การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ตามวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์สำหรับสินค้าสะดวกซื้อ
: กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ผงซักฟอก

นายศุภรัก สุวรรณวัจน์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานฤมิตศิลป์ ภาควิชานฤมิตศิลป์
คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2543

ISBN 974-13-0266-5

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2546

I19800686

DEVELOPMENT OF PACKAGING DESIGN BY PRODUCT LIFE CYCLE FOR CONVENIENCE GOODS : CASE STUDY PRODUCT OF DETERGENTS

Suparug Suwannawaj

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Fine and Applied Arts in Creative Arts

Department of Creative Arts

Faculty of Fine and Applied Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2000

ISBN 974-13-0266-5.

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ตามวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์สำหรับสินค้าสะดวกซื้อ : กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ผงซักฟอก
โดย	นายศุภรัก สุวรรณวัจน์
สาขาวิชา	นฤมิตศิลป์
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์อารยะ ศรีกัลยาณบุตร

คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์

(อาจารย์จรรมนง แสงวิเชียร)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง)

..... อาจารย์ที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อารยะ ศรีกัลยาณบุตร)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภกรณ์ ดิษฐพันธ์)

ศุภรัก สุวรรณวัจน์ : การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ตามวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์สำหรับสินค้าสะดวกซื้อ : กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ผงซักฟอก. (DEVELOPMENT OF PACKAGING DESIGN BY PRODUCT LIFE CYCLE FOR CONVENIENCE GOODS : CASE STUDY DETERGENTS) อ. ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์อารยะ ศรีกัลยาณบุตร, 366 หน้า. ISBN 974-13-0266-5.

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดแนวทางการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในแต่ละวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์สำหรับสินค้าสะดวกซื้อประเภทผงซักฟอก โดยจะศึกษาเฉพาะบรรจุภัณฑ์ชั้นใน (Primary Packaging) หรือบรรจุภัณฑ์ชั้นที่สอง (Secondary Packaging) เน้นในเรื่องการออกแบบพัฒนาในส่วนของเรขศิลป์เป็นหลัก และเลือกกลุ่มตัวอย่างจากตราสินค้าที่ประสบความสำเร็จด้านยอดขายในตลาดผงซักฟอกของไทย

ระเบียบวิธีการศึกษาที่ใช้คือ การวิจัยเชิงคุณภาพจากแหล่งข้อมูลทางเอกสารและบุคคลด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) บริษัทผู้นำตลาดผงซักฟอกในประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงสุด 3 อันดับแรกในปี พ.ศ. 2541 มาศึกษาเริ่มศึกษาตั้งแต่การแนะนำสินค้าออกสู่ตลาดครั้งแรก (Launch) จนกระทั่งครบวงจรชีวิตของแต่ละตราสินค้า โดยแนวคิดที่สำคัญที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ แนวคิดด้านการตลาด และแนวคิดด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ผลการศึกษาพบว่าการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ตามวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์สำหรับสินค้าสะดวกซื้อประเภทผงซักฟอกมีแนวทางการออกแบบดังนี้คือ 1. ช่วงแนะนำ (Introduction) ช่วงแนะนำสินค้าออกสู่ตลาดครั้งแรก(Launch) 1.1 ตราสินค้าที่ใช้จะเป็นตราสัญลักษณ์ประเภท "โลโก้" หรือ "คอมบิเนชัน" สีที่ใช้จะไม่เกิน 3 สี ขนาดที่ใช้ในส่วนความกว้างจะเกือบเป็น 1/1ของความกว้างบรรจุภัณฑ์ ในส่วนความสูงจะอยู่ระหว่าง 1/3-2/3 ของความสูงบรรจุภัณฑ์ 1.2 สีของบรรจุภัณฑ์จะเป็นสีสดสีเดียวพื้นเรียบไม่มีลวดลาย 1.3 ภาพถ่ายไม่มีการนำมาใช้ 1.4 องค์ประกอบอื่น ๆ ทางการออกแบบ (เส้นและรูปร่างรูปทรง) จะเป็นองค์ประกอบที่ไม่มีเรื่องราวใด ๆ สีที่ใช้ไม่เกิน 3สี 1.5 สโลแกน จะใช้ประโยคภาษาไทยสั้น ๆ สีที่ใช้จะเป็นสีเดียว 1.6 แถบตัวอักษรจะใช้ข้อความภาษาไทยที่สั้น ๆ ถ้าเป็นภาษาอังกฤษจะใช้คำสั้นๆหรือตัวย่อ 1.7 ข้อความส่วนใหญ่จะเป็นข้อความที่กฎหมายกำหนดให้ต้องแสดงต่อผู้บริโภค สีที่ใช้ไม่เกิน 2สี ช่วงแนะนำสินค้าออกสู่ตลาดอีกครั้ง (Relaunch) ตราสินค้า องค์ประกอบอื่นๆ ทางการออกแบบ สโลแกนและแถบตัวอักษรจะมีการปรับเปลี่ยนอย่างชัดเจน 2. ช่วงเจริญเติบโต (Growth) ตราสินค้า องค์ประกอบอื่น ๆ ทางการออกแบบและสโลแกนจะมีการปรับเปลี่ยนในรายละเอียด ส่วนแถบตัวอักษรจะมีการปรับเปลี่ยนอย่างชัดเจน 3.ช่วงอิ่มตัว (Maturity) ตราสินค้า และสโลแกนจะปรับเปลี่ยนในรายละเอียด ส่วนขององค์ประกอบอื่น ๆ ทางการออกแบบและแถบตัวอักษรจะมีการปรับเปลี่ยนอย่างชัดเจน 4. ช่วงถดถอย(Decline) ตราสินค้า และสโลแกนจะปรับเปลี่ยนในรายละเอียด ส่วนขององค์ประกอบอื่น ๆ ทางการออกแบบและแถบตัวอักษรจะมีการปรับเปลี่ยนอย่างชัดเจน ส่วนองค์ประกอบที่จะไม่มีการปรับเปลี่ยนตลอดช่วงวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์คือ สีของบรรจุภัณฑ์

ภาควิชา นฤมิตศิลป์ ลายมือชื่อนิสิต .....

สาขาวิชา นฤมิตศิลป์ ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา .....

ปีการศึกษา 2543

4186565735 : MAJOR CREATIVE ARTS

KEY WORD : DETERGENTS / PRODUCT LIFE CYCLE /PACKAGING DESIGN/ DEVELOPMENT

SUPARUG SUWANNAWAJ : DEVELOPMENT OF PACKAGING DESIGN BY PRODUCT LIFE CYCLE FOR CONVENIENCE GOODS : CASE STUDY DETERGENTS : THESIS ADVISOR : ASSIST. PROF. ARAYA SRIKANLAYANABUTH , 366 p. ISBN 974-13-0266-5.

The objective of this study is to establish a framework for the design of product packages for each phase of product life cycle using detergent products as a case study. The scope of the study includes primary packaging and secondary packaging. The study focuses on graphic design, with samples selected from top seller brands in Thailand's detergent market.

The research methodology is primarily based on qualitative analysis. Information is obtained through documentary research as well as in-depth interview with the top 3 best sellers of detergent products who acquired the largest product market shares in 1998. The study observes the development of packaging from product launching phase until the final phase of their life cycle. The study applies marketing concept and package-design concept as the foundation for the analysis.

Our study of the development of packaging design of detergent by its life cycle reveals the following findings. 1. The introduction (launching) period. 1.1 Product trademarks are in the form of either "logo" or "combination". The trademarks have no more than 3 colors. The trademarks' widths are measured almost 1/1 of the packages', with their heights range from 1/3 to 2/3 of the packages'. 1.2 A bright color, without any graphics, is used on the packages. 1.3 No photo is used. 1.4 Other features (lines and shapes) are presented in plain format, featuring no more than 3 colors. 1.5 Slogan is written in a short Thai message and painted in single color. 1.6 Messages are rather short and written in Thai, English, or even initials. 1.7 The contents of message are mostly regulatory warnings to consumers, featuring no more than 2 colors. The Product trademarks, slogans, fonts, and other features are modified substantially during the re-launching period. 2. During the growth period, trademarks , slogan, and other features are modified in detail while fonts are changed substantially. 3. During the maturity period, trademarks and slogans are modified in detail while fonts and other features are changed substantially. 4. During the decline period, trademarks and slogans are modified in detail, while fonts and other features are changed substantially. The only feature that does not change during the life cycle is the colors of packages.

Department Creative Arts Student's signature.....

Field of study Creative Arts Advisor's signature.....

Academic year 2000

กิตติกรรมประกาศ

โครงการพิเศษฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์อารยะ ศรีกัลยาณบุตร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ได้ให้คำแนะนำต่าง ๆ ในแนวทางการศึกษา ตลอดทั้งผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง ประธานกรรมการ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์ กรรมการ ที่ได้สละเวลามาดำเนินการสอบและให้ข้อคิดเห็นต่าง ๆ ในการแก้ไขปรับปรุงโครงการพิเศษฉบับนี้จนสมบูรณ์

ขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์, คุณบุณยสิทธิ์ โชควัฒนา,คุณสุมัทนา ปิงคลวรรณ, คุณสุทธิพงศ์ ลิ่มศิลา, คุณจุไรพร คล้ายจำแลง, คุณชูชีพ กาญจโนภาศ, คุณปัทมา พูลเจริญ, คุณกาญจณา อนุรักษณ์กมลกุล ผู้ให้ความอนุเคราะห์ในด้านการติดต่อขอข้อมูลทำวิทยานิพนธ์ และคุณอภิชาติ ศาลิคุปต, คุณธีรวัฒน์ เชยจรรยา, คุณอภิสิทธ์ ชื่นชมภู, คุณกัณฑชิต ศรัณย์บัณฑิต, คุณพัชรินทร์ สุโกรัตน์, คุณวราภรณ์ ผาสุพงษ์, คุณรักชัย ผาสุพงษ์ , คุณวาณิช ศิริเจริญพันธ์ ผู้ให้ความอนุเคราะห์ในด้านการสัมภาษณ์ข้อมูลทำวิทยานิพนธ์ ซึ่งทำให้ได้รับข้อมูลอันเป็นประโยชน์ทางวิชาการในโครงการพิเศษฉบับนี้

ตลอดทั้งบิดา มารดา ญาติพี่น้อง และเพื่อนสนิททั้งหลาย ที่คอยให้ความช่วยเหลือ และที่สำคัญคอยเป็นกำลังใจที่ดีเสมอมา จนทำให้สำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

ศุภรัก สุวรรณวัจน์

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ง

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... จ

กิตติกรรมประกาศ ..... ฉ

สารบัญ ..... ช

สารบัญตาราง ..... ฌ

สารบัญภาพ..... ญ

บทที่

1 บทนำ..... 1

ความเป็นมาและความสำคัญของการศึกษา 1

ปัญหาของการวิจัย 7

วัตถุประสงค์ของการวิจัย 7

ขอบเขตของการวิจัย 8

ประโยชน์ที่จะได้จากการวิจัย 8

วิธีดำเนินการวิจัย 8

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย 9

2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (ส่วนที่ 1) 11

ผลิตภัณฑ์และการจำแนกประเภทของผลิตภัณฑ์ 11

ผลิตภัณฑ์ผงซักฟอก 19

วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ 26

ลำดับขั้นและกลยุทธ์การตลาดในแต่ละช่วงของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ... 30

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ 34

3 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (ส่วนที่ 2)..... 43

บรรจุภัณฑ์ หน้าที่ และความสำคัญ 43

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ 50

หน้า

บทที่

4 ระเบียบวิธีการศึกษา 77
กลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษา..... 77
แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา 78
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 79
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา 81
การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล 82
การออกแบบ 83

5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 85
ผลิตภัณฑ์ผงซักฟอกบรีส..... 85
รูปแบบและแนวคิดในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกบรีส..... 89
ผลการเปรียบเทียบและการวิเคราะห์ปัจจัยในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์
ผงซักฟอกบรีส 120
ผลิตภัณฑ์ผงซักฟอกเปา..... 157
รูปแบบและแนวคิดในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกเปา..... 165
ผลการเปรียบเทียบและการวิเคราะห์ปัจจัยในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์
ผงซักฟอกเปา 190
ผลิตภัณฑ์ผงซักฟอกแอทแทค..... 220
รูปแบบและแนวคิดในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกแอทแทค..... 225
ผลการเปรียบเทียบและการวิเคราะห์ปัจจัยในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์
ผงซักฟอกแอทแทค 238

6 สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ 265
แนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ 265
วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ช่วงแนะนำ 265
วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ช่วงเจริญเติบโต..... 271
วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ช่วงอิ่มตัว 275
วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ช่วงถดถอย..... 279
ปัญหา, อุปสรรค และข้อเสนอแนะ 283

หน้า

บทที่

7 การออกแบบ..... 285

ส่วนที่ 1 ภาพรวมทางการตลาด(Marketing Overview)..... 285

ส่วนที่ 2 ข้อมูลโดยทั่วไปที่เกี่ยวกับกรณีตัวอย่างผลิตภัณฑ์..... 290

ส่วนที่ 3 สถานการณ์สมมุติในแต่ละช่วงของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์..... 295

ส่วนที่ 4 การนำผลการวิจัยมาประยุกต์ใช้เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์..... 308

รายการอ้างอิง..... 349

ภาคผนวก..... 352

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์..... 366

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
1	แสดงลักษณะของสินค้าอุปโภคบริโภคและกลยุทธ์การตลาด	16-17
2	แสดงจำนวนโรงงานผลิตผงซักฟอก กำลังการผลิต เงินทุน และจำนวนคนงาน	22
3	แสดงปริมาณการผลิตและการจำหน่ายผงซักฟอกของไทย	23
4	ตลาดของสารซักฟอกเสื้อผ้าในประเทศไทยปี 2537-2538	24
5	คุณลักษณะและกลยุทธ์การตลาดในวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์	33
6	แสดงหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์	44
7	แสดงการแยกประเภทของบรรจุภัณฑ์	48

สารบัญภาพ

ภาพประกอบ		หน้า
1	แนวคิดในทุกแง่มุมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	2
2	การจำแนกประเภทผลิตภัณฑ์	3
3	เปรียบเทียบมูลค่าตลาดในกลุ่มสินค้าสะดวกซื้อในประเทศ ปี 2541	6
4	องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์	12
5	แสดงวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์	27
6	วงจรชีวิตแบบเจริญเติบโต ลดลง และคงที่	29
7	วงจรชีวิตแบบวงจรชีวิตขึ้น ๆ ลง ๆ	29
8	วงจรชีวิตแบบหยัก ๆ เหมือนเปลือกหอย	30
9	ขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	36
10	แสดงผู้นำตลาดผงซักฟอกในประเทศ ปี 2541	78
11	แสดงแนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์	81
12	แสดงแนวคิดในการวิเคราะห์ข้อมูล	82
13	แสดงแนวคิดของการสรุปผลการวิจัย	83
14	บรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกบรีส ปี 2503	89
15	บรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกบรีส ปี 2513	91
16	บรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกบรีส ปี 2515	93
17	บรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกบรีส ปี 2521	95
18	บรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกบรีส ปี 2524	97
19	บรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกบรีส ปี 2526	99
20	บรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกบรีส ปี 2528	101
21	บรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกบรีส ปี 2531	103
22	บรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกบรีส ปี 2534	105
23	บรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกบรีส ปี 2535	108
24	บรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกบรีส ปี 2537	110
25	บรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกบรีส ปี 2539	112
26	บรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกบรีส ปี 2541	114
27	บรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกบรีส ปี 2542	116
28	บรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกบรีส ปี 2543	118

หน้า

29 บรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกเปา ปี 2519 165
30 บรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกเปา ปี 2524 166
31 บรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกเปา ปี 2525 168
32 บรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกเปา ปี 2528..... 170
33 บรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกเปา ปี 2530 172
34 บรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกเปา ปี 2531 174
35 บรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกเปา ปี 2534 176
36 บรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกเปา ปี 2536..... 178
37 บรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกเปา ปี 2537 180
38 บรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกเปา ปี 2538 182
39 บรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกเปา ปี 2540 184
40 บรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกเปา ปี 2541 186
41 บรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกเปา ปี 2543 188
42 บรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกแอทแทค ปี 2533 225
43 บรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกแอทแทค ปี 2536 227
44 บรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกแอทแทค ปี 2538 230
45 บรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกแอทแทค ปี 2540 232
46 บรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกแอทแทค ปี 2541 234
47 บรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกแอทแทค ปี 2542 236
48 แสดงตำแหน่งในการวางองค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบในช่วงแนะนำ 268
49 แสดงตำแหน่งในการวางสโลแกนในช่วงแนะนำ 269
50 แสดงตำแหน่งในการวางแถบตัวอักษรในช่วงแนะนำ 270
51 แสดงตำแหน่งในการวางข้อความในช่วงแนะนำ 271
52 แสดงตำแหน่งในการวางองค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบในช่วงเจริญเติบโต ... 272
53 แสดงตำแหน่งในการวางสโลแกนในช่วงเจริญเติบโต..... 273
54 แสดงตำแหน่งในการวางแถบตัวอักษรในช่วงเจริญเติบโต..... 274
55 แสดงตำแหน่งในการวางข้อความในช่วงเจริญเติบโต..... 275
56 แสดงตำแหน่งในการวางองค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบในช่วงอิ่มตัว..... 276
57 แสดงตำแหน่งในการวางสโลแกนในช่วงอิ่มตัว.. 277

หน้า

58 แสดงตำแหน่งในการวางแถบตัวอักษรในช่วงอิ่มตัว..... 278
59 แสดงตำแหน่งในการวางข้อความในช่วงอิ่มตัว 279
60 แสดงตำแหน่งในการวางองค์ประกอบอื่นๆทางการออกแบบในช่วงถดถอย..... 280
61 แสดงตำแหน่งในการวางสโลแกนในช่วงถดถอย..... 281
62 แสดงตำแหน่งในการวางแถบตัวอักษรในช่วงถดถอย 282
63 แสดงตำแหน่งในการวางข้อความในช่วงถดถอย..... 283
64 โครงสร้างกล่องผงซักฟอกขนาด 1500 กรัม..... 310
65 แบบสำหรับบล็อคใบมีดตัด-พับสำหรับกล่องขนาด1500 ชั้นนอก..... 311
66 แบบสำหรับบล็อคใบมีดตัด-พับสำหรับกล่องขนาด1500 ชั้นใน..... 312
67 โครงสร้างกล่องผงซักฟอกขนาด 750 กรัม..... 313
68 แบบสำหรับบล็อคใบมีดตัด-พับสำหรับกล่องขนาด 750 ชั้นนอก..... 314
69 แบบสำหรับบล็อคใบมีดตัด-พับสำหรับกล่องขนาด 750 ชั้นใน..... 315
70 โครงสร้างซองผงซักฟอกขนาด 20 กรัม..... 316
71 แบบสำหรับบล็อคใบมีดตัด-พับสำหรับซองพลาสติกขนาด20 กรัม..... 317
72 โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกดัสกิน..... 318
73 ตราสินค้าผงซักฟอกดัสกินวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ช่วงแนะนำ..... 319
74 แสดงตำแหน่งการวางตราสินค้าและขนาดของตราสินค้าวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์
ช่วงแนะนำ..... 320
75 แสดงสีของบรรจุภัณฑ์คู่แข่งในตลาดและทดลองเลือกขึ้นมา..... 322
76 สีของบรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกดัสกินที่เลือกใช้..... 323
77 แสดงการออกแบบบริเวณด้านหน้าของบรรจุภัณฑ์ช่วงแนะนำ..... 325
78 แสดงการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ขนาด 1500กรัม..... 326
79 แสดงการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ขนาด 750 กรัม..... 327
80 แสดงการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ขนาด 20 กรัม..... 327
81 บรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกดัสกินช่วงแนะนำ..... 328
82 ตราสินค้าผงซักฟอกดัสกินวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ช่วงเจริญเติบโต..... 329
83 แสดงตำแหน่งการวางตราสินค้าและขนาดของตราสินค้าวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์
ช่วงเจริญเติบโต..... 330
84 แสดงการออกแบบบริเวณด้านหน้าของบรรจุภัณฑ์ช่วงเจริญเติบโต..... 332

		หน้า
85	แสดงการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ขนาด 1500กรัม	333
86	แสดงการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ขนาด 750 กรัม	333
87	แสดงการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ขนาด 20 กรัม	334
88	บรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกดัสกินช่วงเจริญเติบโต	335
89	ตราสินค้าผงซักฟอกดัสกินวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ช่วงอิ่มตัว	336
90	แสดงตำแหน่งการวางตราสินค้าและขนาดของตราสินค้าวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ช่วงอิ่มตัว	337
91	แสดงการออกแบบบริเวณด้านหน้าของบรรจุภัณฑ์ช่วงอิ่มตัว	339
92	แสดงการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ขนาด 1500กรัม	339
93	แสดงการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ขนาด 750 กรัม	340
94	แสดงการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ขนาด 20 กรัม	340
95	บรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกดัสกินช่วงอิ่มตัว	341
96	ตราสินค้าผงซักฟอกดัสกินวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ช่วงถดถอย	342
97	แสดงตำแหน่งการวางตราสินค้าและขนาดของตราสินค้าวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ช่วงถดถอย	343
98	แสดงการออกแบบบริเวณด้านหน้าของบรรจุภัณฑ์ช่วงถดถอย	345
99	แสดงการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ขนาด 1500กรัม	346
100	แสดงการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ขนาด 750 กรัม	347
101	แสดงการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ขนาด 20 กรัม	347
102	บรรจุภัณฑ์ผงซักฟอกดัสกินช่วงถดถอย	348