

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูลและการสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์

กระบวนการการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้น กระบวนการแรกที่สำคัญ คือ การทราบเงื่อนไขความต้องการที่จะออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้น หลังจากการเก็บรวบรวมสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง บริษัท เอส-วิส ลิฟท์ อัพ จำกัด ได้ข้อมูลดังกล่าวนี้แล้ว ผู้วิจัยนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและการพัฒนาสร้างสรรค์งานออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 บทวิเคราะห์และข้อสรุป (Design Analysis and Design Brief)

ส่วนที่ 2 ขั้นตอนการร่าง (Sketch)

ส่วนที่ 3 การออกแบบและการสร้างสรรค์ (Design)

ส่วนที่ 4 ผลงานที่สร้างสรรค์ (Packaging design)

ส่วนที่ 1 บทวิเคราะห์และข้อสรุป (Design Analysis and Design Brief)

1. ชื่อโครงการ (Project Title) : การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง บริษัท เอส-วิส ลิฟท์ อัพ จำกัด

2. Client data (ข้อมูลผู้ประกอบการ/ผู้ผลิต) :

ชื่อผู้ประกอบการ (Name of producer) : บริษัท เอส-วิส ลิฟท์ อัพ จำกัด

ที่อยู่ผู้ประกอบการ/ผู้ผลิต (Address) : 55 อาคาร เวฟเพลส ชั้น 1 ถ.วิทย์ แขวงลุมพินี
เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ

เบอร์โทรศัพท์ผู้ประกอบการ/ผู้ผลิต (Telephone) : 0-2655-4411

เบอร์โทรสารผู้ประกอบการ/ผู้ผลิต (Fax) : 0-2655-4133

อีเมลของผู้ประกอบการ/ผู้ผลิต (E-mail/Inter Address) : swissliftup@yahoo.com

ชื่อบุคคลที่ติดต่อประสานงาน (Name/Title of contact person) :

คุณสุจิตรา หมวดพล ตำแหน่งประธานบริษัท เอส-วิส ลิฟท์ อัพ จำกัด

55 อาคาร เวฟเพลส ชั้น 1 ถ.วิทย์ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

3. ความเป็นมาของบริษัท (Brief description of product's company, manufacturing location(s), history etc.) :

ปัจจุบันนี้คนเราหันมาใส่ใจดูแลรักษาสุขภาพร่างกายกันมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการดูแลบำรุงรักษาผิวพรรณ ให้มีสุขภาพดีอยู่ตลอดเวลา สำหรับผู้ที่มีสุขภาพผิวดีอยู่แล้วก็นับเป็นความโชคดี แต่สำหรับผู้ที่มีสุขภาพผิวบอบบางก็นับว่าเป็นปัญหาที่สร้างความหนักใจไม่น้อยทีเดียว และยังสภาพอากาศทุกวันที่มีแต่มลภาวะเป็นพิษ ฝุ่นละออง ลอยอยู่ทุกตารางนิ้วในทุกพื้นที่ ผสมกับรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้คนในปัจจุบัน ซึ่งทุ่มเทเวลาเกือบทั้งหมดให้กับการทำงาน จนลืมแบ่งเวลามาดูแลใส่ใจผิว ดังนั้น ต่อให้มีสุขภาพผิวดีเพียงใดหากขาดการดูแล บำรุงรักษาผิวพรรณก็เสื่อมโทรมลงได้ในระยะเวลาอันรวดเร็วเช่นกัน ดังนั้นการดูแลและบำรุงผิว โดยเลือกสรรผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับสภาพผิวของคนไทย ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิว ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว ผลิตภัณฑ์ฟื้นฟูสภาพผิว ผู้เชี่ยวชาญในด้านการดูแลและบำรุงผิว เพื่อทำการค้นคว้าและสรรพหาผลิตภัณฑ์คุณภาพ เพื่อช่วยแก้ไขปัญหามาของทุกคนให้ลดน้อยลง ผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นในด้านเทคโนโลยีการนำพาสารอาหารจำเป็นที่ครบถ้วนสำหรับผิวพรรณเข้าสู่ผิว

นอกจากผลิตภัณฑ์ที่ดีแล้วควรมีบรรจุก่อนหน้าที่สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนถึงสรรพคุณ ที่มีของตัวผลิตภัณฑ์และมีรูปลักษณ์ที่ดี สามารถจูงใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. ข้อมูลสินค้า (Product data)

ชื่อสินค้า (product name) : ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า

ชื่อตราสินค้า (Brand name) : S-WISS Lift UP

ลักษณะของการออกแบบ : Line Extension

ส่วนที่วิเคราะห์ : บริษัท เอส-วิส ลิฟท์ อัฟ จำกัด มีผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง บริษัท เอส-วิส ลิฟท์ อัฟ ที่มีกลุ่มเป้าหมายค่อนข้างแคบ จึงขยายสายการจำหน่ายโดยการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีกลุ่มเป้าหมายใหม่เพื่อเป็นการขยายกลุ่มเป้าหมายให้เพิ่มขึ้น

ราคาสินค้า (Product Price) :

1. Q 10 Day Cream	30 กรัม	2,850 บาท
2. Q 10 Night Cream	30 กรัม	3,600 บาท
3. Eye Cream	15 กรัม	1,950 บาท
4. Eye Serum	15 กรัม	3,850 บาท

5. Concentrate Moisturizing Mask	50 กรัม	5,700 บาท
6. Facial Foam	50 กรัม	850 บาท
7. Toner	100 กรัม	950 บาท
8. Moisturizing Rose Gel	15 กรัม	250 บาท
9. After Make Up Serum	15 กรัม	2,500 บาท
10. UV. Beauty Protector SPF 40+	15 กรัม	2,000 บาท

How use/Prepared (วิธีใช้) :

1. Q 10 Day Cream	ใช้ทำบำรุงผิวหน้าและลำคอ สำหรับกลางวัน
2. Q 10 Night Cream	ใช้ทำบำรุงผิวหน้าและลำคอ สำหรับกลางคืน
3. Eye Cream	ใช้ทำบำรุงผิวรอบดวงตา
4. Eye Serum	ใช้ทำบำรุงผิวรอบดวงตา
5. Concentrate Moisturizing Mask	ใช้พอกบำรุงผิวหน้าและลำคอ
6. Facial Foam	ใช้ล้างทำความสะอาดผิวหน้า
7. Toner	ใช้เช็ดเพื่อทำความสะอาดผิวหน้า
8. Moisturizing Rose Gel	ใช้ทาผิวแก้มและริมฝีปาก
9. After Make Up Serum	ใช้ทำบำรุงผิวหน้าและลำคอ
10. UV. Beauty Protector SPF 40+	ใช้ทาเพื่อป้องกันผิวหน้าและลำคอจากแสงแดด

5. ความรู้สึกที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทั้งทางการมองเห็น กายภาพและความรู้สึก (Product visual/Physical/Sensory attributes) :

เนื่องจากผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง บริษัท เอส-วิส ลิฟท์ ออฟ ที่มีกลุ่มเป้าหมายค่อนข้างแคบ จึงขยายสายการจำหน่ายโดยการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีกลุ่มเป้าหมายใหม่ จึงยังขาดความโดดเด่น และเอกลักษณ์ที่จะดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายกลุ่มใหม่ ดังนั้นจึงมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ปกป้องสินค้าอีกทั้งมีความโดดเด่นสามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้ และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ เพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์และยังเป็นการเพิ่มยอดขายให้แก่บริษัทอีกด้วย

ส่วนที่วิเคราะห์ : บริษัท เอส-วิส ลิฟท์ ออฟ จำกัด มีผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานสูงและมีการควบคุมด้วยคณะแพทย์อย่างใกล้ชิด ตลอดจนการให้ผลหลังการใช้ที่มีคุณภาพสูง ดังนั้นผลิตภัณฑ์จึงได้รับความเชื่อถือจากผู้บริโภค ความรู้สึกที่ผู้บริโภคมีต่อบริษัทและผลิตภัณฑ์คือ ความไว้วางใจ

6. ข้อมูลช่องทางทางการจัดจำหน่าย (Distribution) :

รายละเอียดของทางการจัดจำหน่าย (Details of distribution cycle) : รายละเอียดของทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง บริษัท เอส-วิส ลิฟท์ อัพ ให้กับผู้บริโภค รูปแบบการวางจำหน่ายสินค้าในชั้นแสดงของเจ้าของผลิตภัณฑ์ วางจำหน่ายตามบูท ในห้างสรรพสินค้า และจำหน่ายโดยการสั่งซื้อทางโทรศัพท์ และจัดส่งสินค้าทางไปรษณีย์

ข้อควรระวังในด้านจุดอ่อนทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ (Product Fragility) : เป็นสินค้าที่ต้องการการรักษาอุณหภูมิ และห้ามโดนแสงแดดเป็นเวลานาน

ความต้องการลักษณะพื้นที่เก็บรักษาผลิตภัณฑ์ (Area or cube utilization) : ควรเก็บไว้ในที่ที่มีอุณหภูมิไม่เกิน 30 องศาเซลเซียสและห้ามโดนแสงแดด

ส่วนที่วิเคราะห์ : เนื่องจากผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้นระบุการเก็บรักษาในอุณหภูมิต่ำกว่า ความร้อนจากแสงแดดอาจไปทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์จนทำให้เกิดความเสียหายได้

คุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์ในการปกป้องสินค้า (Protective packaging required) : สามารถปกป้องสินค้าจากความชื้น อากาศ และก๊าซได้

ส่วนที่วิเคราะห์ : เนื่องจากผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนั้นต้องการดูแลเอาใจใส่ในเรื่องของความชื้นและแสงแดด ดังนั้นควรวางให้สูงจากพื้นขึ้นมาพอสมควร เนื่องจากพื้นมีความชื้นสูงอาจจะทำให้บรรจุภัณฑ์เกิดความเสียหาย และอาจจะทำให้สินค้าเสื่อมสภาพได้

รายละเอียดความต้องการเพื่อปกป้องผลิตภัณฑ์ในขณะที่อยู่ในคลังสินค้า (Protective packaging required) : ต้องวางสินค้าอยู่บนชั้นวางอย่างน้อย 50 เซนติเมตร เก็บไว้ในที่อากาศถ่ายเทได้สะดวกไม่มีความชื้น

สถานที่วางจำหน่าย (Outlets) :

Corner shops คือ ร้านจำหน่ายสินค้าของเจ้าของผลิตภัณฑ์ หรือการเปิดร้านจำหน่ายบริเวณห้างสรรพสินค้าต่างๆ

Mail order คือ มีการสั่งซื้อทางโทรศัพท์ แล้วจัดส่งทางไปรษณีย์

7. การบรรจุภัณฑ์ (Product Pack)

ข้อจำกัดและทางเลือกของประเภทบรรจุภัณฑ์ (Pack type preferences restrictions) : ขวดและกระปุกต้องเป็นบรรจุภัณฑ์ที่เป็นสีที่สมควรเป็นวัสดุที่สามารถปกป้องแสงได้ ส่วนกล่องกระดาษต้องปกป้องกันสินค้าและมีน้ำหนักเบา อีกทั้งสามารถพิมพ์ลวดลายได้

ส่วนที่วิเคราะห์ : เพื่อการจัดส่งสำหรับสินค้าเกือบทุกชนิด ด้วยเหตุผลต่าง ๆ ที่ทำให้กล่องกระดาษได้รับความนิยมในการออกแบบเพื่อบรรจุสินค้า เนื่องจาก

- สามารถป้องกันสินค้าไม่ให้เกิดความเสียหาย น้ำหนักเบา
- สามารถพิมพ์ลวดลายเพื่อความสวยงาม อีกทั้งเพื่อแสดงข้อมูลของสินค้า
- สามารถเก็บในลักษณะพับแบนได้ ไม่ทำลายสภาพแวดล้อม

ขนาดของบรรจุภัณฑ์ ขวด กระปุก หลอด และกล่อง (No. Of size) :

1. Q 10 Day Cream

ขวด : สูง 15.5 × กว้าง 3.5 cm. กล่อง : สูง 18.2 × กว้าง 3.7 × หนา 3.7 cm.

2. Q 10 Night Cream

ขวด : สูง 15.5 × กว้าง 3.5 cm. กล่อง : สูง 18.2 × กว้าง 3.7 × หนา 3.7 cm.

3. Eye Cream

ขวด : สูง 12.5 × กว้าง 3.5 cm. กล่อง : สูง 14.7 × กว้าง 3.7 × หนา 3.7 cm.

4. Eye Serum

ขวด : สูง 12.5 × กว้าง 3.5 cm. กล่อง : สูง 14.7 × กว้าง 3.7 × หนา 3.7 cm.

5. Concentrate Moisturizing Mask

กระปุก : สูง 5.7 × กว้าง 7.5 cm. กล่อง : สูง 6 × กว้าง 8 × หนา 8 cm.

6. Facial Foam

หลอด : สูง 17 × กว้าง 3.5 cm. กล่อง : สูง 18 × กว้าง 3.5 × หนา 3.5 cm.

7. Toner

ขวด : สูง 15.5 × กว้าง 4 cm. กล่อง : สูง 16 × กว้าง 5 × หนา 5 cm.

8. Moisturizing Rose Gel

หลอด : สูง 11 × กว้าง 2.3 cm. กล่อง : สูง 11 × กว้าง 2.8 × หนา 2.3 cm.

9. After Make Up Serum

หลอด : สูง 12 × กว้าง 2.5 cm. กล่อง : สูง 15.5 × กว้าง 5 × หนา 4 cm..

10. UV. Beauty Protector SPF 40+

หลอด : สูง 12 × กว้าง 2.7 cm. กล่อง : สูง 15.5 × กว้าง 5 × หนา 4 cm.

8. จัดแสดงสินค้า (How displayed)

จัดแสดงสินค้า (Displayed) : วางจำหน่ายในชั้นแสดงของเจ้าของผลิตภัณฑ์

วางโชว์ในบนชั้นวางสินค้าตามบุทต่างๆ

สถานที่จัดจำหน่าย (Store location) : Shop ของเจ้าของผลิตภัณฑ์ ห้างสรรพสินค้าในย่านที่มีผู้คนพลุกพล่าน บูทสินค้าภายในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ

ตำแหน่งของชั้นวาง (Shelf location) : วางสินค้าหน้าร้านหรือวางสินค้าภายในร้าน

สถานที่ตั้งชั้นวาง ขนาดของพื้นที่วางสินค้า ด้านกว้าง ด้านสูง ด้านลึก (Shelf

Location No. of Facings) : สูง 2 เมตร × กว้าง 1.2 เมตร × ลึก 1 เมตร

ส่วนที่วิเคราะห์ : สถานที่เป็นส่วนสำคัญของการขาย เพราะถ้าหากสถานที่ตั้งอยู่ในจุดที่ดึงดูดสายตาผู้บริโภคได้ดีและมีความโดดเด่นกว่าชั้นวางสินค้าที่อยู่ข้างเคียงก็จะเป็นที่สนใจและสามารถส่งเสริมการขายได้เป็นอย่างดี

9. ข้อมูลทางกฎหมาย (Legality)

ชื่อสินค้า ชื่อผู้ผลิต แหล่งผลิต ชื่อผู้จัดจำหน่าย ที่ตั้งสำนักงาน สำนักงาน ปริมาตรสุทธิ ส่วนประกอบ วิธีการใช้งาน ข้อควรระวังและคำแนะนำในการเก็บรักษา

เครื่องหมายการค้า (Trademark) หมายถึง ตราสินค้าหรือเครื่องหมายสินค้าที่ทำนำไปจดทะเบียนการค้า และได้รับการคุ้มครองตามกฎหมาย

ส่วนที่วิเคราะห์ : เนื่องจากข้อมูลที่จะต้องมาให้ครบ ในรายละเอียดวิธีการใช้ ส่วนประกอบ แหล่งผลิต ตราสินค้า ชื่อชนิดสินค้า เพราะถูกกำหนดไว้ในกฎหมายเครื่องหมายการค้า

10. ข้อมูลบรรจุภัณฑ์/ฉลาก (Package/label data) การออกแบบลวดลายกราฟฟิก

การออกแบบฉลากสินค้าแบ่งออกเป็น 2 ประเภท

1. การออกแบบรูปร่างของฉลาก เป็นการกำหนดพื้นที่สำหรับบอกข้อมูลแก่ผู้บริโภค
2. การออกแบบลวดลายกราฟฟิก ต้องมีข้อมูลรายละเอียดต่างๆบอกให้แก่ผู้บริโภค
 - ตราสินค้า
 - ชื่อสินค้า
 - วิธีใช้
 - ส่วนประกอบ
 - ปริมาณ ฯลฯ

11. ประเภทของบรรจุภัณฑ์/ฉลาก (Type of pack) :

บรรจุภัณฑ์กล่อง วัสดุที่ใช้กระดาษอาร์ตมันเคลือบ UV

ส่วนที่วิเคราะห์ : การใช้กระดาษเพื่อให้เข้ากับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งเมื่อเปรียบเทียบกับวัสดุประเภทอื่น ๆ แล้ว ต้นทุนการผลิตค่อนข้างสูงเกินความจำเป็น ข้อจำกัดของในด้านการพิมพ์มีน้อยมากหากเปรียบเทียบกับวัสดุอื่น ๆ

บรรจุภัณฑ์ขวด หลอด กระจก

1. Q 10 Day Cream	ขวดพลาสติก PET
2. Q 10 Night Cream	ขวดพลาสติก PET
3. Eye Cream	ขวดพลาสติก PET
4. Eye Serum	ขวดพลาสติก PET
5. Concentrate Moisturizing Mask	กระจกพลาสติก PET
6. Facial Foam	หลอดพลาสติก PP
7. Toner	ขวดแก้ว
8. Moisturizing Rose Gel	หลอดพลาสติก PP
9. After Make Up Serum	หลอดพลาสติก PP
10. UV. Beauty Protector SPF 40+	หลอดพลาสติก PP

ส่วนวิเคราะห์ : ปัจจุบันพลาสติก (plastic) มีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก เครื่องมือเครื่องใช้และวัสดุก่อสร้างหลายชนิดทำด้วยพลาสติก เช่น เครื่องใช้ในครัวเรือนจำพวกจานชาม ขวดโหลต่าง ๆ ของเล่นเด็ก วัสดุก่อสร้าง สีทาบ้าน กาวติดไม้และติดโลหะ อุปกรณ์ทางวิทยาศาสตร์และวิทยาศาสตร์การแพทย์ เป็นต้น เหตุที่พลาสติกเป็นที่นิยมเพราะมีราคาถูก มีน้ำหนักเบา ทนความชื้นได้ดี ไม่เป็นสนิม ทำให้เป็นรูปร่างต่าง ๆ ตามต้องการได้ง่ายกว่าโลหะ เป็นฉนวนไฟฟ้ามีทั้งชนิดโปร่งใสและมีสีต่าง ๆ กัน ด้วยเหตุนี้พลาสติกจึงใช้แทนโลหะหรือวัสดุบางชนิด เช่น แก้ว ได้เป็นอย่างดี แต่พลาสติกก็มีข้อเสียหลายอย่างด้วยกันคือ ไม่แข็งแรง (รับแรงดึง แรงบิด และแรงเฉือนได้ต่ำมาก) ไม่ทนความร้อน (มีจุดหลอมเหลวต่ำ ติดไฟง่าย และไม่คงรูป จึงทำให้ขอบเขตการใช้งานของพลาสติกยังไม่กว้างเท่าที่ควร)

วัสดุที่นำมาผลิตบรรจุภัณฑ์ (Raw materials) :

Raw materials : กระดาษอาร์ตมัน เหมาะสำหรับการพิมพ์สิ่งพิมพ์ ที่ต้องการความสวยงามมากเป็นพิเศษ ภาพที่พิมพ์ได้จึงมีสีสันที่อึมครึมและหากในหน้าสิ่งพิมพ์ ที่พิมพ์บนกระดาษเคลือบผิวมันประเภทนี้ มีทั้งส่วนที่เป็นรูปภาพและตัวหนังสือ ก็อาจใช้น้ำมันวานิชชนิดด้านเคลือบทับในส่วนที่เป็นตัวหนังสือ เพื่อให้สามารถอ่านได้ง่ายขึ้น

Raw materials : พลาสติกโพลีเอสเตอร์ (PET) ในบรรดาฟิล์มพลาสติกที่ใช้สำหรับการหีบห่อ PET เป็นพลาสติกที่มีการใช้กันมากที่สุดในปริมาณมากที่สุด และในขอบเขตที่กว้างขวาง ไม่ว่าจะสินค้าจะเป็นผลิตภัณฑ์สด ผลิตภัณฑ์อาหาร และผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมต่าง ๆ มีคุณสมบัติ โปร่งใส โดยเฉพาะอย่างยิ่งคุณสมบัติของค่าการต้านแรงดึง มีความเหนียวสูง มีความสามารถทนทานต่อสารเคมีจำพวกกรด ต่างได้ดี ป้องกันการซึมผ่านของไอน้ำดี มีความปลอดภัย สามารถใช้กับอาหารและยาได้ ใช้เป็นวัสดุในการเคลือบกับไอของอลูมิเนียม และการประกบกับแผ่นเปลวอลูมิเนียมเป็นถุงขนมและอาหารแช่แข็งที่ต้องการป้องกันไอน้ำและก๊าซออกซิเจน

12. กระบวนการพิมพ์ที่นำมาใช้ (Printing method for unit)

จำนวนสีที่ใช้ (Number of printing color) : ระบบการพิมพ์ 4 สี C M Y K
Offset (การพิมพ์แบบออฟเซต)

ส่วนวิเคราะห์ : ระบบการพิมพ์ ออฟเซต 4 สี เป็นที่นิยมใช้กันมากในปัจจุบันในด้านของผลงานในด้านกราฟฟิก ที่ต้องการความสวยงาม ซึ่งระบบการพิมพ์ สีที่ใช้ ได้แก่

1. สีเหลือง (yellow)
2. สีแดง (magenta)
3. สีฟ้า (cyan)
4. สีดำ (black)

Yellow, Magenta, Cyan สีทั้งสามสีข้างต้นรวมกันเป็นสีดำ แต่สี C M Y K ก็ไม่สามารถผสมรวมกันให้ได้เป็นสีบางสี เช่น สีน้ำตาล จึงต้องเพิ่ม สีดำ (Black) ลงไปฉะนั้นจึงรวมกันเป็นสี่สี คือ C M Y K สีที่ได้จึงครอบคลุมทุกสี ซึ่งจะทำงานกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตออกมาจะมีสีที่ใกล้เคียงกับความต้องการที่สุด และจะเป็นไปตามจุดประสงค์ของงานที่ออกแบบ

Printing directly on pack (พิมพ์โดยตรงลงบนบรรจุภัณฑ์)

ส่วนวิเคราะห์ : เพื่อเป็นการประหยัดและลดต้นทุนในการผลิต เนื่องจากมีรายละเอียดของเนื้อหาไม่มากนักส่วนใหญ่จะเน้นไปในด้านของกราฟิกของบรรจุภัณฑ์ และเป็นการลดขั้นตอนการผลิตให้น้อยลง มีความเป็นมาตรฐานเดียวกัน ซึ่งจะทำให้งานกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตออกมามีสีสันทึ่ใกล้เคียงกับความต้องการมากที่สุด และจะเป็นไปตามจุดประสงค์ของงานที่ออกแบบ

13. Graphic Design Brief

Background & Objective (ความเป็นมาและวัตถุประสงค์) :

ต้องการกลุ่มเป้าหมายเพิ่มขึ้นมาใหม่ อีกทั้งต้องการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง อีกทั้งยังสร้างภาพลักษณ์ที่น่าสนใจดึงดูดกลุ่มเป้าหมายได้ เพื่อต้องการสร้างภาพลักษณ์ที่สามารถเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเป้าหมายใหม่ ให้แก่บริษัท เอส-วิส ลิฟท์ ออฟ จำกัด อีกด้วย

14. ข้อมูลทางการตลาด (Marketing Data)

วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค โอกาสทางการตลาด Product/SWOT (strength, weakness, opportunity, threat) :

Strength (จุดแข็งของสินค้า)

- การจัดจำหน่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อน
- มีรูปลักษณ์ที่น่าสนใจ
- เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง

Weakness (จุดอ่อนของสินค้า)

- ขาดความโดดเด่นของตัวบรรจุภัณฑ์
- ราคาค่อนข้างสูง
- เป็นหน่วยงานขนาดเล็ก
- การประชาสัมพันธ์ภายในยังไม่ครอบคลุมอย่างทั่วถึง ในกลุ่มเป้าหมาย

Threat (อุปสรรคของสินค้า)

- ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเดียวกันค่อนข้างมากจึงเกิดการแข่งขันทางการตลาด

Opportunity (โอกาสของสินค้า)

- เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง
- มีรูปลักษณ์ที่น่าสนใจ

15. กลุ่มเป้าหมายทางการตลาด (Target group) :

Demographic(ลักษณะด้านร่างกายที่สามารถวัดได้)

ผู้หญิง วัยทำงาน อายุระหว่าง 22-27 ปี เงินเดือนประมาณ 25,000-50,000/เดือน

Psychographic(ลักษณะด้านจิตใจ)

เป็นผู้หญิงที่รักสวยรักงาม รักที่จะดูแลตัวเองดูแลผิวพรรณให้ดูดีอยู่เสมอ

16. Design Concept (แนวคิดหลักในการออกแบบและเหตุผลสนับสนุนแนวคิด)

Design Concept : " The elegance of rose' "

Mood & Tone :

- Elegant (ดูสวย สง่างาม) ของรูปร่างรูปทรง
- Charming (มีเสน่ห์) ของสีสันทันของดอกกุหลาบ
- Romantic (เย้ายวน ชวนฝัน) ของลวดลายและกราฟิก

Support Concept : จากคอนเซปต์เบื้องต้นนั้นสามารถสื่อออกมาได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย (ผู้หญิง วัยทำงาน อายุระหว่าง 22-27 ปี เงินเดือนประมาณ 25,000-50,000/เดือน) เป็นการดึงเอาความมีเสน่ห์และสง่างามของผู้หญิงออกมา โดยให้เสน่ห์เป็นตัวแทนเสน่ห์ของผู้หญิงและยังสื่อถึงอารมณ์ของงานได้อีก โดยผ่านทางคำว่า " rose' " ซึ่งสื่อได้ทั้ง ความสวยสง่างาม ของรูปร่างรูปทรง ความมีเสน่ห์ ของสีสันทัน และความโรแมนติก ชวนฝัน ของลวดลาย

17. Desire respond (ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการพัฒนา)

บรรจุกัญชีที่ได้รับการพัฒนาแล้วจะต้องเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์และก่อให้เกิดคุณค่าทางอารมณ์ความรู้สึกแก่ผู้บริโภคและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรและตัวผลิตภัณฑ์

ตัวอย่าง

Design Brief

นางสาวอรุณวรรณ ตั้งจันทร์

ID. 47710330

Title : ออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง บริษัท เอส-วิส ลิปท์ อัพ จำกัด

Problem : ปัญหาที่พบเนื่องจากผลิตภัณฑ์มีกลุ่มเป้าหมายค่อนข้างแคบ และเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาแพง ทำให้จำนวนผู้ใช้ผลิตภัณฑ์จึงมีไม่มากเลยต้องการขยายกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น

Product : ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า

Objective : ต้องการกลุ่มเป้าหมายเพิ่มขึ้นมาใหม่ อีกทั้งต้องการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง อีกทั้งยังสร้างภาพลักษณ์ที่น่าสนใจดึงดูดกลุ่มเป้าหมายได้ เพื่อต้องการสร้างภาพลักษณ์ที่สามารถเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเป้าหมายใหม่ ให้แก่บริษัท เอส-วิส ลิปท์ อัพ จำกัด อีกด้วย

Target group : Demographic (ลักษณะด้านร่างกายที่สามารถวัดได้)

ผู้หญิง วัยทำงาน อายุระหว่าง 22-27 ปี เงินเดือนประมาณ 25,000-50,000/เดือน

: Psychographic (ลักษณะด้านจิตใจ)

เป็นผู้หญิงที่รักสวยรักงาม รักที่จะดูแลตัวเองดูแลผิวพรรณให้ดูดีอยู่เสมอ

Concept : “ The elegance of rose’ ”

Support : จากคอนเซปต์เบื้องต้นนั้นสามารถสื่อออกมาได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย (ผู้หญิง วัยทำงาน อายุระหว่าง 22-27 ปี เงินเดือนประมาณ 25,000-50,000/เดือน) เป็นการดึงเอาความมีเสน่ห์และสง่างามของผู้หญิงออกมา โดยให้เสน่ห์เป็นตัวแทนเสน่ห์ของผู้หญิงและยังสื่อถึงอารมณ์ของงานได้อีก โดยผ่านทางคำว่า “ rose’ “ ซึ่งสื่อได้ทั้ง ความสวยสง่างาม ของรูปร่าง รูปทรง ความมีเสน่ห์ ของสีสัน และความโรแมนติก ขวนฝัน ของลวดลาย

.....

Mood & Tone : Elegant (ดูสวย สง่างาม) ของรูปร่างรูปทรง
 Charming (มีเสน่ห์) ของสีส้มของดอกกุหลาบ
 Romantic (เข้ายวน ขวนฝัน) ของลวดลายและกราฟิก

.....

Design responds กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจและมีการตอบรับที่ดี

.....

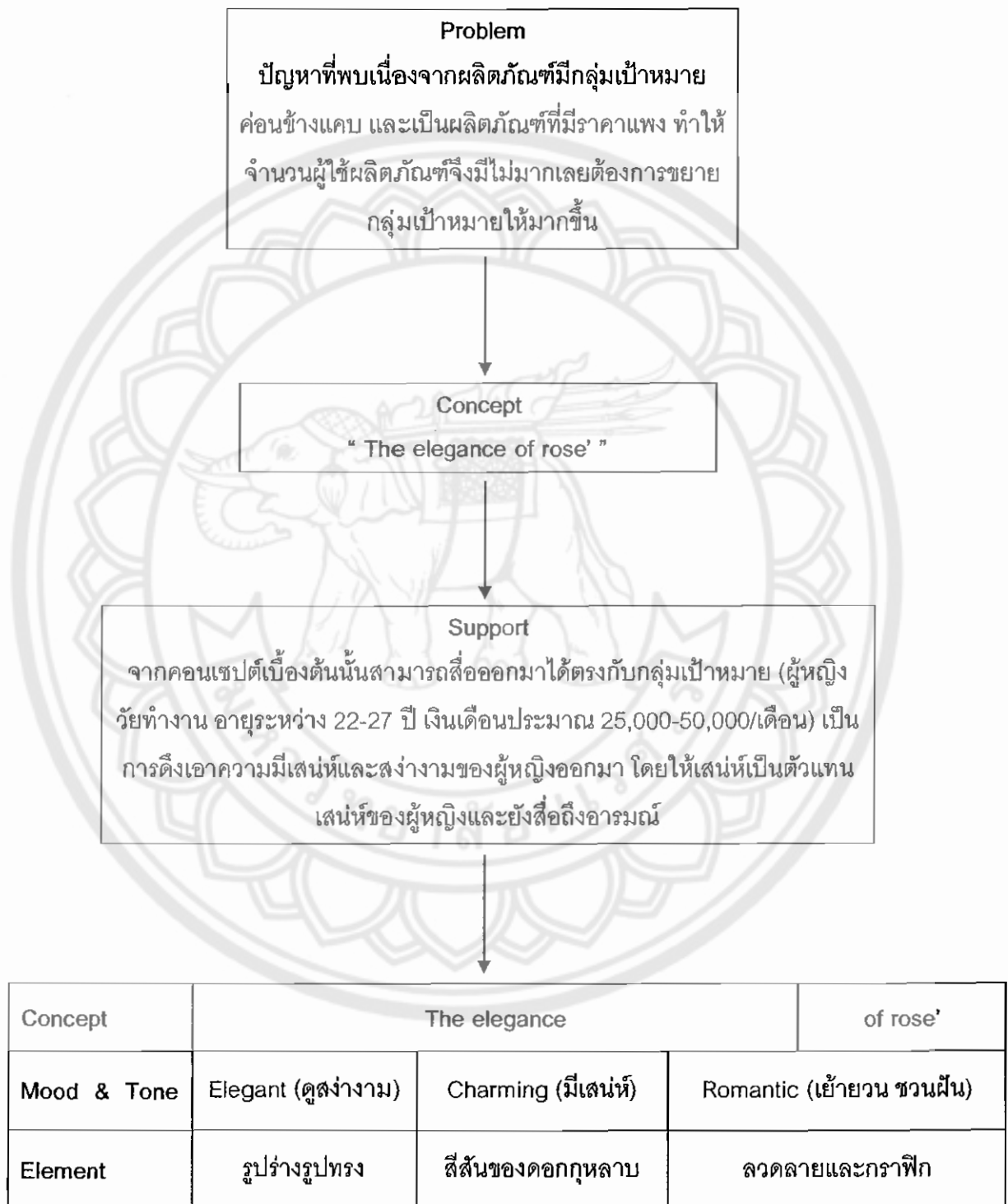
Scope

1. ศึกษาปัญหาและแนวทาง	การทำ Design Brief
2. ลักษณะงาน 2 มิติ	การเขียนแบบโครงสร้าง
	การเขียนลายกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์
	ทำ Presentation
3. งานลักษณะโครงสร้าง 3 มิติ	ทำผลงานต้นแบบ
4. การส่งรายงาน	ข้อมูลและงานออกแบบรวมเล่ม

.....



DIAGRAM



ตารางที่ 1 : แสดง Diagram

Mood & Tone

Mood & Tone

Elegant (Shape & Form)



Charming (Colour)



Romantic (Line)



Target Group



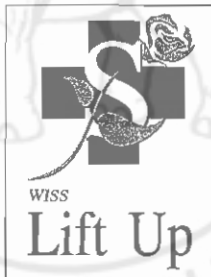
ภาพที่ 1 : ภาพ Mood & Tone

ส่วนที่ 2 ขั้นตอนการร่างแบบ (Sketch)

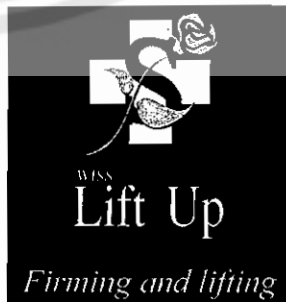
ขั้นตอนและกระบวนการการออกแบบในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้นำองค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาข้อมูลและนำมาประมวลผลเพื่อทำการวิเคราะห์ หาสาเหตุและผล

กระบวนการในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้สร้างกรอบแนวคิดขึ้นมาใช้ในการควบคุม เพื่อให้ขั้นตอนต่างๆ เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ดังนั้นจึงเริ่มตั้งแต่การนำความรู้ ข้อมูลต่างๆที่ได้จากการศึกษาค้นคว้ามา ผสมผสานให้เข้ากับวัตถุประสงค์และแนวคิดของผู้วิจัย ในขั้นตอนแบบร่างนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของปัญหา โดยมีเกณฑ์ความต้องการของการออกแบบ ซึ่งโดยทั่วไปมักเกี่ยวข้องกับการกำหนดขอบเขตของปัญหา ข้อจำกัด ข้อเรียกร้อง การประสานความคิดระหว่างผู้ออกแบบ ผู้ขาย ผู้ผลิต นอกจากนี้ยังมีการแก้ปัญหาที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น เพื่อกำหนดขอบเขตการวิจัยให้แคบลง เพื่อเข้าหาข้อสรุปและได้ข้อมูลพื้นฐาน ก่อนที่จะนำไปสู่กระบวนการสร้างแบบร่าง ดังนี้

แบบโลโก้ Logo

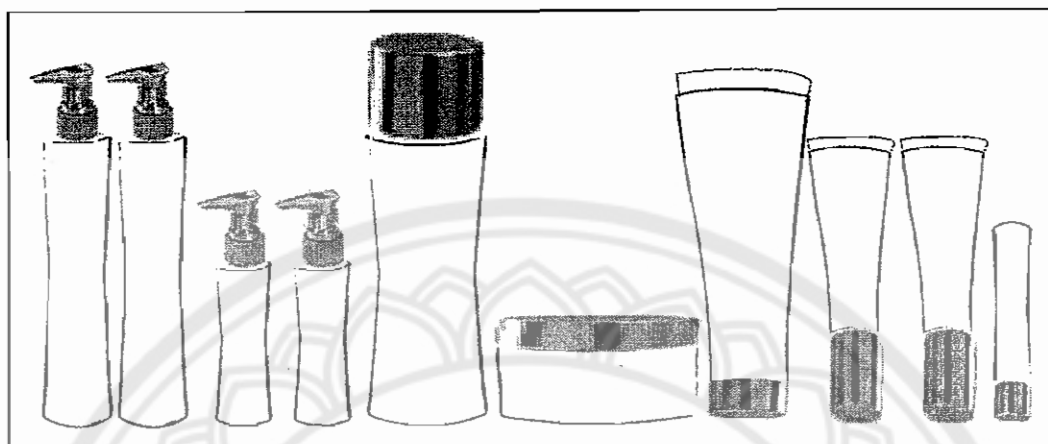


ภาพที่ 2 : ภาพโลโก้

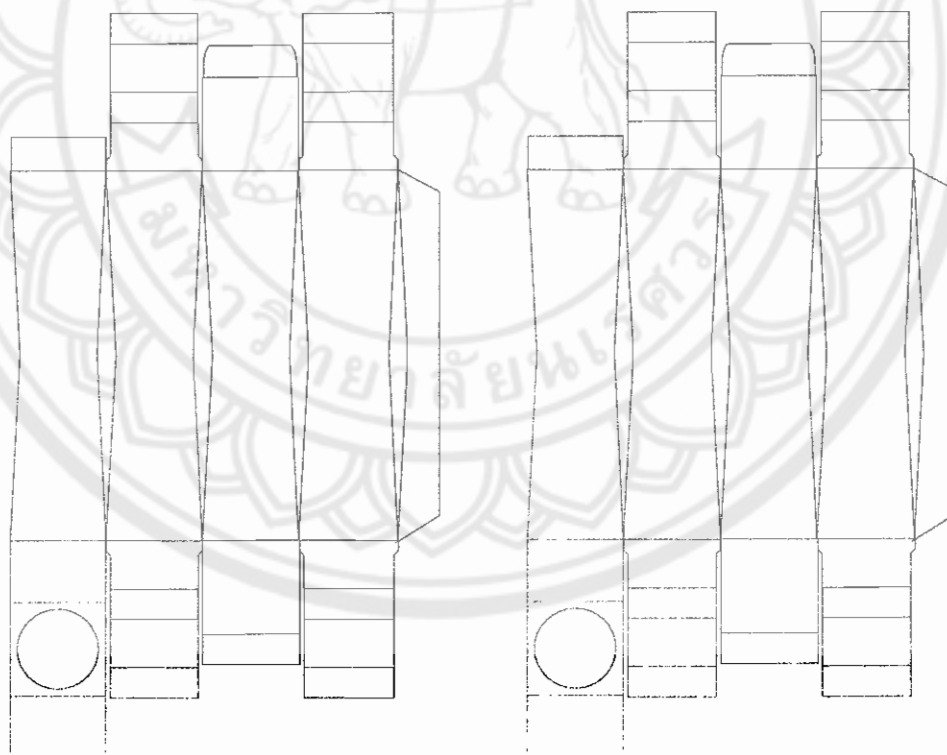


ภาพที่ 3 : ภาพโลโก้ ที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์

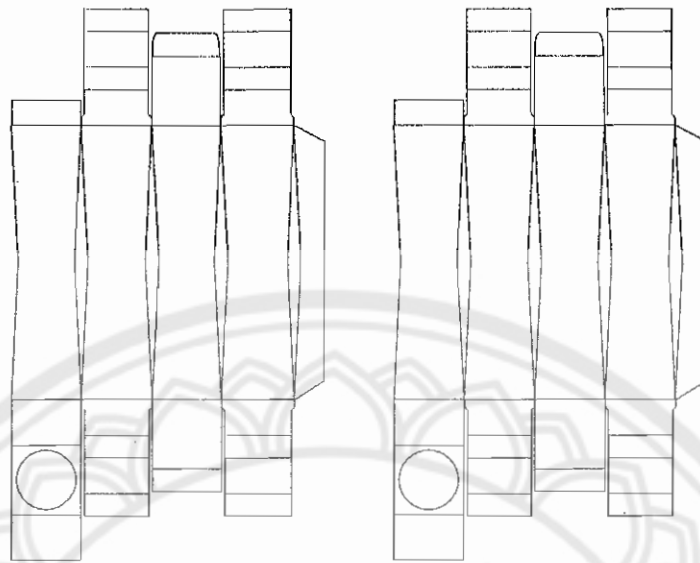
แบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์สำหรับเครื่องสำอาง บริษัท เอส-วิส ลิฟท์ อ็อป จำกัด



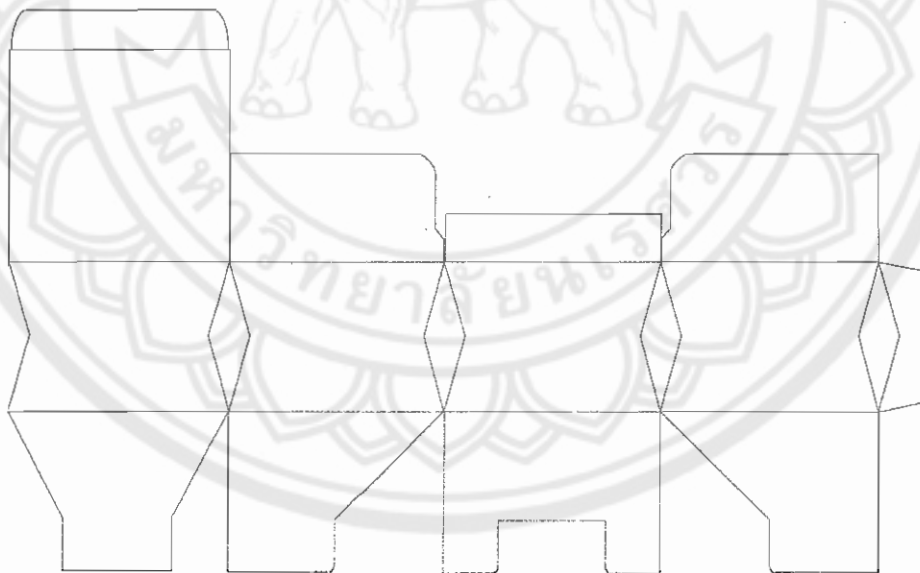
ภาพที่ 4 : ภาพแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์สำหรับเครื่องสำอาง บริษัท เอส-วิส ลิฟท์ อ็อป จำกัด



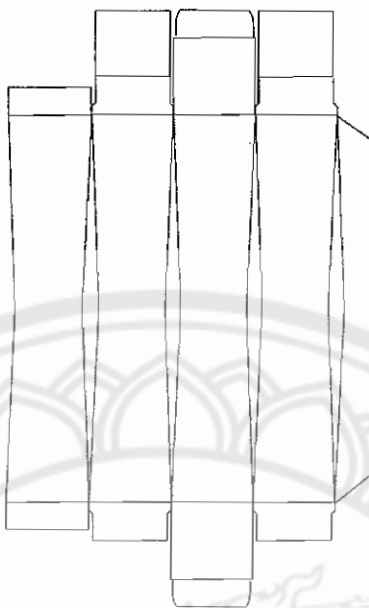
ภาพที่ 5 : ภาพแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ Q 10 Day Cream และ Night Cream
สำหรับเครื่องสำอาง บริษัท เอส-วิส ลิฟท์ อ็อป จำกัด แบบกล่อง



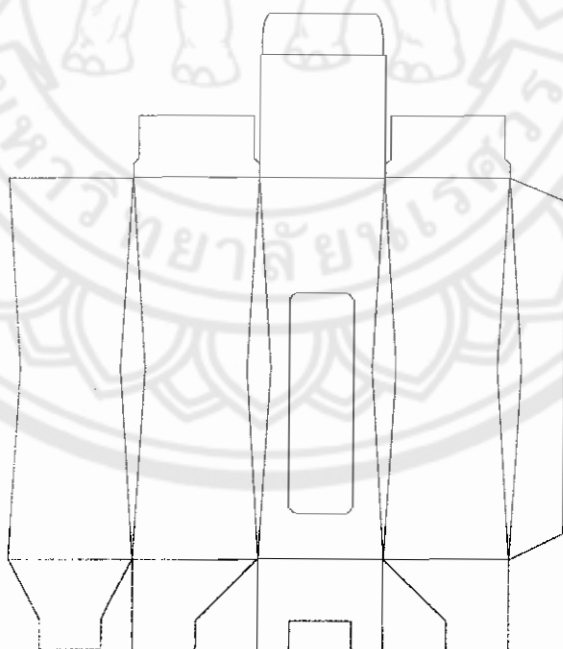
ภาพที่ 6 : ภาพแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ Eye Cream และ Eye Serum
สำหรับเครื่องสำอาง บริษัท เอส-วิส ลีฟท์ อัพ จำกัด แบบกล่อง



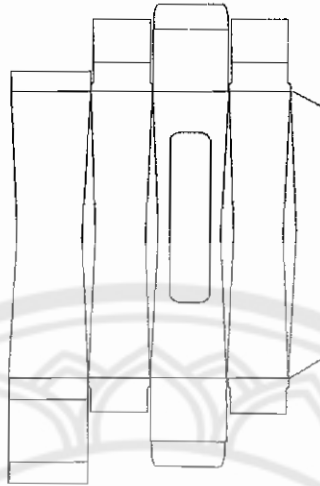
ภาพที่ 7 : ภาพแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ Concentrate Moisturizing Mask
สำหรับเครื่องสำอาง บริษัท เอส-วิส ลีฟท์ อัพ จำกัด แบบกล่อง



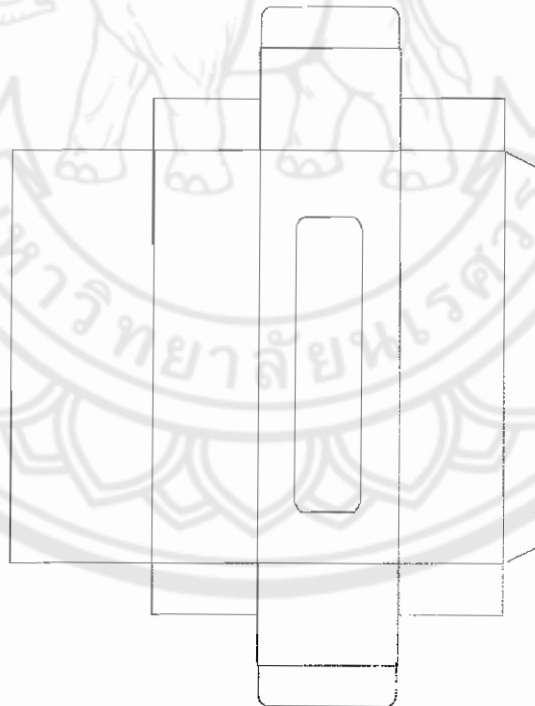
ภาพที่ 8 : ภาพแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ Facial Foam สำหรับเครื่องสำอาง บริษัท
เอส-วิส ลีฟท์ อัพ จำกัด แบบกล่อง



ภาพที่ 9 : ภาพแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ Toner สำหรับเครื่องสำอาง บริษัท เอส-วิส
ลีฟท์ อัพ จำกัด แบบกล่อง



ภาพที่ 10 : ภาพแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ Moisturizing Rose Gel สำหรับ
เครื่องสำอาง บริษัท เอส-วิส ลิปท์ อีพ จำกัด แบบกล่อง



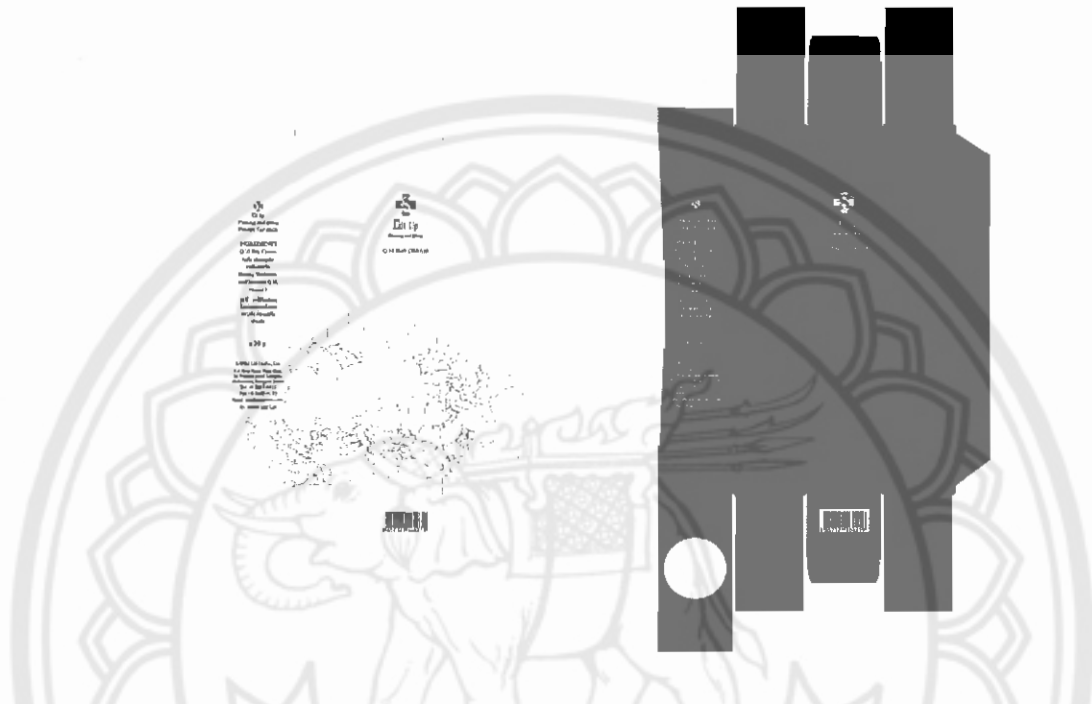
ภาพที่ 11 : ภาพแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ After Make Up Serum สำหรับ
เครื่องสำอาง บริษัท เอส-วิส ลิปท์ อีพ จำกัด แบบกล่อง



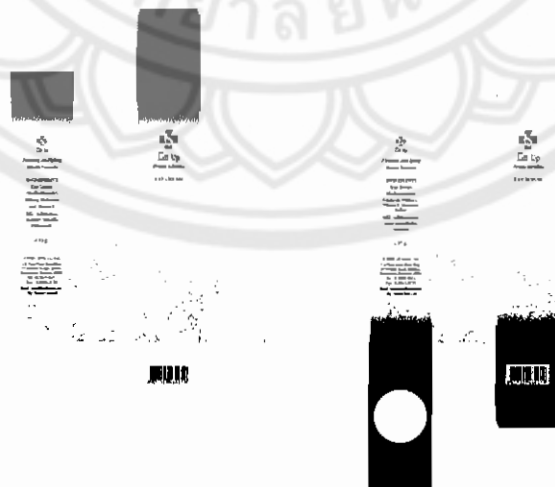
ภาพที่ 12 : ภาพแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ UV. Beauty Protector SPF 40+ สำหรับ
เครื่องสำอาง บริษัท เอส-วิส ลิฟท์ อีพ จำกัด แบบกล่อง

ส่วนที่ 3 การออกแบบและการสร้างสรรค์ (Design)

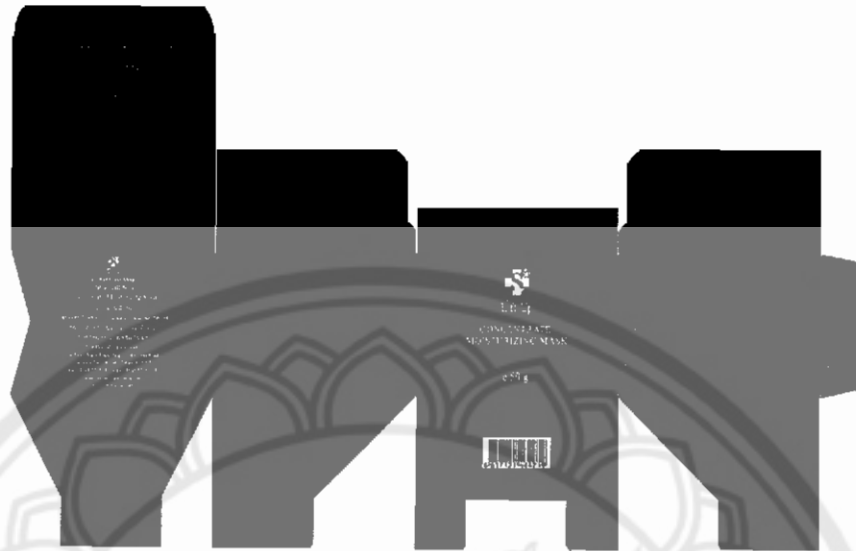
แบบโครงสร้างและกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์สำหรับเครื่องสำอาง บริษัท เอส-วิส ลิฟท์ อ็อป จำกัด



ภาพที่ 13 : ภาพแบบโครงสร้างและกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ Q 10 Day Cream และ Night Cream สำหรับเครื่องสำอาง บริษัท เอส-วิส ลิฟท์ อ็อป จำกัด แบบกล่อง



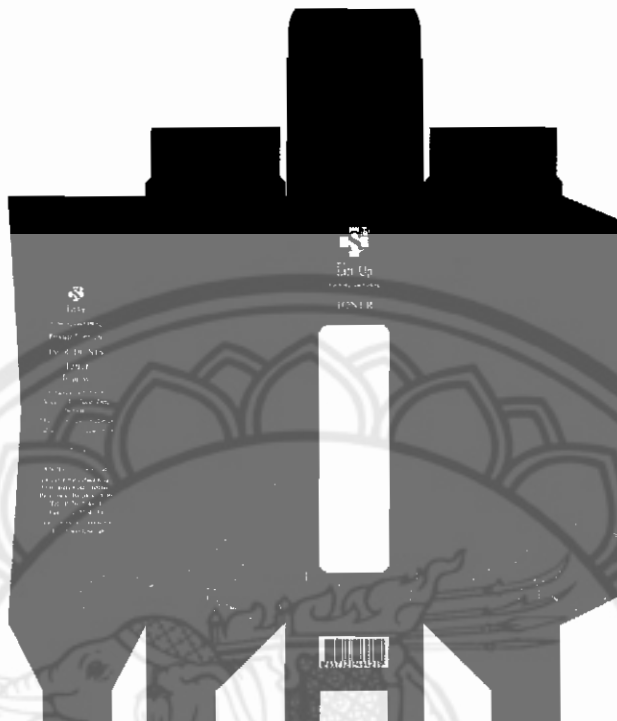
ภาพที่ 14 : ภาพแบบโครงสร้างและกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ Eye Cream และ Eye Serum สำหรับเครื่องสำอาง บริษัท เอส-วิส ลิฟท์ อ็อป จำกัด แบบกล่อง



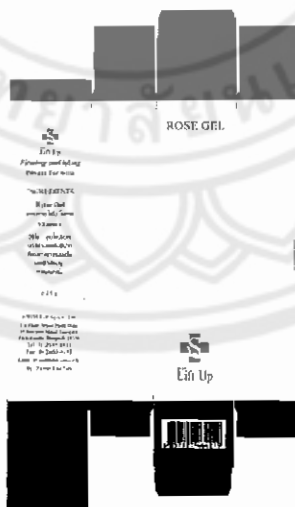
ภาพที่ 15 : ภาพแบบโครงสร้างและกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ Concentrate Moisturizing Mask สำหรับเครื่องสำอาง บริษัท เอส-วิส ลิฟท์ อีพ จำกัด แบบกล่อง



ภาพที่ 16 : ภาพแบบโครงสร้างและกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ Facial Foam สำหรับเครื่องสำอาง บริษัท เอส-วิส ลิฟท์ อีพ จำกัด แบบกล่อง



ภาพที่ 17 : ภาพแบบโครงสร้างและกราฟฟิคบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ Toner สำหรับเครื่องสำออง
บริษัท เอส-วิส ลิฟท์ อัพ จำกัด แบบกล่อง



ภาพที่ 18 : ภาพแบบโครงสร้างและกราฟฟิคบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ Moisturizing Rose Gel
สำหรับเครื่องสำออง บริษัท เอส-วิส ลิฟท์ อัพ จำกัด แบบกล่อง



ภาพที่ 19 : ภาพแบบโครงสร้างและกราฟฟิคบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ After Make Up Serum
สำหรับเครื่องสำอาง บริษัท เอส-วิส ลิฟท์ อัพ จำกัด แบบกล่อง

ภาพที่ 20 : ภาพแบบโครงสร้างและกราฟฟิคบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ UV. Beauty Protector SPF
40+ สำหรับเครื่องสำอาง บริษัท เอส-วิส ลิฟท์ อัพ จำกัด แบบกล่อง

ส่วนที่ 4 ผลงานที่สร้างสรรค์ (Packaging design)

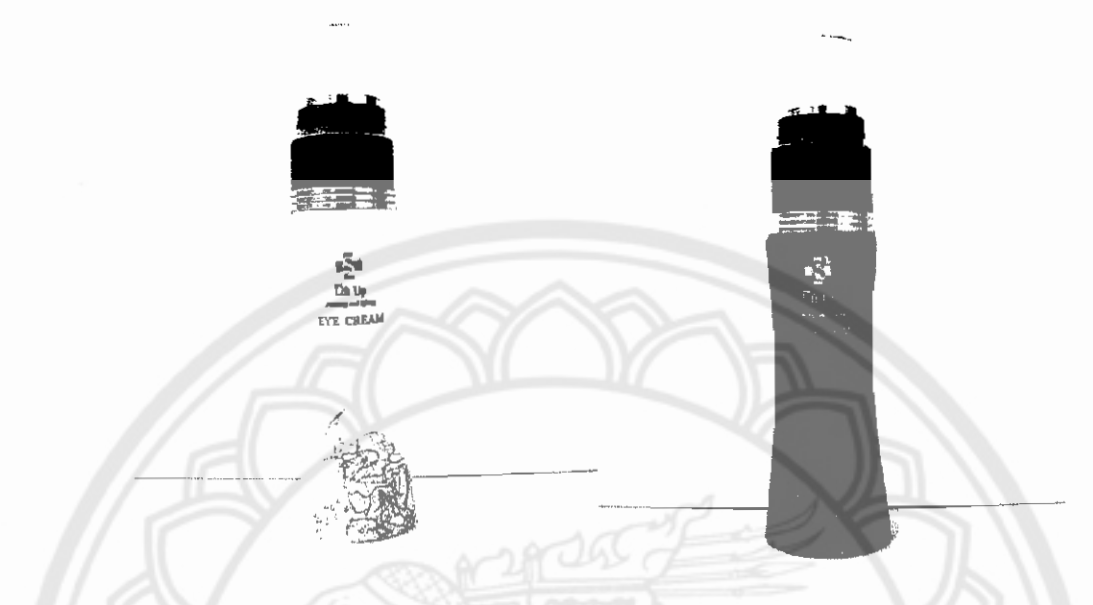
ผลงานที่สร้างสรรค์



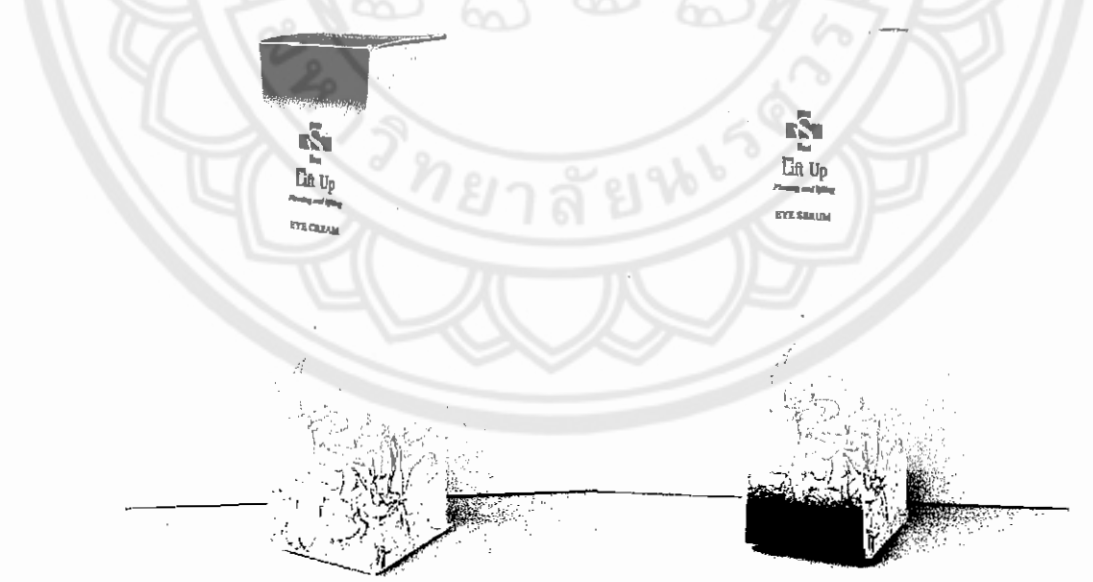
ภาพที่ 21 : ภาพบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ Q 10 Day Cream และ Night Cream แบบขวด



ภาพที่ 22 : ภาพบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ Q 10 Day Cream และ Night Cream แบบกล่อง



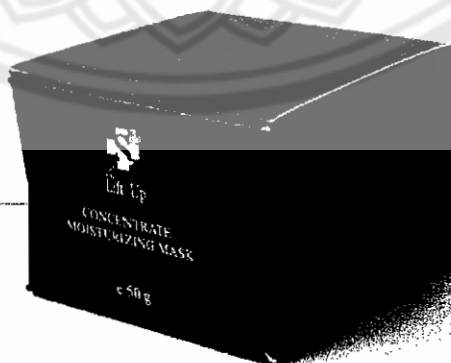
ภาพที่ 23 : ภาพบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ Eye Cream และ Eye Serum แบบขวด



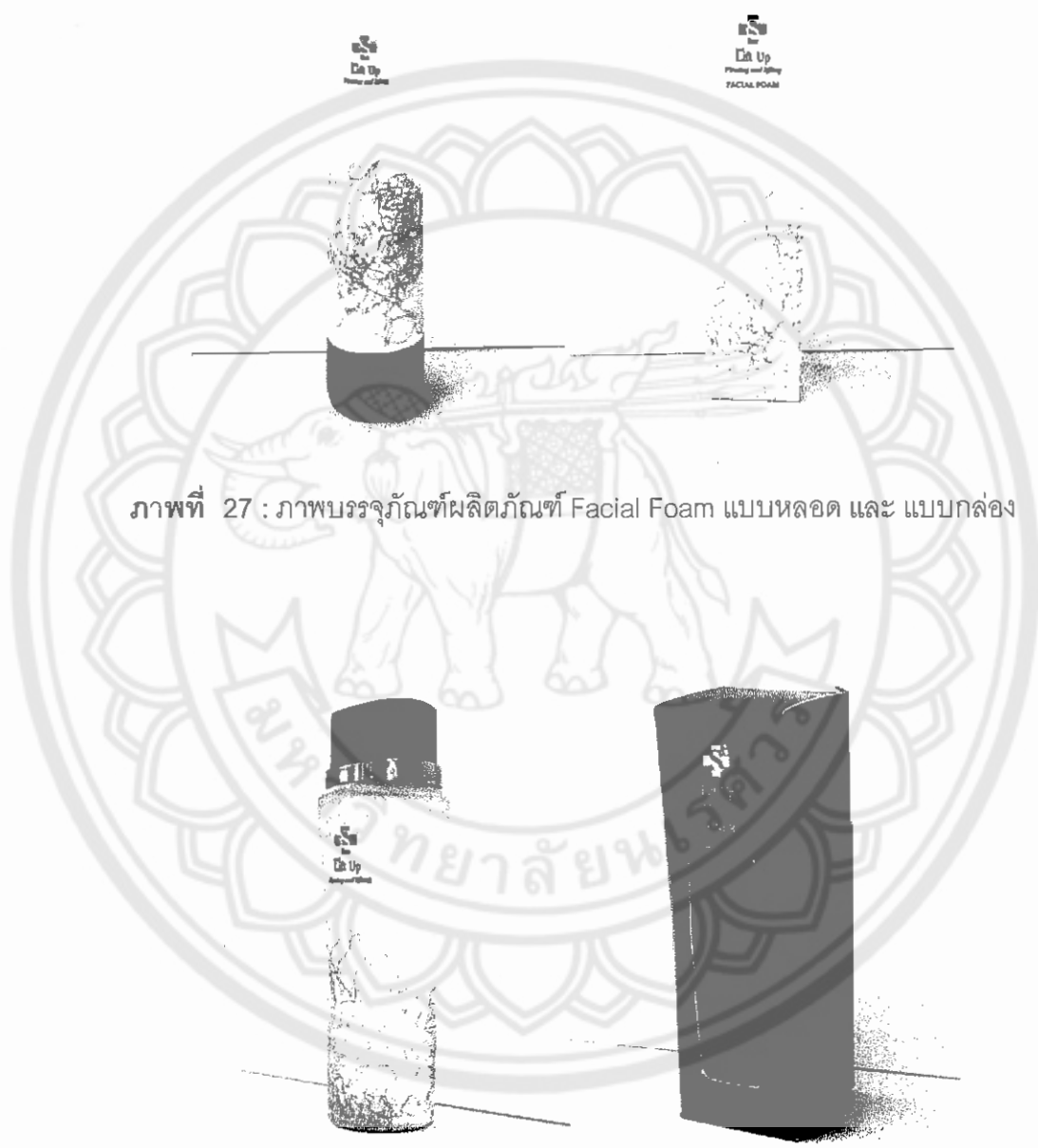
ภาพที่ 24 : ภาพบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ Eye Cream และ Eye Serum แบบกล่อง



ภาพที่ 25 : ภาพบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ Concentrate Moisturizing Mask แบบกระปุก



ภาพที่ 26 : ภาพบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ Concentrate Moisturizing Mask แบบกล่อง

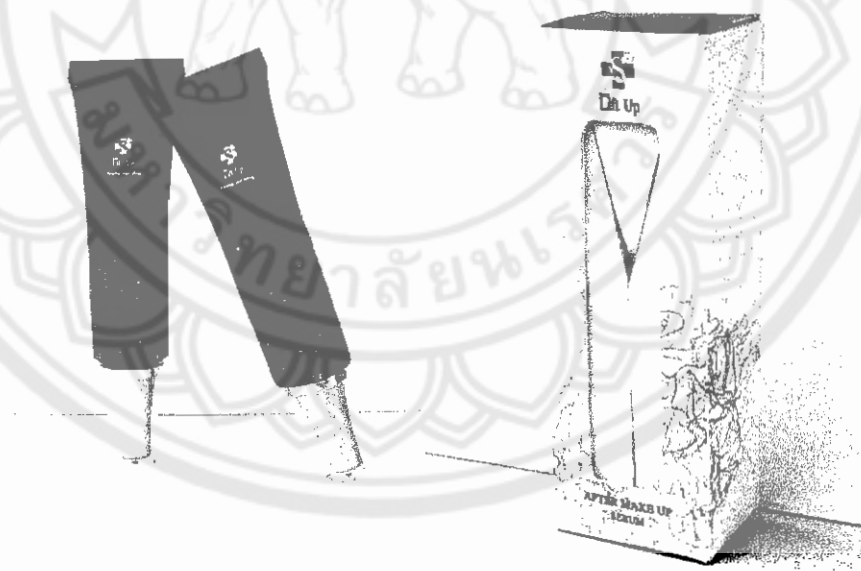


ภาพที่ 27 : ภาพบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ Facial Foam แบบหลอด และ แบบกล่อง

ภาพที่ 28 : ภาพบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ Toner แบบขวด และ แบบกล่อง



ภาพที่ 29 : ภาพบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ Moisturizing Rose Gel แบบหลอด และ แบบกล่อง

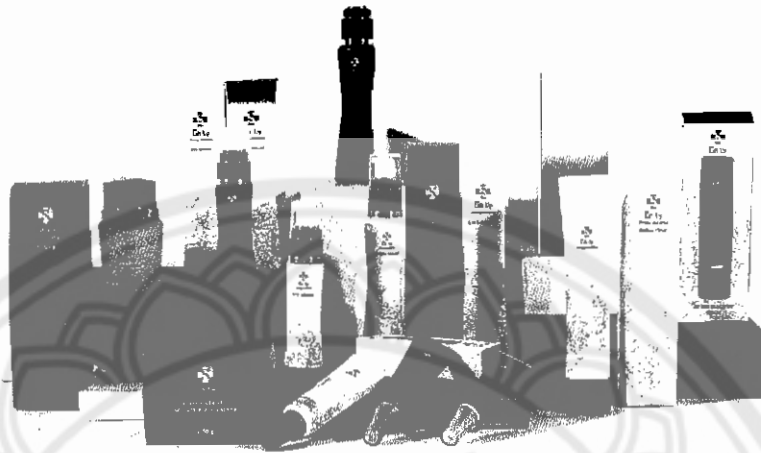


ภาพที่ 30 : ภาพบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ After Make Up Serum แบบหลอด และ แบบกล่อง



ภาพที่ 31 : ภาพบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ UV. Beauty Protector SPF 40+ แบบหลอด และ แบบกล่อง

ภาพที่ 32 : ภาพบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งแบบขายปลีก (ถุงกระดาษ)



ภาพที่ 33 : ภาพบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สำหรับเครื่องสำอาง บริษัท เอส-วิส ลิฟท์ อีพี จำกัด



ภาพที่ 34 : ภาพบูธแสดงผลงานที่สมบูรณ์



ภาพที่ 35 : ภาพบุธแสดงผลงาน ในงานนิทรรศการผลงานนิสิต