำจากชิ้นไม้ - ถุงจากพลาสติก สลายตัวได้ - ที่คล้องทำจากชิ้นไม้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ผลิตถุง Pouch ที่มีปริมาตรบรรจุเพียงพอกับการเติมหลายๆ ครั้ง สามารถเก็บและป้องกันการหกของผลิตภัณฑ์ได้ - ช่วยลดขยะจากการทิ้งและลดการผลิตขวดและถุงชิ้นใหม่
7		P1 P2 S1 A1	<ul style="list-style-type: none"> - ที่ครอบขวดชั้นนอกทำจากไม้ - ถุงด้านในจากพลาสติก สลายตัวได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ด้านนอกทำจากไม้ สำหรับใส่ถุง Pouch ด้านใน สามารถซื้อเฉพาะถุงมาเปลี่ยนได้ (วิธี Refill 1) - ช่วยลดขยะจากการทิ้งและลดการผลิตขวดบรรจุภัณฑ์ชิ้นใหม่

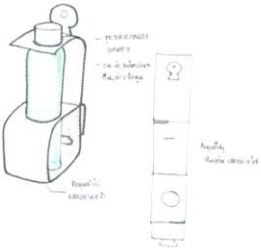
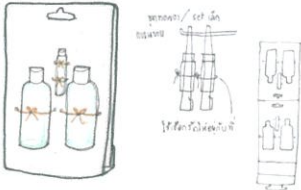
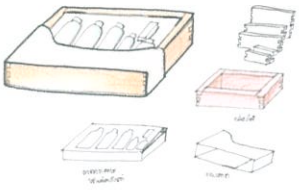
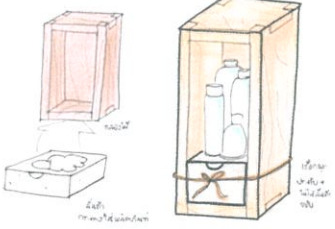
แบบที่	แบบร่าง	ผลิตภัณฑ์	วัสดุ	คำอธิบาย
8		P1 S1 A1	<ul style="list-style-type: none"> - ฝาและขวดชั้นนอกทำจากไม้ - ขวดด้านในจากพลาสติกสลายตัวได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ชั้นนอกทำจากไม้ที่ครอบคลุมบริเวณด้านล่างของขวดที่ออกแบบมาโดยเฉพาะ ใช้การเติมผลิตภัณฑ์ที่ร้านค้าปลีก (วิธี Refill 2) - ช่วยลดขยะจากการทิ้งและลดการผลิตขวดและถุงขึ้นใหม่
9		P1 S1 A1	<ul style="list-style-type: none"> - ฝาและขวดชั้นนอกทำจากไม้ - ขวดด้านในจากพลาสติกสลายตัวได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ชั้นนอกทำจากไม้ที่ครอบคลุมบริเวณด้านล่างของขวดที่ออกแบบมาโดยเฉพาะ ใช้การเติมผลิตภัณฑ์ที่ร้านค้าปลีก (วิธี Refill 2) - ช่วยลดขยะจากการทิ้งและลดการผลิตขวดและถุงขึ้นใหม่
10		P1 S1 A1	<ul style="list-style-type: none"> - ฝั่มคอขวดทำจากไม้ - ขวดทำจากพลาสติกสลายตัวได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ที่ฝั่มคอขวดทำจากไม้เพื่อให้เป็นที่จดจำ ใช้การเติมผลิตภัณฑ์ที่ร้านค้าปลีก (วิธี Refill 2) - ช่วยลดขยะจากการทิ้งและลดการผลิตขวดและถุงขึ้นใหม่

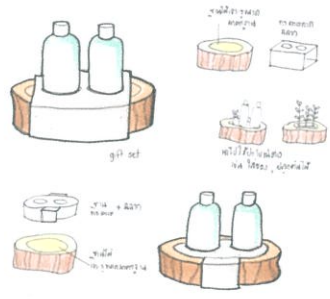
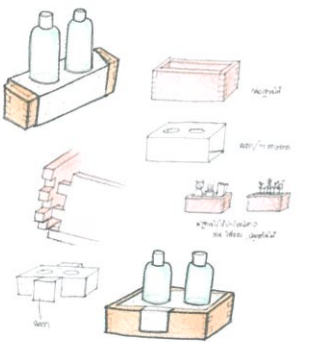
แบบที่	แบบร่าง	ผลิตภัณฑ์	วัสดุ	คำอธิบาย
14	 <p>Labels in diagram: (A3) (E1) (E2) (S2) (S3), (A3) (E1) (E2) (S2) (S3), (A3) (E1) (E2) (S2) (S3), (A3) (E1) (E2) (S2) (S3), (A3) (E1) (E2) (S2) (S3), (A3) (E1) (E2) (S2) (S3), (A3) (E1) (E2) (S2) (S3), (A3) (E1) (E2) (S2) (S3), (A3) (E1) (E2) (S2) (S3), (A3) (E1) (E2) (S2) (S3)</p>	<p>S2 A3 E1 E2 S3</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ฝาทำจากเศษไม้อัดขึ้นรูปแบบจุกถ็อก - กระจุกทำจากกระดาษเคลือบไข - ถุงชนิดเติมทำจากกระดาษหรือพลาสติกสลายตัวได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์จากกระดาษเคลือบไข มีฝาปิด โดยสามารถเปลี่ยนถุงกระดาษหรือถุงพลาสติกด้านในได้ (วิธี Refill 1) - ช่วยลดขยะจากการทิ้งและลดการผลิตกระจุกขึ้นใหม่
15	 <p>Labels in diagram: (A3) (E1) (E2) (S2) (S3), (A3) (E1) (E2) (S2) (S3), (A3) (E1) (E2) (S2) (S3), (A3) (E1) (E2) (S2) (S3), (A3) (E1) (E2) (S2) (S3), (A3) (E1) (E2) (S2) (S3), (A3) (E1) (E2) (S2) (S3), (A3) (E1) (E2) (S2) (S3), (A3) (E1) (E2) (S2) (S3), (A3) (E1) (E2) (S2) (S3)</p>	<p>S2 A3 E1 E2 S3</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ฝาทำจากเศษไม้อัดขึ้นรูปแบบจุกถ็อก - กระจุกทำจากชิ้นไม้ - ถุงชนิดเติมทำจากกระดาษ 	<ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์จากชิ้นไม้มีฝาจุกปิด โดยสามารถเติมผลิตภัณฑ์ด้านในได้จากถุงกระดาษสามารถใช้บรรจุภัณฑ์ได้นาน (วิธี Refill 1) - ช่วยลดขยะจากการทิ้งและลดการผลิตกระจุกขึ้นใหม่
16	 <p>Labels in diagram: (E1) (E2) (S2) (S3), (E1) (E2) (S2) (S3), (E1) (E2) (S2) (S3), (E1) (E2) (S2) (S3), (E1) (E2) (S2) (S3), (E1) (E2) (S2) (S3), (E1) (E2) (S2) (S3), (E1) (E2) (S2) (S3), (E1) (E2) (S2) (S3), (E1) (E2) (S2) (S3)</p>	<p>S2 E1 E2 S3</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ฝาทำจากชิ้นไม้ - กระจุกทำจากชิ้นไม้หรือพลาสติกสลายตัวได้ - ถุงชนิดเติมทำจากกระดาษ 	<ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์จากชิ้นไม้มีฝาปิดที่สามารถหมุนเปิดได้ เพื่อสะดวกในการเทผลิตภัณฑ์ โดยสามารถเติมผลิตภัณฑ์ได้ ทำให้สามารถใช้บรรจุภัณฑ์ได้นาน (วิธี Refill 1) - ช่วยลดขยะจากการทิ้งและลดการผลิตกระจุกขึ้นใหม่

แบบที่	แบบร่าง	ผลิตภัณฑ์	วัสดุ	คำอธิบาย
17		A1	<ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ด้านนอกทำจากซันไม้ - ขวดด้านในเป็นขวดมาตรฐาน 	<ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสำหรับหุ้มขวดมาตรฐานด้านในสามารถซื้อเฉพาะขวดด้านในมาเปลี่ยนได้ (วิธี Refill 1) - ช่วยลดการผลิตขวดรูปแบบใหม่ชิ้นใหม่
18		E2 S3	<ul style="list-style-type: none"> - ที่หนีบปากถุงจากซันไม้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้ซันไม้มาทำเป็นที่ปิดปากถุงแทนการใช้กาว สามารถนำไปใช้ปิดปากถุงอื่นๆ ได้ต่อ
19		E2 S3	<ul style="list-style-type: none"> - ที่หนีบปากถุงจากซันไม้ - ที่หัวจากเชือก 	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้การเจาะรูที่ถุงกระดาษ แล้วใช้ที่ปิดปากถุงจากไม้ในการปิดปากถุง พร้อมมีเชือกห้อยสำหรับคล้อง
20		P3	<ul style="list-style-type: none"> - กระดาษรีไซเคิล - เชือก 	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้การห่อกระดาษที่ทำขึ้นเองจากกระดาษรีไซเคิลและใช้เชือกผูกแทนการใช้กาว ลดการผลิตกล่องบรรจุภัณฑ์
21		P3	<ul style="list-style-type: none"> - กระดาษรีไซเคิล 	<ul style="list-style-type: none"> - ทำกล่องกระดาษจากกระดาษรีไซเคิล โดยขึ้นรูปลักษณะเดียวกับถาดไข่
22		P3 A2	<ul style="list-style-type: none"> - ถุงผ้า 	<ul style="list-style-type: none"> - ถุงผ้าสำหรับใส่สบู่มาก่อนหรือน้ำหอม เพื่อสะดวกในการพกพาน้ำหอมไปใช้

แบบที่	แบบร่าง	ผลิตภัณฑ์	วัสดุ	คำอธิบาย
23		P3	<ul style="list-style-type: none"> - กระดาษรีไซเคิล - กิ่งไม้ - ด้าย 	- ใช้การห่อกระดาษที่ทำขึ้นเองจากกระดาษรีไซเคิล และใช้การเย็บและกลัดด้วยกิ่งไม้แทนการใช้กาว ลดการส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
24		A4	<ul style="list-style-type: none"> - กระดาษรีไซเคิล 	- ทำกล่องกระดาษจากกระดาษรีไซเคิล โดยขึ้นรูปลักษณะเดียวกับถาดไข่ สามารถเก็บลูกประคบหลังการใช้งานได้ 3-4 ครั้ง มีลักษณะเป็นฝาเปิดปิดได้
25		A4	<ul style="list-style-type: none"> - กระดาษรีไซเคิล 	- ทำกล่องกระดาษจากกระดาษรีไซเคิล โดยขึ้นรูปลักษณะเดียวกับถาดไข่ สามารถเก็บลูกประคบหลังการใช้งานได้ 3-4 ครั้ง มีลักษณะเป็นถ้วยคาถาคั่วด้วยถาด
26		A4	<ul style="list-style-type: none"> - กระดาษรีไซเคิล - เชือก 	- ใช้การห่อกระดาษที่ทำขึ้นเองจากกระดาษรีไซเคิลและใช้เชือกผูกแทนการใช้กาว ลดการส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

แบบที่	แบบร่าง	ผลิตภัณฑ์	วัสดุ	คำอธิบาย
27		A2 G1	- แผ่นวัสดุ ทดแทนไม้	- ทำกล่องจากแผ่นไม้ ทดแทน สำหรับ ผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูง หรือเป็นของขวัญ
28		A2 G1	- กระดาษ รีไซเคิล	- ทำกล่องกระดาษจาก กระดาษรีไซเคิล โดยขึ้น รูปลักษณะเดียวกับถาด ไข่ มีลักษณะเป็นฝาเปิด ปิดได้
29		P3 A2 A4	- กระดาษ รีไซเคิล	- กล่องที่ใช้การรัดของ ฉลากแทนการใช้กาว ทำให้มีพื้นที่ในการให้ ข้อมูลด้านในเพิ่มขึ้น
30		P3 A2 A4	- กระดาษ รีไซเคิล	- กล่องที่ใช้การเกี่ยว ขัด กันของกระดาษแทน การใช้กาว ทำให้มีพื้นที่ ในการให้ข้อมูลด้านใน เพิ่มขึ้น
31		A2	- กระดาษ รีไซเคิล	- ฉลากที่คล้องคอขวด ทำให้มีพื้นที่ในการให้ ข้อมูลด้านในเพิ่มขึ้น ใช้ กับผลิตภัณฑ์ที่มีขนาด เล็ก พื้นที่ฉลากมีน้อย

แบบที่	แบบร่าง	ผลิตภัณฑ์	วัสดุ	คำอธิบาย
32		A2	- กระดาษรีไซเคิล	- ฉลากที่คล้องคอขวด ทำให้มีพื้นที่ในการให้ข้อมูลด้านในเพิ่มขึ้น ใช้กับผลิตภัณฑ์ที่มีขนาดเล็ก พื้นที่ฉลากมีน้อย สามารถห้อยบนชั้นวางสินค้าได้
33		A2 G1	- กระดาษรีไซเคิล - เชือก	- บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ขนาดเล็ก ใช้การเจาะช่องและการผูกของเชือกในการยึดบรรจุภัณฑ์ประเภทขวดให้อยู่กับที่ สามารถห้อยบนชั้นวางสินค้าได้
34		G1	- แผ่นวัสดุทดแทนไม้	- กล่องไม้สำหรับชุดผลิตภัณฑ์ โดยมีแผ่นกระดาษเจาะช่องสำหรับใส่ผลิตภัณฑ์ไว้ด้านใน และฉลากรัดกล่องอีกทีหนึ่ง - สามารถนำกล่องไม้กลับไปใช้ประโยชน์ต่างๆ ต่อไป
35		G1	- แผ่นวัสดุทดแทนไม้ - เชือก	- กล่องไม้สำหรับชุดผลิตภัณฑ์ โดยมีลิ้นชักกระดาษเจาะช่องสำหรับใส่ผลิตภัณฑ์ไว้ด้านในและใช้เชือกในการผูกตกแต่งและยึดไม่ให้ผลิตภัณฑ์หลุดออกมา - สามารถนำกล่องไม้กลับไปใช้ประโยชน์ต่างๆ ต่อไป

แบบที่	แบบร่าง	ผลิตภัณฑ์	วัสดุ	คำอธิบาย
36		G1	- ไม้	- ไม้สำหรับชุดผลิตภัณฑ์ โดยมีแผ่นฉลากกระดาษเจาะช่องสำหรับใส่ผลิตภัณฑ์ไว้ด้านใน - สามารถนำกล่องไม้กลับไปใช้ประโยชน์ต่างๆ ต่อไป
37		G1	- แผ่นวัสดุทดแทนไม้	- กล่องไม้สำหรับชุดผลิตภัณฑ์ โดยมีแผ่นฉลากกระดาษเจาะช่องสำหรับใส่ผลิตภัณฑ์ไว้ด้านใน - สามารถนำกล่องไม้กลับไปใช้ประโยชน์ต่างๆ ต่อไป

จากตารางแสดงการร่างแบบข้างต้น สามารถนำมาพิจารณาเลือกแบบ โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกดังนี้

1) ความคุ้มค่าในการลงทุน :

ต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์ และต้นทุนด้านเครื่องจักร เครื่องมือต่างๆ

2) การนำวัสดุธรรมชาติมาใช้เหมาะสม :

นำมาใช้แล้วไม่เกิดการชำรุดของบรรจุภัณฑ์มากเกินไปจนสิ้นเปลือง / มีภาพลักษณ์ที่ดี จดจำได้

3) ความสามารถในการพึ่งพาตนเอง :

ความยากง่ายในการผลิต บรรจุหรือประกอบบรรจุภัณฑ์ด้วยตนเอง

4) ความเหมาะสมในการใช้งาน :

การใช้งานผลิตภัณฑ์ การปกป้อง และการขนส่ง

5) ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย :

การผลิต การคัดแยกวัสดุก่อนกำจัดทิ้ง และการคำนึงถึง 3R (Reduce Reuse

Recycle)

จากเกณฑ์ในการคัดเลือกทั้ง 5 เกณฑ์ สามารถนำแบบร่างในตารางที่ 3-8 มาให้ค่านำหนัก และให้คะแนนเพื่อพิจารณาเลือกแบบได้ดังตารางที่ 3-9

ตารางที่ 3-9 การให้คะแนนพิจารณาเลือกแบบร่างด้านการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติ มาใช้กับบรรจุภัณฑ์และการจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม ครั้งที่ 3 กลุ่มบรรจุภัณฑ์ P1 และ P2

กลุ่มบรรจุภัณฑ์	แบบร่าง	เกณฑ์ในการคัดเลือก (0 - 3 คะแนน)					รวม
		ความคุ้มค่าในการลงทุน	การนำวัสดุธรรมชาติมาใช้ อย่างเหมาะสม	ความสามารถในการพึ่งพาตนเอง	ความเหมาะสมในการใช้งาน	ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย	
		X 2	X 2	X 2	X 1	X 1	
P1, P2 เจลล้างมือ เจลอาบน้ำ แชมพู ครีมทาผิว	แบบที่ 1	1	2	2	3	3	16
	แบบที่ 2	1	1	2	2	1	11
	แบบที่ 3	3	3	3	3	3	<u>24</u>
	แบบที่ 4	2	3	3	1	2	19
	แบบที่ 5	2	3	3	1	2	19
	แบบที่ 6	2	3	3	1	2	19
	แบบที่ 7	2	2	2	3	3	18
	แบบที่ 8	2	2	2	3	2	17
	แบบที่ 9	2	2	2	3	2	17
	แบบที่ 10	3	2	3	2	3	21
	แบบที่ 11	3	3	3	3	3	<u>24</u>

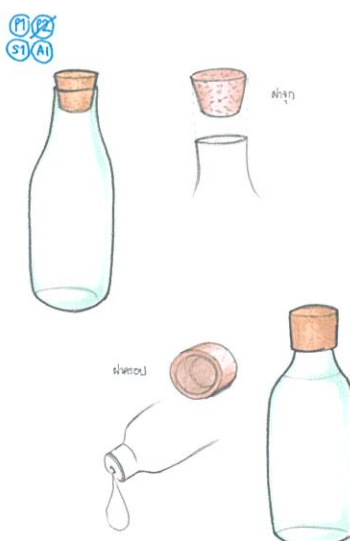
จากตารางที่ 3-9 ในกลุ่ม P1 และ P2 แบบที่ผ่านการคัดเลือกแล้วคือ แบบที่ 3 และ แบบที่ 11



ตารางที่ 3-10 การให้คะแนนพิจารณาเลือกแบบร่างด้านการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติ มาใช้กับบรรจุภัณฑ์และการจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม ครั้งที่ 3 กลุ่มบรรจุภัณฑ์ S1

กลุ่มบรรจุภัณฑ์	แบบร่าง	เกณฑ์ในการคัดเลือก (0 - 3 คะแนน)					รวม
		ความคุ้มค่าในการลงทุน	การนำวัสดุธรรมชาติมาใช้ อย่างเหมาะสม	ความสามารถในการพึ่งตนเอง	ความเหมาะสมในการใช้งาน	ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย	
		X 2	X 2	X 2	X 1	X 1	
S1 น้ำมันบำรุงผิว น้ำมันนวด	แบบที่ 1	1	2	2	3	3	16
	แบบที่ 2	1	1	2	2	1	11
	แบบที่ 3	3	3	3	3	3	24
	แบบที่ 7	2	2	2	2	3	17
	แบบที่ 8	2	2	2	3	2	17
	แบบที่ 9	2	2	2	3	2	17
	แบบที่ 10	3	2	3	2	3	21
	แบบที่ 11	3	3	3	2	3	23

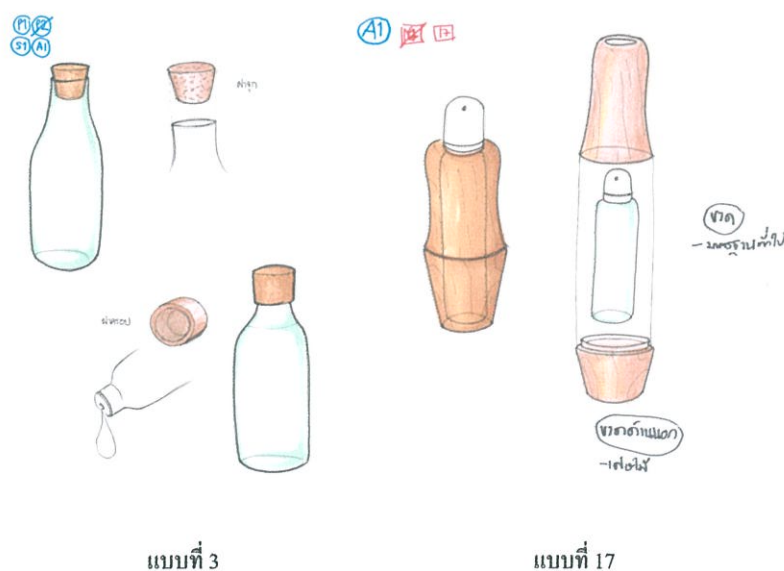
จากตารางที่ 3-10 ในกลุ่ม S1 แบบที่ผ่านการคัดเลือกแล้วคือ แบบที่ 3



ตารางที่ 3-11 การให้คะแนนพิจารณาเลือกแบบร่างด้านการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติ มาใช้กับบรรจุภัณฑ์และการจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม ครั้งที่ 3 กลุ่มบรรจุภัณฑ์ A1

กลุ่มบรรจุภัณฑ์	แบบร่าง	เกณฑ์ในการคัดเลือก (0 - 3 คะแนน)					รวม
		ความคุ้มค่าในการลงทุน	การนำวัสดุธรรมชาติมาใช้ อย่างเหมาะสม	ความสามารถในการพึ่งพาตนเอง	ความเหมาะสมในการใช้งาน	ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย	
		X 2	X 2	X 2	X 1	X 1	
A1 น้ำหอม น้ำมันหอม ระเหย	แบบที่ 1	1	2	2	2	3	14
	แบบที่ 2	1	1	2	2	1	11
	แบบที่ 3	3	3	3	3	3	<u>24</u>
	แบบที่ 7	2	2	2	2	3	17
	แบบที่ 8	2	2	2	3	2	17
	แบบที่ 9	2	2	2	3	2	17
	แบบที่ 10	3	2	3	2	3	21
	แบบที่ 11	3	3	3	2	3	23
	แบบที่ 17	3	3	3	3	3	<u>24</u>

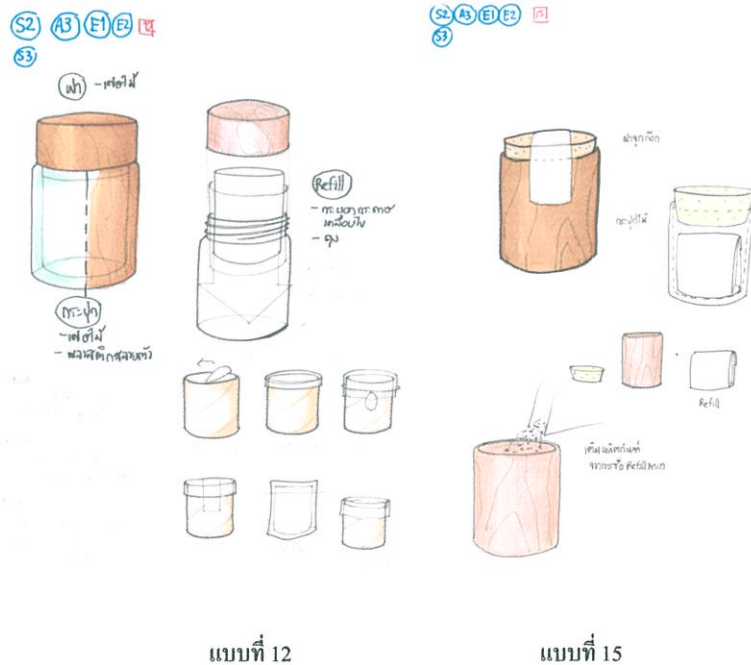
จากตารางที่ 3-11 ในกลุ่ม A1 แบบที่ผ่านการคัดเลือกแล้วคือ แบบที่ 3 และ แบบที่ 17



ตารางที่ 3-12 การให้คะแนนพิจารณาเลือกแบบร่างด้านการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติ มาใช้กับบรรจุภัณฑ์และการจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม ครั้งที่ 3 กลุ่มบรรจุภัณฑ์ S2 และ E1

กลุ่มบรรจุภัณฑ์	แบบร่าง	เกณฑ์ในการคัดเลือก (0 - 3 คะแนน)					รวม
		ความคุ้มค่าในการลงทุน	การนำวัสดุธรรมชาติมาใช้ อย่างเหมาะสม	ความสามารถในการพึ่งพาตนเอง	ความเหมาะสมในการใช้งาน	ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย	
		X 2	X 2	X 2	X 1	X 1	
S2, E1 เกลือขัดผิว ชา	แบบที่ 12	2	3	3	3	2	<u>21</u>
	แบบที่ 13	3	2	2	3	3	20
	แบบที่ 14	3	2	2	3	3	20
	แบบที่ 15	2	3	3	3	2	<u>21</u>
	แบบที่ 16	1	2	1	2	2	12

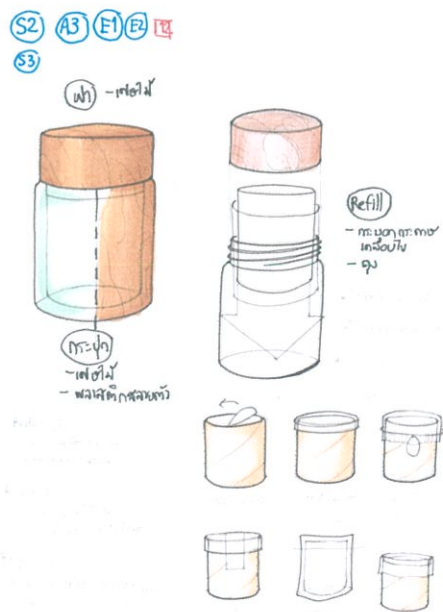
จากตารางที่ 3-12 ในกลุ่ม A1 แบบที่ผ่านการคัดเลือกแล้วคือ แบบที่ 12 และ แบบที่ 15



ตารางที่ 3-13 การให้คะแนนพิจารณาเลือกแบบร่างด้านการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติ มาใช้กับบรรจุภัณฑ์และการจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม ครั้งที่ 3 กลุ่มบรรจุภัณฑ์ A3

กลุ่มบรรจุภัณฑ์	แบบร่าง	เกณฑ์ในการคัดเลือก (0 - 3 คะแนน)					รวม
		ความคุ้มค่าในการลงทุน	การนำวัสดุธรรมชาติมาใช้ อย่างเหมาะสม	ความสามารถในการพึ่งพาตนเอง	ความเหมาะสมในการใช้งาน	ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย	
		X 2	X 2	X 2	X 1	X 1	
A3 ชาหม่อง	แบบที่ 12	2	3	3	3	2	<u>21</u>
	แบบที่ 13	3	2	2	3	3	20
	แบบที่ 14	3	2	2	2	3	19
	แบบที่ 15	2	3	3	2	2	20

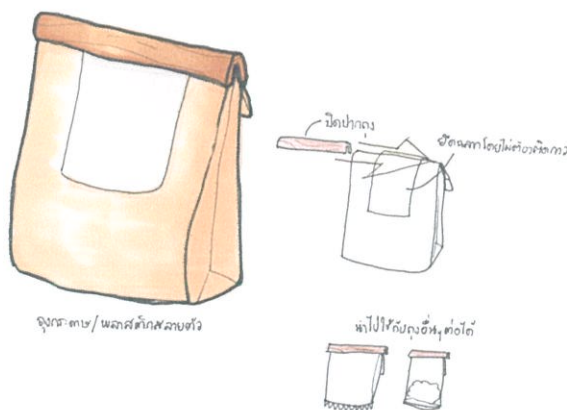
จากตารางที่ 3-13 ในกลุ่ม A3 แบบที่ผ่านการคัดเลือกแล้วคือ แบบที่ 12



ตารางที่ 3-14 การให้คะแนนพิจารณาเลือกแบบร่างด้านการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติ มาใช้กับบรรจุภัณฑ์และการจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม ครั้งที่ 3 กลุ่มบรรจุภัณฑ์ E2 และ S3

กลุ่มบรรจุภัณฑ์	แบบร่าง	เกณฑ์ในการคัดเลือก (0 - 3 คะแนน)					รวม
		ความคุ้มค่าในการลงทุน	การนำวัสดุธรรมชาติมาใช้ อย่างเหมาะสม	ความสามารถในการพึ่งพาตนเอง	ความเหมาะสมในการใช้งาน	ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย	
		X 2	X 2	X 2	X 1	X 1	
E2, S3 เกลือขัดผิว ชา (ชนิดเติม)	แบบที่ 12	2	2	2	2	2	16
	แบบที่ 13 - 16	3	2	2	3	3	20
	แบบที่ 18	3	3	3	3	3	<u>24</u>
	แบบที่ 19	3	3	3	2	3	23

จากตารางที่ 3-14 ในกลุ่ม E2 และ S3 แบบที่ผ่านการคัดเลือกแล้วคือ แบบที่ 18



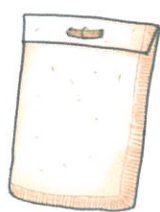
ตารางที่ 3-15 การให้คะแนนพิจารณาเลือกแบบร่างด้านการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติ มาใช้กับบรรจุภัณฑ์และการจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม ครั้งที่ 3 กลุ่มบรรจุภัณฑ์ P3

กลุ่มบรรจุภัณฑ์	แบบร่าง	เกณฑ์ในการคัดเลือก (0 - 3 คะแนน)					รวม
		ความคุ้มค่าในการลงทุน	การนำวัสดุธรรมชาติมาใช้ อย่างเหมาะสม	ความสามารถในการพึ่งพาตนเอง	ความเหมาะสมในการใช้งาน	ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย	
		X 2	X 2	X 2	X 1	X 1	
P3 สตู๊ก่อน	แบบที่ 20	3	3	3	3	3	<u>24</u>
	แบบที่ 21	3	3	2	3	3	23
	แบบที่ 22	2	2	2	3	2	17
	แบบที่ 23	3	3	3	3	3	<u>24</u>
	แบบที่ 29	3	3	2	3	3	23
	แบบที่ 30	3	3	2	3	3	23

จากตารางที่ 3-15 ในกลุ่ม P3 แบบที่ผ่านการคัดเลือกแล้วคือ แบบที่ 20 และ แบบที่ 23



กร.ธพ
recycle 100%



น้ำหนักเบา



กร.ธพ Recycle 100%

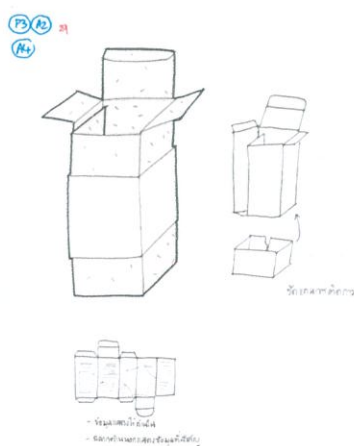
แบบที่ 20

แบบที่ 23

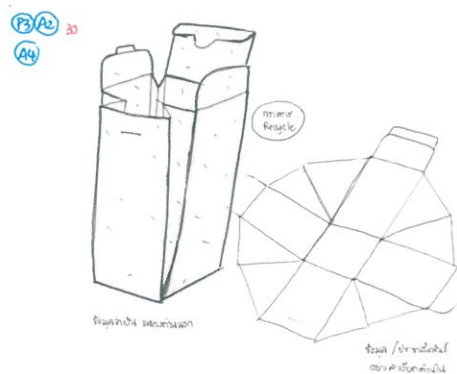
ตารางที่ 3-16 การให้คะแนนพิจารณาเลือกแบบร่างด้านการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติ มาใช้กับบรรจุภัณฑ์และการจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม ครั้งที่ 3 กลุ่มบรรจุภัณฑ์ A2

กลุ่มบรรจุภัณฑ์	แบบร่าง	เกณฑ์ในการคัดเลือก (0 - 3 คะแนน)					รวม
		ความคุ้มค่าในการลงทุน	การนำวัสดุธรรมชาติมาใช้ อย่างเหมาะสม	ความสามารถในการพึ่งพาตนเอง	ความเหมาะสมในการใช้งาน	ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย	
		X 2	X 2	X 2	X 1	X 1	
A2 น้ำหอม น้ำมันหอม ระเหย (ชั้นนอก)	แบบที่ 22	3	2	2	2	2	18
	แบบที่ 27	2	3	3	3	2	21
	แบบที่ 28	2	3	2	3	3	20
	แบบที่ 29	3	3	3	2	3	<u>23</u>
	แบบที่ 30	3	3	3	2	3	<u>23</u>
	แบบที่ 31	3	2	3	2	3	21
	แบบที่ 32	3	2	3	2	3	21
	แบบที่ 33	3	2	3	3	3	22

จากตารางที่ 3-16 ในกลุ่ม A2 แบบที่ผ่านการคัดเลือกแล้วคือ แบบที่ 29 และ แบบที่ 30



แบบที่ 29

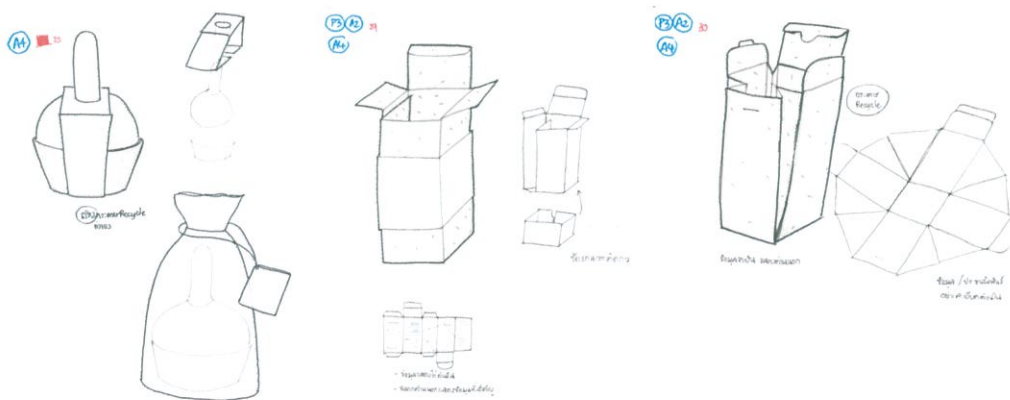


แบบที่ 30

ตารางที่ 3-17 การให้คะแนนพิจารณาเลือกแบบร่างด้านการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติ มาใช้กับบรรจุภัณฑ์และการจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม ครั้งที่ 3 กลุ่มบรรจุภัณฑ์ A4

กลุ่มบรรจุภัณฑ์	แบบร่าง	เกณฑ์ในการคัดเลือก (0 - 3 คะแนน)					รวม
		ความคุ้มค่าในการลงทุน	การนำวัสดุธรรมชาติมาใช้ อย่างเหมาะสม	ความสามารถในการพึ่งพาตนเอง	ความเหมาะสมในการใช้งาน	ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย	
		X 2	X 2	X 2	X 1	X 1	
A4 ลูกประคบ	แบบที่ 24	3	3	2	3	3	22
	แบบที่ 25	3	3	3	2	3	<u>23</u>
	แบบที่ 26	3	3	3	1	3	22
	แบบที่ 29	3	3	3	2	3	<u>23</u>
	แบบที่ 30	3	3	3	2	3	<u>23</u>

จากตารางที่ 3-17 ในกลุ่ม A4 แบบที่ผ่านการคัดเลือกแล้วคือ แบบที่ 25, แบบที่ 29 และแบบที่ 30



แบบที่ 25

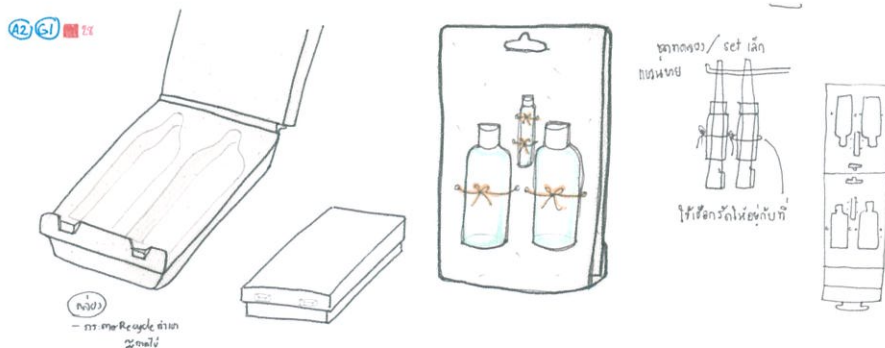
แบบที่ 29

แบบที่ 30

ตารางที่ 3-18 การให้คะแนนพิจารณาเลือกแบบร่างด้านการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติ มาใช้กับบรรจุภัณฑ์และการจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม ครั้งที่ 3 กลุ่มบรรจุภัณฑ์ G1

กลุ่มบรรจุภัณฑ์	แบบร่าง	เกณฑ์ในการคัดเลือก (0 - 3 คะแนน)					รวม
		ความคุ้มค่าในการลงทุน	การนำวัสดุธรรมชาติมาใช้ อย่างเหมาะสม	ความสามารถในการพึ่งพาตนเอง	ความเหมาะสมในการใช้งาน	ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย	
		X 2	X 2	X 2	X 1	X 1	
G1 ชุดผลิตภัณฑ์	แบบที่ 27	2	3	2	3	2	19
	แบบที่ 28	3	3	3	2	3	<u>23</u>
	แบบที่ 33	3	3	3	2	3	<u>23</u>
	แบบที่ 34	2	3	2	3	2	19
	แบบที่ 35	2	3	2	3	2	19
	แบบที่ 36	3	3	3	2	2	22
	แบบที่ 37	2	3	2	3	2	19

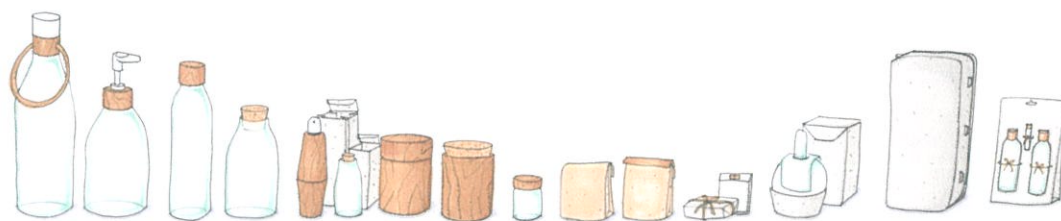
จากตารางที่ 3-18 ในกลุ่ม G1 แบบที่ผ่านการคัดเลือกแล้วคือ แบบที่ 28 และ แบบที่ 33



แบบที่ 28

แบบที่ 33

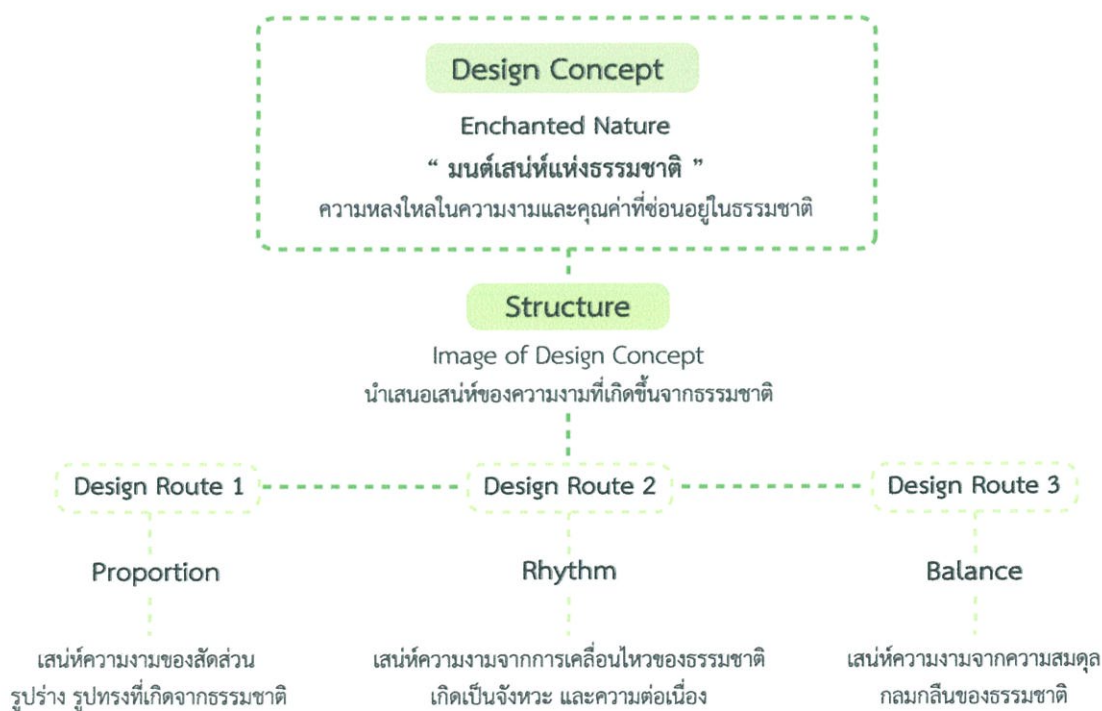
จากการพิจารณาเลือกแบบทั้งหมดในตารางที่ 3-9 ถึง 3-18 สามารถนำมาสรุปภาพรวมของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการได้ดังภาพที่ 3-49



ภาพที่ 3-49 ภาพรวมของบรรจุภัณฑ์ด้านการเลือกใช้ชีวิตธรรมชาติมาใช้กับบรรจุภัณฑ์ และการจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม ครั้งที่ 3 ของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

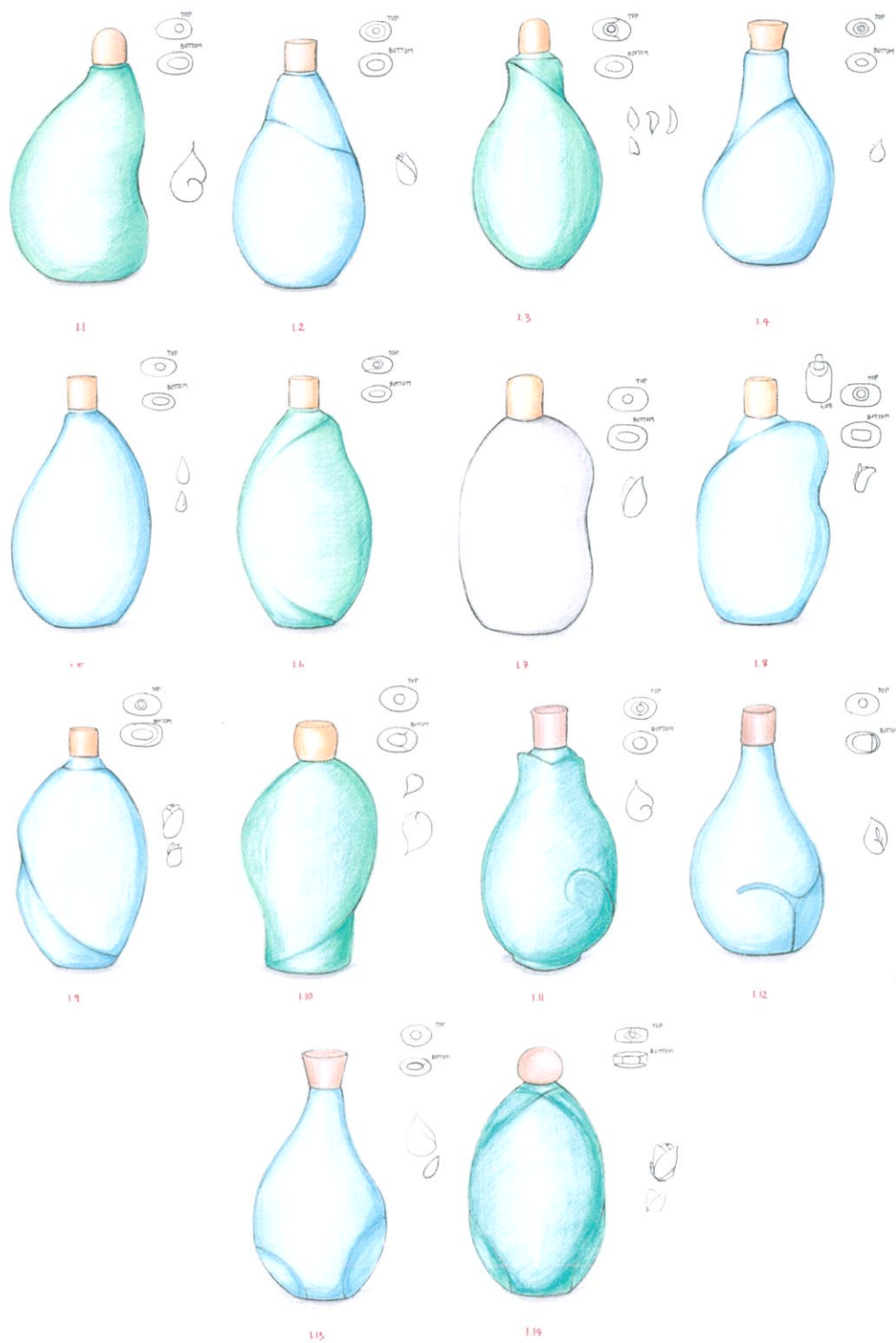
3.3.3.2 ด้านภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์

ในครั้งนี้เป็นกรร่างแบบโครงสร้างเพิ่มเติมจากครั้งที่ 2 ด้วยแนวความคิดและแนวทางในการออกแบบเดิม แสดงได้ดังภาพที่ 3-50



ภาพที่ 3-50 แนวความคิดในการออกแบบด้านภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ ครั้งที่ 3
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

แนวทางการออกแบบที่ 1 - เป็นการนำรูปร่าง รูปทรงที่ธรรมชาติสร้างขึ้น นำมาเข้าสู่สัดส่วนความงามจากธรรมชาติ (Golden Ratio) เพื่อสร้างสรรค์เป็นบรรจุภัณฑ์ ดังแสดงในภาพที่ 3-51



ภาพที่ 3-51 แบบร่างภาพลักษณะของบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 3 แนวทางการออกแบบที่ 1
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

แนวทางการออกแบบที่ 2 - เป็นการนำเสนอสีความงามของการเคลื่อนไหวในธรรมชาติ ที่เกิดเป็นจังหวะ และมีความต่อเนื่องมาใช้เป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบ ดังแสดงในภาพที่ 3-52



ภาพที่ 3-52 แบบร่างภาพลักษณะของบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 3 แนวทางการออกแบบที่ 2
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

แนวทางการออกแบบที่ 3 - เป็นการนำเสนอความงามจากความสมดุลกลมกลืนจากธรรมชาติ ความมหัศจรรย์ที่ธรรมชาติสามารถสร้างสรรค์ให้เกิดความสมดุลหรือสมมาตรขึ้น มาใช้เป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ดังแสดงในภาพที่ 3-53



ภาพที่ 3-53 แบบร่างภาพลักษณะของบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 3 แนวทางการออกแบบที่ 3
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

จากแบบร่างในภาพที่ 3-51 3-52 และ 3-53 สามารถนำมาพิจารณาเพื่อเลือกแบบด้วยเกณฑ์ในการคัดเลือกดังต่อไปนี้

1) การผลิตในอุตสาหกรรม :

ความยากง่ายและสามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม

2) ความสามารถในการพึ่งพาตนเอง :

ความยากง่ายในการบรรจุ ประกอบหรือคิดกลไกบนบรรจุภัณฑ์ด้วยตนเอง

3) ภาพลักษณ์ที่เหมาะสม :

ภาพลักษณ์เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ เพื่อสุขภาพและความงาม

4) ความเหมาะสมในการใช้งาน :

การใช้งานผลิตภัณฑ์ การขนส่ง และพื้นที่ในการให้ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์

จากเกณฑ์ในการคัดเลือกทั้ง 4 เกณฑ์ สามารถนำแบบร่างทั้ง 3 แนวทางการออกแบบมาให้คะแนนเพื่อพิจารณาเลือกแบบได้ดังตารางที่ 3-19 3-20 และ 3-21

ตารางที่ 3-19 การให้คะแนนพิจารณาเลือกแบบร่างด้านภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ ครั้งที่ 3 แนวทางการออกแบบที่ 1 (Proportion)

Route	แบบร่าง	เกณฑ์ในการคัดเลือก (0 - 3 คะแนน)				รวม
		การผลิตในอุตสาหกรรม	ความสามารถในการพึ่งพาตนเอง	ภาพลักษณ์ที่เหมาะสม	ความเหมาะสมในการใช้งาน	
Route 1 Proportion	1.1	2	1	2	1	6
	1.2	2	2	2	1	7
	1.3	2	2	3	2	9
	1.4	2	2	2	1	7
	1.5	2	2	2	2	8
	1.6	2	2	2	2	8
	1.7	2	2	2	2	8
	1.8	1	1	2	2	6
	1.9	2	2	2	2	8
	1.10	2	1	2	2	7
	1.11	1	1	3	1	6
	1.12	1	2	2	1	6
	1.13	2	2	2	2	8
	1.14	2	2	2	2	8

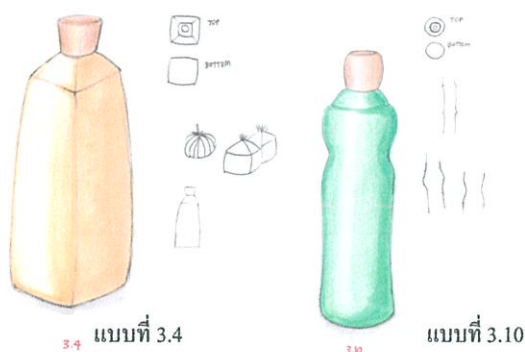
ตารางที่ 3-20 การให้คะแนนพิจารณาเลือกแบบร่างด้านภาพลักษณ์ของ
บรรจุภัณฑ์ ครั้งที่ 3 แนวทางการออกแบบที่ 2 (Rhythm)

Route	แบบร่าง	เกณฑ์ในการคัดเลือก (0 - 3 คะแนน)				รวม
		การคิดใน อุตสาหกรรม	ความสามารดในการ พึ่งพาตนเอง	ภาพลักษณ์ที่ เหมาะสม	ความเหมาะสม ในการใช้งาน	
Route 2 Rhythm	2.1	2	1	2	2	7
	2.2	2	2	1	2	7
	2.3	2	1	2	1	6
	2.4	2	1	2	2	7
	2.5	2	2	2	1	7
	2.6	2	1	2	1	6
	2.7	2	2	2	2	8
	2.8	2	2	2	2	8
	2.9	2	2	2	2	8
	2.10	2	2	2	1	7
	2.11	2	2	3	2	9
	2.12	2	2	3	2	9
	2.13	2	1	3	1	7
	2.14	2	2	3	2	9

ตารางที่ 3-21 การให้คะแนนพิจารณาเลือกแบบร่างด้านภาพลักษณ์ของ
บรรจุภัณฑ์ ครั้งที่ 3 แนวทางการออกแบบที่ 3 (Balance)

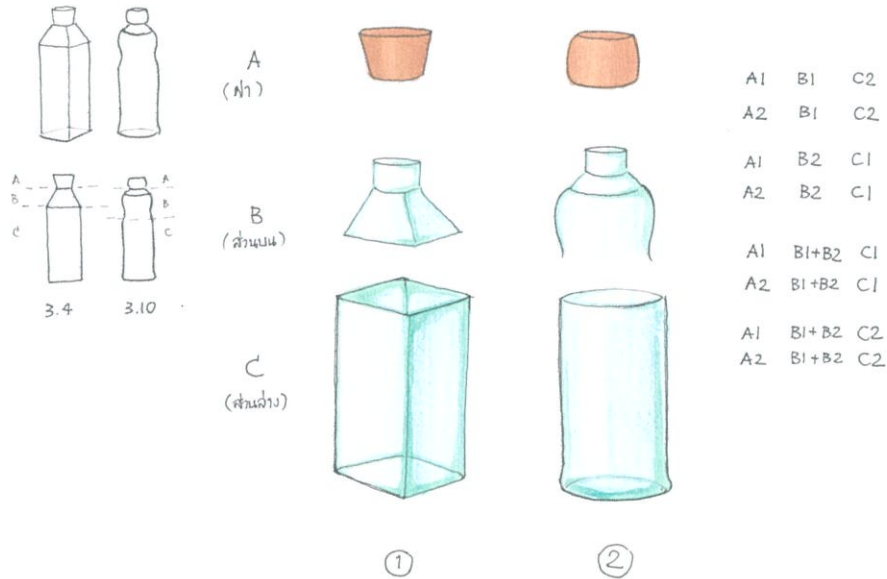
Route	แบบร่าง	เกณฑ์ในการคัดเลือก (0 - 3 คะแนน)				รวม
		การคิดใน อุตสาหกรรม	ความสามารถในการ พึ่งพาตนเอง	ภาพลักษณ์ที่ เหมาะสม	ความเหมาะสม ในการใช้งาน	
Route 3 Balance	3.1	2	2	2	2	8
	3.2	2	2	3	2	9
	3.3	2	3	2	3	10
	3.4	2	3	3	3	<u>11</u>
	3.5	2	2	2	2	8
	3.6	2	2	3	3	10
	3.7	2	2	3	2	9
	3.8	2	2	3	2	9
	3.9	2	2	3	2	9
	3.10	2	3	3	3	<u>11</u>
	3.11	2	3	2	3	10
	3.12	2	2	3	3	10
	3.13	2	2	2	2	8
	3.14	2	2	3	2	9

จากตารางที่ 3-19 3-20 และ 3-21 แบบร่างที่ผ่านการพิจารณาตามเกณฑ์และได้
คะแนนสูงสุดคือ แบบร่างในแนวทางการออกแบบที่ 3 แบบที่ 3.4 และแบบที่ 3.10 ดังแสดงในภาพ
ที่ 3-54

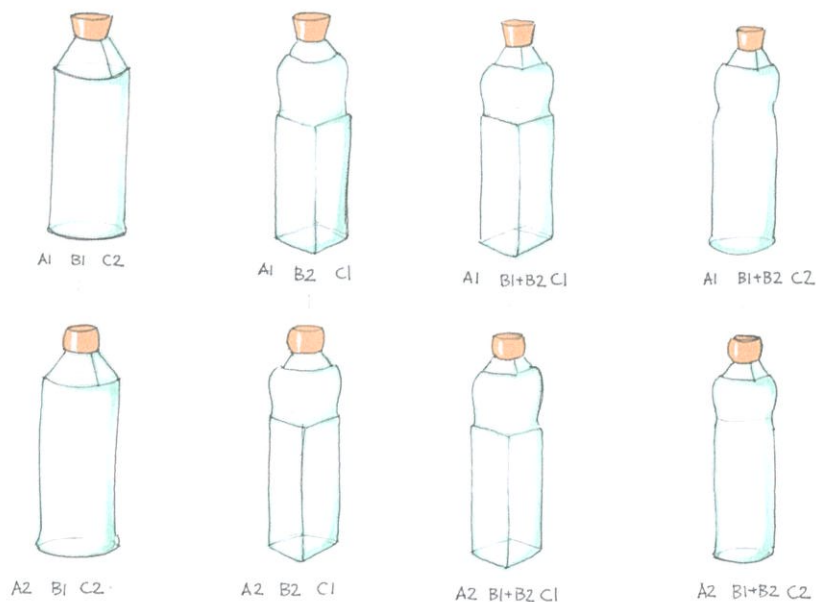


ภาพที่ 3-54 แบบบรรจุภัณฑ์ที่ผ่านการพิจารณาในการออกแบบครั้งที่ 3
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

เนื่องจากแบบที่ผ่านการพิจารณามีคะแนนที่เท่ากัน 2 แบบ จึงทำการวิเคราะห์แบบเพื่อนำมาสร้างเป็นโครงสร้างในรูปแบบต่างๆ และทำการพิจารณาเลือกอีกครั้งหนึ่ง โดยทำการวิเคราะห์แยกโครงสร้างบรรจุภัณฑ์เป็นส่วนๆ คือ ส่วนฝา (A) ส่วนบน (B) และส่วนล่าง (C) ดังแสดงในภาพที่ 3-55 จากนั้นนำมาสร้างโครงสร้างด้วยการจับคู่ในแต่ละส่วนเข้าด้วยกัน เกิดเป็นโครงสร้างใหม่ทั้งหมด 8 แบบ ดังแสดงในภาพที่ 3-56



ภาพที่ 3-55 วิเคราะห์แยกโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ออกเป็น 3 ส่วน
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.



ภาพที่ 3-56 โครงสร้างที่เกิดจากการจับคู่ในแต่ละส่วนเข้าด้วยกัน
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

เมื่อได้แบบจากการจับคู่ทั้ง 8 แบบแล้ว จึงนำมาพิจารณาให้คะแนนเพื่อเลือกแบบอีกครั้งหนึ่ง ด้วยเกณฑ์การคัดเลือกเดิม ดังตารางที่ 3-22

ตารางที่ 3-22 การให้คะแนนพิจารณาเลือกแบบร่างด้านภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ ครั้งที่ 3 จากการจับคู่ส่วนของบรรจุภัณฑ์แบบที่ 3.4 และแบบที่ 3.10

แบบร่าง	เกณฑ์ในการคัดเลือก (0 - 3 คะแนน)				รวม
	การผลิตในอุตสาหกรรม	ความสามารถในการพึ่งพาตนเอง	ภาพลักษณ์ที่เหมาะสม	ความเหมาะสมในการใช้งาน	
A1 B1 C2	2	2	1	1	6
A2 B1 C2	2	2	1	2	7
A1 B2 C1	2	2	3	2	9
A2 B2 C1	2	2	3	3	<u>10</u>
A1 B1+B2 C1	2	2	2	2	8
A2 B1+B2 C1	2	2	2	3	9
A1 B1+B2 C2	2	2	3	1	8
A2 B1+B2 C2	2	2	3	2	9

จากการให้คะแนนในตารางข้างต้น แบบที่ได้คะแนนในการพิจารณามากที่สุดคือแบบที่เกิดจากการจับคู่ของส่วน A2 B2 C1 ดังแสดงในภาพที่ 3-57



A2 B2 C1

ภาพที่ 3-57 แบบบรรจุภัณฑ์สุดท้ายที่ผ่านการพิจารณาในการออกแบบครั้งที่ 3
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

เมื่อได้แบบภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์แล้ว ได้นำมาสร้างภาพรวมของบรรจุภัณฑ์
ในโครงการทั้งหมด โดยนำแบบภาพลักษณ์มารวมเข้ากับแบบจากการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติใน
หัวข้อที่ 3.3.3.2 สรุปได้ดังภาพที่ 3-58





























ภาพที่ 3-58 ภาพรวมของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ครั้งที่ 3 ของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

3.3.3.3 ด้านกราฟิกและการสื่อสาร

ในครั้งนี่เป็นการร่างแบบกราฟิกเพิ่มเติมจากครั้งที่ 2 ด้วยแนวความคิดและ
แนวทางในการออกแบบเดิม ดังภาพที่ 3-40 หน้า 158

นอกจากนี้ ได้วิเคราะห์เพื่อกำหนดสีที่จะใช้ในกราฟิก สำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดที่มีกลิ่นหรือวัตถุดิบที่แตกต่างกัน โดยพิจารณาจากสีของวัตถุดิบสำคัญและเนื้อสีของผลิตภัณฑ์ ดังแสดงในภาพที่ 3-59

กลิ่น / วัตถุดิบสำคัญ	ภาพประกอบ	สีที่ใช้แทน	กลิ่น / วัตถุดิบสำคัญ	ภาพประกอบ	สีที่ใช้แทน
ดอกบ๊วย			มะกรูด		
ดอกกุหลาบ			ส้ม		
ดอกโมกซ์			ยูคาลิปตัส		
ใบหมี			สมุนไพรรวม		
โพล			ฟิงคิโมนด์		
ขมิ้น			คอลลาเจนทองคำ		
เสลดพังพอน					

ภาพที่ 3-59 สีที่ใช้ในกราฟิก สำหรับผลิตภัณฑ์ในโครงการ
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

จากแนวทางการออกแบบ ได้นำข้อมูลที่เป็นต้องแสดงในฉลาก (หัวข้อที่ 2.8 หรือ 3.3.2.3) และสีที่ใช้ในกราฟิก มาใช้ในการร่างแบบกราฟิกเพิ่มเติมได้ดังนี้

แนวทางการออกแบบที่ 1 - เป็นการนำเสนอช่วงเวลาเวลาราวกับถูกสะกด เมื่อได้ค้นพบความล้ำค่าของวัตถุดิบในธรรมชาติ โดยกราฟิกเป็นการสื่ออารมณ์ที่ลึกซึ้ง น่าค้นหาและมีค่า ดังแสดงในภาพที่ 3-60



ภาพที่ 3-60 แบบร่างภาพลักษณะกราฟิกและการสื่อสารครั้งที่ 3 แนวทางการออกแบบที่ 1
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

แนวทางการออกแบบที่ 2 - เมื่อเกิดความรักและหลงใหลในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จะตั้งใจศึกษาค้นคว้าอย่างลึกซึ้ง จึงเป็นการนำเสนอช่วงเวลาในการศึกษา หาความรู้ในสรรพคุณของวัตถุดิบ เพื่อให้ผู้บริโภคได้ศึกษาข้อมูลไปพร้อมๆ กับการอ่านฉลาก โดยนำเสนอผ่านแนวทางการจัดบันทึก หรือในรูปแบบตำราและหนังสือ ดังภาพที่ 3-61



ภาพที่ 3-61 แบบร่างภาพลักษณะกราฟิกและการสื่อสารครั้งที่ 3 แนวทางการออกแบบที่ 2
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

แนวทางการออกแบบที่ 3 - เป็นการนำเสนอช่วงเวลาหลังจากการได้สัมผัสคุณค่าของผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบทางธรรมชาติ ทำให้รู้สึกผ่อนคลาย เคลิบเคลิ้ม สดชื่น โดยกราฟิกเป็นการสื่ออารมณ์สดชื่น ผ่อนคลาย สบายตา ดังภาพที่ 3-62

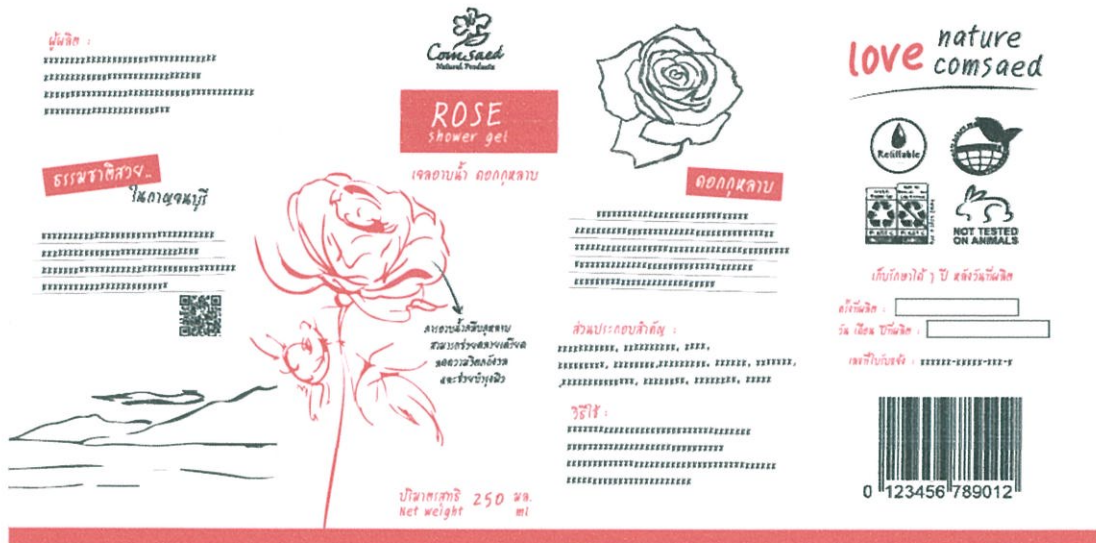


ภาพที่ 3-62 แบบร่างภาพลักษณ์กราฟิกและการสื่อสารครั้งที่ 3 แนวทางการออกแบบที่ 3
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

การพิจารณาคัดเลือกแบบร่างกราฟิกครั้งที่ 3 มีเกณฑ์ในการคัดเลือกแบบร่างดังนี้

- 1) สื่อแนวความคิดในการออกแบบ
- 2) ภาพลักษณ์เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม
- 3) มีเอกลักษณ์ที่น่าจดจำ แตกต่างจากคู่แข่งทางการตลาด
- 4) การแบ่งแยกชนิดของผลิตภัณฑ์

ซึ่งจากการพิจารณาแนวทางการออกแบบทั้งหมด แบบร่างที่พิจารณาคัดเลือกมาในครั้งนี้ได้แสดงในภาพที่ 3-63 และ 3-64



ภาพที่ 3-63 แบบร่างภาพลักษณ์กราฟิกและการสื่อสารครั้งที่ 3 ที่ผ่านการพิจารณาคัดเลือก พร้อมแสดงข้อมูลต่างๆ บนฉลาก
 ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.



ภาพที่ 3-64 แบบร่างภาพลักษณ์กราฟิกและการสื่อสารครั้งที่ 3 ที่ผ่านการพิจารณาคัดเลือก พร้อมแสดงข้อมูลต่างๆ บนฉลาก ในแต่ละผลิตภัณฑ์ที่มีกลิ่นหรือวัตถุดิบที่ต่างกัน
 ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

3.3.3.4 หุ่นจำลองต้นแบบในการจัดทำแบบร่างครั้งที่ 3

ในครั้งนี้ได้จัดทำหุ่นจำลองต้นแบบ เพื่อศึกษานาตศาสตร์ส่วนของบรรจุภัณฑ์และกราฟิก โดยได้ดำเนินการกำหนดขนาดของบรรจุภัณฑ์เบื้องต้น ตามปริมาตรการบรรจุของแต่ละผลิตภัณฑ์ในโครงการ ดังภาพที่ 3-65 เพื่อสะดวกต่อการจัดทำแบบจำลองต้นแบบ ดังภาพที่ 3-66 และ 3-67



ภาพที่ 3-65 แบบร่างเพื่อกำหนดขนาดเบื้องต้น เพื่อจัดทำหุ่นจำลองต้นแบบ
ของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ จากแบบร่างครั้งที่ 3
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.



ภาพที่ 3-66 หุ่นจำลองต้นแบบและกราฟิกของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ (1)
จากแบบร่างครั้งที่ 3
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.



ภาพที่ 3-67 หุ่นจำลองต้นแบบและกราฟิกของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ (2)
จากแบบร่างครั้งที่ 3
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

ข้อเสนอแนะของคณะกรรมการ สำหรับแนวความคิดและการออกแบบในขั้นตอน
แบบร่าง ครั้งที่ 3

- 1) ด้านการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติมาใช้กับบรรจุภัณฑ์และการจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม
 - แนวทางการนำวัสดุมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์ หรือชิ้นส่วนต่างๆ เป็นการเพิ่มภาระให้กับค่าแสด ไม่เข้ากับตัวตนของค่าแสด
 - การนำวัสดุมาใช้ตอนนี้เป็นงานช่างมากเกินไป ลองใช้วัสดุมาเพื่อการประดับตกแต่ง ประดิษฐ์ตามความสามารถแบบพึ่งพาตนเอง มิเช่นนั้นจะเป็นการเพิ่มภาระให้กับค่าแสด
 - ทบทวนวัตถุประสงค์ของการออกแบบกล่อง ชุดผลิตภัณฑ์ของค่าแสดฯ การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อชื่อเป็นของขวัญ ส่งมอบ ส่งต่อให้ผู้บริโภครู้จักค่าแสดฯ มากขึ้น เช่น การนำวัสดุมาใช้เป็นส่วนเสริม อย่างเช่นนำมาทำกล่อง ตะกร้า กระบะ เพื่อบรรจุชุดสปา
- 2) ด้านภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์
 - รูปทรงของบรรจุภัณฑ์สามารถออกแบบได้อย่างอิสระมากกว่านี้ เพื่อให้ภาพลักษณ์เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์มากขึ้น
- 3) ด้านกราฟิกและการสื่อสาร
 - ภาพลักษณ์โดยรวมคล้ายกับผลิตภัณฑ์ยามากเกินไป
 - ภาพความเป็นตัวตนของค่าแสดและการท่องเที่ยวของกาญจนบุรียังไม่ชัดเจน

การวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงเพิ่มเติม

วิเคราะห์เพื่อหาแนวทางนำวัสดุธรรมชาติมาใช้ในการออกแบบตามความเหมาะสม ไม่เป็นการเพิ่มภาระหรืองานที่เกินความสามารถของค่าแสด รวมถึงพัฒนารูปแบบของภาพลักษณ์บรรจุภัณฑ์และกราฟิกให้สามารถสื่อสารตัวตนของค่าแสด และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของกาญจนบุรีให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้นในขั้นตอนการพัฒนาการออกแบบต่อไป

3.3.4 แนวความคิดและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในขั้นตอนพัฒนาแบบร่าง

ในขั้นตอนพัฒนาแบบร่างครั้งนี้ ได้ปรับเปลี่ยนวิธีการทำงาน จากการทำทีละส่วน คือ ส่วนของการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติ รูปทรงและภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ และส่วนของกราฟิก และการสื่อสาร มาเป็นการออกแบบโดยพิจารณาทุกส่วนพร้อมกันเพื่อให้เกิดภาพรวมของบรรจุภัณฑ์ กราฟิกและวัสดุธรรมชาติที่นำมาใช้อย่างชัดเจน ในส่วนของการนำวัสดุธรรมชาติมาใช้ได้พิจารณาแก้ไขตามคำแนะนำของคณะกรรมการ ลดขั้นตอนการผลิตให้เหมาะสมกับความสามารถของคำแสด ด้วยการนำวัสดุธรรมชาติมาตกแต่งหรือนำมาใช้เพื่อการสื่อสารบนบรรจุภัณฑ์ เช่น ป้ายคล่อง ดอกไม้ตกแต่ง เป็นต้น ดังแสดงในภาพที่ 3-68



ตกแต่งด้วยวัสดุธรรมชาติ

(แสดงออกถึงความเอาใจใส่และความมีค่าของผลิตภัณฑ์)

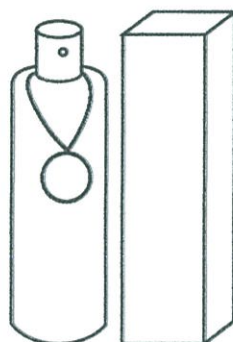
- ข้อมูลบางส่วน

บรรจุภัณฑ์ชั้นใน

- ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่กฎหมายกำหนด

(บางส่วนของจำเป็น)

- ข้อมูลการท่องเที่ยว (บางส่วนของ)



บรรจุภัณฑ์ชั้นนอก

(แสดงออกถึงความมีค่าของผลิตภัณฑ์)

- ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่กฎหมายกำหนด

- ข้อมูลวัตถุดิบ

- ข้อมูลที่มา แนวความคิด

- ข้อมูลการท่องเที่ยว

ภาพที่ 3-68 แนวทางการนำวัสดุธรรมชาติมาตกแต่งหรือนำมาใช้เพื่อการสื่อสารบนบรรจุภัณฑ์

ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

นอกจากนี้ได้ปรับเปลี่ยนแนวความคิดในการออกแบบใหม่ เพื่อให้สื่อสารถึงจุดเด่นในด้านการนำสิ่งที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์ของผลิตภัณฑ์คำแสดฯ ที่แตกต่างจากคู่แข่ง ดังแสดงรายละเอียดในภาพที่ 3- 69



ภาพที่ 3-69 แนวความคิดในการออกแบบ ในขั้นตอนพัฒนาแบบร่าง
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

แนวทางการออกแบบทั้ง 3 แนวทาง จะครอบคลุมการทำแบบร่างทั้งภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ และกราฟิก โดยมีวัสดุธรรมชาติเป็นส่วนเสริมเพิ่มเติมเข้ามาในการตกแต่งและสื่อสารบนบรรจุภัณฑ์ โดยมีรายละเอียดของแต่ละแนวทางและแบบร่างดังนี้

1) ความพิถีพิถันแบบไทยประยุกต์ (Thai-Contemporary)

นำเสนอความพิถีพิถันในแบบไทยประยุกต์ เช่น งานฝีมือ ภูมิปัญญาที่มีรายละเอียด ประณีต โดยภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ได้แรงบันดาลใจมาจากภูมิปัญญาและศิลปะแบบไทย และการนำความละเอียดลออในการสร้างลวดลายมาใช้เป็นองค์ประกอบในกราฟิก ดังแสดงในภาพที่ 3-70

ความพิถีพิถันแบบไทยประยุกต์ THAI CONTEMPORARY

- งานฝีมือ
- ภูมิปัญญา
- มีรายละเอียด
- ละเอียดลออ
- ประณีต



ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์และกราฟิก

ROUTE

1

STRUCTURE



แรงบันดาลใจของโครงสร้าง
เครื่องใช้รอบตัวจากภูมิปัญญาและศิลปะไทย

GRAPHIC

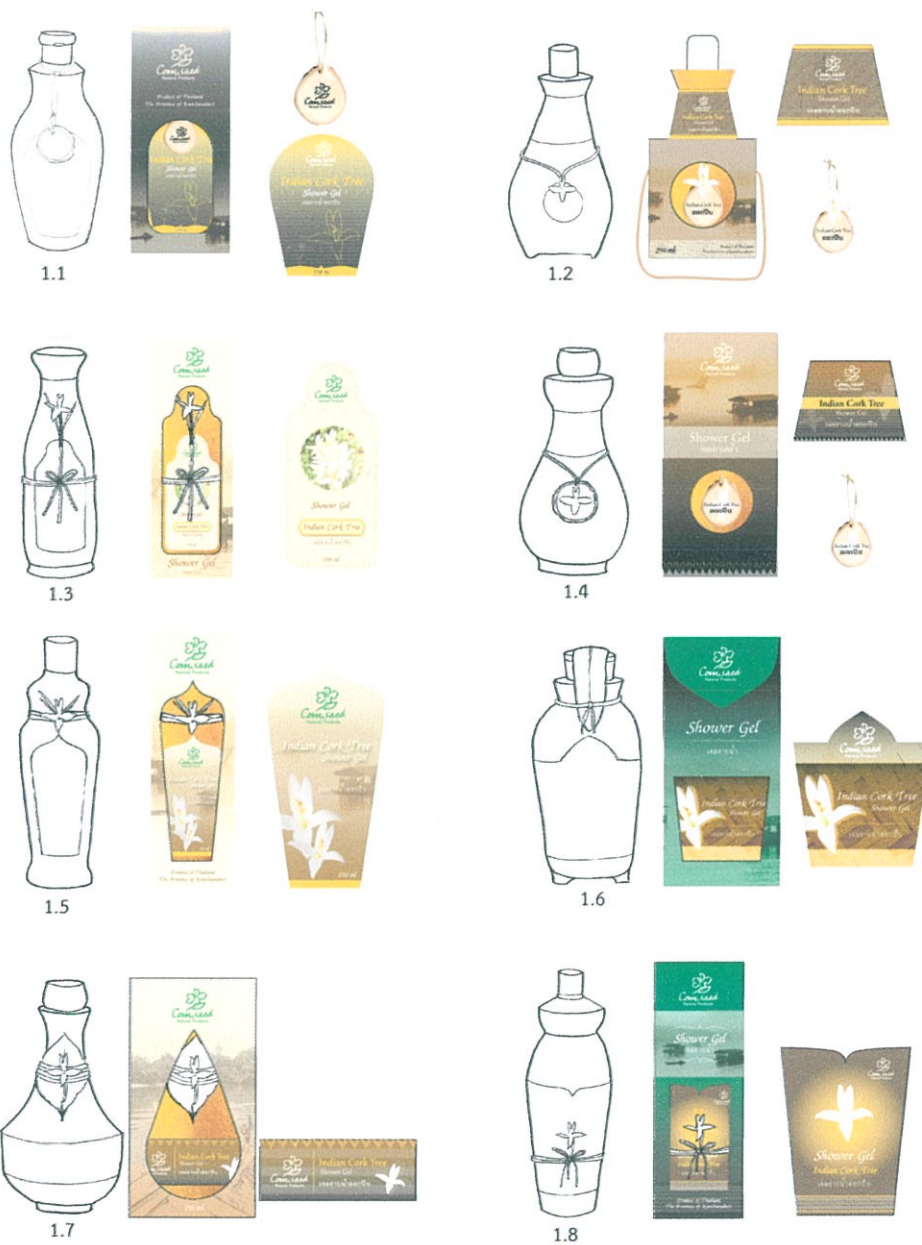


แรงบันดาลใจ / องค์ประกอบของกราฟิก
สร้างรูป ลวดลายที่มีรายละเอียดของงานฝีมือหรือศิลปะไทย
/ ภาพถ่าย ภาพวาดมือ ลายมือ

ภาพที่ 3-70 แนวทางการออกแบบที่ 1 ในการพัฒนาแบบร่าง

ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

มีการใช้วัสดุธรรมชาติมาใช้เป็นปากคล้องเพื่อออกกลิ่น หรือใช้ดอกไม้ ใบไม้มาเป็นองค์ประกอบหนึ่งของกราฟิกบนฉลาก และใช้ภาพการท่องเที่ยวเป็นภาพพื้นของบรรจุภัณฑ์ชั้นนอก ดังภาพที่ 3-71



ภาพที่ 3-71 แบบร่างบรรจุภัณฑ์และกราฟิกแนวทางการออกแบบที่ 1 ในการพัฒนาแบบร่าง
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

2) ความพึงพิถันแบบสมัยใหม่ (Modern)

นำเสนอความพึงพิถันในแบบสมัยใหม่ในด้านเทคโนโลยีที่มีมาตรฐาน โดยภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ได้แรงบันดาลใจมาจาก เครื่องใช้รอบตัวสมัยใหม่ และการนำความเรียบง่าย เรียบง่ายมาใช้ในการสร้างลวดลายเพื่อใช้เป็นองค์ประกอบในกราฟิก ดังแสดงในภาพที่ 3-72



ภาพที่ 3-72 แนวทางการออกแบบที่ 2 ในการพัฒนาแบบร่าง
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

มีการใช้วัสดุธรรมชาติมาใช้เป็นป้ายคลั่งเพื่อปกกกลิ่น หรือใช้ดอกไม้ ใบไม้มาเป็นองค์ประกอบหนึ่งของกราฟิกบนฉลาก และใช้ภาพการท่องเที่ยวเป็นภาพพื้นของบรรจุภัณฑ์ชั้นนอก โดยเน้นภาพ สี สดวคล้ายที่เรียบง่าย ดังภาพที่ 3-73



ภาพที่ 3-73 แบบร่างบรรจุภัณฑ์และกราฟิกแนวทางการออกแบบที่ 2 ในการพัฒนาแบบร่าง
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ, 2556.

3) ความพิถีพิถันแบบธรรมชาติ (Natural)

นำเสนอความพิถีพิถันในแบบของธรรมชาติ เช่น โครงสร้างที่ธรรมชาติ สร้างสรรค์ขึ้นอย่างพิถีพิถัน มีความละเอียดซับซ้อน เป็นต้น ดังภาพที่ 3-74



ภาพที่ 3-74 แนวทางการออกแบบที่ 3 ในการพัฒนาแบบร่าง
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ได้แรงบันดาลใจมาจากโครงสร้างที่ธรรมชาติสร้างขึ้น อาทิ โครงสร้างของตาข่ายบนใบไม้ หรือวงปีของท่อนไม้ ส่วนของกราฟิกก็ใช้การเรียงซ้ำกัน หรือลายเส้นที่ซับซ้อนมาจัดเรียงให้เกิดเป็นภาพ เป็นต้น ดังภาพที่ 3-75



ภาพที่ 3-75 แบบร่างบรรจุภัณฑ์และกราฟิกแนวทางการออกแบบที่ 3 ในการพัฒนาแบบร่าง
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

3.3.4.1 การพิจารณาเลือกแบบในการพัฒนาแบบร่าง
 การพิจารณาเลือกแบบร่างทั้งหมดจาก 3 แนวทางการออกแบบ ได้คำนึงถึงเกณฑ์การคัดเลือกดังต่อไปนี้

ภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์

1) การผลิตในอุตสาหกรรม :

ความสามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม

2) ความสามารถในการพึ่งพาตนเอง :

ความสามารถในการบรรจุ ประกอบหรือติดฉลากบนบรรจุภัณฑ์ด้วยตนเอง

3) ภาพลักษณ์ที่เหมาะสม :

ภาพลักษณ์เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ เพื่อสุขภาพและความงาม

4) ความเหมาะสมในการใช้งาน :

การใช้งานผลิตภัณฑ์ การขนส่ง และพื้นที่ในการให้ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์

กราฟิกและการสื่อสาร

1) สื่อแนวความคิดในการออกแบบ

2) ภาพลักษณ์เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม

3) มีเอกลักษณ์ที่น่าจดจำ แตกต่างจากคู่แข่งทางการตลาด

4) การแบ่งแยกชนิดของผลิตภัณฑ์

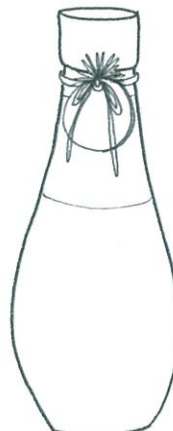
แบบร่างที่ผ่านการพิจารณาได้แก่ โครงสร้างและกราฟิกจากแบบที่ 1.3 2.4 และ 2.8 ดังแสดงในภาพที่ 3-76 และ 3-77



1.3



2.4



2.8

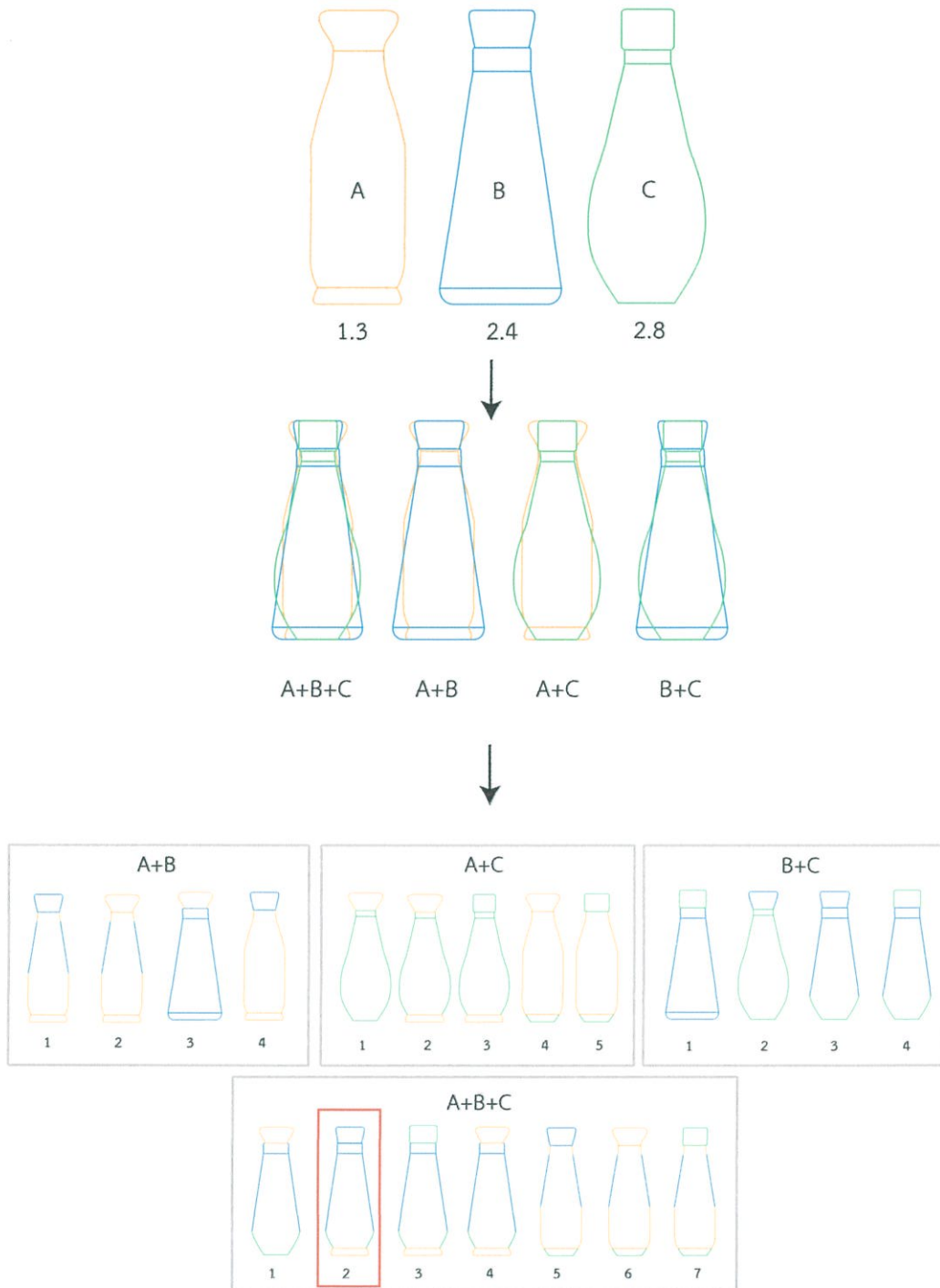
ภาพที่ 3-76 แบบร่างบรรจุภัณฑ์ที่ผ่านการพิจารณา ในการพัฒนาแบบร่าง
 ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.



ภาพที่ 3-77 แบบร่างกราฟิกที่ผ่านการพิจารณา ในการพัฒนาแบบร่าง
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

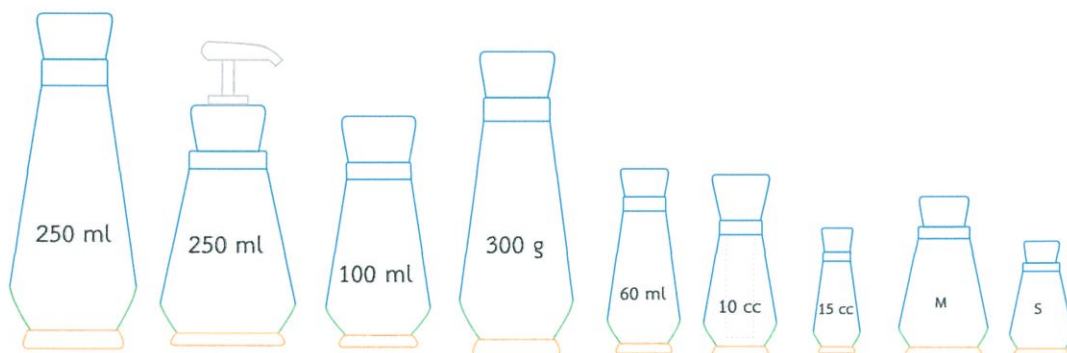
3.3.4.2 การพัฒนาแบบก่อนทำหุ่นจำลองแบบ

1) การพัฒนาภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ ได้ทดลองนำรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ของแบบร่างที่ผ่านการคัดเลือกมาสร้างเป็นรูปทรงใหม่ ดังภาพที่ 3-78



ภาพที่ 3-78 การพัฒนาแบบร่างบรรจุภัณฑ์ที่ผ่านการพิจารณาเพิ่มเติม ก่อนทำหุ่นจำลองแบบ
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

แบบที่พิจารณาเลือกมาตามเกณฑ์การคัดเลือก จากภาพที่ 3-78 คือ แบบ A+B+C แบบที่ 2 ซึ่งมีภาพลักษณ์ที่มีความเป็นไทยประยุกต์ผสมผสานกับความทันสมัย และได้จัดทำขนาดสัดส่วนของบรรจุภัณฑ์แต่ละผลิตภัณฑ์ในโครงการ เพื่อการทำหุ่นจำลองต้นแบบดังในภาพที่ 3-79



ภาพที่ 3-79 ขนาดสัดส่วนของบรรจุภัณฑ์เพื่อการทำหุ่นจำลองแบบ
ในภาพรวมของผลิตภัณฑ์ในโครงการ
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

3.3.4.3 ด้านกราฟิกและการสื่อสาร

หลังจากที่ได้พิจารณาเลือกโครงสร้างบรรจุภัณฑ์แล้ว ได้พัฒนารูปแบบของกราฟิกให้เข้ากับภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ คือมีความเป็นไทยประยุกต์ผสมผสานกับความทันสมัย โดยนำวิธีการแสดงภาพของวัตถุดิบในแบบที่ 2.4 การจัดองค์ประกอบและรูปแบบตัวอักษรในแบบที่ 1.3 รวมเข้ากับการใช้วัสดุธรรมชาติในแบบที่ 2.8 แสดงในภาพที่ 3-77 มาใช้ในการพัฒนารูปแบบกราฟิก ดังแสดงในภาพที่ 3-80



ภาพที่ 3-80 การพัฒนาแบบร่างกราฟิกและการใช้วัสดุธรรมชาติที่ผ่านการพิจารณา
เพิ่มเติมก่อนทำหุ่นจำลองแบบ
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

นอกจากนี้ได้พัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์ชั้นนอก ให้มีภาพลักษณ์และการสื่อสารข้อมูลต่างๆที่เข้ากับบรรจุภัณฑ์ชั้นใน รวมถึงนำเสนอภาพและข้อมูลของการท่องเที่ยวเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไปยังผู้บริโภค ดังภาพที่ 3-81



ภาพที่ 3-81 การพัฒนาแบบร่างกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ชั้นนอกเพิ่มเติม ก่อนทำหุ่นจำลองแบบ
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

3.3.4.3 หุ่นจำลองต้นแบบในการพัฒนาแบบร่าง



ภาพที่ 3-82 หุ่นจำลองต้นแบบและกราฟิกของผลิตภัณฑ์ในโครงการ
จากการพัฒนาแบบร่าง
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.



ภาพที่ 3-83 หุ่นจำลองต้นแบบและกราฟิกของผลิตภัณฑ์ในโครงการ
จากการพัฒนาแบบร่าง (บรรจุภัณฑ์ในบรรจุภัณฑ์ชั้นนอก)
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.



ภาพที่ 3-84 หุ่นจำลองต้นแบบและกราฟิกของผลิตภัณฑ์ในโครงการ
จากการพัฒนาแบบร่าง (ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ขึ้นนอกด้านหน้าและขวา)
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ, 2556.



ภาพที่ 3-85 หุ่นจำลองต้นแบบและกราฟิกของผลิตภัณฑ์ในโครงการ
จากการพัฒนาแบบร่าง (ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ขึ้นนอกด้านหลังและซ้าย)
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ, 2556.

ข้อเสนอแนะของคณะกรรมการ สำหรับแนวความคิดและการออกแบบในขั้นตอนพัฒนาแบบร่าง

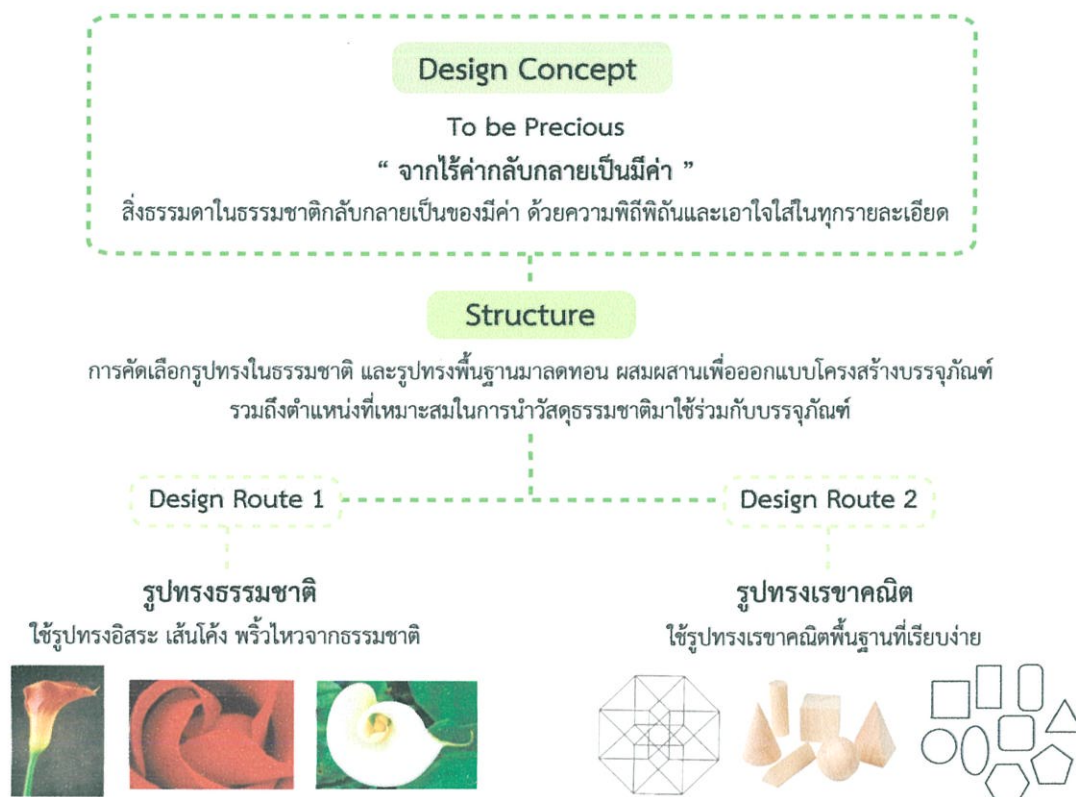
- 1) ด้านการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติมาใช้กับบรรจุภัณฑ์และการจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อม
 - การใช้วัสดุธรรมชาติกับการตกแต่งบนบรรจุภัณฑ์ยังคงคล้ายๆกับที่มีอยู่ในท้องตลาด ยังไม่น่าสนใจ
 - บทบาทของวัสดุธรรมชาติที่ใช้ตกแต่งมีประโยชน์น้อยมาก
- 2) ด้านภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์
 - รูปทรงของบรรจุภัณฑ์ไม่แสดงออกถึงความเป็นคำแสดฯ
 - การนำการตกแต่งภายในรีสอร์ทยังไม่โดดเด่นเพียงพอที่จะมาใช้เป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบ ความเป็นธรรมชาติที่เรียบง่ายน่าจะเป็นความโดดเด่นในแบบของคำแสดฯ มากกว่า
 - การมีบรรจุภัณฑ์ชั้นนอกในทุกผลิตภัณฑ์ ทำให้สิ้นเปลืองเงินความจำเป็น และขัดแย้งกับแนวความคิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
- 3) ด้านกราฟิกและการสื่อสาร
 - ภาพลักษณ์โดยรวมมีความเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อความงามมากขึ้น
 - แยกแยะประเภทของสินค้าได้ยาก
 - รูปแบบการนำเสนอยังไม่นำเสนอความพิถีพิถันในแบบของคำแสดฯ
 - ภาพรวมของการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวยังไม่ชัดเจน
 - การสื่อสารกับผู้บริโภคสามารถสื่อสารได้หลากหลายวิธี มากกว่าการใช้บรรจุภัณฑ์ชั้นนอกในการสื่อสารเพียงอย่างเดียว

การวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงเพิ่มเติม

ปรับปรุงแนวทางในการออกแบบให้เรียบง่ายและเหมาะสมกับความเป็นคำแสดฯ และพิจารณาการใช้วัสดุธรรมชาติให้มีบทบาทมากยิ่งขึ้น วิเคราะห์หาแนวทางการนำเสนอความพิถีพิถันในรูปแบบของคำแสดฯผ่านทางกราฟิก รวมถึงการกำหนดรูปแบบการนำเสนอต่างๆ อาทิ ฉลากบนบรรจุภัณฑ์ สื่อส่งเสริมการขายต่างๆ เพื่อการออกแบบที่สามารถสื่อสารไปยังผู้บริโภคให้ชัดเจนและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

3.3.5 แนวความคิดและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในขั้นตอนสุดท้าย

ในครั้งนี้อย่างคงวิธีการในการจัดทำแบบร่างและแนวความคิดในการออกแบบเช่นเดียวกับการพัฒนาแบบร่าง มีการปรับเปลี่ยนแนวทางในการออกแบบใหม่ให้มีความเรียบง่าย ไม่ซับซ้อนมากเกินไป เหมาะสมกับตัวตนและความสามารถในการดำเนินการจัดการต่างๆ ในโครงการของ คำแสดฯ ซึ่งแบ่งแนวทางในการออกแบบได้ดังภาพที่ 3-86



ภาพที่ 3-86 แนวความคิดในการออกแบบขั้นสุดท้าย

ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ, 2556.

แนวทางการออกแบบทั้ง 2 แนวทาง ได้นำมาใช้กำหนดแนวทางเพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ กราฟิก และการนำวัสดุธรรมชาติมาใช้ร่วมกับบรรจุภัณฑ์ ดังต่อไปนี้

1) รูปทรงธรรมชาติ

นำรูปทรงในธรรมชาติมาลดทอนเป็นโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ และใช้วัสดุธรรมชาติเข้ามาร่วมกับกราฟิกอย่างกลมกลืน เช่น ใช้ดอกไม้ กิ่งไม้จริงวางในตำแหน่งเดียวกับกราฟิกบนฉลาก เป็นต้น และใช้ภาพที่แสดงออกถึงความพิถีพิถันในขั้นตอนการดูแล การคัดสรรวัตถุดิบ รวมถึงการผลิตผลิตภัณฑ์เป็นองค์ประกอบหนึ่งบนกราฟิกด้วย ดังภาพที่ 3-87



ภาพที่ 3-87 แบบร่างบรรจุภัณฑ์และกราฟิกแนวทางการออกแบบที่ 1
 ในขั้นตอนสุดท้าย
 ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ, 2556.

2) รูปทรงเรขาคณิต

นำรูปทรงพื้นฐานอย่างรูปทรงเรขาคณิตมาผสมผสานเป็นโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ และใช้วัสดุธรรมชาติเข้ามาร่วมกับกราฟิกให้เกิดความเด่นชัด แตกต่างกันชัดเจน เช่น ป้ายไม้บนพื้นฉลากกราฟิกที่เป็นสีพื้น ภาพลายเส้นบนพื้นวัสดุไม้ เป็นต้น และใช้ภาพที่แสดงออกถึงความพิถีพิถันในขั้นตอนการดูแล การคัดสรรวัตถุดิบ รวมถึงการผลิตผลิตภัณฑ์เป็นองค์ประกอบหนึ่งบนกราฟิกด้วย ดังภาพที่ 3-88



2.1



2.2



2.3



2.4



2.5



2.6



2.7



2.8



2.9



ภาพที่ 3-88 แบบร่างบรรจุภัณฑ์และกราฟิกแนวทางการออกแบบที่ 2

ในขั้นตอนสุดท้าย

ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ, 2556.

3.3.5.1 การพิจารณาเลือกแบบขั้นตอนสุดท้าย

การพิจารณาเลือกแบบทั้งหมดจาก 2 แนวทางการออกแบบ ได้คำนึงถึงเกณฑ์การคัดเลือก เช่นเดียวกับครั้งที่ 4 (หัวข้อที่ 3.3.4.1) ซึ่งแบบที่ผ่านการพิจารณาได้แก่ โครงสร้างและกราฟิกจากแบบที่ 2.3 ดังแสดงในภาพที่ 3-89

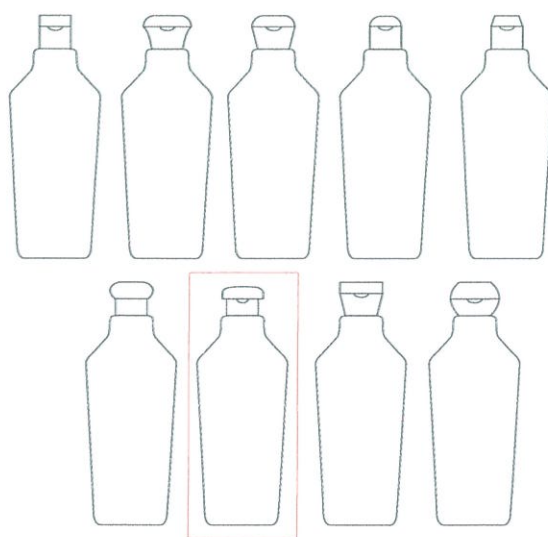


2.3

ภาพที่ 3-89 แบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกที่ผ่านการพิจารณา
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

3.3.5.2 การพัฒนาแบบในขั้นตอนสุดท้าย

1) การพัฒนาภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ ได้ทดลองปรับเปลี่ยนฝาของบรรจุภัณฑ์ ให้สามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม และยังคงภาพลักษณ์เดิมจากแบบร่างได้ ดังแสดงภาพการทดลองและแบบที่พิจารณาเลือกในกรอบสี่เหลี่ยม ในภาพที่ 3-90



ภาพที่ 3-90 ทดลองปรับเปลี่ยนฝาของบรรจุภัณฑ์
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

2) การพัฒนากราฟิกและการสื่อสาร ได้นำองค์ประกอบ ภาพของวัสดุธรรมชาติ ธรรมชาติอย่างกิ่งไม้ ใบไม้ และภาพวัตถุดิบมาใช้ในการจัดองค์ประกอบ เพื่อแสดงถึงแนวความคิดในการออกแบบจากสิ่งธรรมดานำกลับมาใช้ให้มีความ คังแสดงภาพแบบพัฒนากราฟิกและแบบที่พิจารณาเลือกในกรอบสี่เหลี่ยม ในภาพที่ 3-91



ภาพที่ 3-91 การพัฒนาแบบร่างกราฟิกและการสื่อสาร ในขั้นตอนสุดท้าย
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

แบบที่พิจารณาเลือกมาในภาพที่ 3-91 ได้นำมาปรับปรุงในส่วนของการให้ข้อมูลบนฉลากต่างๆ ให้เป็นระเบียบและน่าสนใจมากยิ่งขึ้น รวมถึงเพิ่มแถบสีด้านบนของฉลากเพื่อใช้ในการแบ่งกลิ่นของผลิตภัณฑ์ และจัดทำข้อมูลด้านอื่นๆ บนฉลากให้สมบูรณ์ตามกฎหมายกำหนด และเพื่อให้เกิดความหลากหลายในการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว จึงได้กำหนดสถานที่ท่องเที่ยวคู่กับผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท โดยกระจายสถานที่ท่องเที่ยวให้ครอบคลุมในทุกๆอำเภอของจังหวัดกาญจนบุรี ดังภาพที่ 3-92

ผลิตภัณฑ์	สถานที่ท่องเที่ยว	ตัวอย่างภาพ	ผลิตภัณฑ์	สถานที่ท่องเที่ยว	ตัวอย่างภาพ
เจลล้างมือ	สะพานมอญ		เกลือขัดผิว	ถ้ำเนรมิต	
เจลอาบน้ำ	ล่องแพแม่น้ำแคว		ชา	ทิวทัศน์เขาใหญ่	
แชมพู	น้ำตกเอราวัณ		น้ำหอม	สะพานข้ามแม่น้ำแคว	
ครีมบวดผม	น้ำตกแม่หัวขมิ้น		น้ำม้นหอมระเหย	ทิวทัศน์เขาขาด	
สบู่ก้อน	ถ้ำธารลอด		ยาหม่อง	เนินเสาธง	
น้ำม้นบำรุงผิว	น้ำตกโทรโยคใหญ่		ลูกประคบ	เมืองบาดาล	
น้ำม้นบวด	ถ้ำดาวดึงส์				

ภาพที่ 3-92 สถานที่ท่องเที่ยวที่จะใช้ในการประชาสัมพันธ์ร่วมกับบรรจุภัณฑ์
ของผลิตภัณฑ์ในโครงการ
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.



ภาพที่ 3-93 ตัวอย่างแบบสุคทำยของกราฟิกและการสื่อสาร
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

3) การพัฒนาการใช้วัสดุธรรมชาติร่วมกับบรรจุภัณฑ์ ได้พัฒนาจากการใช้ป้ายคล็องไม้ที่แสดงตราผลิตภัณฑ์ เป็นป้ายเพื่อการสื่อสารอื่นๆ อาทิ สื่อสารถึงการใช้วัสดุเหลือใช้ ป้ายแสดงสินค้าขายดี สินค้าคุณภาพ เป็นต้น รวมถึงพิจารณาแบบร่างการใช้วัสดุธรรมชาติในครั้งที่ 3-8) คือ ใช้เศษไม้มาประกอบเป็นคอของขวดพลาสติก โดยครั้งนี้จะใช้ประโยชน์จากสีของไม้ที่สามารถย้อมสีธรรมชาติได้ในการแบ่งประเภทของผลิตภัณฑ์ โดยกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด (Personal Care) จะใช้คอไม้สีอ่อน และกลุ่มผลิตภัณฑ์บำรุงผิว (Skin Treatment) จะใช้คอไม้สีเข้ม ดังแสดงในภาพที่ 3-94



ภาพที่ 3-94 ตัวอย่างแบบป้ายคล็องจากเศษท่อนไม้เพื่อการสื่อสารร่วมกับบรรจุภัณฑ์
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.



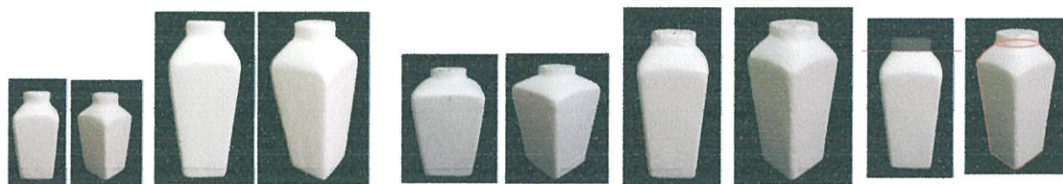
ภาพที่ 3-95 ตัวอย่างคอขวดจากเศษท่อนไม้เพื่อการแบ่งแยกกลุ่มของผลิตภัณฑ์
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

3.3.5.3 หุ่นจำลองต้นแบบในการจัดทำแบบขั้นตอนสุดท้าย

ได้จัดทำขนาดสัดส่วนของบรรจุภัณฑ์แต่ละผลิตภัณฑ์ในโครงการ เพื่อการทำหุ่นจำลองต้นแบบดังภาพที่ 3-96



ภาพที่ 3-96 ขนาดสัดส่วนของบรรจุภัณฑ์โดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์ในโครงการ
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.



ภาพที่ 3-97 หุ่นจำลองต้นแบบเพื่อการศึกษาขนาดสัดส่วน
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

หลังจากได้กำหนดสัดส่วนของบรรจุภัณฑ์แล้ว ได้จัดทำหุ่นจำลองแบบขั้นตอนสุดท้ายของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ พร้อมกราฟิกและสื่อส่งเสริมการขายอื่นๆ ดังจะแสดงภาพรวมของผลงานในบทถัดไป

บทที่ 4

การนำเสนอผลงาน

4.1 ภาพถ่ายหุ่นจำลอง

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ ผลิตจากวัสดุที่สามารถรีไซเคิลและนำกลับมาใช้ซ้ำได้ใหม่ ด้วยการนำบรรจุภัณฑ์กลับมาเติมผลิตภัณฑ์ได้ ณ จุดเติมผลิตภัณฑ์ในร้านค้าภายในรีสอร์ทและร้านค้าในห้างสรรพสินค้า โดยบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดจะใช้การติดฉลาก ไม่มีการพิมพ์ลงบนบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากข้อจำกัดด้านราคาและจำนวนในการผลิต จึงเน้นการคำนึงถึงความสามารถของค่าแสดฯที่สามารถทำได้จริงในปัจจุบัน เพื่อให้โครงการนี้เกิดประโยชน์และสามารถนำไปใช้จริงให้ได้มากที่สุด และเพื่อรองรับผลิตภัณฑ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต จึงได้จัดทำกราฟิกเพื่อรองรับกลิ่นหรือรสชาติของผลิตภัณฑ์เพิ่มเติมเข้ามาเป็นตัวอย่างให้กับผู้ผลิตต่อไป ดังในภาพที่ 4-1



ภาพที่ 4-1 ภาพถ่ายรวมผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

1) กลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด (Personal Care) จะใช้ขวดขวดไม้สีอ่อน และใช้สีขวดในการแบ่งแยกผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเดียวกัน ดังนี้

- เจลอาบน้ำ ขนาด 60, 250 และ 1,000 ml ใช้ขวด PET รีไซเคิลสีขาว
- แชมพู ขนาด 60, 250 และ 1,000 ml ใช้ขวด PET รีไซเคิลสีเขียวอ่อน
- ครีมนวดผม ขนาด 60, 250 และ 1,000 ml ใช้ขวด PET รีไซเคิลสีเขียวเข้ม
- เจลล้างมือ ขนาด 250 ml ใช้ขวด PET รีไซเคิลสีขาว พร้อมป้ายคล้องไม้แสดงสินค้าขายดี
- สบู่ก้อน ใช้กระดาษสาและกึ่งไม้ในการกลัด รวมถึงมีบรรจุภัณฑ์รวมหน่วย เพื่อการจัดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า

- ชุดพกพา บรรจุผลิตภัณฑ์ขนาด 60 ml เป็นกระเป๋าผ้าทอจากกลุ่มชุมชน กลัดด้วยกระดุมจากกึ่งไม้ท่อนเล็ก

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ในโครงการอาจมีการตกตะกอนของส่วนผสมซึ่งไม่เป็นอันตราย แต่ผู้บริโภคอาจเกิดความเข้าใจที่ผิดได้ จึงเลือกใช้วัสดุของบรรจุภัณฑ์ที่เป็นสีทึบ ดังในภาพ 4-2



ภาพที่ 4-2 ภาพถ่ายรวมผลิตภัณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด (Personal Care)
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

2) กลุ่มผลิตภัณฑ์บำรุงผิว (Skin Treatment) จะใช้ขวดขวดไม้สีเข้ม อาจใช้สีข้อมไม้ธรรมชาติเพื่อให้ได้สีเนื้อไม้ที่เข้มข้น ขวดบรรจุภัณฑ์ใช้แม่พิมพ์เดียวกันในผลิตภัณฑ์ที่มีปริมาณเท่ากัน แตกต่างกันที่สีของวัสดุตามความต้องการการปกป้องของแต่ละผลิตภัณฑ์ ดังนี้

- น้ำมันบำรุงผิว ขนาด 100 ml ใช้ขวด PET รีไซเคิลสีธรรมชาติ (ใส)
- น้ำมันนวด ขนาด 100 ml ใช้ขวด PET รีไซเคิลสีขาว
- เกลือขัดผิว ขนาด 300 g ใช้ขวด PET รีไซเคิลสีธรรมชาติ (ใส)

เนื่องจากกรรมวิธีในการผลิตน้ำมันบำรุงแตกต่างจากการผลิตผลิตภัณฑ์ในกลุ่มทำความสะอาด (Personal Care) น้ำมันที่ได้จากการสกัดเย็นจะได้เนื้อผลิตภัณฑ์ที่ใส รวมถึงผงเกลือขัดผิวที่จะมีสีเฉพาะตัวตามแต่ละวัตถุดิบ จึงใช้บรรจุภัณฑ์ที่แสดงความใสของเนื้อผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภค ดังในภาพ 4-3



ภาพที่ 4-3 ภาพถ่ายรวมผลิตภัณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์บำรุงผิว (Skin Treatment)
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

3) กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อความผ่อนคลาย (Aroma Spa)

- น้ำหอม ขนาด 10 cc เป็นสินค้าที่มีราคาสูง จึงใช้บรรจุภัณฑ์ขวดแก้วและฝาไม้ บรรจุลงในกล่องไม้พร้อมป้ายคล้องแสดงสินค้าคุณภาพ
- น้ำมันหอมระเหย ขนาด 15 cc ใช้ขวด PET รีไซเคิล สีชา
- ยาหม่อง ขนาด 20 และ 60 g ใช้กระปุก PET รีไซเคิล สีธรรมชาติ (ใส)
- ลูกประคบ ขนาด 80 และ 150 g ใช้ฐานวงแหวนไม้สำหรับตั้ง และใช้เชือกธรรมชาติผูกมัดกับวงแหวนสำหรับหิ้ว

ในผลิตภัณฑ์ที่มีขนาดเล็ก อาทิ น้ำมันหอมระเหยและยาหม่อง ได้จัดทำบรรจุภัณฑ์รวมหน่วยเพื่อการจัดจำหน่ายเพิ่มเติมเข้ามา ดังภาพที่ 4-4



ภาพที่ 4-4 ภาพถ่ายรวมผลิตภัณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อความผ่อนคลาย Aroma Spa

ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

4) กลุ่มผลิตภัณฑ์บริโภค

- ชา ขนาด 150 g ใช้กระป๋องอลูมิเนียม เนื่องจากมีความแข็งแรงทนทาน และสามารถเก็บรักษาคุณภาพของชาได้ดี รวมถึงสามารถนำกลับไปรีไซเคิลได้ง่าย
- ชา ชนิดเติม ขนาด 100 g ใช้ถุงพลาสติกย่อยสลายได้ ปิดผนึกเพื่อป้องกันอากาศและความชื้น ใช้เชือกธรรมชาติในการยึดติดกับบรรจุภัณฑ์แทนการใช้กาว ดังภาพที่ 4-5



ภาพที่ 4-5 ภาพถ่ายรวมผลิตภัณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์บริโภค
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

5) ชุดของขวัญ เป็นตะกร้าไม้ระแนงชั้นเล็กๆ มาต่อกันพร้อมป้ายคล้องไม้แสดงสินค้าคุณภาพ และพื้นที่สำหรับเขียนข้อความอวยพรสั้นๆ ใช้ฉลากกระดาษพาดผ่านตะกร้าเพื่อยึดขวดบรรจุภัณฑ์ให้อยู่ภายในตะกร้า

- ตะกร้าของขวัญขนาดเล็ก (Mini Gift Set) บรรจุเจลอาบน้ำและแชมพู แชมพูและครีม นวดผม

- ตะกร้าของขวัญชุดทำความสะอาดร่างกาย (Shower Gift Set) บรรจุเจลอาบน้ำ แชมพู และครีม นวดผม

- ตะกร้าของขวัญชุดเจลอาบน้ำดอกไม้ (Floral Shower Set) บรรจุเจลอาบน้ำทั้ง 4 กลิ่น

- ตะกร้าของขวัญชุดพิเศษ (Special Gift Set) บรรจุเจลอาบน้ำ แชมพู ครีม นวดผม เจลล้างมือ น้ำมันบำรุงผิว และเกลือขัดผิว ดังภาพที่ 4-6



ภาพที่ 4-6 ภาพถ่ายรวมผลิตภัณฑ์ชุดของขวัญ
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.



ภาพที่ 4-7 ภาพถ่ายการนำเสนอผลงานชิ้นสุดท้าย (1)
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.



ภาพที่ 4-8 ภาพถ่ายการนำเสนอผลงานชิ้นสุดท้าย (2)
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.



ภาพที่ 4-9 ภาพถ่ายการนำเสนอผลงานชิ้นสุดท้าย (3)
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

4.2 ภาพย่อแผ่นนำเสนอผลงาน

แผ่นการนำเสนอผลงานนี้ จะเริ่มตั้งแต่การวิเคราะห์ที่มาและแนวความคิดของตราผลิตภัณฑ์ ที่ใช้ในการกำหนดเอกลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์ที่จะสื่อสารให้ผู้บริโภคได้รับรู้และนำไปใช้ในการพัฒนาแนวความคิดของตราผลิตภัณฑ์ แนวความคิดของการออกแบบ โดยเน้นการนำเสนอลำดับขั้นตอนการคิดวิเคราะห์ และการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ จนกระทั่งการตีความข้อมูลทั้งหมดผ่านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ กราฟิกและส่วนส่งเสริมการขายต่างๆ



โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม ของคำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี

คำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท

Comsaed
River Kwai Resort

พ.ศ. 2536 ก่อตั้งรีสอร์ทบนพื้นที่ป่าและริมน้ำของพระราชวังหลวงป่าริมแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี

พ.ศ. 2542 **เผชิญกับปัญหา** วิกฤตเศรษฐกิจ ภัยธรรมชาติ ขาดเงินไหลเวียนเข้า วัตถุประสงค์เดิม

ปัจจุบัน **"เศรษฐกิจพอเพียง ด้วยการทำตนเอง"** ใช้วัสดุจากธรรมชาติและทรัพยากรในท้องถิ่น

โครงการเรารักโลก (We Save The Earth Project)

- จัดการขยะแบบครบวงจร
- พลังงานสีเขียว หรือพลังงานทดแทน
- ผลิตภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติ
- อนุรักษ์ธรรมชาติและสัตว์

ผลิตภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติ "คำแสด เนเจอร์ล โปรดัคส์"

Trash to Treasure
จากขยะไม่ใช้ของไม่ได้และของใช้ไม่ได้ ที่กลายเป็นผลิตภัณฑ์ธรรมชาติที่มีคุณภาพในรีสอร์ท และจำหน่ายให้แก่ผู้เยี่ยมชมในวันพักผ่อนริมน้ำ และวันที่ท่านชก อีกหนึ่งวิธีที่เราตั้งใจได้ช่วยกันมาเพื่อโลกใบนี้

สถานที่จัดจำหน่าย

ร้านคำในรีสอร์ท + **Golden Place** (คำในรีสอร์ท) + **THE MALL** (คำในเมือง) + **ESORN** (คำในเมือง)

สถานที่จัดจำหน่าย: คำในเมือง, คำในรีสอร์ท

ผู้บริหารกลุ่มเป้าหมาย

- กลุ่มผู้บริหารหลัก:** 50+ ปี, 10-20 ปี, รายได้ 8,000 - 20,000 บาท
- กลุ่มผู้บริหารรอง:** 30-50 ปี, รายได้ 20 - 40 ปี, รายได้ 20,000 - 40,000 บาท
- ผู้บริหารระดับกลาง:** 40-60 ปี, รายได้ 40,000 - 60,000 บาท

คู่แข่งทางการตลาด

คู่แข่งหลัก: YES ROCHER, ...

คู่แข่งรอง: ...

คู่แข่งรายสาขา: ...

สื่อสารไปยัง

ฟังพาดเองอย่างยั่งยืน
อนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม
พิถีพิถันในการดูแล คัดสรร
ความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ

**** สิ่งที่เราแตกต่างจากคู่แข่ง คือ**
เราผลิตผลิตภัณฑ์จากความสามารถของเราและชุมชนโดยรอบ โดยให้ความสำคัญในทุกๆ ขั้นตอนตั้งแต่การดูแล คัดสรรวัตถุดิบที่เราเมื่อ มาทำให้เกิดประโยชน์สูงสุด



จัดทำโดย **นายบัณฑิต เทศศิริ** รหัสนักศึกษา 52020201
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สาขาวิชาการออกแบบ ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ภาพที่ 4-10 แผ่นนำเสนอผลงานด้านความเป็นมา สถานที่จัดจำหน่าย ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย คู่แข่งทางการตลาด และสิ่งที่ต้องการสื่อสารไปยังผู้บริโภค
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ, 2556.



โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ
สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม
ของคำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี

สถานการณ์จำลองการจัดจำหน่าย

การสื่อสารแนวความคิดของผู้ผลิตและผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากคู่แข่ง ให้กับผู้บริโภคสามารถนำเสนอให้หลายรูปแบบ จึงกำหนดสถานการณ์จำลองในการจัดจำหน่ายขึ้น เพื่อกำหนดสิ่งที่จะออกแบบได้ดังนี้

สถานการณ์ที่ 1 : ผู้เยี่ยมชมรีสอร์ท



1. ผู้เยี่ยมชมรีสอร์ท
2. สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
3. เมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ในร้านค้ารีสอร์ท

 - ใช้งานสะดวก
 - ใช้งานง่าย
 - ใช้งานได้จริง



4. ซื้อผลิตภัณฑ์กลับบ้าน
5. เมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ไปใช้ที่บ้าน

 - ใช้งานสะดวก
 - ใช้งานง่าย
 - ใช้งานได้จริง

สถานการณ์ที่ 2 : ผู้บริโภคในเมือง (กรณี A)



1. ผู้บริโภคที่ทราบถึงสาร
2. เมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ในร้านในเมือง

 - ใช้งานสะดวก
 - ใช้งานง่าย
 - ใช้งานได้จริง



3. ซื้อผลิตภัณฑ์กลับบ้าน
4. เมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ไปใช้ที่บ้าน

สถานการณ์ที่ 3 : ผู้บริโภคในเมือง (กรณี B)



1. ผู้บริโภคที่สนใจเกี่ยวกับ
2. เมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ในร้านในเมือง

 - ใช้งานสะดวก
 - ใช้งานง่าย
 - ใช้งานได้จริง



3. ซื้อผลิตภัณฑ์กลับบ้าน
4. เมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ไปใช้ที่บ้าน

สิ่งที่ต้องออกแบบ

1 รูปแบบการจัดจำหน่าย

2 บรรจุภัณฑ์และกราฟิก

3 สื่อส่งเสริมการขาย

4 สถานที่จัดจำหน่าย

สื่อสาร
สอดคล้องกับ

แนวความคิด
ของผู้ผลิตและผลิตภัณฑ์

Brand Concept
Product Concept



จัดทำโดย นายนันทภูมิ เทศศิริ รหัสนักศึกษา 52020201
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สาขาวิชาการออกแบบ ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ภาพที่ 4-11 แผ่นนำเสนอผลงานด้านการจำลองสถานการณ์การจัดจำหน่ายเพื่อกำหนดสิ่งที่จะ
ออกแบบ และการวิเคราะห์แนวความคิดของผู้ผลิตและผลิตภัณฑ์
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.



โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม ของคำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี

ปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์



เพิ่มชื่อส่วนงานที่รับผิดชอบเข้ามา ด้วยคำว่า " Natural Products " เนื่องจากชื่อทางการค้าที่จดทะเบียนเอาไว้คือ คำแสด เนอเชอร์ล โปรดัคส์ (Comsaed Natural Products)

และยังคงคงประกอบเดิมของความผลิตภัณฑ์เดิมไว้บางส่วน เพื่อให้ผู้บริโภคเดิมของผลิตภัณฑ์สามารถจดจำตราผลิตภัณฑ์ได้ และเพื่อสื่อสารถึงความ เป็นผลิตภัณฑ์ธรรมชาติจากการดำเนินงานที่ยั่งยืนของคำแสด จึงแบ่งเป็น 2 แนวทาง ดังนี้

แนวทางที่ 1 ธรรมชาติ



แนวทางที่ 2 ความยั่งยืน



พัฒนาแบบ

Serif Font

Natural Products
Natural Products
Natural Products
Natural Products

Hand Script Font

Natural Products
Natural Products
Natural Products
Natural Products

Serif & Hand Script Font

Natural Products
Natural Products
Natural Products
Natural Products

แบบร่างที่ถูกต้องเลือก

- เกณฑ์ในการคัดเลือกแบบร่างตราผลิตภัณฑ์
- การสื่อสารถึงตราผลิตภัณฑ์เดิม
- การสื่อสารถึงแนวความคิดของ Brand และ Product Concept
- มีสัดส่วนความงามและการจัดจำได้



C: 70 M: 0 Y: 80 K: 30



Black & White Logo



White on Black

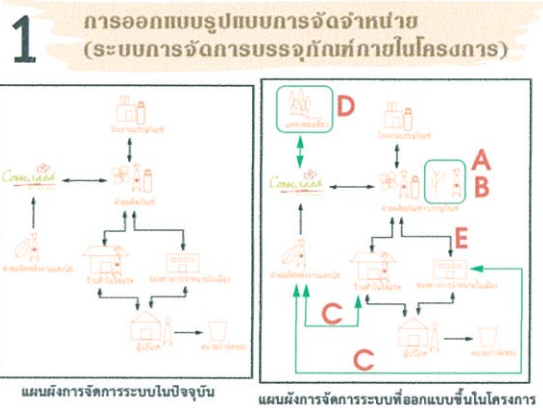


จัดทำโดย นายนันทภูมิ เทศศิริ รหัสนักศึกษา 52020201
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สาขาวิชาการออกแบบ ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ภาพที่ 4-12 แผ่นนำเสนอผลงานการปรับปรุงพัฒนาตราผลิตภัณฑ์
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.



โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม ของคำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี



แนวทางในการดำเนินงานบริหารจัดการเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ เพื่อสิ่งแวดล้อมและพิทักษ์เอกลักษณ์ เช่น วัฒนธรรมท้องถิ่นต่อไป

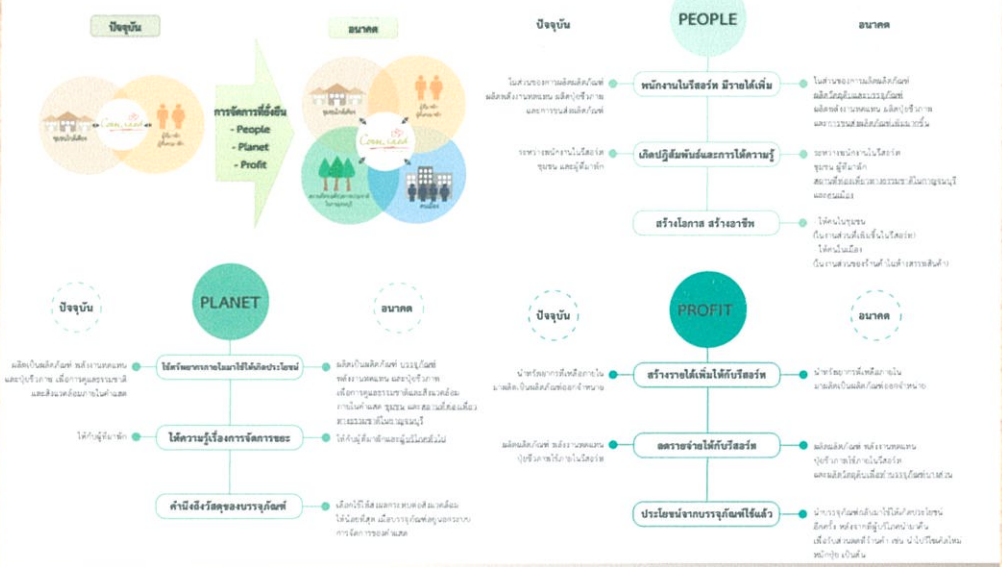
ฝ่ายผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์
A : การนำเศษวัสดุที่เหลือภายในรีสอร์ท มาผลิตเป็นวัตถุดิบเพื่อผลิตบรรจุภัณฑ์บางส่วน

B : การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่คำนึงถึงวัสดุที่ไม่เป็นภาระให้กับ สิ่งแวดล้อม เมื่อบรรจุภัณฑ์ที่ถูกทิ้งอยู่นอกระบบ การจัดการของคำแสด

ร้านค้าและฝ่ายผลิตพลังงาน
C : การนำบรรจุภัณฑ์กลับมาทำให้เกิดประโยชน์ กับคำแสดอีกครั้ง ผ่านการร่วมมือกับผู้บริโภคในรูปแบบต่างๆ ณ ร้านค้าปลีกในห้างสรรพสินค้า และในรีสอร์ท เช่น นำกลับไปรีไซเคิล หมักเป็นปุ๋ย เป็นต้น

แหล่งท่องเที่ยวและชุมชนโดยรอบ
D : ให้ความรู้และร่วมมือกับแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติในกาญจนบุรี เกี่ยวกับการจัดการพลังงานและสิ่งแวดล้อม ตามวิถีทางของคำแสด

ช่องทางจำหน่าย
E : เพิ่มช่องทางจำหน่ายหลักในเมือง คือ ร้านค้าปลีกในห้างสรรพสินค้า เหมือนเป็นศูนย์กลางในการให้ความรู้กับคนเมือง ประสานงานเข้ากับคำแสดและกาญจนบุรี



จัดทำโดย นายนันทภูมิ เทศศิริ รหัสนักศึกษา 52020201 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สาขาวิชาการออกแบบ ภาควิชาศิลปะอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ภาพที่ 4-13 แผ่นนำเสนอผลงานการวิเคราะห์และออกแบบรูปแบบการจัดการจำหน่าย และการจัดการบรรจุภัณฑ์ภายในโครงการ
 ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.



โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ
สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม
ของคำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี

ผลิตภัณฑ์ในโครงการ

	PERSONAL CARE	สบู่ล้างมือ 60, 250 ml	โลชั่นตัว 60, 250, 1,000 ml	ครีม และ สบู่ 60, 250, 1,000 ml	สบู่ฝอย 100 g
ผลิตภัณฑ์สุขภาพ	SKIN TREATMENT	ฝ้าขาวฝ้า 100 ml	ฝ้าขาว 100 ml	สบู่ล้างหน้า 300 g	
	AROMA SPA	น้ำหอม 10 ml	น้ำหอมผสม 15 cc	สบู่ผสม 20, 40 g	สบู่ผสม 80, 150 g
ผลิตภัณฑ์บัวโลก	ฟ้า 150 g	ฟ้า 100 g			
ชุดผลิตภัณฑ์สุขภาพ/ชุดของขวัญ	ชุดผลิตภัณฑ์ 250 ml 2 ชิ้น	ชุดผลิตภัณฑ์ 250 ml 3 ชิ้น	ชุดผลิตภัณฑ์ 250 ml 4 ชิ้น	ชุดผลิตภัณฑ์ 5 ชิ้น	ชุดผลิตภัณฑ์ ของขวัญ

ลักษณะความต้องการทางกายภาพของบรรจุภัณฑ์

- ป้องกันการรั่วซึมของผลิตภัณฑ์
- สีสันไม่ซีด
- ป้องกันความชื้นไม่เกิด
- บรรจุภัณฑ์นำกลับมาใช้ซ้ำได้
- บรรจุภัณฑ์ขึ้นจากพลาสติกย่อยสลายได้

2 การออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิก



- ความต้องการในการออกแบบบรรจุภัณฑ์**
- คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมแบบ 3R
 - สอดคล้องกับระบบการจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบขึ้น
 - ปกป้องสินค้าตามความต้องการทางกายภาพของบรรจุภัณฑ์
- ความต้องการในการออกแบบกราฟิก**
- สื่อสารจุดเด่นในด้านแนวคิดของผู้ผลิตและผลิตภัณฑ์
 - ให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วนตามที่กฎหมายกำหนด



จัดทำโดย นายนันทภูมิ เทศศิริ รหัสนักศึกษา 52020201
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สาขาวิชาการออกแบบ ภาควิชาศิลปะอุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ภาพที่ 4-14 แผ่นนำเสนอผลงานผลิตภัณฑ์ภายในโครงการ และความต้องการในการออกแบบ
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ, 2556.



โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ
สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม
ของคำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี

Design Concept



Structure

การคัดเลือกรูปทรงในธรรมชาติ และรูปทรงพื้นฐานมาถอดถอน ผสมผสานเพื่อออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ รวมถึงตำแหน่งที่เหมาะสมในการนำวัสดุธรรมชาติมาใช้ร่วมกับบรรจุภัณฑ์และกราฟิก

Design Route 1

รูปทรงธรรมชาติ

ใช้รูปทรงอิสระ เส้นโค้ง พริ้วไหวจากธรรมชาติ



Design Route 2

รูปทรงเรขาคณิต

ใช้รูปทรงเรขาคณิตพื้นฐานที่เรียบง่าย



พัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์ประเภทขวด

วัสดุธรรมชาติภายในรีโสรท์ (กิ่งไม้ขนาดเล็ก) นำมาตกแต่งโดยเป็นส่วนหนึ่งกับกราฟิก

บรรจุภัณฑ์รูปทรงเรขาคณิตที่เรียบง่าย ภาพลักษณ์ที่เป็นมิตร และดูอบอุ่น



องค์ประกอบจากวัสดุธรรมชาติ

กราฟิกสื่อสารถึงความพิถีพิถันในการคัดสรรวัตถุดิบ

แบบร่างที่ถูกเลือกมาพัฒนา



การพัฒนากราฟิก

- ปรับปรุงภาพให้สื่อสารถึงการคัดสรรวัตถุดิบให้ชัดเจนยิ่งขึ้น



จัดทำโดย นายนันทภูมิ เทศศิริ รหัสนักศึกษา 52020201
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สาขาวิชาการออกแบบ ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ภาพที่ 4-15 แผ่นนำเสนอผลงานด้านแนวความคิดในการออกแบบ และการพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.



โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ
สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม
ของคำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี



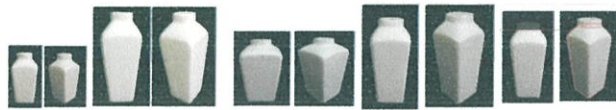
การพัฒนาโครงสร้างบรรจุภัณฑ์
- ปรับรูปทรงฝาขวด ให้สามารถผลิตได้
และยังคงภาพลักษณ์
- กำหนดลักษณะของฝาในแต่ละผลิตภัณฑ์
ตามการใช้งานผลิตภัณฑ์



การใช้วัสดุธรรมชาติกับบรรจุภัณฑ์
- ปรับปรุงให้วัสดุธรรมชาติมีบทบาท
มากกว่าการตกแต่ง เช่น ป้ายเพื่อการสื่อสาร
คอไม้เพื่อแบ่งแยกกลุ่มผลิตภัณฑ์



ภาพรวมของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ขวด
ทั้งหมดในโครงการ
- กำหนดปริมาณการบรรจุ
- ทำโมเดลหุ่นจำลองเพื่อดูขนาดสัดส่วน



ฝาพลาสติก HDPE

คอขวดไม้ ย้อมสีธรรมชาติ จากกิ่งไม้ขนาดกลาง - ใหญ่ ที่ได้จากการตัดตกแต่งกิ่ง เพื่อแบ่งประเภทผลิตภัณฑ์

ขวดพลาสติก PET รีไซเคิล

ซิลิโคนธรรมชาติ กลุ่มผลิตภัณฑ์ Personal Care

ย้อมสีน้ำตาลเข้ม กลุ่มผลิตภัณฑ์ Skin Treatment

ใช้วิธีการประทับตรายางบนป้ายไม้

ฉัตชอบ

เจาะขนาดเท่าเกลียวขวด

ป้ายค้อยไม้ จากกิ่งไม้ขนาดกลาง (เส้นผ่านศูนย์กลาง 3-5 ซม.)



จัดทำโดย นายนันทภูมิ เทศศิริ รหัสนักศึกษา 52020201
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สาขาวิชาการออกแบบ ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ภาพที่ 4-16 แผ่นนำเสนอผลงานด้านการพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์
และการนำวัสดุธรรมชาติมาใช้ร่วมกับบรรจุภัณฑ์
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.



โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม ของคำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี

พัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์ประเภทอื่นๆ



เชือกธรรมชาติ เช่น เชือกกล้วย เชือกโยสับประค เชือกผักคตบขวา

วงแหวนไม้ จากกิ่งไม้ขนาดกลาง - ใหญ่ ที่ได้จากการตัดตกแต่งกิ่ง ใช้สำหรับตั้งขณะใช้งาน และ ดึงเก็บสำหรับใช้ครั้งต่อไป

ลูกประคบ

กล่องอูมิเนียม สามารถเก็บรักษา คุณภาพของชาได้ดี มีความแข็งแรงทนทาน มีอายุการใช้งานที่นาน



ชา



ชาชนิดเดิม

เชือกธรรมชาติ เช่น เชือกกล้วย เชือกโยสับประค เชือกผักคตบขวา

พลาสติกฟิล์มชีวภาพ เพื่อให้ย่อยสลายง่าย หลังการกำจัด



กระเปาะเย็บอย่างง่ายๆ จากกลุ่มพนักงานหรือกลุ่มชุมชน

กระดุมไม้จากกิ่งไม้ขนาดเล็ก (1-3 ซม.)

กระเปาะชุดพหุพา



กิ่งไม้ขนาดเล็ก ที่ได้จากการตัดตกแต่งกิ่ง ใช้สำหรับลัดปากห่อสบู่

ใช้การเย็บริมกระดุม แทนการติดกาว

สบู่ก้อน



ฝาครอบไม้จากกิ่งไม้ขนาดเล็ก - กลาง ที่ได้จากการตัดตกแต่งกิ่ง

กล่องไม้ทำโดย กลุ่มงานฝีมือในชุมชน

ป้ายคล้องไม้ จากกิ่งไม้ขนาดกลาง (เส้นผ่านศูนย์กลาง 3-5 ซม.)

น้ำหอม

กล่องไม้ทำโดย กลุ่มงานฝีมือในชุมชน



ตะกร้าของขวัญ

ป้ายคล้องไม้ จากกิ่งไม้ขนาดกลาง (เส้นผ่านศูนย์กลาง 3-5 ซม.)



พลาสติก PET รีไซเคิล

น้ำมันหอมระเหย ยาหม่อง



จัดทำโดย นายนันทภูมิ เทศศิริ รหัสนักศึกษา 52020201 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สาขาวิชาการออกแบบ ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ภาพที่ 4-17 แผ่นนำเสนอผลงานด้านการพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ของแต่ละผลิตภัณฑ์ในโครงการ
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.



โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ
สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม
ของค่าเสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี

พัฒนาแบบกราฟิก



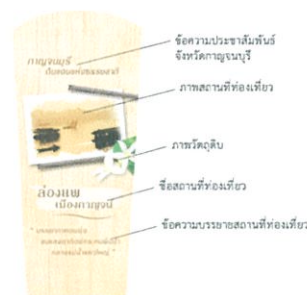
ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านซ้าย



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านขวา

องค์ประกอบกราฟิกที่ใช้ในการแบ่งกลิ่น / วิตดุติบของแต่ละผลิตภัณฑ์ในโครงการ
- ภาพของวิตดุติบ - แดงสี - ชื่อวิตดุติบ (ภาษาไทย, ภาษาอังกฤษ)

Indian Cork Tree อินเดีย	Baimee ใบไม้	Turmeric ขมิ้น	Pandan ใบเตย
Rose ดอกกุหลาบ	Herb สมุนไพร	Orange ส้ม	Clinacanthus Nidans เถาเอ็นหอม
Moke ดอกมะลิ	Zingiberaceae ขมิ้น	Eucalyptus ยูคาลิปตัส	Pink Diamond พลอยชมพู
Frangipani ดอกตีนเตย	Bergamot เบอร์กามอต	Lemongrass ตะไคร้	Gold Collagen คอลลาเจนทองคำ



จัดทำโดย นายนันทภูมิ เทศศิริ รหัสนักศึกษา 52020201
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สาขาวิชาการออกแบบ ภาควิชาศิลปะอุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ภาพที่ 4-18 แผ่นนำเสนอผลงานด้านการพัฒนาการออกแบบกราฟิก
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.



โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ
สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม
ของคำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี

องค์ประกอบกราฟิกที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดในโครงการ
- ภาพของสถานที่ - ชื่อสถานที่ - ข้อความบรรยาย

Hand Wash Gel สบู่ล้างมือ	 สะพานมอญ จังหวัดสุพรรณบุรี	Soap สบู่	 กำธารลวด	Tea ชา	 ทิวทัศน์ เขาไศย
Shower Gel สบู่อาบน้ำ	 ล่องแพ เมืองกาญจนบุรี	Skin Oil น้ำมันผิว	 น้ำตกไทรโยค	Perfume น้ำหอม	 สะพาน ข้ามแม่น้ำแคว
Shampoo แชมพู	 น้ำตกเอราวัณ อุทยานแห่งชาติเอราวัณ	Massage Oil น้ำมันนวด	 กำแพงหิน วัดเขาชะรอย	Essential Oil น้ำมันหอมระเหย	 เขาเขาด
Conditioner ครีมนวด	 น้ำตกห้วยแม่ขมิ้น อุทยานแห่งชาติเขื่อนศรีนครินทร์	Salt Body Scrub สครับ	 กำแพงหิน วัดเขาชะรอย	Balm ยาทา	 เนินเสาธง
				Herbal Ball ลูกอมสมุนไพร	 เมืองบาดาล

หุ่นจำลองผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ



Personal Care



Skin Treatment



Aroma Spa



Tea



Gift Set



จัดทำโดย นายนันทภูมิ เทศศิริ รหัสนักศึกษา 52020201
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สาขาวิชาการออกแบบ ภาควิชาศิลปะอุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ภาพที่ 4-19 แผ่นนำเสนอผลงานด้านการพัฒนาการออกแบบกราฟิก
และภาพหุ่นจำลองผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ, 2556.



โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม ของคำแสต ริเวอร์แคว รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี

3 สื่อส่งเสริมการขาย



Poster / Magazine Ads



Shelf Ads



Shelf Information



จัดทำโดย นายนันทภูมิ เทศศิริ รหัสนักศึกษา 52020201 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สาขาวิชาการออกแบบ ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ภาพที่ 4-20 แผ่นนำเสนอผลงานการออกแบบสื่อส่งเสริมการขาย
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.



โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ
สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม
ของคำแสต ริเวอร์แคว รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี

4 สถานที่จัดจำหน่าย

ร้านค้าภายในรีสอร์ท
- พื้นที่ทดลองผลิตภัณฑ์ - จุดเดิมผลิตภัณฑ์แบบรีฟิล



ร้านค้าในห้างสรรพสินค้า
- พื้นที่ทดลองผลิตภัณฑ์ - จุดเดิมผลิตภัณฑ์แบบรีฟิล



จัดทำโดย นายนันทภูมิ เทศศิริ รหัสนักศึกษา 52020201
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สาขาวิชาการออกแบบ ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ภาพที่ 4-21 แผ่นนำเสนอผลงานการออกแบบสถานที่จัดจำหน่าย
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

4.3 คู่มือการใช้งานตราผลิตภัณฑ์ (CI Manual)

แสดงระบบการใช้งานตราผลิตภัณฑ์ในโอกาสต่างๆ อาทิ การใช้งานตราผลิตภัณฑ์แบบสีแบบขาวดำ การใช้งานร่วมกับพื้นหลังแบบต่างๆ เป็นต้น รวมถึงข้อควรปฏิบัติเกี่ยวกับการใช้งาน การแสดงองค์ประกอบของกราฟิกที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์ คู่มือเล่มนี้จึงใช้ในการควบคุมการใช้งานตราผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบของกราฟิกที่จะใช้ในการออกแบบ เพื่อให้งานออกแบบเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เกิดภาพลักษณ์ที่ดีและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค คู่มือการใช้งานตราผลิตภัณฑ์ทั้งหมดจะแสดงในผนวก ก.

4.4 แบบแสดงรายละเอียดการผลิตบรรจุภัณฑ์ (Working Drawing)

แบบแสดงรายละเอียดนี้ใช้แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับขนาด การผลิต วัสดุที่ใช้ในการผลิต ชิ้นส่วนต่างๆ ของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ โดยมีทั้งบรรจุภัณฑ์ ชิ้นส่วนที่ออกแบบใหม่และบรรจุภัณฑ์และชิ้นส่วนมาตรฐาน แบบแสดงรายละเอียดการผลิตบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดจะแสดงในผนวก ข.

4.5 แบบแสดงกราฟิก (Artwork)

แบบแสดงกราฟิกจะใช้เพื่อแสดงขนาดของฉลาก บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ระบบการพิมพ์ทั้งหมด รวมถึงชนิดของวัสดุที่ใช้ในการพิมพ์และระบบการพิมพ์ เพื่อให้กราฟิกที่พิมพ์ออกมานั้นตรงตามที่กำหนดไว้ แบบแสดงกราฟิกทั้งหมดจะแสดงในผนวก ก.

บทที่ 5

บทสรุป

5.1 สรุปผลการออกแบบ

- 1) บรรลุเกณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวจากการนำวัสดุธรรมชาติที่เหลือใช้ภายในรีสอร์ทมาใช้ให้เกิดประโยชน์
- 2) การออกแบบบรรลุเกณฑ์ค้ำึงถึงความเป็นไปได้ของการผลิตจริง รวมถึงความสามารถในการผลิตของผู้ผลิตและชุมชนโดยรอบ
- 3) บรรลุเกณฑ์ช่วยสร้างภาพพจน์ที่ดีต่อสินค้า ซึ่งเป็นการช่วยสร้างโอกาสทางการค้าและสนับสนุนให้ผู้ผลิตรายย่อยอื่นๆ หันมาให้ความสนใจกับการออกแบบบรรลุเกณฑ์และภาพลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์มากขึ้น
- 4) การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์และสื่อส่งเสริมการขายมีส่วนช่วยในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรีให้แก่ผู้บริโภค
- 6) ขั้นตอนการออกแบบทั้งหมดได้ดำเนินไปอย่างเป็นระบบตามแนวทางการศึกษาข้อมูลการวิเคราะห์ทั้งด้านบรรจุภัณฑ์ กราฟิกและการสื่อสาร ส่วนส่งเสริมการขายต่างๆ และกระบวนการคิดจนกระทั่งได้ผลงานชิ้นสุดท้ายในที่สุด

5.2 ข้อเสนอแนะของคณะกรรมการ

- 1) การแสดงข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดเล็ก ต้องค้ำึงถึงขนาดของตัวอักษร ขนาดของรหัสแท่ง (Barcode) ที่ถูกต้องตามกฎหมาย
- 2) การติดฉลาก 4 ชั้น 4 ด้าน ทำให้สิ้นเปลืองการผลิต รวมถึงต้องค้ำึงถึงศักยภาพในการติดฉลากของพนักงานภายในรีสอร์ทด้วย การติดฉลาก 4 ชั้น อาจมีการคลาดเคลื่อนได้ง่าย
- 3) รายละเอียดของบางชิ้นส่วนที่แสดงในแบบแสดงรายละเอียดการผลิตบรรจุภัณฑ์ (Working Drawing) มีความผิดพลาดในรายละเอียด ไม่สามารถประกอบกันได้
- 4) โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ถูกประกบ ขาดคุณสมบัติของการป้องกันไป ทำให้ไม่มีการป้องกันฝุ่นละอองในขณะจัดจำหน่าย

5.3 ข้อเสนอแนะของนักศึกษา

- 1) แนวความคิดในการใช้วัสดุธรรมชาติมาใช้ร่วมกับบรรจุภัณฑ์ ยังสามารถคิดวิเคราะห์ในรายละเอียด และสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ที่แตกต่างจากในท้องตลาดได้อีกมากมาย
- 2) การกำหนดจุดยืน แนวคิดของผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน และแตกต่างกับคู่แข่งในท้องตลาด จะทำให้ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นที่แตกต่าง และสะดวกในการออกแบบเพื่อการสื่อสารไปยังผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น
- 3) ในการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ เปรียบเสมือนการรวบรวมความรู้ที่ได้เรียนมาตลอด 5 ปี เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ พิจารณา และออกแบบเป็นผลงาน หลายครั้งที่สิ่งที่คิดไว้กลับไม่ใช่

แนวทางในการออกแบบที่ถูกต้องเนื่องด้วยข้อจำกัดหลายๆด้าน การไม่ย่อท้อต่อความล้มเหลว การรู้จักวางแผน คิดอย่างเป็นระบบ รู้จักใช้เวลาอย่างเหมาะสม รับผิดชอบในหน้าที่ คิดพิจารณาและตัดสินใจนำคำแนะนำของคณะกรรมการมาปรับใช้เพื่อแก้ไขผลงานโดยยังไม่ทิ้งความเป็นตนเอง และสิ่งที่ลูกค้าต้องการเป็นสิ่งที่สำคัญในการพัฒนาสู่บรรทัด ทำให้วิทยานิพนธ์ในครั้งนี้สำเร็จออกมาได้อย่างสมบูรณ์

5.4 การปรับปรุงเพิ่มเติมจากข้อเสนอแนะ

1) ขนาดของรหัสแท่ง (Barcode) ที่ถูกต้องตามมาตรฐานสากลต้องมีความกว้างอย่างน้อย 1.2 นิ้ว สามารถลดส่วนสูงของรหัสแท่งได้ แต่ห้ามยืด หด ขนาด

2) ปรับปรุงฉลากจาก 4 ชั้น 4 ด้าน เป็นการใช้ฉลากแบบฟิล์มหด (Shrink Label) ซึ่งสามารถแสดงรายละเอียดได้ 4 ด้านเช่นเดิม ดังภาพที่ 5-1 หรือการลดฉลากเหลือเพียง 2 ชั้น 2 ด้าน (ด้านหน้าและด้านหลัง) ดังภาพที่ 5-2



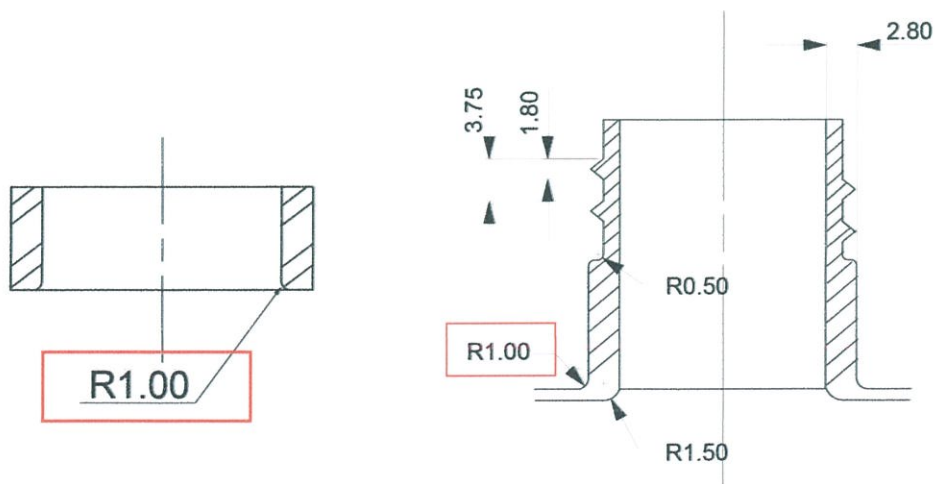
พื้นที่ติดฉนักปลายฉลากฟิล์มหด

ภาพที่ 5-1 ตัวอย่างการจัดวางฉลากแบบฟิล์มหด
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.



ภาพที่ 5-2 ตัวอย่างการจัดวางฉลากแบบ 2 ชั้น 2 ด้าน
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

3) ปรับปรุงรายละเอียดของชิ้นส่วนคอขวดไม้ ให้มีรัศมีเข้ากับคอขวดพลาสติกได้ ดังแสดง
ในภาพที่ 5-3



ภาพที่ 5-3 การปรับปรุงขนาดชิ้นส่วนในแบบแสดงรายละเอียดการผลิตบรรจุภัณฑ์
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

4) เพิ่มผ้าหรือกระดาษธรรมชาติ เพื่อการห่อหุ้มลูกประคบก่อนวางบนวงแหวนไม้ แล้วจึงใช้เชือกธรรมชาติผูกคั้งเดิม ดังแสดงในภาพที่ 5-4



ภาพที่ 5-4 การปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ลูกประคบ
ที่มา : นันทภูมิ เทศศิริ. 2556.

บรรณานุกรมและเอกสารอ้างอิง

- มยุรี ภาคกล้าเจียก. 2556. **บรรณจุฬาลักษณ์คำอุปโลก บริโกลค.** กรุงเทพมหานคร : บริษัทโรงพิมพ์หทัยเฮง.
- กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2540. **พรรณไม้หอม ในสวนเฉลิมพระเกียรติ สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ.** กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- จิราวัฒน์ คงแก้ว. 2556. **คำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท..ถอดสูตร “พอเพียง” ฝ่าวิกฤติ.** [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.nationejobs.com/content/worklife/careertalk/template.php?conno=1091>.
- คำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท. 2556. **We save the Earth .** [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://comsaed.com/th/about-save-earth.php>.
- คำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท. 2556. **Green Project .** [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://comsaed.com/th/about-save-green-project.php>.
- ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย. 2556. **เวชสำอาง อิงกระแสผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ แนวโน้มที่น่าสนใจ.** [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.manager.co.th/iBizchannel/ViewNews.aspx?NewsID=9470000055596>.
- มูลนิธิสายใยแผ่นดิน. 2556. **ตลาดเกษตรอินทรีย์ภาพรวม.** [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.greennet.or.th/article/1009>.
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. 2556. **เครื่องสำอางจากธรรมชาติและสมุนไพร.** [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://mis.rmutt.ac.th/sme/Details/.../I012.doc>.
- กรมควบคุมมลพิษ. 2556. **กลยุทธ์ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม.** [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://infofile.pcd.go.th/waste/ecodesign/subeco_strategies.html.
- ชัชพรพล เพ็ญโฉม. 2556. **10 กลยุทธ์เด็ดเพื่อดีไซน์สีเขียว.** [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://www.tcdconnect.com/content/detail.php?ID=1000&sphrase_id=168698.

- ศิริวรรณ โปธิ์ทอง. 2556. การใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.logisticscorner.com/index.php/2009-05-25-00-45-43/transportation/1699-green-packaging.html>.
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกาญจนบุรี. 2556. สถานที่ท่องเที่ยว. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://kanchanaburi.mots.go.th>.
- สำนักอุทยานแห่งชาติ. 2556. แหล่งท่องเที่ยว. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.dnp.go.th/parkreserve>.
- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. 2556. ข้อควรรู้เรื่องฉลากเครื่องสำอาง. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://elib.fda.moph.go.th/elib/cgi-bin/opacexe.exe?>.
- กองพัฒนาศึกษาภาพผู้บริโภค. 2556. อย.ออกกฎ บังคับเพิ่ม “เลขที่ใบรับแจ้ง” บนฉลากเครื่องสำอาง ดีแค่ 14 กันยายนนี้ ช่วยผู้บริโภคในการเลือกซื้อเครื่องสำอางง่ายต่อการตรวจสอบ. [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://e-cosmetic.fda.moph.go.th/data_center/ifm_mod/nw/7%E0%C5%A2%B7%D5%E8%E3%BA%C3%D1%BA%E1%A8%E9%A7%E0%A4%C3%D7%E8%CD%A7%CA%D3%CD%D2%A7.pdf.

ประวัติการศึกษา

ชื่อ	นาย นันทภูมิ เทศศิริ
ระดับการศึกษา	
อนุบาล	โรงเรียนอนุบาลสาริณ จ.กรุงเทพมหานคร โรงเรียนครุณานุกูล จ.สมุทรสงคราม โรงเรียนสตรีจุลนาถ จ.กรุงเทพมหานคร
ประถมศึกษา	โรงเรียนถนนอมพิศวิทยา จ.กรุงเทพมหานคร
มัธยมศึกษา	โรงเรียนนวมินทราชินูทิศ บดินทรเดชา จ.กรุงเทพมหานคร
อุดมศึกษา	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม

ภาคผนวก

เป็นส่วนสำหรับแสดงรายละเอียดของงานออกแบบทั้งหมดภายในโครงการ ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วนดังนี้

- 1) ภาคผนวก ก. คู่มือการใช้งานตราผลิตภัณฑ์ (CI Manual)
- 2) ภาคผนวก ข. แบบแสดงรายละเอียดการผลิตบรรจุภัณฑ์ (Working Drawing)
- 3) ภาคผนวก ค. แบบแสดงกราฟิก (Artwork)

ภาคผนวก ก.

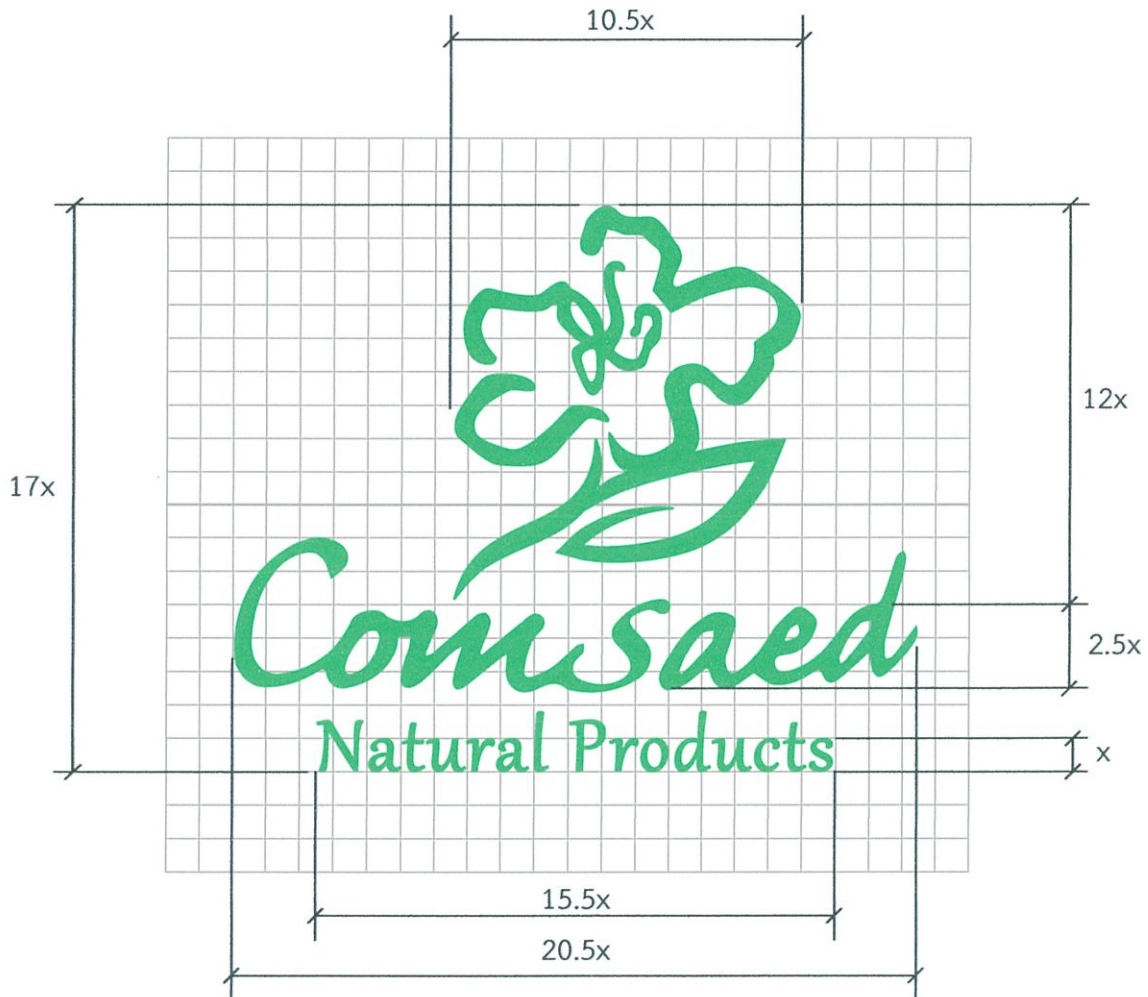
คู่มือการใช้งานตราผลิตภัณฑ์ (CI Manual)

Logo System



การใช้งานตราผลิตภัณฑ์ในงานสิ่งพิมพ์ และสื่อต่างๆ
ที่ถูกต้องจะต้องมีส่วนประกอบครบทั้ง 2 ส่วน
คือ ภาพสัญลักษณ์ดอกไม้ และชื่อตราผลิตภัณฑ์
โดยมีภาพสัญลักษณ์ดอกไม้อยู่ด้านบนของชื่อตราผลิตภัณฑ์
ห้ามใช้ตราผลิตภัณฑ์โดยแยกส่วนประกอบออกจากกัน
หรือปรับเปลี่ยนตำแหน่งการจัดวาง

Logo Scale



ตราผลิตภัณฑ์ได้ถูกออกแบบลงใน Grid System ตามลักษณะของการออกแบบตราสัญลักษณ์ เพื่อการนำไปใช้งานที่ถูกต้อง โดยได้ออกแบบตามสัดส่วนที่แสดงดังภาพ การนำไปใช้งานที่ถูกต้องนั้นต้องคงสัดส่วนที่กำหนดไว้ โดยขนาดของตราที่เล็กที่สุด ที่สามารถนำไปใช้ต้องมีความสูงอย่างน้อย 5 มม. ตามขนาดสัดส่วนที่กำหนดไว้

Colour Guide

Full Colour



สีหลัก



C: 70 M: 0 Y: 80 K: 30

การกำหนดค่าสี ได้กำหนดเพื่อให้ตราผลิตภัณฑ์สามารถนำไปใช้ได้อย่างถูกต้องทั้งในงานสิ่งพิมพ์ และสำหรับงานอื่นๆ ในการนำตราผลิตภัณฑ์ไปใช้นั้น จะต้องใช้ค่าสีหลักที่กำหนดไว้เท่านั้น อนุญาตให้ปรับเปลี่ยนสีที่ใช้อื่นๆ เพียงสีเดียวเท่านั้น ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างสีอื่นๆ ที่แนะนำ



สีเข้ม



C: 40 M: 70 Y: 100 K: 50



สีอ่อน



C: 0 M: 17 Y: 34 K: 0

Colour Guide

Balck and White



White on Black



ตราผลิตภัณฑ์สีดำ และสีขาวบนพื้นดำ ใช้กับงานพิมพ์ขาวดำ เพื่อให้เกิดความคมชัดเมื่อต้องการทำสำเนา เช่น งานเอกสาร นามบัตร กล่องขนส่ง เป็นต้น

Correct Use



การใช้งานตราผลิตภัณฑ์สีบนพื้นขาว



การใช้งานตราผลิตภัณฑ์สีบนพื้นสีเข้ม

เมื่อใช้งานตราผลิตภัณฑ์บนพื้นสีเข้ม

ให้ใช้ตราผลิตภัณฑ์สีขาว

หรือใช้วงกลมสีขาว(สีอ่อน)

วางไว้ด้านหลังของตราผลิตภัณฑ์

เพื่อให้มองเห็นได้ชัดเจน

(สามารถใช้ตราผลิตภัณฑ์สีดำบนพื้นสีเข้มได้

หากมองเห็นชัดเจน)



Correct Use



การใช้งานตราผลิตภัณฑ์สีบนพื้นสีอ่อน



การใช้งานตราผลิตภัณฑ์สีบนพื้นภาพหรือพื้นที่มีลวดลาย

และเมื่อใช้งานตราผลิตภัณฑ์บนพื้นที่มีลวดลายให้ใช้ตราผลิตภัณฑ์สีดำ หรือใช้วงกลมสีขาว(สีอ่อน)วางไว้ด้านหลังของตราผลิตภัณฑ์เพื่อให้มองเห็นได้ชัดเจน



Unacceptable Use



ห้ามใช้ตราผลิตภัณฑ์

โดยแยกส่วนประกอบออกจากกัน
หรือปรับเปลี่ยนตำแหน่งการจัดวาง



Unacceptable Use



ห้ามใช้ตราผลิตภัณฑ์
ที่มีส่วนสูงน้อยกว่า 5 มม.



ห้ามหด



ห้ามยืด



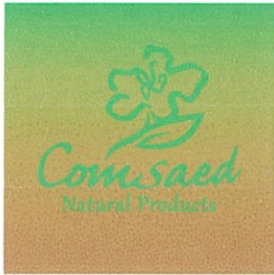
ห้ามเปลี่ยนสี



ห้ามเปลี่ยนแบบตัวหนังสือ



Unacceptable Use



ห้ามใช้ตราผลิตภัณฑ์
สีเข้มบนพื้นสีเข้มโดยไม่มี
วงกลมสีอ่อน

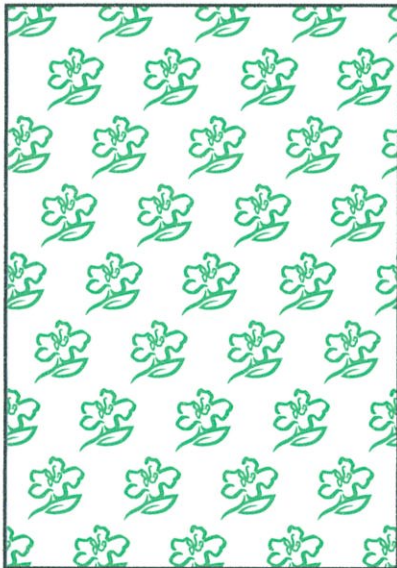


ห้ามใช้ตราผลิตภัณฑ์
สีอ่อนบนพื้นสีอ่อน

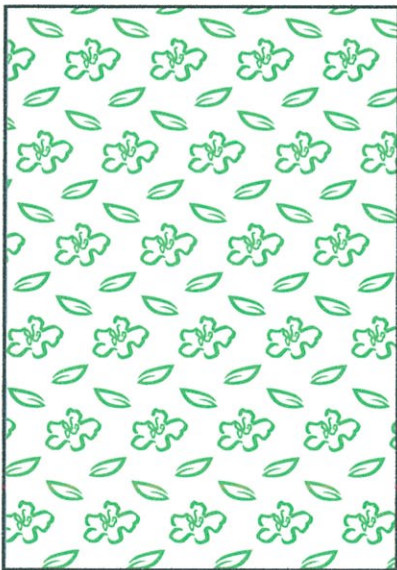


ห้ามใช้ตราผลิตภัณฑ์
สีอ่อนบนพื้นภาพหรือ
พื้นที่มีลวดลาย
โดยไม่มีวงกลมสีขาว

Element



สามารถนำองค์ประกอบต่างๆ
ของตราผลิตภัณฑ์มาสร้าง
เป็น Pattern รูปแบบต่างๆ
โดยนำมาเรียงต่อกันแบบซ้ำ
เว้นช่องว่างเป็นจังหวะ
พลิกหรือหมุน เป็นต้น



ตัวอย่างการนำตราผลิตภัณฑ์มาใช้เป็น Pattern

Element

ตัวอย่างการนำตราผลิตภัณฑ์ไปใช้ในรูปแบบต่างๆ



Element On Package

Indian Cork Tree

ดอกปีบ



C: 1 M: 17 Y: 99 K: 0
Opacity 50%

Rose

ดอกกุหลาบ



C: 3 M: 74 Y: 37 K: 0
Opacity 50%

Moke

ดอกโมก



C: 11 M: 82 Y: 80 K: 28
Opacity 50%

Frangipani

ดอกลีลาวดี



C: 0 M: 6 Y: 47 K: 0
Opacity 50%

Element On Package

Baimee

ใบหมี



C: 90 M: 0 Y: 48 K: 11

Opacity 50%

Herb

สมุนไพร



C: 0 M: 27 Y: 100 K: 60

Opacity 50%

Zingiberaceae

โหล



C: 0 M: 27 Y: 100 K: 15

Opacity 50%

Bergamot

มะกรูด



C: 62 M: 0 Y: 100 K: 37

Opacity 50%

Element On Package

Turmeric

ขมิ้น



C: 0 M: 36 Y: 100 K: 0
Opacity 50%

Orange

ส้ม



C: 0 M: 68 Y: 80 K: 0
Opacity 50%

Eucalyptus

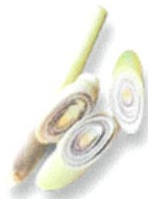
ยูคาลิปตัส



C: 57 M: 0 Y: 0 K: 7
Opacity 50%

Lemongrass

ตะไคร้



C: 80 M: 0 Y: 100 K: 0
Opacity 50%

Element On Package

Pandan
ใบเตย



C: 35 M: 0 Y: 100 K: 0
Opacity 50%

Clinacanthus Nutans
เสลดพังพอน



C: 35 M: 0 Y: 100 K: 26
Opacity 50%

Pink Diamond
พิงค์ไดมอนด์



C: 0 M: 46 Y: 24 K: 0
Opacity 50%

Gold Collagen
คอลลาเจนทองคำ



C: 4 M: 14 Y: 60 K: 8
Opacity 50%

Element On Package

Hand Wash Gel
เจลล้างมือดอกปีบ



สะพานมอญ
สังขละบุรี

Shower Gel
เจลอาบน้ำ



ล่องแพ
เมืองกาญจนบุรี

Shampoo
แชมพู



น้ำตกเอราวัณ
อุทยานแห่งชาติเอราวัณ

Conditioner
ครีมนวดผม



น้ำตกห้วยแม่ขมิ้น
อุทยานแห่งชาติ
เขื่อนศรีนครินทร์

Element On Package

Soap
สบู่ก้อน



ถ้ำธารลอด

Skin Oil
น้ำมันบำรุงผิว



น้ำตกไทรโยค
ใหญ่

Massage Oil
น้ำมันนวด



ถ้ำดาวดิงส์
อุทยานแห่งชาติไทรโยค

Salt Body Scrub
เกลือขัดผิว



ถ้ำนรมิต
อุทยานแห่งชาติ
เขื่อนศรีนครินทร์

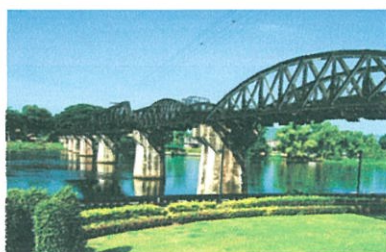
Element On Package

Tea
ชา



ทิวทัศน์
เขาใหญ่

Perfume
น้ำหอม



สะพาน
ข้ามแม่น้ำแคว

Essential Oil
น้ำมันหอมระเหย



เขาขาด

Balm
ยาหม่องเสลด



เนินเสาธง

Herbal Ball
ลูกประคบ



เมืองบาดาล

Typographic On Graphic

Gabriola

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

BCS C-0005

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

ก ข ค ง จ ฉ ช ซ ฌ ญ ฎ ฏ ฐ ท ฒ ณ ด ต ถ ก ทร น บ ป ผ ฝ พ
ฟ ภ ม ย ร ล ว ศ ษ ส ห ฬ อ ฮ

DSX-MaiThai

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

ก ข ค ง จ ฉ ช ซ ฌ ญ ฎ ฏ ฐ ท ฒ ณ ด ต ถ ก ทร น บ ป ผ ฝ พ
ฟ ภ ม ย ร ล ว ศ ษ ส ห ฬ อ ฮ

DB Sathorn X

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

ก ข ค ง จ ฉ ช ซ ฌ ญ ฎ ฏ ฐ ท ฒ ณ ด ต ถ ก ทร น บ ป ผ ฝ พ
ฟ ภ ม ย ร ล ว ศ ษ ส ห ฬ อ ฮ

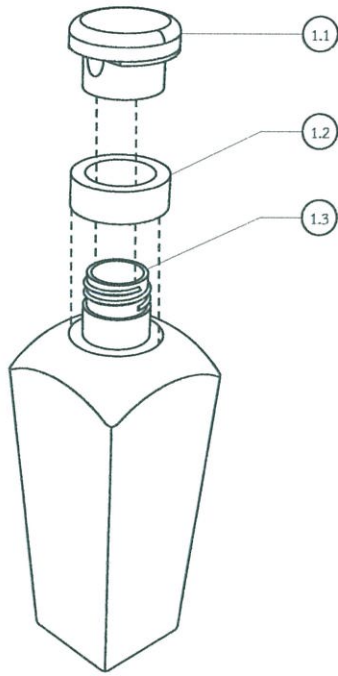
ภาคผนวก ข.
แบบแสดงรายละเอียดการผลิตบรรจุภัณฑ์
(Working Drawing)

CONTENT

NO.	PART	PAGE
1	Over all ขวดเจลอาบน้ำ แชมพู ครีมนวดผม ขนาด 250 ml	22
1.1, 6.1	ฝาบานพับเกลียว คอ 24 mm	23
1.2	คอขวดไม้เจลอาบน้ำ แชมพู ครีมนวดผม ขนาด 250 ml	24
1.3	ขวดเจลอาบน้ำ แชมพู ครีมนวดผมขนาด 250 ml	25-26
2	Over all ขวดเจลล้างมือ ขนาด 250 ml	27
2.1, 7.1	ฝาปั๊มเกลียว คอ 24 mm	28
2.2	คอขวดไม้เจลล้างมือ ขนาด 250 ml	29
2.3	ขวดเจลล้างมือ ขนาด 250 ml	30
3	ท่อสูบลูกอม ขนาด 100 g	31
4	Over all ขวดเจลอาบน้ำ แชมพู ครีมนวดผม ขนาด 60 ml	32
4.1	ฝาเกลียว คอ 18 mm	33
4.2	ขวดเจลอาบน้ำ แชมพู ครีมนวดผม ขนาด 60 ml	34
5	Over all ขวดเจลอาบน้ำ แชมพู ครีมนวดผม ขนาด 1000 ml	35
5.1	ฝาปั๊มเกลียว คอ 28 mm	36
5.2	คอขวดไม้เจลอาบน้ำ แชมพู ครีมนวดผม ขนาด 1000 ml	37
5.3	ขวดเจลอาบน้ำ แชมพู ครีมนวดผม ขนาด 1000 ml	38
6	Over all ขวดน้ำดื่มแก้วรูปฉีว ขนาด 100 ml	39
6.2, 7.2	คอขวดไม้ 100 ml	40
6.3, 7.3	ขวดขนาด 100 ml	41
7	Over all ขวดน้ำดื่มขนาด 100 ml	42
8	Over all ขวดเกลือซีดฉีว ขนาด 300 g	43
8.1	ฝาบานพับเกลียว คอ 28 mm	44
8.2	คอขวดไม้เกลือซีดฉีว ขนาด 300 g	45
8.3	ขวดเกลือซีดฉีว ขนาด 300 g	46
9	กล่องชา	47-48

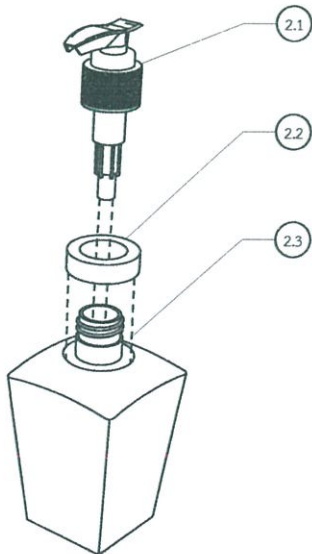
CONTENT

NO.	PART	PAGE
10	Over all กระจกยาหม่อง ขนาด 20 g	49
10.1	ฝากระจกยาหม่องขนาด 26 mm	50
10.2	กระจกยาหม่อง ขนาด 20 g	51
11	Over all กระจกยาหม่อง ขนาด 60 mm	52
11.1	ฝากระจกยาหม่องขนาด 32 mm	53
11.2	กระจกยาหม่อง ขนาด 60 g	54
12	Over all ขวดน้ำดื่มหอมระเหย ขนาด 15 cc	55
12.1	ฝาเกลียว คอ 18 mm	56
12.2	จุกหยด	57
12.3	ขวดน้ำดื่มหอมระเหย ขนาด 15 cc	58
13	Over all ขวดน้ำหอม ขนาด 10 cc	59
13.1	ฝาครอบสเปรย์	60
13.2	หัวสเปรย์เกลียว คอ 12 mm	61
13.3	ขวดน้ำหอมขนาด 10 cc	62
14	Over all กล่องน้ำหอม	63
14.1	ฝากล่องน้ำหอม	64
14.2	กล่องน้ำหอม	65
15	ฐานลูกประคบ ขนาดเล็ก	66
16	ฐานลูกประคบ ขนาดใหญ่	67
17	ตะกร้าของขมิ้นบรรจุเมล็ดกัมพันธ์ 2 ชั้น	68
18	ตะกร้าของขมิ้นบรรจุเมล็ดกัมพันธ์ 3 ชั้น	69
19	ตะกร้าของขมิ้นบรรจุเมล็ดกัมพันธ์ 4 ชั้น	70
20	ตะกร้าของขมิ้นบรรจุเมล็ดกัมพันธ์ 6 ชั้น	71
21	กระเป๋าม้าทททา	72



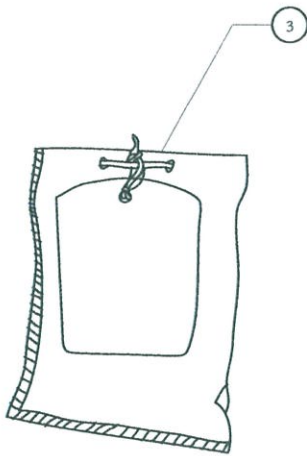
NO.	PART NAME	COLOUR	MATERIAL	PROCESS	FINISHING	QUANTITY	TEXTURE	REMARK
1.1	ฝาปิดบนมีดียว กว 24 มม.	ไม้สน	HDPE	INJECTION	-	1	-	STANDARD
1.2	คอขวดไม้ 250 ml	ธรรมชาติ	WOOD	CUTTING / MILLING	GLOSS	1	-	-
1.3	ขวดขนาด 250 ml (หลอดแก้ว)	ขาว	PET	INJECTION BLOW MOLD	-	1	-	-
	ขวดขนาด 250 ml (ทรง)	สีเขียว	PET	INJECTION BLOW MOLD	-	1	-	-
	ขวดขนาด 250 ml (สีไม้นวล)	สีเทา	PET	INJECTION BLOW MOLD	-	1	-	-

ASSEMBLY & SPECIFICATION ขวดเจลอาบน้ำ แชมพู ศรีมณฑล ขนาด 250 ml				Page 1 of 72	
KMITL		Faculty of Architecture		Industrial Design	
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri				CODE : 52020201	
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม ของค้ำแคต รีเวอร์แลว วีส์อาร์ท จีฬหวิศกษาญจนบุรี					
Material :-	Process :-	Finishing :-	Unit :-	Scale :-	



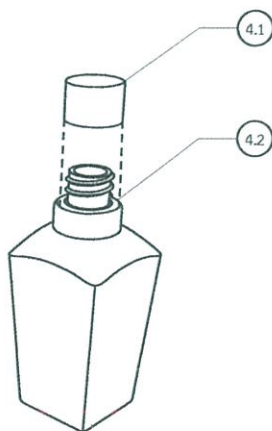
NO.	PART NAME	COLOUR	MATERIAL	PROCESS	FINISHING	QUANTITY	TEXTURE	REMARK
2.1	ฝาปิดบนมีดียว กว 24 มม.	ไม้สน	HDPE	INJECTION	-	1	-	STANDARD
2.2	คอขวดไม้ 250 ml	ธรรมชาติ	WOOD	CUTTING / MILLING	GLOSS	1	-	-
2.3	ขวดขนาด 250 ml	ขาว	PET	INJECTION BLOW MOLD	-	1	-	-

ASSEMBLY & SPECIFICATION ขวดเจลล้างมือ ขนาด 250 ml				Page 2 of 72	
KMITL		Faculty of Architecture		Industrial Design	
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri				CODE : 52020201	
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม ของค้ำแคต รีเวอร์แลว วีส์อาร์ท จีฬหวิศกษาญจนบุรี					
Material :-	Process :-	Finishing :-	Unit :-	Scale :-	



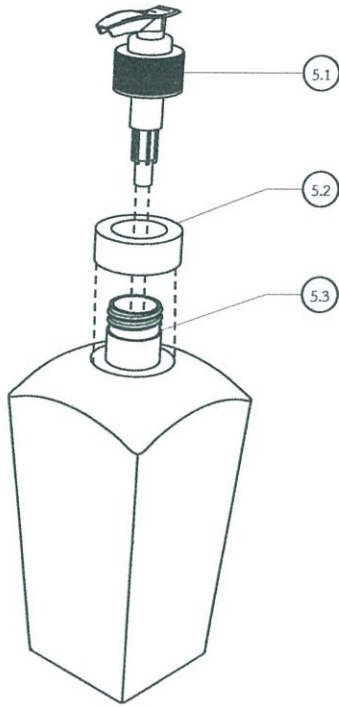
NO.	PART NAME	COLOUR	MATERIAL	PROCESS	FINISHING	QUANTITY	TEXTURE	REMARK
3	ห่อสุญญากาศ ขนาด 100 g	ธรรมชาติดี	โพรพาลีน	คัลเลอร์	-	1	-	-

ASSEMBLY & SPECIFICATION ห่อสุญญากาศ ขนาด 100 g				Page 3 of 72	
KMITL		Faculty of Architecture		Industrial Design	
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri				CODE : 52020201	
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค้ำแคต วิเวอริแคว วีฮอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี					
Material :-	Process :-	Finishing :-	Unit :-	Scale -	



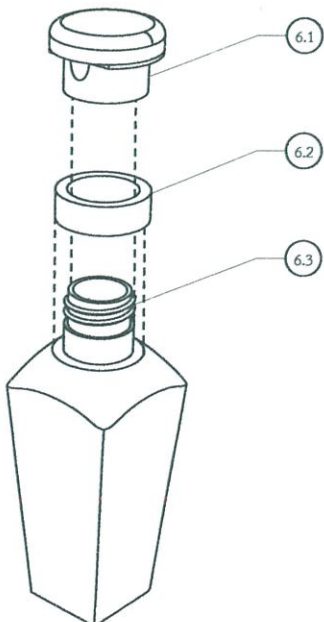
NO.	PART NAME	COLOUR	MATERIAL	PROCESS	FINISHING	QUANTITY	TEXTURE	REMARK
4.1	ฝาขวดสูง 18 mm	นิวคล	HDPE	INJECTION	-	1	-	STANDARD
4.2	ขวดขนาด 60 ml (เงาอ่อนนํ้า)	ขาว	PET	INJECTION BLOW MOLD	-	1	-	-
	ขวดขนาด 60 ml (เงาสูง)	เขียวอ่อน	PET	INJECTION BLOW MOLD	-	1	-	-
	ขวดขนาด 60 ml (ครึ่งขวด)	เขียวอ่อน	PET	INJECTION BLOW MOLD	-	1	-	-

ASSEMBLY & SPECIFICATION ขวดเจลอาบน้ำ แชมพู ครึ่งขวด ขนาด 60 ml				Page 4 of 72	
KMITL		Faculty of Architecture		Industrial Design	
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri				CODE : 52020201	
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค้ำแคต วิเวอริแคว วีฮอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี					
Material :-	Process :-	Finishing :-	Unit :-	Scale -	



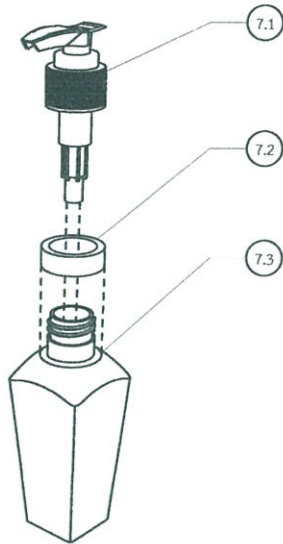
NO.	PART NAME	COLOUR	MATERIAL	PROCESS	FINISHING	QUANTITY	TEXTURE	REMARK
5.1	หัวปั๊มสีเอร์ ขนาด 28 mm	น้ำตาล	HDPE	INJECTION	-	1	-	STANDARD
5.2	หลอดไม้ 1,000 ml	ธรรมชาติ	WOOD	CUTTING MILLING	GLOSS	1	-	-
5.3	ขวดขนาด 1,000 ml (หลอดไม้)	ขาว	PET	INJECTION BLOW MOLD	-	1	-	-
	ขวดขนาด 1,000 ml (หลอด)	สีขาวอมชมพู	PET	INJECTION BLOW MOLD	-	1	-	-
	ขวดขนาด 1,000 ml (สีใส)	สีใส	PET	INJECTION BLOW MOLD	-	1	-	-

ASSEMBLY & SPECIFICATION ขวดเจลอาบน้ำ แชมพู สริมขวดนม ขนาด 1,000 ml				Page 5 of 72	
KMITL		Faculty of Architecture		Industrial Design	
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri				CODE : 52020201	
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค่านัสแตร์ วิเวอร์แคว วีส์อาร์ท จังหวัดกาญจนบุรี					
Material :-	Process :-	Finishing :-	Unit :-	Scale -	



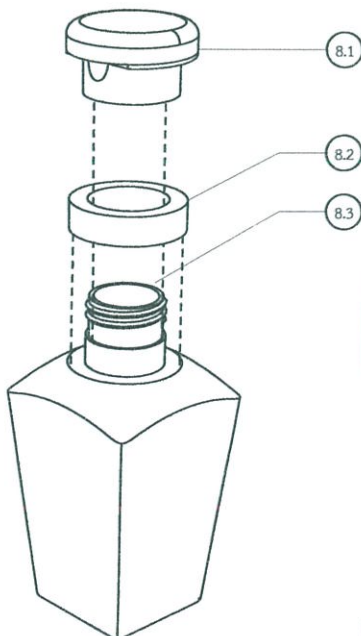
NO.	PART NAME	COLOUR	MATERIAL	PROCESS	FINISHING	QUANTITY	TEXTURE	REMARK
6.1	ฝาขวดสีเอร์ ขนาด 24 mm	น้ำตาล	HDPE	INJECTION	-	1	-	STANDARD
6.2	หลอดไม้ 100 ml	สีน้ำตาลเข้ม	WOOD	CUTTING MILLING	GLOSS	1	-	-
6.3	ขวดขนาด 100 ml	ธรรมชาติ	PET	INJECTION BLOW MOLD	-	1	-	-

ASSEMBLY & SPECIFICATION ขวดน้ำน้มนำ้จุ่มผิว ขนาด 100 ml				Page 6 of 72	
KMITL		Faculty of Architecture		Industrial Design	
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri				CODE : 52020201	
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค่านัสแตร์ วิเวอร์แคว วีส์อาร์ท จังหวัดกาญจนบุรี					
Material :-	Process :-	Finishing :-	Unit :-	Scale -	



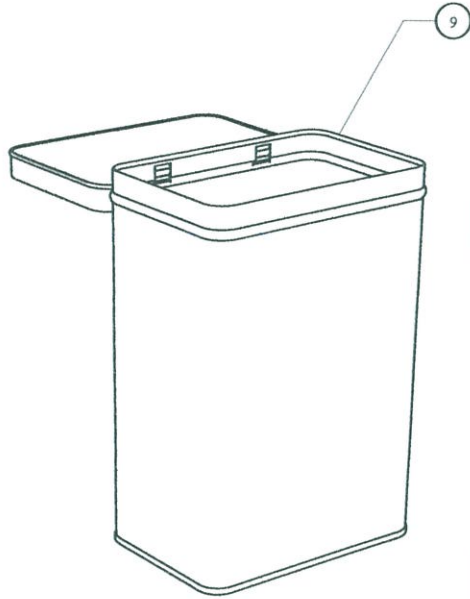
NO.	PART NAME	COLOUR	MATERIAL	PROCESS	FINISHING	QUANTITY	TEXTURE	REMARK
7.1	ฝาปั๊มฉีดหัว No. 24 mm	น้ำตาล	HDPE	INJECTION	-	1	-	STANDARD
7.2	หลอดฉีด 100 ml	สีเงิน/ใสเงาซี	WOOD	CUTTING / MILLING	GLOSS	1	-	-
7.3	ขวดขนาด 100 ml	ขาว	PET	INJECTION BLOW MOLD	-	1	-	-

ASSEMBLY & SPECIFICATION ขวดน้ำมีขนาด ขนาด 100 ml				Page 7 of 72	
KMITL		Faculty of Architecture		Industrial Design	
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri				CODE : 52020201	
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค้ำแม็ค ริเวอร์แคว รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี					
Material :-	Process :-	Finishing :-	Unit :-	Scale :-	



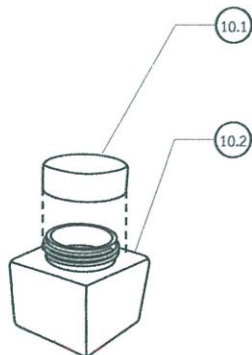
NO.	PART NAME	COLOUR	MATERIAL	PROCESS	FINISHING	QUANTITY	TEXTURE	REMARK
8.1	ฝาแบบพันเกลียว No. 26 mm	น้ำตาล	HDPE	INJECTION	-	1	-	STANDARD
8.2	หลอดฉีด 300 g	สีเงิน/ใสเงาซี	WOOD	CUTTING / MILLING	GLOSS	1	-	-
8.3	ขวดขนาด 300 g	ธรรมชาติ	PET	INJECTION BLOW MOLD	-	1	-	-

ASSEMBLY & SPECIFICATION ขวดเกลี้ยงตีผิว ขนาด 300 g				Page 8 of 72	
KMITL		Faculty of Architecture		Industrial Design	
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri				CODE : 52020201	
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค้ำแม็ค ริเวอร์แคว รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี					
Material :-	Process :-	Finishing :-	Unit :-	Scale :-	



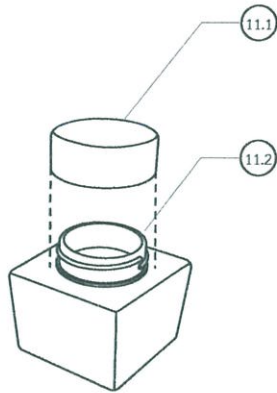
NO.	PART NAME	COLOUR	MATERIAL	PROCESS	FINISHING	QUANTITY	TEXTURE	REMARK
9	ถังขยะ	ธรรมชาติ	ALUMINIUM	-	-	1	-	STANDARD

ASSEMBLY & SPECIFICATION ถังขยะ				Page 9 of 72	
KMITL		Faculty of Architecture		Industrial Design	
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri				CODE : 52020201	
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค้ำแมค วิเวอร์แคว วีฮอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี					
Material :-	Process :-	Finishing :-	Unit :-	Scale -	



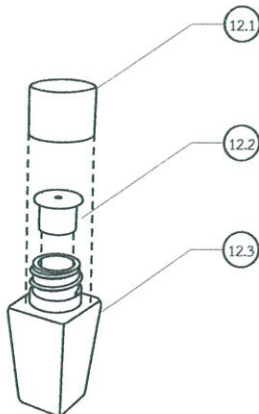
NO.	PART NAME	COLOUR	MATERIAL	PROCESS	FINISHING	QUANTITY	TEXTURE	REMARK
10.1	ฝากระปุกเนื้อหนา 26 mm	น้ำตาล	HDPE	INJECTION	-	1	-	STANDARD
10.2	กระปุกพลาสติก ขนาด 20 g	ธรรมชาติ	PET	INJECTION BLOW MOLD	-	1	-	-

ASSEMBLY & SPECIFICATION กระปุกพลาสติก ขนาด 20 g				Page 10 of 72	
KMITL		Faculty of Architecture		Industrial Design	
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri				CODE : 52020201	
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค้ำแมค วิเวอร์แคว วีฮอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี					
Material :-	Process :-	Finishing :-	Unit :-	Scale -	



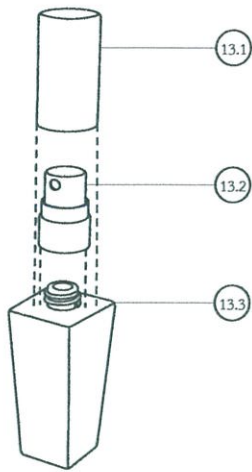
NO.	PART NAME	COLOUR	MATERIAL	PROCESS	FINISHING	QUANTITY	TEXTURE	REMARK
11.1	ฝาครอบเนื้อว 32 mm	น้ำตาล	HDPE	INJECTION	-	1	-	STANDARD
11.2	กระปุกพลาสติก ขนาด 60 g	ธรรมชาติ	PET	INJECTION BLOW MOLD	-	1	-	-

ASSEMBLY & SPECIFICATION กระปุกพลาสติก ขนาด 60 mm				Page 11 of 72	
KMITL		Faculty of Architecture		Industrial Design	
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri				CODE : 52020201	
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค่าน้ำตาล วิเวอว์แคว วีซอร์ธ จังหวัดกาญจนบุรี					
Material :-	Process :-	Finishing :-	Unit :-	Scale -	



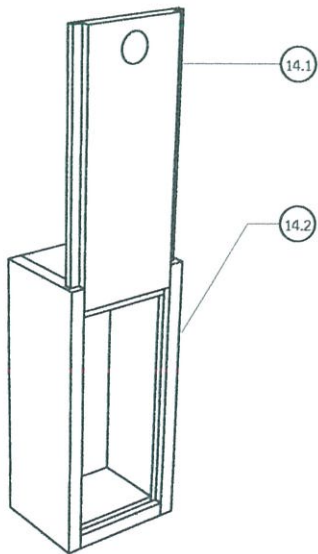
NO.	PART NAME	COLOUR	MATERIAL	PROCESS	FINISHING	QUANTITY	TEXTURE	REMARK
12.1	ฝาด้านบน 18 mm	น้ำตาล	HDPE	INJECTION	-	1	-	STANDARD
12.2	จุกพลาสติก	ธรรมชาติ	PE	INJECTION	-	1	-	STANDARD
12.3	ขวดขนาด 15 cc.	ชา	PET	INJECTION BLOW MOLD	-	1	-	-

ASSEMBLY & SPECIFICATION ขวดน้ำดื่มสมุนไพร ขนาด 15 cc				Page 12 of 72	
KMITL		Faculty of Architecture		Industrial Design	
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri				CODE : 52020201	
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค่าน้ำตาล วิเวอว์แคว วีซอร์ธ จังหวัดกาญจนบุรี					
Material :-	Process :-	Finishing :-	Unit :-	Scale -	



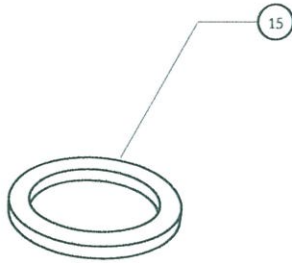
NO.	PART NAME	COLOUR	MATERIAL	PROCESS	FINISHING	QUANTITY	TEXTURE	REMARK
13.1	ฝาครอบสกรู	ธรรมชาติ	WOOD	CUTTING MILLING	GROSS	1	-	-
13.2	ตัวป้องกันเลี้ยว กว. 12 มม	สีขาว	HDPE	INJECTION	-	1	-	STANDARD
13.3	ขวดขนาด 10 cc	ธรรมชาติ	GLASS	INJECTION BLOW MOLD	-	1	-	-

ASSEMBLY & SPECIFICATION ขวดน้ำหอม ขนาด 10 cc				Page 13 of 72	
KMITL		Faculty of Architecture		Industrial Design	
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri				CODE : 52020201	
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค้ำแคต ริเวอร์แคว ริสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี					
Material :-	Process :-	Finishing :-	Unit :-	Scale -	



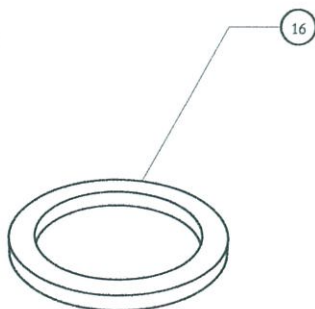
NO.	PART NAME	COLOUR	MATERIAL	PROCESS	FINISHING	QUANTITY	TEXTURE	REMARK
14.1	ฝาดอกน้ำหอม	ธรรมชาติ	WOOD	CUTTING MILLING	-	1	-	-
14.2	กล่องน้ำหอม	ธรรมชาติ	WOOD	CUTTING MILLING	-	1	-	-

ASSEMBLY & SPECIFICATION กล่องน้ำหอม				Page 14 of 72	
KMITL		Faculty of Architecture		Industrial Design	
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri				CODE : 52020201	
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค้ำแคต ริเวอร์แคว ริสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี					
Material :-	Process :-	Finishing :-	Unit :-	Scale -	



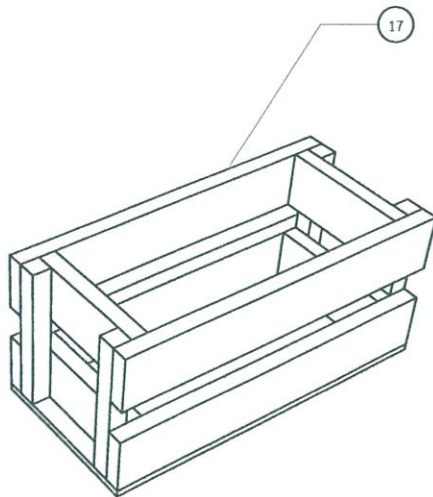
NO.	PART NAME	COLOUR	MATERIAL	PROCESS	FINISHING	QUANTITY	TEXTURE	REMARK
15	ฐานลูกประกอบ ขนาดเล็ก	WOOD	CUTTING MILLING	-	-	1	-	-

ASSEMBLY & SPECIFICATION ฐานลูกประกอบ ขนาดเล็ก					Page 15 of 72				
KMITL		Faculty of Architecture			Industrial Design				
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri					CODE : 52020201				
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค้ำแมค วิเวอร์แคว วีสปอร์ต จังหวัดกาญจนบุรี									
Material :-		Process :-			Finishing :-		Unit :-	Scale -	



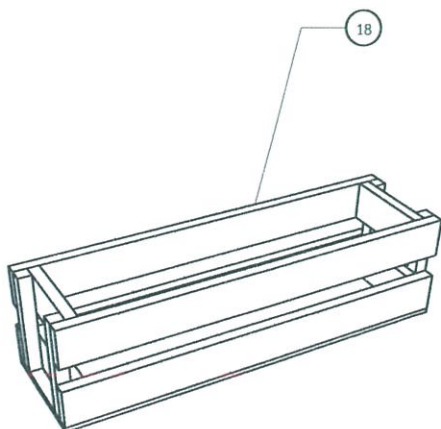
NO.	PART NAME	COLOUR	MATERIAL	PROCESS	FINISHING	QUANTITY	TEXTURE	REMARK
16	ฐานลูกประกอบ ขนาดใหญ่	WOOD	CUTTING MILLING	-	-	1	-	-

ASSEMBLY & SPECIFICATION ฐานลูกประกอบ ขนาดใหญ่					Page 16 of 72				
KMITL		Faculty of Architecture			Industrial Design				
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri					CODE : 52020201				
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค้ำแมค วิเวอร์แคว วีสปอร์ต จังหวัดกาญจนบุรี									
Material :-		Process :-			Finishing :-		Unit :-	Scale -	



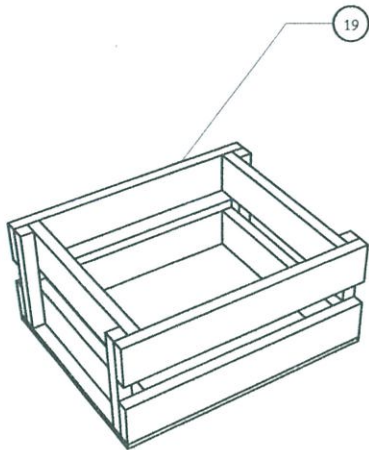
NO.	PART NAME	COLOUR	MATERIAL	PROCESS	FINISHING	QUANTITY	TEXTURE	REMARK
17	ตะกร้าของข้าวบรรจุเมล็ดพันธ์ุ 2 ชั้น	ธรรมชาติ	WOOD	CUTTING MILLING	-	1	-	-

ASSEMBLY & SPECIFICATION ตะกร้าของข้าวบรรจุเมล็ดพันธ์ุ 2 ชั้น				Page 17 of 72				
KMITL		Faculty of Architecture			Industrial Design			
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri				CODE : 52020201				
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับเมล็ดพันธ์ุเพื่อสุขภาพและความงามของข้าวแสด ริเวอร์แคว วิสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี								
Material :-		Process :-			Finishing :-		Unit :-	Scale -



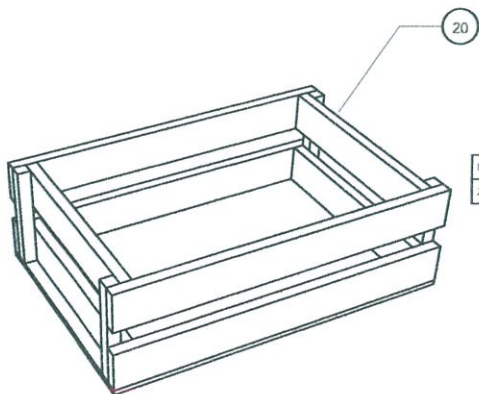
NO.	PART NAME	COLOUR	MATERIAL	PROCESS	FINISHING	QUANTITY	TEXTURE	REMARK
18	ตะกร้าของข้าวบรรจุเมล็ดพันธ์ุ 3 ชั้น	ธรรมชาติ	WOOD	CUTTING MILLING	-	1	-	-

ASSEMBLY & SPECIFICATION ตะกร้าของข้าวบรรจุเมล็ดพันธ์ุ 3 ชั้น				Page 18 of 72				
KMITL		Faculty of Architecture			Industrial Design			
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri				CODE : 52020201				
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับเมล็ดพันธ์ุเพื่อสุขภาพและความงามของข้าวแสด ริเวอร์แคว วิสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี								
Material :-		Process :-			Finishing :-		Unit :-	Scale -



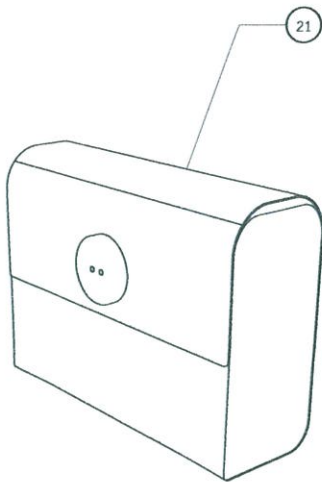
NO.	PART NAME	COLOUR	MATERIAL	PROCESS	FINISHING	QUANTITY	TEXTURE	REMARK
19	ตะกร้าของขั้วรูปทรงสี่เหลี่ยมด้าน 4 ซี่น	ธรรมชาติ	WOOD	CUTTING MILLING	-	1	-	-

ASSEMBLY & SPECIFICATION ตะกร้าของขั้วรูปทรงสี่เหลี่ยมด้าน 4 ซี่น				Page 19 of 72	
KMITL		Faculty of Architecture		Industrial Design	
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri				CODE : 52020201	
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค้ำแสน วิเวอร้คเว วีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี					
Material :-	Process :-	Finishing :-	Unit :-	Scale -	



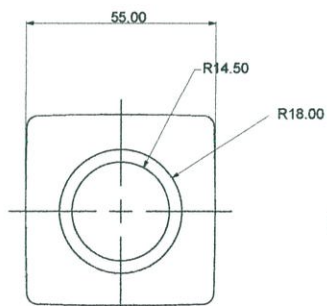
NO.	PART NAME	COLOUR	MATERIAL	PROCESS	FINISHING	QUANTITY	TEXTURE	REMARK
20	ตะกร้าของขั้วรูปทรงสี่เหลี่ยมด้าน 6 ซี่น	ธรรมชาติ	WOOD	CUTTING MILLING	-	1	-	-

ASSEMBLY & SPECIFICATION ตะกร้าของขั้วรูปทรงสี่เหลี่ยมด้าน 6 ซี่น				Page 20 of 72	
KMITL		Faculty of Architecture		Industrial Design	
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri				CODE : 52020201	
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค้ำแสน วิเวอร้คเว วีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี					
Material :-	Process :-	Finishing :-	Unit :-	Scale -	

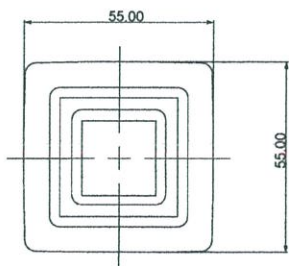


NO.	PART NAME	COLOUR	MATERIAL	PROCESS	FINISHING	QUANTITY	TEXTURE	REMARK
21	กล่องไม้หอม	ธรรมชาติ	FABRIC	พิมพ์		1		

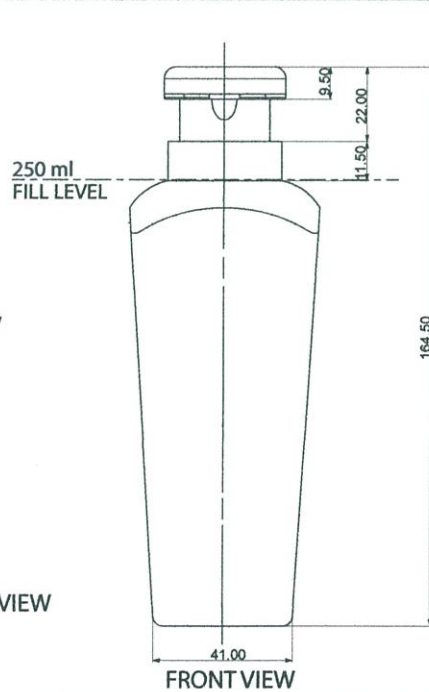
ASSEMBLY & SPECIFICATION กระเป๋าผ้าพกพา				Page 21 of 72	
KMITL		Faculty of Architecture		Industrial Design	
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri				CODE : 52020201	
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม ของค่านัสต วิเวอรันควา วิสอรัท จังหวัดกาญจนบุรี					
Material :-	Process :-	Finishing :-	Unit :-	Scale -	



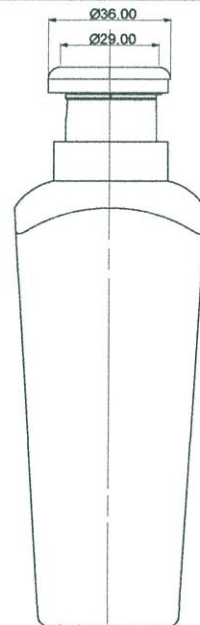
TOP VIEW



BOTTOM VIEW

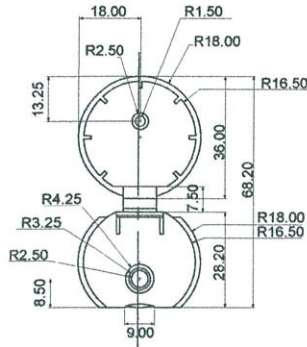


FRONT VIEW

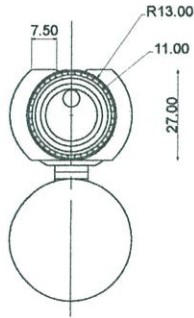


SIDE VIEW

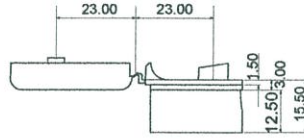
Over all ขวดเจลอาบน้ำ แชมพู ครีมนวดผม ขนาด 250 ml				Page 22 of 72	
KMITL		Faculty of Architecture		Industrial Design	
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri				CODE : 52020201	
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม ของค่านัสต วิเวอรันควา วิสอรัท จังหวัดกาญจนบุรี					
Material : PET	Process : Injection Blow Mold	Finishing : -	Unit : mm	Scale 1:1	



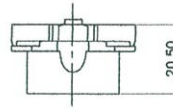
TOP VIEW



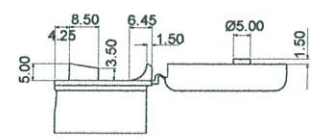
BOTTOM VIEW



SIDE VIEW

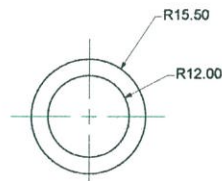


FRONT VIEW

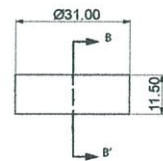


SIDE VIEW

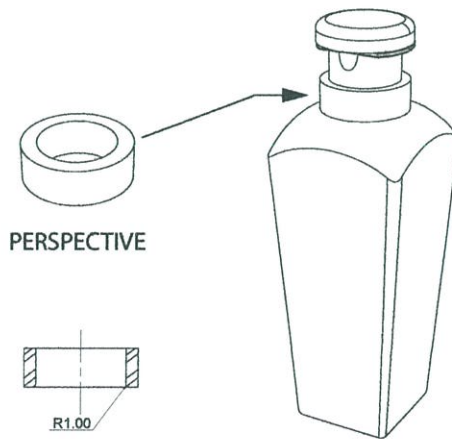
ผ้าบานพับเกลียวคอ 24 มม		Page 23 of 72		
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design		
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 5202021		
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม ของค่าแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี				
Material : HDPE	Process : Injection	Finishing : -	Unit : mm	Scale 1:1



TOP VIEW



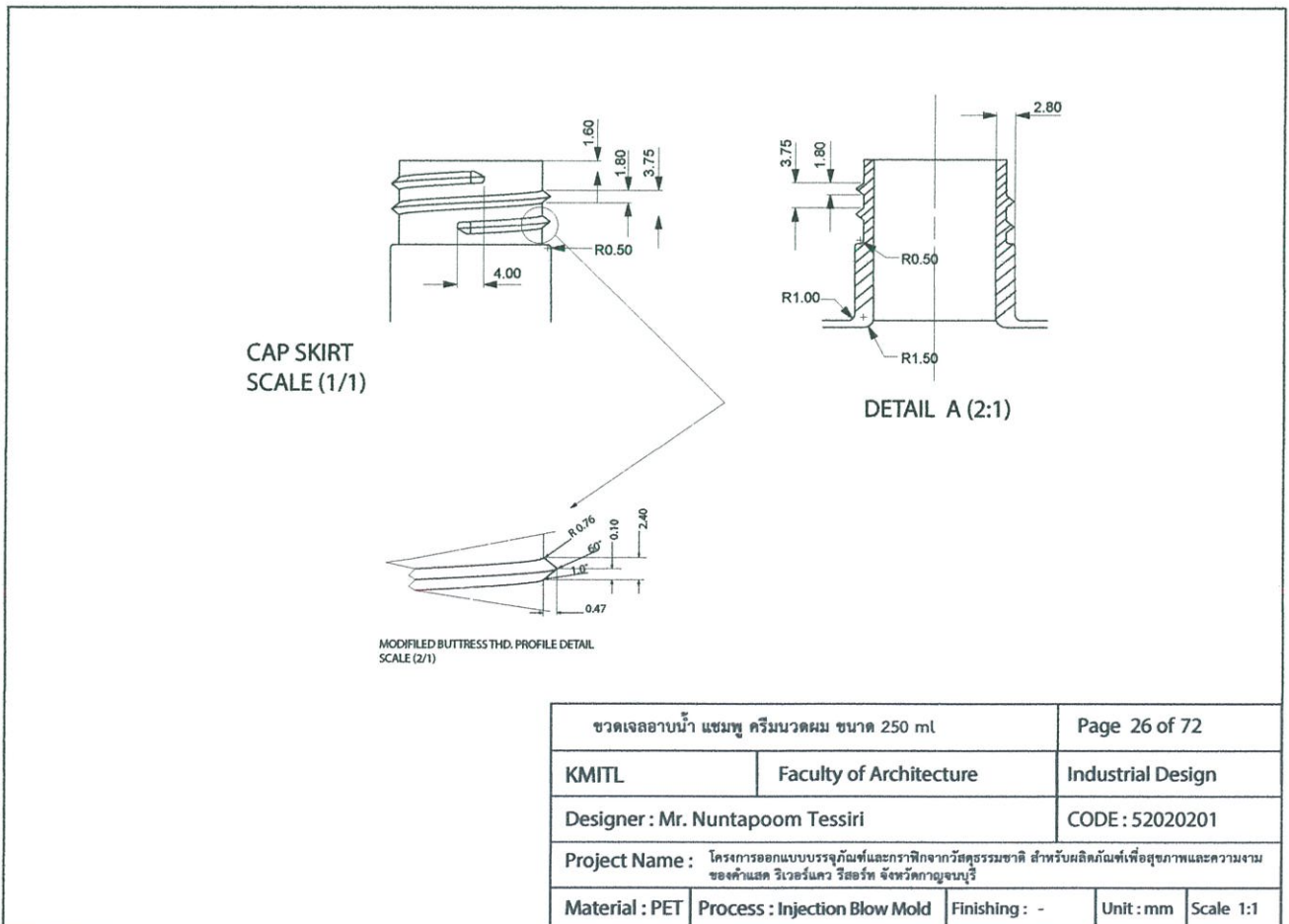
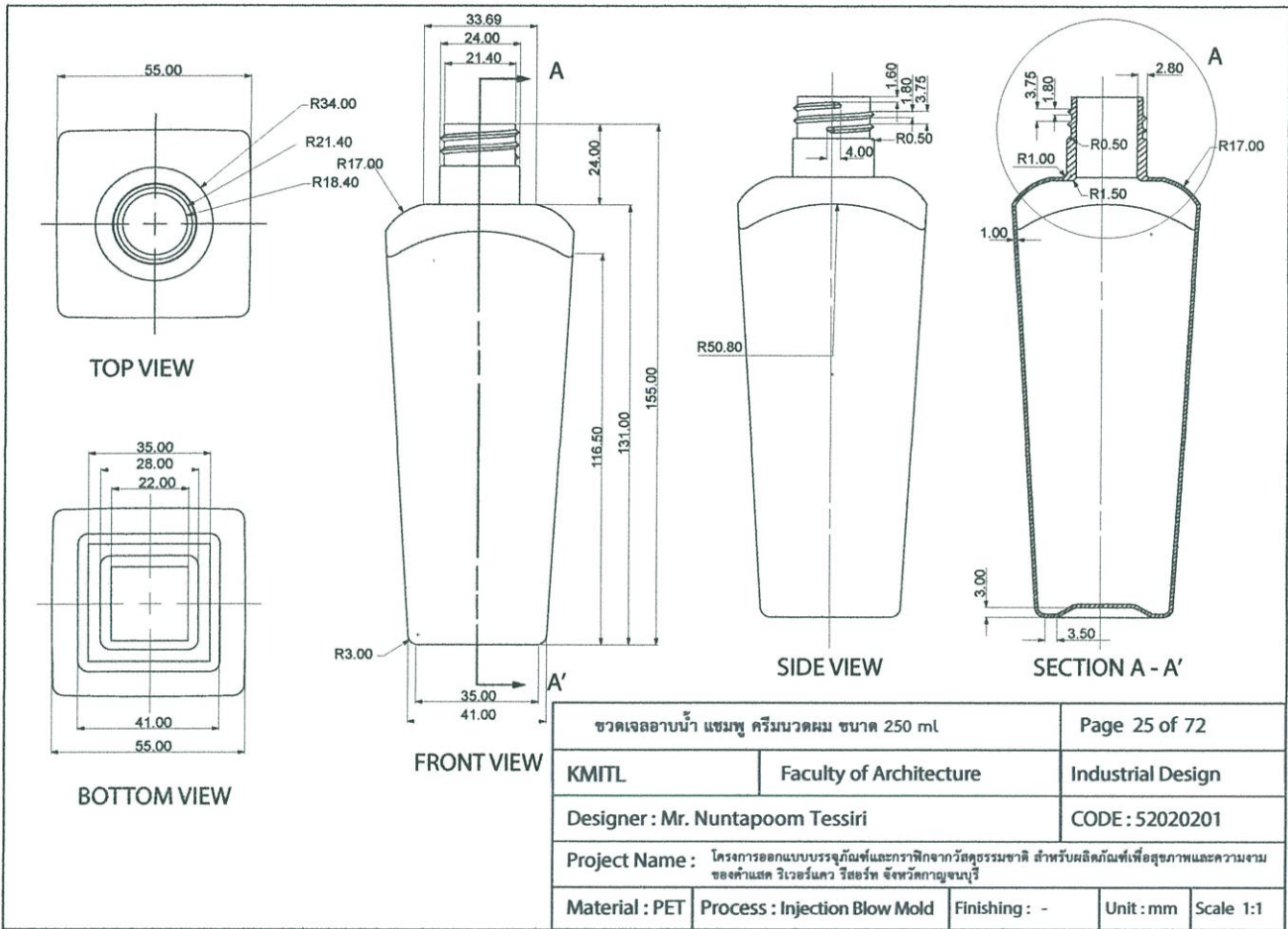
FRONT VIEW

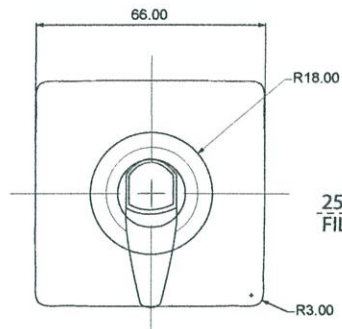


PERSPECTIVE

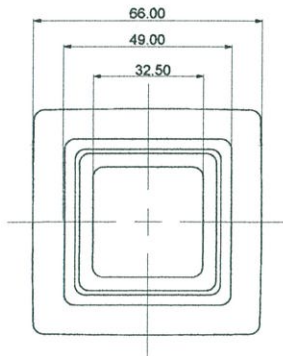
SECTION B-B'

คอขวดไม้เจลอาบน้ำ แชมพู ครีมนวดผม ขนาด 250 ml		Page 24 of 72		
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design		
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 5202021		
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม ของค่าแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี				
Material : Wood	Process : Cutting / Milling	Finishing : Gloss	Unit : mm	Scale 1:1



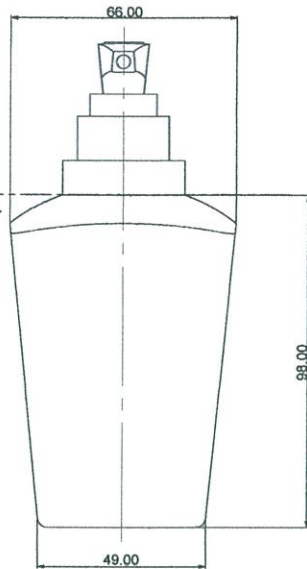


TOP VIEW

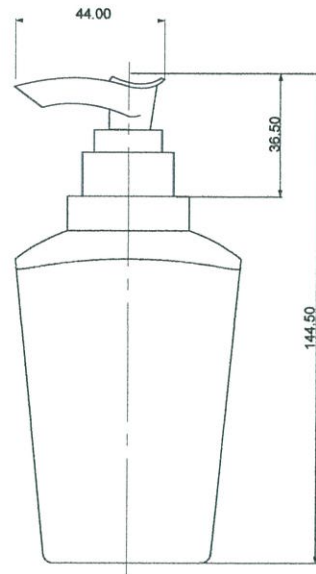


BOTTOM VIEW

250 ml
FILL LEVEL

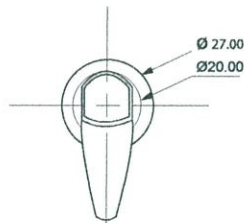


FRONT VIEW

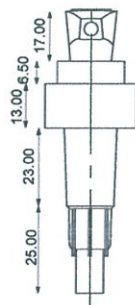


SIDE VIEW

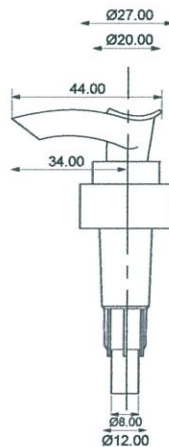
Over all ขนาดเจลล้างมือ ขนาด 250 ml		Page 27 of 72
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 52020201
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค่าแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี		
Material : PET	Process : Injection Blow Mold	Finishing : -
Unit : mm	Scale 1:1	



TOP VIEW

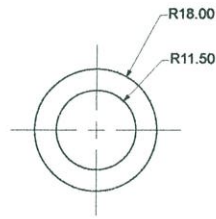


FRONT VIEW

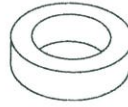


SIDE VIEW

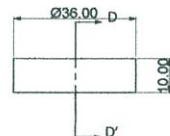
ฝาปั๊มเกลียวคอ 24 mm		Page 28 of 72
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 52020201
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค่าแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี		
Material : HDPE	Process : Injection	Finishing : -
Unit : mm	Scale 1:1	



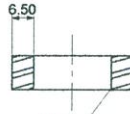
TOP VIEW



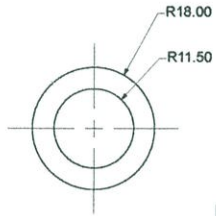
PERSPECTIVE



FRONT VIEW

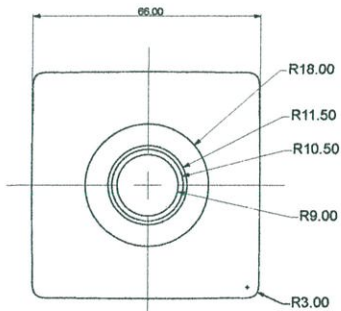


SECTION D-D'

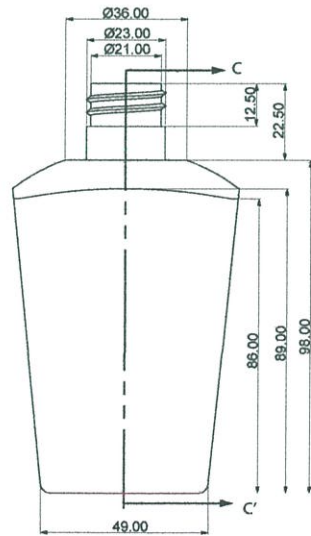


BOTTOM VIEW

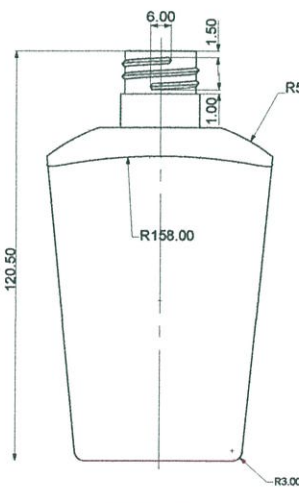
คอขวดไม้เจลล้างมือ ขนาด 250 ml		Page 29 of 72
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 52020201
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค่าแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี		
Material : Wood	Process : Cutting / Milling	Finishing : Gloss Unit : mm Scale 1:1



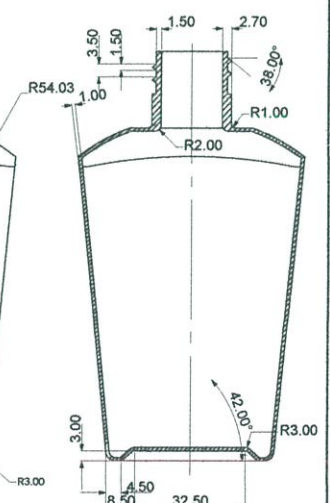
TOP VIEW



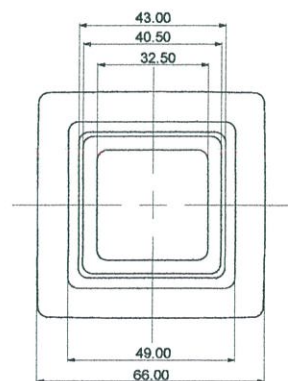
FRONT VIEW



SIDE VIEW

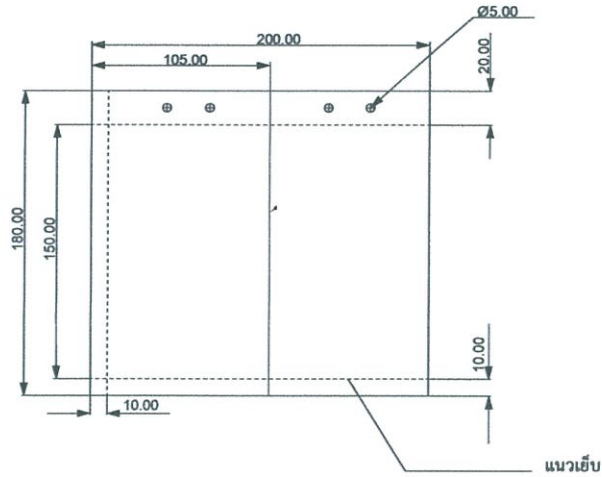


SECTION C-C'

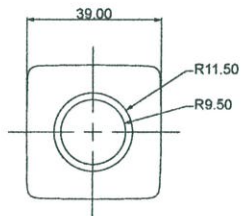


BOTTOM VIEW

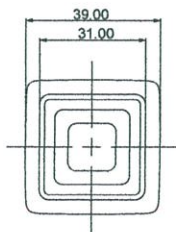
Over all ขวดเจลล้างมือ ขนาด 250 ml		Page 30 of 72
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 52020201
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค่าแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี		
Material : PET	Process : Injection Blow Mold	Finishing : - Unit : mm Scale 1:1



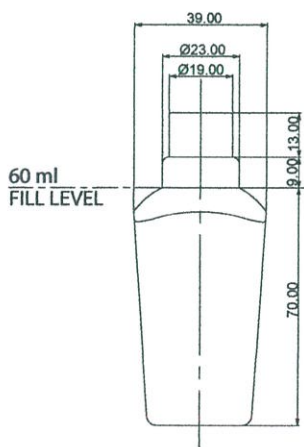
ห่อสบู่ก้อน ขนาด 100 g		Page 31 of 72		
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design		
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 52020201		
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม ของค่านัสต์ ริเวอร์แคว ริสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี				
Material : กระดาษ	Process : ตัดเย็บ	Finishing : -	Unit : mm	Scale 1:2



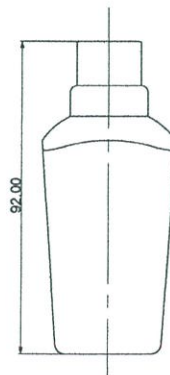
TOP VIEW



BOTTOM VIEW

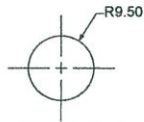


FRONT VIEW



SIDE VIEW

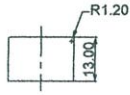
Over all ขวดเจลอาบน้ำ แชมพู ครีมนวดผม ขนาด 60 ml		Page 32 of 72		
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design		
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 52020201		
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม ของค่านัสต์ ริเวอร์แคว ริสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี				
Material : PET	Process : Injection Blow Mold	Finishing : -	Unit : mm	Scale 1:1



TOP VIEW



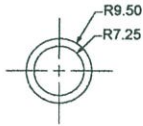
PERSPECTIVE



FRONT VIEW

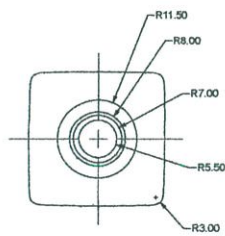


SIDE VIEW

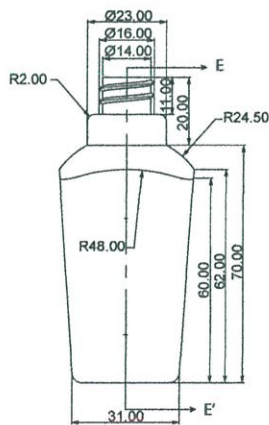


BOTTOM VIEW

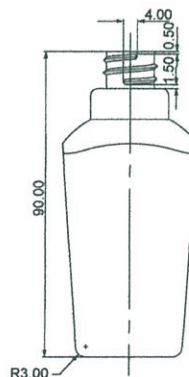
ผ่าขวดเจลอาบน้ำ แชมพู ครีมนวดผม ขนาด 60 ml		Page 33 of 72		
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design		
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 52020201		
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค่าแสด วิเวอรี่แคร์ รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี				
Material : HDPE	Process : Injection	Finishing : -	Unit : mm	Scale 1:1



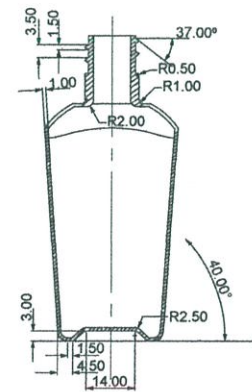
TOP VIEW



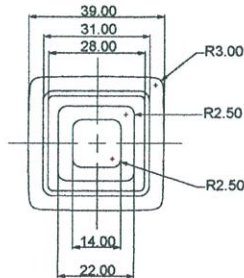
FRONT VIEW



SIDE VIEW

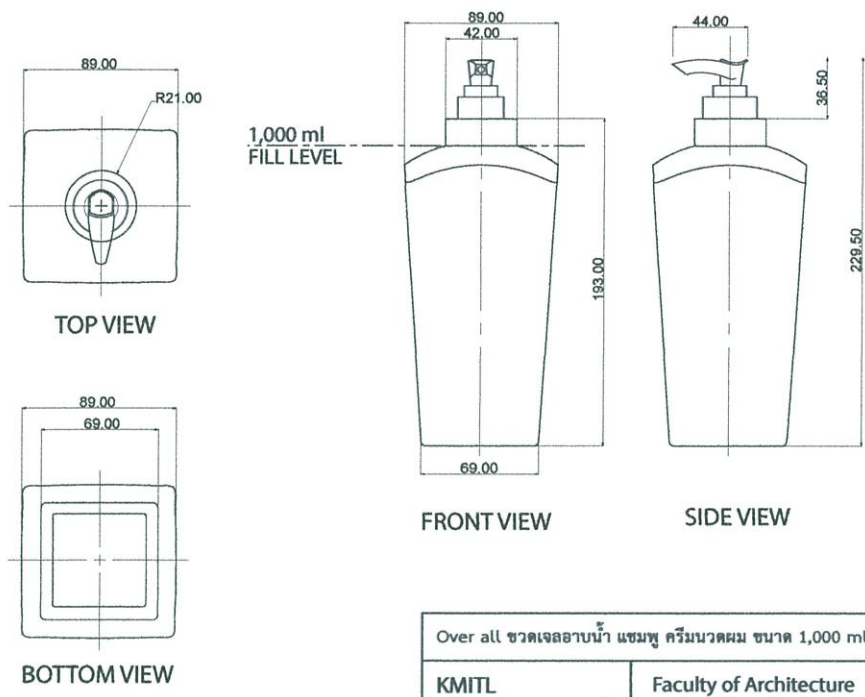


SECTION E-E'

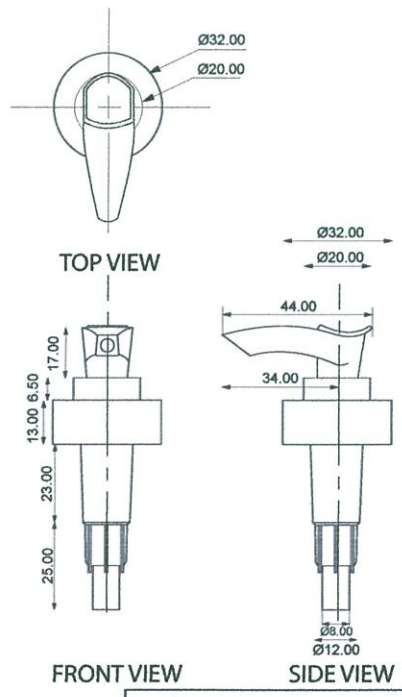


BOTTOM VIEW

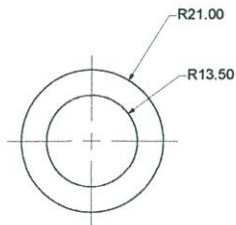
ขวดเจลอาบน้ำ แชมพู ครีมนวดผม ขนาด 60 ml		Page 34 of 72		
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design		
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 52020201		
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค่าแสด วิเวอรี่แคร์ รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี				
Material : PET	Process : Injection Blow Mold	Finishing : -	Unit : mm	Scale 1:1



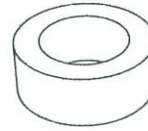
Over all ขวดเจลอาบน้ำ แชมพู ครีมนวดผม ขนาด 1,000 ml		Page 35 of 72
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 52020201
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม ของค่านัสต์ รีเวอร์แคว รีลอร์ฟ จังหวัดกาญจนบุรี		
Material : PET	Process : Injection Blow Mold	Finishing : - Unit : mm Scale 1:2



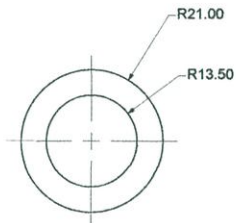
ฝาปิดมีเกลียวคอ 28 mm		Page 36 of 72
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 52020201
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม ของค่านัสต์ รีเวอร์แคว รีลอร์ฟ จังหวัดกาญจนบุรี		
Material : HDPE	Process : Injection	Finishing : - Unit : mm Scale 1:1



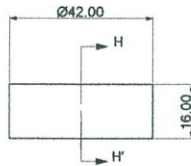
TOP VIEW



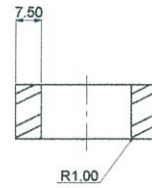
PERSPECTIVE



BOTTOM VIEW

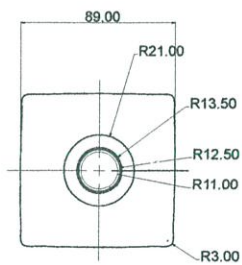


FRONT VIEW

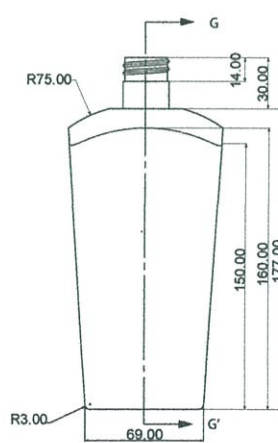


SECTION H-H'

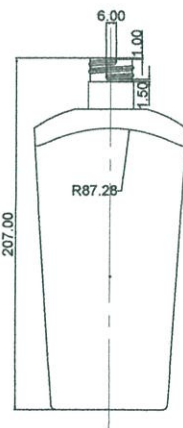
คอขวดไม้เจลอาบน้ำ แชมพู ครีมนวดผม ขนาด 1,000 ml		Page 37 of 72
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 52020201
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค่ายแคค วอเตอร์แคว รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี		
Material : Wood	Process : Cutting / Milling	Finishing : Gloss Unit : mm Scale 1:1



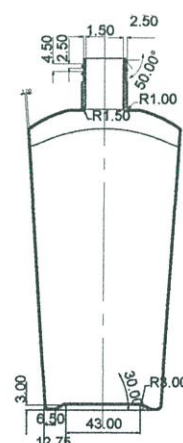
TOP VIEW



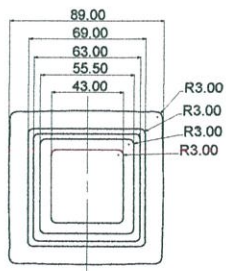
FRONT VIEW



SIDE VIEW

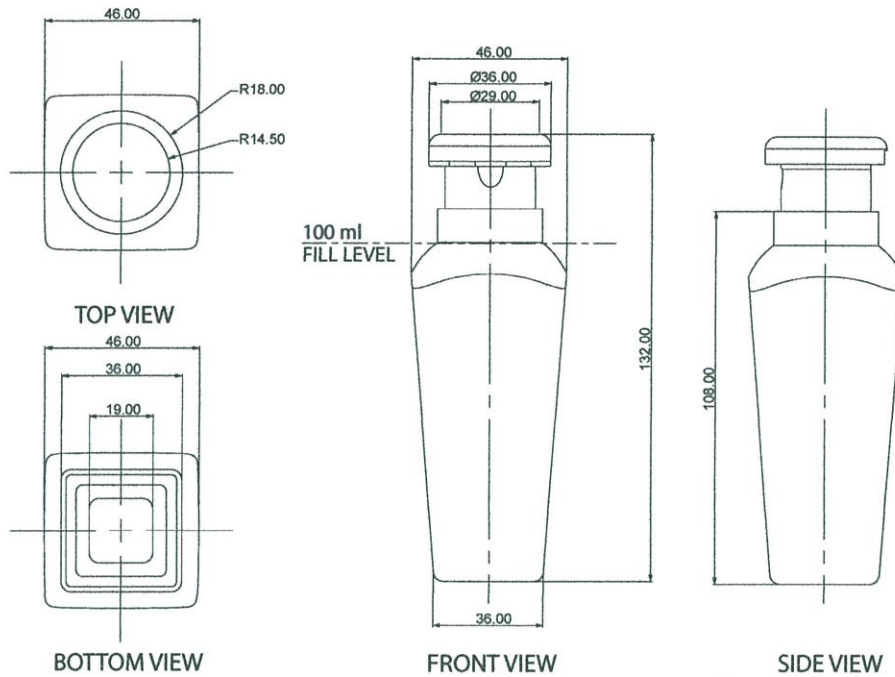


SECTION G-G'

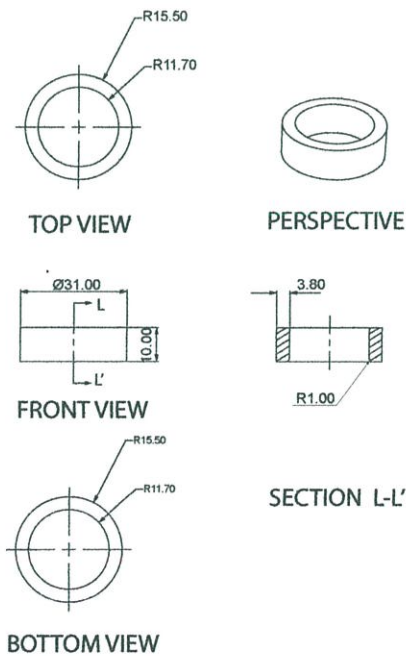


BOTTOM VIEW

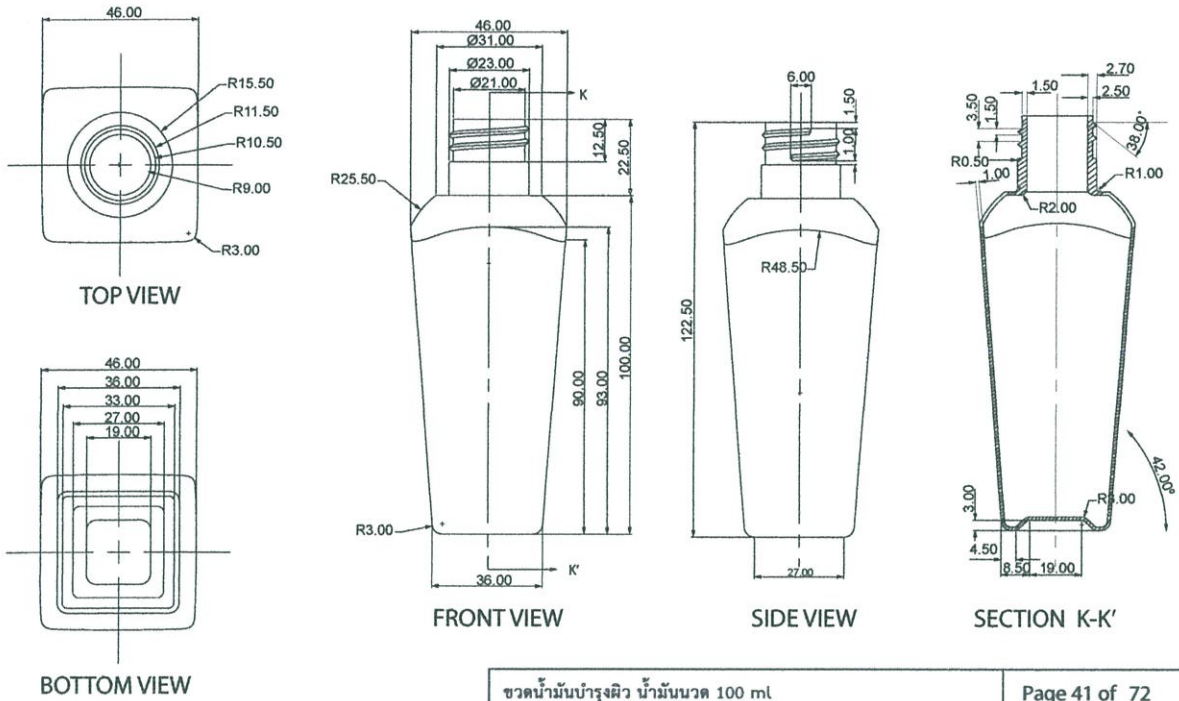
ขวดเจลอาบน้ำ แชมพู ครีมนวดผม ขนาด 1,000 ml		Page 38 of 72
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 52020201
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค่ายแคค วอเตอร์แคว รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี		
Material : PET	Process : Injection Blow Mold	Finishing : - Unit : mm Scale 1:1



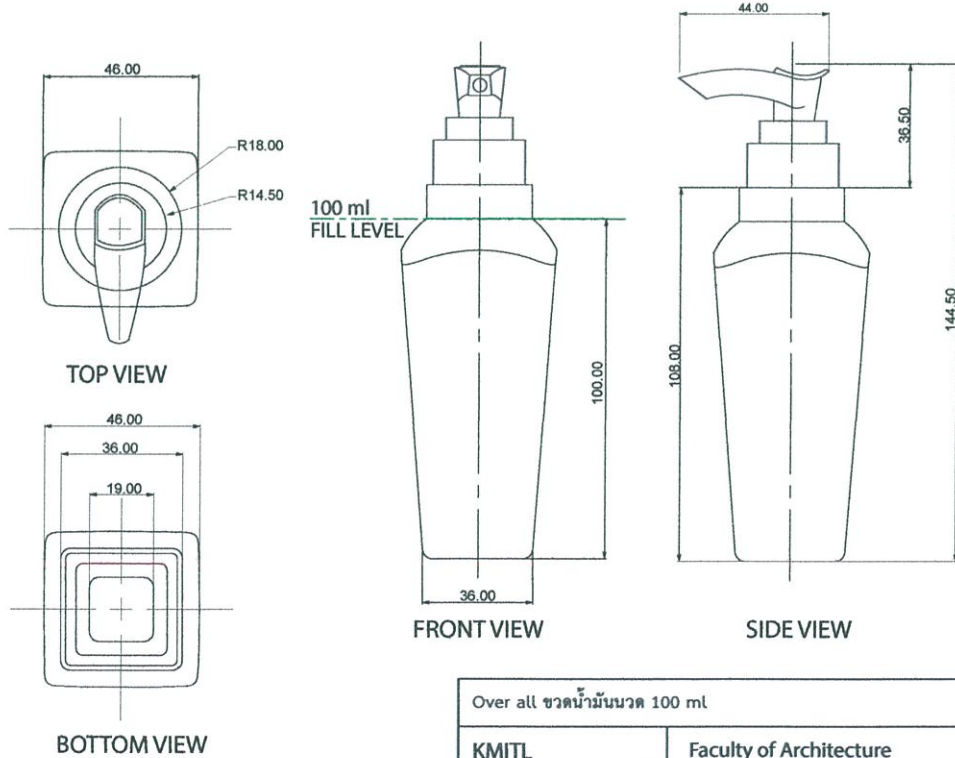
Over all ขนาดน้ำมันน้ำปรุงผิว 100 ml		Page 39 of 72
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 52020201
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม ของค่านัสต ริเวอร์แคว รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี		
Material : PET	Process : Injection Blow Mold	Finishing : -
Unit : mm	Scale 1:1	



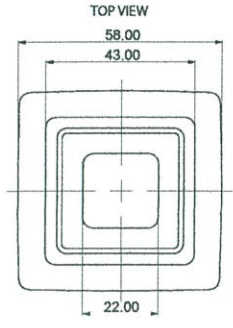
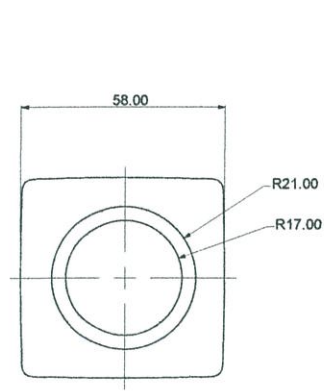
คอขวดไม้ น้ำมันน้ำปรุงผิว น้ำมันขนาด 100 ml		Page 40 of 72
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 52020201
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม ของค่านัสต ริเวอร์แคว รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี		
Material : Wood	Process : Cutting / Milling	Finishing : Gloss
Unit : mm	Scale 1:1	



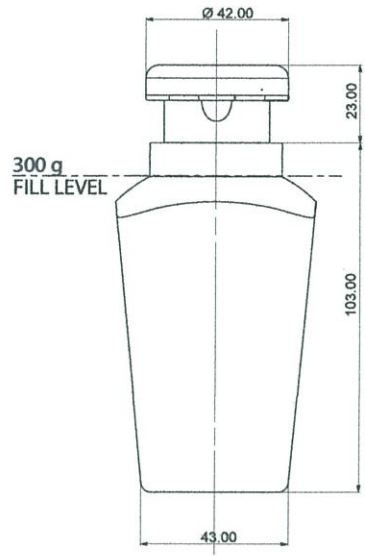
ขวดน้ำมันบำรุงผิว น้ำมันขนาด 100 ml		Page 41 of 72
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 52020201
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม ของค่านสศ วิเวอร์แคว วิสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี		
Material : PET	Process : Injection Blow Mold	Finishing : -
Unit : mm	Scale 1:1	



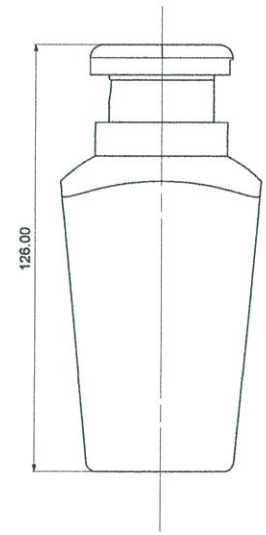
Over all ขวดน้ำมันขนาด 100 ml		Page 42 of 72
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 52020201
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม ของค่านสศ วิเวอร์แคว วิสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี		
Material : PET	Process : Injection Blow Mold	Finishing : -
Unit : mm	Scale 1:1	



BOTTOM VIEW

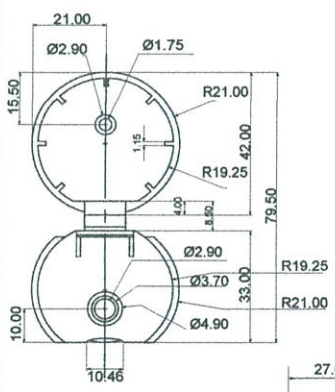


FRONT VIEW

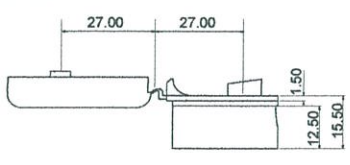


SIDE VIEW

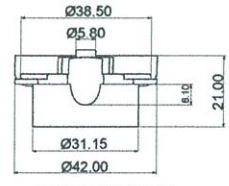
Over all ขนาดเกลียวขวด ขนาด 300 g		Page 43 of 72
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 52020201
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม ของค่านัด วิเวธรันควา วิสอรัท จังหวัดกาญจนบุรี		
Material : PET	Process : Injection Blow Mold	Finishing : -
Unit : mm	Scale 1:1	



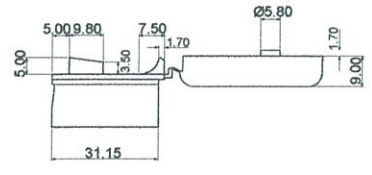
TOP VIEW



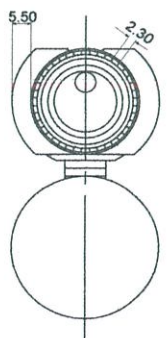
SIDE VIEW



FRONT VIEW

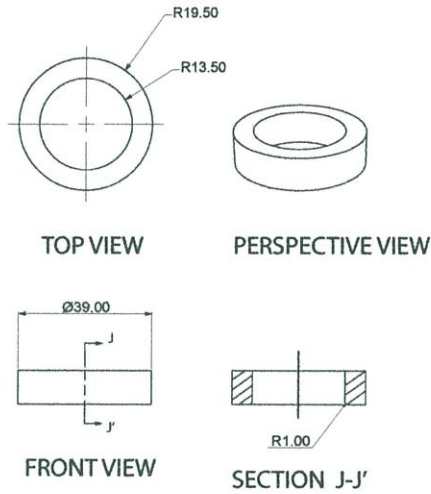


SIDE VIEW

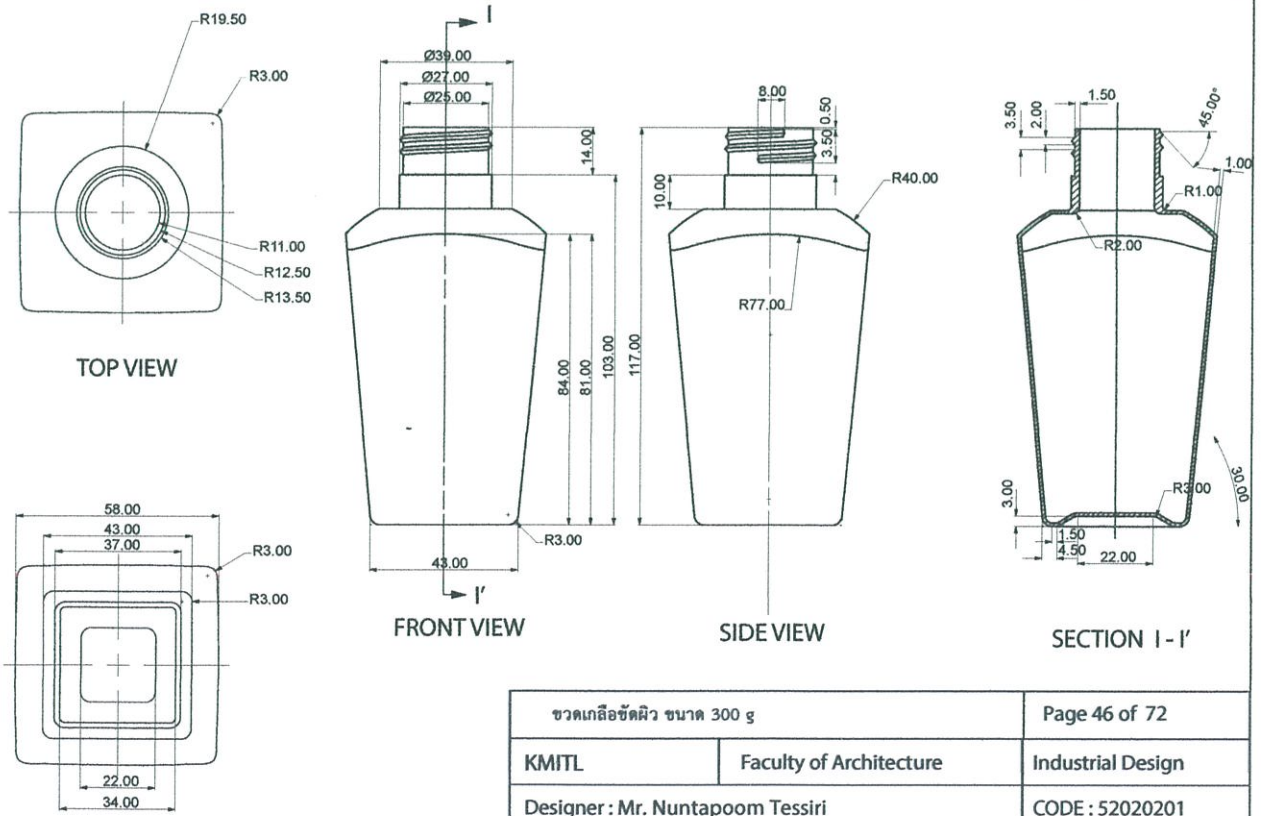


BOTTOM VIEW

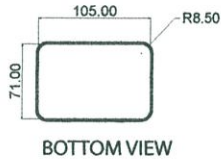
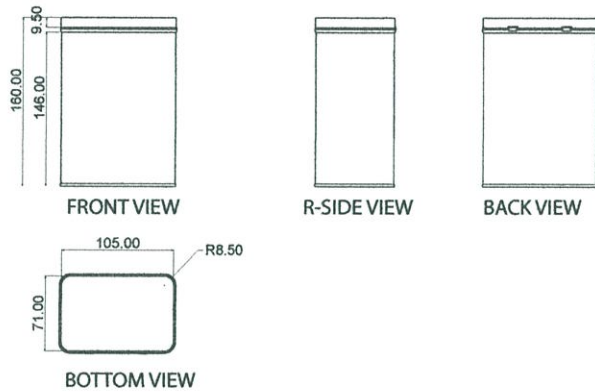
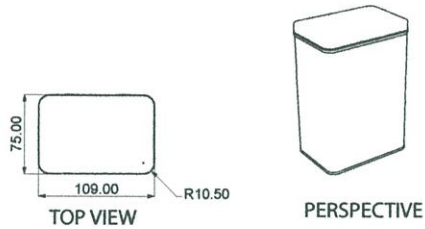
ผ่านานพับเกลียวคอ 28 mm		Page 44 of 72
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 52020201
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม ของค่านัด วิเวธรันควา วิสอรัท จังหวัดกาญจนบุรี		
Material : HDPE	Process : Injection	Finishing : -
Unit : mm	Scale 1:1	



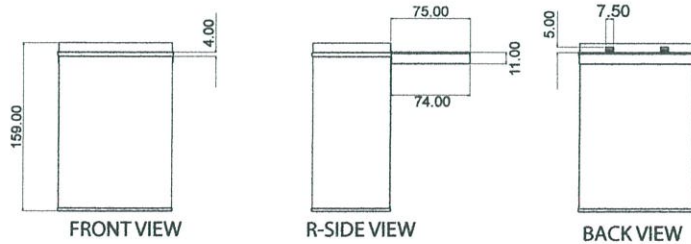
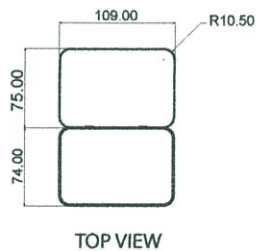
คอขวดไม้เกลือขัดผิว ขนาด 300 g		Page 45 of 72
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 52020201
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค่าแสด วิเวอรันควา วิสอร์ฟ จังหวัดกาญจนบุรี		
Material : Wood	Process : Cutting / Milling	Finishing : Gloss Unit : mm Scale 1:1



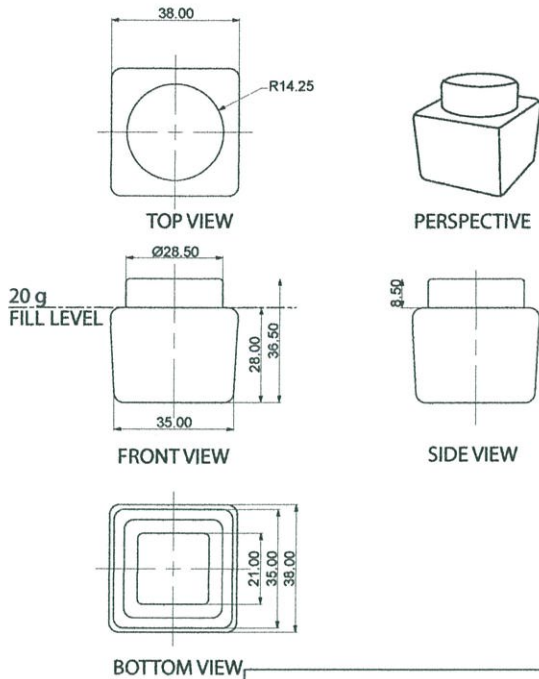
ขวดเกลือขัดผิว ขนาด 300 g		Page 46 of 72
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 52020201
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค่าแสด วิเวอรันควา วิสอร์ฟ จังหวัดกาญจนบุรี		
Material : PET	Process : Injection Blow Mold	Finishing : - Unit : mm Scale 1:1



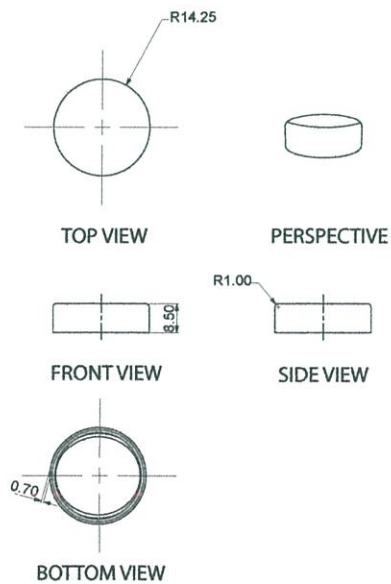
กล่องชา		Page 47 of 72
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 52020201
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค่าแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี		
Material : Aluminium	Process : -	Finishing : - Unit : mm Scale 1:4



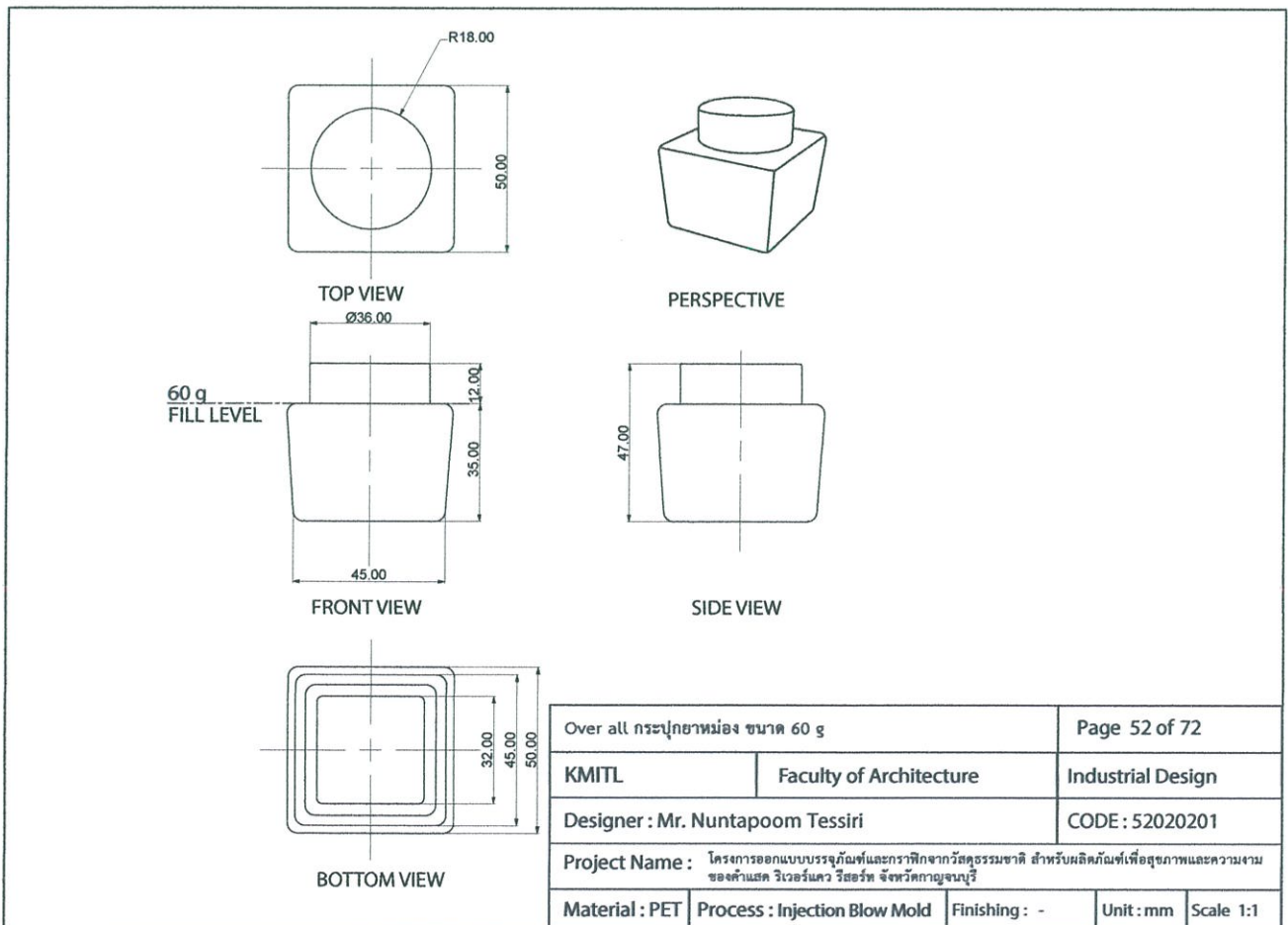
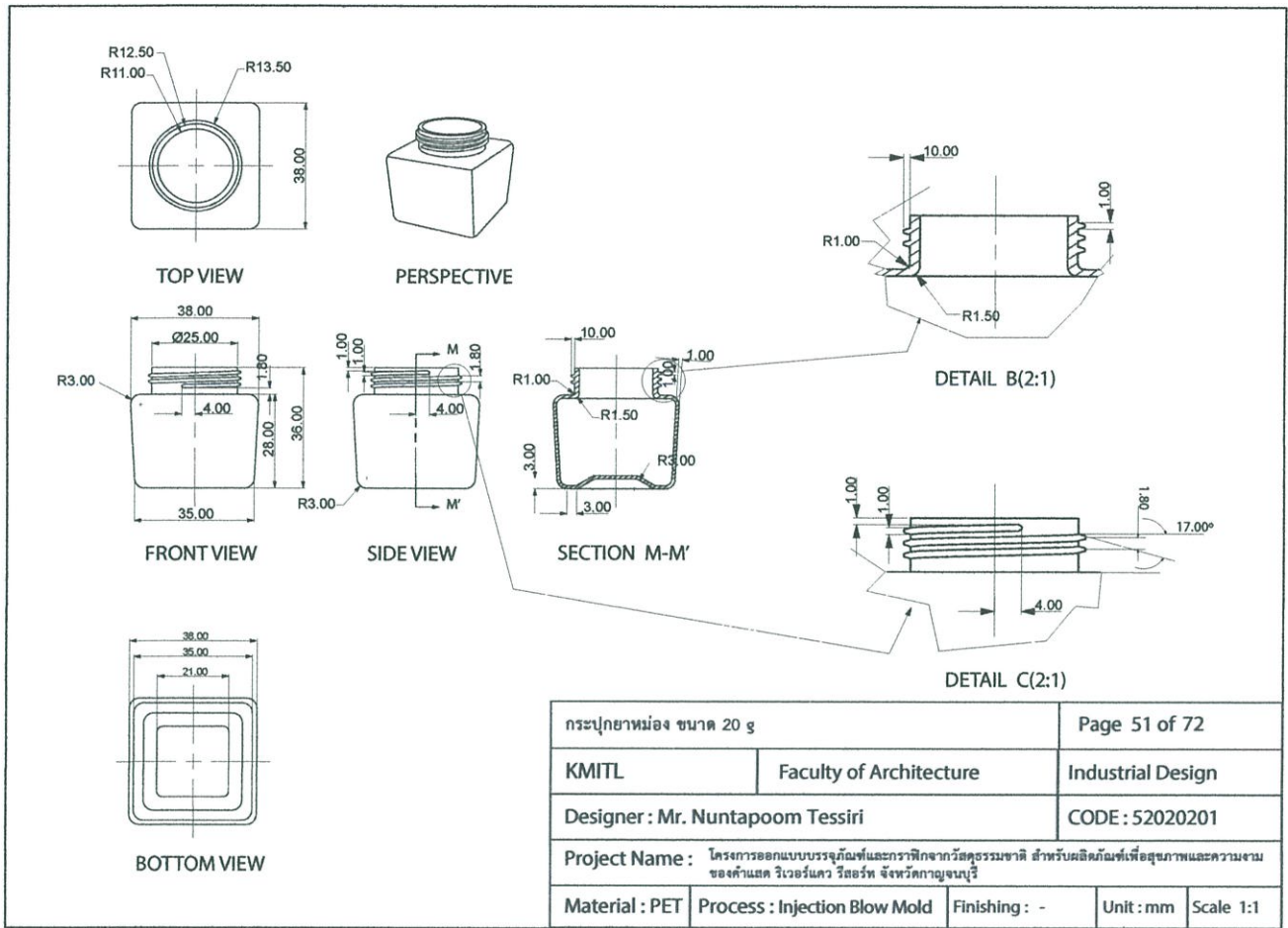
กล่องชา		Page 48 of 72
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 52020201
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค่าแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี		
Material : Aluminium	Process : -	Finishing : - Unit : mm Scale 1:4

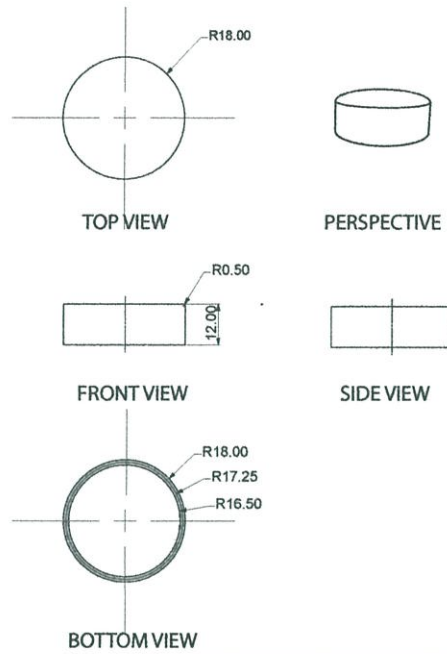


Over all ภาชนะบรรจุ ขนาด 20 g		Page 49 of 72
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 52020201
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค่าแสด วิเวอร์แคว วิสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี		
Material : PET	Process : Injection Blow Mold	Finishing : -
Unit : mm	Scale 1:1	

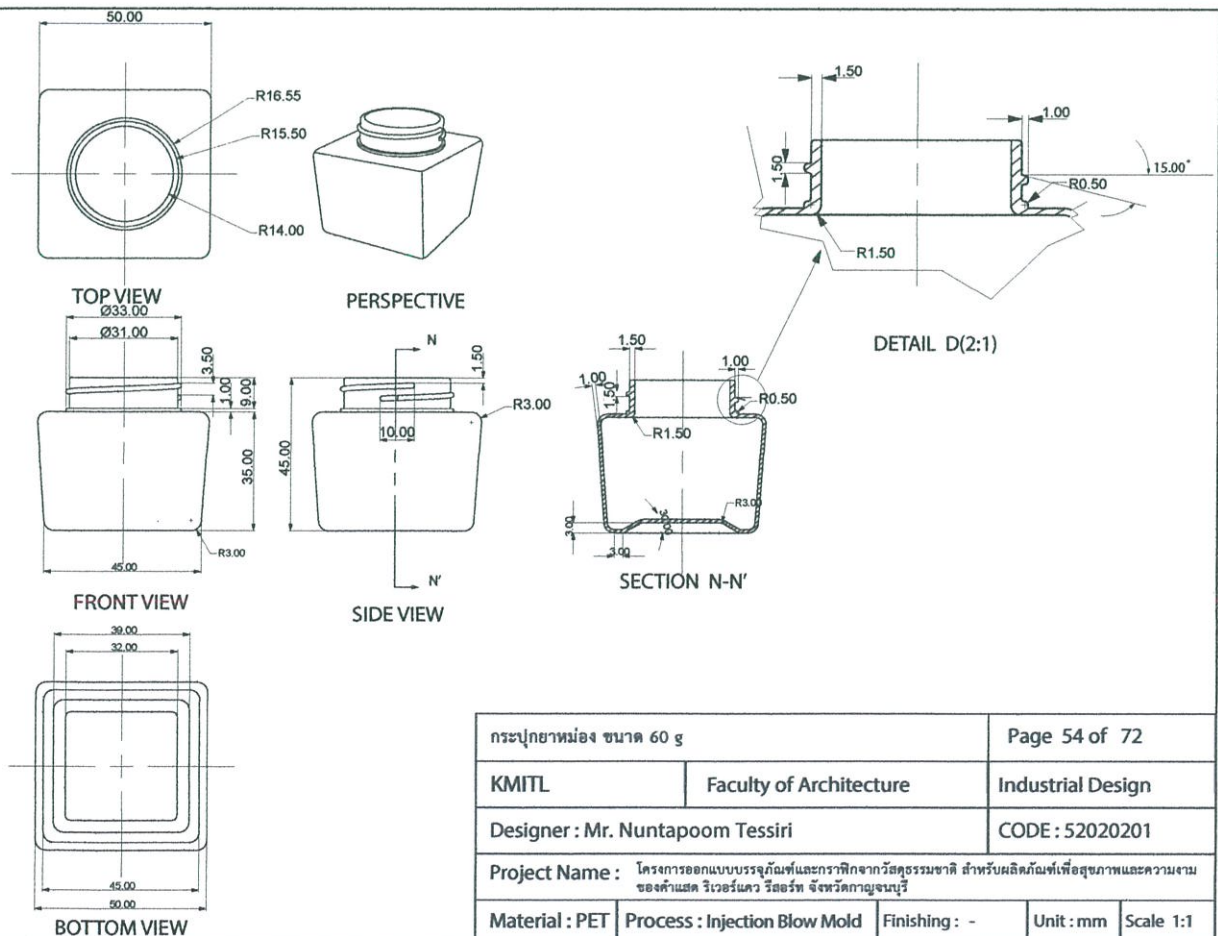


ฝาภาชนะบรรจุ ขนาด 20 g		Page 50 of 72
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 52020201
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค่าแสด วิเวอร์แคว วิสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี		
Material : HDPE	Process : Injection	Finishing : -
Unit : mm	Scale 1:1	

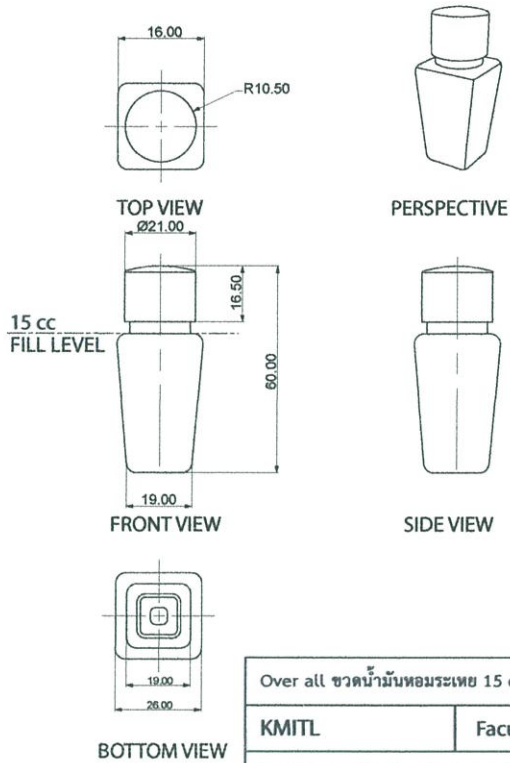




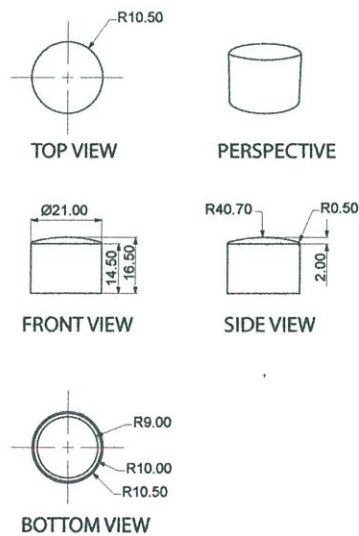
ฝากระป๋องหม้อจ ขนาด 60 กรัม		Page 53 of 72
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 52020201
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค้ำแสน วิเวอ์แคว รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี		
Material : HDPE	Process : Injection	Finishing : - Unit : mm Scale 1:1



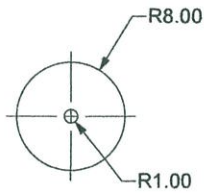
กระป๋องหม้อจ ขนาด 60 กรัม		Page 54 of 72
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 52020201
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค้ำแสน วิเวอ์แคว รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี		
Material : PET	Process : Injection Blow Mold	Finishing : - Unit : mm Scale 1:1



Over all ขนาดน้ำหอมระเหย 15 cc		Page 55 of 72
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 52020201
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค่าแอส วิเวอร์แคว รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี		
Material : PET	Process : Injection Blow Mold	Finishing : -
Unit : mm	Scale 1:1	



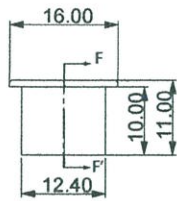
ฝาขวดน้ำหอมระเหย 15 cc		Page 56 of 72
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 52020201
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค่าแอส วิเวอร์แคว รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี		
Material : HDPE	Process : Injection	Finishing : -
Unit : mm	Scale 1:1	



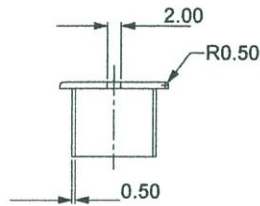
TOP VIEW



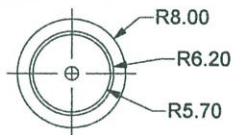
PERSPECTIVE



FRONT VIEW

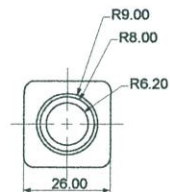


SECTION F-F'



BOTTOM VIEW

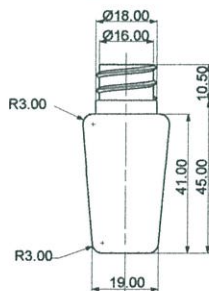
จุกหยด		Page 57 of 72		
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design		
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 52020201		
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการ์ทจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค้ำแม็ค รีเวอร์แคว รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี				
Material : PE	Process : Injection	Finishing : -	Unit : mm	Scale 2:1



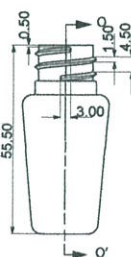
TOP VIEW



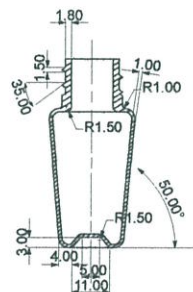
PERSPECTIVE



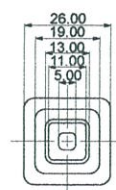
FRONT VIEW



SIDE VIEW

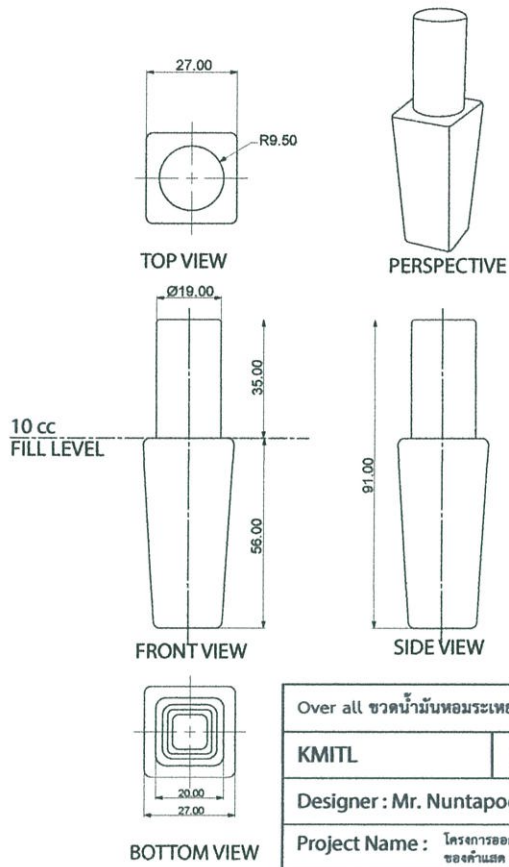


SECTION O-O'

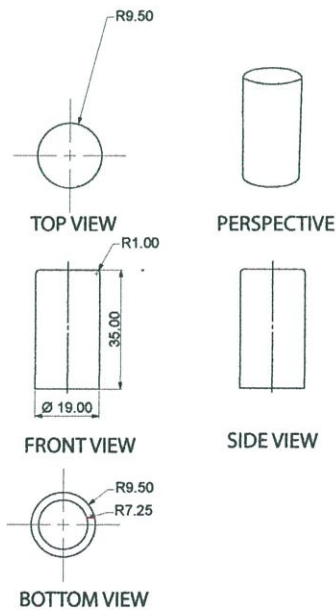


BOTTOM VIEW

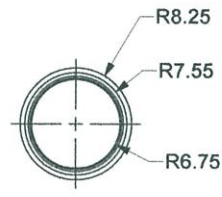
ขวดน้ำดื่มหอมระเหย 15 cc		Page 58 of 72		
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design		
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 52020201		
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการ์ทจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค้ำแม็ค รีเวอร์แคว รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี				
Material : PET	Process : Injection Blow Mold	Finishing : -	Unit : mm	Scale 1:1



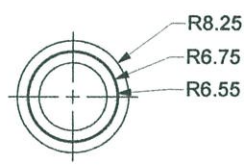
Over all ขนาดน้ำมันหอมระเหย 10 cc		Page 59 of 72		
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design		
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 52020201		
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม ของค้ำแสน วิเวร์แคว วิสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี				
Material : Glass	Process : Blow Mold	Finishing : -	Unit : mm	Scale 1:1



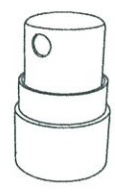
ฝาขวดน้ำมันหอมระเหย 10 cc		Page 60 of 72		
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design		
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 52020201		
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม ของค้ำแสน วิเวร์แคว วิสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี				
Material : Wood	Process : Cutting / Milling	Finishing : -	Unit : mm	Scale 1:1



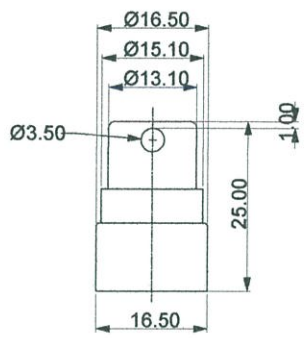
TOP VIEW



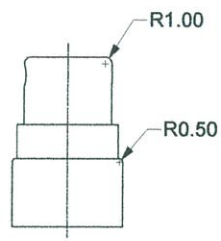
BOTTOM VIEW



PERSPECTIVE

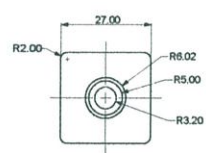


FRONT VIEW

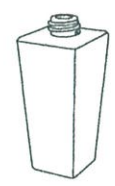


R-SIDE VIEW

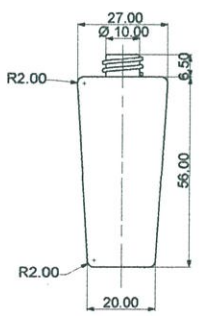
หัวสเปรย์เกลียวคอ 12 mm		Page 61 of 72		
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design		
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 52020201		
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค้ำแคค วิเวอว์แคค วิสอรัท จักรหวัดกาญจนบุรี				
Material : HDPE	Process : Injection	Finishing : -	Unit : mm	Scale 2:1



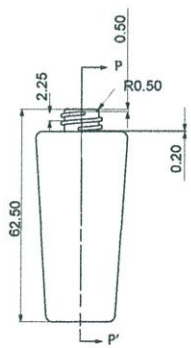
TOP VIEW



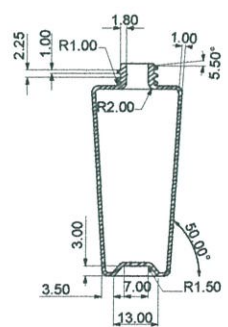
PERSPECTIVE



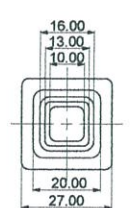
FRONT VIEW



SIDE VIEW

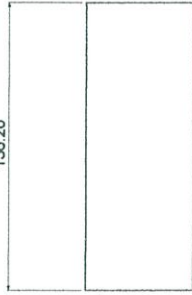
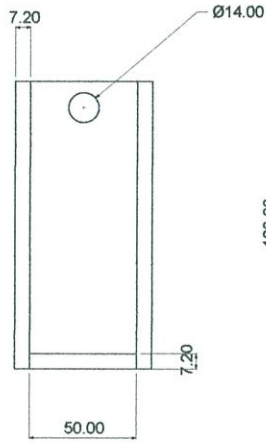
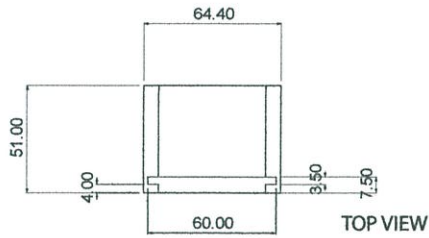


SECTION P-P'

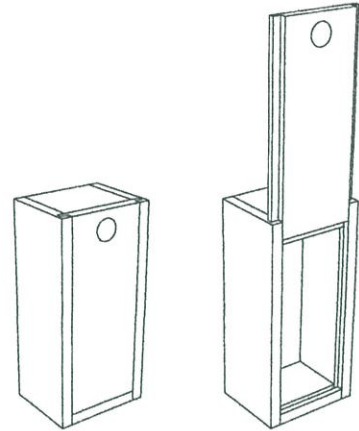


BOTTOM VIEW

ขวดน้ำมันหอมระเหย 10 cc		Page 62 of 72		
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design		
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 52020201		
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค้ำแคค วิเวอว์แคค วิสอรัท จักรหวัดกาญจนบุรี				
Material : Glass	Process : Blow Mold	Finishing : -	Unit : mm	Scale 1:1



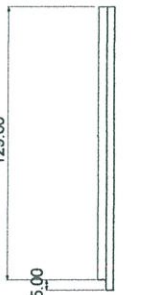
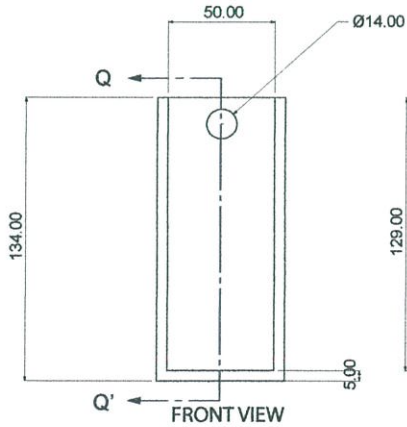
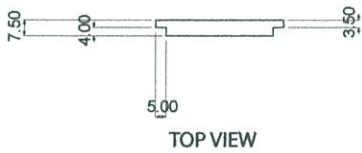
R-SIDE VIEW



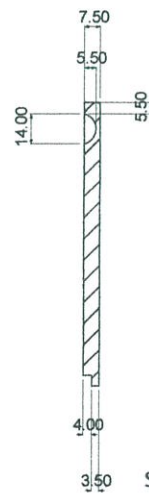
PERSPECTIVE

FRONT VIEW

Over all ก่องน้ำหอม		Page 63 of 72
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 52020201
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค่าแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี		
Material : Wood	Process : Cutting / Milling	Finishing : - Unit : mm Scale 1:2



R-SIDE VIEW



SECTION Q-Q'

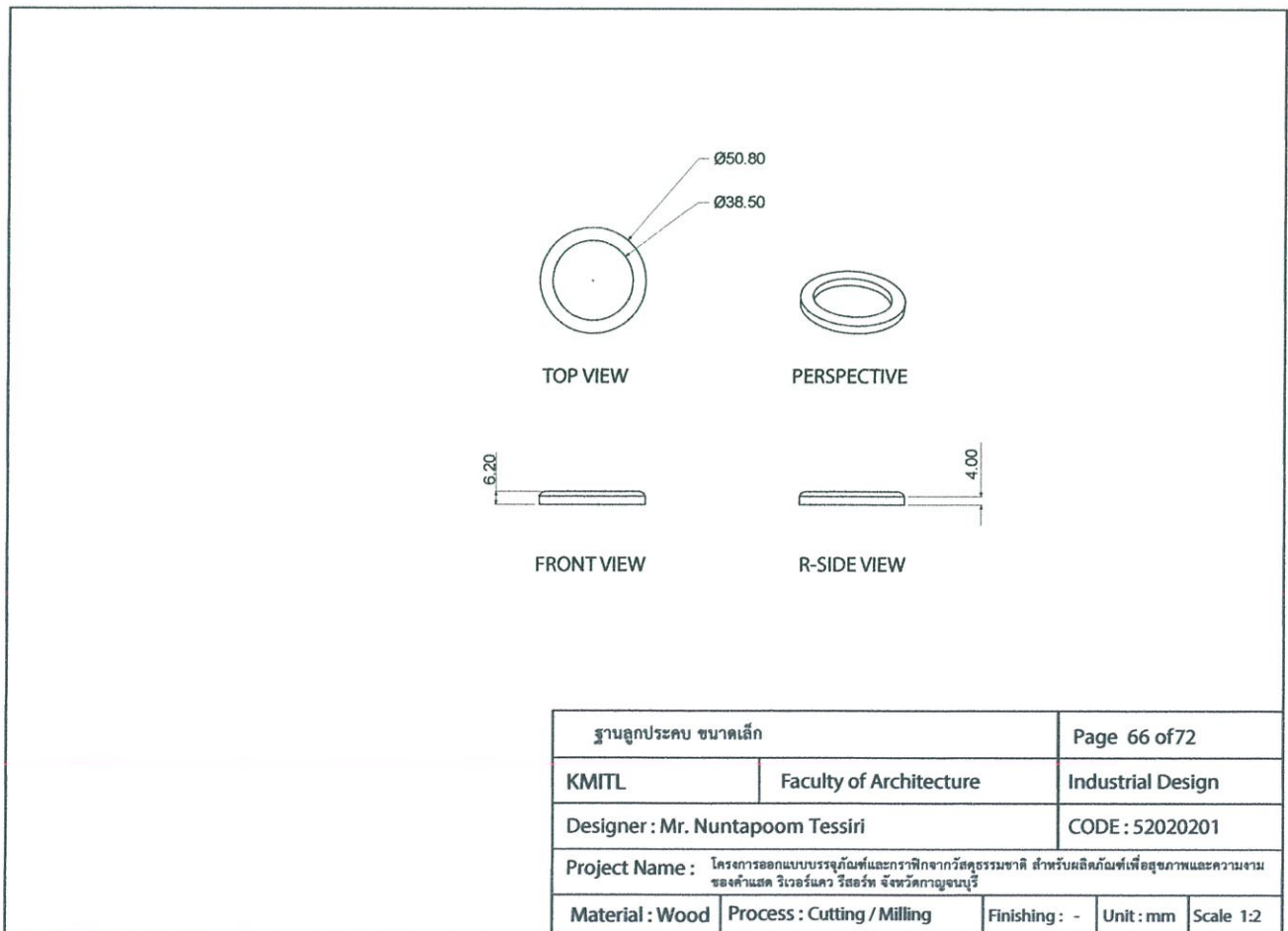
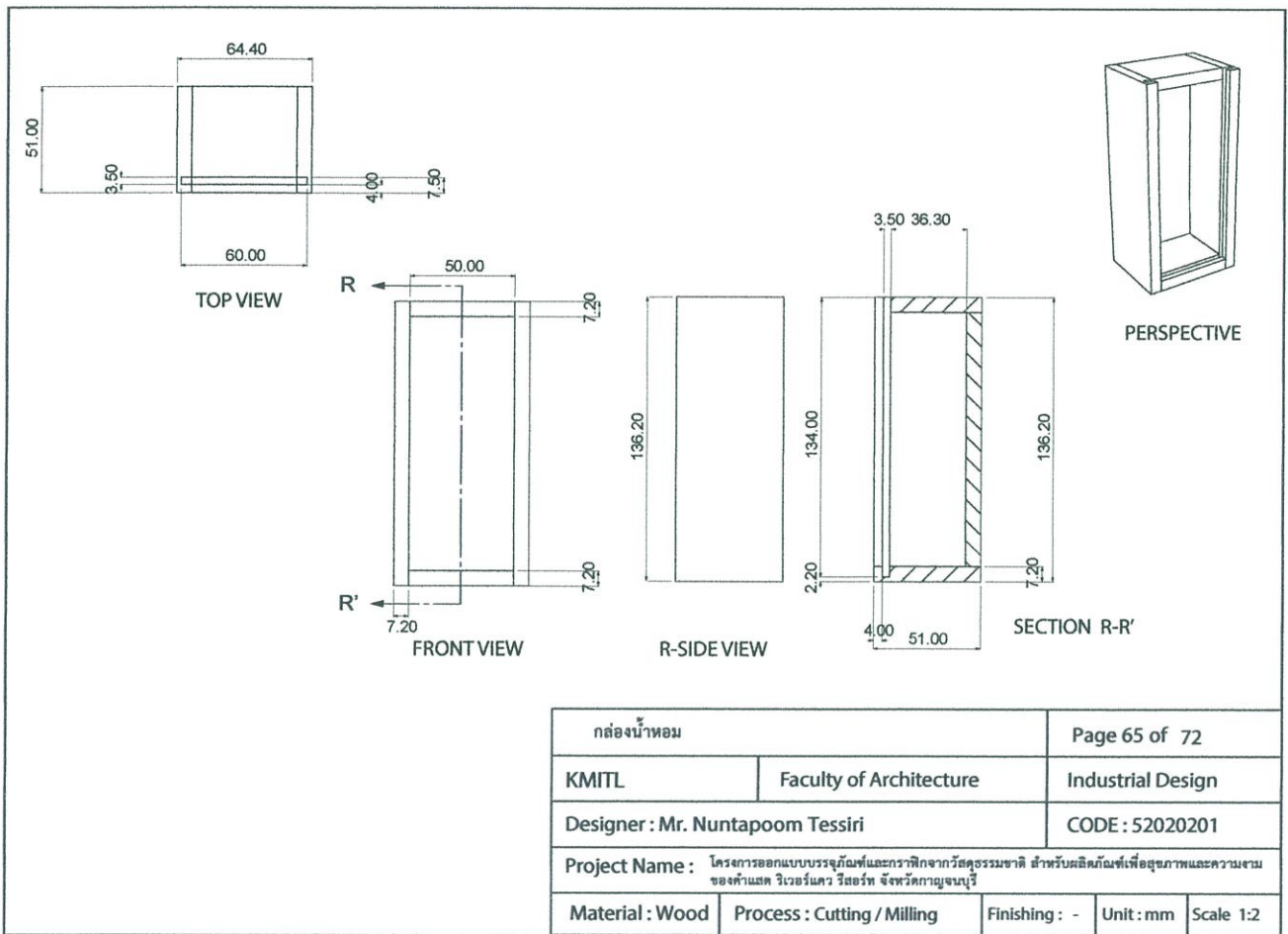


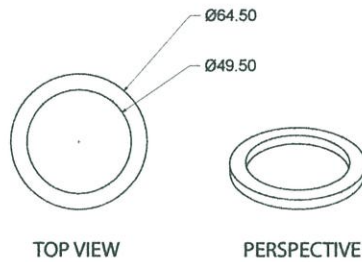
PERSPECTIVE

TOP VIEW

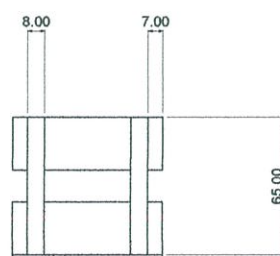
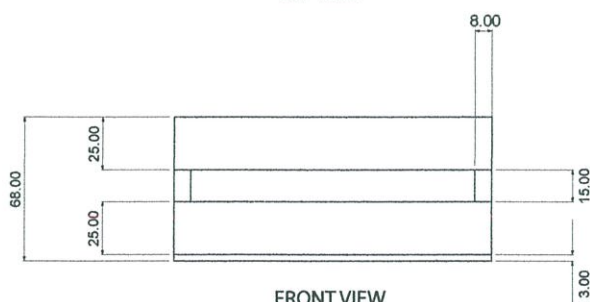
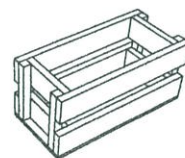
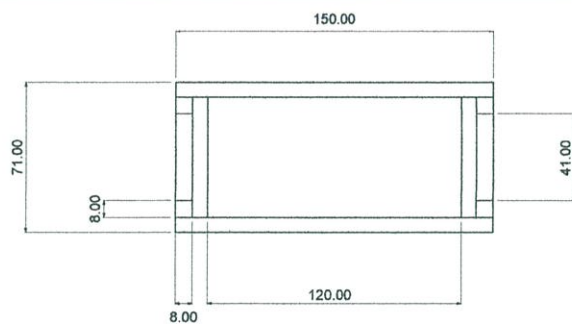
FRONT VIEW

ฝา ก่องน้ำหอม		Page 64 of 72
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 52020201
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค่าแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี		
Material : Wood	Process : Cutting / Milling	Finishing : - Unit : mm Scale 1:2

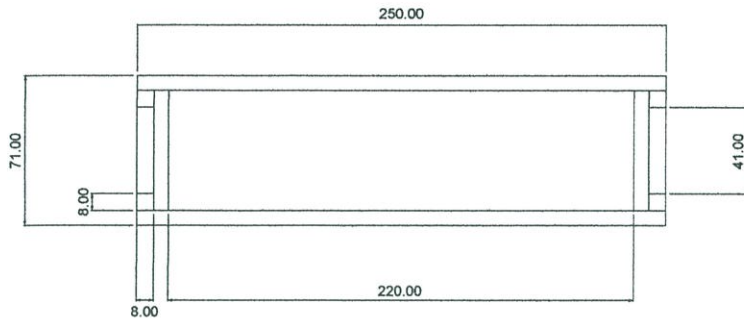




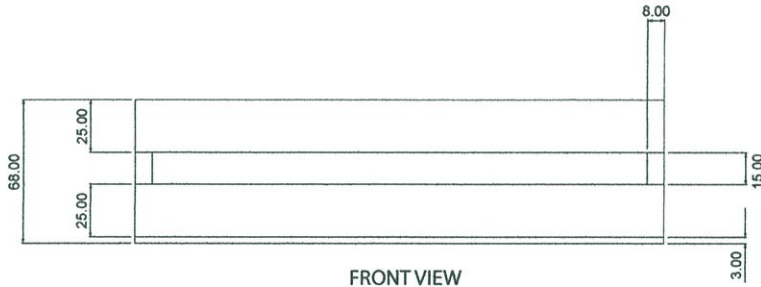
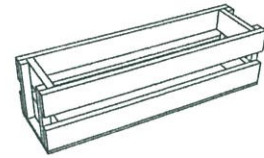
ฐานลูกประกอบ ขนาดใหญ่		Page 67 of 72		
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design		
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 52020201		
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค่าน้ำแร่ วิเวอว์แคว วีเอสอาร์ จังหวัดกาญจนบุรี				
Material : Wood	Process : Cutting / Milling	Finishing : -	Unit : mm	Scale 1:2



ตะกร้าของข้วยูบรรจุผลิตภัณฑ์ 2 ชั้น		Page 68 of 72		
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design		
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 52020201		
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของค่าน้ำแร่ วิเวอว์แคว วีเอสอาร์ จังหวัดกาญจนบุรี				
Material : Wood	Process : Cutting / Milling	Finishing : -	Unit : mm	Scale 1:2



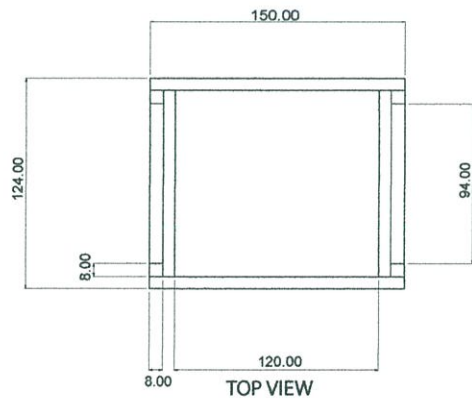
TOP VIEW



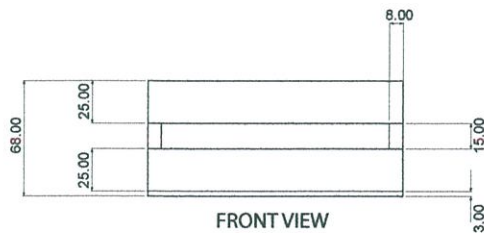
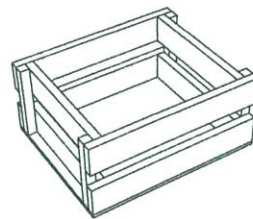
FRONT VIEW

R-SIDE VIEW

ตะกร้าของขวัญบรรจุผลิตภัณฑ์ 3 ชั้น		Page 69 of 72		
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design		
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 52020201		
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม ของค้ำแสน วิเวอร้แคว วีฮอรร้ท จัังหวัคคากูญจณบุรี				
Material : Wood	Process : Cutting / Milling	Finishing : -	Unit : mm	Scale 1:2



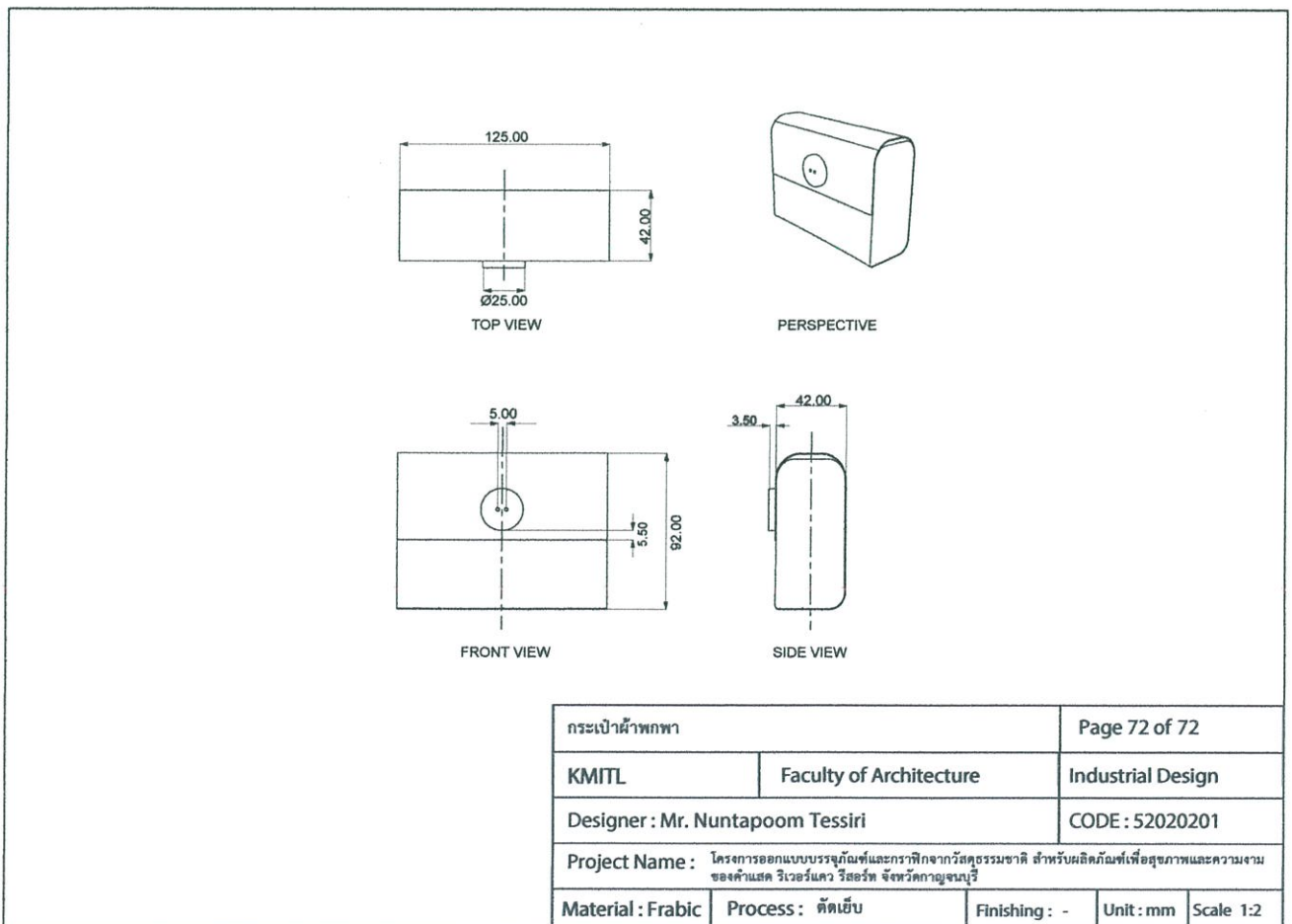
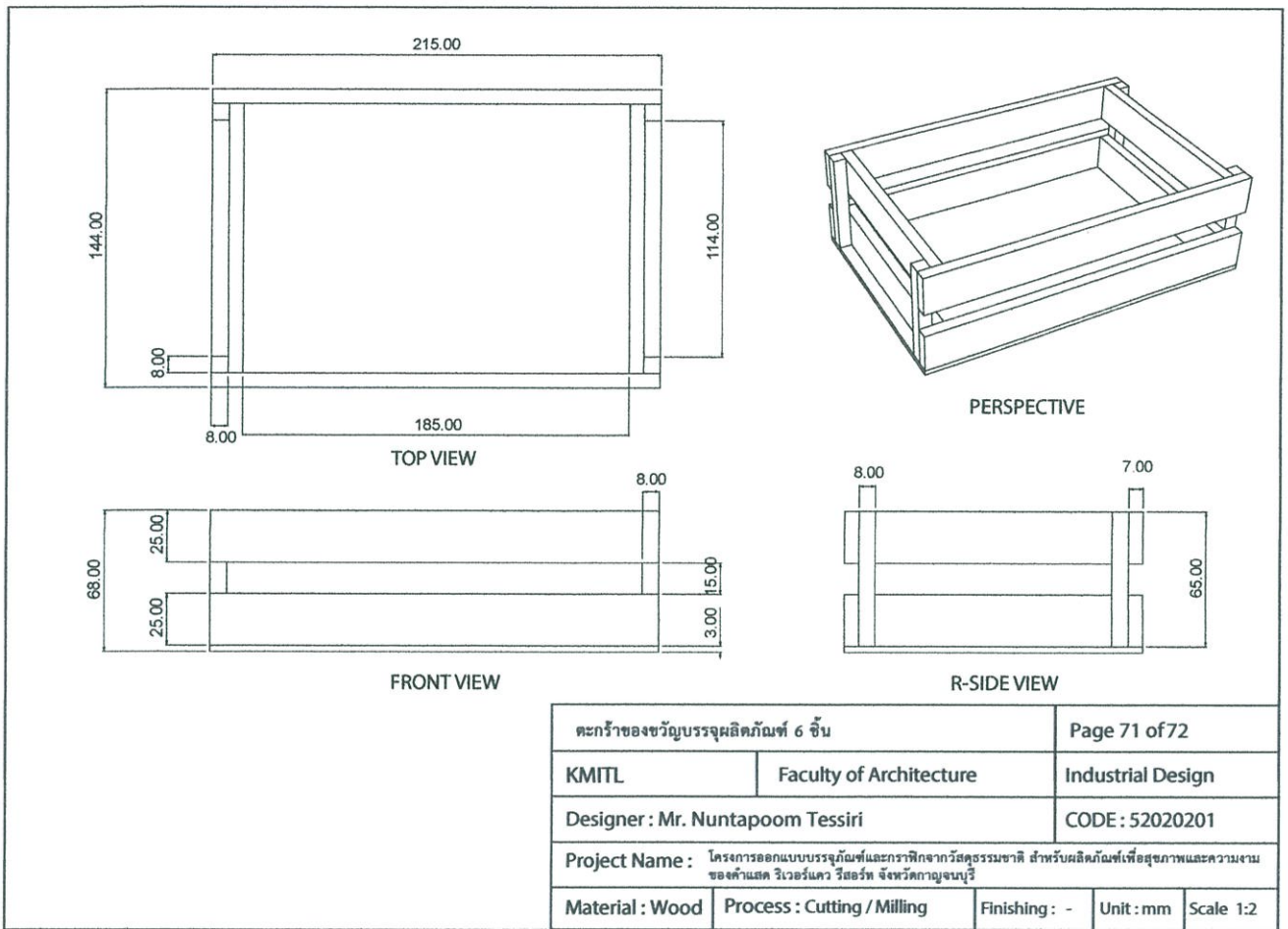
TOP VIEW



FRONT VIEW

R-SIDE VIEW

ตะกร้าของขวัญบรรจุผลิตภัณฑ์ 4 ชั้น		Page 70 of 72		
KMITL	Faculty of Architecture	Industrial Design		
Designer : Mr. Nuntapoom Tessiri		CODE : 52020201		
Project Name : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกจากวัสดุธรรมชาติ สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม ของค้ำแสน วิเวอร้แคว วีฮอรร้ท จัังหวัคคากูญจณบุรี				
Material : Wood	Process : Cutting / Milling	Finishing : -	Unit : mm	Scale 1:2



ภาคผนวก ก.
แบบแสดงกราฟิก (Artwork)



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา

C : 1
M : 17
Y : 99
K : 0
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรวด์ส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลล้างมือดอกปีบ 250 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีสดูธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิพนธ์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย

C : 1
 M : 17
 Y : 99
 K : 0
 Opacity 50%

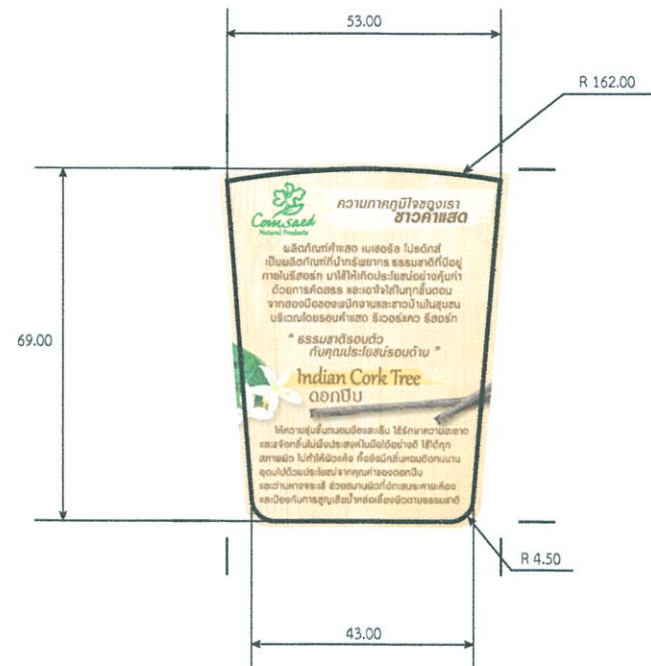
C : 44
 M : 59
 Y : 85
 K : 36

ตัวอักษร :
 - Gabriola
 - BCS C-0005
 - DB Sathorn X
 - DSX-MaiThai

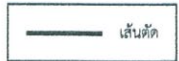
วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลล้างมือดอกปีบ 250 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีลิตูธรรมชาติดจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิพนธ์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา

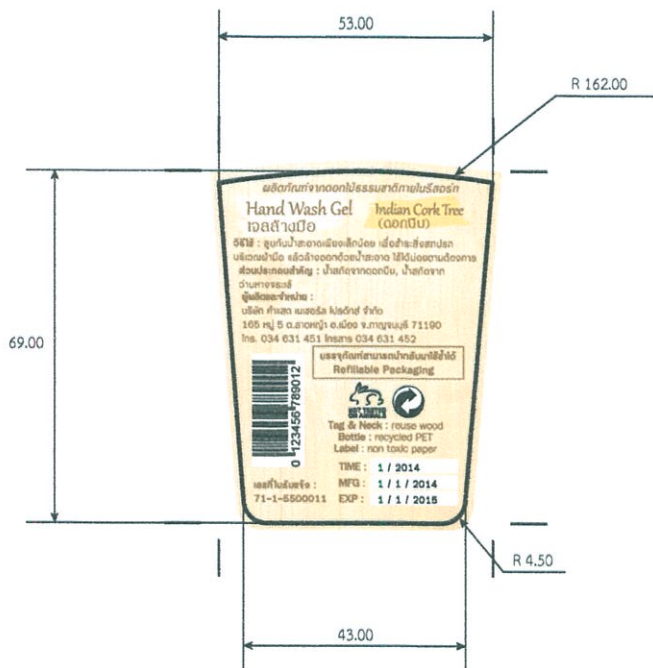


C : 1
M : 17
Y : 99
K : 0
Opacity 50%

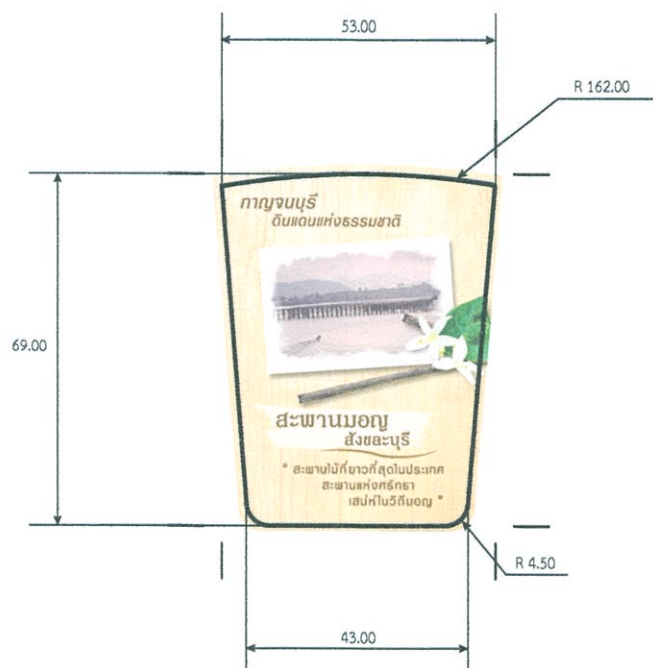
C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X

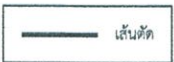
วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำเสา เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลล้างมือดอกปีบ 250 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีลคอร์ทรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิพนธ์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย



C : 1
M : 17
Y : 99
K : 0
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลล้างมือดอกนุ่น 250 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีลิตูธรรมชาติดอกหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิรันทภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา

C : 3
M : 74
Y : 37
K : 0
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลล้างมือดอกกุหลาบ 250 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีลคัทธรรมดาจากหมู่บ้านกัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนันท์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย

C : 3
M : 74
Y : 37
K : 0
Opacity 50%

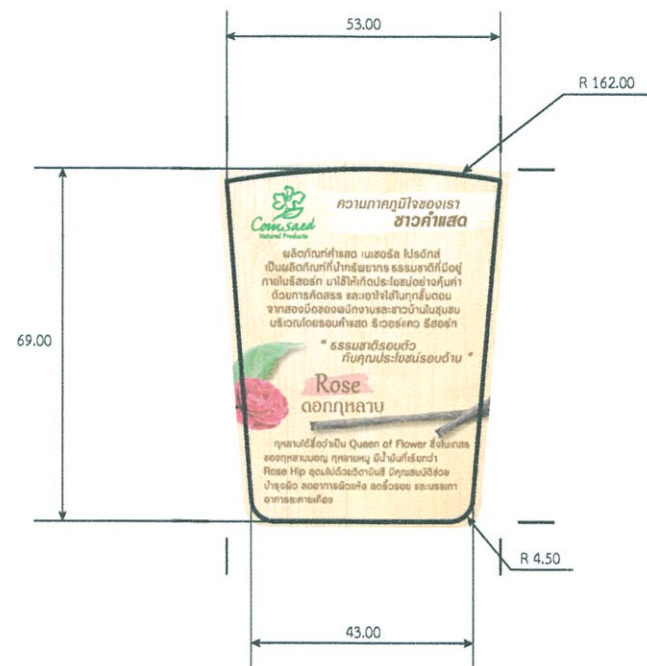
C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลล้างมือดอกกุหลาบ 250 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษรีไซเคิลธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายฉันทภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านหลัง

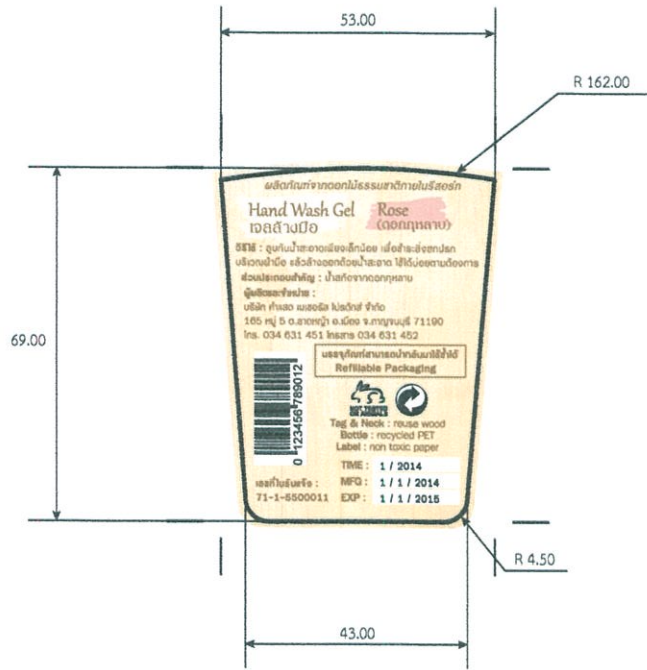


C : 3
M : 74
Y : 37
K : 0
Opacity 50%

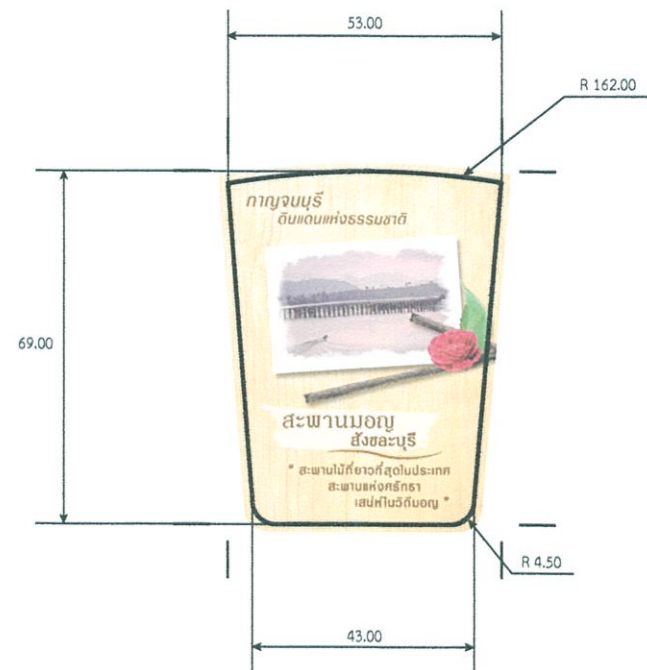
C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลล้างมือดอกกุหลาบ 250 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีตดูธรรมชาติจากหมึกกล้วย
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนันท์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย



C : 3
M : 74
Y : 37
K : 0
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลล้างมือดอกกุหลาบ 250 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีสดูธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายฉันทภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา

C : 11
M : 82
Y : 0
K : 28
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท ค้าแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลล้างมือดอกโมก 250 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษรีไซเคิลธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิพนธ์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย

C : 11
M : 82
Y : 0
K : 28
Opacity 50%

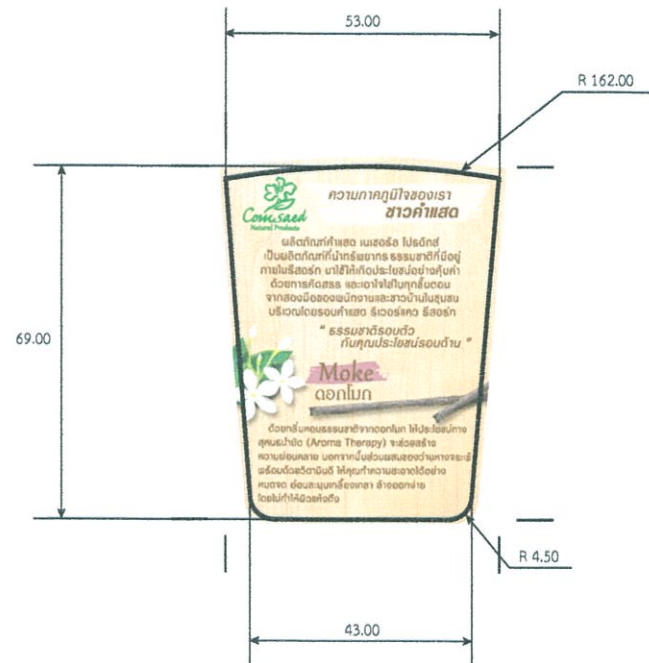
C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท ค้านสแต เนเซอร์ล โปรตักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลล้างมือดอกไม้ 250 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีลคอร์ทธรรมชาติจากพญากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิพนธ์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา

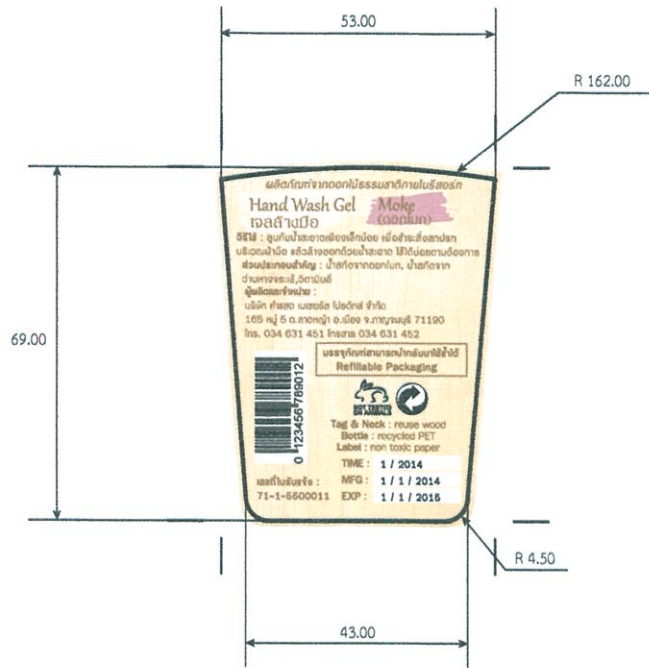


C : 11
M : 82
Y : 0
K : 28
Opacity 50%

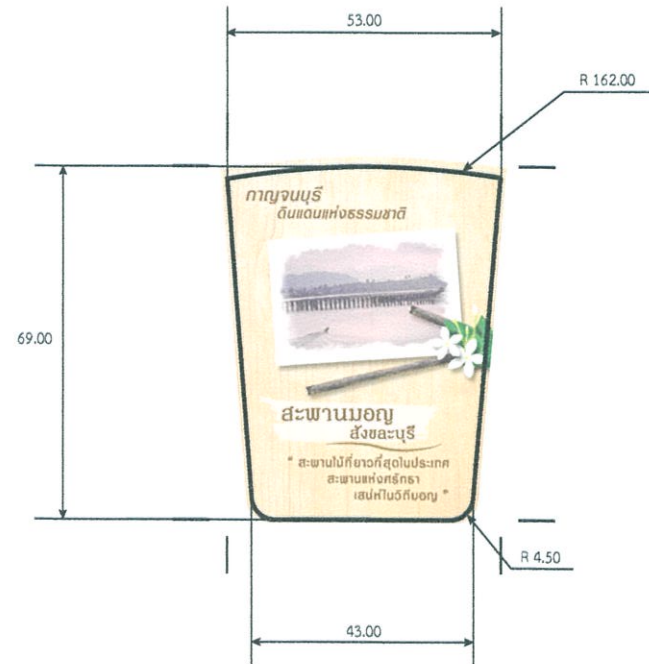
C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X

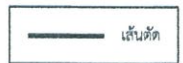
วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลล้างมือดอกโมก 250 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวัสดุธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิพนธ์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย



C : 11
M : 82
Y : 0
K : 28
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36
ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนชอร์ล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลล้างมือดอกโมก 250 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวัสดุธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิพนธ์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา

C : 0
M : 6
Y : 47
K : 0

Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลล้างมือดอกสีลาวดี 250 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษรีไซเคิลธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายฉันทภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย

C : 0
M : 6
Y : 47
K : 0
Opacity 50%

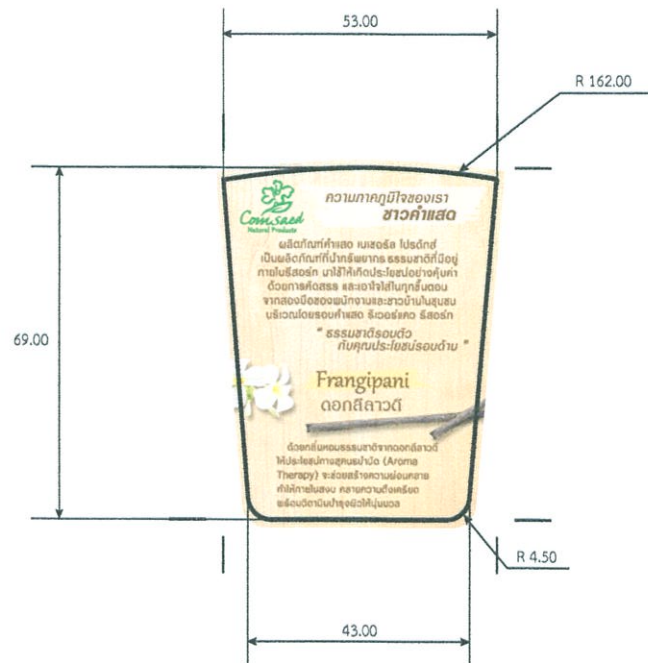
C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลล้างมือดอกสีลาวตี 250 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษรีไซเคิลธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนันท์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา



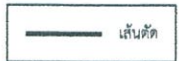
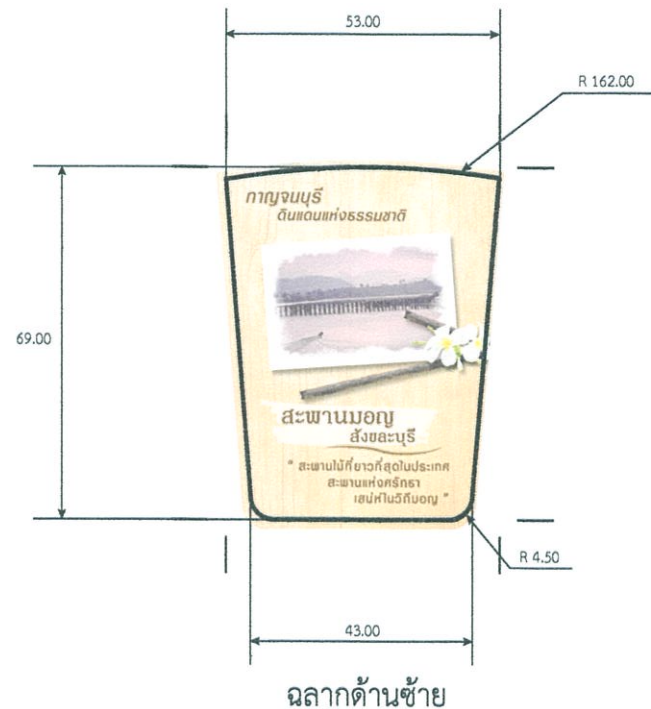
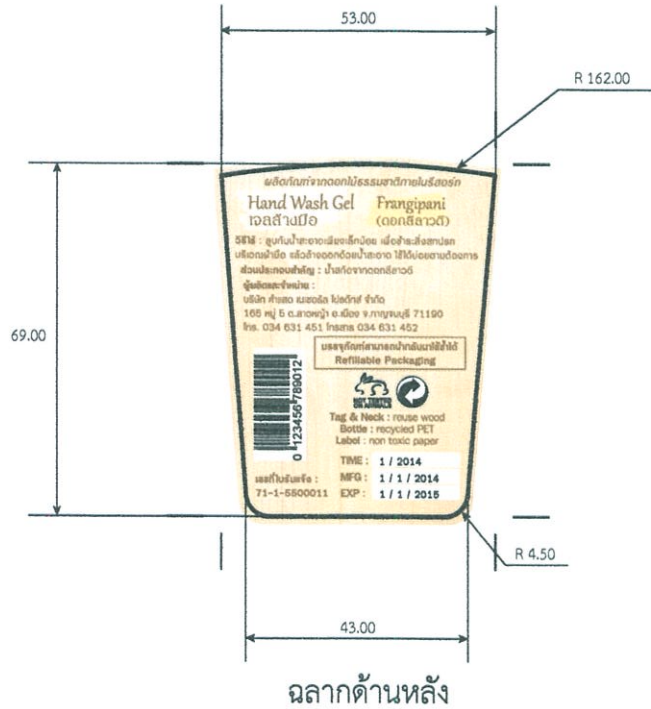
C : 0
 M : 6
 Y : 47
 K : 0

C : 44
 M : 59
 Y : 85
 K : 36

ตัวอักษร :
 - Gabriola
 - BCS C-0005
 - DB Sathorn X

Opacity 50%

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำเสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลล้างมือดอกสัลาวดี 250 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีสดูธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิพนธ์ภูมิ เทศศิริ



C : 0
M : 6
Y : 47
K : 0
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท กำแพง แอโรคอล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลล้างมือดอกสีลาวดี 250 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษรีไซเคิลธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายบัณฑิตภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา



ฉลากด้านหลัง



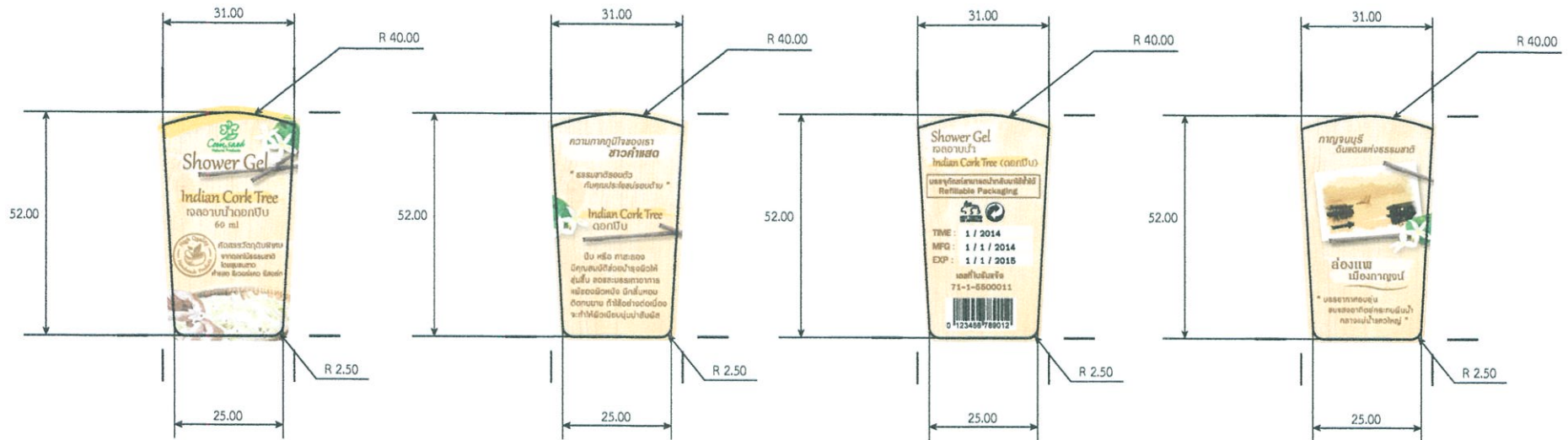
ฉลากด้านซ้าย

C : 1
M : 17
Y : 99
K : 0
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลอาบน้ำดอกปีบ 60 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวัสดุธรรมชาติจากหญ้าเทียม
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนันท์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า

ฉลากด้านขวา

ฉลากด้านหลัง

ฉลากด้านซ้าย



C : 1
M : 17
Y : 99
K : 0
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท ค้าแสด เมเซอร์ล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลอาบน้ำดอกบิบ 60 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวัสดุธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิพนธ์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย

C : 3
M : 74
Y : 37
K : 0
Opacity 50%

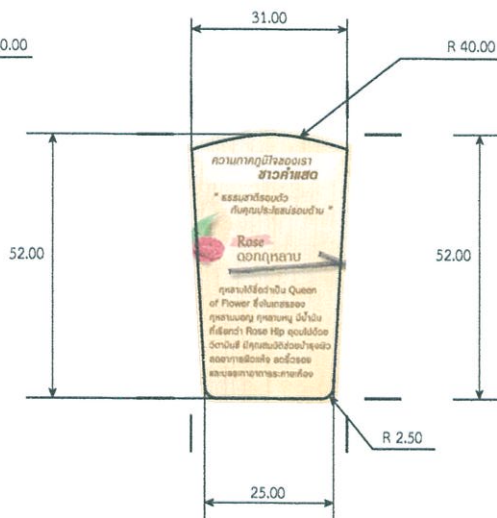
C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

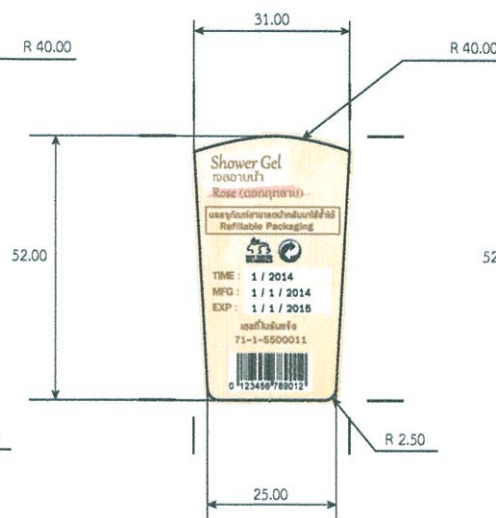
วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลอาบน้ำดอกกุหลาบ 60 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีลด์ธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนันท์ภูมิ เทศศิริ



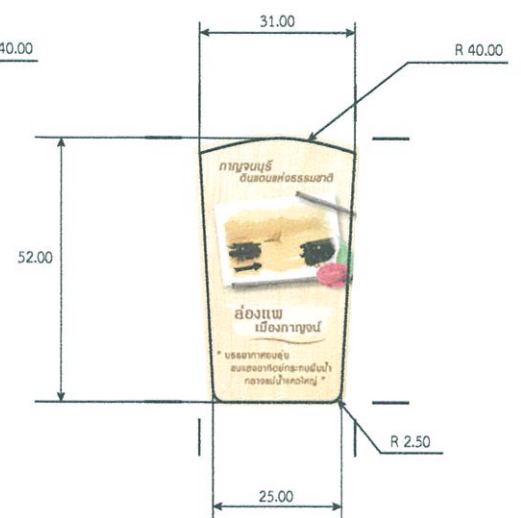
ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย

C : 3
M : 74
Y : 37
K : 0
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai



วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลอาบน้ำดอกกุหลาบ 60 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวัสดุธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนันท์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย

C : 11
M : 82
Y : 0
K : 28
Opacity 50%

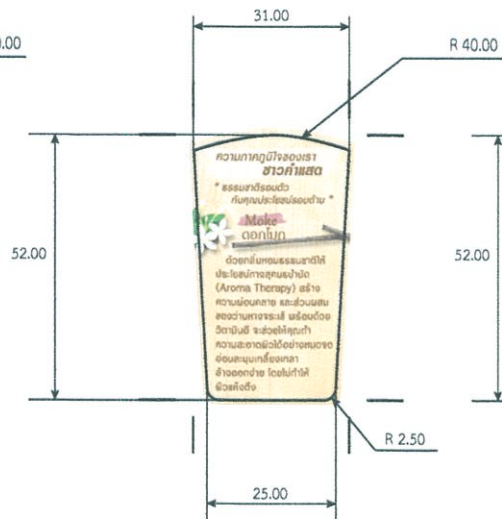
C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

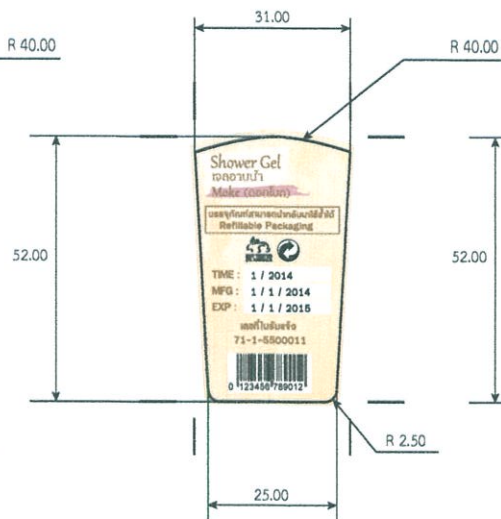
วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลอาบน้ำดอกไม้มอก 60 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีลคอร์ทรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายันทนทภูมิ เทศศิริ



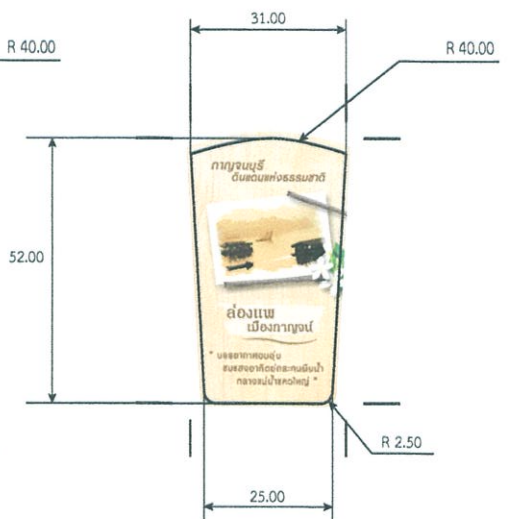
ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย



C : 11
M : 82
Y : 0
K : 28
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลอาบน้ำดอกไม้มก 60 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษสีตุรขรมาชาติจากพริก้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนันท์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา



ฉลากด้านหลัง



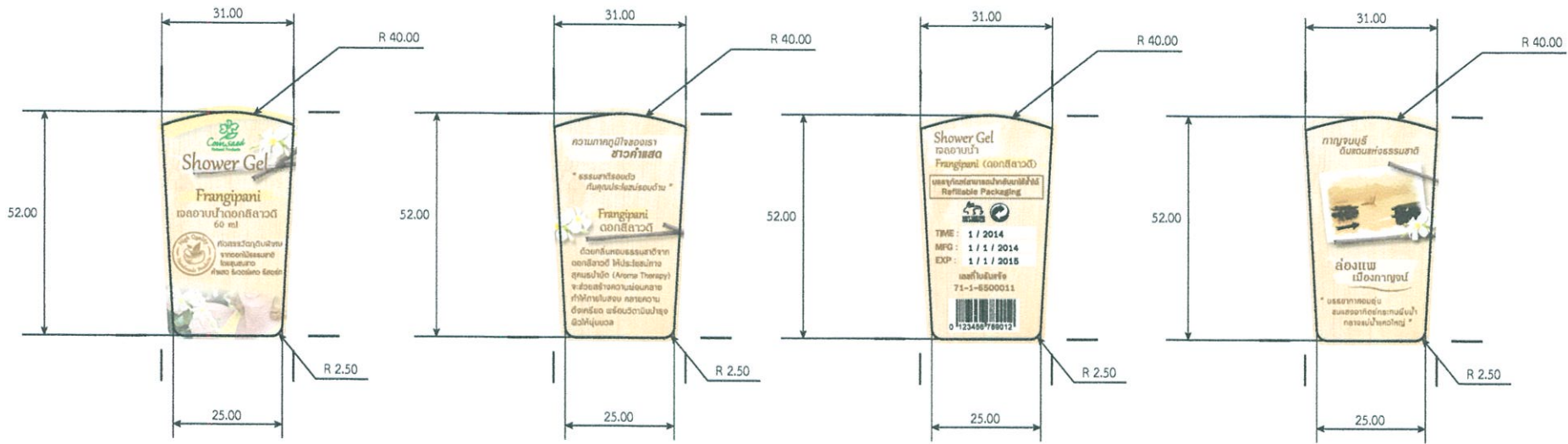
ฉลากด้านซ้าย

C : 0
M : 6
Y : 47
K : 0
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลอาบน้ำดอกเสี้ยว 60 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวัสดุธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิพนธ์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า

ฉลากด้านขวา

ฉลากด้านหลัง

ฉลากด้านบน

C : 0
M : 6
Y : 47
K : 0
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai



วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลอาบน้ำดอกเสี้ยว 60 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษรีไซเคิลธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายฉันทภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา



ฉลากด้านหลัง



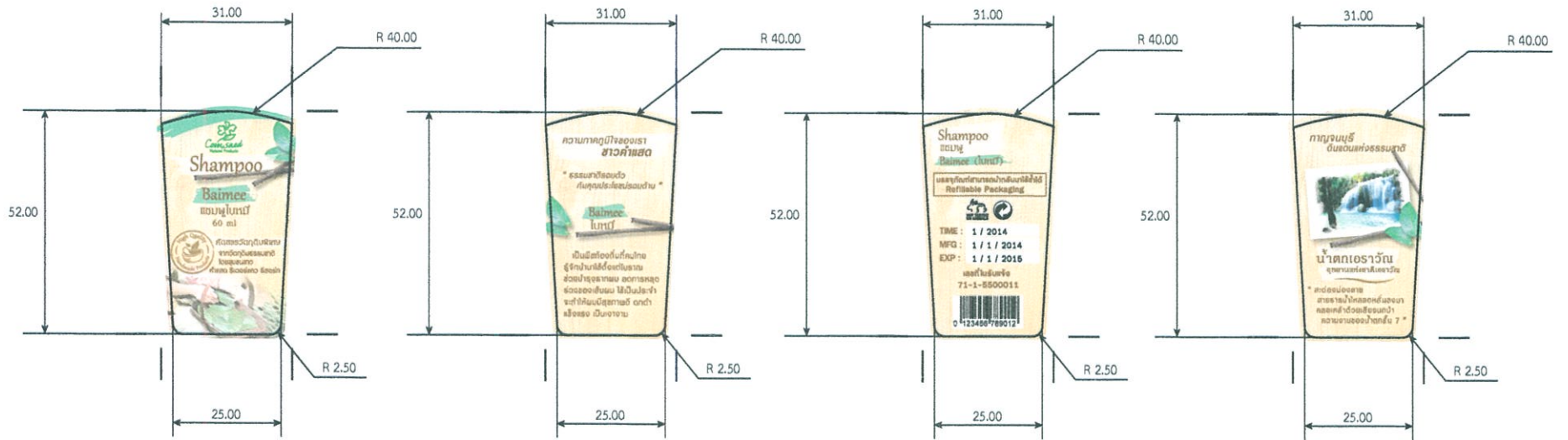
ฉลากด้านซ้าย

C : 90
M : 0
Y : 48
K : 11
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเซอร์ล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	แชมพูใบไม้ 60 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวัสดุธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิพนธ์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า

ฉลากด้านขวา

ฉลากด้านหลัง

ฉลากด้านซ้าย



C : 90
M : 0
Y : 48
K : 11
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	แชมพูใบหมี่ 60 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีลิตูธรรมชาติดิจิทัลจากพริกไทย
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิพนธ์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย

C : 90
M : 0
Y : 48
K : 11



C : 90
M : 0
Y : 48
K : 11



Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

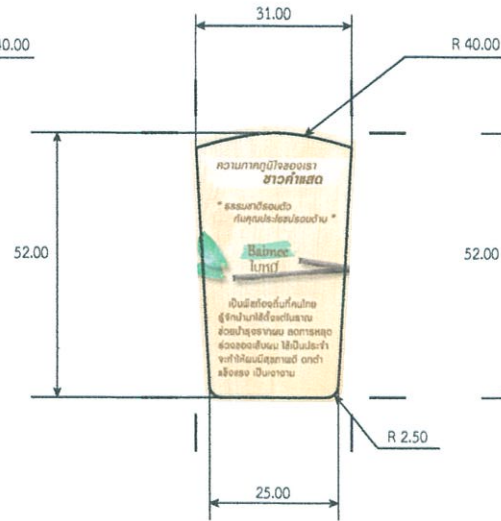


ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเซอร์ล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	ครีมขวดผมใบหมี 60 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวัสดุธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายบัณฑิตภูมิ เทศศิริ



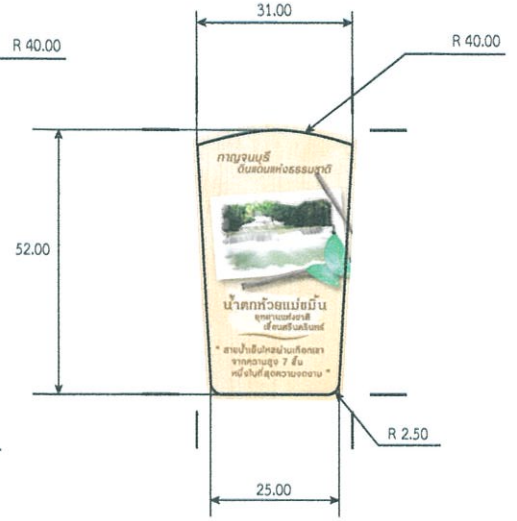
ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย



C : 90
M : 0
Y : 48
K : 11

C : 90
M : 0
Y : 48
K : 11

Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเซอร์ล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	ครีมขจัดรังแคใหม่ 60 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีสดูธรรมชาติจากหมึกกล้วย
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายันทภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านหลัง

C : 1
M : 17
Y : 99
K : 0
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลอาบน้ำดอกปีบ 250 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีลคอร์ทรมชาติจากหมักกัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนันท์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย

C : 1
 M : 17
 Y : 99
 K : 0
 Opacity 50%

C : 44
 M : 59
 Y : 85
 K : 36

ตัวอักษร :
 - Gabriola
 - BCS C-0005
 - DB Sathorn X
 - DSX-MaiThai

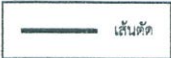
วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเจอร์ล โพรดัคส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลอาบน้ำดอกปีบ 250 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีลคัลธรรมชาติดอกไม้กัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนันท์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านหลัง



C : 1
M : 17
Y : 99
K : 0
Opacity 50%

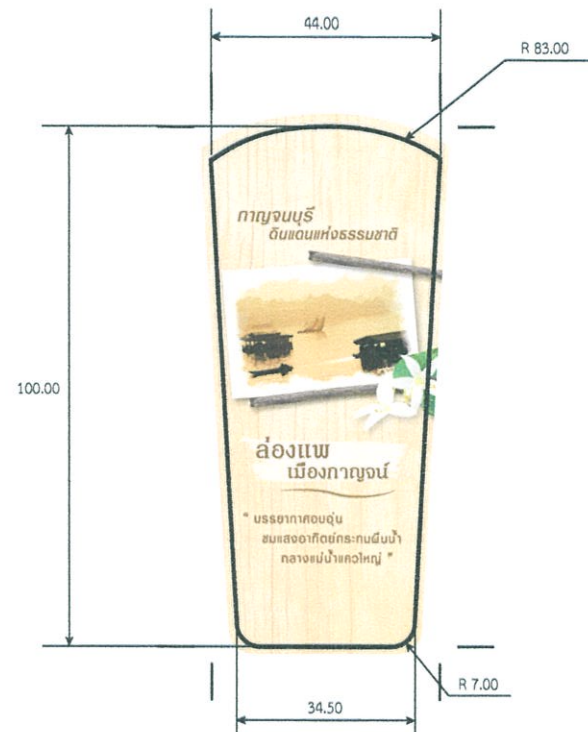
C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลอาบน้ำดอกปีป 250 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีลคุดธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนันท์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย



C : 1
M : 17
Y : 99
K : 0
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลอาบน้ำดอกपीป 250 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีลคอร์ทธรรมชาติจากหม้อกัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิพนธ์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านหลัง

C : 3
M : 74
Y : 37
K : 0
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36
ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลอาบน้ำดอกกุหลาบ 250 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีตดูธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายณัฐภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย

C : 3
 M : 74
 Y : 37
 K : 0
 Opacity 50%

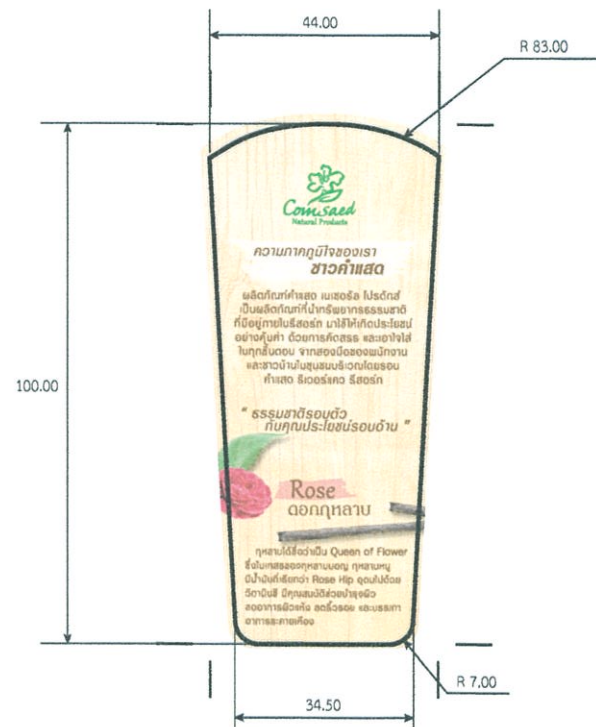
C : 44
 M : 59
 Y : 85
 K : 36

ตัวอักษร :
 - Gabriola
 - BCS C-0005
 - DB Sathorn X
 - DSX-MaiThai

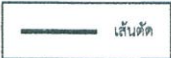
วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเจอร์ล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลอาบน้ำดอกกุหลาบ 250 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีสดูธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนั้นทภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านหลัง

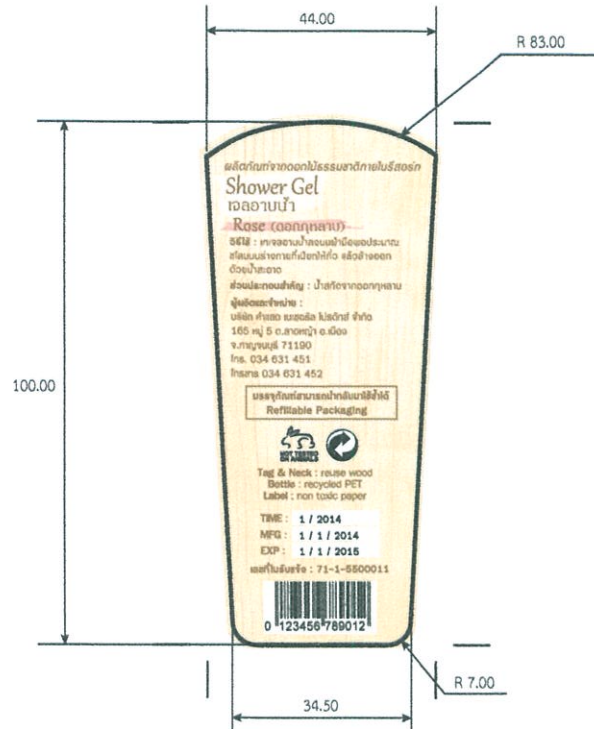


C : 3
M : 74
Y : 37
K : 0
Opacity 50%

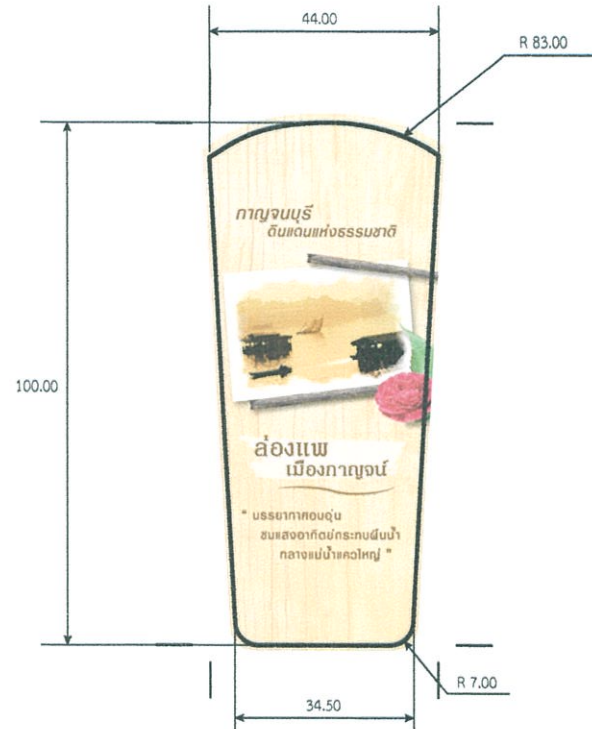
C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลอาบน้ำดอกกุหลาบ 250 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวัสดุธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายบัณฑิต เทศศิริ



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย



C : 3
M : 74
Y : 37
K : 0
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลอาบน้ำดอกกุหลาบ 250 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีลคอร์ทธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายฉัตรภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา

C : 11
M : 82
Y : 0
K : 28
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X

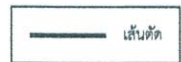
วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลอาบน้ำดอกโมก 250 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษรีไซเคิลธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายฉัตรภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา



C : 11
M : 82
Y : 0
K : 28
Opacity 50%

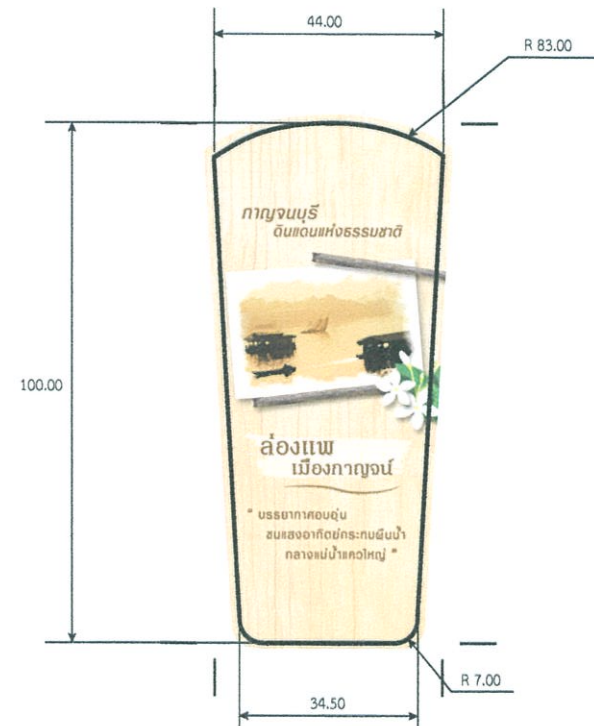
C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลอาบน้ำดอกไม้มอก 250 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีลคัทธรรมดาจากทอญ่ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายบัณฑิตภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย



C : 11
M : 82
Y : 0
K : 28
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลอาบน้ำตอกไมก 250 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีตดูธรรมชาติจากหมักกล้วย
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายันทภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านหลัง

C : 0
 M : 6
 Y : 47
 K : 0
 Opacity 50%

C : 44
 M : 59
 Y : 85
 K : 36

ตัวอักษร :
 - Gabriola
 - BCS C-0005
 - DB Sathorn X

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลอาบน้ำดอกสืลาวดี 250 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีตดูจรมชาติจากหมึกกล้วยง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายันทภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย

C : 0
 M : 6
 Y : 47
 K : 0
 Opacity 50%

C : 44
 M : 59
 Y : 85
 K : 36

ตัวอักษร :
 - Gabriola
 - BCS C-0005
 - DB Sathorn X
 - DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลอาบน้ำดอกสลาตัน 250 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษรีไซเคิลธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายฉัตรภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านหลัง



C : 0
M : 6
Y : 47
K : 0
Opacity 50%

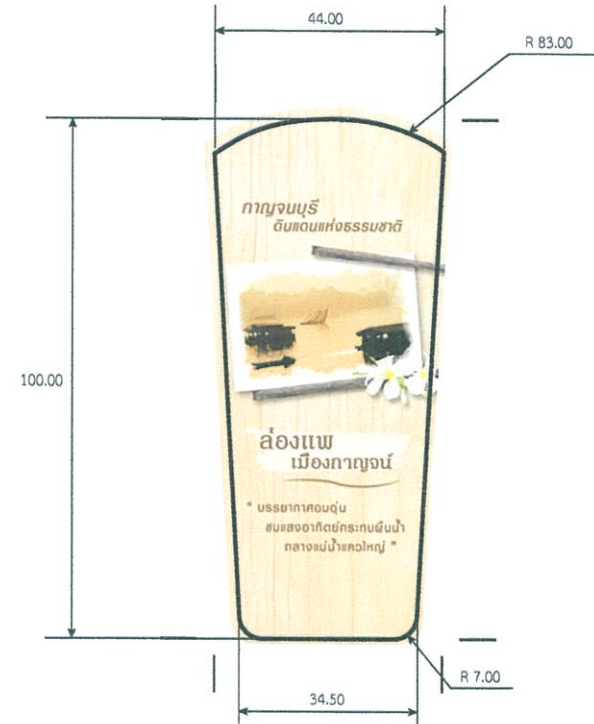
C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลอาบน้ำดอกสัลาวดี 250 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีตดูธรรมชาติจากหมู่บ้าน
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายณัฐภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย



C : 0
M : 6
Y : 47
K : 0
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสตด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลอาบน้ำดอกเสี้ยว 250 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีตดูธรรมชาติจากหมู่บ้านกาญจน์
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายันทภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านหลัง

C : 90
M : 0
Y : 48
K : 11
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36
ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	แชมพูใบหมี่ 250 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีตดูธรรมชาติจากหมี่กัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนันท์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย

C : 90
 M : 0
 Y : 48
 K : 11
 Opacity 50%

C : 44
 M : 59
 Y : 85
 K : 36

ตัวอักษร :
 - Gabriola
 - BCS C-0005
 - DB Sathorn X
 - DSX-MaiThai

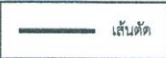
วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	แชมพูใบเตย 250 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีลคอร์ดธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนันท์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านหลัง



C : 90
M : 0
Y : 48
K : 11
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	แชมพูใบหมี่ 250 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีลคัลเลอร์มาติจากหมึกกล้วย
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิพนธ์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย



C : 90
M : 0
Y : 48
K : 11
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเซอร์ล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	แชมพูใบหมี่ 250 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีสดูธรรมชาติดจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายันทภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า

C : 90
M : 0
Y : 48
K : 11

C : 90
M : 0
Y : 48
K : 11
Opacity 50%



ฉลากด้านหลัง

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท ค้าเสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	ครีมหวดหมี่ 250 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีตดูธรรมชาติจากหมี่กัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิพนธ์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย

C : 90
M : 0
Y : 48
K : 11

C : 90
M : 0
Y : 48
K : 11
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36
ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	ครีมขนาดผมใบไม้ 250 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษรีไซเคิลธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายณัฐภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา

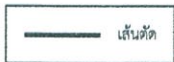
C : 90
M : 0
Y : 48
K : 11

C : 90
M : 0
Y : 48
K : 11

Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

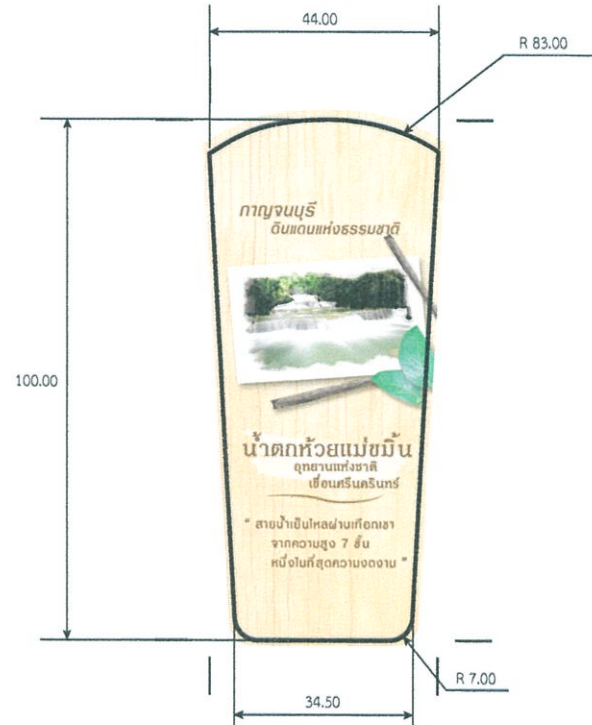
ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X



วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	ครีมนวดผมใหม่ 250 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวัสดุธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิพนธ์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย

C : 90
M : 0
Y : 48
K : 11

C : 90
M : 0
Y : 48
K : 11
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai



วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต นเซอร์วิ โปรดัคส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	ครีมนวดผมใบหมี่ 250 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษรีไซเคิลธรรมชาติจากหมี่กัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิพนธ์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา

C : 1
M : 17
Y : 99
K : 0
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลอาบน้ำดอกปีบ 1,000 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษรีไซเคิลธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายฉัตรภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย

C : 1
 M : 17
 Y : 99
 K : 0
 Opacity 50%

C : 44
 M : 59
 Y : 85
 K : 36

ตัวอักษร :
 - Gabriola
 - BCS C-0005
 - DB Sathorn X
 - DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท ก้าแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลอาบน้ำดอกปีบ 1,000 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีตดูธรรมชาติจากหญ้าญี่ปุ่น
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายฉันทภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา

C : 1
M : 17
Y : 99
K : 0
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X



วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลอาบน้ำดอกบิ๊ป 1,000 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีลคอร์ทธรรมชาติจากพญากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายณัฏฐภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย

C : 1
M : 17
Y : 99
K : 0
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai



วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท ค้าสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลอาบน้ำดอกปีบ 1,000 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษรีไซเคิลธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิพนธ์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา

C : 3
M : 74
Y : 37
K : 0
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลอาบน้ำดอกกุหลาบ 1,000 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีลิตูธรรมชาติดอกกุหลาบ
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิพนธ์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหลัง

C : 3
M : 74
Y : 37
K : 0
Opacity 50%



ฉลากด้านซ้าย

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เมซอริล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลอาบน้ำดอกกุหลาบ 1,000 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีตุดูธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายันทภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา

C : 3
M : 74
Y : 37
K : 0
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X



วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลอาบน้ำดอกกุหลาบ 1,000 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวัสดุธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิพนธ์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย

C : 3
M : 74
Y : 37
K : 0
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai



วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เมซอร์ส โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลอาบน้ำดอกกุหลาบ 1,000 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีตอร์ธรรมชาติจากหมักกล้วย
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิรันทภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา

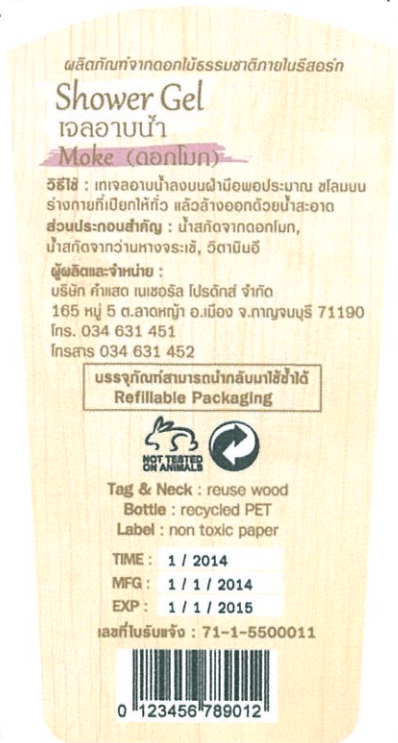
C : 11
M : 82
Y : 0
K : 28

Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลอาบน้ำดอกโมก 1,000 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวัสดุธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายันทฤภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย

Opacity 50%

<p>C : 11 M : 82 Y : 0 K : 28</p>	<p>C : 44 M : 59 Y : 85 K : 36</p>	<p>ตัวอักษร : - Gabriola - BCS C-0005 - DB Sathorn X - DSX-MaiThai</p>
---	--	--

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำเสด เบนเซอร์ส โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลอาบน้ำดอกโมก 1,000 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวัสดุธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนันท์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



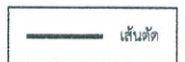
ฉลากด้านขวา

C : 11
M : 82
Y : 0
K : 28

Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X



วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเจอร์ล โปรดัคส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลอาบน้ำดอกโมก 1,000 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวัสดุธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายันทภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหลัง



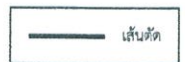
ฉลากด้านซ้าย

C : 11
M : 82
Y : 0
K : 28

Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai



วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำเสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลอาบน้ำดอกโมก 1,000 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวัสดุธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิพนธ์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา

C : 0
M : 6
Y : 47
K : 0

Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลอาบน้ำดอกลิลาวดี 1,000 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวัสดุธรรมชาติจากหมักกล้วย
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายันทภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย

C : 0
M : 6
Y : 47
K : 0

Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลอาบน้ำดอกสลิลาวดี 1,000 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีสุครธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิพนธ์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา

C : 0
M : 6
Y : 47
K : 0

Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X



วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลอาบน้ำดอกสลิลาวดี 1,000 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวัสดุธรรมชาติจากหมักกล้วย
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนันท์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย

C : 0
M : 6
Y : 47
K : 0

Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai



วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท ค้าแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เจลอาบน้ำดอกสลิลาวดี 1,000 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษรีไซเคิลธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิพนธ์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านหลัง

C : 90
M : 0
Y : 48
K : 11

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X

Opacity 50%

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	แชมพูใบหมี่ 1,000 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวัสดุธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายฉัตรนัทภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย

C : 90
M : 0
Y : 48
K : 11

Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	แชมพูใบเหมี่ 1,000 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษรีไซเคิลธรรมชาติจากหมักกล้วยง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิรันทภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา

C : 90
M : 0
Y : 48
K : 11

Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X



วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	แชมพูใบหมี่ 1,000 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีลิตูธรรมชาติดจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายันทนทภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย



C : 90
M : 0
Y : 48
K : 11
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	แชมพูใบเตย 1,000 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีลิตูธรรมชาติดจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิพนธ์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า

C : 90
M : 0
Y : 48
K : 11

C : 90
M : 0
Y : 48
K : 11

Opacity 50%



ฉลากด้านขวา

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	ครีมบวมผมไพบ่ย์ 1,000 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีตอร์รมชาติจากหมึกสีน้ำเงิน
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิพนธ์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหลัง

C : 90
 M : 0
 Y : 48
 K : 11

C : 90
 M : 0
 Y : 48
 K : 11

Opacity 50%

C : 44
 M : 59
 Y : 85
 K : 36

ตัวอักษร :
 - Gabriola
 - BCS C-0005
 - DB Sathorn X
 - DSX-MaiThai



ฉลากด้านซ้าย

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	ครีมบวดผมใบเหมย 1,000 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวัสดุธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิยมภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า

C : 90
M : 0
Y : 48
K : 11

C : 90
M : 0
Y : 48
K : 11

Opacity 50%



ฉลากด้านขวา

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X



วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	ครีมหวดผมไบทมิ 1,000 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีลคอร์ทธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนันท์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย

C : 90
M : 0
Y : 48
K : 11

C : 90
M : 0
Y : 48
K : 11

Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai



วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	ครีมหวัดผมใบเหมี่ 1,000 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวัสดุธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิพนธ์ภูมิ เทศศิริ



C : 0

M : 46

Y : 24

K : 0

Opacity 50%

C : 44

M : 59

Y : 85

K : 36

ตัวอักษร :

- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

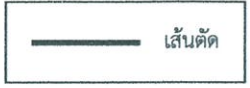
วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	สบู่ก้อนพืงค์ไดมอนด์ 100 g
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีสดุธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายันทภูมิ เทศศิริ



C : 0
 M : 46
 Y : 24
 K : 0
 Opacity 50%

C : 44
 M : 59
 Y : 85
 K : 36

ตัวอักษร :
 - Gabriola
 - BCS C-0005
 - DB Sathorn X
 - DSX-MaiThai



วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสตด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	สบู่ก้อนฟิงค์ไดมอนด์ 100 g
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวัสดุธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายันทภูมิ เทศศิริ



C : 4
 M : 14
 Y : 60
 K : 8
 Opacity 50%

C : 44
 M : 59
 Y : 85
 K : 36

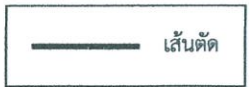
ตัวอักษร :
 - Gabriola
 - BCS C-0005
 - DB Sathorn X
 - DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	สบู่ก้อนคอลลาเจนทองคำ 100 g
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีสุตธรรมชาติดอกหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนันท์ภูมิ เทศศิริ



- C : 4
- M : 14
- Y : 60
- K : 8
- Opacity 50%
- C : 44
- M : 59
- Y : 85
- K : 36

- ตัวอักษร :
- Gabriola
 - BCS C-0005
 - DB Sathorn X
 - DSX-MaiThai



วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	สบู่ก้อนคอลลาเจนทองคำ 100 g
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีสดูธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายันทภูมิ เทศศิริ

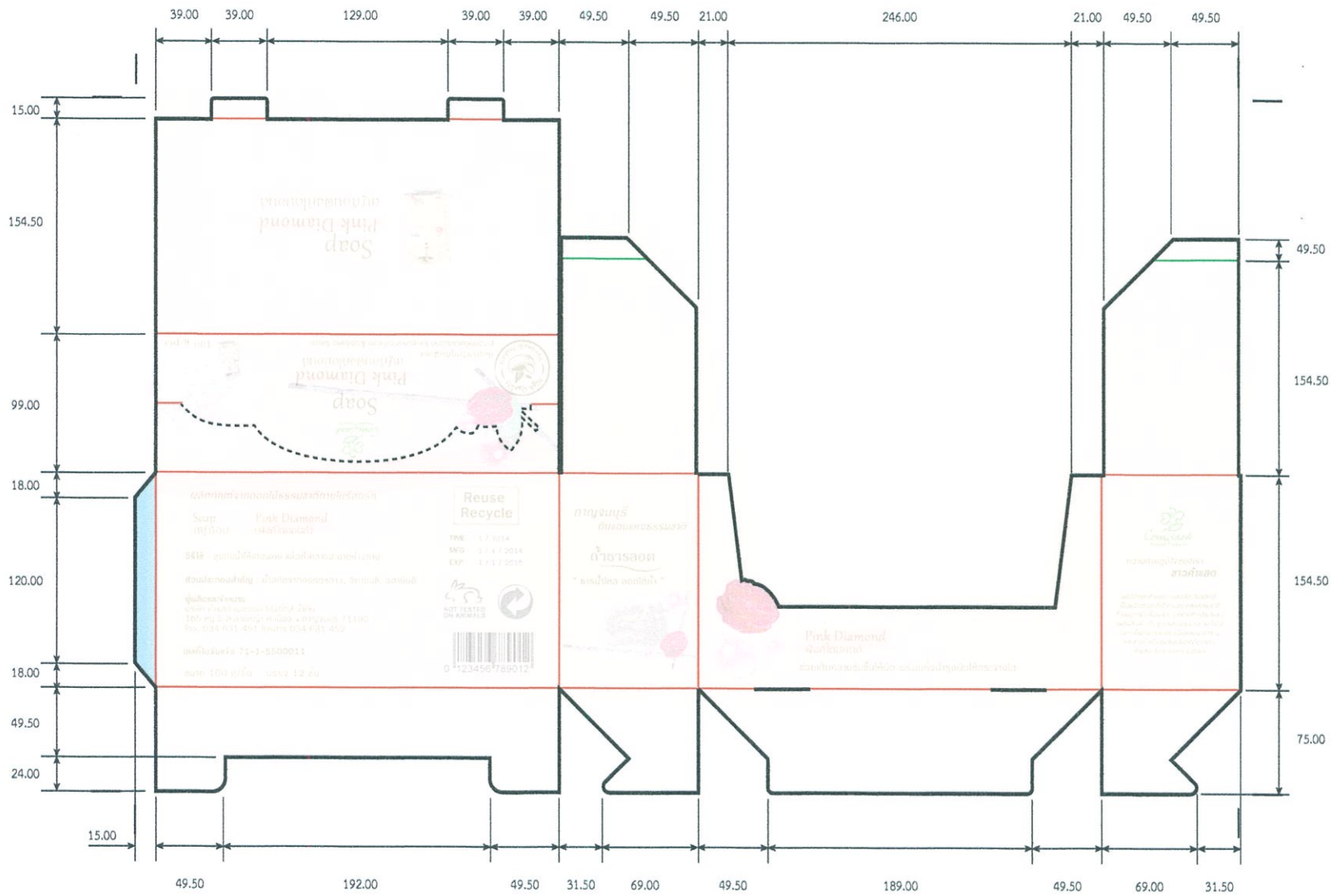


C : 1
 M : 46
 Y : 24 Opacity 50%
 K : 0

C : 44
 M : 59
 Y : 85
 K : 36

ตัวอักษร :
 - Gabriola
 - BCS C-0005
 - DB Sathorn X
 - DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนชอริล โปรดัคส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	กล่องรวมหน่วย สบู่อ่อนฟิงคิโตมอนต์
สัดส่วน	1:3
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษกล่องแบ่ง 300 gm
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายณัฐภูมิ เทศศิริ



- C : 1
M : 46
Y : 24
K : 0
Opacity 50%
- C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

- ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

- เส้นตัด
- เส้นพับลง
- เส้นพับขึ้น
- - - เส้นรอยพับ
- พื้นที่ติดกา

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเซอร์ล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	กล่องรวมหน่วย สบู่อ่อนฟิงคิโตมอนต์
สัดส่วน	1:3
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษกล่องแบ่ง 300 gm
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิพนธ์ภูมิ เทศศิริ

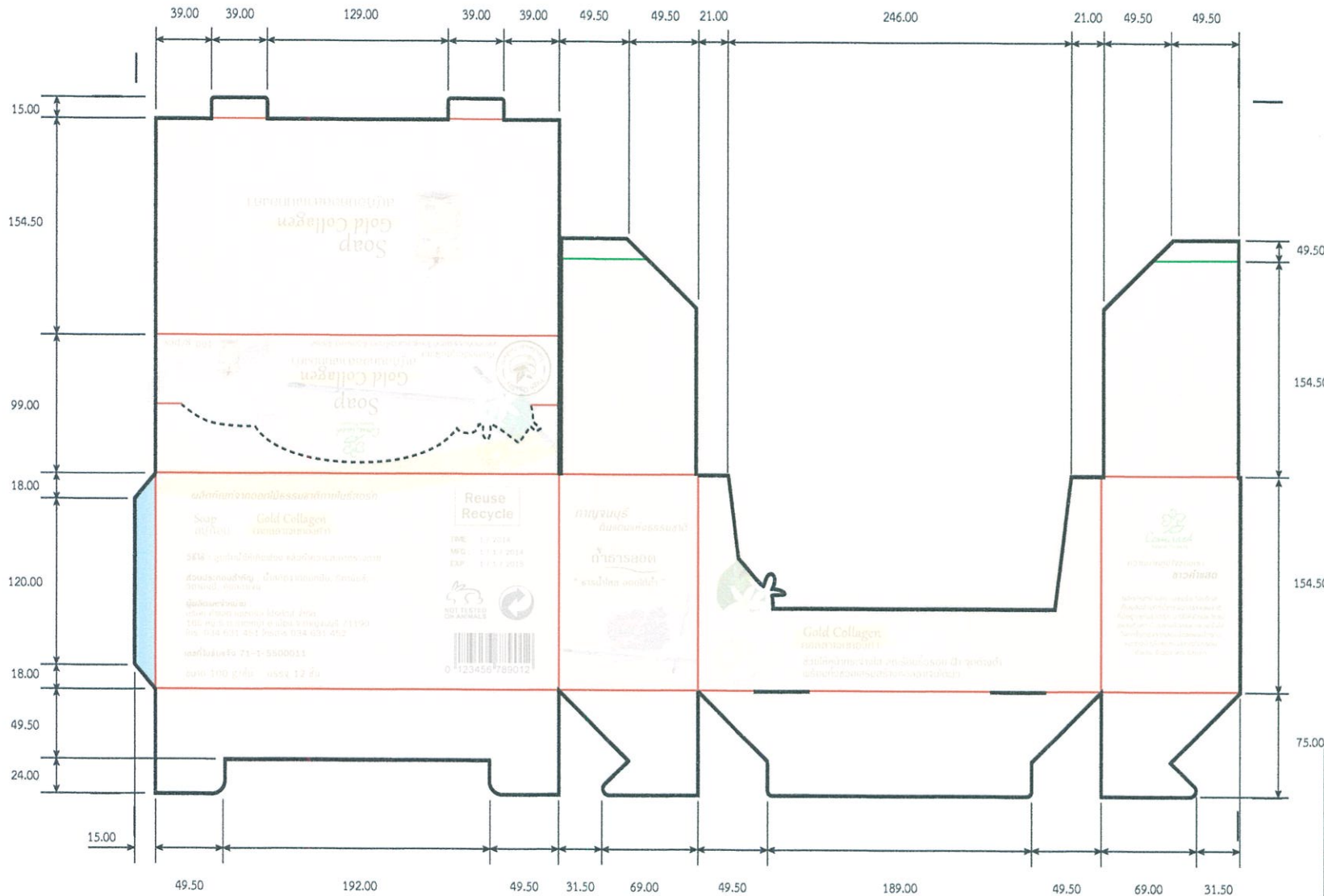


C : 4
 M : 14
 Y : 60 Opacity 50%
 K : 8

C : 44
 M : 59
 Y : 85
 K : 36

ตัวอักษร :
 - Gabriola
 - BCS C-0005
 - DB Sathorn X
 - DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท ค้ำเสา เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	กล่องรวมหน่วย สบู่ก้อนคอลลาเจนทองคำ
สัดส่วน	1:3
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษกล่องแข็ง 300 gm
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายันทนภูมิ เทศศิริ



C : 4
M : 14
Y : 60
K : 8
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

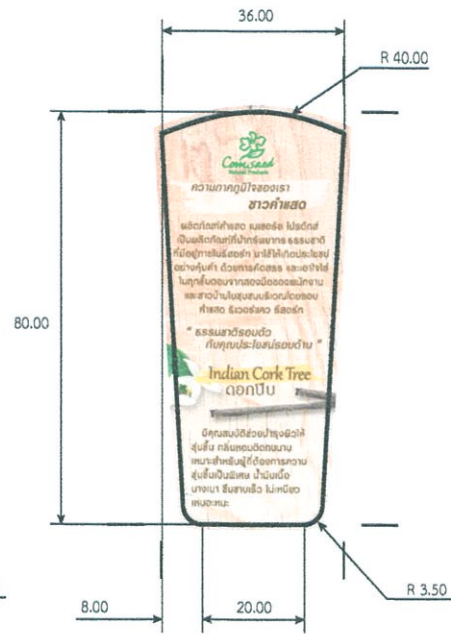
ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

	เส้นตัด
	เส้นพับลง
	เส้นพับขึ้น
	เส้นรอยปรุ
	พื้นที่ติดกาว

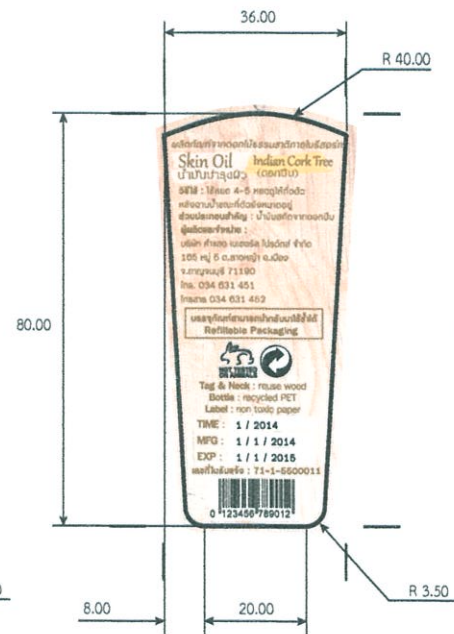
วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	กล่องรวมหน่วย สบู่ก้อนคอลลาเจนทองคำ
สัดส่วน	1:3
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษกล่องแบ่ง 300 gm
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายณัฐภูมิ เทศศิริ



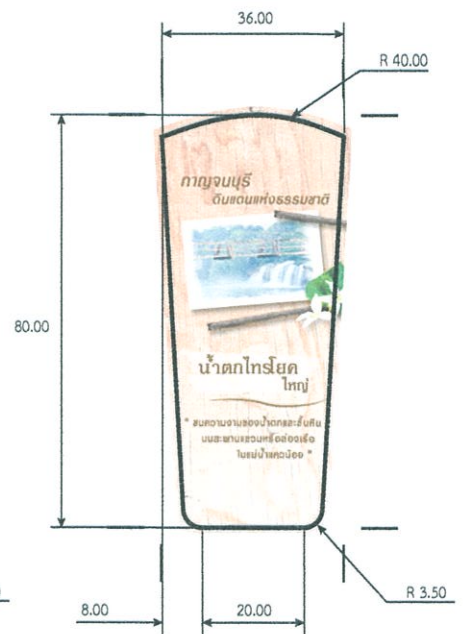
ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย



C : 1
M : 17
Y : 99
K : 0
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

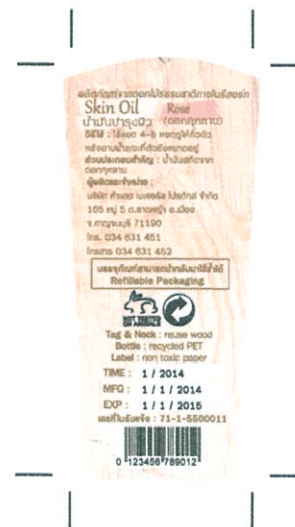
วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเซอร์ล โปรดัคส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	น้ำมันบำรุงผิวดอกบับ 100 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวัสดุธรรมชาติจากหมักกล้วย
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิพนธ์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย

C : 3
M : 74
Y : 37
K : 0
Opacity 50%

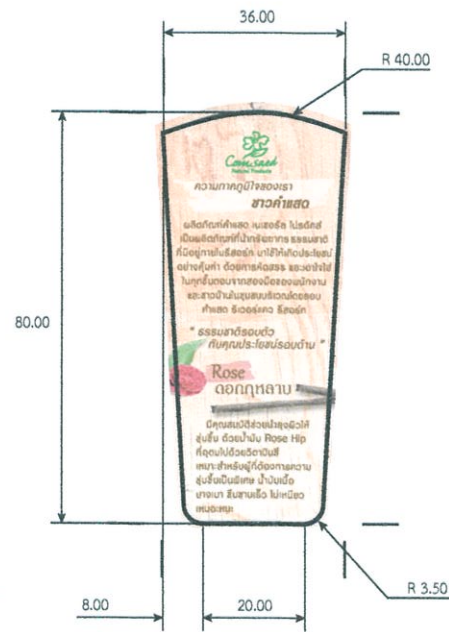
C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

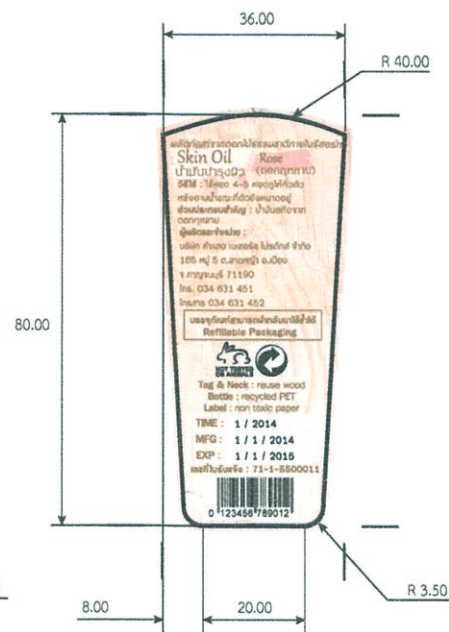
วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	น้ำมันบำรุงผิวดอกกุหลาบ 100 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวัสดุธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายฉันทภูมิ เทศศิริ



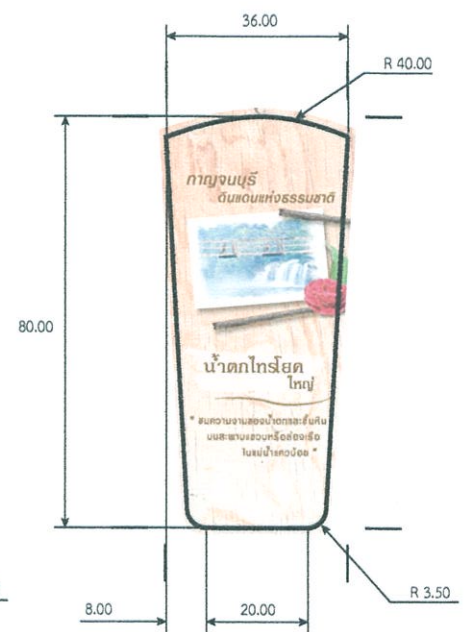
ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย

C : 3
M : 74
Y : 37
K : 0
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai



วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท ค้านสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	น้ำมันบำรุงผิวดอกกุหลาบ 100 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีตอร์ธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิพนธ์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย

C : 11
M : 82
Y : 0
K : 28
Opacity 50%

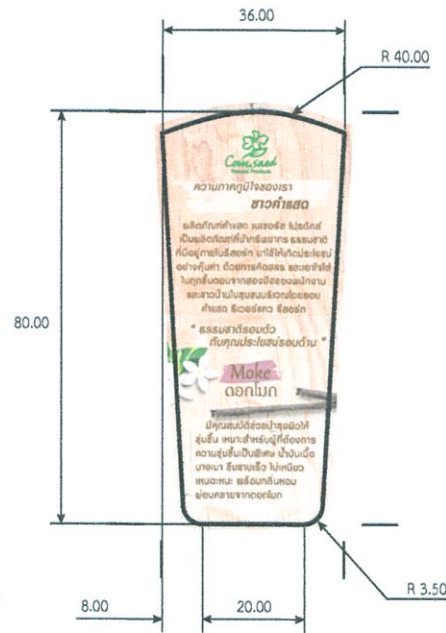
C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

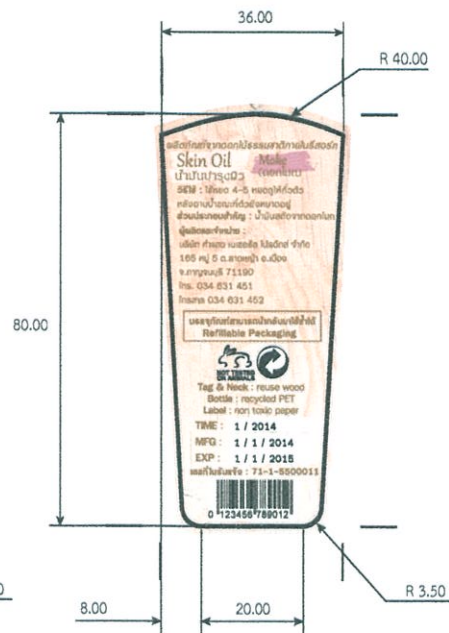
วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท ค้าแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	น้ำมันบำรุงผิวดอกไม้มอก 100 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีลด์ธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายณัฐภูมิ เทศศิริ



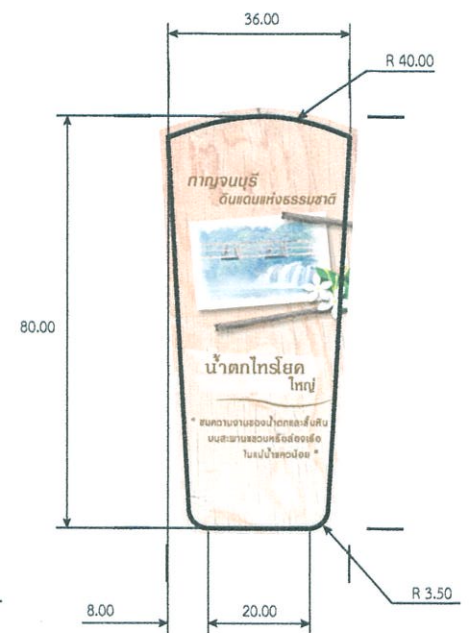
ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา



ฉลากด้านหลัง

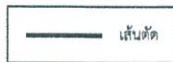


ฉลากด้านซ้าย

- C : 11
 - M : 82
 - Y : 0
 - K : 28
- C : 44
 - M : 59
 - Y : 85
 - K : 36

Opacity 50%

- ตัวอักษร :
- Gabriola
 - BCS C-0005
 - DB Sathorn X
 - DSX-MaiThai



วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำเสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	น้ำมันบำรุงผิวดอกไม้มอก 100 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีสดรธรรมชาติจากหมึกกล้วย
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายันทนภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา



ฉลากด้านล่าง



ฉลากด้านซ้าย

C : 0
M : 6
Y : 47
K : 0
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

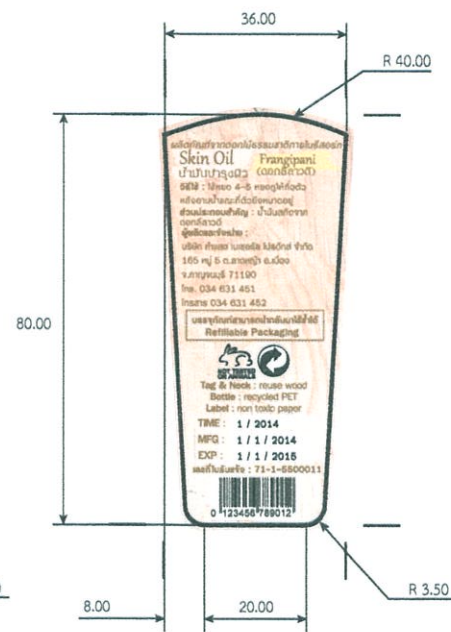
วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสตด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	น้ำมันบำรุงผิวดอกสีกาวดี 100 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีลคูลูธรรมชาติดจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายันทฤมิ เทศศิริ



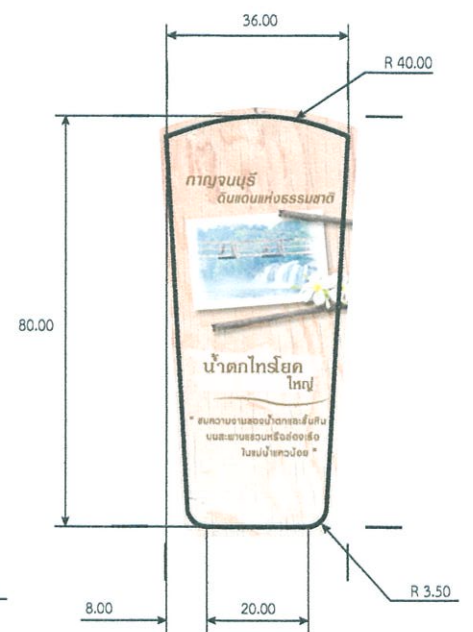
ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย

C : 0
M : 6
Y : 47
K : 0
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai



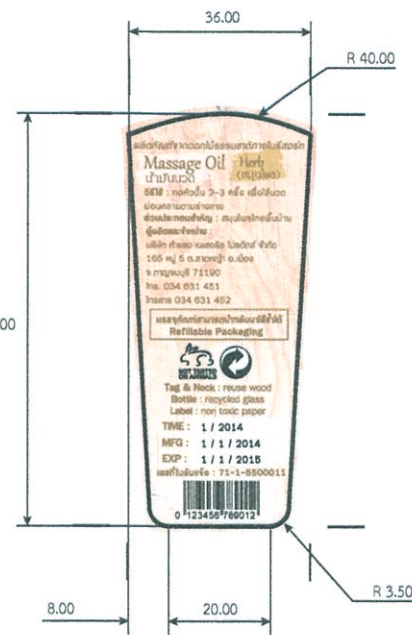
วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสตต เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	น้ำมัมบำรุงผิวดอกลิลาวดี 100 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีลคอร์ทธรรมชาติจากหมักกล้วย
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายบัณฑิตภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย

C : 0
M : 27
Y : 100
K : 60
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai



วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	น้ำมันวดสมุนไพร 100 ml
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีตัสดูธรรมชาติดิจิทัลจากญี่ปุ่น
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิพนธ์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา

C : 1
M : 27
Y : 100
K : 15
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เกลือขัดผิวไฟล 300 g
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีตดูธรรมชาติดิจิตอลพิมพ์
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนันท์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย

C : 1
M : 27
Y : 100
K : 15
Opacity 50%

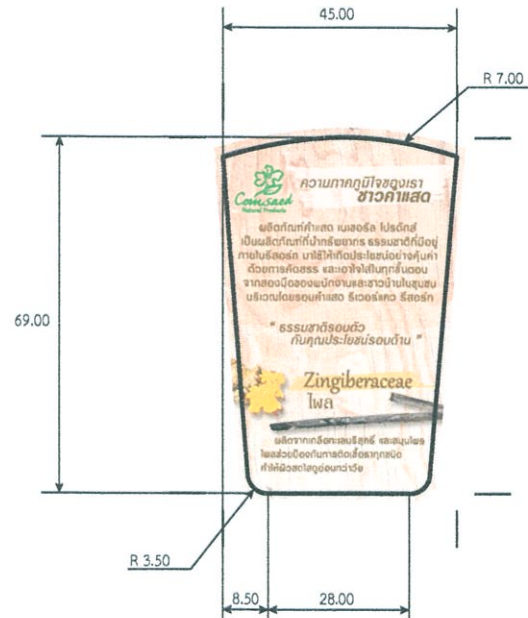
C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสน เนชั่นส์ โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เกลือขัดผิวไพล 300 g
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษรีไซเคิลธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายเนินทภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านหลัง

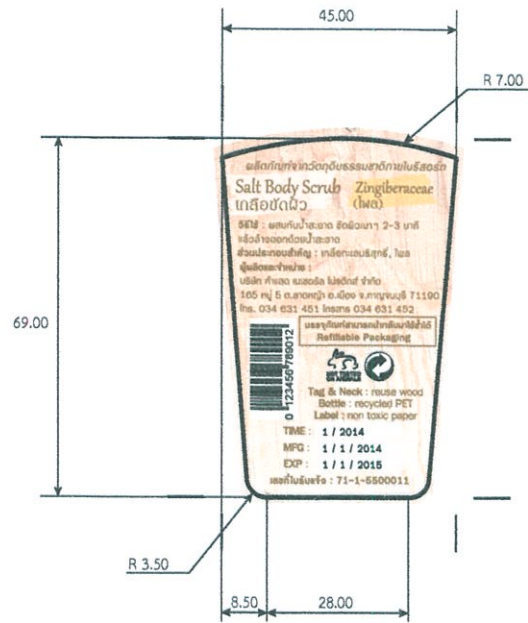


C : 1
M : 27
Y : 100
K : 15
Opacity 50%

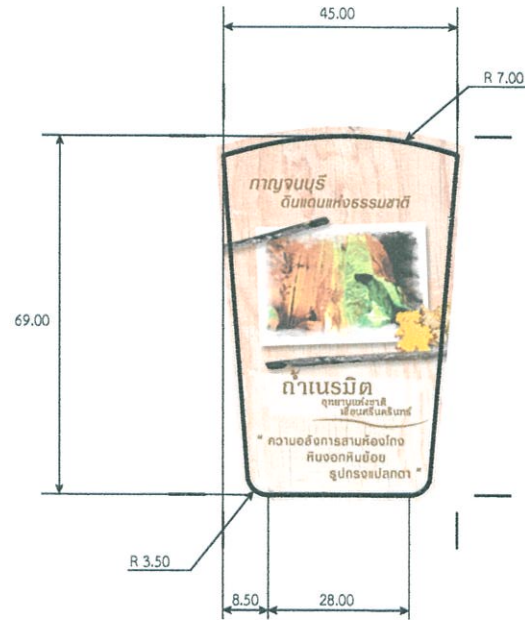
C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเธอร์แลนด์ โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เกลือขัดผิวไพล 300 g
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีลิตูธรรมชาติจากหมักกล้วย
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิพนธ์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย



C : 1
M : 27
Y : 100
K : 15
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เกลือขัดผิวไทย 300 g
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษรีไซเคิลธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนันท์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านหลัง

C : 62
M : 0
Y : 100
K : 37
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เกลือขัดผิวมะกรูด 300 g
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษรีไซเคิลธรรมชาติจากหมู่บ้านกัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายฉันทภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย

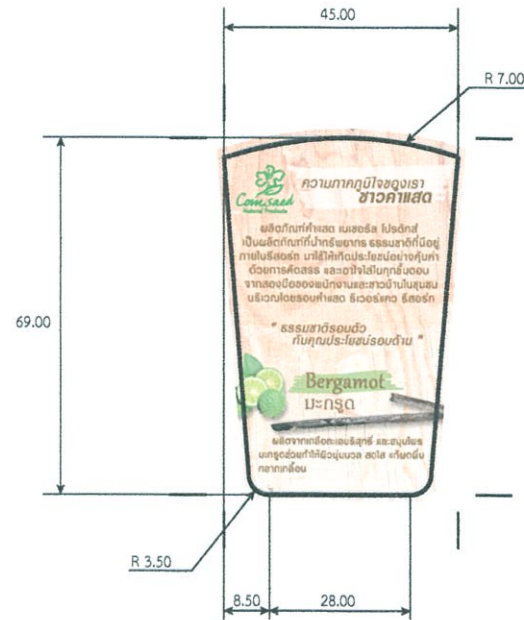
C : 62
M : 0
Y : 100
K : 37
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36
ตัวอักษร :
- Gabriela
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

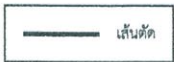
วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท ศิวะ มิวส์ อินเตอร์ โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เกสือขัดผิวมะกรูด 300 g
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวัสดุธรรมชาติจากหมักกล้วย
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายฉัตรภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านหลัง

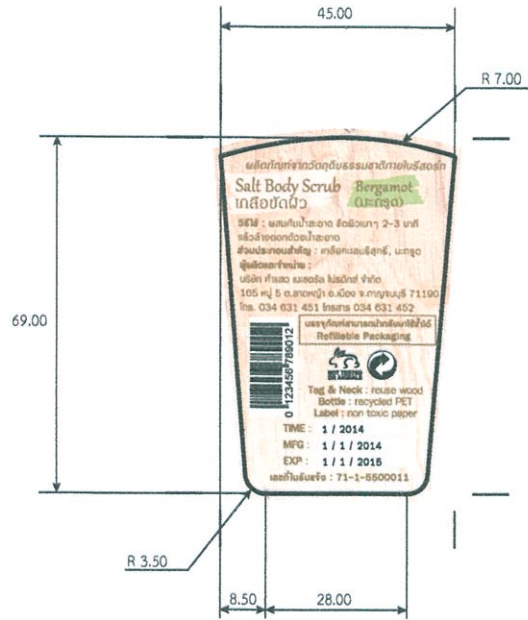


C : 62
M : 0
Y : 100
K : 37
Opacity 50%

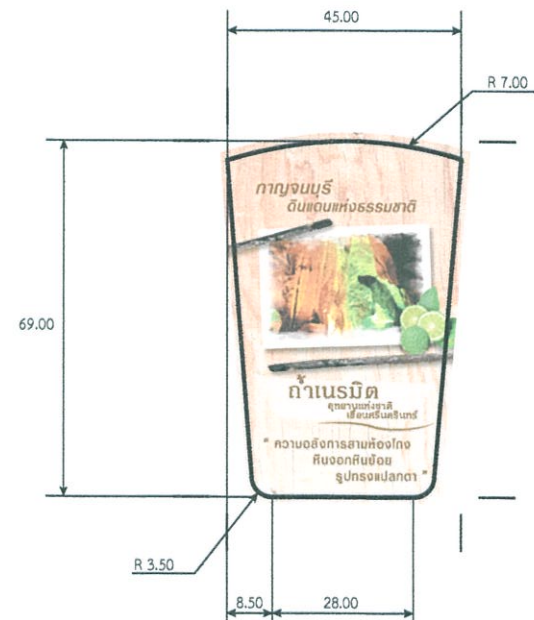
C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X

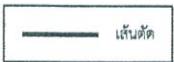
วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เกลือขัดผิวมะกรูด 300 g
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษรีไซเคิลธรรมชาติจากพื้กกัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนันท์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย



C : 62
M : 0
Y : 100
K : 37
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเซอร์ลิต โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เกลือขัดผิวมะกรูด 300 g
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษรีไซเคิลธรรมชาติจากหมู่บ้านกัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายฉัตรภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา

C : 0
 M : 36
 Y : 100
 K : 0
 Opacity 50%

C : 44
 M : 59
 Y : 85
 K : 36

ตัวอักษร :
 - Gabriola
 - BCS C-0005
 - DB Sathorn X

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เกลือขัดผิวขมิ้น 300 g
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีลิตูธรรมชาติดจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายบัณฑิตภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหลัง



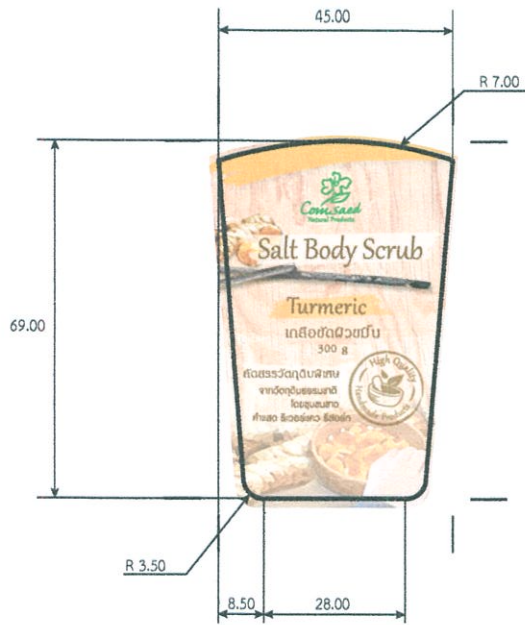
ฉลากด้านซ้าย

C : 0
M : 36
Y : 100
K : 0
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสตด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เกลือขัดผิวขมิ้น 300 กรัม
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวัสดุธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายบัณฑิตภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านหลัง

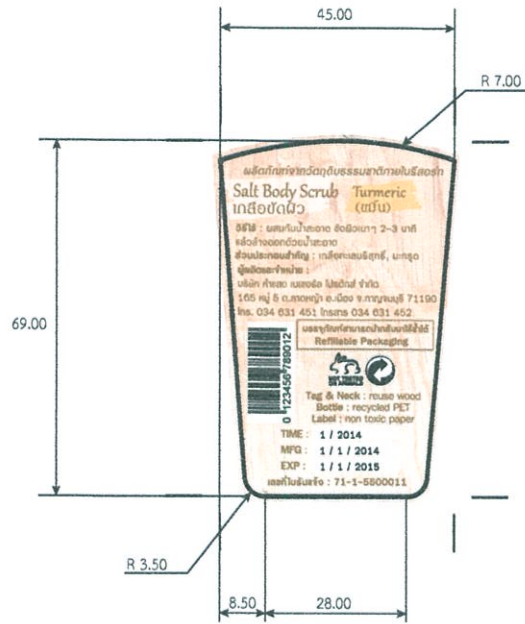


C : 0
M : 36
Y : 100
K : 0
Opacity 50%

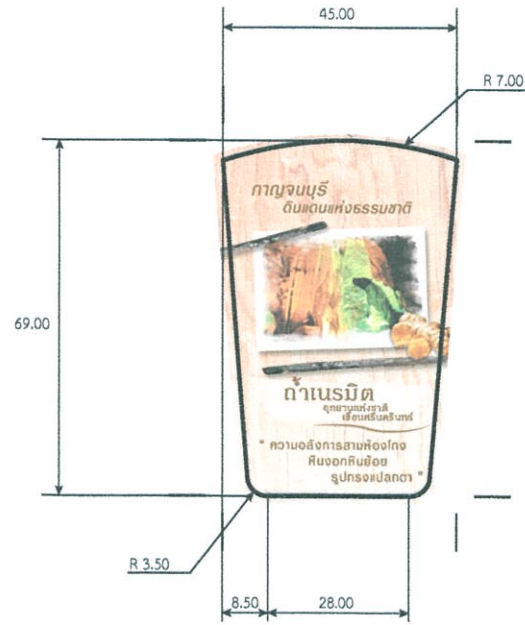
C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X

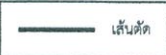
วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เกลือขัดผิวขมิ้น 300 กรัม
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวัสดุธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิพนธ์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย

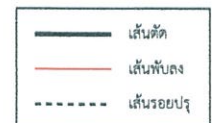
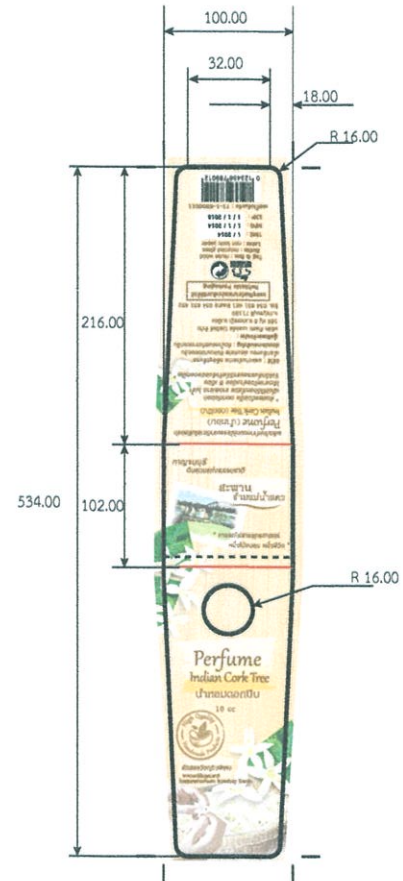


C : 0
M : 36
Y : 100
K : 0
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	เกลือขัดผิวขมิ้น 300 g
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีสดูธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนันท์ภูมิ เทศศิริ



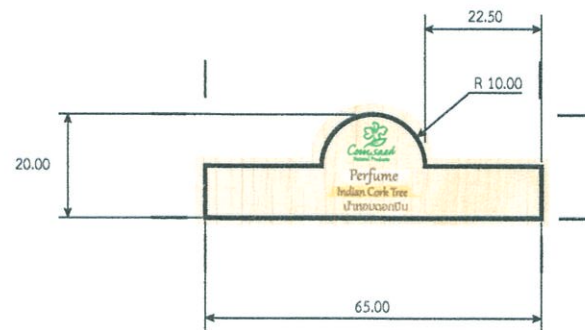
ฉลากบนกล่อง

C : 1
M : 17
Y : 99
K : 0
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	น้ำหอมดอกปีป 10 cc
สัดส่วน	1:2
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวัสดุธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิรันทภูมิ เทศศิริ



ฉลากบนฝาขวด



C : 1
M : 17
Y : 99
K : 0
Opacity 50%

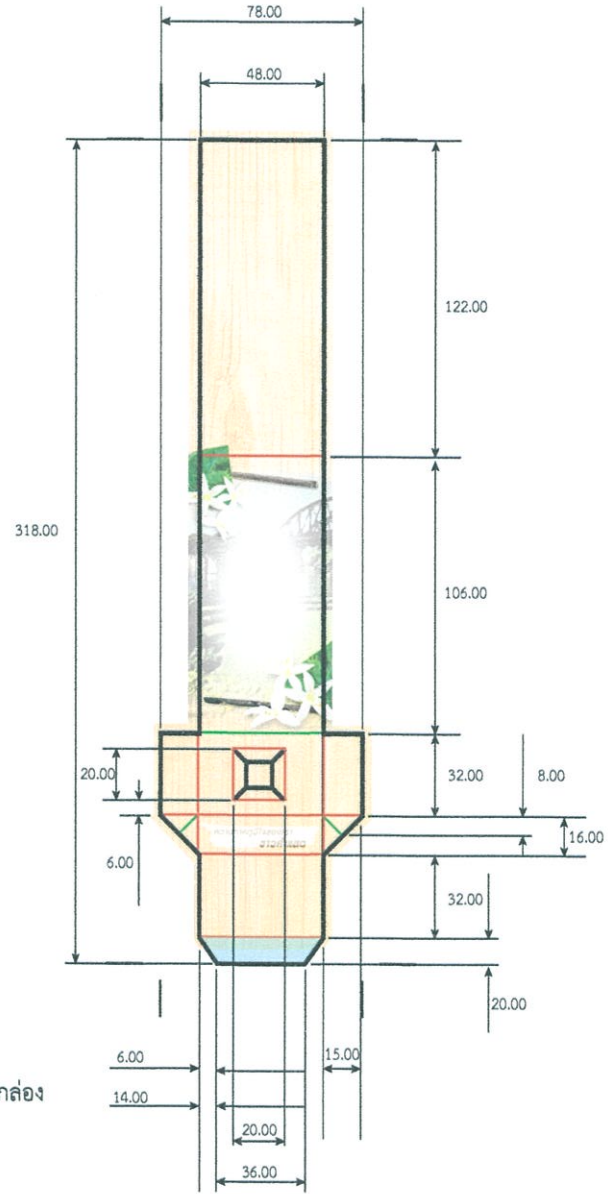
C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	น้ำหอมดอกปีป 10 cc
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวัสดุธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิพนธ์ภูมิ เทศศิริ

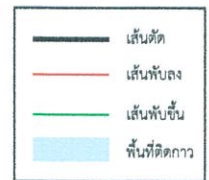


ตำแหน่งขวดในกล่อง



C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- DB Sathorn X



วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเซอร์ล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	น้ำหอมดอกปีป 10 cc
สัดส่วน	1:2
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษรีไซเคิลไม่เคลือบผิว 240 gm
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายันทภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย

C : 35
M : 0
Y : 100
K : 26

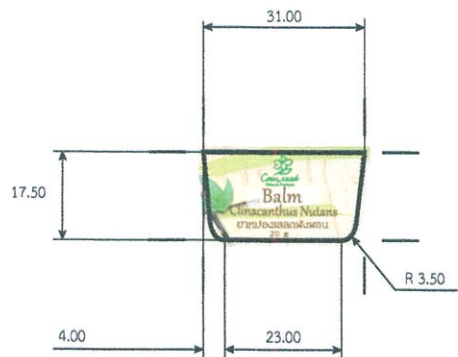
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

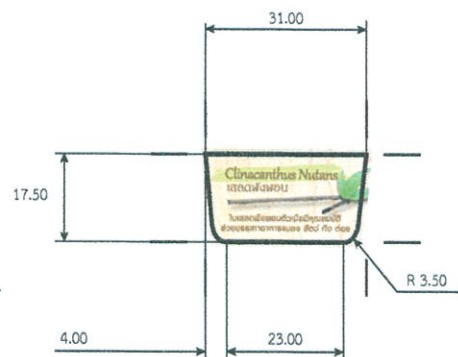
C : 0
M : 100
Y : 100
K : 0

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

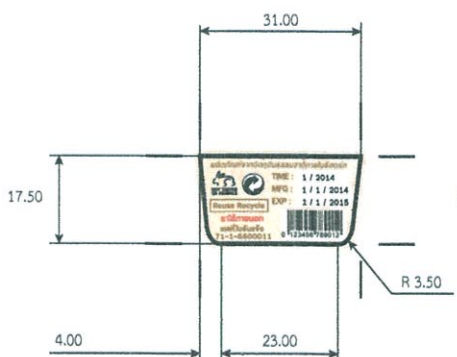
วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	ยาหม่องเสลดพังพอน 20 g
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีลคอร์ทรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิพนธ์ภูมิ เทศศิริ



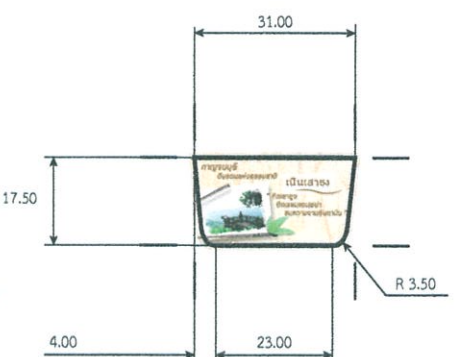
ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย

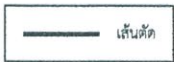
C : 35
M : 0
Y : 100
K : 26

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

C : 0
M : 100
Y : 100
K : 0

Opacity 50%

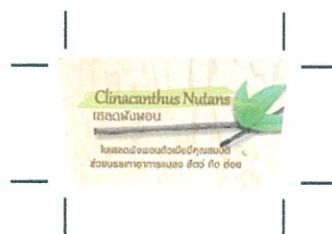
ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai



วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	ยาหม่องสเตลพิงทอน 20 g
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษรีไซเคิลธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิพนธ์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย

C : 35
M : 0
Y : 100
K : 26

Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

C : 0
M : 100
Y : 100
K : 0

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	ยาหม่องเสลดพังพอน 60 g
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษรีไซเคิลจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนันท์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า

ฉลากด้านขวา

ฉลากด้านหลัง

ฉลากด้านบน

C : 35
M : 0
Y : 100
K : 26

Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

C : 0
M : 100
Y : 100
K : 0

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai



วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	ยามบ่งเสลดพังพอน 60 g
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีสดูธรรมชาติดจากหมึกน้ำกัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายณัฐภูมิ เทศศิริ



C : 35

C : 44

M : 0

M : 59

Y : 100

Y : 85

K : 26

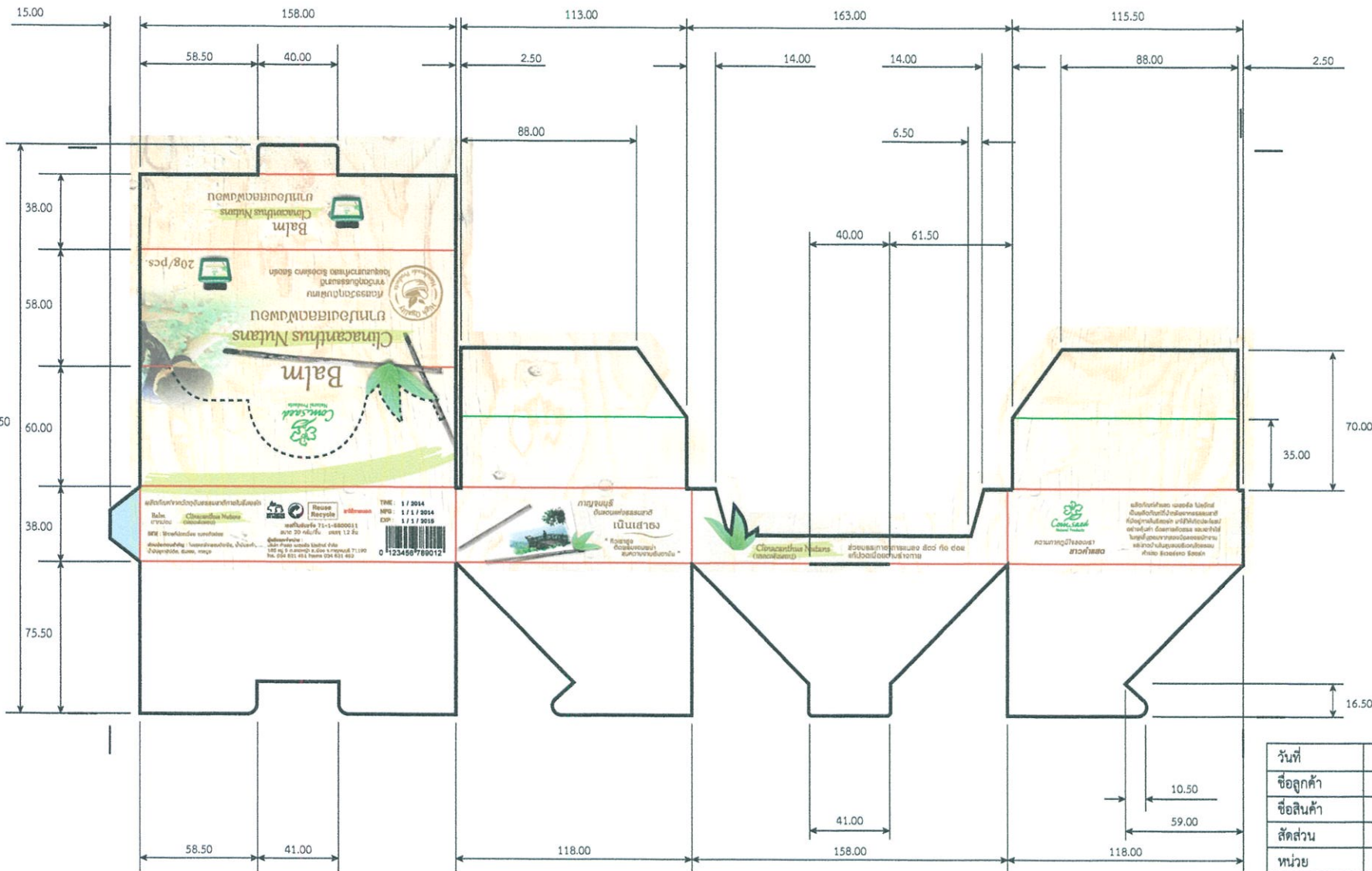
K : 36

Opacity 50%

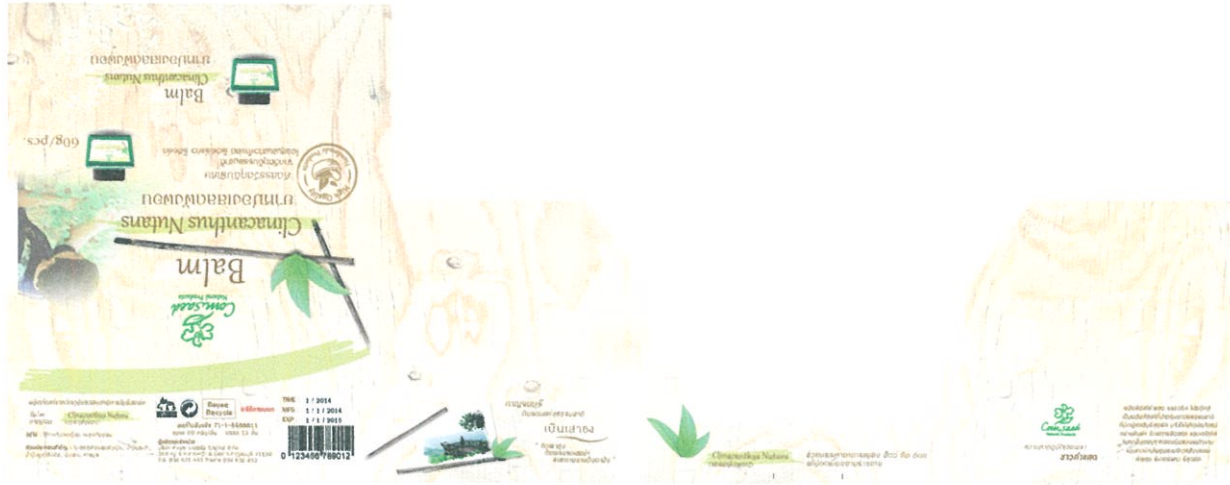
ตัวอักษร :

- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท ศาตเน เฮอร์ล โปรดัคส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	กล่องรวมหน่วย ยาหม่องเสลดคั้งพอน 20 g
สัดส่วน	1:2
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษกล่องแบ่ง 300 gm
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายเนินทภูมิ เทศศิริ



วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท ค้าสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	กล่องรวมหน่วย ยาหม่องเสลดพังพอน 20 g
สัดส่วน	1:2
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษกล่องแบ่ง 300 gm
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนันท์ภูมิ เทศศิริ



C : 35
M : 0
Y : 100
K : 26

Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเซอร์ล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	กล่องรวมหน่วย ยาหม่องเสลดพังพอน 60 g
สัดส่วน	1:3
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษกล่องแข็ง 300 gm
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนันท์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย

C : 0
M : 68
Y : 80
K : 0
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

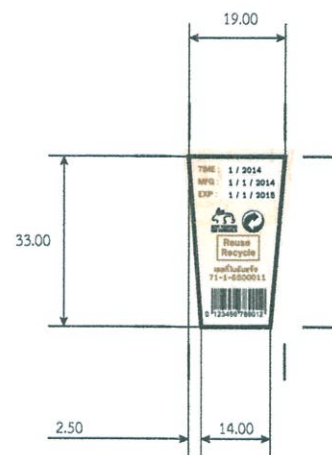
วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	น้ำมันหอมระเหย กลิ่นส้ม 15 cc
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีตอร์รมชาติจากพญากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายันทภูมิ เทศศิริ



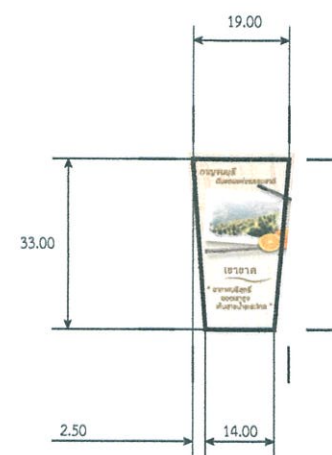
ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย



C : 0
M : 68
Y : 80
K : 0
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท ค้านสแต เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	น้ำมันหอมระเหย กลิ่นส้ม 15 cc
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวัสดุธรรมชาติจากพื้กกัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิพนธ์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา



ฉลากด้านหลัง



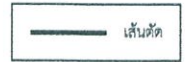
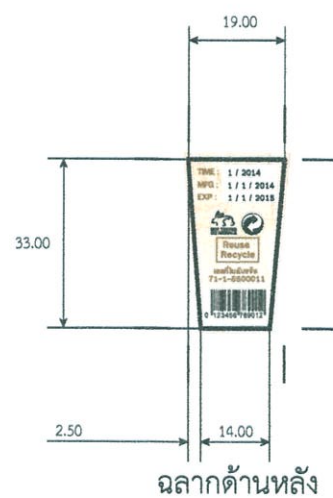
ฉลากด้านซ้าย

C : 57
M : 0
Y : 0
K : 7
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเซอร์ล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	น้ำมันหอมระเหย กลิ่นยูคาลิปตัส 15 cc
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีลครุธรรมชาติจากหมักกล้วย
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนันท์ภูมิ เทศศิริ



C : 57
M : 0
Y : 0
K : 7
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	น้ำมันหอมระเหย กลิ่นยูคาลิปตัส 15 cc
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษรีไซเคิลธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายเน้นทภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย

C: 80
M: 0
Y: 100
K: 0
Opacity 50%

C: 44
M: 59
Y: 85
K: 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

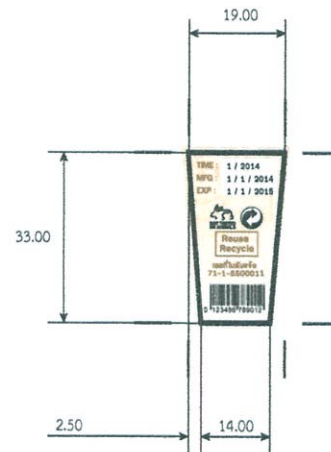
วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	น้ำมันหอมระเหย กลิ่นตะไคร้ 15 cc
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวัสดุธรรมชาติจากหมักกล้วย
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนันท์ภูมิ เทศศิริ



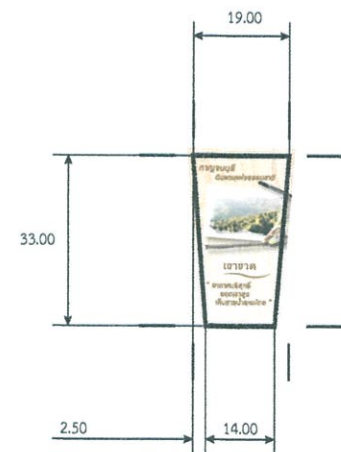
ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย



C : 80
M : 0
Y : 100
K : 0
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนชอริล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	น้ำมันหอมระเหย กลิ่นตะไคร้ 15 cc
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีสดูรรมชาติจากทุ่งหญ้าภูเขา
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายณัฐภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย

C : 3
M : 74
Y : 37
K : 0
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

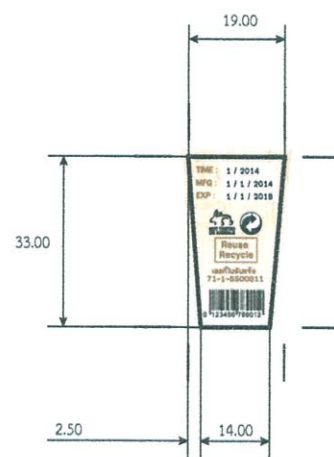
วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	น้ำมันหอมระเหย กลิ่นกุหลาบ 15 cc
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีลคอร์ทรมชาติจากหน้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนันท์ภูมิ เทศศิริ



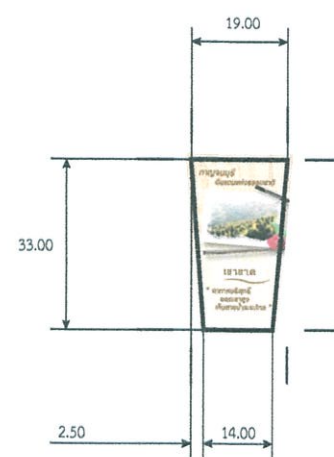
ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านขวา



ฉลากด้านหลัง



ฉลากด้านซ้าย

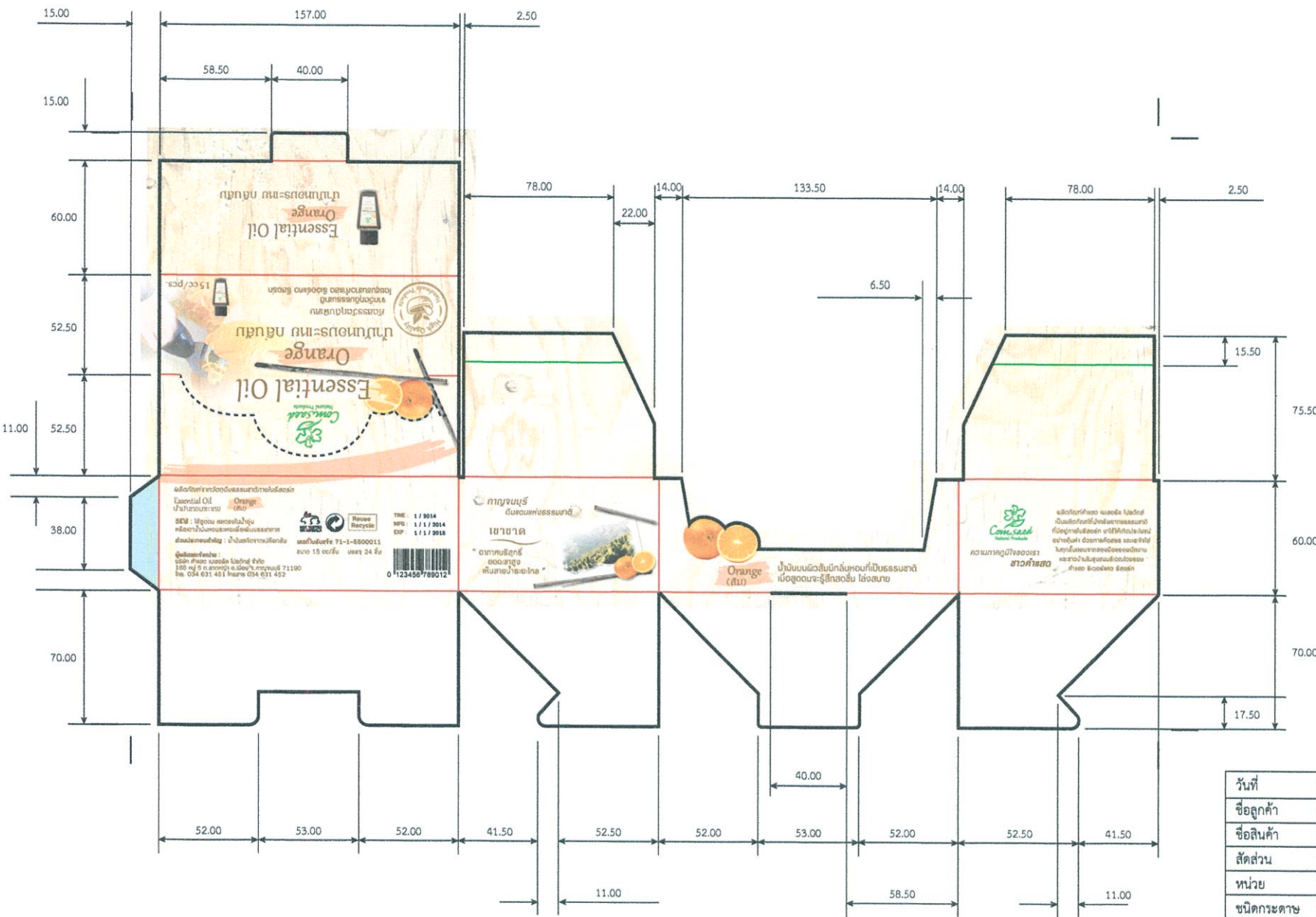


C : 3
M : 74
Y : 37
K : 0
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	น้ำมันหอมระเหย กลิ่นกุหลาบ 15 cc
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีสดูรรมชาติจากพญ่้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนันนทภูมิ เทศศิริ



C : 0
M : 68
Y : 80
K : 0

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

Opacity 50%

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai



วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	กล่องรวมหน่วย น้ำมันหอมระเหย กลิ่นส้ม
สัดส่วน	1:2
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษกล่องแข็ง 300 gm
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนันท์ภูมิ เทศศิริ

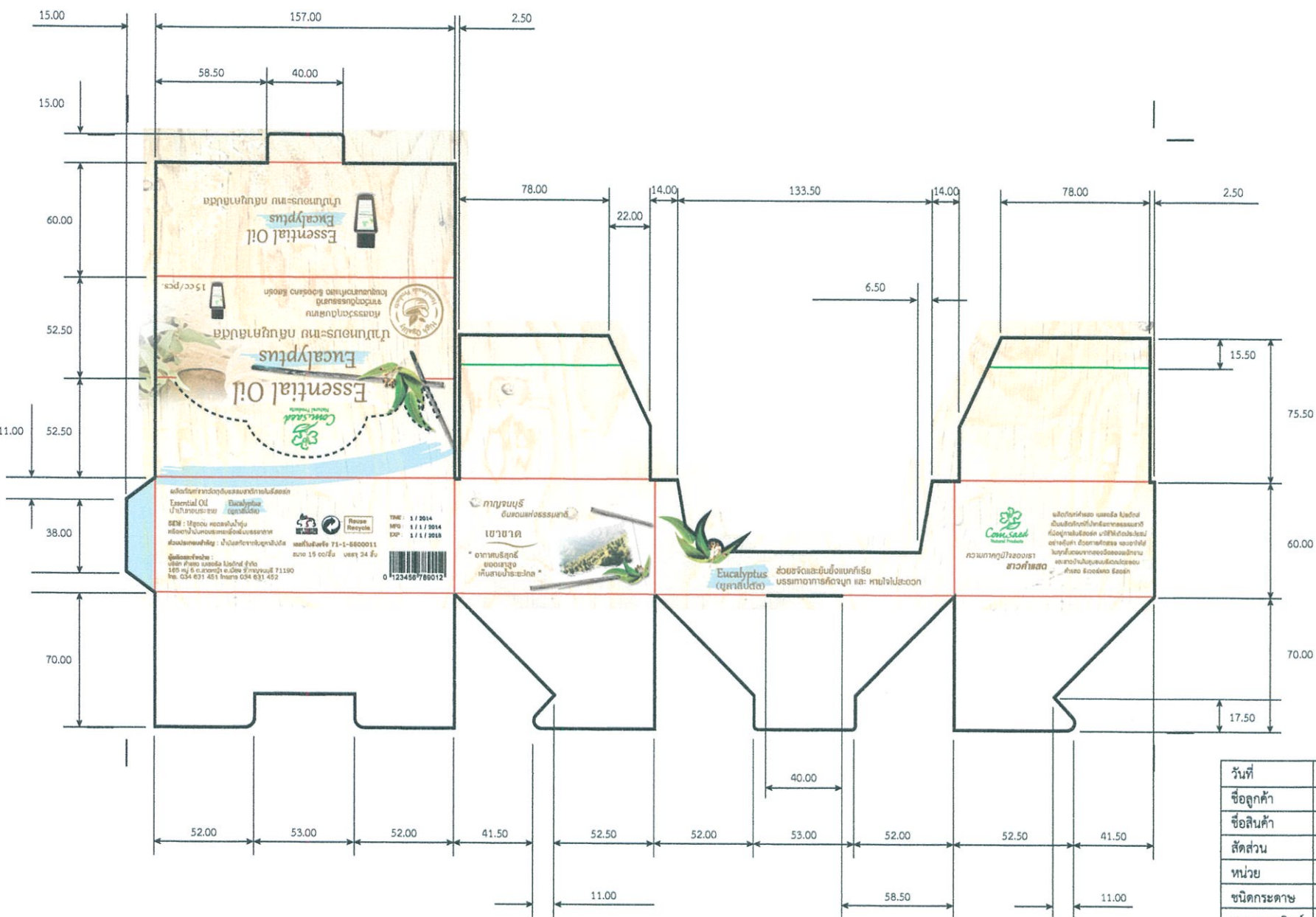


C : 57 C : 44
M : 0 M : 59
Y : 0 Y : 85
K : 7 K : 36

Opacity 50%

- ตัวอักษร :
- Gabriola
 - BCS C-0005
 - DB Sathorn X
 - DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	กล่องรวมหน่วย น้ำมันหอมระเหย กลิ่นยูคาลิปตัส
สัดส่วน	1:2
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษกล่องแบ่ง 300 gm
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนันท์ภูมิ เทศศิริ

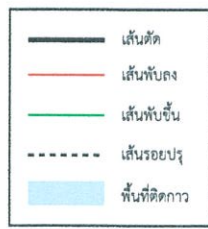


C : 57
M : 0
Y : 0
K : 7

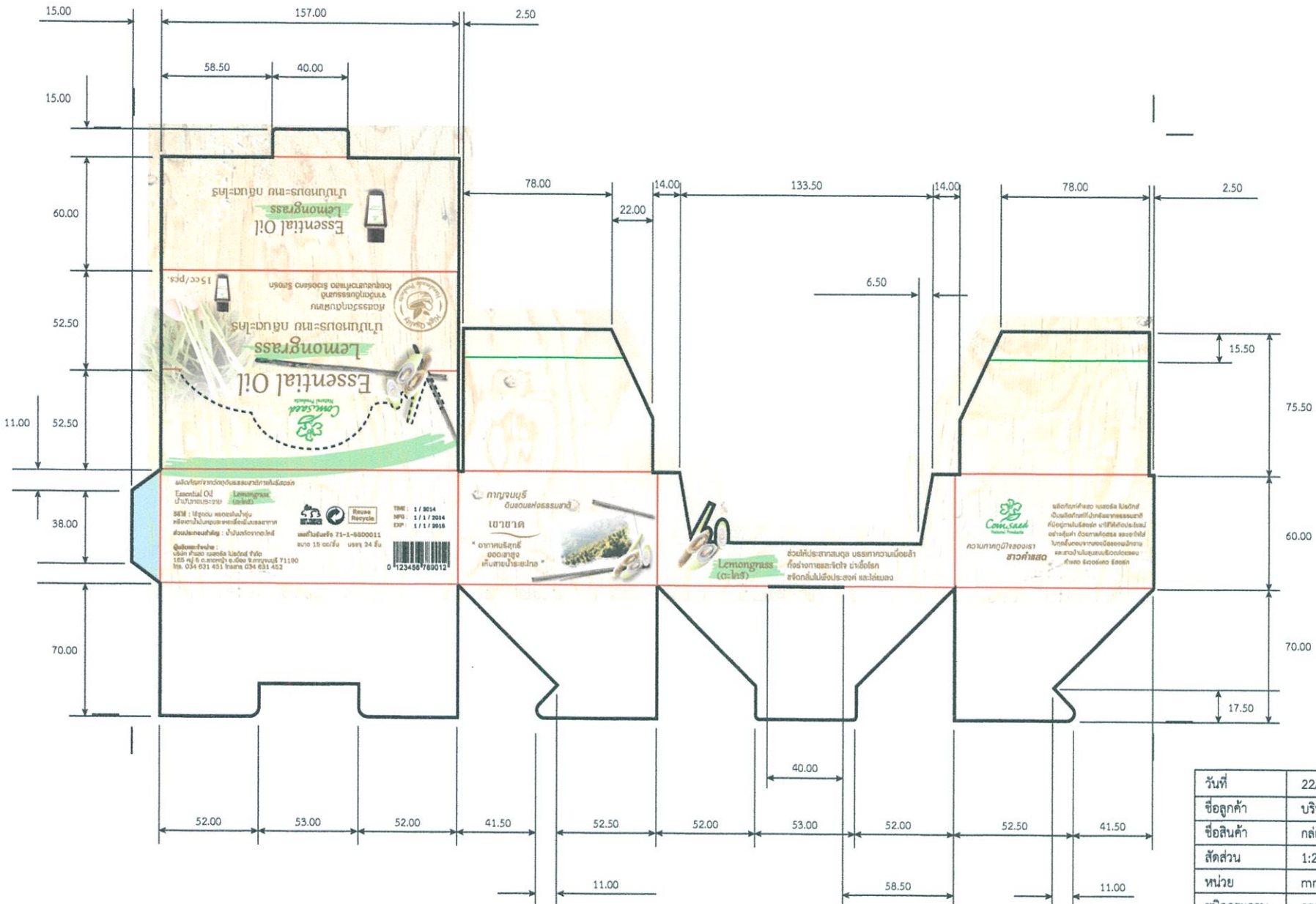
C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

Opacity 50%

ตัวอักษร :
- Gabriela
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai



วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	กล่องรวมหน่วย น้ำมันหอมระเหย กลิ่นยูคาลิปตัส
สัดส่วน	1:2
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษกล่องแข็ง 300 gm
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายณัฐภูมิ เทศศิริ



C : 80
M : 0
Y : 100
K : 0

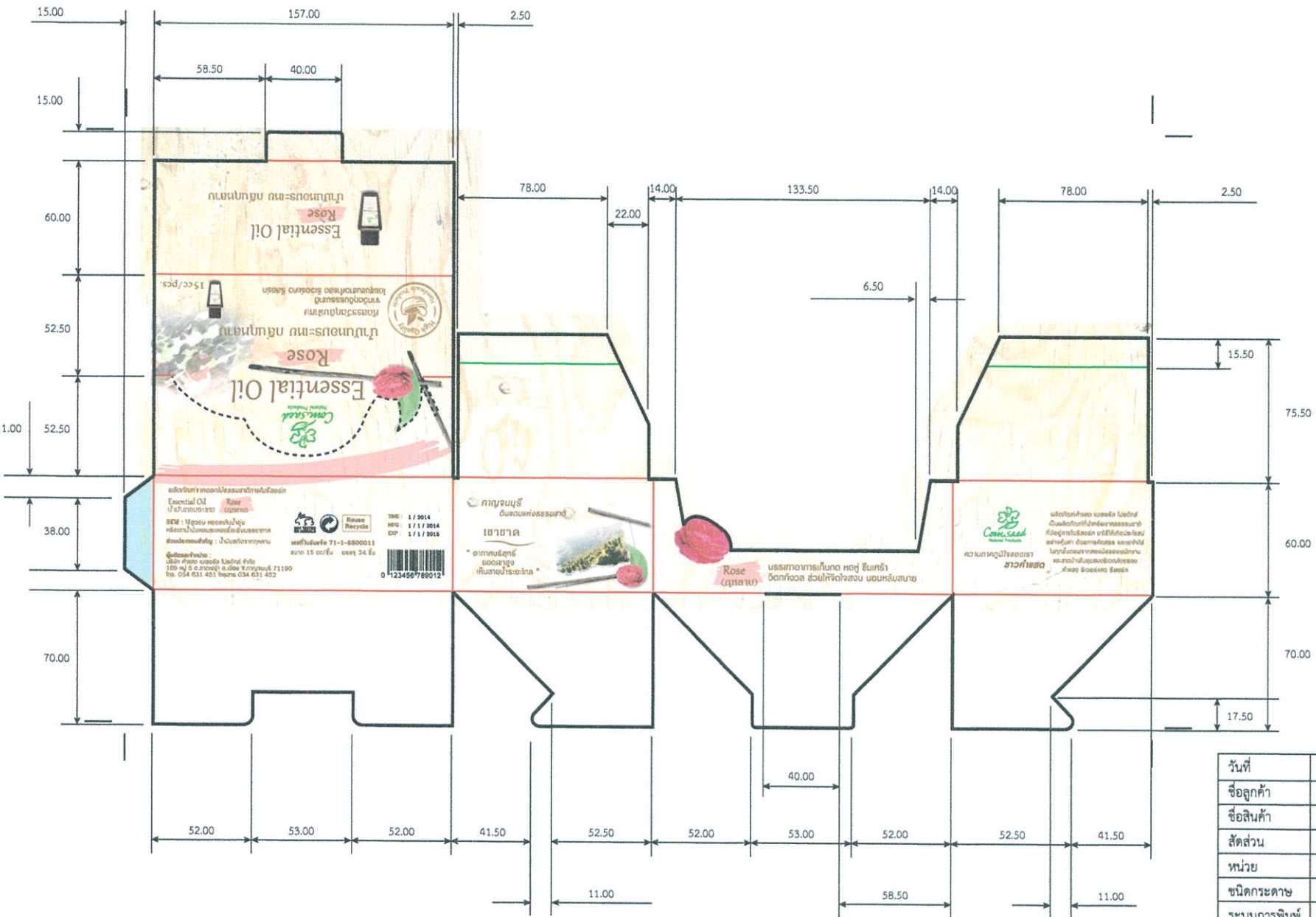
C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

Opacity 50%

- ตัวอักษร :
- Gabriola
 - BCS C-0005
 - DB Sathorn X
 - DSX-MaiThai

— เส้นตัด
— เส้นพับลง
— เส้นพับขึ้น
- - - เส้นรอยปู
พื้นที่ติดกาว

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เมซอริล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	กล่องรวมหน่วย น้ำมันหอมระเหย กลิ่นตะไคร้
สัดส่วน	1:2
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษกล่องแบ่ง 300 gm
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายันทภูมิ เทศศิริ



C : 3
M : 74
Y : 37
K : 0

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

Opacity 50%

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

- เส้นตัด
- เส้นพับลง
- เส้นพับขึ้น
- - - เส้นรอยปรุ
- พื้นที่ติดขาว

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	กล่องรวมหน่วย น้ำมันหอมระเหย กลิ่นตะไคร้
สัดส่วน	1:2
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษกล่องแบ่ง 300 gm
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายันทภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



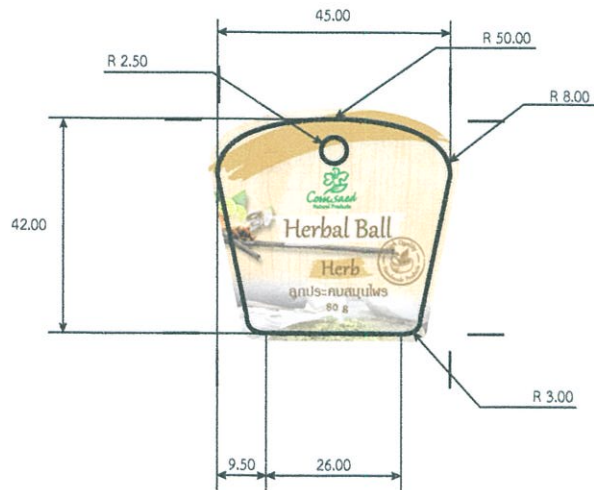
ฉลากด้านหลัง

C : 0
M : 27
Y : 100
K : 60
Opacity 50%

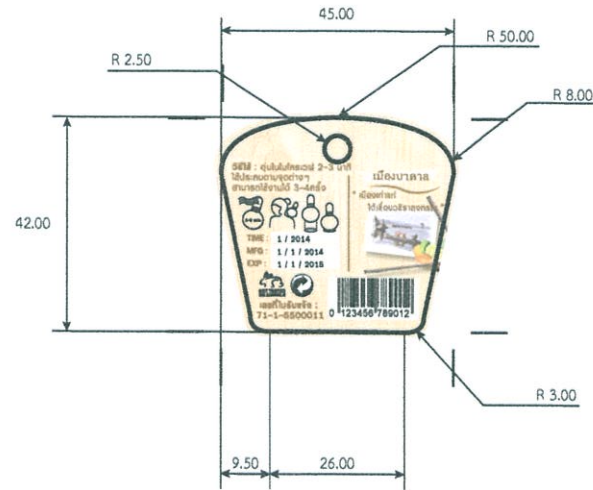
C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสตด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	ลูกประคบสมุนไพร 80 g
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษรีไซเคิลไม่เคลือบผิว 120 gm
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายันทนภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านหลัง



C : 0
M : 27
Y : 100
K : 60

Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	ลูกประคบสมุนไพร 80 g
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษซีไอเคลือบเคลือบผิว 120 gm
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิมทภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านหลัง

C : 0
M : 27
Y : 100
K : 60

Opacity 50%

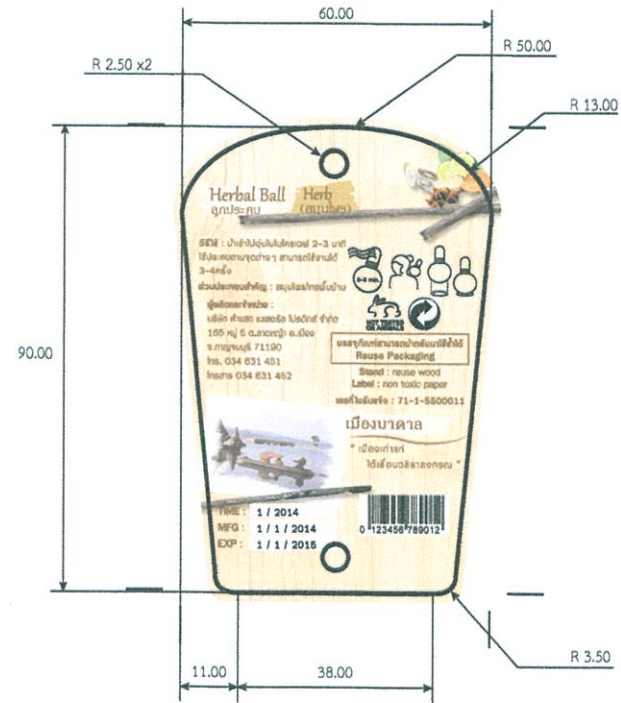
C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	ลูกประคบสมุนไพร 150 g
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษรีไซเคิลไม่เคลือบผิว 120 gm
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิพนธ์ภูมิ เทศศิริ



ฉลากด้านหน้า



ฉลากด้านหลัง



C : 0
M : 27
Y : 100
K : 60
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	ลูกประคบสมุนไพร 150 g
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษรีไซเคิลไม่เคลือบผิว 120 gsm
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายันทภูมิ เทศศิริ

กาญจนบุรี
ดินแดนแห่งธรรมชาติ



ทิวทัศน์
เขาใหญ่

“ ทิวเขาสูง
ทะเลหมอกยามเช้า
ทุ่งหญ้าสีทอง ”



Tea

Indian Cork Tree

ชาดอกปีบ

150 g

คัดสรรวัตถุดิบพิเศษ
จากดอกไม้ธรรมชาติ
โดยชุมชนชาว
คำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท



ความภาคภูมิใจของเรา
ชาวคำแสด

ผลิตภัณฑ์คำแสด เมซอร์ส โปรดักส์
เป็นผลิตภัณฑ์ที่นำทรัพยากรธรรมชาติ
ที่มีอยู่ภายในรีสอร์ท มาใช้ให้เกิดประโยชน์
อย่างคุ้มค่า ด้วยการคัดสรร และเอาใจใส่
ในทุกขั้นตอน จากสองมือของพนักงาน
และชาวบ้านในชุมชนบริเวณโดยรอบ
คำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท

“ ธรรมชาติรอบตัว
กับคุณประโยชน์รอบด้าน ”

Indian Cork Tree
ดอกปีบ

สรรพคุณช่วยบำรุงน้ำดี บำรุงโลหิต
ขยายหลอดลม รักษาอาการหอบหืด
และระบบทางเดินหายใจ

ผลิตภัณฑ์จากดอกไม้ธรรมชาติภายในรีสอร์ท

Tea (ชา)
Indian Cork Tree (ดอกปีบ)

วิธีใช้ : ใช้ชงกับน้ำร้อน หรือชงแล้วใส่น้ำแข็ง
เพื่อเพิ่มความสดชื่น

ส่วนประกอบสำคัญ : ดอกปีบอบแห้ง

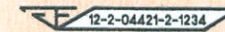
ผู้ผลิตและจำหน่าย :

บริษัท คำแสด เมซอร์ส โปรดักส์ จำกัด
165 หมู่ 5 ต.ลาดหญ้า อ.เมือง จ.กาญจนบุรี 71190
โทร. 034 631 451 โทรสาร 034 631 452

บรรจุภัณฑ์สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้
Refillable Packaging



Box : Aluminium
Label : non toxic paper



TIME : 1 / 2014
MFG : 1 / 1 / 2014
EXP : 1 / 1 / 2015



C : 1
M : 17
Y : 99
K : 0
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เมซอร์ส โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	ชาดอกปีบ 150 g
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีลครุธรรมชาติดิจิทัลจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายเน้นทภูมิ เทศศิริ

กาญจนบุรี
ดินแดนแห่งธรรมชาติ



ทิวทัศน์
เขาใหญ่

“ ทิวเขาสูง
ทะเลหมอกยามเช้า
ทุ่งหญ้าสีทอง ”



Tea

Indian Cork Tree

ชาดอกปีบ

150 g



คัดสรรวัตถุดิบพิเศษ
จากดอกไม้ธรรมชาติ
โดยชุมชนชาว
คำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท



ความภาคภูมิใจของเรา
ชาวคำแสด

ผลิตภัณฑ์คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์
เป็นผลิตภัณฑ์ที่นำทรัพยากรธรรมชาติ
ที่มีอยู่ภายในรีสอร์ท มาใช้ให้เกิดประโยชน์
อย่างคุ้มค่า ด้วยการคัดสรร และเอาใจใส่
ในทุกขั้นตอน จากสองมือของพนักงาน
และชาวบ้านในชุมชนบริเวณโดยรอบ
คำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท

“ ธรรมชาติรอบตัว
กับคุณประโยชน์รอบด้าน ”

Indian Cork Tree
ดอกปีบ

สรรพคุณช่วยบำรุงน้ำดี บำรุงโลหิต
ขยายหลอดลม รักษาอาการหอบหืด
และระบบทางเดินหายใจ

ผลิตภัณฑ์จากดอกไม้ธรรมชาติภายในรีสอร์ท

Tea (ชา)
Indian Cork Tree (ดอกปีบ)

วิธีใช้ : ใช้ชงกับน้ำร้อน หรือชงแล้วใส่น้ำแข็ง
เพื่อเพิ่มความสดชื่น

ส่วนประกอบสำคัญ : ดอกปีบอบแห้ง

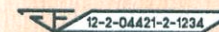
ผู้ผลิตและจำหน่าย :

บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
165 หมู่ 5 ต.ลาดหญ้า อ.เมือง จ.กาญจนบุรี 71190
โทร. 034 631 451 โทรสาร 034 631 452

บรรจุภัณฑ์สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้
Refillable Packaging



Box : Aluminium
Label : non toxic paper



TIME : 1 / 2014
MFG : 1 / 1 / 2014
EXP : 1 / 1 / 2015



เส้นตัด

C : 1
M : 17
Y : 99
K : 0
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	ชาดอกปีบ 150 g
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีลคอร์ทธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิพนธ์ภูมิ เทศศิริ

กาญจนบุรี
ดินแดนแห่งธรรมชาติ



ทิวทัศน์
เขาใหญ่

“ ทิวเขาสูง
ทะเลหมอกยามเช้า
ทุ่งหญ้าสีทอง ”



Tea

Lemongrass

ชาตะไคร้
150 g



คัดสรรวัตถุดิบพิเศษ
จากวัตถุดิบธรรมชาติ
โดยชุมชนชาว
คำแสด ริเวอร์แคว ธิสอรัน



ความภาคภูมิใจของเรา
ชาวคำแสด

ผลิตภัณฑ์คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์
เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำกริพชาธรรมชาติ
ที่มีอยู่ภายในธิสอรัน มาใช้ให้เกิดประโยชน์
อย่างคุ้มค่า ด้วยการคัดสรร และเอาใจใส่
ในทุกขั้นตอน จากสองมือของพนักงาน
และชาวบ้านในชุมชนบริเวณโดยรอบ
คำแสด ริเวอร์แคว ธิสอรัน

“ ธรรมชาติรอบตัว
กับคุณประโยชน์รอบด้าน ”

Lemongrass
ตะไคร้

สรรพคุณแก้ท้องอืดท้องเฟ้อ
แน่นจุกเสียด ขับลมในลำไส้ บำรุงไฟธาตุ
กำจัดจراثูอาหาร แก้อาการปวดกระเพาะ
อาหาร แก้ท้องเสีย

ผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบธรรมชาติภายในธิสอรัน

Tea (ชา)
Lemongrass (ตะไคร้)

วิธีใช้ : ใช้ชงกับน้ำร้อน หรือชงแล้วใส่ น้ำแข็ง
เพื่อเพิ่มความสดชื่น

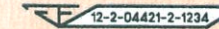
ส่วนประกอบสำคัญ : ตะไคร้อบแห้ง

ผู้ผลิตและจำหน่าย :
บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
165 หมู่ 5 ต.ลาดหญ้า อ.เมือง จ.กาญจนบุรี 71190
Ins. 034 631 451 โทรสาร 034 631 452

บรรจุภัณฑ์สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้
Refillable Packaging



Box : Aluminium
Label : non toxic paper



TIME : 1 / 2014
MFG : 1 / 1 / 2014
EXP : 1 / 1 / 2015



C : 80
M : 0
Y : 100
K : 0
Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	ชาตะไคร้ 150 g
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีลิตูธรรมชาติดอกหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายฉันทภูมิ เทศศิริ

350.00

140.00

กาญจนบุรี
ดินแดนแห่งธรรมชาติ



ทิวทัศน์
เขาใหญ่

“ ทิวเขาสูง
ทะเลหมอกยามเช้า
ทุ่งหญ้าสีทอง ”



Tea

Lemongrass

ชาตะไคร้
150 g



คัดสรรวัตถุดิบพิเศษ
จากวัตถุดิบธรรมชาติ
โดยชุมชนชาว
คำแสด ริเวอร์แคว ธีสรณ์



ความภาคภูมิใจของเรา
ชาวคำแสด

ผลิตภัณฑ์คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์
เป็นผลิตภัณฑ์ที่นำทรัพยากรธรรมชาติ
ที่มีอยู่ภายในธีสรณ์ มาใช้ให้เกิดประโยชน์
อย่างคุ้มค่า ด้วยการคัดสรร และเอาใจใส่
ในทุกขั้นตอน จากสองมือของพนักงาน
และชาวบ้านในชุมชนบริเวณโดยรอบ
คำแสด ริเวอร์แคว ธีสรณ์

“ธรรมชาติรอบตัว
กับคุณประโยชน์รอบด้าน”

Lemongrass
ตะไคร้

สรรพคุณแก้ท้องอืดท้องเฟ้อ
แน่นจุกเสียด ขับลมในลำไส้ บำรุงไฟธาตุ
ทำให้เจริญอาหาร แก้อาการปวดกระเพาะ
อาหาร แก้ท้องเสีย

ผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบธรรมชาติภายในธีสรณ์

Tea (ชา)
Lemongrass (ตะไคร้)

วิธีใช้ : ใช้ชงกับน้ำร้อน หรือชงแล้วใส่น้ำแข็ง
เพื่อเพิ่มความสดชื่น

ส่วนประกอบสำคัญ : ตะไคร้อบแห้ง

ผู้ผลิตและจำหน่าย :

บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
165 หมู่ 5 ต.ลาดหญ้า อ.เมือง จ.กาญจนบุรี 71190
โทร. 034 631 451 โทรสาร 034 631 452

บรรจุภัณฑ์สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้
Refillable Packaging



Box : Aluminium
Label : non toxic paper

12-2-04421-2-1234

TIME : 1 / 2014
MFG : 1 / 1 / 2014
EXP : 1 / 1 / 2015



เส้นตัด

C : 80
M : 0
Y : 100
K : 0

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

Opacity 50%

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	ชาตะไคร้ 150 g
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวัสดุธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิพนธ์ภูมิ เทศศิริ

กาญจนบุรี
ดินแดนแห่งธรรมชาติ



ทิวทัศน์
เขาใหญ่

“ ทิวเขาสูง
ทะเลหมอกยามเช้า
ทุ่งหญ้าสีทอง ”



Tea

Pandan

ชาใบเตย
150 g



คัดสรรวัตถุดิบพิเศษ
จากวัตถุดิบธรรมชาติ
โดยชุมชนชาว
คำแสด ชีเวอร์คแคว รีสอร์ท



ความภาคภูมิใจของเรา
ชาวคำแสด

ผลิตภัณฑ์คำแสด เมเจอร์ ปรดักส์
เป็นผลิตภัณฑ์ที่นำทรัพยากรธรรมชาติ
ที่มีอยู่ภายในรีสอร์ท มาใช้ให้เกิดประโยชน์
อย่างคุ้มค่า ด้วยการคัดสรร และใส่ใจใส่
ในทุกขั้นตอน จากสองมือของพนักงาน
และชาวบ้านในชุมชนบริเวณโดยรอบ
คำแสด ชีเวอร์คแคว รีสอร์ท

“ ธรรมชาติรอบตัว
กับคุณประโยชน์รอบด้าน ”

Pandan
ใบเตย

สรรพคุณในการบำรุงหัวใจ ลดอัตรา
การเต้นของหัวใจ ดับกระหาย คลายร้อน
ช่วยให้อุณหภูมิ

ผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบธรรมชาติภายในรีสอร์ท

Tea (ชา)
Pandan (ใบเตย)

วิธีใช้ : ใช้ชงกับน้ำร้อน หรือชงแล้วใส่น้ำแข็ง
เพื่อเพิ่มความสดชื่น

ส่วนประกอบสำคัญ : ใบเตยอบแห้ง

ผู้ผลิตและจำหน่าย :

บริษัท คำแสด เมเจอร์ ปรดักส์ จำกัด
165 หมู่ 5 ต.ลาดหญ้า อ.เมือง จ.กาญจนบุรี 71190
โทร. 034 631 451 โทรสาร 034 631 452

บรรจุภัณฑ์สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้
Refillable Packaging



Box : Aluminium
Label : non toxic paper

12-2-04421-2-1234

TIME : 1 / 2014
MFG : 1 / 1 / 2014
EXP : 1 / 1 / 2015



C : 35
M : 0
Y : 100
K : 0

Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เมเจอร์ ปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	ชาใบเตย 150 g
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีสดรธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิพนธ์ภูมิ เทศศิริ

350.00

140.00

กาญจนบุรี
ดินแดนแห่งธรรมชาติ



ทิวทัศน์
เขาใหญ่

“ ทิวเขาสูง
ทะเลหมอกยามเช้า
ทุ่งหญ้าสีทอง ”



Tea

Pandan

ชาใบเตย
150 g



คัดสรรวัตถุดิบพิเศษ
จากวัตถุดิบธรรมชาติ
โดยชุมชนชาว
คำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท



ความภาคภูมิใจของเรา
ชาวคำแสด

ผลิตภัณฑ์คำแสด เบเซอริล โปรดักส์
เป็นผลิตภัณฑ์ที่นำทรัพยากรธรรมชาติ
ที่มีอยู่ภายในรีสอร์ท มาใช้ให้เกิดประโยชน์
อย่างคุ้มค่า ด้วยการคิดสรร และเอาใจใส่
ในทุกขั้นตอน จากสองมือของพนักงาน
และชาวบ้านในชุมชนบริเวณโดยรอบ
คำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท

“ ธรรมชาติรอบตัว
กับคุณประโยชน์รอบด้าน ”

Pandan
ใบเตย

สรรพคุณในการบำรุงหัวใจ ลดอัตรา
การเต้นของหัวใจ ดับกระหาย คลายร้อน
ช่วยให้ชุ่มคอ

ผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบธรรมชาติภายในรีสอร์ท

Tea (ชา)
Pandan (ใบเตย)

วิธีใช้ : ใช้ชงกับน้ำร้อน หรือชงแล้วใส่น้ำแข็ง
เพื่อเพิ่มความสดชื่น

ส่วนประกอบสำคัญ : ใบเตยอบแห้ง

ผู้ผลิตและจำหน่าย :

บริษัท คำแสด เบเซอริล โปรดักส์ จำกัด
165 หมู่ 5 ต.ลาดหญ้า อ.เมือง จ.กาญจนบุรี 71190
โทร. 034 631 451 Inmars 034 631 452

บรรจุภัณฑ์สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้
Refillable Packaging



Box : Aluminium
Label : non toxic paper

12-2-04421-2-1234

TIME : 1 / 2014
MFG : 1 / 1 / 2014
EXP : 1 / 1 / 2015



เส้นตัด

C : 35
M : 0
Y : 100
K : 0

Opacity 50%

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เบเซอริล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	ชาใบเตย 150 g
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษรีไซเคิลธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายฉันทภูมิ เทศศิริ



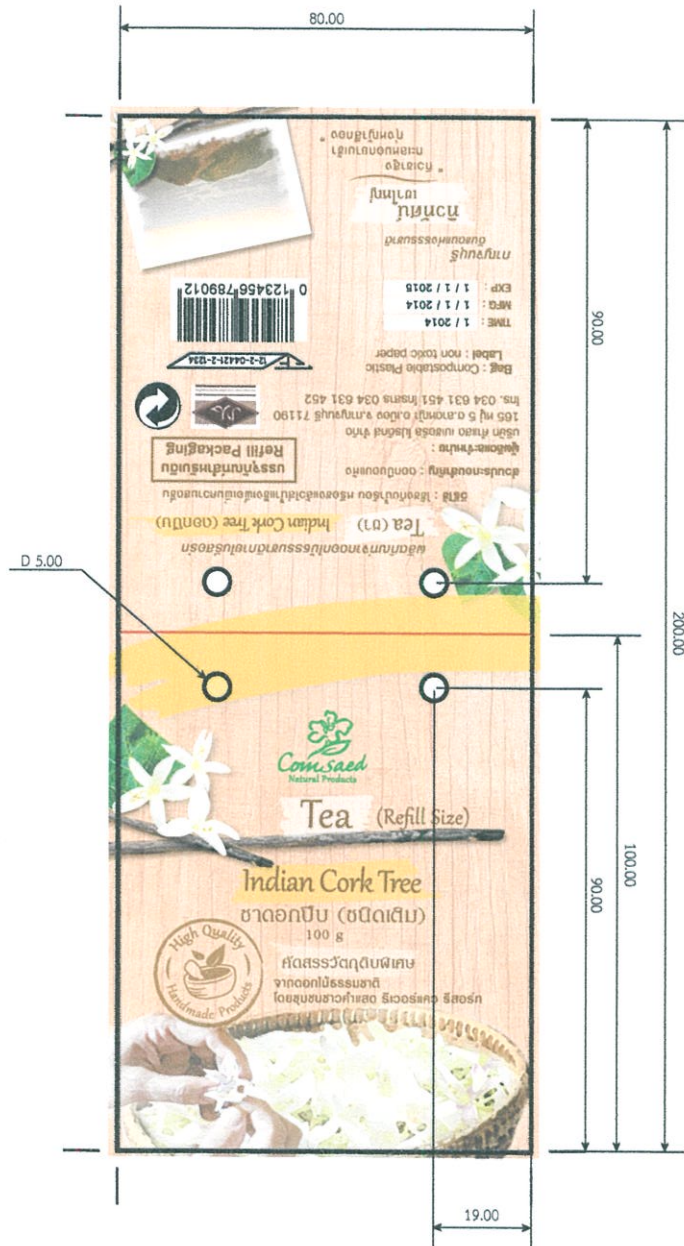
C : 1
 M : 17
 Y : 99
 K : 0

C : 44
 M : 59
 Y : 85
 K : 36

Opacity 50%

ตัวอักษร :
 - Gabriola
 - BCS C-0005
 - DB Sathorn X
 - DSX-MaiThai

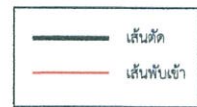
วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนชอวิธ โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	ชาดอกปับชนิดเติม 100 g
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวีลคอร์ดธรรมชาติจากพื้กล้วยง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนันท์ภูมิ เทศศิริ



C : 1
 M : 17
 Y : 99
 K : 0
 Opacity 50%

ตัวอักษร :
 - Gabriola
 - BCS C-0005
 - DB Sathorn X
 - DSX-MaiThai

C : 44
 M : 59
 Y : 85
 K : 36



วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท ค้าสด เนชอริล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	ชาดอกปีบชนิดเติม 100 g
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวัสดุธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนันท์ภูมิ เทศศิริ



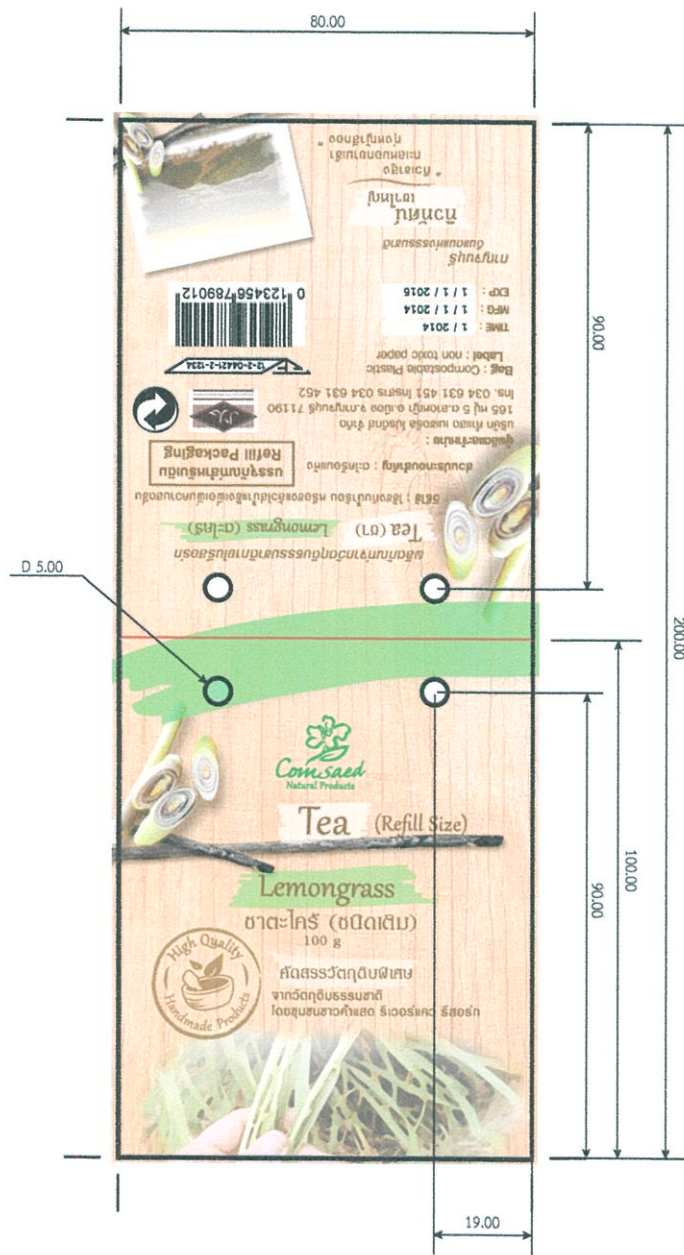
C : 80
M : 0
Y : 100
K : 0

Opacity 50%

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

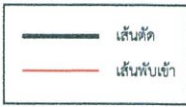
วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเซอร์ล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	ชาตะไคร้ชนิดเติม 100 g
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวัสดุธรรมชาติจากหญ้าญี่ปุ่น
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายันทภูมิ เทศศิริ



C : 80
M : 0
Y : 100
K : 0

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

Opacity 50%



ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	ชาตะไคร้ชนิดเติม 100 g
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวัสดุธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายฉันทภูมิ เทศศิริ



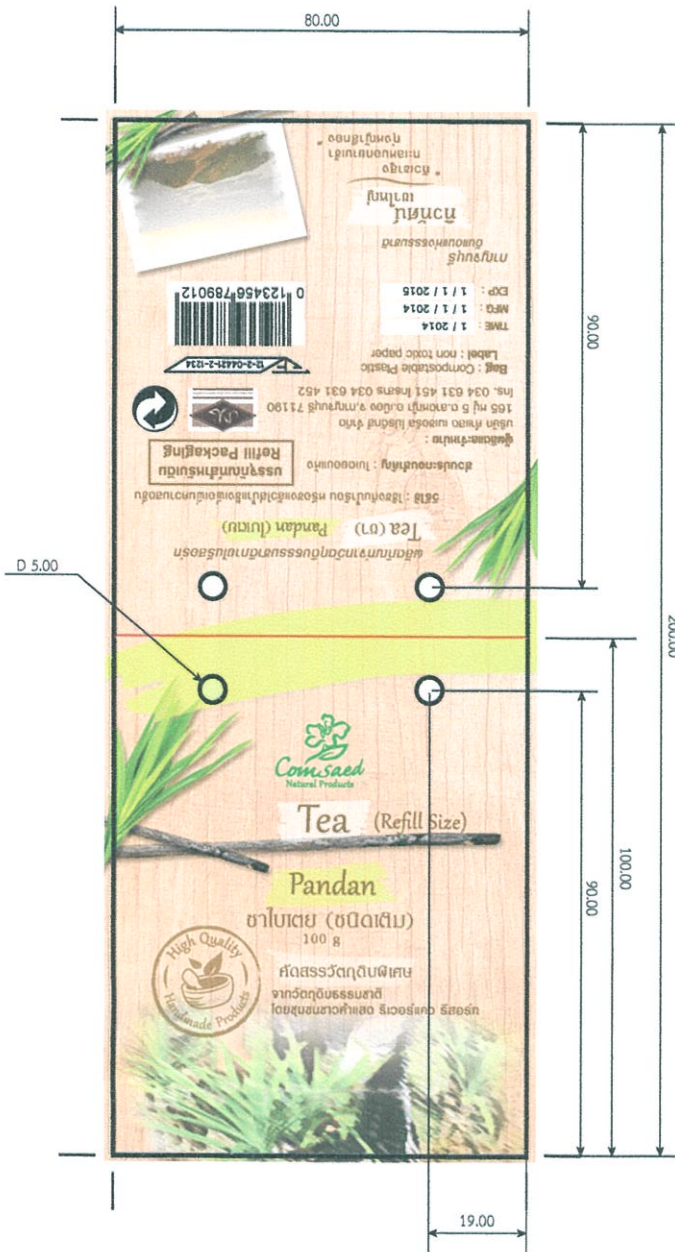
C : 35
M : 0
Y : 100
K : 0

Opacity 50%

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X
- DSX-MaiThai

C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

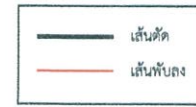
วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท ค้าแสด เนชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	ชาใบเตยชนิดเติม 100 กรัม
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษรีไซเคิลธรรมชาติจากหญ้ากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนันท์ภูมิ เทศศิริ



C : 35
 M : 0
 Y : 100
 K : 0

C : 44
 M : 59
 Y : 85
 K : 36

Opacity 50%



ตัวอักษร :
 - Gabriola
 - BCS C-0005
 - DB Sathorn X
 - DSX-MaiThai

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	ชาใบเตยชนิดเติม 100 กรัม
สัดส่วน	1:1
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษวัดคุรุธรรมชาติจากพญากัญชง
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนันท์ภูมิ เทศศิริ

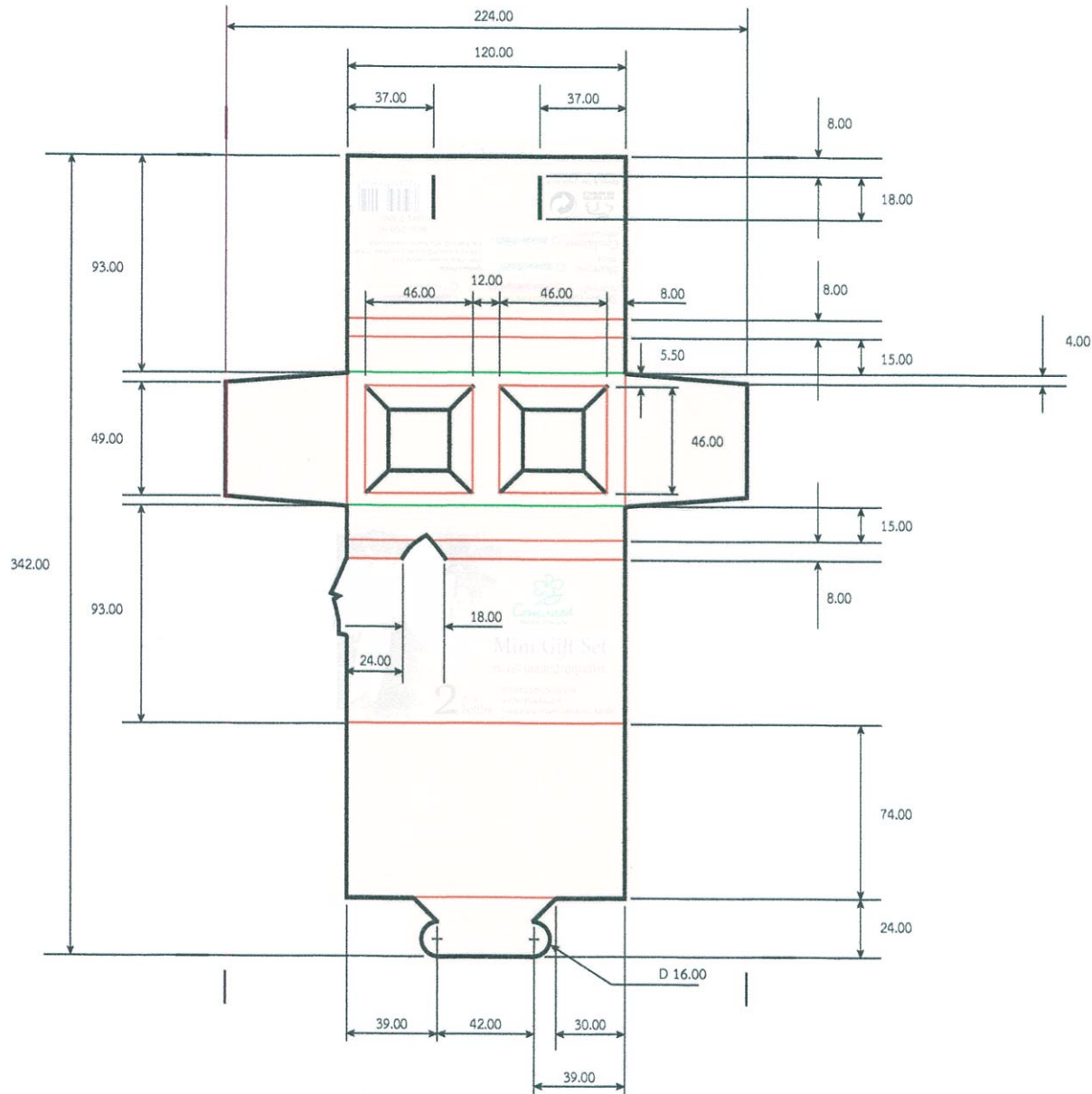


- C : 1
 - M : 17
 - Y : 99
 - K : 0
- C : 1
 - M : 46
 - Y : 24
 - K : 0
- C : 11
 - M : 82
 - Y : 0
 - K : 28
- C : 0
 - M : 6
 - Y : 47
 - K : 0
- C : 90
 - M : 0
 - Y : 48
 - K : 11
- C : 44
 - M : 59
 - Y : 85
 - K : 36

Opacity 50%

ตัวอักษร :
 - Gabriola
 - BCS C-0005
 - DB Sathorn X

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	ตะกร้าของขวัญชุดเล็ก
สัดส่วน	1:2
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษกล่องแบ่ง 300 gm
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายฉันทภูมิ เทศศิริ



C : 1
M : 17
Y : 99
K : 0

C : 11
M : 82
Y : 0
K : 28

C : 90
M : 0
Y : 48
K : 11

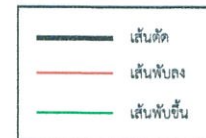
C : 44
M : 59
Y : 85
K : 36

C : 1
M : 46
Y : 24
K : 0

C : 0
M : 6
Y : 47
K : 0

Opacity 50%

ตัวอักษร :
- Gabriela
- BCS C-0005
- DB Sathorn X



วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท ค้าสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	ตะกร้าของขวัญชุดเล็ก
สัดส่วน	1:2
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษกล่องแบ่ง 300 gm
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายฉันทภูมิ เทศศิริ

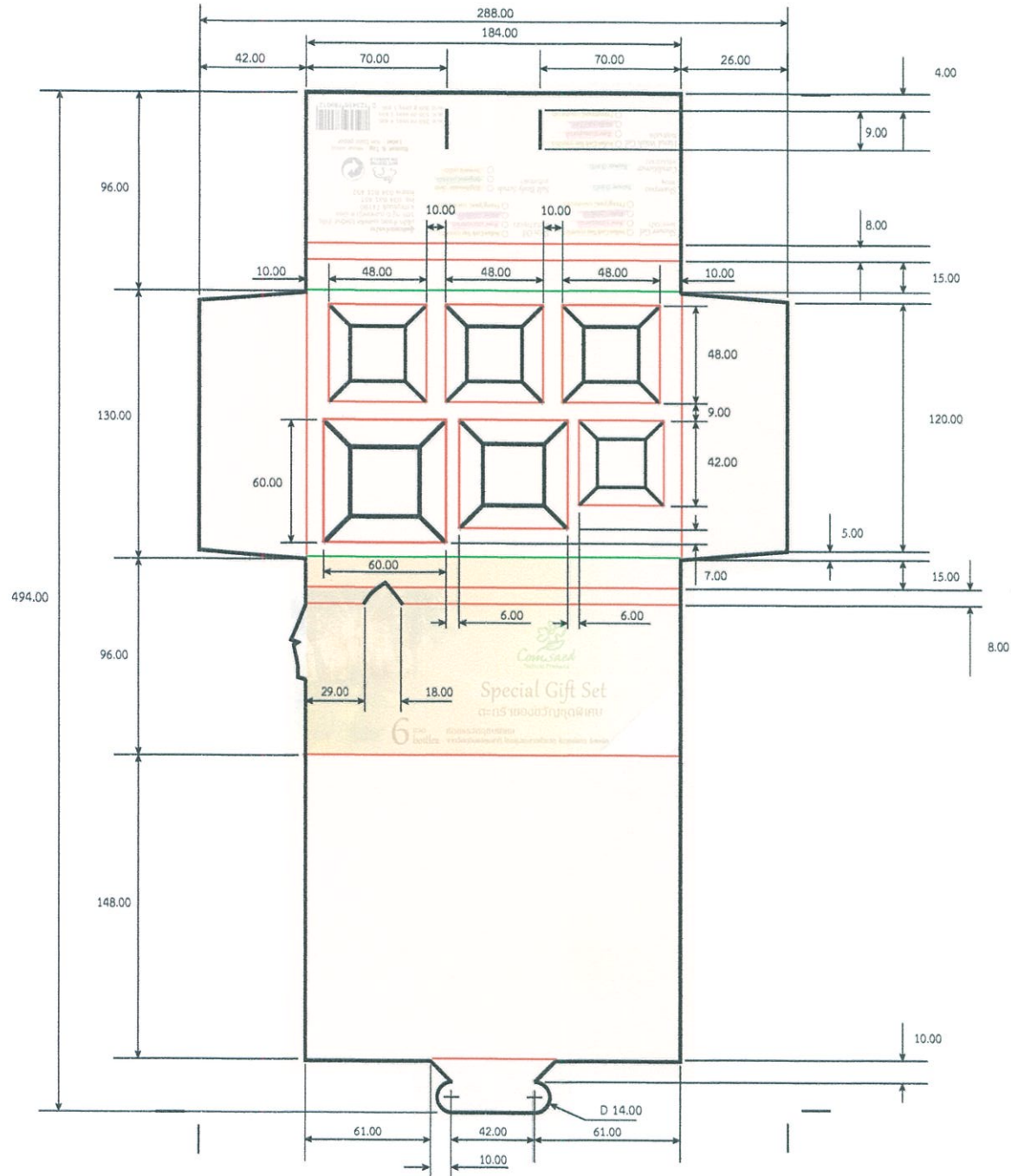


- C : 1
 - M : 17
 - Y : 99
 - K : 0
- C : 1
 - M : 46
 - Y : 24
 - K : 0
- C : 11
 - M : 82
 - Y : 0
 - K : 28
- C : 90
 - M : 0
 - Y : 48
 - K : 11
- C : 44
 - M : 59
 - Y : 85
 - K : 36

Opacity 50%

ตัวอักษร :
 - Gabriola
 - BCS C-0005
 - DB Sathorn X

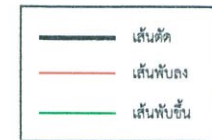
วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	ตะกร้าของขวัญชุดทำความสะอาดร่างกาย
สัดส่วน	1:2
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษกล่องแข็ง 300 gm
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนันท์ภูมิ เทศศิริ



C : 1 M : 17 Y : 99 K : 0	C : 1 M : 46 Y : 24 K : 0	C : 75 M : 68 Y : 67 K : 90
C : 11 M : 82 Y : 0 K : 28	C : 0 M : 6 Y : 47 K : 0	C : 62 M : 0 Y : 100 K : 37
C : 90 M : 0 Y : 48 K : 11	C : 0 M : 27 Y : 100 K : 15	C : 0 M : 36 Y : 100 K : 0
C : 44 M : 59 Y : 85 K : 36		

Opacity 50%

ตัวอักษร :
- Gabriola
- BCS C-0005
- DB Sathorn X



วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสตด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	ตะกร้าของขวัญชุดพิเศษ
สัดส่วน	1:2
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษกล่องแบ่ง 300 gm
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายณัฐภูมิ เทศศิริ



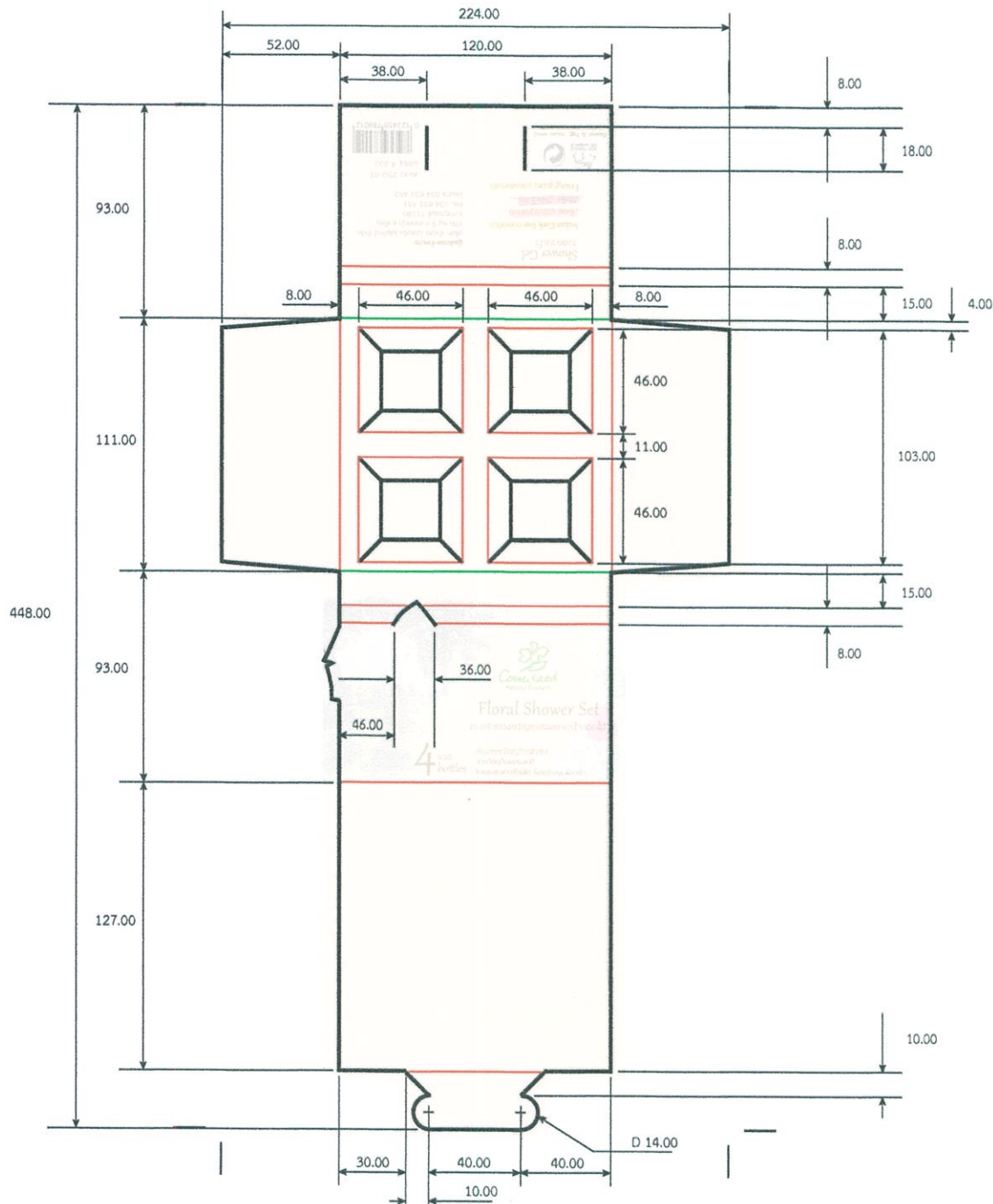
C : 1 C : 1
 M : 17 M : 46
 Y : 99 Y : 24
 K : 0 K : 0

C : 11 C : 0 Opacity 50%
 M : 82 M : 6
 Y : 0 Y : 47
 K : 28 K : 0

C : 44
 M : 59
 Y : 85
 K : 36

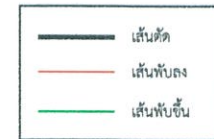
ตัวอักษร :
 - Gabriola
 - BCS C-0005
 - DB Sathorn X

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	ตบกร้าของขวัญชุดเจลอาบน้ำดอกไม้มะลิ
สัดส่วน	1:2
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษกล่องแบ่ง 300 gm
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนันท์ภูมิ เทศศิริ



C : 1	C : 1	
M : 17	M : 46	
Y : 99	Y : 24	
K : 0	K : 0	
C : 11	C : 0	Opacity 50%
M : 82	M : 6	
Y : 0	Y : 47	
K : 28	K : 0	
C : 44		
M : 59		
Y : 85		
K : 36		

ตัวอักษร :
 - Gabriola
 - BCS C-0005
 - DB Sathorn X



วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	ตะกร้าของขวัญชุดเจลอาบน้ำดอกไม้ม
สัดส่วน	1:2
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษกล่องแบ่ง 300 gm
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายณัฐภูมิ เทศศิริ



C : 1
 M : 17
 Y : 99
 K : 0

C : 1
 M : 46
 Y : 24
 K : 0

C : 75
 M : 68
 Y : 67
 K : 90

C : 11
 M : 82
 Y : 0
 K : 28

C : 0
 M : 6
 Y : 47
 K : 0

C : 62
 M : 0
 Y : 100
 K : 37

C : 90
 M : 0
 Y : 48
 K : 11

C : 0
 M : 27
 Y : 100
 K : 15

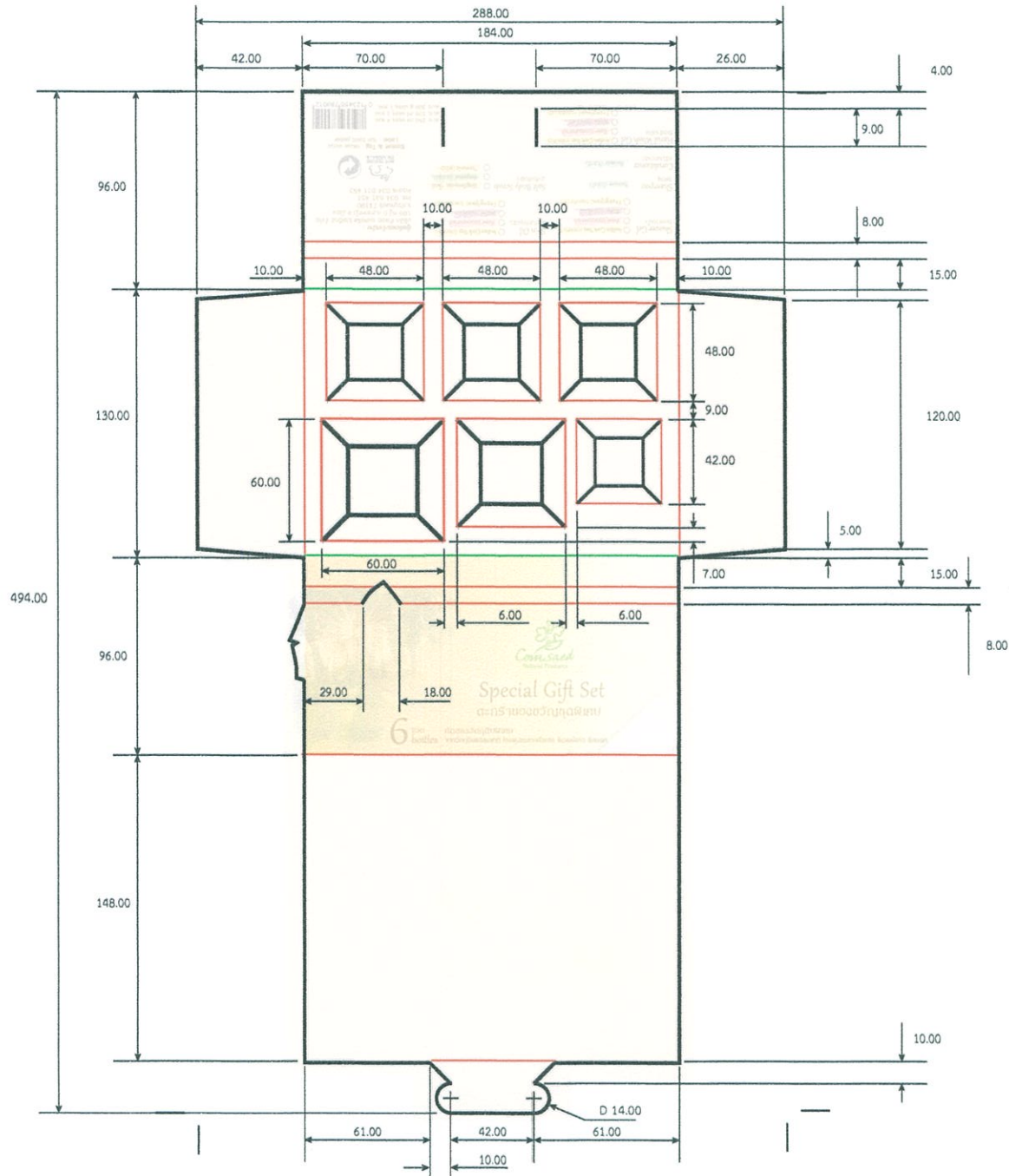
C : 0
 M : 36
 Y : 100
 K : 0

C : 44
 M : 59
 Y : 85
 K : 36

Opacity 50%

ตัวอักษร :
 - Gabriola
 - BCS C-0005
 - DB Sathorn X

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสต เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	ตะกร้าของขวัญชุดพิเศษ
สัดส่วน	1:2
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษกล่องแข็ง 300 gm
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายันทภูมิ เทศศิริ

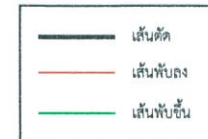


C : 1 C : 1 C : 75
 M : 17 M : 46 M : 68
 Y : 99 Y : 24 Y : 67
 K : 0 K : 0 K : 90

C : 11 C : 0 C : 62
 M : 82 M : 6 M : 0
 Y : 0 Y : 47 Y : 100
 K : 28 K : 0 K : 37

C : 90 C : 0 C : 0
 M : 0 M : 27 M : 36
 Y : 48 Y : 100 Y : 100
 K : 11 K : 15 K : 0

C : 44
 M : 59
 Y : 85
 K : 36



ตัวอักษร :
 - Gabriola
 - BCS C-0005
 - DB Sathorn X

Opacity 50%

วันที่	22/06/14
ชื่อลูกค้า	บริษัท คำแสด เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด
ชื่อสินค้า	ตะกร้าของขวัญชุดพิเศษ
สัดส่วน	1:2
หน่วย	mm
ชนิดกระดาษ	กระดาษกล่องแบ่ง 300 gm
ระบบการพิมพ์	Offset
ผู้จัดทำแบบ	นายนิพนธ์ภูมิ เทศศิริ