

การออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับสุภาพสตรีวัยทำงาน



ศิลปนิพนธ์เพื่อเสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต  
สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์  
ธันวาคม 2559  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

DESIGN OF PORTABLE COMETLCS PACKAGE FOR WORKING WOMEN

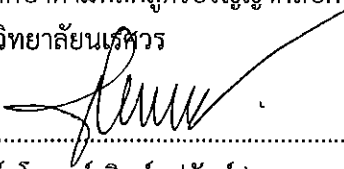


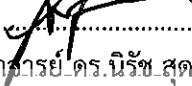
An Art Thesis Submitted in Partial Fulfillment  
of the Requirement for the Bachelor Degree of Fine and Applied Arts  
in Product and Package Design

December 2016

Copyright 2016 by Naresuan University

คณะกรรมการสอบได้พิจารณา ศิลปนิพนธ์เรื่องการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบ  
พกพาสำหรับสุภาพสตรีวัยทำงาน ของนางสาวอมรินทร์พย์ เกิดมัน แล้วเห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์  
ของมหาวิทยาลัยนเรศวร

  
.....ประธาน  
( อาจารย์ชโรธรณ์ ทิพย์อุปกัมภ์ )

  
.....กรรมการ  
( รองศาสตราจารย์ ดร. นิรัช สุตสังข์ )

  
.....กรรมการ  
( อาจารย์พัชรวัฒน์ สุริยงค์ )



## ประกาศคุณูปการ

ศิลปินพจน์ฉบับนี้ เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดี เพราะได้รับความอนุเคราะห์ช่วยเหลือจากคณาจารย์กราบขอบพระคุณ อาจารย์ชโรธรณ์ ทิพย์อุปลัมภ์ ซึ่งเป็นประธานที่ปรึกษาศิลปินพจน์ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าเป็นที่ปรึกษาพร้อมคำปรึกษา คำแนะนำ ตลอดเวลาในการทำศิลปินพจน์ฉบับนี้ ได้จากผู้มีพระคุณหลายท่าน และกรรมการสอบศิลปินพจน์ กราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. นิรัช สุดสังข์ และ อาจารย์พัชรวัฒน์ สุริยงค์ ที่คอยสนับสนุน ให้คำปรึกษา คำชี้แนะ ตรวจสอบความบกพร่องต่างๆด้วยความเมตตาเป็นอย่างมากมาตลอดตั้งแต่ต้นจนสำเร็จเสร็จสมบูรณ์ ขอกราบขอบพระคุณมากค่ะ

ผู้วิจัยได้รับความช่วยเหลือและคำแนะนำเกี่ยวกับงานวิจัยจากขอบคุณอาบออลาแหม่ม และ พี่แอน ผู้อำนวยการทำงาน และให้คำปรึกษา ขอขอบคุณครอบครัวผู้ให้กำลังใจสนับสนุนทุนทรัพย์ในการทำศิลปินพจน์ ขอขอบคุณคำแนะนำและแรงผลักดันในการทำงานจากเพื่อนทุกคนในการทำงานศิลปินพจน์ครั้งนี้

คุณค่า ความดี และคุณประโยชน์อันพึงศิลปินพจน์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอบและอุทิศแด่ผู้มีคุณทุกท่าน ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า วิจัยนี้จะสามารถเป็นประโยชน์ต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับสุภาพสตรีวัยทำงานและผู้สนใจไม่มากนักน้อยขอบแต่บุคคลอันเป็นที่รักของผู้วิจัยทั้งหมดที่ได้กล่าวมา

อมรินทร์ เกิดมัน

ชื่อเรื่อง	การออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับสภาพสตรีวัยทำงาน
ผู้วิจัย	นางสาวอมรทรัพย์ เกิดมัน
ประธานที่ปรึกษา กรรมการที่ปรึกษา	อาจารย์ชโรธรณ์ ทิพย์อุปลัมภ์ รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุตสังข์ อาจารย์พัชรวัฒน์ สุริยงค์
ประเภทสารนิพนธ์	ศิลปนิพนธ์ ศป.บ. สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ มหาวิทยาลัยนเรศวร พ.ศ.2558
คำสำคัญ	เครื่องสำอางแบบพกพา, ออกแบบบรรจุภัณฑ์, สภาพสตรีวัยทำงาน

### บทคัดย่อ

การวิจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับสภาพสตรีวัยทำงาน ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ศึกษาและวิเคราะห์การออกแบบเครื่องสำอางแบบพกพาเพื่อออกแบบนวัตกรรมในการใช้งานให้เหมาะกับผู้หญิงวัยทำงานในยุคปัจจุบัน

จากการศึกษาพบว่าออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพาสำหรับสภาพสตรีวัยทำงานได้รับความสนใจจากกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานเป็นอย่างดี จึงได้มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพาผู้หญิงวัยทำงานที่อายุระหว่าง 25-35 ปี อาศัยอยู่ในตัวเมืองที่มีความเร่งรีบ วุ่นวายมีลักษณะการทำงานที่ต้องพบเจอผู้คนจำนวนมากต้องเดินทางไปทำงานในหลายโอกาสและหลายสถานที่ จึงจำเป็นต้องสร้างภาพลักษณ์ความมั่นใจให้ตนเองตลอดเวลาในทุกที่ที่ต้องเดินทางไป จึงทำให้เกิดแนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพาสำหรับสภาพสตรีวัยทำงานที่มีนวัตกรรมในการใช้งานใช้แนวคิดในการออกแบบ (DesignConcept) คือ เส้นที่ให้คุณออกแบบได้ (EVERYONE'S Creative) บรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่มีความแปลกและมีโครงสร้างที่สนุกสนานมีลักษณะการเปิดใช้งานที่มีความน่าสนใจสะดวกในการใช้งานมากขึ้นเพื่อให้ผู้หญิงวัยทำงานได้ใช้บรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางที่ดี

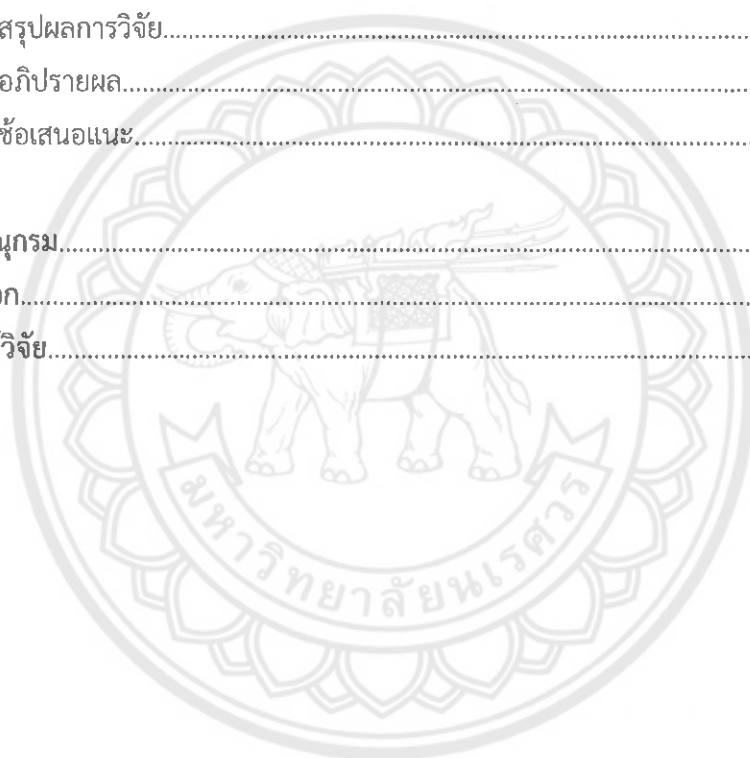
ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางในครั้งนี้ได้ผลว่าเป็นการแก้ไขปัญหาที่ผู้หญิงวัยทำงานนั้นต้องประสบในชีวิตประจำวัน ในส่วนของการแก้ไขน้ำหนักบรรจุภัณฑ์ที่มาก แก้ไขเรื่องบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสามารถเป็นรีฟิวที่ง่ายขึ้น สามารถพกพาสะดวกแขวานได้เพื่อความสะดวกสบายมากขึ้น

## สารบัญ

บทที่		หน้า	
1	บทนำ.....	1	
	ความเป็นมาของปัญหา.....	1	
	จุดมุ่งหมายของการวิจัย.....	3	
	ขอบเขตของการวิจัยบทนำ.....	3	
	ขอบเขตด้านการออกแบบ.....	4	
	ขอบเขตด้านระยะเวลา.....	4	
	ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	4	
	วิธีการดำเนินงานวิจัย.....	5	
	แผนการดำเนินงานตลอดโครงการ.....	5	
	คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย.....	6	
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย.....	6	
	2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
		ข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องสำอาง.....	8
หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง.....		32	
ข้อมูลเกี่ยวกับสตรีวัยทำงาน.....		55	
เอกสารผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....		62	
3		วิธีการดำเนินงานวิจัย.....	66
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	67	
	ศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบของการออกแบบ.....	67	
	กำหนดแนวความของการออกแบบ.....	67	
	การออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับผู้หญิงวัยทำงาน.....	67	

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย.....	70
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	70
ดำเนินการออกแบบ.....	71
5 บทสรุป.....	75
สรุปผลการวิจัย.....	75
อภิปรายผล.....	76
ข้อเสนอแนะ.....	77
บรรณานุกรม.....	77
ภาคผนวก.....	81
ประวัติผู้วิจัย.....	101



## สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการการวิจัย.....	2
2 ภาพตัวอย่างการแต่งหน้ายุคอียิปต์โบราณ.....	9
3 ภาพแต่งหน้าในยุคกรีกโบราณ.....	9
4 ภาพแต่งหน้าในยุคกลาง.....	10
5 ภาพแต่งหน้าในยุคศตวรรษที่ 16.....	10
6 ภาพแต่งหน้าในยุคศตวรรษที่ 18.....	11
7 ภาพแต่งหน้าในยุควิโตเรียน.....	11
8 ภาพแต่งหน้าในศตวรรษที่ 20.....	12
9 ภาพตัวอย่างรองพื้น.....	17
10 แสดงตัวอย่างเมคอัพเบส.....	17
11 ภาพตัวอย่าง บีบีครีม.....	18
12 แสดงตัวอย่างคอนซิลเลอร์.....	19
13 ภาพภาพตัวอย่าง ไฮไลท์.....	19
14 ภาพตัวอย่างเฉดต้ง.....	20
15 ภาพตัวอย่างแป้ง.....	20
16 ภาพภาพตัวอย่างคุชชั่น.....	20
17 ภาพตัวอย่าง ดินสอเขียนคิ้ว.....	21
18 ภาพตัวอย่างดินสอเขียนขอบตา.....	21
19 ภาพตัวอย่างเจลอายไลเนอร์.....	21
20 ภาพตัวอย่างเจลอายไลเนอร์แบบดินสอ.....	21
21 ภาพตัวอย่าง ภาพตัวอย่างเจลอายไลเนอร์แบบน้ำ.....	22
22 ภาพตัวอย่างสีทาตา.....	23
23 ภาพตัวอย่างชิมเมอร์.....	23
24 ภาพตัวอย่างกลิตเทอร์.....	24
25 ภาพตัวอย่างที่ปิดขนตา.....	24
26 ภาพตัวอย่างที่ปิดแก้ม.....	24
27 ภาพตัวอย่างที่ลิปสติกแคร้.....	25



## สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพ	หน้า
28 ภาพตัวอย่างที่ดินสอเขียนขอบปาก .....	25
29 ภาพตัวอย่างลิปสติกสี.....	26
30 ภาพตัวอย่างลิปกลอส.....	26
31 ภาพตัวอย่างทินท์.....	26
32 ภาพตัวอย่างฟองน้ำแต่งหน้า.....	27
33 ภาพตัวอย่างฟองน้ำแต่งหน้า.....	28
34 ภาพแสดงตัวอย่าง ลิปสติกแบบแผ่น (lipstick Stickers).....	40
35 ภาพแสดงตัวอย่าง อายแชโดว์แบบแผ่น(Eyeshadow Stickers.....	40
36 ภาพตัวอย่างเครื่องสำอางแบบออกแบบปรับแต่ง พาเลท(palette)ได้1.....	40
37 ภาพตัวอย่างเครื่องสำอางแบบออกแบบปรับแต่ง พาเลท(palette)ได้2.....	40
38 ภาพตัวอย่างเครื่องสำอางแบบทูอินวัน (Two in one) 1.....	41
39 ภาพตัวอย่างเครื่องสำอางแบบทูอินวัน (Two in one) 2.....	41
40 ภาพตัวอย่างเครื่องสำอางแบบทูอินวัน (Two in one) 1.....	41
41 ภาพตัวอย่างเครื่องสำอางแบบทูอินวัน (Two in one) 2.....	41
41 ภาพแสดงตัวอย่างนวัตกรรมการถอดประกอบ.....	42
42 ตัวอย่างสีเทรนด์2017.....	59
43 ภาพตัวอย่างเทรนด์การแต่งหน้าจาก M·A·C Cosmetics1.....	60
44 ภาพตัวอย่างเทรนด์การแต่งหน้าจาก M·A·C Cosmetics2.....	60
45 (ด้านซ้าย)ภาพแสดงข้อมูลที่น่าสนใจประกอบการออกแบบบรรจุภัณฑ์ .....	71
46 (ด้านขวา)ภาพแสดงข้อมูลที่น่าสนใจประกอบการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	71
46 ภาพแสดงแนวคิด EVERYONE ‘creativity.....	72
47 ภาพแสดงกราฟฟิกEVERYONE ‘creativity.....	73
48 แสดงภาพการออกแบบ บรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง แนวคิดEVERYONE ‘creativity.....	74
49 แสดงภาพการออกแบบ บรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง แนวคิด EVERYONE ‘creativity....	74
50 ภาพสัมภาษณ์ช่างแต่งหน้าผู้มีประสบการณ์การใช้เครื่องสำอาง.....	82

## สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพ		หน้า
51	ภาพสัมภาษณ์ผู้หญิงวัยทำงานผู้มีประสบการณ์การใช้เครื่องสำอาง.....	83
52	ภาพสัมภาษณ์พนักงานขายเครื่องสำอางผู้มีประสบการณ์การใช้เครื่องสำอาง.....	83
53	ภาพสัมภาษณ์พนักงานขายเครื่องสำอางผู้มีประสบการณ์การใช้เครื่องสำอาง(ด้านซ้าย).....	84
54	ภาพสัมภาษณ์พนักงานขายเครื่องสำอางผู้มีประสบการณ์การใช้เครื่องสำอาง(ด้านขวา).....	84
55	ภาพสัมภาษณ์พนักงานขายเครื่องสำอางผู้มีประสบการณ์การใช้เครื่องสำอาง.....	84
56	ภาพสัมภาษณ์พนักงานขายเครื่องสำอางผู้มีประสบการณ์การใช้เครื่องสำอาง.....	85
57	ภาพสัมภาษณ์พนักงานขายเครื่องสำอางผู้มีประสบการณ์การใช้เครื่องสำอาง.....	85
58	ภาพแบบร่างโครงสร้างบรรจุภัณฑ์(ด้านขวา).....	87
59	ภาพแบบร่างโครงสร้างบรรจุภัณฑ์(ด้านซ้าย).....	87
60	ภาพแบบร่างโครงสร้างบรรจุภัณฑ์.....	87
61	ภาพแบบร่างโครงสร้างบรรจุภัณฑ์.....	87
62	ภาพแบบร่างโครงสร้างบรรจุภัณฑ์.....	88
63	ภาพโครงสร้างบรรจุภัณฑ์.....	88
64	ภาพโลโก้ บรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง.....	89
65	ภาพที่แปรงที่ประกอบไนใช้ในกราฟฟิก.....	89
66	ภาพกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง.....	90
67	ภาพกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง.....	90
68	ภาพคลี่บรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง.....	91
69	ภาพคลี่บรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง.....	91
70	ภาพคลี่บรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง.....	92
71	ภาพการนำเสนอผลงาน1.....	94
72	ภาพการนำเสนอผลงาน2.....	94
73	ภาพการนำเสนอผลงาน3.....	94
74	ภาพการนำเสนอผลงาน4.....	95
75	ภาพการนำเสนอผลงาน5.....	96
76	ภาพการนำเสนอผลงาน6.....	97
77	ภาพการใช้งานถอดประกอบ.....	98
78	ภาพการใช้งานถอดประกอบ.....	98

### สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพ	หน้า
78 ภาพโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ภายนอก.....	99
79 ภาพขั้นตอนการทำผลงาน.....	99
80 ภาพขั้นตอนการทำผลงาน.....	100

### สารบัญ(ตาราง)

ตาราง	หน้า
1 ตารางแสดงแผนการดำเนินงานตลอดโครงการ.....	21
2 ตารางอารมณ์ ความรู้สึก รูปแบบ (mood and tone).....	22



## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาของปัญหา

การสร้างบุคลิกภาพที่ดีนั้นองค์ประกอบที่สำคัญคือการแต่งหน้าและการแต่งกายที่ดี ที่เหมาะสมกับวัย เหมาะสมในโอกาสต่างๆ เพราะการแต่งหน้าเปรียบเสมือนรักแรกพบ (First impression) ที่จะสร้างความประทับใจเมื่อแรกพบจากใบหน้า จะนำไปสู่มนุษยสัมพันธ์ที่ดี เป็นส่วนสำคัญของผู้หญิงวัยทำงานในการทำงานปัจจุบันเป็นอย่างมากจากคำกล่าวที่ว่า โกงงามเพราะชน คนงามเพราะแต่ง เป็นคำกล่าวที่ยังนิยมและใช้กันได้ดีอยู่เสมอ ดังนั้น ผู้หญิงยุคใหม่จึง ต้องให้ความสนใจในการสร้างความประทับใจแก่ผู้พบเห็นโดยการปรับปรุงบุคลิกภาพให้ดูดีตลอดเวลา เพราะการมีบุคลิกภาพดีของผู้หญิงนั้น เพื่อสร้างโอกาส หากผู้หญิงวัยทำงานมี บุคลิกภาพที่ดีเหมาะสม ที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาในการทำงานเป็น มีความสามารถในการครองใจคน ความสามารถในการสร้างความประทับใจ และการผูกมิตร ซึ่งบุคลิกภาพที่ดี ยังโน้มน้าวใจผู้อื่น ให้นิยม ชื่นชม ศรัทธา รักใคร่นับถือ และเกิดภาพลักษณ์ที่ดีอันเป็นประโยชน์ต่อองค์กรได้ ผู้หญิงกับเครื่องสำอางนั้นเป็นสิ่งของคู่กันกับเครื่องสำอาง (Cosmetics) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ทุกอย่างที่มีความตั้งใจหรือจงใจผลิตขึ้นมาสำหรับใช้กับบุคคลใดโดยตรง เพื่อความมุ่งหมายในการทำ ความสะอาด หรือการทำให้เกิดความสวยงามโดยเฉพาะ ภายใต้กฎหมายควบคุมอาหาร ยา และเครื่องสำอางของสหรัฐอเมริกา ความหมายรวมถึง ยาและสารต่างๆ ที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์เหล่านี้ด้วย ซึ่งจะต้องถูกควบคุมตามกฎหมาย และในด้านปฏิบัติการหรือเทคนิคต่างๆ ที่จะใช้ในการผลิตเครื่องสำอาง รวมทั้งการรักษาและเครื่องมือเครื่องใช้สำหรับการทำความสะอาดร่างกาย และการทำให้เกิดความสวยงามที่ใช้ในร้านเสริมสวยด้วย (หนังสือพิมพ์เภสัชกรรม, 2505) ปัจจุบันตลาดเครื่องสำอางในประเทศไทยกำลังเป็นที่นิยมเป็นอย่างมากและมีแนวโน้มความนิยม ไปสู่ตลาดอาเซียน(ASEAN)ส่งผลให้มีผู้ประกอบการสร้างแบรนด์เครื่องสำอางมากมายทำให้เกิด การแข่งขันที่สูงทำให้มีเครื่องสำอางมากมายในท้องตลาดที่สามารถหาซื้อได้ง่ายมากและมีทางเลือก ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางมากขึ้น เพราะช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ที่สะดวกสบายในการซื้อ มาสร้างเสริมความมั่นใจให้แก่ตนเองเพราะฉะนั้นจึงเป็นผลทำให้มีนักออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้อง ออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางให้มีความโดดเด่น แปลกใหม่ ในเรื่องกราฟฟิก รูปร่าง รูปทรง และในเรื่องฟังก์ชัน(function)การใช้งานที่มีนวัตกรรมที่สามารถอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ที่ง่ายขึ้นจึงจะทำให้บรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางประสบความสำเร็จเป็นที่นิยมในยุคปัจจุบันและในอนาคตต่อจากนี้

แต่บรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางตามท้องตลาดมีให้เลือกค่อนข้างน้อยและไม่สามารถตอบ โจทย์การใช้งานของผู้หญิงวัยทำงานในปัจจุบันได้ บรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางนั้นมีปัญหาในการใช้ งานด้านการพกพา เพราะการแต่งหน้าในชีวิตประจำวันของผู้หญิงวัยทำงานนั้นมีความสำคัญมาก เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีที่สมบูรณ์แบบเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการทำงานและสร้าง ความประทับใจให้แก่ผู้พบเห็นจึงจำเป็นต้องพกพาบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางติดตัวไปในสถานที่ ต่างๆแต่บรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง ในท้องตลาดจะมีน้ำหนักที่มากทั้งยังมีขนาดใหญ่ไม่สามารถ

พวกเขาได้สะดวก เพราะผู้หญิงทำงานส่วนใหญ่ที่มีที่พักอาศัยขนาดเล็กพื้นที่จำกัดมีความแออัด และปัญหาทางด้านคมนาคมในเรื่องรถติดทำให้ต้องมีความเร่งรีบ วุ่นวายด้วยเวลาที่มีจำกัดจึงทำให้ผู้หญิงวัยทำงานมีความจำเป็นต้องแต่งหน้าระหว่างเดินทางในรูปแบบต่างๆ เช่น การแต่งหน้า ระหว่างการเดินทางบนรถส่วนตัว (แนะนำให้เป็นผู้โดยสารเพื่อความปลอดภัยในการขับขี่ในท้องถนน) หรือการแต่งหน้าระหว่างการเดินทางบนเครื่องบิน เป็นต้น และมีปัญหาเรื่องการเปลี่ยนรีฟิว (Refill) ผลิตภัณฑ์สำหรับเติมในบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง เพราะบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางในท้องตลาดทั่วไปจะมีการเปลี่ยนรีฟิว (Refill) ที่ยุ่งยากก่อให้เกิดความเสียหายกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางด้านในเป็นปัญหาอย่างมากในบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางจึงก่อให้เกิดการปัญหาในการพกพาดังกล่าวจึงทำให้นักวิจัยต้องการศึกษาแนวทางแก้ไขปัญหาในบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางที่ไม่สามารถอำนวยความสะดวกในการพกพาและการใช้งานเพื่อไปพัฒนาต่อยอด

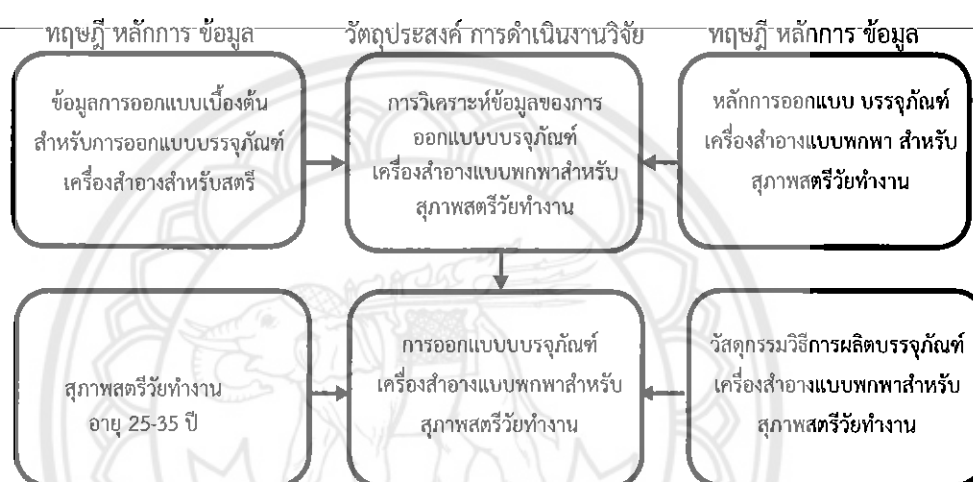
เนื่องจากบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางมีผลเป็นอย่างมากกับการแต่งหน้าของผู้หญิงวัยทำงาน เพราะบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางเป็นเหมือนเครื่องมือในการสร้างภาพลักษณ์และเป็นเครื่องประดับที่จะบอกตัวตนสำหรับผู้ที่พบเห็นในบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผู้หญิงวัยทำงานพกพาไปใช้งานในสถานที่ต่างๆ และในโอกาสต่างๆ เพราะผู้หญิงวัยทำงานอายุระหว่าง 25-35 ปี มีรายได้ 15,000 – 30,000 /เดือนขึ้นไป มีการดำเนินชีวิตเป็นกลุ่มรักการแต่งหน้า มั่นในตัวเองมีการทำงานที่มีการเดินทางอยู่บ่อยครั้ง ชอบแต่งตัว ชอบเปลี่ยนสไตล์การแต่งตัวใหม่ๆ เสมอทั้งสไตล์เท่ สไตล์หวาน สไตล์เปรี้ยว ไม่น่าเบื่อ ซึ่งมีลักษณะการใช้ชีวิตที่สนุกสนาน ชอบสังสรรค์ ชอบหาสิ่งของใหม่ๆ ตามเทรนด์อย่างสม่ำเสมอ อัปเดตเทรนด์ตามโลก ชอบการเข้าสังคม ปาร์ตี้สนุกสนาน แลกเปลี่ยนความคิดกับผู้คนมากๆ เป็นคนรักความสุข ชอบประดิษฐ์ประดอยมีความคิดสร้างสรรค์มีความคิดเป็นของตัวเองนักวิจัยจึงนำลักษณะวิถีการดำเนินชีวิตของผู้หญิงวัยทำงานมาออกแบบเพื่อตอบสนองความต้องการและแก้ไขปัญหาในบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางให้มีความสะดวกสบายใช้งานได้ในทุกสถานการณ์ เช่น การแขวน หรือการถอดประกอบให้มีความสนุกสนานสร้างเอกลักษณ์ให้ผู้หญิงวัยทำงานยุคใหม่ได้ออกแบบเสนอความงามที่บ่งบอกตัวตนให้ผู้ใช้งานบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับสุขภาพสตรี

ดังนั้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพาสำหรับสุขภาพสตรีวัยทำงานเพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพาเพื่ออำนวยความสะดวกการแต่งหน้าให้กับผู้หญิงวัยทำงานยุคใหม่ในปัจจุบันนักวิจัยจึงเกิดแนวคิดที่จะออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางด้วยนวัตกรรมการถอดประกอบแยกชิ้นส่วนเครื่องสำอางแต่ละชนิด จำนวน 6 ชิ้นประกอบด้วย แป้งอัดแข็ง (powder) บรัชออน (blush) ลิปสติก (lipstick) ฟัฟฟองน้ำแต่งหน้า (powder puff) อายชาโดว์ (Eyeshadow) แปรงแต่งหน้าขนาดพกพา (blush) ที่บรรจุอยู่ภายใต้ความต้องการของผู้ใช้หรือการแต่งหน้าในแต่ละวันที่มีสไตล์การแต่งหน้าแตกต่างกันไปและเพิ่มอุปกรณ์ที่สามารถแขวนกับผนังหรือพื้นที่ที่ต้องการใช้งานอุปกรณ์นี้สามารถติดตั้งหรือถอดออกบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางได้เมื่อไม่ต้องการใช้งานช่วยให้การแต่งหน้าง่ายขึ้น สนุกสนานขึ้น และบ่งบอกความเป็นตัวคุณ พร้อมนำผ่านการออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบพกพาสำหรับสุขภาพสตรีวัยทำงาน

### จุดมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์บรรจุกณ์ท์เครื่องสำอาง แบบพกพา สำหรับ สุภาพสตรีวัยทำงาน
2. เพื่อออกแบบบรรจุกณ์ท์เครื่องสำอางเครื่องสำอาง แบบพกพา สำหรับ สุภาพสตรีวัยทำงาน

### กรอบแนวความคิดในการวิจัย



### ขอบเขตของงานวิจัย

การศึกษางานวิจัยครั้งนี้เป็นการออกแบบบรรจุกณ์ท์เครื่องสำอางแบบพกพาสำหรับสุภาพสตรีวัยทำงาน

#### 1. ขอบเขตของการวิจัย

- 1.1 แนวคิดการออกแบบบรรจุกณ์ท์เครื่องสำอางแบบพกพา
- 1.2 กระบวนการออกแบบบรรจุกณ์ท์เครื่องสำอางแบบพกพา
- 1.3 รูปแบบของบรรจุกณ์ท์เครื่องสำอาง
- 1.4 เทคนิคผลิตการบรรจุกณ์ท์เครื่องสำอางแบบพกพา

## 2.ขอบเขตด้านการออกแบบ

การออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพาสำหรับสุภาพสตรีวัยทำงาน จำนวน 1 ชุด(collection) มีดังนี้บรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพา 1 ชุด 5 โครงสร้าง

2.1 พาเลทรวมเครื่องสำอาง	1 โครงสร้าง
2.2 ชั้นส่วนเครื่องสำอางแต่ละชนิด	1 โครงสร้าง
-แป้งอัดแข็ง (powder)	
-บรัชออน (blush)	
-ลิปสติก (lipstick)	
-พัฟฟองน้ำแต่งหน้า (powder puff)	
-อายชาโดว์ (Eyeshadow)	
-แปรงแต่งหน้าขนาดพกพา (blush)	
2.3 ถุงซิปปีงแบรנד	2 โครงสร้าง
2.4 กล่องบรรจุพาเลท	1 โครงสร้าง
2.5 กล่องรีฟิวแต่ละชนิด	1 โครงสร้าง
-แป้งอัดแข็ง (powder)	
-บรัชออน (blush)	
-ลิปสติก (lipstick)	
-พัฟฟองน้ำแต่งหน้า (powder puff)	
-อายชาโดว์ (Eyeshadow)	
-แปรงแต่งหน้าขนาดพกพา (blush)	
รวม	5 โครงสร้าง

## 3.ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษาวิจัยเรื่องนี้มีความเกี่ยวข้องกับลำดับช่วงเวลาพัฒนาการของการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางเป็นเวลา 4 เดือน เริ่มตั้งแต่ กันยายน พ.ศ 2559 – ธันวาคม พ.ศ 2559

## 4.ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

- เพศ : หญิง
- อายุ : 25-35ปี
- รายได้ : 15,000 – 30,000 /เดือนขึ้นไป
- อาชีพ : พนักงานประจำทั่วไป,ราชการ,นักออกแบบ

- วิธีการดำเนินชีวิต : เป็นกลุ่มรักการแต่งหน้า ที่มีการเดินทางอยู่บ่อยครั้ง มั่นใจในตนเองชอบแต่งตัวหลากหลายสไตล์ ชอบเปลี่ยนสไตล์การแต่งตัวที่แปลกแตกต่างจากผู้คนทั่วไป(unique)เสมอทั้งสไตล์เท่ สไตล์หวาน สไตล์เปรี้ยว ไม่น่าเบื่อ ซึ่งมีลักษณะการใช้ชีวิตที่สนุกสนาน ชอบสังสรรค์ หาสิ่งของใหม่ๆตามเทรนด์อย่างดี อัปเดตเทรนด์ตามโลก ชอบการเข้าสังคม ปาร์ตี้ สนุกสนาน แลกเปลี่ยนความคิดกับผู้คนเยอะๆ เป็นคนรักความสุข ชอบประดิษฐ์ประดิษฐ์มีความคิดสร้างสรรค์

### วิธีการดำเนินงานวิจัย

1. รวบรวมข้อมูลการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพา
2. ศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบของการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสุขภาพสตรีวัยทำงาน
3. กำหนดแนวคิดของการออกแบบและนำเสนอแบบร่าง
4. ออกแบบโครงสร้างและกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง
5. สรุปผลการวิจัย

### แผนการดำเนินงานตลอดโครงการ

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ก.ย	ต.ค	พ.ย	ธ.ค
1. รวบรวมข้อมูลการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบ		↔		
2.ศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบของการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสุขภาพสตรีวัยทำงาน		↔	↔	
3.วางแผนการดำเนิน		↔		
4.ออกแบบโครงสร้างและกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง			↔	↔
5.พัฒนารูปแบบของผลงานต้นแบบ		↔		
6.สรุปผลและจัดทำรายงาน				↔
7.เผยแพร่ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง				↔

### คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging Design) หมายถึง การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถป้องกันผลิตภัณฑ์ไม่ให้เกิดความเสียหายเพื่อส่งให้ถึงมือผู้บริโภคอย่างปลอดภัยและส่งเสริมการขายให้กับผลิตภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจ โดดเด่น พร้อมยังอำนวยความสะดวกให้ใช้งานโดยการนำนวัตกรรมการถอดประกอบแยกชิ้นส่วนปรับใช้ตามความต้องการของผู้ใช้งานในบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง



เครื่องสำอางพกพา (PortableCosmetics) หมายถึง รูปแบบการบรรจุผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ที่รวมหน่วยในหนึ่งเดียวมีขนาดเล็ก ที่สามารถนำติดตัวไปได้โดยง่าย ต้องมีขนาดเล็ก กระทัดรัด น้ำหนักน้อย เป็นรูปแบบที่แปลกใหม่ เก๋ สวยงาม ผู้วิจัยได้ออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางที่ตอบโจทย์การใช้งาน ของผู้หญิงวัยทำงานที่มีเวลาจำกัด เร่งรีบไปทำงานในสถานที่ต่างๆทั้งต่างจังหวัด ต่างประเทศ หรือการแต่งหน้าในระหว่างวัน

สุภาพสตรีวัยงาน (working woman) หมายถึง เพศหญิง มีอายุ 25-35 ปีรายได้ 15,000 30,000 บาท/เดือนขึ้นไป วิถีชีวิตเป็นกลุ่มรักการแต่งหน้า มีความมั่นใจในตัวเองสูงที่มีการแต่งตัว แต่งหน้า หลากหลายสไตล์ไม่จำเจ ซึ่งมีลักษณะการใช้ชีวิตที่มีอิสระสนุกสนาน รักการเดินทาง ท่องเที่ยวไปในสถานที่ต่างๆแปลกใหม่ ปารีส หรือ ท่องเที่ยวในต่างประเทศ เป็นสาวชอบ ประดิดประดอย ของเล็กน้อยด้วยตัวเอง เป็นสาวนำเทรนด์จะมีสิ่งใหม่อัปเดตชีวิตตลอดเวลา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย

1. ทราบข้อมูลบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพา ที่สามารถถอดประกอบ และห้อย หรือ แขนวได้
2. ทราบข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคที่แต่งหน้าระหว่างเดินทาง หรือในสถานที่ต่างๆ
3. ออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับสุภาพสตรีวัยทำงาน ให้สวยงามและ มีความสวยงามและความเหมาะสมกับการใช้งานสิน

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้จะเป็นการศึกษาค้นคว้าข้อมูลในด้านต่างๆที่จะเป็นแนวทางและผลต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบพกพาสำหรับสุขภาพสตรีวัยทำงาน โดยการรวบรวมข้อมูลและการทำวิจัย วิเคราะห์ อภิปราย เพื่อบทรูปในแต่ละหัวข้อ ก่อนที่จะนำไปสู่ขั้นตอนการออกแบบและแบบร่าง โดยแบ่งข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องสำอาง
  - 1.1 ความสำคัญและหน้าที่เครื่องสำอาง
  - 1.2 ประเภทเครื่องสำอาง
  - 1.3 กฎหมายจากเครื่องสำอาง
2. หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง
  - 2.1 ความสำคัญและหน้าที่บรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง
  - 2.2 หลักการและขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง
  - 2.3 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบนวัตกรรมในเครื่องสำอาง
  - 2.4 การออกแบบโครงสร้างบนบรรจุภัณฑ์
  - 2.5 การออกแบบกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์
  - 2.6 วัสดุบรรจุภัณฑ์
3. ข้อมูลเกี่ยวกับสตรีวัยทำงาน
  - 3.1 ข้อมูลที่เกี่ยวกับผู้หญิงวัยทำงาน
  - 3.2 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องการแต่งหน้าสำหรับผู้หญิงวัยทำงาน
  - 3.3 เทรนด์การแต่งหน้าในปี 2017-2018
4. เอกสารผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## 1. ข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องสำอาง

ความหมายของการออกแบบเครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์สิ่งปรุงเพื่อใช้บนผิวหนัง หรือส่วนใดส่วนหนึ่งของร่างกาย โดยใช้ทา ถู นวด ฟัน หรือโรย มีจุดประสงค์เพื่อทำความสะอาด หรือส่งเสริมให้เกิดความสวยงาม หรือเพื่อเปลี่ยนแปลงรูปลักษณะ คำว่า

เครื่องสำอาง (cosmetics) หมายถึง มีรากศัพท์มาจากภาษากรีกว่า kosmetikos ซึ่งมีความหมายว่า ตกแต่งให้สวยงามเพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้พบเห็น( คำว่า komos แปลว่า เครื่องประดับ) โดยในสมัยแรกๆนั้น ใช้เครื่องสำอางเนื่องจากความจำเป็น

ออกแบบ (Design) หมายถึง การออกแบบ แบบแผน ลวดลายเค้าโครง ซึ่งแสดงให้เห็นวิธีการหรือแนวทางในการทำบางสิ่งบางอย่าง แนวทางการทำบางสิ่งบางอย่าง เส้นและรูปร่างซึ่งเป็นที่มาของแบบหรือการตกแต่ง โดยมีจุดมุ่งหมายพิเศษเป็นการเฉพาะ

กล่าวโดยสรุปการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง หมายถึง การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางที่มีศิลปะ องค์ประกอบศิลป์ จากเส้นที่ที่แปร่ง การสับตัดแปร่งให้เกิดลวดลาย โครงสร้างเครื่องสำอาง รูปทรงสิ่งแปลกใหม่ สื่อเทคโนโลยี นวัตกรรมใหม่ๆที่สร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง ที่มีรูปแบบตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ผู้หญิงวัยทำงานยุคใหม่ ความสำคัญของการออกแบบบรรจุภัณฑ์การบรรจุภัณฑ์มีความสำคัญต่อการผลิต ต่อสินค้า คือ การรักษาคุณภาพและปกป้องตัวสินค้า มิให้เสียหายจากการปกเปื้อนฝุ่นละออง ความชื้น แสงแดด และให้ความสะดวกในเรื่องการขนส่ง การจัดเก็บมีความรวดเร็ว และสุดท้ายการบรรจุภัณฑ์เพื่อการจัดจำหน่ายเป็นสิ่งแรกที่ผู้บริโภคเห็น ดังนั้นบรรจุภัณฑ์ต้องทำหน้าที่ที่บอกกล่าว สิ่งต่างๆ ของตัวผลิตภัณฑ์โดยการบอกข้อมูลที่จำเป็นทั้งหมดของตัวสินค้านอกจากนั้นต้องมีรูปลักษณ์ที่สวยงามสะดุดตาเชิญชวนให้เกิดการซื้อเพื่อนำไปใช้และบอกต่อให้กับเพื่อนหรือคนอื่น

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า บรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางนั้นมีความสำคัญกับการยอดขายเพราะเป็นปัจจัยในการตัดสินใจซื้อเลือกในผลิตภัณฑ์นั้นๆพร้อมสื่อสาร ภาพลักษณ์ ข้อมูลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ตอบโจทย์ ความต้องการในยุคปัจจุบันของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานที่รักการแต่งหน้าให้มีความสะดวกสบายในการใช้งานให้มากขึ้น บรรจุภัณฑ์จึงเป็นเหมือนการการโฆษณาไปด้วยในตัวการออกแบบที่ดีจึงสามารถทำให้เพิ่มยอดขายทางการตลาด และเป็นการอำนวยความสะดวกในการขนส่ง เก็บรักษาผลิตภัณฑ์ด้านในให้คงสภาพความปลอดภัยถึงมือผู้บริโภคการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพาสำหรับสุขภาพสตรีวัยทำงานเพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพาเพื่ออำนวยความสะดวกการแต่งหน้าให้กับผู้หญิงวัยทำงานยุคใหม่ในปัจจุบันนักวิจัยจึงเกิดแนวคิดที่จะออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางด้วยนวัตกรรมการถอดประกอบแยกชิ้นส่วนเครื่องสำอางแต่ละชนิด ตามความต้องการผู้ใช้งาน

## 1.1 ความสำคัญและหน้าที่เครื่องสำอาง

1.1.1 ความสำคัญของเครื่องสำอาง เพราะเครื่องสำอางนั้นคู่กับสภาพสตรีมาตั้งแต่ 5,000 ปี มาแล้วการแต่งหน้าเป็นสิ่งที่อยู่คู่กับผู้หญิงมานานหลายพันปี มีวิวัฒนาการกันมากมายหลายเวอร์ชันกว่าจะเป็นลักษณะที่เราเห็นกันในปัจจุบัน ได้มีการทดลองใช้สารเคมีต่างๆ มาแต่งแต้มสีสันทนใบหน้ารวมทั้งสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปในแต่ละยุคสมัยเริ่มต้นการแต่งหน้าจากในยุคอียิปต์โบราณ

-ยุคอียิปต์โบราณ (3100-332 ปีก่อนคริสตกาล)สังคมอียิปต์โบราณเป็นสังคมที่เปิดรับการใช้เครื่องสำอางมาก ผู้คนจากทุกชนชั้น ทั้งผู้หญิงและผู้ชายต่างก็แต่งหน้ากันทุกวัน ผู้หญิงในยุคอียิปต์โบราณมีอิสรภาพในการทำสิ่งต่างๆ เมื่อเทียบกับยุคอื่น พวกเขาสามารถรับมรดกที่ดิน หรือมีธุรกิจเป็นของตัวเองได้



ภาพที่ 2 ภาพตัวอย่างการแต่งหน้ายุคอียิปต์โบราณ

ที่มา : <https://d3a8i5qo3kkh8d.cloudfront.net/attachments/store>

- กรีกโบราณ (800-600 ปีก่อนคริสตกาล)ถึงแม้ว่าในยุคนี้ผู้หญิงจะสามารถแต่งหน้าได้ แต่ไม่นิยมแต่งให้จัดจนเห็นเครื่องสำอางชัดเจน โดยเฉพาะในสังคมชั้นสูงซึ่งเชื่อว่าหน้าที่หลักของผู้หญิงคือการครองตัวเป็นพรหมจรรย์ อยู่บ้านและดูแลครอบครัว ผู้หญิงในสมัยนี้จึงแต่งหน้าบางๆ โดยใช้เพียงแป้งฝุ่นสีขาว และเติมสีสันทนใบหน้าอย่างบางเบาด้วยสีที่ได้จากพืชหรือผลไม้ อย่างเช่นสตรอเบอร์รี่ บางคนอาจเลือกใช้สีย้อมที่มีส่วนผสมของสารอันตรายอย่างตะกั่วและปรอท นอกจากนั้นยังเขียนคิ้วด้วยไม้อัดเผาให้ยาวจนจรดกันกลางหน้าผาก



ภาพที่ 3 ภาพแต่งหน้าในยุคกรีกโบราณ

ที่มา : <https://d3a8i5qo3kkh8d.cloudfront.net/attachments/store>

- ยุคกลาง (ศตวรรษที่ 5ศตวรรษที่15)ยุคนี้ศาสนาคริสต์เริ่มเข้ามามีอิทธิพลในสังคมยุโรป บรรดานักเขียนชาวคริสเตียนสร้างความเชื่อมโยงระหว่างเครื่องสำอางและการลอกกลาง ส่งผลให้ในสมัยนี้ การแต่งหน้ามิได้เป็นเพียงสิ่งที่ไร้รสนิยมแต่ยังเป็นบาปอีกด้วย ผู้หญิงจึงปรุงเครื่องประทินผิวขึ้นใช้เองที่บ้านเพื่อพยายามทำให้ผิวขาวเนียนใสไร้จุดด่างดำ



ภาพที่ 4 ภาพแต่งหน้าในยุคกลาง

ที่มา : <https://d3a8i5qo3kkh8d.cloudfront.net/attachments/store>

- ช่วงศตวรรษที่ 16 ในสมัยนั้นเวนิสเป็นเมืองหลวงแห่งแฟชั่น ปารีส และความบันเทิงต่างๆ ทำให้สตรีชั้นสูงในเวนิสต้องแต่งหน้าจัดเพื่อปกปิดร่องรอยการอดนอนเพราะไปรื่นเริงอยู่ในงานปาร์ตี้กันจนเช้า ร่องพื้นที่นิยมใช้กันชื่อว่า เวนีเซียน เซอรุส (Venetian Ceruse) ซึ่งราคาแพง มีฤทธิ์ทำให้ผิวขาวเหมือนหยวกกล้วย แต่มันมีส่วนผสมของผงตะกั่วขาวซึ่งอันตรายมาก นอกจากจะทำให้ลายสุขภาพผิวและทำให้ผมร่วงแล้ว หากใช้อย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลาานานร่องพื้นที่นี้อาจมีผลจนถึงขั้นเสียชีวิต ส่วนที่ปิดกั้นนิยมใช้สีแดงสด ทำมาจากผงปรอทซัลไฟด์ซึ่งเป็นอันตรายต่อผิวและร่างกายเช่นกัน



ภาพที่ 5 ภาพแต่งหน้าในยุคศตวรรษที่ 16

ที่มา : <https://d3a8i5qo3kkh8d.cloudfront.net/attachments/store>

- กลางศตวรรษที่ 18 ยุคนี้เมืองหลวงแห่งแฟชั่นของยุโรปย้ายมาอยู่ที่กรุงปารีส ลักษณะการแต่งหน้าที่โดดเด่นในสมัยนี้คือการปิดแก้มให้เห็นสีสันชัดเจน ซึ่งเป็นจุดที่ทำให้ขนชั้นสูงแตกต่างจากชนชั้นกลาง ตามหนังสือประวัติศาสตร์มักแสดงภาพมาตาม เดอ ปอมปาตูร์ (Madame de Pompadour) สนมเอกของพระเจ้าหลุยส์ที่ 15 พร้อมแก้มสีชมพูฉ่ำ ซึ่งเป็นที่มาของชื่อสี ปอมปาตูร์พิงค์ (Pompadour Pink)



ภาพที่ 6 ภาพแต่งหน้าในยุคศตวรรษที่ 18

ที่มา : <https://d3a8i5qo3kkh8d.cloudfront.net/attachments/store>

-ยุควิโตเรียน (ศตวรรษที่ 19)ยุคนี้เป็นช่วงหนึ่งในประวัติศาสตร์ที่มีกฎเกณฑ์สังคมที่เคร่งครัดที่สุด ส่วนหนึ่งเพราะพระนางวิกตอเรียเป็นพระราชินีที่เคร่งศาสนาและมีจริยธรรมสูง พระองค์มีพระราชดำรัสว่าการแต่งหน้าเป็นสิ่งหยาบคายและไม่เป็นกุลสตรี การแต่งหน้าเมื่อเข้าสังคมถือเป็นเรื่องไม่สุภาพ เพราะฉะนั้นในสมัยนี้ผู้หญิงแทบจะไม่แต่งหน้าเลย การเติมสีสันบนใบหน้าสามารถทำได้โดยใช้ลิปบาล์มที่มีสีอ่อนๆ การหยิกแก้มและการกัดริมฝีปากเท่านั้น บางคนอาจเลือกใช้กระดาษสีแดง ตัดเป็นชิ้นเล็กๆ ชุบน้ำพอหมาดและนำมาถูริมฝีปาก



ภาพที่ 7 ภาพแต่งหน้าในยุควิโตเรียน

ที่มา : <https://d3a8i5qo3kkh8d.cloudfront.net/attachments/store>

- ศตวรรษที่ 20 ในยุคที่อุตสาหกรรมภาพยนตร์เริ่มเฟื่องฟู ทำให้ผู้คนเริ่มหลงใหลในความงามของดาราชอว์ลิตต์ ไม่ว่าจะสาวคนไหนก็อยากจะมีหน้าตาสวยเหมือนพวกเธอ ประกอบกับเป็นช่วงที่รณรงค์เรื่องสิทธิสตรีอย่างแพร่หลาย ทำให้การแต่งหน้าได้รับความนิยมอย่างไม่เคยเป็นมาก่อน บุคคลทั่วไปเริ่มหาซื้อเครื่องสำอางได้ง่ายขึ้น และความงามของหญิงสาวกลายเป็นเครื่องแสดงถึงพลังของพวกเธอ ช่วงศตวรรษที่ 20 นี้เป็นช่วงที่ผู้หญิงมีอิสระในการแต่งหน้าตามที่ตัวเองต้องการโดยไม่ถูกปิดกั้นจากสังคมนับได้ว่าการแต่งหน้าถือเป็นสิ่งที่สะท้อนบทบาทของผู้หญิงและเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ในแต่ละยุคได้เป็นอย่างดี เพราะนอกจากจะเป็นเรื่องของความงามแล้วถ้าสังเกตดีๆ จะเห็นว่า การแต่งหน้าของผู้หญิงในแต่ละยุคสมัยดูจะมีความเกี่ยวพันไม่มากนักกับสถานะทางสังคมของผู้หญิงเองด้วย



ภาพที่ 8 ภาพแต่งหน้าในศตวรรษที่ 20

ที่มา : <https://d3a8i5qo3kkh8d.cloudfront.net/attachments/store>

ดังนั้นการแต่งหน้าจึงเป็นสิ่งที่พวกเธอสามารถทำได้ตามใจตนเองด้วยความสำคัญบรรจุกณ์ท์เครื่องสำอาง หน้าที่สำคัญที่สุดของบรรจุกณ์ท์ก็คือการปกป้องสินค้าให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ตั้งแต่หน้าส่งของผู้ผลิตจนมาถึงมือผู้บริโภค นักออกแบบบรรจุกณ์ท์ที่ดีจะต้องคำนึงถึงจุดนี้เป็นส่วนสำคัญที่สุด หากบรรจุกณ์ท์ไม่สามารถปกป้องสินค้าภายในให้อยู่ในสภาพดีได้ นั่นก็ไม่ใช่บรรจุกณ์ท์ที่ดี และถือเป็นการออกแบบที่ล้มเหลวเพราะบรรจุกณ์ท์ไม่สามารถทำหน้าที่โดยกำเนิดของมันได้ เรียกได้ว่าเป็นบรรจุกณ์ท์พิการ แต่เมื่อเราลองมองดูรอบๆ ตัวเรากลับพบว่า มีบรรจุกณ์ท์ลักษณะนี้อยู่เต็มไปหมด โดยเฉพาะอย่างยิ่งเราจะเห็นได้ชัดเจนจากผลิตภัณฑ์ที่แตกหักเสียหายได้ง่ายเช่นอาหารประเภทขนมกรุบกรอบ ซึ่งส่วนใหญ่ขนมด้านในมักจะแตกหักก่อนที่จะเราได้กัดมันให้แตกด้วยปากเพื่อลิ้มรสอันโอชะของมัน หรือกระทั่งบรรจุกณ์ท์ของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ราคาถูกลงบางชนิด เมื่อแกะออกมามักจะพบว่าสินค้าข้างในได้รับความเสียหายหรือเป็นรอยบุบ เป็นต้น

1.1.2 หน้าที่บรรจุกัณฑ์เครื่องสำอาง ปัญหาเหล่านี้เกิดจาก “ผู้ผลิต” สินค้าชนิดนั้นๆ ต้องการลดต้นทุนในการผลิตให้ต่ำที่สุด เพื่อจะได้มีกำไรจากการขายให้มากที่สุด จึงบีบให้นักออกแบบบรรจุกัณฑ์แทบจนตรอกด้วยงบประมาณในการออกแบบและพัฒนาบรรจุกัณฑ์อันแสนจำกัด และยังมีภารกิจกำหนดต้นทุนต่อชิ้นของบรรจุกัณฑ์ไว้ต่ำเตี้ยเรี่ยดิน ทำให้นักออกแบบแทบไม่มีทางออกในการออกแบบบรรจุกัณฑ์ที่มีคุณภาพเลย บางครั้งย่ำแย่ขนาดต้องหยิบเอาบรรจุกัณฑ์ของสินค้าหนึ่งมาใส่สินค้าอีกชนิดหนึ่ง ผลลัพธ์จึงออกมาเป็นบรรจุกัณฑ์คุณภาพต่ำอย่างที่เราเห็นกัน เช่นคุกกี้บางยี่ห้อที่ใช้ซองพลาสติกธรรมดาามาหุ้มไว้ เมื่อแกะออกมาที่รีก็พบแต่ชิ้นที่แตกก่อนจะได้รับประทานทุกที นอกจากผู้ผลิตบางรายจะมองข้ามความสำคัญของบรรจุกัณฑ์ไปแล้ว ยังกลับไปทุ่มงบประมาณมหาศาลไปกับการทำการตลาดให้แก่ผลิตภัณฑ์ของตัวเอง เช่นจ้างนางแบบค่าตัวแพงลิบมาเป็นพรีเซ็นเตอร์ สามารถซื้อสื่อ ซื้อพื้นที่ในการประกาศโฆษณาให้โลกรับรู้ว่าสินค้านี้มีตัวตนอยู่ มีตัวอย่างโน้มนำอย่างนี้ได้โดยไม่ต้องรอให้ผู้บริโภคพิสูจน์ถึงคุณภาพสินค้าและบอกต่อ ถ้ามีทุนหนาแบบนี้ก็ไม่เป็นไร แต่หากเป็นผู้ประกอบการรายย่อยที่ไม่มีเงินลงทุนถึงให้ใช้แบบนี้ล่ะจะทำอย่างไรจึงจะสามารถมีจุดยืนในตลาดร่วมกับกับบริษัทยักษ์ใหญ่เหล่านั้นได้ การสร้างความแตกต่างคือคำตอบ เพราะเมื่อใดก็ตามที่สินค้าสองยี่ห้อีราคาใกล้เคียงกัน มีคุณภาพไม่ต่างกัน หรือบางที่เป็นสินค้าจากโรงงานเดียวกัน แต่แปะป้ายคนละยี่ห้อ ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าโดยเลือกที่ดีไซน์ของบรรจุกัณฑ์เป็นหลัก บรรจุกัณฑ์ที่ดีไซน์แปลกใหม่กว่า มีประโยชน์ใช้สอยมากกว่า เปิดปิดสะดวกกว่า สวยงามกว่า แลดูมีคุณภาพมากกว่าก็จะซื้อเป็นนัยๆ ถึงคุณภาพของสินค้าภาพในว่าดีกว่าของคู่แข่ง บริษัทผู้ผลิตเชื่อถือได้ ซึ่งอาจจะจริงหรือไม่เป็นความจริงก็ได้ แต่การที่ผู้บริโภคมีทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของเราไปในทางที่ดีกว่าของคู่แข่งก็ย่อมเป็นการเพิ่มมูลค่าและภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้มากยิ่งขึ้น และยังถ้าสินค้าภายในมีคุณภาพด้วยแล้วก็จะเกิดการบอกต่อๆ กันไปจากปากของผู้บริโภค ทำให้เราไม่ต้องทุ่มงบประมาณมหาศาลไปกับการทำการตลาด แต่เอางบประมาณเหล่านั้นมาพัฒนาบรรจุกัณฑ์และผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพยิ่งขึ้นขึ้นไปจะดีกว่าความสำคัญของเครื่องสำอางต่อผู้หญิงวัยทำงานในด้านต่างๆส่งเสริมให้เกิดความสวยงามที่มีอยู่ในตัวผู้หญิงทุกคนคนในปัจจุบันเรื่องความสวยความงามนั้นมาในอันดับต้นๆของผู้หญิงทั่วประเทศไทยเลยก็ว่าได้ การแต่งหน้านับเป็นปัจจัยสำคัญในชีวิตของผู้หญิงจำนวนมาก หากลองเอ่ยถามสุภาพสตรีใกลึๆ ตัว แน่نونว่าหนึ่งในกิจวัตรหลักอย่างหนึ่งของสุภาพสตรีหลายๆ คนก่อนออกจากบ้าน คือ การแต่งหน้า อาจจะเพื่อความสวยงาม ปกปิดสิ่งที่ไม่อยากเปิดเผย เสริมความมั่นใจ และอีกเหตุผลนานับประการ แต่ทั้งหมดทั้งปวงนั้นก็ล้วนแต่ทำให้การแต่งหน้ากลายเป็นรายการอันดับต้นๆ ที่คุณผู้หญิงต้องทำ



- การเสริมบุคลิกภาพ บุคลิกภาพที่ดี(Good Personality) เป็นเสน่ห์ที่ติดตัวไปตลอดชีวิต บุคลิกภาพจึงเป็นส่วนสำคัญยิ่งอย่างหนึ่งสำหรับผู้หญิงวัยทำงาน เพราะเป็นสิ่งที่แสดงถึงตัวตนและภาพลักษณ์ที่ก่อให้เกิดความศรัทธา ความน่าเชื่อถือ และความประทับใจแก่ผู้พบเห็นคนส่วนมากมีความเข้าใจที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับคำว่า “บุคลิกภาพ” (Personality) หลายคนอาจคิดว่าการมีรูปร่างหน้าตาเป็นอาวุธ หล่อเหลา สวยงาม เป็นการมีบุคลิกภาพที่ดี ซึ่งเป็นความเข้าใจที่ไม่ถูกต้องเพราะองค์ประกอบเรื่องรูปร่างหน้าตานั้นเป็นเพียงส่วนหนึ่งบุคลิกภาพเท่านั้น หากใครเกิดมาแล้วมีหน้าตาดีนั้นเป็นเพียงข้อได้เปรียบที่ทำให้คุณมีความดึงดูดและน่าสนใจมากกว่าคนอื่นที่หน้าตาธรรมดาๆ การเกิดมามีหน้าตาดีถือเป็นพื้นฐานหรือการเริ่มต้นที่ดี หากมีการนำความได้เปรียบตรงนี้มาต่อยอดหรือพัฒนาเพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพ (Personality Development) ให้ดียิ่งขึ้นก็จะเป็นเสน่ห์และเกิดประโยชน์กับตัวเอง แต่ถ้าคิดว่าการมีรูปร่างหน้าตาเป็นอาวุธนั้นเพียงพอแล้ว นั่นคือการเข้าใจผิดอย่างร้ายแรง คนที่มีบุคลิกภาพที่ดีเป็นที่สนใจของคนรอบข้างที่ได้พบปะพูดคุยด้วย ไม่จำเป็นต้องเป็นคนหน้าตาดีแต่สิ่งที่ทำให้ใครสักคนมีบุคลิกภาพที่ดีเหนือกว่าคนอื่นได้นั้นเกิดจากองค์ประกอบหรือคุณสมบัติหลายๆอย่างรวมกันและเป็นคุณสมบัติที่สามารถพัฒนาฝึกฝนให้เกิดขึ้นได้ จนกลายเป็นสิ่งที่คนทั่วไปเรียกว่า “ความมีเสน่ห์” นั่นเองคนที่มีความมีเสน่ห์ (Charming) คือคนที่มีบุคลิกภาพที่ดีซึ่งไม่จำเป็นต้องเป็นคนที่หน้าตาหล่อเหลาหรือสวยงามราวกับดารา ความมีเสน่ห์หรือบุคลิกภาพที่ดีเป็นคุณสมบัติที่สามารถฝึกฝนให้เกิดขึ้นได้โดยอาศัยความตั้งใจ ในการพัฒนาบุคลิกภาพเป็นพื้นฐานสำคัญโดยคิดถึงผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นจากการพัฒนาบุคลิกภาพนั้นคือ เป็นที่ถูกตาต้องใจ น่าคบหาของใครต่อใครที่ได้พบพูดคุยโดยไม่จำเป็นต้องสวยหรือหล่อหน้าใสอย่างดาราเกาหลีสิ่งสำคัญที่ต้องตระหนักคือ รูปร่างหน้าตาเป็นเพียงส่วนหนึ่งของบุคลิกภาพภายนอกที่ไม่จีรังยั่งยืนย่อมเกิดการเปลี่ยนแปลงเมื่อเวลาผ่านไป แต่การมีเสน่ห์หรือบุคลิกภาพที่ดีทั้งบุคลิกภาพภายในและบุคลิกภาพภายนอกเรียกว่าสมบูรณ์ครบถ้วนจะทำให้คุณเป็นคนมีเสน่ห์และความมีเสน่ห์หรือบุคลิกภาพที่ดี (Good Personality) นี้เองที่จะเป็นสิ่งติดตัวคุณไปตลอดชีวิต

- การเสริมภาพลักษณ์ทางด้านฐานะ การแต่งหน้าอย่างสวยงามเหมาะสมกับสถานภาพ บทบาท และโอกาส เป็นส่วนสำคัญอย่างหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมให้สุขภาพสตรีมีบุคลิกภาพที่ดีขึ้นในการทำงานใด ๆ ก็ตามจะต้องทำให้ดีที่สุดเท่าที่จะดีได้ ต้องทำด้วยท่าทางคล่องแคล่ว ด้วยความชำนาญ และให้ได้ผลงานดีเด่น ทำด้วยความมุ่งมั่นตั้งใจอย่าให้น้อยไปกว่าความสามารถที่เรามีหรือทำได้ความน่าชื่นใจของผู้ร่วมงานหรือหัวหน้างานทุกคนก็คือ การมีเพื่อนร่วมงานหรือลูกน้องที่ทำงาน “เต็มความสามารถ” อยู่ตลอดเวลา นั่นคือบุคลิกแห่งความสำเร็จสามารถนำมาใช้ได้กับทุกคนที่ทำหน้าที่ จะต้องคอยตอบคำถาม ประสานงาน ให้ความร่วมมือและความช่วยเหลือแก่ผู้รับบริการทั้งหลาย นั้นหมายความว่า การมีบุคลิกภาพที่ดีย่อมมีเสน่ห์ดึงดูดใจ เป็นเสมือนโชคล่องใจผู้พบเห็นให้เกิดความประทับใจ ความมั่นใจในการทำงานตัวผู้หญิงคนนั้น ซึ่งมีใช่เป็นเพียงแค่ผู้พบเห็นคนใดคนหนึ่งเท่านั้น

นอกจากนี้การมีบุคลิกภาพที่ดีสามารถบ่งบอกนัยของการทำงานบางอย่างนั่นก็คือ การเตรียมความพร้อมที่มีต่อการทำงาน เป็นผู้พร้อมที่จะรับผิดชอบงานในทุกรูปแบบ พร้อมทั้งจะเผชิญปัญหาและอุปสรรคนานาประการ รวมถึงมีความพร้อมต่อการสร้างปฏิสัมพันธ์และการพูดคุยกับผู้อื่น ดังนั้นการแต่งหน้าจึงเป็นเสมือนภาพลักษณ์ภายนอกที่สำคัญ ถือว่าเป็นหน้าตาและกระจกส่องภาพพจน์ของตนเองที่มีต่อสายตา

- การเสริมภาพลักษณ์เพื่อเข้าสังคม ทั้งนี้จะพบว่าในวงการการทำงานเน้นมนุษย์สัมพันธ์มากโดยเฉพาะในเรื่องของการสื่อสาร เนื่องจากการทำงานไม่เพียงแต่จะเข้ากับบุคคลอื่นได้ ยังต้องสื่อสารให้ผู้อื่นเข้าใจได้เป็นอย่างดีและสอนงานคนอื่นได้ด้วย องค์การทำงานมักไม่นิยมคนเก่งที่ถ่ายทอดหรือสอนงานหรือทำงานกลุ่มไม่เป็นทำตนให้มีความสุขในทุกสภาพของสิ่งแวดล้อม เราอาจเป็นคนชอบสันโดษ แต่ถ้าเขามีงานรื่นเริง ไม่ว่าจะในระหว่างเพื่อน ระหว่างรุ่นพี่ กับรุ่นน้อง เราก็ต้องแสดงความพอใจที่จะร่วมด้วยได้ เป็นต้น หรือเราอาจมีวิธีทำงานที่ต่างไปจากคนอื่น แต่เราก็ต้องสามารถผ่อนปรนได้บ้างโดยไม่กระทบกระเทือนถึงอิสระในความคิดอ่านของผู้อื่น

- การสร้างความเชื่อมั่น ลักษณะในส่วนนี้จะส่งผลให้มีความรับผิดชอบ ตรงเวลา ทำงานอย่างมีเป้าหมาย ที่ชัดเจน สามารถคาดคะเนความสำเร็จได้ล่วงหน้าและรู้จักทำงานอย่างมีแผน มีระบบงานที่ดีควรหมายถึงการมีศรัทธาในตนเอง เชื่อมั่น เชื่อถือในคุณค่า ความสามารถ รูปลักษณ์ บุคลิกลักษณะ ตลอดจนความรู้และหัวใจจิตหัวใจของตนเอง ทำให้ไม่มีความประหม่า มีความกล้า วินิจฉัยปัญหาได้ด้วยตนเอง ตัดสินใจได้ด้วยตนเอง สามารถคาดการณ์ล่วงหน้าได้พอสมควรว่า ถ้าลงมือกระทำไปแล้วจะได้รับผลอย่างไรความแน่ใจในอันที่จะเดิน จะลุกจะนั่ง จะทำ จะพูด จะคิด หรือแสดงออกต่อหน้าสาธารณชนอย่างสร้างสรรค์ และมีความสุขสิ่งที่จะช่วยให้แต่ละคนมีความมั่นใจในตนเองมีความรู้สึกมั่นคง

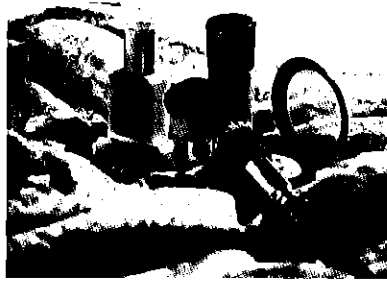
- การสร้างความมั่นใจ ความมั่นใจในตนเอง เป็นผลลัพธ์ของการผสมกันระหว่างความสามารถของตนเองและความภาคภูมิใจในตนเอง และเป็นส่วนประกอบหนึ่งที่สำคัญยิ่งของความเป็นมนุษย์ [1] ความสามารถของตนเองเป็นความรู้สึกจากภายใน หรือเป็นความเชื่อที่ว่าตลอดชีวิตของเรา เราสามารถทำภารกิจหรือบรรลุเป้าหมายต่างๆ ได้สำเร็จมากมาย ความภาคภูมิใจในตนเองก็คล้ายๆ กัน แต่จะเป็นเรื่องของการที่เราเชื่อว่ามีความสามารถที่จะทำอะไรก็ตามและเราสมควรได้ใช้ชีวิตอย่างมีความสุข โดยทั่วไปแล้ว คนที่มีความมั่นใจในตนเองนั้นพอใจกับการเป็นตัวเอง พร้อมทั้งจะเสี่ยงเพื่อบรรลุเป้าหมายส่วนตัวและเป้าหมายด้านการงาน และมองอนาคตในแง่บวก อย่างไรก็ตามคนที่ขาดความมั่นใจในตนเองนั้นมักคิดว่าเขาไม่สามารถบรรลุเป้าหมายของตนเองได้ และมักจะมองตัวเองและความไฝฝืนของตนในแง่ลบ แต่ว่าเรามีข่าวดีมาบอก ความมั่นใจในตนเองนั้นเป็นสิ่งที่คุณสามารถสร้างขึ้นมาเองได้! อำพรางจุดบกพร่องของผิวหน้า โครงสร้างรูปหน้า รวมทั้งเสริมจุดเด่นบนใบหน้าให้ดูน่าสนใจสิ่งที่สำคัญที่สุดอันดับแรกคือ หัตถ์คนคิดที่มีต่อตนเอง ในแต่ละวันต้องหมั่นปลูกเร้าความคิดตน ให้มีความเชื่อมั่นในตนเอง โดยเชื่อมั่นว่าตนมีความสามารถที่จะทำงานได้สำเร็จ เช่นเดียวกับผู้อื่น หมั่นชื่นชมตนเองกับความสำเร็จที่ผ่านมา แม้เป็นเรื่องเล็กน้อย

## 1.2 ประเภทเครื่องสำอาง

1.2.1 เครื่องสำอางที่ไม่ได้แต่งสีของผิว เครื่องสำอางประเภทนี้ ใช้สำหรับการทำความสะอาด สะอาดผิวหนัง หรือใช้เพื่อป้องกันผิวหนังไม่ให้เกิดอันตรายจากสิ่งแวดล้อม เครื่องสำอางประเภทนี้ได้แก่ เครื่องสำอางสำหรับผม (Hair cosmetics) แชมพู (shampoos) น้ำยาโกรกผม (hair rinses) น้ำยาจับลอนผม (wave sets) น้ำยาดัดผม (hair permanent waving) สิ่งปรุงเพื่อใช้กำจัดรังแค (antidandruff) สิ่งปรุงแต่งสีของเส้นผมและขน (hair colouring) สิ่งปรุงปรับสภาพเส้นผม (hair conditioners) สิ่งปรุงแต่งทรงผม (hair dressing or hair grooming) เครื่องสำอางสำหรับใบหน้า (face-cosmetics) ครีมและโลชั่นล้างหน้า (cleansing cream and lotions) สิ่งปรุงสมานผิวและสิ่งปรุงทำให้ผิวสดชื่น (astringent preparations and skin fresheners) เครื่องหอม (fragrances) น้ำหอม (alcoholic fragrances) ครีมหอมและเครื่องหอมชนิดแข็ง (emulsified and solid fragrances) เบ็ดเตล็ด (miscellaneous cosmetics) สิ่งปรุงสำหรับการโกน (shaving preparations) สบู่สำหรับการโกน (shaving soaps) ครีมสำหรับการโกน (shaving creams) สิ่งปรุงสำหรับใช้ก่อนการโกน (pre-shave preparations) สิ่งปรุงสำหรับใช้หลังการโกน (after-shave preparations) สิ่งปรุงที่ทำให้สีผิวจางและฟอกสีผิว (skin lighteners and bleaching preparations) สิ่งปรุงผสมน้ำอาบ (bath preparations) ผุ่นโรยตัว (dusting powders) สิ่งปรุงทำให้ขนร่วง (depilatories)

1.2.2 เครื่องสำอางที่แต่งสีผิว เครื่องสำอางที่ใช้แต่งสีผิว เครื่องสำอางประเภทนี้ ใช้สำหรับการแต่งสีของผิวให้มีสีสดสวยขึ้นจากผิวธรรมชาติที่เป็นอยู่

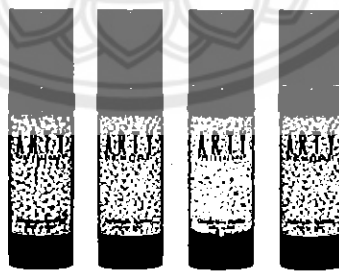
-รองพื้น (Foundation) เนื้อแมท (matt) ทาแล้วจะมีผิวด้าน เป็นธรรมชาติ ไม่มีความแวววาว เหมาะสำหรับคนหน้ามัน เพราะไม่มีน้ำมันเป็นส่วนผสม สูตรน้ำ (liquid) เนื้อเบา รองจากรองพื้นแบบมูสบางเบา ใช้แต่งหน้าที่ไม่จำเป็นต้องปกปิดมาก ลักษณะเป็นของเหลวข้นสีเนื้อเป็นรองพื้น เนื้อบางมากที่สุด ลักษณะคล้ายมูสที่ใสผอมคละ แต่สำหรับจะเบามาก เบาที่สุดในบรรดารองพื้นทั้งหมด ปกปิดน้อยถึงปานกลาง เนื้อครีม ปกปิดมากขึ้นมาอีกชั้นหนึ่ง ลักษณะเป็นครีมข้น มีส่วนผสมของน้ำมัน มีทั้งแบบวาวและเนื้อแมทไม่วาว แต่เนื้อค่อนข้างหนา เนียนมาก รองพื้นชนิดนี้เป็นรองพื้นที่ทำง่ายและเป็นที่ยอมรับมากที่สุดรองพื้นชนิดนี้ทำให้การปกปิดสูงกว่าชนิดอื่นๆ มีความเข้มข้นมากจนอัดเป็นแท่งได้ ช่างมืออาชีพนิยมใช้เพื่อแต่งหน้าให้กับนางแบบใสสดดูโอทีต้องใช้แสงๆ ไฟจัดในการถ่ายภาพอีกทั้งสมัยนี้มีรองพื้นที่ทำเมื่อทาไปแล้วสามารถเปลี่ยนเป็นเนื้อแป้งโดยไม่ต้องลงแป้งทับออกมาหลายยี่ห้อแล้ว รองพื้นชนิดนี้เหมาะสำหรับคนที่ไม่มีเวลาและต้องการความรวดเร็วในการแต่งหน้า วิธีการใช้การพรีนเลือกและผสมสีรองพื้นให้เข้ากับสีผิวมากที่สุด โดยลองที่บริเวณกรามเพื่อเปรียบเทียบสีผิวใช้ฟองน้ำ แปรงเกลี่ย หรือนิ้วมือก็ได้ แต่รองพื้นแล้วเกลี่ยให้ทั่วใบหน้า เตรียมการผิวให้พร้อมก่อนแต่งหน้าเพื่อความติดทนนานตลอดวันควรฉีดน้ำแร่พรมบนหน้าด้วย



ภาพที่ 9 แสดงตัวอย่างรองพื้น

ที่มา: <http://itisacucumber.blogspot.com/2013/02/blog-post.html>

- เมคอัพเบส (Makeup base) ช่วยทำให้ผิวหน้าเรียบเนียน ปกปิดรูขุมขน ลมก่อนลงรองพื้นไม่มีสีลักษณะของ make up base เนื้อใส หรือเนื้อเจลซิลิโคน ช่วยทำให้ผิวหน้าเรียบเนียน ปกปิดรูขุมขน ลมก่อนลงรองพื้นไม่มีสีเบสสีเขียว ช่วยให้ผิวหน้าดูขาวผ่อง สาวผิวเหลืองทั้งหลายก็จะไม่เหลืองเป็นเวตานอีกต่อไปเบสสีชมพู เหมาะกับคนที่มีผิวขาวซีดไม่ค่อยมีเลือดฝาด ซึ่งจะช่วยให้ดูมีน้ำมีนวลขึ้นเบสสีขาว เพิ่มมิติ และความแวววาวให้กับใบหน้า ทำให้ผิวดูโกลว์ ผ่องขึ้น แต่ห้ามใช้ในจำนวนมากไปเพราะจะเหมือนหน้ามันเบสสีเนื้อ ส่วนมากจะมีประกายผสมอยู่ด้วย เห็นง่าย ๆ ในเทรน แต่งหน้าแบบเกาหลีที่หน้าจะเลื่อมๆ ดูเซ็กซี่ ทำให้ผิวดูเพอร์เฟ็คขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเบสสีม่วง เหมาะสำหรับคนที่มีผิวหน้าหมองคล้ำ เช่นผิวไม่สดใส นอนดึก พักผ่อนน้อย เนื้อก็จะเป็นสีม่วงอ่อน หรือเข้มแตกต่างกันไปตามยี่ห้อเบสสีเหลือง เหมาะอย่างยิ่งสำหรับชาวผิวคล้ำที่อยากขาว สีเหลืองจะช่วยทำให้ผิวที่มีสีดําหรือคล้ำสว่างขึ้นอย่างธรรมชาติลองคิดดูง่ายๆ หากคุณเอากระดาษสีน้ำตาลมาระบายสีขาวลงไปมันจะเป็นสีเนื้อเข้มออกจะเทาๆ หมองไปเลย แต่ถ้าใช้สีเหลืองระบายทับกระดาษสีน้ำตาลนอกจจะดูขาวขึ้น ดูเป็นธรรมชาติแล้ว ยังทำให้ไม่หลุดลอกตา



ภาพที่ 10 แสดงตัวอย่างเมคอัพเบส

ที่มา: <http://itisacucumber.blogspot.com/2013/02/blog-post.html>

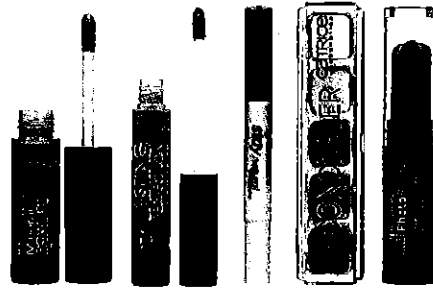
- บีบีครีม (BB Cream) BB Cream ย่อมาจาก Blemish Balm Cream เป็น ครีมปรับสภาพผิวหน้าให้เนียนใส ที่รวมทั้งเบสและครีมรองพื้นในตัวเดียวกัน เน้นความปกปิดที่เป็นธรรมชาติ กว่ารองพื้น เนื้อบางเบาเกลี่ยง่าย ทำให้การแต่งหน้าดูเป็นธรรมชาติ เหมาะกับสาว ๆ ที่ผิวแพ้ง่าย สาว ๆ ที่มีรอยแดงๆ เหนือบนใบหน้า บีบีครีมจะช่วยปรับสภาพสีผิวให้เป็นปกติ และยังปรับได้เข้ากับทุกสีผิว ดังนั้นบีบี ครีมจึงไม่มีเฉดสีให้เลือกประโยชน์ของ BB Cream ใช้สำหรับปกปิดรอยแผลเป็นจากสิว รอย กระ รอยฝ้าช่วยปกปิดจุดด่างดำ และปกปิดริ้วรอยบนใบหน้าช่วยปรับสีผิวให้ใบหน้ากระจ่างใสช่วยให้ ผิวหน้าเนียนนุ่มช่วยควบคุมความมันได้ยาวนานยิ่งขึ้นความแตกต่างระหว่างบีบีครีม และครีมรอง พื้นBB Cream จะมีทั้ง Base + Foundation + Sun Block + skincareพอทาแล้วจะบางเบากว่าทา รองพื้น ปกปิดได้ไม่มากแต่ช่วยเรื่องปรับสีผิว และหน้าเนียนใส เทคนิคการใช้ BB Cream ใช้ B.B Cream หลังจากขั้นตอนบำรุงผิวด้วยมอยส์เจอไรเซอร์ แนะนำให้เลือก B.B Cream ที่มีส่วนผสมของ ครีมกันแดด เพื่อจะได้ข้ามขั้นตอนการทาครีมกันแดดไป จากนั้น บีบี B.B Cream ขนาด เท่าเม็ด ข้าวโพด แล้วเกลี่ยเนื้อครีมให้ทั่วใบหน้า ถ้ารู้สึกวุ้นเนื้อครีมขาวไปก็ให้เกลี่ยเบาๆ ทั่วใบหน้าจนกว่าเนื้อ ครีมจะเข้ากับสีผิว แล้วใช้แผ่นฟิล์มซับมัน ซับความมันส่วนเกินออก จากนั้นปิดแก้ม และลงแป้งฝุ่นทับ เพื่อลดความมันเหนอะหนะของเนื้อครีมส่วนใหญ่ B.B Cream จะมีสารกันแดดเป็นส่วนผสมด้วย ดังนั้นควรทำความสะอาดผิวหน้าด้วยผลิตภัณฑ์ล้างเครื่องสำอางโดยเฉพาะ



ภาพที่ 11 แสดงตัวอย่างบีบีครีม

ที่มา: <http://itisacucumber.blogspot.com/2013/02/blog-post.html>

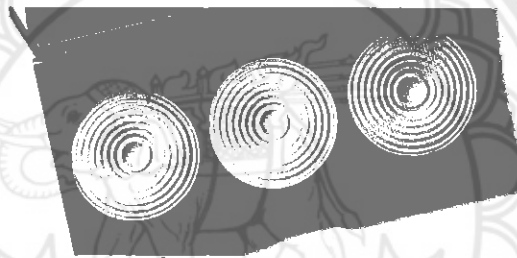
- คอนซีลเลอร์ (Concealer) ตัวช่วยสำคัญสำหรับเรื่องใต้ตาดำ สิว รอยดำทั้งหลาย คอนซีลเลอร์ดีๆ จะทำให้มันหายไปเหมือนเวทมนตร์เลย ลักษณะทั่วไปของคอนซีลเลอร์ วิธีใช้แต้มตามส่วนต่างๆ ที่ต้องการปกปิด ใช้แต้มตรงที่เป็นสิ่ว เป็นรอยดำ กลบใต้ตาแพนด้าอันไม่พึงประสงค์ จะใช้แปรง หรือนิ้วก็ได้ ไม่แนะนำให้ใช้ฟองน้ำเกลี่ยเพราะเนื้อคอนซีลเลอร์จะโดนขับออกไปและโดนลากออกไป ด้วยมือคุณใช้ฟองน้ำดู ให้ใช้ฟูกันป้ายหรือใช้นิ้วแตะๆ ที่บริเวณนั้น แต่แต่งแนะนำให้ใช้นิ้วมือในการ เกลี่ยมากกว่านะค่ะ เพราะความอุ่นของนิ้วมือเราจะช่วยทำให้คอนซีลเลอร์เนียนไปกับผิวได้มากมีทั้ง เนื้อเหลวแบบครีม แบบแห้งแบบอัดแท่ง ลำดับการปกปิดคล้ายรองพื้น คือแบบน้ำจะปกปิดน้อยกว่า แต่แน่นอนว่าเป็นธรรมชาติกว่าด้วย เนื้อเป็นสีครีม มีหลายสี แต่เป็นเฉดสีนู้ด หรือสีเนื้อคน



ภาพที่ 12 แสดงตัวอย่างคอนซิลเลอร์

ที่มา: <http://itisacucumber.blogspot.com/2013/02/blog-post.html>

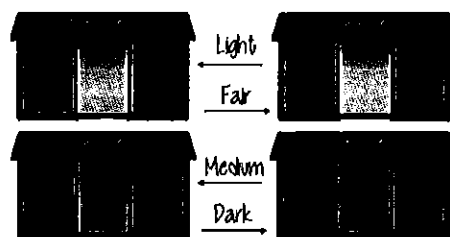
-ไฮไลท์(Hi-light)ลักษณะเหมือนครีมลงพื้นและคอนซิลเลอร์ แต่เนื้อมักจะบางกว่าคอนซิลเลอร์ ทำหน้าที่ช่วยสร้างความสว่างให้กับส่วนที่แต้มลงบนใบหน้าเหมาะสำหรับไฮไลท์หน้าผาก สันจมูก ตาใต้และคาง จะทำให้หน้าคนเอเชียที่ค่อนข้างจะแบนดูมีมิติขึ้น มีทั้งแบบตลับ แท่ง แบบน้ำ ให้เลือกใช้มากมาย



ภาพที่ 13 ภาพตัวอย่าง ไฮไลท์

ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/198369558563319985/>

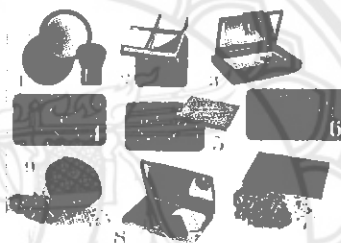
- ฉีดดิ่ง (Shading) ฉีดดิ่งเป็นครีมที่มีสีเข้ม ใช้สำหรับสร้างมิติให้ใบหน้าเช่นกัน แต่ฉีดดิ่งเอาไว้สร้างส่วนลึกให้ใบหน้า เช่นการสร้างสันจมูก การลบกราม ทำให้ใบหน้าดูมีมิติ เล็กกลง ดูดีมากขึ้น เหมือนนางแบบโฆษณากระเป่าเลยที่เดียว ฉีดดิ่งจะมีสีเข้มออกน้ำตาลไล่ไปจนถึงดำ แล้วแต่ลักษณะผิวคน มีแบบน้ำ แบบครีมแท่ง แบบครีมธรรมดา ตามแต่สะดวกจะใช้ วิธีใช้คือใช้ตามส่วนใบหน้าที่ต้องการปกปิดเช่นหน้าผากที่กว้างเกินไป คางที่ยาวเกินไปแก้มเยอะ กรามบาน มีโหนกแก้มสูงเกินไป



ภาพที่ 14 ภาพตัวอย่างฉีดดิ่ง

ที่มา: <https://lh6.googleusercontent.comZeP4Q7b6D0/ViO9ziVht0I/>

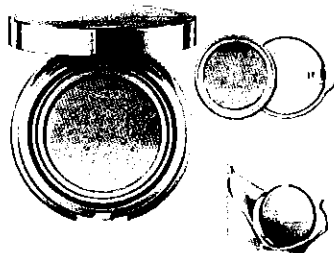
- แป้ง (Powder) เป็นขั้นตอนหลังจากคุณเสร็จสิ้นการลงรองพื้น คอนซิลเลอร์ เมคอัพเบสไป แล้ว เจตตั้งไฮไลท์ไปแล้ว เพื่อให้รองพื้นที่มีส่วนผสมของน้ำมันมากแห้ง เย็นต่อสัมผัส เตรียมพร้อมที่จะลงสีเส้นต่างๆบนผิวหน้าลักษณะทั่วไป เป็นฝุ่นผงเนื้อละเอียดมีหลายสี เช่นเดียวกับรองพื้น แบบฝุ่น หรือลูสพาวเดอร์จะให้การปกปิดบางเบา มีแบบอัดแข็งเป็นตลับเพื่อง่ายต่อการพกพา / แป้งผสมรองพื้น มีเนื้อหนากว่าแป้งชนิดน้อยถึงมากแล้วแต่ยี่ห้อธรรมดา และให้การปกปิดสูงกว่า เหมาะสำหรับการปกปิดผิวเดิมอย่างมิดชิดวิธีใช้ ใช้ฟัฟพองน้ำหรือฟัฟผ้าแตะแป้งแล้วแตะที่กระดาดหิซซู่เพื่อเอาแป้งส่วนเกินออกจะได้ไม่ไปกองอยู่บนผิวหน้า (เนียนอยู่ที่เดียว) แล้วแตะๆให้ทั่วหน้า หลากๆคนใช้วิธี ลากปาดๆจริงๆแล้วการลงแป้งโดยใช้ฟัฟต้องโปะคะ เพราะไม่จั้นรองพื้นและคอนซิลเลอร์ที่ลงไว้อย่างประณีตจะโดนเกลี่ยหายไปหมด ไม่เหลือความเนียนใดๆ แกมไม่เนียนอีกต่างหาก อีกวิธีคือใช้แปรงปิดแป้งแตะเนื้อแป้งแล้วปิดไปทั่วหน้า อย่าลืมโรลมม ไม่จั้นจะเหมือนใส่หน้ากากอยู่



ภาพที่ 15 ภาพตัวอย่างแป้ง

ที่มา:<https://lh6.googleusercontent.comZeP4Q7b6D0/ViO9ziVht0>

- คุชชั่น (Cushion) คือเมคอัพชนิดเหลว ที่ใช้รองพื้นเพื่อปรับสภาพผิวหน้าเหมือนกันรองพื้น แต่เน้นให้ความชุ่มชื้นมากกว่ารองพื้น ทำให้คุชชั่นส่วนใหญ่ที่เราเห็นตามรีวิว จะได้ finish look แบบฉ่ำวาวแบบสาวเกาหลีนั่นแหละ เพราะ คุชชั่นก็เกิดที่เกาหลีนะ โดยเนื้อผลิตภัณฑ์ของเขาจะถูกดูดเก็บไว้ในฟองน้ำในตลับ วิธีการใช้ คือการใช้ฟัฟที่มากับตลับ (Air puff) ที่มีเนื้อที่แน่นกว่าฟัฟที่ใช้กันแป้งทั่วไป ออกแบบมาเพื่อใช้กับผลิตภัณฑ์คุชชั่นโดยเฉพาะ แตะที่เนื้อฟองน้ำที่เก็บเนื้อคุชชั่นไว้ในตลับ ให้เนื้อคุชชั่นซึมเข้ามาอยู่ในฟัฟ แล้วใช้ฟัฟแตะที่หน้าเหมือนใช้แป้งฟัฟได้เลย ด้วยเนื้อฟัฟที่ละเอียดทำให้สาวๆ สามารถลงคุชชั่นได้สม่ำเสมอทั่วทั้งหน้าได้ง่ายมาก เอาเป็นว่าถ้าใครอินหน้าฉ่ำวาวแบบเกาหลี



ภาพที่ 16 ภาพตัวอย่างคุชชั่น

ที่มา:<https://lh6.googleusercontent.comZeP4Q7b6D0/ViO9ziVht0>

- ดินสอเขียนคิ้ว(Eyebrow) ใช้สำหรับเขียนคิ้วให้เป็นรูป มักมาในรูปดินสอ แต่สมัยนี้นิยมใช้อายชาโดวสีเข้มเช่นสีดำ น้ำตาล สีทอง สีน้ำตาลแดงมาใช้แทนแล้วเพราะดูเป็นธรรมชาติกว่าแบบดินสอ และแบบดินสอนี้หลายแบบ เป็นแบบเหลาด้วยกบ และแบบหมุนแต่งได้



ภาพที่ 17 ภาพตัวอย่างดินสอเขียนคิ้ว

ที่มา:<https://lh6.googleusercontent.comZeP4Q7b6D0/ViO9ziVht0>

- ที่เขียนขอบตา(Eyelinor) แทบจะเป็นอุปกรณ์เบสิคไปแล้วสำหรับสาวสมัยนี้กับอายไลเนอร์ อุปกรณ์ช่วยให้ดวงตาดูคมชัด กลมโต หรือแก้ไขรูปตาให้สวยขึ้น



ภาพที่ 18 ภาพตัวอย่างดินสอเขียนขอบตา

ที่มา: <http://static.welovesshopping.com/shop/iamdesign/extra/9859515.jpg>

- เจลอายไลเนอร์ (Gel liner)หลายคนอาจจะยังไม่รู้จักอายไลเนอร์ชนิดนี้ เป็นเจลสีต่างๆ เนื้อค่อนข้างแห้ง แฝกเกิดมักมาในรูปกระปุกเล็กๆ มีพู่กันพวงทำมาด้วยแล้วแต่ยี่ห้อ แปรนต่างๆก็เริ่มผลิออกมาแข่งกันแล้ว อย่างเช่น แมค บ็อบบี้บราวน์ เคท อีฟูดี [ที่เจลไลน์เนอร์ได้รับความนิยมในช่วงหลังสาเหตุหนึ่งคิดว่าเพราะเจลไลเนอร์ มีความกลมกลืนกับผิวคนสูง ทำให้เส้นที่ได้ดูออกมาเป็นธรรมชาติไม่เลือนลางง่ายเหมือนแบบดินสอ เส้นที่ได้มักคมกว่าด้วยเช่นกัน แต่อันนี้ก็แล้วแต่ความนึ่งของมือคนเขียน



ภาพที่ 19 ภาพตัวอย่างเจลอายไลเนอร์

ที่มา: <https://ae01.alicdn.com/kf/HTB1hhBGIXXXXbEXFXXq6xXFXXp/DANNI>



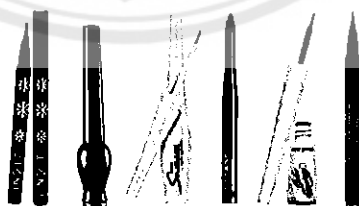
- ดินสออายไลเนอร์(Pencil liner)นิยมที่สุดเพราะนอกจากจะหาซื้อง่ายแล้ว ยังมาในรูปดินสอ มันจึงใช้ง่ายเหมือนวาคูรูป เนื้อดินสอเขียนขอบตามักเป็นสีดำ สีน้ำตาล หรือสีต่างๆตามแบบแฟชั่น อัดแข็งมาอยู่ในรูปของดินสอ และเดี๋ยวนี้เพื่อไม่ต้องเสียเวลาเหลา ก็มาในรูปแท่งหมุนเช่นกัน เพื่อความรวดเร็วและสะดวกของคนยุคใหม่ แต่ข้อเสียของแบบหมุนคือ ปลายแหลมของแบบเหลาจะทำให้เขียนเส้นขอบตาได้คมกว่า



ภาพที่ 20 ภาพตัวอย่างเจลอายไลเนอร์แบบดินสอ

ที่มา: <http://f.ptcdn.info/716/041/000/o5godgfaUoSOKZkuX4-o.jpg>

- อายไลเนอร์(Water liner) อายไลเนอร์อีกชนิดหนึ่ง เพื่อความชุ่มชื้นและคมชัด คงต้องพึ่งลายเนอร์แบบน้ำ เส้นดำเนียน เฉี่ยวอย่าบอกใคร แพ้คเก็ทของไลเนอร์แบบน้ำมีหลายแบบ มีทั้งแบบแท่งเหมือนมาสคาร่า เป็นกระปุกหมุนจุกที่เป็นหัวฟู่กัน ลักษณะเป็นของเหลวสีดำเข้ม มีทั้งแบบเนื้อด้านคือ ดำสนิทแบบไม่มีเงา กับสีดำแบบเห็นเงาแวบๆ ทำให้เห็นเส้นชัดมากขึ้น แต่ค่อนข้างใช้ยาก หากมือไม่นิ่งจริง และง่ายต่อการพลาดด้วยค่ะ จึงไม่เหมาะสมสำหรับผู้เพิ่งหัดแต่งหน้าใหม่เป็นอย่างยิ่งแบบเมจิก ก็มาในรูปร่างเหมือนดินสอหัวที่ใช้เขียนเป็นฟู่กันติดมากับแท่ง เหมือนปากกาเมจิกที่มีน้ำหมึกไหลออกมา เหมาะสำหรับมือใหม่อยากเขียนให้ครบกริบเป็นอย่างมากเพราะใช้ง่าย

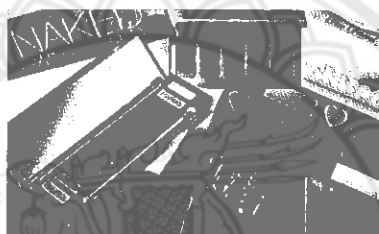


ภาพที่ 21 ภาพตัวอย่างเจลอายไลเนอร์แบบน้ำ

ที่มา: <http://wm.thaibuffer.com/o/u/2015/annchawan/makeup/22022.jpg>

- สีตาตา (Eyeshadow) หนึ่งในขั้นตอนการแต่งหน้าแบบเต็มขั้นและเพิ่มความน่ารักดึงดูดให้กับดวงตา คือ อายชาโดว์ส ลักษณะทั่วไปเป็นผงสีต่างๆ มีหลายเฉดสี แต่ก็ยังมีหลายชนิดเหมือนกัน (Pigment ) ผงสี มักจะมาในรูปขวดหรือกระปุกเล็กๆ ใช้ฟู่กันแตะผงสีเหล่านี้ขึ้นมาแต่งหน้าดวงตาได้ตามชอบใจ พิกเมนต์มักจะมีวงค์หรือภาษาแต่งหน้าคือกลิตเตอร์และชิมเมอร์ผสมอยู่ด้วยอายชาโดว์แบบอัดแข็ง อันนี้ก็มิให้เลือกมากมายหลายยี่ห้อ แทบจะ 70 เปอร์เซ็นต์คืออายชาโดว์ที่อัดแข็งมา

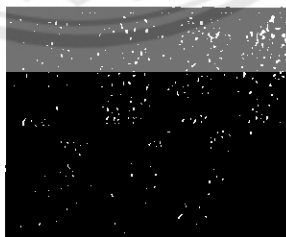
เสร็จเรียบร้อยจ้า มีไม่รู้จักล้านสีให้เลือกในตลาดเครื่องสำอาง โดยเฉพาะแบรนด์ที่ผลิตขึ้นมาเพื่อวงการแฟชั่นเนี่ย จะเป็นเจ้าแห่งสีส้น เรียกได้ว่า อยากได้เซียวมะนาวจัดจาด ชมพูหวานหยดย้อย เหลืองอ้อยเหมือนกล้วย หรือแดงแจ๊ดเหมือนมัสกีก็มีให้ซื้อใช้กันแล้วแต่โทนสีส่วนใหญ่ที่สาว ๆ นิยมใช้ในชีวิตประจำวัน คงจะเป็นเอิร์ทโทน สีน้ำตาล ซึ่งเป็นโทนที่กลมกลืนกับสีผิวที่สุดนอกจากจะช่วงสร้างมิติให้ดวงตาดูโตเป็นธรรมชาติแล้วยังดูไม่เวอร์ เรียกได้ว่าเป็นสีเบสิกๆ ที่สามารถใช้ได้ทุกวันในชีวิตประจำวันเลยคะ แถมยังทำให้ดูตาหวานขึ้นอีกตะหากเนาะ และสำหรับคุณผู้ชายทั้งหลาย ก็ใช้โทนสีธรรมชาตินี้แหละในการแต่งแต้มใบหน้า ดีกว่าให้ทาเปลือกตาสีชมพูเป็นโทนๆ นะคะ แต่ถ้าชอบก็ไม่ว่ากันครีมาอายชาโดวส์ เป็นอายชาโดวส์ที่มีเนื้อสีแบบเปียก เนื้อจะติดแน่นกว่าแบบผงเช่นฟิกเมนต์กับแบบอัดแข็ง มีหลายแบบให้เลือกใช้



ภาพที่ 22 ภาพตัวอย่างสีทาตา

ที่มา: <http://p3.isanook.com/wo/0/rp/r/w700h420/ya0xa0m1w0/>

- ชิมเมอร์ (Shimmer) มีผสมมากมายในเหล่าเครื่องสำอางที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบัน ทั้งรองพื้นอายชาโดวส์ อายไลเนอร์ บรัชออน หรือแม้กระทั่งลิปสติก ลักษณะเป็นวิงค์เล็กๆ ละเอียดเป็นผงที่เล็กกว่ากลิตเตอร์ ทำให้มองเห็นได้ไม่ชัดแต่จะเพิ่มความวิงค์เป็นประกายให้กับผลิตภัณฑ์ที่ผสมชิมเมอร์ลงไป ทำให้เด่นสะดุดตาว่าสีแม่หรือสีเนื้อด้านที่ดูเป็นธรรมชาติ ในทางตรงกันข้ามเครื่องสำอางที่ผสมชิมเมอร์ไม่ดูธรรมชาติสักเท่าไรแต่สร้างความน่าตื่นตันทันบนใบหน้า และลำตัวคุณได้มากที่สุด



ภาพที่ 23 ภาพตัวอย่างกลิตเตอร์

ที่มา: <http://d.lnwfile.com/txojrq.jpg>

- กลิตเตอร์ (Glitter) กากเพชร ที่ดวงตาที่เหลาดาราทั้งหลายมีประกายวิงค์ๆ เหมือนมีเพชรเม็ดเล็กๆ ติดยอยู่บนเปลือกตา หรืออาจจะเหมือนดาวดวงเล็กๆ ที่เลื้อยไปมา ทำให้มองเห็นแล้วเพลิดเพลินเหมือนดูภาพเคลื่อนไหวอย่างโรยารันั้น ลักษณะทั่วไปเป็นผงวิงค์ๆ นะคะ วิบวับ มีหลายแบบมากๆ เลย ที่นำมาให้ดูเป็นของแมคอัพสตรี



ภาพที่ 24 ภาพตัวอย่างกลิตเทอร์

ที่มา: <http://d.lnwfile.com/txojrq.jpg>

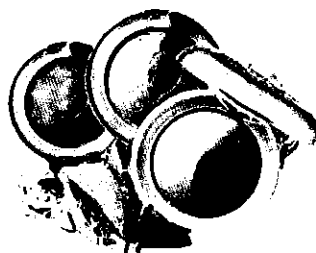
- มาสคาร่า ที่ปิดขนตา(Mascara)เมคอัพอาร์ทิสชื่อดังหลายท่านได้ให้ความสำคัญกับเครื่องสำอางชนิดนี้มากๆ ถึงกับกล่าวว่าอย่าลืมปิดมาสคาร่า เพราะขนตาอันงามนั้นสร้างความดึงดูดใจให้เพศตรงข้ามได้มากพอควร แถมยังเสริมบุคลิกให้กับสาวทำงานที่ต้องพบปะผู้คน ทำให้ดูรู้สึกว่าคุณนั้นละเมียดละไมกับการแต่งตัวและละเอียดอ่อนกับใบหน้าของตนเองข้อดีอย่างหนึ่งของการปิดมาสคาร่าคือแก้ปัญหารูปตา ช่วยให้ขนตาดูหนา และยาวขึ้นได้ และทำให้ดวงตาดูโตขึ้นได้อย่างไม่น่าเชื่อ สามารถเปลี่ยนบุคลิกสาวหวานให้เป็นสาวเปรี้ยว หรือจะเปลี่ยนสาวเปรี้ยวกับมาหวานได้ด้วยการเลือกใช้มาสคาร่าลักษณะทั่วไป เป็นเนื้อครีมสีดำ น้ำตาล เขียว น้ำเงิน แดง ม่วง ฟ้า ขาว หรือตามแต่แบรนด์เครื่องสำอางจะผลิตออกมา แต่ทั่วไปนิยมใช้สีดำเพิ่มความคมโตและหวานฉ่ำให้กับดวงตา



ภาพที่ 25 ภาพตัวอย่างที่ปิดขนตา

ที่มา: <http://d.lnwfile.com/txojrq.jpg>

- ที่ปิดแก้ม(Blush)มีสีให้เลือกมากมายเพื่อพวงแก้มสวย และยังใช้เพื่อแก้ไขรูปหน้าให้ดูดีได้อีกด้วย บรัชครีม เป็นเนื้อครีมเปียกๆ เป็นชนิดค่อนข้างติดทน ใช้ลงหลังรองพื้น ใช้ไม่เหมือนกันบรัชออนแบบผงที่จะปิดแก้มหลังจากได้ทาแป้งเสร็จแล้ว เหมาะกับวันหนักๆเช่นรับปริญญา สีของแก้มจะได้ดูมีเลือดฝาดตลอดเวลาไม่ต้องเสียเวลาปิด ตบ เติมบ่อยๆ บางยี่ห้อทำเป็นเจลใส คล้ายน้ำยาอุทัยทิพย์ แต่จะเกลี่ยสีได้ยากกว่าแบบครีมเพราะแห้งไวกว่า



ภาพที่ 26 ภาพตัวอย่างที่ปิดแก้ม

ที่มา: <http://g.lnwfile.com/lzu5ka.jpg>

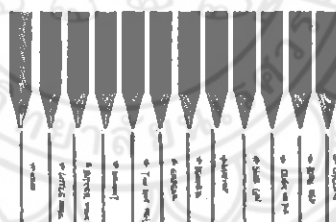
- ลิปสติคแคร์(Lip care) เป็นลิปที่ใช้บำรุงริมฝีปาก ก่อนแต่งหน้าหรือทาในระหว่างวันก็ได้ เพราะช่วยทำให้ริมฝีปากชุ่มชื้น ทำให้ริมฝีปากเต่งตึง ทาปากแล้วสวยไม่แห้ง ปากสวยก็มีชัยไปกว่าครึ่ง เหมือนกัน



ภาพที่ 27 ภาพตัวอย่างลิปที่ปิดแก้ม

ที่มา: [http://s.jeban.com/userfiles/uploads/2013/10/P091013\\_1123.jpg](http://s.jeban.com/userfiles/uploads/2013/10/P091013_1123.jpg)

- ดินสอเขียนขอบปาก(Lip liner) เป็นดินสอสีเข้ม ที่ช่วยแก้ไขปัญหาค้นหาขนาดริมฝีปากของคน ที่ ปากเล็กไป ใหญ่ไป กว้างไป แต่สมัยนี้แทบไม่ใช้กันแล้วเนื่องจากการเน้นขอบปากให้ชัดเจนทำให้ดูเป็นธรรมชาติ ดูดีอึดอัด ดีไม่ดำทำให้ดูแข็งด้วยเมื่อลิปสติคหลุดออกจากริมฝีปากเหลือไว้แต่ดินสอเขียนขอบปากเป็นเส้นๆ แต่สำหรับงานเลี้ยงกลางคืนที่ต้องการความเนียบสุดๆ ก็น่าจะเลือกใช้เหมือนกัน



ภาพที่ 28 ภาพตัวอย่างที่ดินสอเขียนขอบปาก

ที่มา: [http://s.jeban.com/userfiles/uploads/2013/10/P091013\\_1123.jpg](http://s.jeban.com/userfiles/uploads/2013/10/P091013_1123.jpg)

- ลิปสติคสี (สีทาปาก) ลิปสติคที่เราใช้อยู่กันทั่วไปมีสีละลานตาอย่างที่เราจะเลือกไม่ถูก สีชมพูที่เคยเห็นอาจจะมียหลายเฉดหรือไม่เหมือนกันเป็นร้อยๆแบบต่างๆที่เป็นสีชมพูเหมือนกันลิปสติคเหล่านี้มักผสมด้วยน้ำมันออยที่ใช้สำหรับเครื่องสำอาง มีสีสันแต่งแต้มริมฝีปากให้ชวนมองหรือสร้างอารมณ์ที่แตกต่างในแต่ละวัน หรือแต่งให้เข้ากับเสื้อผ้าที่ใสในวันนั้นๆ ลิปสติคมักมาในรูปแบบแท่งหมุน และฝาปิดได้ แพ็กเก็ตจะสวยแค่นั้นแล้วแต่เครื่องสำอางแต่ละยี่ห้อ เชื่อว่าคนที่ชอบการแต่งหน้า หากรู้จักกับการแต่งหน้าเต็มสีสันแล้ว ลิปสติคเป็นเครื่องสำอางที่ใช้สนุกที่สุดเสียหละ และเป็นเครื่องสำอางที่สาว ๆ มักพกไว้ในกระเป๋า เพราะอย่างน้อยที่สุดเมื่อคืนไม่ได้แต่งหน้า ลิปสติคที่ซุกซกแท่งช่วยให้ดูสดใสขึ้น ลิปสติคมีทั้งแบบเนื้อเมท หรือเนื้อแห้งนั่นเอง ไม่มีความแวววาวเลย ให้ลึกลับเนียบ เหงา สวยแบบลึกลับ หรือเซ็กซี่ได้ แบบเนื้อกอส ทำให้ดูแวววาว เหมือนเคลือบไวด้วยน้ำมัน

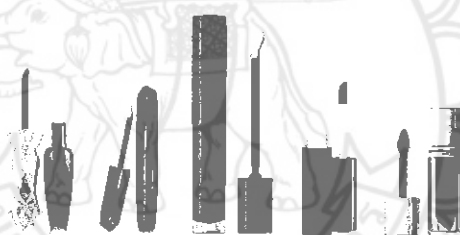
บางแบบก็มีประกายน้ำ บางเบา สมัยนี้นิยมผสมชิมเมอร์ลงไปช่วยให้มีประกายเล็กๆบนริมฝีปากของคนทา



ภาพที่ 29 ภาพตัวอย่างลิปสติกลี

ที่มา: <http://www.bloggang.com/data/v/vvalentines/picture/1444750696.jpg>

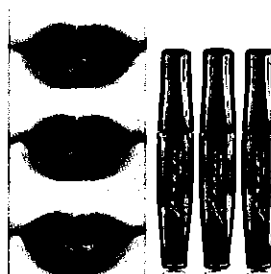
- ลิปกลอส(Lip gloss) เครื่องสำอางที่วัยรุ่นเพิ่งเริ่มแต่งหน้าชอบเป็นพิเศษเพราะนอกจากสีสันทันจะไม่จืดจางแล้ว ยังทาง่ายไม่ต้องกลัวเลอะซึกเท่าไร มีความโปร่งแสงสูงทำให้เห็นพื้นหลังของริมฝีปากอยู่ทำให้ดูไม่หนักเกินไปในวันสบายๆ หรือคนที่ไม่ชอบแต่งหน้าจัด และจะยิ่งพิเศษไปกว่านั้นเมื่อทาทับลงบนริมฝีปากที่ทาลิปติกไว้ทำให้ริมฝีปากดูสวยเด่น เป็นประกาย อาจจะย้อยลงมาข้างล่างแต่ส่วนตัวมีสคิตว่า



ภาพที่ 30 ภาพตัวอย่างลิปกลอส

ที่มา: <https://pbs.twimg.com/media/CNVjXroWoAlsah2.jpg>

- ทินท์(Tint) การใช้ทาปากด้านในและข้างนอกเป็นสีนู้ด ช่วยเพิ่มความสุขภาพดี ดูเซ็กซี่หรือทำทาทั้งริมฝีปาก จะดูแดงเป็นธรรมชาติมากกว่าการใช้ลิปติกชนิดอื่นๆ เพราะไม่มัน ไม่วาว และติดทน ซึ่งนิยมมากในสมัยนี้ เคยเห็นบอยแบนด์ปากแดงๆหลายคนก็ใช้ทินท์แต่งเติมปาก



ภาพที่ 31 ภาพตัวอย่างทินท์

ที่มา: <http://itisacucumber.blogspot.com/2013/02/blog-post.html>

- ฟองน้ำแต่งหน้า (Puff) ฟองน้ำสำหรับใช้กับเครื่องสำอาง มีหลากหลายคุณภาพ ที่คุณภาพดี ราคาแพงหน่อย จะทำมาจาก ยางไนไตรล์ (nitrile butadiene rubber) ส่วนที่ใช้กันทั่วไปก็จะทำมาจาก ยางสังเคราะห์ SBR (styrene butadiene rubber) และสำหรับสาว ๆ ที่แพ้ลาเท็กซ์หรือยางธรรมชาติ จะต้องระวังฟองน้ำที่มีส่วนผสมของลาเท็กซ์ (Latex free) ฟองน้ำที่ควรมีอยู่บนโต๊ะเครื่องสำอางมีอยู่ 3 ชนิด ฟองน้ำแบบเหลี่ยมหรือกลม เพื่อใช้กับใบหน้าบริเวณกว้างอย่างแก้ม และหน้าผาก ฟองน้ำแบบแท่งสามเหลี่ยม เอาไว้ใช้เกลี่ยรองพื้นหรือคอนซีลเลอร์ในบริเวณเล็ก ๆ บนใบหน้า อย่างแถวรอบดวงตา ฟองน้ำรูปหยดน้ำ จะช่วยให้ทุกซอกมุมเกลี่ยได้เรียบเนียนมาก เช่นข้างจมูกและตามมุมปาก การใช้ฟองน้ำในสไตล์ช่างแต่งหน้า จะเป็นการใช้แล้วทิ้งเลยเป็นการดูแลความสะดวกให้ลูกค้าซึ่งก็จะเป็นฟองน้ำที่ราคาไม่แพงมากสามารถทิ้งได้เลยไม่ต้องเสียดายอะไรมาก แต่เดี๋ยวนี้ก็มีฟองน้ำหลายแบบหลายราคาออกมาสูบเงินในกระเป๋าของสาว ๆ กันอย่างต่อเนื่อง เช่น ฟองน้ำรูปไข่ที่กลายเป็นไอเท็มยอดฮิตติดตลาดสุดๆ ในเวลานี้ ฟองน้ำช่วยให้การรองพื้นของผู้หญิงเนียนแบบสนิทไปกับแกมติดทนนานที่สุดก็ว่าได้ แกมยังสามารถพลิกแพลงเทคนิคการใช้ได้หลายแบบ อาจนำไปชุบน้ำบีบให้หมาดก่อนนำมาใช้เกลี่ยรองพื้นก็จะได้ความเป็นธรรมชาติมากกว่าใช้ฟองน้ำแบบแห้งๆ ได้



ภาพที่ 32 ภาพตัวอย่างฟองน้ำแต่งหน้า

ที่มา: <http://itisacucumber.blogspot.com/2013/02/blog-post.html>

- แปรงแต่งหน้า (Makeup brushes) แปรงแต่งหน้าแบ่งเป็น 2 ชนิดหลักๆ คือ แปรงขนสังเคราะห์ ซึ่งทำเลียนแบบขนธรรมชาติ สามารถใช้ได้กับเครื่องสำอางทั้งแบบฝุ่น แบบครีมและแบบน้ำ แปรงขนสัตว์ ทำมาจากขนสัตว์ที่มีความนุ่มนวลต่อผิวสัมผัสของใบหน้า เหมาะกับเครื่องสำอางแบบฝุ่นมากกว่า ซึ่งแปรงขนสัตว์สามารถเก็บเนื้อผลิตภัณฑ์ไว้ในแปรงได้ดีไม่ร่วงหล่น คิรูปได้ง่าย นอกจากนี้แปรงแต่งหน้ายังสามารถจำแนกตามการใช้งาน 5 ประเภท ได้แก่ แปรงสำหรับผิวหน้า แปรงสำหรับปิดแก้ม แปรงสำหรับตา แปรงสำหรับคิ้ว และแปรงสำหรับปากวิธีการเลือกแปรงแต่งหน้า แปรงแต่งหน้าที่มีคุณภาพขนแปรงจะมีความนุ่มไม่ระคายผิว และขนจะติดกับด้ามไม่หลุดร่วงง่ายข้อที่ควรระวัง อย่างุ่มแปรงจนถึงรอยข้อต่อของแปรง เพราะอาจจะทำให้กาวหลุดหรือเสื่อมสภาพเร็วขึ้น สำหรับอีกเรื่องที่สำคัญเหมือนกัน คือ ระยะเวลาของการล้างแปรงแต่งหน้า สำหรับแปรงรองพื้น แปรงปิดแก้ม แปรงคอนซีลเลอร์ ควรล้างสัปดาห์ละครั้ง ในส่วนของแปรงเขียนคิ้ว แปรงอายไลเนอร์ แปรงอายแชโดว์ แปรงเขียนปาก ควรล้างเดือนละครั้ง แปรงเป็นอุปกรณ์ที่ทนแรงสำหรับการ

แต่งหน้าได้ดี แกรมเป็นวิธีที่จะช่วยให้เรารักษาความสะอาดได้ดีกว่าทุกวิธี และรูปแบบของแปรงสำหรับการล้างหน้าก็มีหน้าตาหลายแบบมาให้สาว ๆ ได้เลือกสรรค์ ซึ่งก็ออกมาเพื่อตอบโจทย์ความถนัดของสาว ๆ แต่ละคน ใครชอบแบบไหนก็ลองดูได้ แปรงมักจะให้การปกปิดที่สูงกว่าปกตินิดหน่อย แต่ถึงว่าเป็นวิธีที่เนียนและสะอาดมากค่ะ สาว ๆ สามารถเลือกแบบที่ชอบทรงที่ใช้ได้ ที่สำคัญกว่านั้นคือต้องหมั่นทำความสะอาดแปรงอยู่เสมอเพื่อสุขภาพผิวหน้าในระยะยาว



ภาพที่ 33 ภาพตัวอย่างฟองน้ำแต่งหน้า

ที่มา: <http://www.ladyissue.com/wp-content/uploads/2016/10/1-1.jpg>

1.3 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องสำอาง กฎหมายเกี่ยวกับผู้บริโภคเนื่องจากไทยมีข้อตกลงร่วมกับกลุ่มประเทศอาเซียนว่าด้วยกฎระเบียบต่างๆ ในเรื่องอาหารและยา ดังนั้น เมื่อวันที่ 8 มีนาคมที่ผ่านมา คณะรัฐมนตรี (ครม.) จึงได้ให้ความเห็นชอบพระราชบัญญัติ (พ.ร.บ.) เครื่องสำอาง (ฉบับใหม่) ซึ่งได้มีการปรับปรุงแก้ไขจากฉบับเดิมที่ใช้ตั้งแต่ปี 2535 เพื่อให้เกิดความทันสมัย ทันกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปสำหรับสาระสำคัญของ พ.ร.บ. เครื่องสำอาง (ฉบับใหม่) มีข้อแตกต่างจากของเดิม 3 ประการ คือ

1.3.1 กำหนดให้เครื่องสำอางมีประเภทเดียว คือ ประเภทที่ต้องไปจดแจ้ง ดังนั้นผู้ผลิต นำเข้า เครื่องสำอางเพื่อจำหน่ายจะต้องแจ้งทั้งหมด โดยให้แจ้งส่วนประกอบ สถานที่ผลิต แหล่งนำเข้า และวิธีการใช้

- เครื่องสำอางควบคุมพิเศษ เป็นเครื่องสำอางที่มีความเสี่ยงสูงหากผู้บริโภคใช้เครื่องสำอางนั้นไม่ถูกวิธี จึงต้องมีการขึ้นทะเบียนตำรับเพื่อให้สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา พิจารณาความถูกต้อง เหมาะสม และความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ก่อนจำหน่าย เครื่องสำอางในกลุ่มนี้ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ดัดผม ย้อมผม ฟอกสีผม แต่งผมดำ ผลิตภัณฑ์ทำให้ขุ่นร่วง ยาสีฟัน หรือน้ำยาบ้วนปากที่มีส่วนผสมของฟลูออไรด์ เป็นต้น เครื่องสำอางประเภทนี้ที่ฉลากจะต้องแสดงข้อความว่า เครื่องสำอางควบคุมพิเศษและมีเลขทะเบียนในกรอบ ออย .

- เครื่องสำอางควบคุม เป็นเครื่องสำอางที่มีความเสี่ยงรองลงมา การกักตุนจึงลดระดับลง มาจากการขึ้นทะเบียน เป็นเพียงการจดแจ้งต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเท่านั้น เครื่องสำอางในกลุ่มนี้ได้แก่ ผ่าอนามัย ผ่าเย็น กระจกตาเย็น แป้งฝุ่นโรยตัว แป้งน้ำ เครื่องสำอางที่มี

ส่วนผสมของสารป้องกันแสงแดด เครื่องสำอางที่ผสมสารขจัดรังแค เป็นต้น เครื่องสำอางประเภทนี้ที่  
ฉลากจะต้องแสดงข้อความ เครื่องสำอางควบคุม

-เครื่องสำอางทั่วไป ได้แก่ เครื่องสำอางที่ไม่มีส่วนผสมของสารควบคุมพิเศษ หรือสารควบคุม  
เป็นเครื่องสำอางที่ผู้บริโภคมีโอกาสเกิดอันตรายจากการบริโภคได้น้อย ได้แก่ สบู่ แชมพู ครีมนวดผม  
แป้งทาหน้า ลิปสติก เจลแต่งผม น้ำหอม ครีมบำรุงผิว ดินสอเขียนคิ้ว บลัชออนแต่งแก้ม อายแชโดว์  
 เป็นต้น เครื่องสำอางประเภทนี้ต้องแสดงฉลากภาษาไทยให้ครบถ้วนดังนั้น สบู่ จึงจัดอยู่ในประเภท  
เครื่องสำอางทั่วไป ผลิตในประเทศไทย ไม่ต้องขึ้นทะเบียนอาหารและยา หรือรายละเอียด เพียงแต่  
แสดงข้อความที่ฉลากภาษาไทยให้ครบถ้วน

1.3.2 การโฆษณา มีการบรรจุมวลว่าด้วยการโฆษณาไว้เป็นการเฉพาะ ซึ่ง พ.ร.บ.  
เครื่องสำอางในปัจจุบันไม่ได้กำหนดไว้ แต่ใช้หลักเกณฑ์ของ พ.ร.บ.คุ้มครองผู้บริโภค โดยอนุโลม หาก  
พบว่าผิดจึงจะลงโทษตามกฎหมาย

1.3.3. เรื่องของโทษ จะเพิ่มเป็น 5 ปี ปรับไม่เกิน 500,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ซึ่งต่าง  
จากของเดิมที่หากพบเครื่องสำอางชนิดใดผสมสารห้ามใช้ มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 ปี ปรับ 60,000 บาท  
หรือทั้งจำทั้งปรับนายจรินทร์ ลักษณะวิศิษฎ์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข ให้ข้อมูลว่า กฎหมาย  
ฉบับใหม่จะเป็นประโยชน์มากขึ้นทั้งผู้ประกอบการสามารถผลิต นำเข้า จำหน่ายเครื่องสำอางได้  
สะดวกมากยิ่งขึ้น ไม่จำเป็นที่จะต้องขึ้นทะเบียนกับ อย. ก่อนจึงจะสามารถผลิตจำหน่ายได้ แต่  
ขณะเดียวกันจะต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมตลอดจนผู้บริโภคมากขึ้นด้วยหากทำผิดกฎหมายจะมี  
โทษหนักขึ้น

รวบรวม พ.ร.บ กฎหมายเครื่องสำอาง กฎหมายที่เกี่ยวกับเครื่องสำอางที่ผู้ประกอบการและ  
ผู้บริโภคควรทราบ นักวิจัยมีความต้องการสืบค้นรวบรวมเพื่อศึกษาไปใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์  
เครื่องสำอาง

#### หมวด 1 คณะกรรมการเครื่องสำอาง

มาตรา 7 ให้มีคณะกรรมการคณะหนึ่ง เรียกว่า "คณะกรรมการเครื่องสำอาง" ประกอบด้วย  
ปลัดกระทรวงสาธารณสุข เป็นประธานกรรมการ อธิบดีกรมการแพทย์ อธิบดีกรมควบคุมโรค อธิบดี  
กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก อธิบดีกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ อธิบดีกรม  
สนับสนุนบริการสุขภาพ อธิบดีกรมอนามัย เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา ผู้แทนกรม  
วิทยาศาสตร์บริการ ผู้แทนกรมศุลกากร ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา ผู้แทนสำนักงาน  
คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และคณบดีคณะเภสัชศาสตร์ของสถาบันอุดมศึกษาทุกแห่งซึ่งเลือก  
กันเองให้เหลือจำนวนสองคน เป็นกรรมการ และผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งเป็นกรรมการจำนวน  
หกคนในจำนวนนี้จะต้องแต่งตั้งจากสมาคมหรือมูลนิธิที่มีวัตถุประสงค์เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค  
สามคนและผู้ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการผลิต นำเข้าหรือขายเครื่องสำอางสามคนให้รองเลขาธิการซึ่ง  
เลขาธิการมอบหมายให้กรรมการและเลขานุการ และให้เลขาธิการแต่งตั้งข้าราชการสำนักงาน



คณะกรรมการอาหารและยาคนหนึ่งเป็นผู้ช่วยเลขานุการคุณสมบัติ ลักษณะต้องห้าม และการได้มาซึ่ง กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด

มาตรา 8 กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิมีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละสองปี และอาจได้รับแต่งตั้ง อีกได้ แต่จะดำรงตำแหน่งเกินสองวาระติดต่อกันไม่ได้ในกรณีที่กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิพ้นจากตำแหน่ง ก่อนครบวาระ รัฐมนตรีอาจแต่งตั้งผู้อื่นเป็นกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิแทนได้ และให้ผู้ได้รับแต่งตั้งอยู่ใน ตำแหน่งตามวาระของกรรมการซึ่งตนแทน เว้นแต่วาระของกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิจะเหลืออยู่ไม่ถึง เก้าสิบวัน รัฐมนตรีจะไม่ดำเนินการเพื่อให้มีการแต่งตั้งกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิแทนก็ได้ ทั้งนี้ ให้ คณะกรรมการประกอบด้วยกรรมการเท่าที่เหลืออยู่เมื่อครบกำหนดตามวาระในวาระหนึ่ง หากยังมีได้ มีการแต่งตั้งกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิขึ้นใหม่ให้กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งพ้นจากตำแหน่งตามวาระนั้นอยู่ใน ตำแหน่งเพื่อดำเนินงานต่อไปจนกว่ากรรมการผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งได้รับแต่งตั้งใหม่เข้ารับหน้าที่

มาตรา 9 นอกจากการพ้นจากตำแหน่งตามวาระ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิพ้นจากตำแหน่งเมื่อ

- (1) ตาย
- (2) ลาออก
- (3) รัฐมนตรีให้ออกเพราะทุจริตต่อหน้าที่ มีความประพฤติเสื่อมเสียหรือหย่อน ความสามารถ
- (4) ขาดคุณสมบัติหรือมีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา 7 วรรคสาม
- (5) เป็นบุคคลล้มละลาย
- (6) เป็นคนไร้ความสามารถหรือคนเสมือนไร้ความสามารถ
- (7) ได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก เว้นแต่เป็นโทษสำหรับความผิด ที่ได้กระทำโดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ

มาตรา 10 คณะกรรมการมีอำนาจหน้าที่ ดังต่อไปนี้

ให้คำแนะนำหรือความเห็นแก่รัฐมนตรีในเรื่องที่เกี่ยวกับนโยบายและมาตรการควบคุมเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัตินี้ให้คำแนะนำแก่รัฐมนตรีในการออกประกาศตามมาตรา 6

ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการเพิกถอนใบรับจดทะเบียนตามมาตรา 36 ให้ความเห็นชอบเกี่ยวกับการเพิกถอนใบ รับจดทะเบียนตามมาตรา 37 ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัตินี้หรือตามที่รัฐมนตรี มอบหมาย

มาตรา 11 การประชุมคณะกรรมการต้องมีกรรมการมาประชุมไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวน กรรมการทั้งหมดจึงจะเป็นองค์ประชุมในการประชุมคณะกรรมการ ถ้าประธานกรรมการไม่มาประชุม หรือไม่อาจปฏิบัติหน้าที่ได้ ให้ที่ประชุมเลือกกรรมการคนหนึ่งเป็นประธานในที่ประชุมการวินิจฉัยชี้ ขาดของที่ประชุมให้ถือเสียงข้างมาก กรรมการคนหนึ่งให้มีเสียงหนึ่งในการลงคะแนน ถ้าคะแนนเสียง เท่ากันให้ประธานในที่ประชุมออกเสียงเพิ่มขึ้นอีกเสียงหนึ่งเป็นเสียงชี้ขาด

มาตรา 12 คณะกรรมการมีอำนาจแต่งตั้งคณะอนุกรรมการเพื่อพิจารณา ศึกษา หรือวิจัยเกี่ยวกับเรื่องที่อยู่ในอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการ หรือปฏิบัติการอย่างหนึ่งอย่างใดตามที่คณะกรรมการมอบหมายให้คณะกรรมการกำหนดองค์ประชุม และวิธีดำเนินงานของคณะอนุกรรมการได้ตามความเหมาะสม

มาตรา 13 ในการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ ให้คณะกรรมการหรือคณะอนุกรรมการตามมาตรา 12 มีอำนาจออกคำสั่งเป็นหนังสือเรียกบุคคลใดมาให้ถ้อยคำ หรือให้ส่งเอกสาร หรือวัตถุใดเพื่อใช้ประกอบการพิจารณาได้

- ชื่อ ประเภท ชนิด หรือคุณลักษณะของเครื่องสำอางที่ห้ามผลิต นำเข้า หรือขาย
- ชื่อวัตถุที่ห้ามใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอาง
- ชื่อ ปริมาณ และเงื่อนไขของวัตถุที่อาจใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอาง
- ชื่อสารสำคัญ ประเภท ชนิด หรือคุณลักษณะของเครื่องสำอางที่ทำให้เกิดสรรพคุณของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผลิตเพื่อขาย นำเข้าเพื่อขาย หรือรับจ้างผลิต
- ลักษณะสถานที่ผลิต เครื่องมือ เครื่องใช้ อุปกรณ์การผลิต ภาชนะบรรจุ เครื่องสำอางและสถานที่นำเข้าเครื่องสำอาง
- หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการผลิตหรือนำเข้าเครื่องสำอาง
- หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับการรับแจ้งและการรายงานอาการอันไม่พึงประสงค์จากการใช้เครื่องสำอาง
- หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขให้ผู้ผลิตเพื่อขาย ผู้นำเข้าเพื่อขาย หรือผู้รับจ้างผลิต จัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องสำอางไว้เพื่อการตรวจสอบ
- สถานที่แห่งใดในราชอาณาจักรเป็นด่านตรวจสอบเครื่องสำอาง
- หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับการจัดแจ้ง การออกใบรับจัดแจ้ง การแก้ไขรายการ ใบรับจัดแจ้ง การต่ออายุใบรับจัดแจ้ง และการออกใบแทนใบรับจัดแจ้ง
- หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับการผลิตหรือนำเข้าเครื่องสำอางตามมาตรา 16
- หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการยื่นคำขอและการออกหนังสือรับรองเกี่ยวกับเครื่องสำอาง
- หลักเกณฑ์การกำหนดค่าตลาดเคลื่อนสำหรับเครื่องสำอางผิดมาตรฐาน
- หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการขอความเห็นเกี่ยวกับฉลาก

- หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการขอความเห็นเกี่ยวกับการโฆษณา
- หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับการเรียกเก็บคืน การทำลาย และการส่งมอบ

## 2. หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง

### 2.1 ความสำคัญและหน้าที่บรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง

2.1.1 ความหมายของบรรจุภัณฑ์ ของบรรจุภัณฑ์มีผู้ให้ความหมายคำนิยามของคำว่า “บรรจุภัณฑ์” ไว้อย่างหลากหลาย อาทิเช่น กลัก กล่อง ครอบ อับ ฟิล์ม ห่อ คอนเทนเนอร์ (Container) เป็นต้นการบรรจุ หมายถึง กระบวนการขั้นตอนต่างๆ ที่ใช้ในการผลิตภาชนะบรรจุและบรรจุผลิตภัณฑ์ลงในภาชนะบรรจุ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำผลิตภัณฑ์นั้นไปถึงผู้บริโภคในสภาพที่สมบูรณ์ ภาชนะบรรจุ หมายถึง ภาชนะหรือโครงสร้างใดๆ ที่ใช้เพื่อบรรจุ ห่อหุ้ม และรวบรวมผลิตภัณฑ์ให้เป็นหน่วยเพื่อนำส่งผลิตภัณฑ์ถึงผู้บริโภคในสภาพที่สมบูรณ์ นอกจากนี้ยังรวมถึงฉลากและอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับการมัดหรือปิดภาชนะบรรจุด้วย Container หมายถึง ภาชนะที่ใช้ในการบรรจุผลิตภัณฑ์เพื่อการขนส่งเป็นสำคัญและไม่รวมฉลาก หรืออุปกรณ์ใดๆ ที่ใช้สำหรับมัดหรือปิดภาชนะบรรจุ Packing หมายถึง กระบวนการบรรจุผลิตภัณฑ์ในภาชนะบรรจุเพื่อรวบรวมเป็นหน่วยเดียวกัน เพื่อการขนส่งผลิตภัณฑ์เป็นสำคัญ (สุมาลี, 2555)

สรุปความหมายของบรรจุภัณฑ์หมายถึง กระบวนการขั้นตอนต่างๆตั้งแต่การบรรจุภัณฑ์ ห่อหุ้มรวบรวมผลิตภัณฑ์ให้เป็นหน่วย เพื่อการขนส่งและการคุ้มครองป้องกันผลิตภัณฑ์ ให้ปลอดภัยจากความเสียหาย เริ่มจากจุดสิ้นสุดของกระบวนการผลิตจากแหล่งผลิต จนกระทั่งมีการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ไป ยังผู้บริโภคอย่างปลอดภัย รวมวัตถุประสงค์ทางการเก็บรักษาและด้านการตลาดอีกด้วย (สุมาลี, 2555)

2.1.2 ความสำคัญของบรรจุภัณฑ์ เพื่อการรับรองสินค้า สินค้าจะต้องมีบรรจุภัณฑ์รับรองสินค้าใดๆก็ตามหากไม่มีบรรจุภัณฑ์จะทำให้การขนส่งเป็นไปด้วยความยากลำบาก บรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในการกระจายสินค้า เพื่อให้สินค้าเกษตรกรและสินค้าอุตสาหกรรมสามารถเคลื่อนที่ย้ายจากไร่และโรงงานไปยังผู้บริโภคได้ จนเห็นได้ว่าปัจจุบันความต้องการในการขนย้ายสินค้าจะต้องใช้การหีบห่อ เพื่อทำหน้าที่ในการรับรองสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าเมื่อวางจำหน่าย (สุมาลี, 2555)

- เพื่อช่วยถนอมอาหาร นอกจากบรรจุภัณฑ์จะช่วยคุ้มครองสินค้าแล้ว ผู้บริโภคยังต้องการให้บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่ถนอมอาหาร และช่วยรักษาคุณภาพอาหารอีกด้วย จะเห็นได้จากยุคปัจจุบันอาหารมากกว่า 50% ต้องการบรรจุภัณฑ์ช่วยในการถนอมอาหาร ไม่เช่นนั้นแล้วอาหารทุกชนิดจะเปลี่ยนสภาพเน่าเสีย (สุมาลี, 2555)

- เพื่อป้องกันทางกายภาพ สินค้าทุกชนิดอาจได้รับความเสียหายระหว่างการเคลื่อนย้าย สินค้าที่แตกหักง่ายและมีมูลค่าสูงได้แก่ เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องอิเล็กทรอนิกส์ และเครื่องแก้วนั้น บรรจุกฎภัณฑ์จะต้องสามารถป้องกันสินค้าอันอาจเกิดความเสียหายได้ในระหว่างการขนส่ง (สุมาลี, 2555)

- เพื่อให้ความปลอดภัย หน้าที่ที่สำคัญอีกประการหนึ่งของบรรจุกฎภัณฑ์คือ ให้ความปลอดภัยแก่ผู้บริโภคที่จะใช้สินค้านั้นๆ การป้องกันไม่ให้สินค้าเน่าเสียนั้นบรรจุกฎภัณฑ์จะช่วยจัดการเสี่ยงในการเกิดโรคดังเช่นที่เกิดขึ้นในสมัยก่อน จากการศึกษาในกรรมวิธีการบรรจุกฎภัณฑ์จะทำให้ผลิตภัณฑ์อาหาร ได้รับความปลอดภัยยิ่งขึ้น (สุมาลี, 2555)

- เพื่อสื่อข้อความ ในการบริการแบบช่วยตนเอง (Self-Service) ในลักษณะการขายปลีก บรรจุกฎภัณฑ์ ยังต้องทำหน้าที่ในการขายสินค้าด้วย นอกจากบรรจุกฎภัณฑ์จะช่วยดึงดูดผู้ซื้อและปกป้องซึ่งถึงตรายี่ห้อของสินค้าแล้ว บรรจุกฎภัณฑ์ยังให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า เพื่อช่วยให้ผู้ซื้อตัดสินใจในการเลือกซื้อ (สุมาลี, 2555)

- เพื่อความสะดวก บรรจุกฎภัณฑ์จะให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภค ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งหลายชนิด เช่น ไอศกรีม ผัก เนื้อ ปลา หรือแม้แต่อาหารที่ปรุงสำเร็จแล้วผลิตภัณฑ์อาหารเหล่านี้ บรรจุในบรรจุกฎภัณฑ์ที่เข้าไมโครเวฟได้ทันที บรรจุกฎภัณฑ์ยังให้ความสะดวกในการเปิด-ปิด การเท การเปิดเมื่อยังใช้ไม่หมดหรือการบรรจุส่วนย่อย เช่น ถูงซา กาแฟ นม เป็นต้น (สุมาลี, 2555)

การออกแบบบรรจุกฎภัณฑ์เครื่องสำอาง นักออกแบบต้องคำนึงถึงศาสตร์และศิลป์สำหรับใช้แก้ปัญหาการออกแบบบรรจุกฎภัณฑ์แต่ละด้านให้เกิดผลลัพธ์การออกแบบบรรจุกฎภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ ในการบรรลุวัตถุประสงค์หลักของบรรจุกฎภัณฑ์สองข้อคือ การออกแบบโครงสร้างบรรจุกฎภัณฑ์ และการออกแบบกราฟิกบรรจุกฎภัณฑ์ ที่ล้วนมีรายละเอียดที่ต้องคำนึงทฤษฎีและหลักการที่เกี่ยวข้อง

## 2.2 หลักการและขั้นตอนการออกแบบบรรจุกฎภัณฑ์เครื่องสำอาง

หลักการออกแบบบรรจุกฎภัณฑ์เครื่องสำอาง ในการออกแบบบรรจุกฎภัณฑ์ เป็นสิ่งที่นักออกแบบจำเป็นต้องใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ในการสร้างสรรค์ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ออกมาเป็นบรรจุกฎภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และประสิทธิภาพ โดยกระบวนการเพื่อที่จะให้ได้บรรจุกฎภัณฑ์ออกมาบรรลุตามวัตถุประสงค์นั้น ประกอบไปด้วยสองขั้นตอนใหญ่ ๆ นั่นก็คือ การออกแบบโครงสร้างของบรรจุกฎภัณฑ์ และการออกแบบกราฟิกบนบรรจุกฎภัณฑ์นั่นเอง

### 2.2.1 หลักการออกแบบบรรจุกฎภัณฑ์

- การใช้บรรจุกฎภัณฑ์เป็นกลยุทธ์ทางการตลาด บรรจุกฎภัณฑ์มีบทบาท ที่สำคัญยิ่งต่อผู้ผลิตสินค้า เนื่องจากบรรจุกฎภัณฑ์สามารถทำหน้าที่ส่งเสริมการขาย กระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้น ในเวลาเดียวกันมีโอกาสลดต้นทุนสินค้าอันจะนำไปสู่ยอดกำไรสูงซึ่งเป็นเป้าหมาย ของทุกองค์กรใน

ระบบการค้าเสรีค่านิยม การตลาด คือกระบวนการทางด้านบริหารที่รับผิดชอบต่อกลุ่มเป้าหมายโดยการค้นหาความต้องการ และสนองความต้องการนั้นเพื่อบรรลุถึงกำไร ตามที่ต้องการ ตามค่านิยม การตลาดประกอบด้วย องค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ คือ กลุ่มเป้าหมาย การสนองความต้องการ และกำไร การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย เฉพาะนั้น จำเป็นต้องหาข้อมูลจากตลาด พร้อมทั้งค้นหาความต้องการ ของกลุ่มเป้าหมายในรูปของการบริโภค สินค้าหรือบริการ ส่วนการตอบสนองความต้องการ นั้น ต้องใช้กลไกทางด้านส่วนผสมทางการตลาด เพื่อชักจูงให้กลุ่มเป้าหมายหรือผู้ซื้อให้เลือกซื้อสินค้า เราแทนที่จะซื้อ ของคู่แข่งเพื่อบรรลุถึงกำไรที่ได้กำหนดไว้

— สภาวะการจัดจำหน่ายสมัยใหม่ในระบบจำหน่ายสมัยใหม่ เช่น ในซูเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งมีสินค้าวางขายอยู่เป็นนับพันประเภท แต่ละประเภท จะมีสินค้าที่เป็นคู่แข่งกันวางขายกันเป็นสิบเพื่อการเปรียบเทียบเลือกซื้อ ภายใต้สภาวะการขาย เช่นนี้ ผู้ซื้อจะใช้เวลาประมาณเศษ 2 ใน 3 ของเวลาที่อยู่ในร้านเดินจากสินค้าประเภทหนึ่ง ไปยังสินค้าอีกประเภทหนึ่ง ยกตัวอย่างเช่น ถ้าผู้ซื้อโดยเฉลี่ยใช้เวลา 10 – 15 นาที ในการเลือกซื้อสินค้า และสมมติว่าโดยเฉลี่ยผู้ซื้อแต่ละคนจะซื้อสินค้าประมาณ 12 ชิ้น นั่นก็หมายความว่า เวลาที่ใช้ในการตัดสินใจ เลือกซื้อสินค้านั้นมีเวลาเพียง 1 นาที ในสภาพความเป็นจริงเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า จะแปรเปลี่ยนไปแล้วแต่ประเภทของสินค้า สินค้าบางชนิด เช่น ไข่ หมู ไก่ อาจใช้เวลาเลือกนาน กล่าวคือใช้เวลาประมาณ 20 – 50 วินาที ในขณะที่สินค้าบางชนิด เช่น ข้าว น้ำอัดลม เป็นต้น จะใช้เวลาน้อยเพียงแค่ 10 วินาที จากปรากฏการณ์นี้ย่อมเป็นที่ประจักษ์ว่า ในยุคนี้ผู้ซื้อใช้เวลาน้อยมาก ณ จุดขายในขณะที่มีสินค้า ให้เลือกมากมาย ด้วยเหตุนี้ บรรรจักษ์ณ์ในยุคนี้จึงจำเป็นต้องออกแบบ ให้ได้รับความสนใจอย่างเร่งรีบ โดยมีเวลาผ่านตาบึ่งในช่วงเวลา 10 – 50 วินาทีที่จะสร้างความมั่นใจ ให้แก่ลูกค้าเพื่อตัดสินใจซื้อ และวางลงในรถเข็น บทบาทของบรรรจักษ์ณ์ดังกล่าวนี้ เป็นบทบาททางการตลาดในปัจจุบัน ที่ได้รับความนิยมนมากขึ้นเรื่อย

- แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการออกแบบบรรรจักษ์ณ์ บรรรจักษ์ณ์ เป็นการออกแบบงานพิมพ์แบบ 3 มิติ ที่เป็นพาณิชย์ศิลป์ ดังนั้น บุคลากรที่รับผิดชอบการพัฒนา บรรรจักษ์ณ์ ทางกราฟฟิก นอกจากเป็นนักออกแบบแล้วยังต้องเป็นคนช่างสังเกต มีความรู้ทางด้านธุรกิจ เนื่องจากบรรรจักษ์ณ์ที่ออกแบบนั้น เป็นสื่อและเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่าง ๆ ทางธุรกิจการจำหน่าย ในการออกแบบข้อมูลของผู้พัฒนาบรรรจักษ์ณ์ควรรู้มีดังนี้

-ด้านการตลาด เนื่องจากบรรรจักษ์ณ์เป็นองค์ประกอบ ส่วนหนึ่งของการตลาด การออกแบบ บรรรจักษ์ณ์ จึงต้องคำนึงถึง หลักการและเทคนิคทางการตลาด อันประกอบด้วย การตั้งเป้าหมาย การจัดกลยุทธ์ การวางแผนการตลาด การส่งเสริมการจำหน่าย เป็นต้น นอกจากนี้ยังต้องทราบวิธีการจัดเรียง และบรรยากาศ ของการจำหน่าย ณ จุดขาย การคำนึงถึงสถานที่ที่วางขายสินค้าเป็นปัจจัยแรกในการออกแบบ เช่น การวางขายในตลาดสด ดังภาพที่ 1 หรือวางขายในห้าง ดังภาพที่ 2 เป็นต้น

-แนวทางในการออกแบบทั่วไป คือ การเปรียบเทียบ กับสินค้าคู่แข่ง การเปรียบเทียบนี้ไม่ใช่การเปรียบเทียบ เพื่อลอกเลียนแบบ แต่เป็นการเปรียบเทียบเพื่อหาจุดเด่น ของสินค้าเพื่อขาย (Unique Selling Point) การใช้คำว่า “ใหม่” “สด” หรือ “ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ” ล้วนเป็นคำบรรยายที่จะเน้น ถึงจุดขายของสินค้า คำบรรยายดังกล่าวจำเป็นต้องเป็นสิ่งที่ผลิตได้และปฏิบัติได้จริง ยกตัวอย่าง เช่น การออกแบบมีคำว่า “ใหม่” ดังภาพที่ 3 ผู้ผลิตต้องมั่นใจว่าในตลาดหาสินค้าที่ทดแทนหรือคล้ายคลึงกันได้ยาก

- ตัวสินค้าที่จะใช้บรรจุ การออกแบบบรรจุภัณฑ์จะประสบความสำเร็จ ได้ต่อเมื่อผู้ออกแบบ และ ผู้ที่เกี่ยวข้องทราบถึงคุณลักษณะ ของตัวสินค้าอย่างถ่องแท้-คุณสมบัติ-เด่นของสินค้าที่จะสนองความต้องการ ของลูกค้า หรือกลุ่มเป้าหมายเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง ที่จะต้องสร้างขึ้นมา มิฉะนั้น จะไม่ทราบเลยว่าจะเสนออะไร เพื่อสนองความต้องการของผู้ซื้อ/กลุ่มเป้าหมาย และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ก็จะไม่สามารถบรรลุถึง จุดเป้าหมาย ห้ายที่สุดการตลาด ของสินค้านั้นก็พังพินาศ

- กลุ่มเป้าหมาย หรือกลุ่มผู้ซื้อ ซึ่งอาจเป็นผู้บริโภคสินค้าเอง หรือไม่ได้เป็นผู้บริโภค อาจแยกตาม สถานะทางสังคม การออกแบบที่ดี จะต้องทราบความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ปริมาณที่บริโภค ความสะดวก ในการนำอาหารออกจากบรรจุภัณฑ์ มาบริโภค เป็นต้น สถานะของผู้บริโภคที่ควรคำนึงถึง

- กฎข้อบังคับ ในกรณีของบรรจุภัณฑ์อาหาร องค์กรของรัฐที่เข้ามามีบทบาทควบคุมดูแล คือ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือ ออย. ดังภาพที่ 4 สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารที่บรรจุในภาชนะบรรจุภัณฑ์ปิดสนิท จำต้องขออนุญาตจาก ออย. พร้อมหมายเลขกำกับ

- ช่องทางการจำหน่าย คุณสมบัติสำคัญของผลิตภัณฑ์อาหาร คือ อายุการเก็บรักษาของสินค้า โดยปกติอาหารสด เช่น ก๋วยเตี๋ยวสด กระจายสารท เป็นต้น มีอายุการเก็บที่สั้น เพียงไม่กี่วัน เนื่องจากสูญเสีย สภาพของคุณสมบัติ ของอาหาร ด้วยวิวัฒนาการทางเทคโนโลยีของบรรจุภัณฑ์ เช่น ถ้ามีการประยุกต์ใช้ วิธีการปรับสภาวะ บรรยากาศภายในบรรจุภัณฑ์ (Modified Atmosphere Packaging)

- สถานะการแข่งขัน การเก็บข้อมูลของคู่แข่งเป็นสิ่งจำเป็น อย่างยิ่งที่จะทำให้บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบมา เด่นกว่าคู่แข่งภายใต้สถานะช่องทางการจำหน่ายหรือจุดขายที่เป็นจริง เช่น การวางขาย ณ แหล่งท่องเที่ยวซึ่งไม่มีชั้นหิ้ง วางอย่างเรียบร้อยเช่นเดียวกับในซูเปอร์มาร์เก็ต การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ย่อมต้องคำนึงถึง ความสามารถในการวางเรียงซ้อนได้อย่างมั่นคง เนื่องจากไม่มีชั้นหิ้งรองรับ เป็นต้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ด้วยการลอกเลียนแบบ ของคู่แข่งเป็นสิ่งที่ไม่สมควรทำ อย่างยิ่ง เพราะจะมีวัฏจักรชีวิตบรรจุภัณฑ์สั้นมาก ในทางปฏิบัติทั่วไปการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ควรสอดคล้องกับกลยุทธ์ที่ตั้งไว้ และสร้างความแตกต่างในการออกแบบ เพื่อให้บรรลุถึงจุดหมายในการออกแบบ

- สิ่งแวดล้อม แม้ว่าในประเทศไทย ยังไม่มีองค์กรใด หรือหน่วยงานของรัฐออกกฎข้อบังคับ ต่อการควบคุมดูแลปัญหาของบรรจุภัณฑ์ ที่มีผลกระทบต่อสภาพสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง แต่กระแส

การรณรงค์ ใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสภาพสิ่งแวดล้อม ได้รับความสนใจจากชุมชนเมืองมากยิ่งขึ้น การออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้วัสดุ ที่นำกลับมาผลิตใหม่สามารถลดปริมาณขยะและกำจัดได้ง่าย จึงเป็นจุดขายเพื่อเป็นการส่งเสริมการจำหน่ายได้อย่างดีตามที่ได้อธิบายแล้วว่าบรรจุภัณฑ์ มีบทบาทใน ส่วนผสมการตลาด ในการทำหน้าที่เสริมกิจกรรมการตลาด ในแต่ละขั้นตอนของวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ รายละเอียดปลีกย่อยในการช่วยเสริมกิจกรรมต่าง ๆ

### 2.2.2 ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์

#### -การตั้งจุดมุ่งหมาย

ในการตั้งจุดมุ่งหมายในการออกแบบกราฟฟิก ของบรรจุภัณฑ์ มีสิ่งจำเป็นที่ต้องรู้หรือศึกษา ข้อมูล คือ ตำแหน่ง (Positioning) ของบรรจุภัณฑ์ของ คู่แข่งที่มีอยู่ในตลาด ในกรณีที่บรรจุภัณฑ์มีอยู่ในตลาดแล้ว การทราบถึงตำแหน่ง ดังภาพที่ 20 ย่อมทำให้ตั้งจุดมุ่งหมายในการออกแบบได้ง่าย นอกจากตำแหน่งของสินค้า สิ่งที่ต้อง ค้นหาออกมา คือ จุดขายหรือ UPS (Unique Selling Point) ของสินค้า ที่จะโฆษณาบรรจุภัณฑ์ ทั้งสองสิ่งนี้เป็น องค์ประกอบสำคัญในการตั้งจุดมุ่งหมายของการออกแบบกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์

#### - การวางแผน

ปัจจัยต่าง ๆ ที่ได้จากการวิเคราะห์รวบรวมข้อมูลขั้นตอน เพื่อเตรียมร่างจุดมุ่งหมาย และขอบเขตการออกแบบ พัฒนาบรรจุภัณฑ์ก่อน ที่จะปรับปรุงพัฒนาบรรจุภัณฑ์ อาจวางแผนได้ 2 วิธี คือปรับปรุงพัฒนาให้ฉีกแนวแตกต่างจากคู่แข่ง

-ปรับปรุงพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งชั้นโดยตรงได้ด้วยบรรจุภัณฑ์ที่ดีกว่า หรือด้วยค่าใช้จ่ายที่ถูกลงกว่า การตั้งเป้าหมาย และวางแผนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ดังกล่าว ย่อมต้องศึกษาสถานภาพ บรรจุภัณฑ์ ของคู่แข่ง พร้อมกับล่วงรู้ถึง นโยบายของบริษัทตัวเอง และกลยุทธ์การตลาดที่จะแข่งกับคู่แข่งชั้นการวางแผนพัฒนาบรรจุภัณฑ์

สามารถใช้การวิเคราะห์แบบ 5W + 2H ดังนี้

- WHY ทำไมเหตุการณ์หรือปัจจัยอะไรทำให้ต้องออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ ทำไมต้องพัฒนารูปภาพของบรรจุภัณฑ์ ทำไมไม่แก้ไขปรับปรุงพัฒนาอย่างอื่น ๆ แทน
- WHO ใครใคร ผู้รับผิดชอบในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์นี้ บุคคล หรือแผนกที่เกี่ยวข้องมีใครบ้าง
- WHERE ที่ไหนสถานที่ที่จะวางจำหน่ายสินค้าอยู่ที่ไหน ขอบเขตพื้นที่ที่จะวางขายสินค้าบรรจุภัณฑ์ ที่ออกแบบครอบคลุมพื้นที่มากน้อยแค่ไหน

- WHAT อะไรอะไร จุดมุ่งหมายการพัฒนาบรรจุภัณฑ์คืออะไร ข้อจำกัดในการออกแบบมีอะไรบ้าง จุดขายของสินค้าคืออะไร การใช้งานของบรรจุภัณฑ์คืออะไร
- WHEN เมื่อไรเมื่อไร ควรจะเริ่มงานการพัฒนาเมื่อไร เมื่อไรจะพัฒนาเสร็จ วางตลาดเมื่อไร
- HOW อย่างไรอย่างไร จะใช้เทคโนโลยีแบบใด อย่างไร จะจัดหาเทคโนโลยีใหม่ ใช้วัดความสนใจ ของบรรจุภัณฑ์ ที่ออกแบบ
- HOW MUCH ค่าใช้จ่ายที่จะใช้ในการพัฒนา ค่าใช้จ่ายที่จะใช้ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์มีงบประมาณเท่าไรคำตอบที่ได้รับจากคำถาม 5W + H นี้จะนำไปสู่การวางแผนพัฒนาบรรจุภัณฑ์ได้

- ขั้นตอนการวางแผน ออกแบบบรรจุภัณฑ์การวางแผนเริ่มต้นด้วยจุดประสงค์ของการพัฒนา พร้อมด้วยข้อจำกัดต่าง ๆ รายละเอียดการวางแผนต้อง ประกอบด้วยองค์ประกอบต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 : การวางแผน

- กำหนดเวลา
- ผลงานที่จะได้รับในแต่ละขั้นทำงาน
- รายละเอียดของตราสินค้า (Branding)
- ผู้รับผิดชอบในแต่ละขั้นตอน

ขั้นตอนที่ 2 : การรวบรวมข้อมูล อันได้แก่

- ข้อมูลการตลาด
- สถานะ การแข่งขัน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ข้อจำกัด (SWOT : Strength, Weakness, Opportunity, Treat)

- ข้อมูลจากจุดขาย
- ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย / พฤติกรรมผู้บริโภค
- เทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางด้านวัสดุบรรจุภัณฑ์ ระบบบรรจุภัณฑ์และเครื่องจักร

ขั้นตอนที่ 3 : การออกแบบร่าง

- พัฒนาคำคิดริเริ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- ร่างต้นแบบ ประมาณ 3 – 5 แบบ
- ทำต้นแบบ ประมาณ 2 – 3 แบบ

ขั้นตอนที่ 4 : การประชุมวิเคราะห์ปรับต้นแบบ

- วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางเทคนิค
- วิเคราะห์การสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย



- เลือกต้นแบบที่ยอมรับได้
- ขั้นตอนที่ 5 : การทำแบบเหมือนร่าง
- เลือกวัสดุที่จะทำแบบ
- ออกแบบกราฟฟิกเหมือนจริง พร้อมตราสินค้าและสัญลักษณ์ทางการค้า
- ขึ้นแบบ

ขั้นตอนที่ 6 : การบริหารการออกแบบ เริ่มจากการติดต่อโรงงานผู้ผลิตวัสดุบรรจุภัณฑ์ จนถึงการควบคุมงานผลิต ให้ได้ตามแบบที่ต้องการ พร้อมทั้งจัดเตรียมรายละเอียดการสั่งซื้อ (Specification) เพื่อให้บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบสามารถผลิตได้ตามต้องการ ขั้นตอนสุดท้ายเป็นการติดตามผล ของบรรจุภัณฑ์ ที่ออกแบบไปแล้ว ว่าสามารถสนองตามจุดมุ่งหมาย ของการออกแบบ และบรรลุถึงวัตถุประสงค์ ขององค์กร เพียงใดที่จะทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เราควรจะต้องทราบถึงข้อกำหนดในการออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ก่อน โดยจะต้องพิจารณาจาก ชนิดและวัสดุที่ใช้ จะต้องมีความเหมาะสม สามารถปกป้องสินค้าได้นานตลอดอายุการวางขาย รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ ที่ต้องมีความกลมกลืนสอดคล้องกับตัวสินค้า มีขนาดที่พอดีสามารถรองรับน้ำหนักสินค้าได้ และสะดวกในการขึ้นรูป การบรรจุ การใช้งาน ในส่วนของขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เราจะต้องมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายกำหนดชื่อตราสินค้า เลือกวัสดุที่จะนำมาใช้ทำบรรจุภัณฑ์ ออกแบบรูปทรงและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ และการกำหนดสีสັນและกราฟฟิกการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดี นอกจากนี้จะต้องมีความสวยงามเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าแล้วนั้น สิ่งสำคัญที่เราต้องคำนึงถึงในการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้นก็คือน้ำหนักของบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ การปกป้องผลิตภัณฑ์จากปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อตัวผลิตภัณฑ์ การเก็บรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในสภาพเดิมได้ตามระยะเวลาที่กำหนด การนำเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาในการช่วยยืดอายุของผลิตภัณฑ์ ความสะดวกในการใช้งาน และการขนส่งสิ่งที่ผู้ซื้อเสียความรู้สึกมากที่สุด คือ บรรจุภัณฑ์ที่ไม่สามารถทำงานได้ตรงตามความต้องการ หรือไม่สามารถทำงาน ได้ตามที่บรรยายบนบรรจุภัณฑ์ ตัวอย่างเช่น มีการโฆษณาบนบรรจุภัณฑ์ ว่าเป็นซองออกแบบใหม่ฉีกเปิดได้ง่าย แต่พอเปิดซองแล้วสินค้าเกลื่อนกระจายไปทั่วพื้น เป็นต้น เหตุการณ์ เช่นนี้ผู้บริโภคจะไม่ตำหนิบรรจุภัณฑ์ แต่จะไม่ยอมรับสินค้านั้น ๆ เพราะถือว่าถูกหลอก ไม่ว่าจะบรรจุภัณฑ์ที่วันนี้จะออกแบบมาสวยงามน่าประทับใจเพียงใด ในฐานะเจ้าของสินค้า จำต้อง ยอมรับว่า ออกแบบบรรจุภัณฑ์มาไม่ดี จากตัวอย่างที่ยกมานี้เป็นที่ประจักษ์ว่าจุดมุ่งหมาย ในการออกแบบไม่รอบคอบ โดยไม่ใส่ใจในสิ่งเล็กน้อยดังกล่าวนี้ จะมีผลกระทบต่อยอดขายของสินค้า เนื่องจากประสบการณ์อันเลวร้าย ที่เกิดขึ้น ด้วยเหตุนี้การออกแบบบรรจุภัณฑ์จำต้องมีการวางแผนงาน และกำหนดจุดมุ่งหมายรองรับ ซึ่งมีหลายประการไว้อย่างชัดเจน เริ่มต้นด้วยการถ่ายภาพผลิตภัณฑ์อาหารที่จำหน่ายและตั้งชื่อตราสินค้า พบว่าตราสินค้านั้นเล็กเกินไปจึงขยายตราสินค้าให้ใหญ่ขึ้นลองเปลี่ยนพื้นข้างหลังเป็นพื้นสีเขียวและสีแดงเพื่อเปรียบเทียบความเด่น สะดุดตาของบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบ มีการทดลองเอาบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบลองวางขึ้นหิ้ง ณ จุดขายเปรียบเทียบกับ

คู่แข่งชั้น และสำรวจความเห็นของกลุ่มเป้าหมาย บรรจุกณ์สุดท้ายที่ทดสอบแล้วว่ากลุ่มเป้าหมายยอมรับมากที่สุดและสนองความต้องการของผู้ซื้อ

### 2.3 ข้อมูลที่เกี่ยวกับการออกแบบนวัตกรรมในบรรจุกณ์เครื่องสำอาง

(Innovation) มีรากศัพท์มาจาก innovare ในภาษาละติน แปลว่า ทำสิ่งใหม่ขึ้นมความหมายของนวัตกรรมในเชิงเศรษฐศาสตร์คือ การนำแนวความคิดใหม่หรือการใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่แล้วมาใช้ในรูปแบบใหม่ เพื่อทำให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ หรือก็คือ "การทำในสิ่งที่แตกต่างจากคนอื่น โดยอาศัยการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ (Change) ที่เกิดขึ้นรอบตัวเราให้กลายมาเป็นโอกาส(Opportunity) และถ่ายทอดไปสู่แนวความคิดใหม่ที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคม" แนวความคิดนี้ได้ถูกพัฒนาขึ้นมาในช่วงต้นศตวรรษที่ 20 โดยจะเห็นได้จากแนวคิดของนักเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม เช่น ผลงานของ Joseph Schumpeter ใน The Theory of Economic Development, 1934 โดยจะเน้นไปที่การสร้างสรรค การวิจัยและพัฒนาทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี อันจะนำไปสู่การได้มาซึ่ง นวัตกรรมทางเทคโนโลยี (Technological Innovation) เพื่อประโยชน์ในเชิงพาณิชย์เป็นหลัก นวัตกรรมยังหมายถึงความสามารถในการเรียนรู้และนำไปปฏิบัติให้เกิดผลได้จริงอีกด้วย

-นวัตกรรมเครื่องสำอางแบบแผ่น (Stickers) เครื่องสำอางสำหรับพกพาที่สามารถใช้หนึ่งครั้งแล้วทิ้ง เครื่องสำอางประเภทนี้เหมาะสำหรับพกพาเป็นการใช้ครั้งเดียวแล้วสามารถทิ้งได้ทันทีให้เลือกใช้แบบลิปสติก และ อายแชโดว์



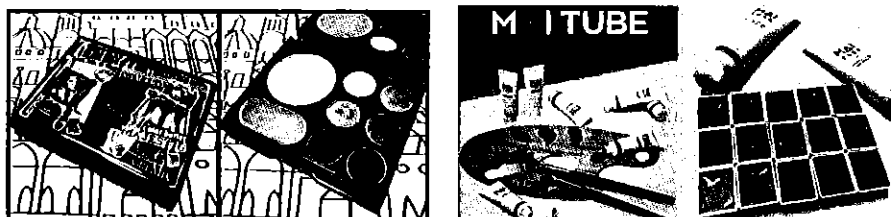
ภาพที่ 34 ภาพแสดงตัวอย่าง ลิปสติกแบบแผ่น (lipstick Stickers)

ภาพที่ 35 ภาพแสดงตัวอย่าง อายแชโดว์แบบแผ่น(Eyeshadow Stickers)

ที่มา: <http://www.akerufeed.com/wp-content//2016/07/colors.jpg>(ด้านขวา)

ที่มา: [https://ae01.alicdn.com/kf/HTB1v\\_kDKVXXXXXXXXXXV](https://ae01.alicdn.com/kf/HTB1v_kDKVXXXXXXXXXXV)(ด้านซ้าย)

-นวัตกรรมเครื่องสำอางแบบออกแบบปรับแต่ง พาเลท(palette)ได้ นวัตกรรมนี้สามารถปรับแต่งพาเลท(palette) ตามความต้องการของผู้ใช้คือบรรจุกณ์สามารถออกแบบบรรจุกณ์เครื่องสำอางทั้งภายนอกและภายใน คือสามารถเลือกชนิดเครื่องสำอางไว้ภายในบรรจุกณ์เครื่องสำอางเช่น สามารถเลือกอายแชโดว์ กับ สีบลัชออนได้ หรือสามารถผสมสีเครื่องสำอางขึ้นใหม่ได้แต่ภายในบรรจุกณ์ในพาเลท(palette) แบบปกติ ทั่วไป



ภาพที่ 36 ภาพตัวอย่างเครื่องสำอางแบบออกแบบปรับแต่ง พาเลท(palette)ได้1

ภาพที่ 37 ภาพตัวอย่างเครื่องสำอางแบบออกแบบปรับแต่ง พาเลท(palette)ได้2

ที่มา: <http://www.ladyissue.com/wp-content/uploads/2016/12/mai4.jpg>(ด้านขวา)

ที่มา: [https://ae01.alicdn.com/kf/HTB1v\\_kDKVXXXXXXXXVXXV](https://ae01.alicdn.com/kf/HTB1v_kDKVXXXXXXXXVXXV)(ด้านซ้าย)

-นวัตกรรมเครื่องสำอางแบบทูอินวัน (Two in one) คือเครื่องสำอางที่รวมสองชนิดมาบรรจุเครื่องสำอางไว้ในหนึ่งเดียว เพื่อความสะดวกสบายในการใช้งานตอบโจทย์ความต้องการในการพกพาที่ง่ายขึ้น เช่นแบบแท่ง เรามักจะเห็นมาสคาร่าที่มีหัวเพื่อการใช้งานสองด้าน หรือ แบบพาเลท (palette) ที่รวมเครื่องสำอางสองชนิดมาบรรจุรวมกัน



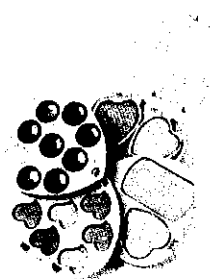
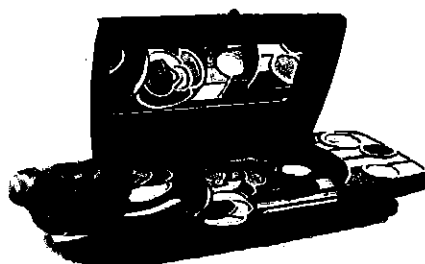
ภาพที่ 38 ภาพตัวอย่างเครื่องสำอางแบบทูอินวัน (Two in one) 1

ภาพที่ 39 ภาพตัวอย่างเครื่องสำอางแบบทูอินวัน (Two in one) 2

ที่มา: <http://www.earthpynn.com/wp-content/uploads/2016/07/minion-missha10.png>

ที่มา: <http://www.girlsallaround.com/wp-content/uploads/2016>

-นวัตกรรมเครื่องสำอางแบบ อออินวัน (all in one) คือเครื่องสำอางแบบที่รวมเครื่องสำอางแต่ละชนิดมารวมกันในหนึ่งเดียว หรือ สามารถแทนที่กระเป๋าเครื่องสำอางของผู้หญิงได้อย่างดี เพราะเครื่องสำอาง อออินวัน(all in one)มีเครื่องสำอางทุกอย่างที่ผู้หญิงต้องการและมีการออกแบบที่สวยงาม แปลกใหม่ มากมายในท้องตลาดให้เลือกตามความต้องการ



ภาพที่ 40 ภาพตัวอย่างเครื่องสำอางแบบทูอินวัน (Two in one) 1

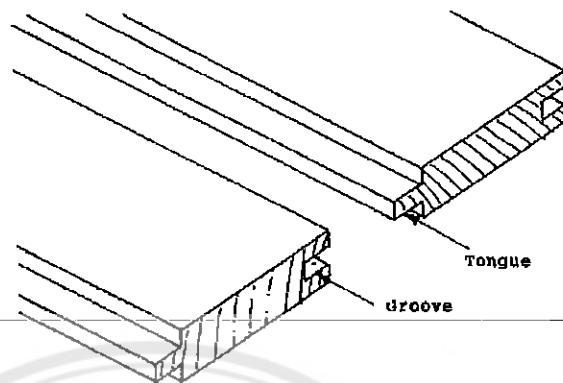
ภาพที่ 41- ภาพตัวอย่างเครื่องสำอางแบบทูอินวัน (Two in one) 2

ที่มา: <http://www.earthpynn.com/wp-content/uploads/2016/07/missha10.png> (ด้านซ้าย)

ที่มา: <http://www.girlsallaround.com/wp-content/uploads/2016/> (ด้านขวา)

-นวัตกรรมการถอดประกอบ (modular) เป็นชิ้นส่วนหรือส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ซึ่งแบ่งย่อยออกเป็นชิ้นส่วนเล็กๆทำให้ง่ายต่อการสับเปลี่ยนหรือแทนที่ชิ้นส่วนประกอบตามความเหมาะสม(Heizer and Render, 1999: 204) ซึ่งเป็นการออกแบบที่มีในเฟอร์นิเจอร์เป็นส่วนใหญ่จากการศึกษา ยังไม่มีการนำนวัตกรรมการถอดประกอบ (modular) มาออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางรูปแบบการใช้งานของบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางและรูปแบบนวัตกรรมการถอดประกอบ (modular) ผู้วิจัยจึงเกิดแรงบันดาลใจในการนำเสนอรูปแบบการทำงานมารวมกันเพื่อแก้ไขปัญหาในปัญหาในบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพาสำหรับสุขภาพสตรีวัยทำงาน โดยมีเทคนิคงานการออกแบบนวัตกรรมการถอดประกอบ (modular) มาผสมผสานในบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางในปัจจุบันมีเครื่องสำอางที่ผลิตจากเบอร์ด์ต่างทั้งในและต่างประเทศมาจัดจำหน่ายมากมายนในท้องตลาดและมีบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางที่มีนวัตกรรมที่ออกแบบชิ้นใหม่จึงทำให้ผู้วิจัยมีเพื่อนำเสนอความยืดหยุ่นสู่ทั้งการผลิตและการตลาด แผนกการผลิตจะพบว่าชิ้นส่วนเล็ก ๆ โดยเป็นส่วนประกอบสามารถถอดและประกอบเข้ากันได้ตามความต้องการ ความต้องการที่จะศึกษาบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางในท้องตลาดเพื่อนำมาพัฒนาต่อยอดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับสุขภาพสตรีวัยทำงานให้ตอบโจทย์ความต้องการให้ผู้หญิงวัยทำงานให้ครบความต้องการนวัตกรรมที่สืบค่านำมาประยุกต์ใช้ในงานออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบพกพา สำหรับ สุขภาพสตรีวัยทำงาน

คือเทคนิคในงานไม้ของการเชื่อมต่อไม้แบบสไลด์ คือทำร่องตัวผู้ ตัวเมียมาประกอบกันเพื่อความสะดวกสบายในการถอดประกอบ



ภาพที่ 42 ภาพแสดงตัวอย่างนวัตกรรมการถอดประกอบ

ที่มา: <http://www.nzdl.org/gsd/mod>

#### 2.4 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

การออกแบบลักษณะของโครงสร้าง(Construction Design) หมายถึง วิธีการกำหนดรูปลักษณะโครงสร้างวัสดุที่ใช้ กรรมวิธีการผลิต ตลอดจนการขนส่ง การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์นั้นตั้งแต่สถานที่ผลิตจนถึงมือผู้บริโภค ดังนั้นการออกแบบลักษณะโครงสร้าง จะเกี่ยวข้องกับการออกแบบรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับสินค้าและการใช้งาน การเลือกมิติของกล่องให้เหมาะสม กับสินค้าและระบบการลำเลียงขนส่ง การเลือกใช้วัสดุทำบรรจุภัณฑ์ ที่มีคุณสมบัติอันเหมาะสมและมีความเข้ากันได้กับตัวสินค้า สิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งที่ผู้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ควรทำการศึกษาคุณสมบัติของวัสดุ และบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งคุณสมบัติของสินค้าที่จะนำมาบรรจุและวิธีการลำเลียงขนส่งเสียก่อน จึงทำให้การออกแบบหรือการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เป็นไปอย่างเหมาะสม ในบรรดาวัสดุทั้งหมดที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์นั้น กระดาษนับได้ว่ามีมีการนำไปใช้มากที่สุดเพราะในจำนวนที่นำมาทำบรรจุภัณฑ์กว่าร้อยละ 40 เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากกระดาษ เหตุผลก็คือ 1. เมื่อใช้งานแล้วสามารถนำกลับมาเข้ากระบวนการผล 2. การตกแต่งสามารถให้สวยงามด้วยระบบการพิมพ์ซึ่งทำได้ง่ายและประหยัดราคา (สุมาลี, 2555)

กระบวนการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ในกระบวนการออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ ผู้วิจัยต้องอาศัยความรู้และข้อมูลจากหลายด้านการอาศัยความช่วยเหลือจากผู้ชำนาญการบรรจุ (PACKAGING SPECIALISTS) หลาย ๆ ฝ่ายมาร่วมปรึกษาและพิจารณาตัดสินใจ ซึ่งอิงทฤษฎีของ ปุ่น คงเจริญเกียรติและสมพร คงเจริญเกียรติ (2542:71-83) โดยที่ผู้วิจัยจะกระทำหน้าที่เป็นผู้สร้างภาพพจน์ (THE IMAGERY MAKER) จากข้อมูลต่าง ๆ ให้ปรากฏเป็นรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์จริง ลำดับขั้นตอนของการดำเนินงาน นับตั้งแต่ตอนเริ่มต้น

-การพัฒนาต้นแบบจริง (PROTOTYPE DEVELOPMENT) เมื่อแบบโครงสร้างได้รับการแก้ไขและพัฒนา ผ่านการยอมรับแล้ว ลำดับต่อมาต้องทำหน้าที่เขียนแบบ (MECHANICAL DRAWING) เพื่อกำหนดขนาด รูปร่าง และสัดส่วนจริงด้วยการเขียนภาพประกอบแสดงรายละเอียดของรูปแบบแปลน (PLAN) รูปด้านต่าง ๆ (ELEVATIONS) ทศนิยมภาพ (PERSPECTIVE) หรือภาพแสดงการประกอบ (ASSEMBLY) ของส่วนประกอบต่าง ๆ มีการกำหนดมาตราส่วน (SCALE) บอกรูปร่างและประเภทวัสดุที่ใช้มีข้อความ คำสั่ง ที่สื่อสารความเข้าใจกันได้ในขบวนการผลิตเป็นบรรทัดฐานของจริง แต่การที่จะได้มาซึ่งรายละเอียดเพื่อนำไปผลิตจริงดังกล่าวนี้ ผู้ออกแบบจะต้องสร้างต้นแบบจำลองที่สมบูรณ์ (PROTOTYPE) ขึ้นมาก่อนเพื่อวิเคราะห์ (ANALYSIS) โครงสร้างและจำแนกแยกแยะส่วนประกอบต่าง ๆ ออกมาศึกษา ดังนั้น PROTOTYPE ที่จัดทำขึ้นมาในขั้นนี้จึงควรสร้างด้วยวัสดุที่สามารถให้ลักษณะ และรายละเอียดใกล้เคียงกับบรรทัดฐานของจริงให้มากที่สุดเท่าที่จะกระทำได้เช่นอาจจะทำด้วยปูนพลาสเตอร์ ดินเหนียว กระดาษ ฯลฯ และในขั้นนี้ การทดลองออกแบบกราฟิกบนบรรทัดฐาน ควรได้รับการพิจารณาร่วมกันอย่างใกล้ชิดกับลักษณะของโครงสร้างเพื่อสามารถนำผลงานในขั้นนี้มาคัดเลือกพิจารณาความมีประสิทธิภาพของรูปลักษณะบรรทัดฐานที่สมบูรณ์ (สุมาลี, 2555)

-การผลิตจริง (production) สำหรับขั้นตอนนี้ส่วนใหญ่จะเป็นหน้าที่รับผิดชอบของฝ่ายผลิตในโรงงานที่จะต้องดำเนินการตามแบบแปลนที่นักออกแบบให้ไว้ ซึ่งทางฝ่ายผลิตจะต้องจัดเตรียมแบบแม่พิมพ์ของบรรทัดฐานให้เป็นไปตามกำหนด และจะต้องสร้างบรรทัดฐานจริงออกมาจำนวนหนึ่งเพื่อเป็นตัวอย่าง (PRE- PRODUCTION PROTOTYPES) สำหรับการทดสอบทดลองและวิเคราะห์เป็นครั้งสุดท้าย หากพบว่ามีข้อบกพร่องควรรีบดำเนินการแก้ไขให้เป็นที่ยอมรับแล้วจึงดำเนินการผลิตเพื่อนำไปบรรจุและจำหน่ายในลำดับต่อไป (สุมาลี, 2555)

การออกแบบโครงสร้าง หมายถึง การกำหนดลักษณะรูปร่าง รูปทรง ขนาด ปริมาตรส่วนปริมาตรอื่น ๆ ของวัสดุที่จะนำมาผลิต และประกอบเป็นภาชนะบรรจุให้เหมาะสมกับหน้าที่ใช้สอย ตลอดจนกรรมวิธีการผลิต การบรรจุ การเก็บรักษาและการขนส่งการออกแบบ และโครงสร้างของบรรทัดฐานนั้น ผู้ออกแบบจะมีบทบาทสร้างสรรค์บรรทัดฐานประเภท individual package และ inner package ที่สัมพันธ์อยู่กับผลิตภัณฑ์ขั้นแรกและขั้นที่ 2 เป็นส่วนใหญ่ แต่จะมีรูปร่างลักษณะอย่างไรนั้นขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์ (product) ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทใดเป็นตัวกำหนดขึ้นมา ซึ่งผู้ออกแบบจะต้องศึกษาข้อมูล ของผลิตภัณฑ์ที่จะต้องบรรจุ และออกแบบโครงสร้างเพื่อรองรับการบรรจุให้เหมาะสม โดยอาจจะกำหนดให้มีลักษณะพิเศษเฉพาะ หรือทำให้มีรูปร่างที่เหมาะสม แก่การจับถือ หิ้วและอำนวยความสะดวกต่อการนำเอาผลิตภัณฑ์ภายในออกมาใช้ พร้อมทั้งทำหน้าที่ป้องกันคุ้มครองผลิตภัณฑ์โดยตรงด้วย ตัวอย่างเช่น กำหนด individual package ครีมน้ำแข็ง สำหรับชงกาแฟบรรจุในช่อง

อลูมิเนียมฟลอยด์แล้วบรรจุใน กล่องกระดาษแข็งแบบพับ (folding carton) รูปสี่เหลี่ยมอีกชั้นหนึ่ง ทั้งนี้เพราะผลิตภัณฑ์เป็นแบบผง จึงต้องการวัสดุ สำหรับบรรจุที่สามารถกันความชื้นได้ดี การใช้แผ่นอลูมิเนียมฟลอยด์ บรรจุก็สามารถป้องกันความชื้นได้ดีสามารถพิมพ์ลวดลายหรือข้อความบนผิวได้ดีกว่าถุงพลาสติก อีกทั้งเสริมสร้างภาพพจน์ความพอใจในผลิตภัณฑ์ให้เกิดแก่ผู้ใช้และเชื่อถือในผู้ผลิต

ต่อมา การบรรจุในกล่องกระดาษแข็งอีกชั้นหนึ่งก็เพราะว่าบรรจุภัณฑ์ชั้นแรกเป็นวัสดุประเภทอ่อนตัว (flexible) มีความอ่อนแอด้านการป้องกันผลิตภัณฑ์จากการกระทบกระแทกทะลุในระหว่างการขนย้ายตลอดจนยากแก่การวางจำหน่ายหรือตั้งโชว์ จึงต้องอาศัยบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 เข้ามาช่วยเพื่อการทำหน้าที่ประการหลังดังกล่าวจากที่กล่าวมา-จะเห็นได้ว่าเพียงแค่ขั้นตอนการกำหนด-การเลือกวัสดุให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์นั้น ผู้ออกแบบจะต้องอาศัย ความรู้และข้อมูลตลอดจนปัจจัยต่าง ๆ เข้ามาพิจารณาตัดสินใจร่วมใน กระบวนการ ออกแบบ เช่นราคาวัสดุ การผลิตเครื่องจักร การขนส่ง การตลาดการพิมพ์ ฯลฯ ที่จะต้องพิจารณาว่ามี ความคุ้มค่า หรือเป็นไปได้ ในระบบการผลิต และจำหน่ายเพียงใด แล้วจึงจะมากำหนด เป็นรูปร่างรูปทรง (shap & form) ของบรรจุภัณฑ์อีกครั้งหนึ่งว่าบรรจุภัณฑ์ควรจะออกมาในรูปลักษณะอย่างไร ซึ่งรูปทรงเลขาคณิต รูปทรงอิสระก็มีข้อดี-ข้อเสียในการบรรจุ การใช้เนื้อที่ และมีความเหมาะสมกับชนิด ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันไป วัสดุแต่ละชนิด ก็มีข้อจำกัด และสามารถดัดแปลงประโยชน์ได้เพียงใด หรือใช้วัสดุมาประกอบ จึงจะเหมาะสมดีกว่า หรือลดต้นทุนในการผลิตที่ดีที่สุดสิ่งต่างๆ เหล่านี้คือสิ่งที่ผู้ออกแบบ จะต้องพิจารณาประกอบด้วยดังนั้นจึงเห็นได้ว่า ในขั้นตอนของการออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ นักออกแบบ มิใช่จะสร้างสรรค์ ได้ตามอำเภอใจ แต่กลับต้องใช้ความรู้ และข้อมูลจากหลายด้าน มาประกอบกันจึงจะทำให้ผลงานออกแบบนั้นมีความสมบูรณ์ และสำเร็จออกมาได้ ในขั้นของการออกแบบโครงสร้างนี้ ผู้ออกแบบ จึงต้องเริ่มตั้งแต่การสร้างแบบ ด้วยการสเก็ต แนวความคิดของรูปร่างบรรจุภัณฑ์และสร้างภาพประกอบรายละเอียด ด้วยการเขียนแบบ (mechanical drawing) แสดงรายละเอียดมาตราส่วนที่กำหนดแน่นอน เพื่อแสดงให้ผู้ผลิต ผู้เกี่ยวข้องเข้าใจอ่านแบบได้การใช้ทักษะทางศิลปะในการออกแบบก็คือเครื่องมือที่ผู้ออกแบบจะต้องกระทำขึ้นมาเพื่อการนำเสนอ ต่อเจ้าของงานหรือผู้ว่าจ้างตลอดจนผู้เกี่ยวข้องให้ช่วย พิจารณาปรับปรุงเพื่อให้ได้ผลงาน ที่จะสำเร็จออกมามีประสิทธิภาพในการใช้งานจริงส่วนการออกแบบโครงสร้าง ของบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 3 outer package นั้นส่วนใหญ่เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีรูปแบบ ค่อนข้างแน่นอน และเป็นสากลอยู่แล้ว ตามมาตรฐานการผลิต ในระบบอุตสาหกรรมที่สอดคล้องกับ ระบบการขนส่ง ที่เน้นการบรรจุ เพื่อขนส่งได้คราวละมากๆ เป็นการบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่ หรือขนาดกลาง เช่น การขนส่งทางบก ทางเรือ ทางอากาศ เพื่อการส่งออก หรือภายในประเทศ การเก็บรักษาในคลังสินค้า ซึ่งจะต้องนำบรรจุเข้าตู้ containerขนาดใหญ่ที่มีมิติภายในแน่นอน ดังนั้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ประเภท outer package จึงไม่นิยมออกแบบให้มีรูปร่างแปลกใหม่มากนัก ส่วนใหญ่จะเน้นประโยชน์ใช้สอย ประหยัด สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ การการกระทบกระแทก การรับน้ำหนัก การวางซ้อน การต้านทานแรงดันทะลุ หรือป้องกันการเปียกชื้นจากไอน้ำ สภาพอากาศ

และอื่นๆ เป็นต้น การออกแบบรูปร่างรูปทรงภายนอก จึงมีลักษณะไม่แตกต่างกันนัก แต่อาจมีการแตกต่างภายนอก ด้วยการออกแบบกราฟิก เพื่อแสดงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของผู้ผลิต และผลิตภัณฑ์กลวิธีของการออกแบบสร้างบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้จึงเน้นการออกแบบเพื่อให้มี โครงสร้างที่สามารถเอื้ออำนวยความสะดวก และประหยัดเวลา ในการประกอบ ให้มากที่สุด เช่นการประกอบรูปทรงด้วยเทปกาว สลักลิ้นพับซ้อนกัน หรือตามแบบให้มีโครงสร้างภายใน ช่วยป้องกันผลิตภัณฑ์ หรือถ่ายแรงรับน้ำหนักด้วยการใช้ interior packing devices ทำให้เปิด-ปิดง่ายนำเอาผลิตภัณฑ์ภายในออกมาได้ไว และยังใช้วางจำหน่ายจัดโชว์ และประชาสัมพันธ์การขายได้ทันที ถึงจุดหมาย ซึ่งกลยุทธ์ทางการตลาดเหล่านี้กำลังเป็นที่นิยม-และเห็นความสำคัญกันมาก-โดยเฉพาะภาวะการณ์แข่งขันทางการค้าเช่นในสภาพปัจจุบันนี้

## 2.4 การออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง

2.4.1 การตั้งจุดมุ่งหมายในการออกแบบกราฟิก ของบรรจุภัณฑ์ มีสิ่งจำเป็นที่ต้องรู้หรือศึกษาข้อมูล คือ ตำแหน่ง (Positioning) ของบรรจุภัณฑ์ของ คู่แข่งที่มีอยู่ในตลาด ในกรณีที่บรรจุภัณฑ์มีอยู่ในตลาดแล้ว การทราบถึงตำแหน่ง ดังภาพที่ 20 ย่อมทำให้ตั้งจุดมุ่งหมายในการออกแบบได้ง่าย นอกจากตำแหน่งของสินค้า สิ่งที่ต้อง ค้นหาออกมา คือ จุดขายหรือ UPS (Unique Selling Point) ของสินค้า ที่จะโฆษณาบนบรรจุภัณฑ์ ทั้งสองสิ่งนี้เป็น องค์ประกอบสำคัญในการตั้งจุดมุ่งหมายของการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

2.4.2 การวางแผนปัจจัยต่าง ๆ ที่ได้จากการวิเคราะห์รวบรวมข้อมูลขั้นตอน เพื่อเตรียมร่างจุดมุ่งหมาย และขอบเขตการออกแบบ พัฒนารูปร่างก่อน ที่จะปรับปรุงพัฒนาบรรจุภัณฑ์ อาจวางแผนได้ 2 วิธี คือ

- ปรับปรุงพัฒนาให้ฉีกแนวแตกต่างจากคู่แข่ง
- ปรับปรุงพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งโดยตรงได้ด้วยบรรจุภัณฑ์ที่ดีกว่า หรือด้วยค่าใช้จ่ายที่ถูกลงกว่า การตั้งเป้าหมาย และวางแผนการพัฒนารูปร่าง ดังกล่าว ย่อมต้องศึกษาสถานภาพ บรรจุภัณฑ์ ของคู่แข่ง พร้อมกับลู่รู้ถึง นโยบายของบริษัทตัวเอง และกลยุทธ์การตลาดที่จะแข่งกับคู่แข่ง

2.4.3 เทคนิคการออกแบบ รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์นั้น สามารถจับต้องได้ ซึ่งโดยปกติแล้วมักจะเป็นรูปทรงเลขาคณิต เช่น สี่เหลี่ยมและทรงกลมรูปทรงที่แตกต่างกัน ย่อมก่อให้เกิดความรู้สึกที่แตกต่างกัน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี คอมพิวเตอร์ทำให้เพิ่มขีดความสามารถ ในการออกแบบรูปทรงต่าง ๆ กันของวัสดุหลัก 4 ประเภท อันได้แก่ กระดาษ โลหะ แก้ว และ พลาสติก ที่เห็นได้ชัดคือ กระจกโลหะที่แต่เดิมมักเป็นรูปทรงกระบอก เทคโนโลยีสมัยใหม่สามารถ



2.4.4 การออกแบบเป็นชุด (PackageUniform)การออกแบบเป็นชุดเป็นเทคนิคที่มีความนิยมมากใช้กันมาก จากกราฟฟิกง่าย ๆ ที่เป็น จุด เส้น และภาพ มาจัดเป็นรูปบนบรรจุภัณฑ์ สร้างอารมณ์ร่วมจากการสัมผัสด้วยสายตา หลักเกณฑ์ในการออกแบบ คือ ให้ง่ายสะอาดตา แต่ต้องทันสมัยและเหมาะแก่การใช้งาน ความง่ายสะอาดตามีผลต่อการดึงดูดความสนใจ ความทันสมัยช่วยสร้างความแปลกใหม่ ส่วนความรู้สึกว่าเหมาะแก่การใช้งานเสริม ความรู้สึกว่าคุณค่าเงิน และความมั่นใจในตัวสินค้าจากการออกแบบเป็นชุดของสินค้า มีผลต่อการทำให้ผู้บริโภคเกิดความทรงจำที่ดีถ้าออกแบบได้ตรงกับ รสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย การออกแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นชุดเปรียบเสมือนชุดแบบฟอร์ม ของเสื้อผ้าคนที่ใส่-เช่น มีชุดสูท-ชุดพระราชทาน-ชุดม่อฮ่อม-เป็นต้น-การออกแบบเสื้อผ้าที่เป็นชุดนี้เมื่อใครเห็น ก็ทราบว่าคุณทำอะไร แม้ว่าจะใช้เสื้อผ้าและสีสันทันที่แตกต่างกัน การออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นชุดนี้ก็ยังมีหลักการคล้ายคลึงกันการออกแบบเสื้อผ้าเป็นชุด ยังมีชื่อเรียก แต่ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ไม่มีชื่อเรียก จึงจำต้องยึด เอกลักษณ์บางอย่าง บนบรรจุภัณฑ์เป็นตัวเชื่อมโยงให้รู้ว่าเป็นชุดเดียวกัน อาจใช้สัญลักษณ์ทางการค้า ใช้สไตล์การออกแบบ ใช้การจัดเรียงวางรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ให้อยู่ในระดับเดียวกัน นอกจากนี้รูปแบบ ของตัวอักษรจะต้องเป็นสไตล์เดียวกัน เป็นตัวอย่างของเทคนิคการออกแบบเป็นชุด

2.4.5 การเรียงต่อเป็นภาพ ณ จุดขายเทคนิคการออกแบบวิธีนี้ ยึดหลักในการสร้างภาพ ณ จุดขายให้เป็นภาพใหญ่ อาจจะดูเป็นภาพที่ปะติดปะต่อ ดังภาพที่ 25 หรืออาจเป็นภาพกราฟฟิกขนาดใหญ่ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อดึงดูดความสนใจ ของผู้บริโภคในระยะทางไกล ตามรายละเอียดเรื่องสรรระในการอ่าน และประสาทสัมผัสของผู้ซื้อ ณ จุด เนื่องจากโอกาสที่ตัวบรรจุภัณฑ์ และรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ จะสามารถมองเห็นในระยะเกิน 10 เมตรขึ้นไปนั้นเป็นไปได้ยาก ด้วยเหตุนี้จึงต้องใช้พื้นที่บนหิ้งที่วางสินค้านั้นจัดเป็นภาพใหญ่เพื่อดึงดูดความสนใจสิ่งพึงระวังในภาพ ที่ต่อขึ้นจากการเรียงบรรจุภัณฑ์นั้น จะต้องเป็นภาพที่สร้างความประทับใจ หรือกระตุ้นให้เกิดความอยากได้ของกลุ่มเป้าหมาย ที่อาจจะเคยเห็นภาพดังกล่าวจากสื่ออื่น ๆ เช่น บนตัวบรรจุภัณฑ์ที่เคยบริโภค หรือสื่อโฆษณาต่าง ๆ เป็นต้น การต่อเป็นภาพของบรรจุภัณฑ์นี้ยังต้องระมัดระวัง ขั้นตอนการแปรรูปบรรจุภัณฑ์ เช่นการทับเส้น และการพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์จะต้องเน้นอนมีคุณภาพดี เพื่อว่าภาพที่ต่อขึ้นมาจะเป็นภาพที่สมบูรณ์ตามต้องการ

2.4.6 การออกแบบแสดงศิลปะท้องถิ่นเทคนิค การออกแบบวิธีนี้ มีจุดมุ่งหมายอันดับแรก คือ การส่งเสริมสินค้าที่ผลิตภายในท้องถิ่น เพื่อเสนอแก่นักท่องเที่ยว ให้ซื้อกลับไปเป็นของฝาก ถ้าสินค้านั้นได้รับความนิยมในวงกว้าง ก็สามารถนำออกขาย ในตลาดที่มีขนาดใหญ่ขึ้น หรืออาจส่งขายไปยังต่างประเทศได้ ถ้าสามารถควบคุมคุณภาพ การผลิต และมีวัตถุดิบมากพอ พร้อมทั้งกระบวนการผลิต แบบอัตโนมัติที่สามารถวางแผนงานการผลิตได้ รายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ที่ ใช้สื่อความหมายเพื่อเป็นของฝากนี้ มักจะใช้สิ่งที่รู้จักกันดีในท้องถิ่นนั้น เช่น รูปพระแช่ชาละวันของจังหวัด

พิจิตร รถมาของจังหวัดลำปาง ภูมิประเทศในท้องถิ่น เป็นต้น ในบางกรณีอาจนำวัสดุที่ผลิตได้ในท้องถิ่นมาใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ เพื่อความแปลกใหม่ ดังภาพที่ 26 นอกเหนือจากรายละเอียด ของกราฟฟิก การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อซื้อไป เป็นของฝากจำต้องพิจารณาถึง ความสะดวกในการนำกลับ ของผู้ซื้อ และความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์ในการนำไปมอบเป็นของขวัญ ตัวอย่างของกล่องบรรจุ อาหารทะเลอบแห้ง มีการออกแบบหูหิ้วเพื่อความสะดวกในการนำกลับ

## 2.5 การออกแบบกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์

2.5.1 รูปทรง (Shapes) นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ รูปทรงดังกล่าวอาจเป็นได้ทั้งรูปทรงเรขาคณิต หรือรูปทรงอิสระ การใช้รูปทรงมีส่วนจดจำต่อผู้พบเห็น เช่น เมื่อคนเห็นตราสัญลักษณ์(สามเหลี่ยม)ก็จะนึกถึงสินค้า ก ันท์ หรือเมื่อเห็นรูปหยดน้ำก็นึกถึงสินค้า ข ได้ทันที เป็นต้น (สุมาลี, 2555)

2.5.2 สี (Color) จัดเป็นองค์ประกอบที่มีบทบาทในลักษณะเดียวกับรูปทรง คือ มีผลต่อการจดจำของผู้พบเห็น นอกจากนี้สียังส่งผลต่อผู้พบเห็นในด้านจิตวิทยาอย่างมากอีกด้วย (สุมาลี, 2555)

2.5.3 ตัวอักษรและการพิมพ์ (Letters and Type Face) ในการนำตัวอักษรหรือตัวพิมพ์ มาใช้ในการออกแบบกราฟิก ผู้ออกแบบควรจะต้องศึกษาเรียนรู้ในเรื่อง รูปแบบตัวอักษร ขนาดตัวอักษร และรูปร่างลักษณะตัวอักษร ตัวอักษรและการพิมพ์ หมายความว่ารวมกับภาพถ่าย ภาพวาดลายเส้น ซึ่งมักเรียกโดยรวมว่าภาพประกอบ ภาพประกอบมีบทบาทสำคัญต่อบรรจุภัณฑ์ มากเปรียบได้กับหน้าตาของบรรจุภัณฑ์ เช่น ฉลากที่มีรูปปลาชาร์ทินปิดบนกระป๋องโลหะ ย่อมทำให้ผู้บริโภคสามารถสื่อความหมายได้ว่าสินค้านั้นคืออะไร (สุมาลี, 2555)

-กำหนดขอบเขตของปัญหา ( Problem Identification )เป็นขั้นตอนการตั้งเกณฑ์และ ความต้องการของการออกแบบ โดยทั่วไปมักเกี่ยวข้องกับการกำหนดขอบเขตของปัญหา ชื่อเรียก ร้อง ข้อจำกัด เพื่อรวบรวมเป็นข้อมูลเพื่อการนำเสนอ เช่น การประสานความคิดกันระหว่างนักออกแบบ ผู้ขาย ผู้ผลิตร่วมปรึกษากันกำหนดขอบเขตให้แคบเข้าเพื่อหาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับ รูปแบบการ ดำเนินชีวิตและพฤติกรรมของผู้บริโภค แนวโน้มทางการตลาด พื้นฐานทางเทคนิค เป็นต้น (สุมาลี, 2555)

-การเสนอแนวความคิดเบื้องต้น ( Preliminary Ideas ) เป็นการลำดับความคิด ออกมาหลายๆแบบ ด้วยการร่างภาพอย่างหยาบ โดยอาศัยข้อมูลที่สรุปได้จากข้อ 1 เพื่อให้ได้แนวคิด และจินตภาพ ที่สัมพันธ์กับโครงสร้างของผลิตภัณฑ์และภาชนะบรรจุออกมาหลายๆแบบ ทั้งนี้ก็เพื่อน จะได้เลือกแบบที่ดีที่สุดไว้พัฒนาในลำดับต่อไป (สุมาลี, 2555)

-การพัฒนาและแก้ไขแบบ ( Design Refinement ) เป็นขั้นตอนการนำแบบร่างมา พัฒนารูปแบบ มีการขยายรายละเอียดส่วนประกอบย่อยต่างๆให้เห็นชัด กำหนดขนาด สัดส่วน สี ตัวอักษร และภาพประกอบ มีการจัดวางตำแหน่งและแสดงรูปลักษณะ ให้ใกล้เคียงทำแบบเหมือนจริงให้มากที่สุด เพื่อการนำเสนอให้เกิดการยอมรับหรือเปลี่ยนแปลงแก้ไขไปตามลักษณะที่ผู้ผลิตและ ทีมงานต้องการ (สุมาลี, 2555)

-การวิเคราะห์ผลงานออกแบบ ( Design Analysis ) ผลงานการออกแบบกราฟิกที่ปรากฏบนแผ่นกระดาษอาจมีความเห็นรวมกันว่าเป็นผลงานที่ดี และทุกฝ่ายพึงพอใจ แต่อย่างไรก็ตาม งานออกแบบเพียงสองมิติ นี้ก็ยังมีใช้สิ่งที่เหมาะสมและไม่เห็นปัญหาที่แท้จริง ดังนั้นในขั้นนี้ผู้ออกแบบจึงต้องจัดทำบรรจุภัณฑ์จำลองรูปทรงสามมิติ เท่าของจริงที่สำเร็จออกมาด้วย เพื่อทำการวิเคราะห์ถึงปัญหาที่จะเกิดขึ้นเป็นขั้นตอนสุดท้ายก่อนการตัดสินใจนำไปสร้างแบบจริง อีกทั้งยังเป็นการนำทดสอบความคิดเห็นความรู้สึกที่มีต่อแบบบรรจุภัณฑ์ และเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์คู่แข่ง (สุมาลี, 2555)

-การสร้างต้นแบบเพื่อการพิมพ์ (-Mechanicalor-Art-Work-) เป็นขั้นตอนสุดท้ายที่ผู้ออกแบบต้องจัดเตรียมต้นฉบับที่สมบูรณ์ด้วยการเขียนแบบ และจัดวางองค์ประกอบต่างๆ ตลอดจนคำสั่งต่างๆที่ใช้ติดต่อสื่อสาร ความเข้าใจกันระหว่างผู้ออกแบบและช่างเทคนิคทางการพิมพ์ เพื่อให้ได้ผลพิเศษตามที่ต้องการ เป็นต้นฉบับที่สมบูรณ์ สามารถนำไปถ่ายเป็นฟิล์มโบรไมด์ ( Bromide ) แยกสีทำเพลทแม่พิมพ์ที่สวยงามและคมชัด (สุมาลี, 2555)

-การผลิต ( Production ) ในขั้นตอนการผลิตจริงนี้ ส่วนใหญ่เป็นหน้าที่รับผิดชอบของฝ่ายโรงงานหรือโรงพิมพ์ที่ผลิตออกมาให้ตรงตามที่นักออกแบบกำหนดไว้ แต่ถึงอย่างไรผู้ออกแบบก็ต้องคอยติดตามดูแลผลงานที่สำเร็จออกมาจริง โดยทั่วไปแล้วฝ่ายโรงพิมพ์จะผลิตผลงานออกมาจำนวนหนึ่งก่อน เพื่อให้ผู้ออกแบบได้ตรวจสอบครั้งสุดท้าย ก่อนการผลิตออกมาจำนวนมากๆผู้ออกแบบจะตรวจสอบดูคุณภาพการผลิต เช่น ความชัดเจน คุณค่าของสี ความประณีตและคุณภาพการพิมพ์ การตัด-ฉลุ และอื่นๆ (สุมาลี, 2555)

-ข้อคิดในการออกแบบลักษณะกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว การทำงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ เราสามารถแบ่งตามลักษณะของประเภทการทำงานได้ 2 ประเภท คือ การออกแบบลักษณะโครงสร้างประเภทหนึ่ง และการออกแบบกราฟิกประเภทหนึ่ง แต่เนื่องด้วยลักษณะกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และฉลากมีผลในเชิงจิตวิทยาต่อผู้บริโภคในลักษณะเกิดการตอบสนองต่อบรรจุภัณฑ์ที่ได้พบเห็นอันได้แก่ ความสนใจ ความนิยม และนำไปสู่การตัดสินใจเลือกซื้อ ดังนั้นนักออกแบบจึงต้องอาศัยการจัดองค์ประกอบในการออกแบบ ได้แก่ ภาพถ่าย ภาพเขียน ลวดลาย สัญลักษณ์ อักษร สี ฯลฯ เพื่อให้เกิดผลที่จะสามารถสื่อความหมายตามความต้องการให้ผู้บริโภคได้รับรู้ได้ การออกแบบจึงมีบทบาทอันสำคัญในการทำให้ผลิตภัณฑ์พร้อมด้วยบรรจุภัณฑ์นั้นประสบความสำเร็จ สามารถจำหน่ายได้ในตลาด อย่างไรก็ตามนักออกแบบจะมีข้อคิดอย่างไรในการปฏิบัติงานออกแบบกราฟิกที่สามารถเอื้ออำนวยให้เกิดผลได้นั้น สามารถกล่าวได้ดังต่อไปนี้ (สุมาลี, 2555)

-ลักษณะกราฟิกสร้างทัศนคติอันดีงามต่อผลิตภัณฑ์และผู้ผลิต ภาชนะบรรจุและฉลาก ทำหน้าที่เปรียบเสมือนสื่อประชาสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอตนต่อผู้บริโภค แสดงออกถึงคุณงามความดีของผลิตภัณฑ์และความรับผิดชอบที่ผู้ผลิตมีต่อผลิตภัณฑ์นั้น ลักษณะกราฟิกจึงมีบทบาทในการสื่อความหมายและปลุกฝังให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกอันดีงามต่อผลิตภัณฑ์และความศรัทธาเชื่อถือต่อผู้ผลิต (สุมาลี, 2555)

- บังคับให้ผู้บริโภคทราบถึงชนิดของผลิตภัณฑ์และผู้ผลิตลักษณะกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และฉลาก ช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้จำหน่าย และผู้บริโภคเข้าใจได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว ว่าผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายในคือสิ่งใด นักออกแบบจะพิจารณาว่าควรออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีรูปทรง และลักษณะกราฟิกซึ่งประกอบด้วยการใช้ภาพ อักษร สี ฯลฯอย่างไร จึงจะสามารถถ่ายทอดให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึก และความเข้าใจว่าผลิตภัณฑ์นั้นคืออะไรลักษณะกล่องและกราฟิกที่ออกแบบนั้นให้ความรู้สึกสมกับที่เป็นกล่องบรรจุภัณฑ์ชนิดนั้นหรือไม่อย่างไร (สุมาลี, 2555)

-แสดงคุณสมบัติประโยชน์และวิธีใช้ของผลิตภัณฑ์ เมื่อเรียกความสนใจจากผู้บริโภคหยิบผลิตภัณฑ์ขึ้นมาพิจารณา-ทั้งนี้โดยอาศัยความโดดเด่น-สะดุดตาของบรรจุภัณฑ์และฉลากดังกล่าวแล้ว หน้าที่ต่อมาคือการประชาสัมพันธ์ถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ เพื่อที่จะกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อ อาจทำได้โดยการออกแบบซึ่งอาศัยใช้ทั้งถ้อยคำและภาพเป็นสื่อ บทบาทของบรรจุภัณฑ์และฉลากจึงเปรียบเสมือนพนักงานขาย ซึ่งทำหน้าที่โฆษณาถึงสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ ชี้ชวนให้เห็นข้อแตกต่างที่ผิดแผกไปจากคู่แข่งชั้นทั้งด้าน คุณภาพและปริมาณ พร้อมทั้งให้ข้อมูลในเรื่องวิธีการใช้ และการเก็บรักษา เป็นต้น (สุมาลี, 2555)

-คงรักษาเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ในชุดหรือในเครือผู้ผลิตเดียวกัน ผู้ผลิตรายหนึ่งอาจมีผลิตภัณฑ์วางจำหน่ายพร้อมกัน เพื่อให้ผู้บริโภคเลือกซื้อได้หลายชนิดหลายขนาด หลายรส ฯลฯ ตัวอย่างเช่น น้ำผลไม้มีความหลากหลายของชนิด น้ำผลไม้รสชาติต่างๆหรือสีทาอาคารซึ่งมีต่างชนิดให้เลือกใช้ ในกรณีเช่นนี้นักออกแบบจะนิยมออกแบบลักษณะกราฟิกให้คล้ายกันไว้ทั้งหมด ซึ่งอาจทำได้โดยกำหนดตำแหน่งองค์ประกอบต่างๆในแบบไว้ในที่เดียวกัน ใช้แบบอักษรชุดเดียวกัน ใช้ลวดลาย หรือเทคนิคการตกแต่งที่ให้ความรู้สึกอย่างเดียวกันตลอดทุกภาชนะ เป็นต้น จะมีผิดแผกบ้างก็เพียง เช่น ชื่อเรียกผลิตภัณฑ์ ภาพผลิตภัณฑ์และสีอื่น ฯลฯเท่านั้นเพื่อให้สังเกตเห็นถึงความแตกต่าง หยิบซื้อ และหยิบใช้ได้อย่างถูกต้อง เหตุผลของการออกแบบในลักษณะดังกล่าวข้างต้น ก็เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ในเครือผู้ผลิตเดียวกันคงเอกลักษณ์ เฉพาะตนเองไว้ให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันโดยตลอดที่เรียกว่า Corporate Identity เมื่อนำผลิตภัณฑ์มาวางเรียงจำหน่าย บรรจุภัณฑ์เหล่านั้นจะทำหน้าที่เสมือนพนักงานขายที่นั้ดกันเปล่งเสียงดังฟังชัด เพื่อโฆษณาโฆษณาประชาสัมพันธ์ตัวของมันเองด้วยภาษา และเรื่องราวเดียวกันทั้งสิ้น (สุมาลี, 2555)

-เพิ่มความเด่นเมื่อเรียงจำหน่าย จากสภาพการจำหน่ายในปัจจุบัน เราจะพบเห็นว่าสินค้าถูกวางเรียงจำหน่ายบนชั้นต่างๆในร้านค้ารอคอยผู้บริโภค โดยไม่จำเป็นต้องมีพนักงานไว้คอยบริการแนะนำ บรรจุภัณฑ์ต่างๆจะทำหน้าที่ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ดังนั้นในด้านการออกแบบ เมื่อพิจารณาจะเห็นโอกาสที่เพิ่มพลังความเด่นของสินค้าที่จัดวางบนชั้นเหล่านี้ได้โดยอาศัยการออกแบบการพิกด้วยวิธีการต่างๆ เพื่อให้บรรจุภัณฑ์เรียงอยู่ข้างเคียงกันช่วยส่งเสริมความเด่นซึ่งกันและกัน ตัวอย่างเช่น เราออกแบบให้มีลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ มีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกันกับบรรจุภัณฑ์อีกกล่องหนึ่งในชนิดเดียวกันเมื่อย่างเรียงอยู่เคียงข้างกัน หรือสถานที่จำหน่ายต่างๆ จะประสบความสำเร็จหรือไม่ขึ้นอยู่กับวิธีการออกแบบ การออกแบบจึงเป็นเรื่องยิ่งใหญ่ที่ต้อง

ระวางว่าเราจะทำอะไรที่จะทำให้ผู้บริโภคเห็นอย่างไร จะทำอะไรจึงสร้างความเด่นให้กับตัวสินค้า สือให้เห็นได้ คือต้องเป็นนักการตลาดที่ดี อีกนัยหนึ่งของที่จะขายได้ดีโดยปกติจะอยู่ที่ผู้ซื้อชั้นคือระดับสายตาดึงหน้าอกซึ่งเราเรียกพื้นที่นี้ว่าพื้นที่ทอง (Golden Zone) สินค้าที่อยากซื้ออยากได้จะอยู่ในเส้นคาคระดับนี้ (สุมาลี, 2555)

-การใช้บรรจุภัณฑ์เป็นกลยุทธ์ทางการตลาด บรรจุภัณฑ์มีบทบาท ที่สำคัญยิ่งต่อผู้ผลิตสินค้า เนื่องจากบรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่ส่งเสริมการขาย กระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้น ในเวลาเดียวกันมีโอกาสลดต้นทุนสินค้าอันจะนำไปสู่ยอดกำไรสูงซึ่งเป็นเป้าหมาย ของทุกองค์กรในระบบการค้าเสรีค่านิยม การตลาด คือกระบวนการทางด้านบริหารที่รับผิดชอบต่อกลุ่มเป้าหมายโดยการค้นหาความต้องการ และสนองความต้องการนั้นเพื่อบรรลุถึงกำไร ตามที่ต้องการ ตามค่านิยม การตลาดประกอบด้วย องค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ คือ กลุ่มเป้าหมาย การสนองความต้องการ และกำไร การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย เฉพาะนั้น จำเป็นต้องหาข้อมูลจากตลาด พร้อมทั้งค้นหาความต้องการ ของกลุ่มเป้าหมายในรูปของการบริโภค สินค้าหรือบริการ ส่วนการตอบสนองความต้องการ นั้น ต้องใช้กลไกทางด้านส่วนผสมทางการตลาด เพื่อชักจูงให้กลุ่มเป้าหมายหรือผู้ซื้อให้เลือกซื้อสินค้า เราแทนที่จะซื้อ ของคู่แข่งเพื่อบรรลุถึงกำไรที่ได้กำหนดไว้แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ เป็นการออกแบบงานพิมพ์แบบ 3 มิติ ที่เป็นพาณิชย์ศิลป์ ดังนั้น บุคลากรที่รับผิดชอบการพัฒนา บรรจุภัณฑ์ ทางกราฟฟิก นอกจากเป็นนักออกแบบแล้วยังต้องเป็นคนช่างสังเกต มีความรู้ทางด้านธุรกิจ เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบนั้น เป็นสื่อและเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่าง ๆ ทางธุรกิจ การจำหน่าย ในการออกแบบข้อมูลของผู้พัฒนาบรรจุภัณฑ์ควรรู้มีดังนี้

-ด้านการตลาด เนื่องจากบรรจุภัณฑ์เป็นองค์ประกอบ ส่วนหนึ่งของการตลาด การออกแบบบรรจุภัณฑ์ จึงต้องคำนึงถึง หลักการและเทคนิคทางการตลาด อันประกอบด้วย การตั้งเป้าหมาย การจัดกลยุทธ์ การวางแผนการตลาด การส่งเสริมการขาย เป็นต้น นอกจากนี้ยังต้องทราบวิธีการจัดเรียง และบรรยากาศ ของการจำหน่าย ณ จุดขาย การคำนึงถึงสถานที่ที่วางขายสินค้าเป็นปัจจัยแรกในการออกแบบ เช่น การวางขายในตลาดสด ดังภาพที่ 1 หรือวางขายในห้าง ดังภาพที่ 2 เป็นต้น แนวทางในการออกแบบทั่วไป คือ การเปรียบเทียบ กับสินค้าคู่แข่ง การเปรียบเทียบนี้ไม่ใช่ การเปรียบเทียบ เพื่อลอกเลียนแบบ แต่เป็นการเปรียบเทียบเพื่อหาจุดเด่น ของสินค้าเพื่อขาย (Unique Selling Point) การใช้คำว่า “ใหม่” “สด” หรือ “ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ” ล้วนเป็นคำบรรยายที่ จะเน้น ถึงจุดขายของสินค้า คำบรรยายดังกล่าวจำเป็นต้องเป็นสิ่งที่มีผลิตได้และปฏิบัติได้จริง ยกตัวอย่าง เช่น การออกแบบมีคำว่า “ใหม่” ดังภาพที่ 3 ผู้ผลิตต้องมั่นใจว่าในตลาดหาสินค้าที่ทดแทนหรือ คล้ายคลึงกันได้ยาก

-ตัวสินค้าที่จะใช้บรรจุ การออกแบบบรรจุภัณฑ์จะประสบความสำเร็จ ได้ต่อเมื่อผู้ออกแบบ และ ผู้ที่เกี่ยวข้องทราบถึงคุณลักษณะ ของตัวสินค้าอย่างถ่องแท้ คุณสมบัติ เด่นของสินค้าที่จะสนอง ความต้องการ ของลูกค้า หรือกลุ่มเป้าหมายเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง ที่จะต้องสร้างขึ้นมา มิฉะนั้น จะไม่ทราบเลยว่า จะเสนออะไร เพื่อสนองความต้องการของผู้ซื้อ/กลุ่มเป้าหมาย และการออกแบบบรรจุ ภัณฑ์ ก็จะไม่สามารถบรรลุถึง จุดเป้าหมาย ท้ายที่สุดการตลาด ของสินค้านั้นก็พังพินาศ

-กลุ่มเป้าหมาย หรือกลุ่มผู้ซื้อ ซึ่งอาจเป็นผู้บริโภคสินค้าเอง หรือไม่ได้เป็นผู้บริโภค อาจแยก ตาม สถานะทางสังคม การออกแบบที่ดี จะต้องทราบความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ปริมาณที่ บริโภค-ความสะดวก-ในการนำอาหารออกจากบรรจุภัณฑ์ มาบริโภค-เป็นต้น-สถานะของผู้บริโภคที่ ควรคำนึงถึง

-กฎข้อบังคับ ในกรณีของบรรจุภัณฑ์อาหาร องค์กรของรัฐที่เข้ามามีบทบาทควบคุมดูแล คือ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือ ออย. ดังภาพที่ 4 สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารที่บรรจุใน ภาชนะบรรจุภัณฑ์ปิดสนิท จำต้องขออนุญาตจาก ออย. พร้อมหมายเลขกำกับ ปรากฏการณ์ใหม่ สำหรับสินค้าที่จัดจำหน่ายผ่านทางซูเปอร์มาร์เก็ตและห้างสรรพสินค้าใหญ่ ๆ คือ การพิมพ์บนบรรจุ ภัณฑ์ หรือฉลากด้วยสัญลักษณ์รหัสแท่งที่เรียกว่า “บาร์โค้ด (Bar Code) ดังภาพที่ 5 ” ซึ่งเป็นรหัส ประจำตัวสินค้า เพื่อความสะดวกในการคิดเงิน และตัดสต็อกของผู้ขายปลีก เมื่อวันที่ 10 กันยายน 2540 ทาง ออย. ได้มีประกาศแต่งตั้ง “คณะอนุกรรมการเฉพาะกิจดำเนินการตาม โครงการนำสัญลักษณ์ รหัสแท่งมาใช้ในฉลากอาหาร” ทำหน้าที่ศึกษาข้อมูล กำหนดรูปแบบ และวิธีการ นำสัญลักษณ์รหัส แท่งมาใช้ ในขั้นตอนขออนุญาตตามพระราชบัญญัติอาหาร และในขั้นตอนการตรวจติดตาม ผลิตภัณฑ์ ในท้องตลาด ทั้งนี้เพื่อดูแลตรวจสอบผลิตภัณฑ์อาหาร อย่างมีประสิทธิภาพ และป้องกัน การปลอม แปลงเลขทะเบียนตำรับ และเลขที่การรับอนุญาตใช้ฉลาก การที่ ออย. เตรียมการที่จะนำระบบ สัญลักษณ์รหัสแท่ง มาใช้แทนที่ตัวอักษรและตัวเลขในอนาคตนั้น การขออนุญาตใช้รหัสแท่ง เป็นสิ่งที่ นักออกแบบและผู้ประกอบการแปรรูปอาหารควรศึกษาและประยุกต์ใช้

## 2.6 วัสดุบรรจุภัณฑ์

-ลังไม้และกระบะ ที่ใช้ในการขนย้ายสินค้าจำนวนมากๆ เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมมานาน นับปี โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขนส่งสินค้าจำนวนมากเพื่อการส่งออก โดยทั่วไปแล้วไม้และเยื่อเป็นวัสดุ ที่ประหยัดและไม่ต้องใช้เครื่องจักรที่ลงทุนมาก (สุมาลี, 2555)

- กระดาษ เป็นผลผลิตกล้วยไม้อาจจะอยู่ในรูปของกระดาษเหนียว กระดาษแก้ว หรือกระดาษ แข็ง สามารถนำมาแปรรูปเป็นถุง กล่องกระดาษแข็ง กล่องลูกฟูก ตามสภาพความเป็นจริงแล้ว ตัว กระดาษเองสามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ได้มากนัก หากแต่มีคุณสมบัติแปรรูปได้ง่าย พิมพ์ได้สวยงาม

ราคาถูก เนื่องจากวัสดุหาได้ง่ายสามารถปลูกทดแทนได้และสามารถนำมาใช้ใหม่ (Reuse) หรือนำมาผลิตใหม่ได้ (Recycle) (สุมาลี, 2555)

-กล่องกระดาษแข็ง กล่องกระดาษแข็งที่นิยมใช้สำหรับการบรรจุภัณฑ์ต่างๆ จำแนกออกเป็น 2 ประเภท คือ กล่องพับได้(Folding Carton) และ กล่องคงรูป (Rigid หรือ Set Up Box) (สุมาลี, 2555)

-กล่องพับได้ (Folding Carton) เป็นกล่องที่ทำจากกระดาษแข็ง ซึ่งสามารถพับรอยบนกระดาษ และขึ้นรูปให้ทรงตัวได้เมื่อต้องการ-ในการขนส่งและเก็บรักษาสามารถพับแบนได้-ทำให้ประหยัดเนื้อที่และต้นทุนการผลิตต่ำลง กล่องพับแบนสามารถตกแต่งให้สวยงามได้หลายวิธี ทั้งในด้านลดความละเอียดของการพิมพ์ และรูปแบบของกล่อง ขนาดของกล่อง กระดาษส่วนใหญ่จะไม่หนักและจุได้ไม่เกิน 1.5 กิโลกรัม เนื่องจากความหนาของกระดาษแข็งที่ใช้ทำกล่องจำกัดไว้ กล่องชนิดนี้นิยมใช้เป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับวางขายมากเพราะมีลักษณะดึงดูดใจผู้ซื้อได้เป็นอย่างดี (สุมาลี, 2555)

-กล่องคงรูป (Rigid หรือ Set Up Box) เป็นกล่องที่ทำจากกระดาษแข็งที่มีความคงรูปสูง มักมีความหนาระหว่าง 0.5 – 3.1 มม. เป็นกล่องชนิดทำสำเร็จเป็นรูปร่างพร้อมใช้งาน ดังนั้นในการเก็บหรือขนส่งจึงไม่อาจพับเป็นแผ่นแบนราบได้ กล่องชนิดนี้คุ้มครองสินค้าภายในได้ดี แต่มีที่ใช้งานน้อยกว่ากล่องแบบพับได้ รูปแบบของกล่องคงรูปที่นิยมใช้ส่วนใหญ่ คือ Telescope (สุมาลี, 2555)

-กล่องกระดาษลูกฟูก มีคุณสมบัติสำคัญที่นิยมใช้อันบ่งชี้ถึงความแข็งแรงของกล่องมีอยู่ 2 ประการได้แก่ การต้านแรงดันทะลุของแผ่นลูกฟูก และ การต้านแรงกดของกล่อง การต้านแรงทะลุของแผ่นลูกฟูก คุณสมบัติของการต้านแรงทะลุเป็นสิ่งสำคัญ ที่บ่งชี้คุณสมบัติของกล่องเกี่ยวกับความสามารถในการรับน้ำหนักของสินค้า โดยกล่องไม่แตก เสียหาย หรือฉีกขาด การต้านแรงกดของกล่อง คุณสมบัติการต้านแรงกดของกล่องเป็นคุณสมบัติของกล่อง ที่เกี่ยวกับการวางเรียงซ้อนกันได้ โดยไม่ทำให้กล่องยุบตัวเสียหาย คุณสมบัติการต้านแรงกดนี้ เป็นคุณสมบัติที่ได้รับความสำคัญมากขึ้นโดยลำดับ (สุมาลี, 2555)

-พลาสติก เป็นสารสังเคราะห์ที่มนุษย์คิดขึ้นมา ประกอบด้วยธาตุออกซิเจน ไฮโดรเจน ไนโตรเจน สารอินทรีย์ สารอนินทรีย์ อัตราส่วนเล็กน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับชนิดและประเภทของพลาสติก พลาสติกสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆคือ เทอร์โมเซตติง (Thermosetting) และ เทอร์โมพลาสติก (Thermoplastics) (สุมาลี, 2555)

-เทอร์โมเซตติง (Thermosetting) หมายถึง พลาสติกที่มีรูปทรงถาวร เมื่อได้ผ่านการผลิตโดยวิธีใช้ความร้อน (Heat) และแรงอัด (Pressure) จะนำกลับไปหลอมละลายอีกไม่ได้ (สุมาลี, 2555)

-เทอร์โมพลาสติก (Thermoplastics) หมายถึง พลาสติกที่เมื่อได้รับความร้อนแล้วจะหลอมเหลว และเมื่อปล่อยให้เย็นลงจะกลับแข็งตัวดังเดิม ผลิตภัณฑ์พลาสติกประเภทนี้จึงสามารถนำมาหลอมใช้ใหม่ได้อีก (สุมาลี, 2555) รูปแบบของพลาสติกที่ใช้ในการบรรจุหีบห่อ มีอยู่ 2 รูปแบบหลักๆ ดังนี้คือ พิล์มและแผ่นพลาสติก (Plastic Film and Sheet) และ ภาชนะพลาสติก (Plastic Container) (สุมาลี, 2555) พิล์มและแผ่นพลาสติก (Plastic Film and Sheet) พิล์ม หมายถึง พลาสติกที่รีดและเป่าให้เป็นแผ่นบางนิยมทำเป็นถุง หรือห่อผลิตภัณฑ์ต่างๆ คำว่า “ฟิล์ม” และ “แผ่น” จะต่างกันที่ความหนา ถ้าความหนาหนาต่ำกว่า 250 ไมครอนจะหมายถึง พิล์มพลาสติก แต่ถ้ามากกว่า 250 ไมครอน จะหมายถึงแผ่นพลาสติกรูปแบบการใช้งานฟิล์มพลาสติก อาจจำแนกได้เป็น 8 ลักษณะคือ การห่อ ถุง ถุงในกล่อง ถุงพลาสติกสำหรับบรรจุสินค้าหนัก กระสอบพลาสติก ตาข่ายฟิล์มหัด และฟิล์มยืด (สุมาลี, 2555)

-การห่อ (Wrapping) มีทั้งการห่อด้วยมือและห่อด้วยเครื่องจักร ใช้กับสินค้าขนาดต่างๆ เช่น คุกกี้ ลูกกวาด ขนมปัง แขนวิช กล่องกระดาษ ถาด ฯลฯ พิล์มที่ใช้ควรมีความคงรูปที่พอเหมาะ อาจจะเป็นชนิดเดียวกันๆ เช่น กระดาษแก้ว OPP หรือเป็นชนิดลามิเนตก็ได้ (สุมาลี, 2555)

-ถุง (Bag or Pouch) มีการใช้กันอย่างกว้างขวางที่สุด โดยทั่วไปถ้าเป็นแบบปิดผนึกที่ด้านปลายสองด้านจะเรียกว่า “Bag” แต่ถ้าปิดผนึกทั้ง 4 ด้าน จะเรียกว่า “Pouch” พลาสติกที่ใช้มีทั้งชนิดเดียวกันล้วน และชนิดเป็นวัสดุผสม ขึ้นกับคุณสมบัติที่ต้องการเป็นหลัก เครื่องปิดผนึกด้วยความร้อนมีทั้งแบบเปิดครึ่งละใบหรือแบบอัตโนมัติ ซึ่งมีส่วนของการขึ้นรูปถุง บรรจุและปิดผนึกอยู่ในเครื่องเดียวกัน (Form – Fill Seal) (สุมาลี, 2555)

-ถุงในกล่อง (Bag – in – Box) นิยมใช้บรรจุอาหารเหลว เช่น ไวน์ สาเก ซอส น้ำผลไม้ เป็นต้น พิล์มพลาสติกที่ใช้ต้องสามารถป้องกันไอน้ำและอากาศได้ดี ส่วนกล่องที่ใช้ก็ต้องมีคุณสมบัติแข็งแรง เหมาะกับการใช้งานเช่นกันซึ่งเป็นกล่องกระดาษลูกฟูก (สุมาลี, 2555)

-ถุงพลาสติกสำหรับบรรจุสินค้าหนัก (Heavy – Duty Sack) เป็นถุงขนาดใหญ่ที่มีความเหนียวสูงมักบรรจุสินค้าเพื่อการขนส่ง เช่น เกลือ น้ำตาล ธัญพืชต่างๆ ดิน ปุ๋ย ฯลฯ ในบางกรณีได้ออกแบบเฉพาะเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกต่อการลำเลียงและใช้บรรจุสินค้าที่มีน้ำหนัก 1000 ก.ก. ขึ้นไป ซึ่งจะเรียกถุงชนิดนี้ว่า Intermediate Bulk Container (IBC) (สุมาลี, 2555)



-กระสอบพลาสติก (Woven Plastic Film Lape Sack) เป็นการทอจากแถบฟิล์มพลาสติก HDPE หรือ PP ใช้บรรจุผลิตภัณฑ์เกษตร ปุ๋ย และอาหารสัตว์ ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเพราะสามารถใช้ทดแทนกระสอบปอได้ดี (สุมาลี, 2555)

-ตาข่าย (Netting) เป็นการนำแถบพลาสติกขนาดเล็กมาสานหรือเชื่อมเป็นตาข่าย ใช้ในการทำเป็นถุงผัก ผลไม้สด เช่น ส้ม มะนาว หอมใหญ่ เป็นต้น หรือใช้ห่ออาหารประเภทเปิด ไก่แช่แข็ง นอกจากนี้ยังมีการทำเป็นหลอดสำหรับบรรจุต้นไม้หรือแผ่นลูกฟูกที่พับแบนแล้วเพื่อการขนส่งด้วยพลาสติกที่ใช้ส่วนใหญ่คือ HDPE (สุมาลี, 2555)

-ฟิล์มหด (Shrink Film) เป็นฟิล์มที่หดตัวเมื่อได้รับความร้อน ใช้ในการรัดสินค้าเพื่อป้องกันฝุ่นละออง หรือป้องกันขโมย หรือรวมหน่วยให้เป็นชุด รวมทั้งใช้ห่อรัดสินค้าที่จัดเรียงไว้บนแท่นรองรับสินค้า เพื่อให้ความสะดวกต่อการลำเลียงและขนส่ง ส่วนฟิล์มที่นิยมสำหรับสินค้าขายปลีกมักเป็น PVC ส่วนฟิล์มที่ใช้กับแท่นรองรับสินค้านักเป็น LDPE หรือ LLDPE (สุมาลี, 2555)

-ฟิล์มยืด (Stretch Film) เป็นฟิล์มที่ยืดได้คล้ายอิลาสติกและใช้ห่อสินค้าชนิดเดียวหรือหลายชนิดเข้าด้วยกัน เพื่อป้องกันสภาพแวดล้อมและรวมหน่วยสำหรับการขนส่ง ชนิดของพลาสติกที่ใช้และการใช้งานเช่นเดียวกับฟิล์มหด แต่ต่างกันตรงที่ฟิล์มยืดไม่ต้องอาศัยความร้อน จึงสามารถประหยัดพลังงานได้ (สุมาลี, 2555)

-ภาชนะพลาสติก (Plastic Container) ภาชนะ หมายถึง พลาสติกที่มีการขึ้นรูปเป็นรูปทรงต่างๆ ที่แน่นอน เช่น ขวด ถาด ถ้วย กล่อง ถัง ตะกร้า ลัง เป็นต้น รวมทั้งพวกที่ขึ้นรูปแล้วใช้ร่วมกับวัสดุอื่น เช่น Skin Pack, Blister Pack เป็นต้น ภาชนะพลาสติกเราสามารถแบ่งเป็นรูปทรงได้ดังนี้ (สุมาลี, 2555)

-ขวดพลาสติก (Plastic Bottle) หมายถึง ภาชนะพลาสติกที่มีปากแคบ มีปริมาณการใช้ที่เพิ่มมากขึ้นเนื่องจากมีน้ำหนักเบา (เมื่อเทียบกับขวดแก้ว) และทนทานต่อการเปลี่ยนแปลงของอุณหภูมิได้เป็นอย่างดี (Shock Resistance) ไม่แตกง่ายและราคาต่ำกว่าขวดแก้วอย่างไรก็ดีขวดพลาสติกก็ยังมีข้อที่ควรระวังเกี่ยวกับการป้องกันไอน้ำและก๊าซ ความแข็งแรงในการรับแรงกดตลอดจนความปลอดภัยต่อผู้บริโภค (พลาสติกบางชนิดอาจทำปฏิกิริยากับอาหารที่บรรจุและก่ออันตราย) (สุมาลี, 2555)

-ถ้วยพลาสติกและขวดพลาสติกปากกว้าง (Plastic Cup and Jar) มีคุณสมบัติทั่วไปและการเลือกใช้เช่นเดียวกับขวดพลาสติก ข้อดีของภาชนะประเภทนี้เมื่อเทียบกับขวดคือ ง่ายต่อการบรรจุ ปิดฝาและการวางเรียงซ้อน นอกจากนั้นต้นทุนการผลิตก็ต่ำกว่าเพราะสามารถผลิตได้ง่ายและรวดเร็วกว่านั่นเอง ถ้วยพลาสติกมักใช้บรรจุอาหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบรรจุแบบปลอดเชื้อ

(Aseptic) เช่น โยเกิร์ต ครีม น้ำเชื่อม เนย น้ำสลัด มายองเนส น้ำผึ้ง แยม ซอสมะเขือเทศ เป็นต้น ส่วนขวด

### 3. ข้อมูลเกี่ยวกับสตรีวัยทำงาน

3.1 ข้อมูลที่เกี่ยวกับที่ผู้หญิงวัยทำงาน กลุ่มเป้าหมายผู้หญิงวัยทำงานเป็นกลุ่ม Generation Y (Why Generation) คือ กลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2523 – 2533 อายุ 21 – 31 ปี เป็นกลุ่มคนที่โตมาพร้อมกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี เป็นวัยที่เพิ่งเริ่มเข้าสู่วัยทำงาน มีลักษณะนิสัยชอบแสดงออก มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ไม่ชอบอยู่ในกรอบและไม่ชอบเงื่อนงำ คนกลุ่มนี้ต้องการความชัดเจนในการทำงานว่าสิ่งไหนมีผลต่อตนเองและต่อหน่วยงานอย่างไร อีกทั้งยังมีความสามารถในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการติดต่อสื่อสาร และยังสามารถทำงานหลาย ๆ อย่างได้ในเวลาเดียวกัน Gen-Y เป็นผู้บริโภคที่ใจร้อน ต้องการเห็นผลสำเร็จทุกอย่างอย่างรวดเร็วเนื่องจากเชื่อในศักยภาพของตนเอง กลุ่มคน Gen-Y เชื่อว่าการประสบความสำเร็จในชีวิตจะเกิดขึ้นต้องทำงานหนัก ทำให้มีการแต่งงานช้าลง ไม่ถึง 30 ไม่แต่ง ถ้ามีแฟนแล้วแฟนมีอุปสรรคกับงาน ก็จะเลิกกับแฟนเลือกงาน คนกลุ่มนี้มักเปลี่ยนงานบ่อย มีเครดิตการดีมากกว่า 1 ใบ และมักใช้บริการ Personal Credit มากขึ้นเพิ่มเติม คน รุ่น Y (รุ่นผม) เกิดมาพร้อมกับคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยี และอินเทอร์เน็ต แต่ไม่ใช่ทุกคนที่ใช้คอมพิวเตอร์เป็น... แต่เกือบทุกคนก็ชอบสินค้าเทคโนโลยี Gadget ต่างๆ ฟุ่มเฟือยกว่า รุ่น X เพราะรุ่น X จะไม่ชอบของพวกนี้ จะพยายามหลีกเลี่ยง รุ่น Y มีนิสัยใจร้อน แต่ก็ยังอยู่ในกฎเกณฑ์บ้างบางครั้งยังคงเหลือส่วนของเหตุและผลอยู่ (บ้าง) แต่เริ่มใช้อารมณ์เป็นใหญ่ สินค้าที่ดึงดูด ดูดี จะเป็นที่ยอมรับอย่างมาก อะไรก็ตามที่มาใหม่อินเตอร์เน็ต คนรุ่นนี้กระโดดเข้าไป ไม่ยอมตกยุค อัปเดตตัวเองตลอดเวลา เป็นที่มาของความฟุ่มเฟือย และเริ่มเป็นหนี้มากพอๆกับคนรุ่น X คนกลุ่มนี้ยังอยู่ในช่วงหนุ่มสาว จึงยังไม่ห่วงสุขภาพมากนัก แต่ต้องการความมั่นคงเพราะกำลังอยู่ในวัยที่ต้องการสร้างเนื้อสร้างตัว คนรุ่น Y จึงชอบที่จะเข้าอบรม รุ่นนี้นั้น เพื่อพัฒนาตนเองอยู่เสมอ ทั้งคอร์สภาษาต่างๆ คอร์สบุคลิกภาพ แม้แต่คอร์สทำอาหาร คอร์สชงจ๊วย ก็ยังขายได้กับคนกลุ่มนี้ ด้วยเหตุผลว่า เรียนเพื่อไว้เอาไปทำเป็นอาชีพเสริม (ซึ่งในความเป็นจริงค่อนข้างน้อยที่จะเอาความรู้แค่นี้ไปประกอบอาชีพได้)ผู้หญิงวัยทำงานอายุระหว่าง 25-35ปี มีรายได้ 15,000 – 30,000 /เดือนขึ้นไป มีการดำเนินชีวิตเป็นกลุ่มรักการแต่งหน้า มั่นใจตัวเองมีการทำงานที่มีการเดินทางอยู่บ่อยครั้ง ชอบแต่งตัว ชอบเปลี่ยนสไตล์การแต่งตัวใหม่ๆเสมอทั้งสไตล์เท่ สไตล์หวาน สไตล์เปรี้ยว ไม่น่าเบื่อ ซึ่งมีลักษณะการใช้ชีวิตที่สนุกสนาน ชอบสังสรรค์ ชอบหาสิ่งของใหม่ๆตามเทรนด์อย่างสม่ำเสมอ อัปเดตเทรนด์ตามโลก ชอบการเข้าสังคม ปาร์ตี้ สนุกสนาน แลกเปลี่ยนความคิดกับผู้คนมากๆ เป็นคนรักความสนุก ชอบประดิษฐ์ประดอยมีความคิดสร้างสรรค์มีความคิดเป็นของตัวเองนี้ผู้วิจัยจึงนำลักษณะวิถีการดำเนินชีวิตของผู้หญิงวัยทำงานมาออกแบบเพื่อตอบสนองความต้องการและแก้ไขปัญหาในบริบทปัจจุบันที่เครื่องสำอางให้มีความสะดวกสบายใช้งานได้ในทุกสถานการณ์ เช่นการแขวน หรือการถอดประกอบให้มีความสุขสนุกสนานสร้างเอกลักษณ์ให้ผู้หญิงวัยทำงานยุคใหม่ได้ออกแบบเสน่ห์ความงามที่บ่งบอกตัวตนให้ผู้ใช้งานบรรจภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับสุขภาพสตรี

### 3.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการแต่งหน้าสำหรับผู้หญิงวัยทำงาน

การแต่งหน้าสำหรับผู้หญิงวัยทำงานนั้นมีความสำคัญเพราะอายุที่มากขึ้น และหน้าที่การงานที่ต้องรับผิดชอบจึงต้องมีตัวช่วยที่สร้างความมั่นใจให้กับตนเองและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ที่ร่วมงานที่ได้พบเห็น ดังนั้นการเลือกเครื่องสำอางให้เหมาะกับตนเองก็มีส่วนสำคัญของการแต่งหน้าสำหรับผู้หญิง มีดังนี้

#### 3.2.1 การเลือกเครื่องสำอางให้เหมาะกับผิว

- **คุณผู้หญิงผิวสีเข้ม หรือผิวสองสี** ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นผิวของหญิงไทย การเลือกใช้สีสันทนของเครื่องสำอางสีที่เหมาะสมที่สุด ก็คือสีส้ม น้ำตาล ทั้งหลาย แต่อยากจะใช้เครื่องสำอางโทนสีชมพูก็ไม่ผิดกติกาใช้ได้เช่นกัน-แต่ต้องใช้สีของน้ำตาล-หรือส้มเข้าไปผสมอยู่ด้วย-เช่น-แต่งตาด้วยอายแชโดว์สีชมพู ทาหัวเปลือกตา จากนั้นนำอายแชโดว์สีน้ำตาลทาที่เปลือกตาอีกครั้ง ส่วนลิปสติกใช้สองสีผสมกันคือชมพูกับน้ำตาล เพียงเท่านี้คุณก็ได้สีสันทนในโทนสีชมพูที่คุณต้องการแต่งแล้ว

- **คุณผู้หญิงผิวคล้ำ** ที่มีผิวสีนี้ต่างมีความวิตกกังวลว่าจะเลือกใช้เครื่องสำอางสีไหนดี จึงจะเหมาะกับตัวเอง บางครั้งมีความคิดว่าสีสันทนที่ดูสดใสหรือเข้มเป็นสีที่ไม่เหมาะกับผิวของตัวเอง จึงหันมาใช้สีของเครื่องสำอางที่อ่อน ซึ่งสิ่งดังกล่าวนี้ถือว่าผิด ในความเป็นจริงคนที่ผิวคล้ำ เครื่องสำอางที่เหมาะสมกับตัวคุณมากที่สุดก็คือเครื่องสำอางที่ให้สีสันทนที่สดใส แต่ไม่ใช่ทุกเฉดสีไป อย่างเช่น ลิปสติก สีแดงเลือดหม่น ม่วงพลัม น้ำตามเข้ม สีเหล่านี้เหมาะกับตัวคุณมากที่สุด

- **คุณผู้หญิงที่มีผิวขาว** ถือว่าโชคดี เพราะเป็นสีผิวที่สามารถเลือกใช้เครื่องสำอาง ไม่ว่าจะ เป็นบลัชออน อายแชโดว์ หรือลิปสติกได้ทุกเฉดสี เพียงแค่คุณรู้หลักในการแต่งให้เหมาะกับงานและโอกาส ก็เพียงพอแล้วครับ อย่างเช่น ถ้าแต่งหน้าไปทำงาน การเลือกใช้สีอายแชโดว์เนื้อด้านสีกลาง ๆ เช่น ฟ้า น้ำตาล ม่วง ชมพู ทาหัวเปลือกตาเบาๆ ดัดขนตา ปิดมาสคาร่า ปิดแก้มด้วยบลัชออนสีชมพู เรื่อ ๆ เติมริมฝีปากด้วยลิปกลอส ชมพูใส ๆ ก็เพียงพอแล้วแต่หลังจากเลิกทำงานแล้วต้องไปต่องาน เลี้ยงตอนค่ำ การเพิ่มสีลิปสติกให้สดใสมากขึ้นก็จะทำให้คุณดูโดดเด่นขึ้นมาทันตา หรือจะเพิ่มความ เป็นประกายให้เป็นสาวมันขึ้น การกรีดอายไลน์เนอร์ที่ขอบตา จะทำให้คุณดูสวยเฉียว เป็นหญิงมาดใหม่ขึ้นมาทันตาทีเดียว

#### 3.2.2 เลือกสีเครื่องสำอางให้เหมาะกับวัยทำงาน

ผู้หญิงวัยทำงานส่วนใหญ่ ย่อมต้องทำงานที่ต้องพบปะผู้คนหรือต้องมีบุคลิกภาพที่ดีในการไปทำงานในแต่ละวันอยู่แล้วบางคนแต่งเยอะเกินไปก็ดูไม่เหมาะสมกับการทำงานบางคนแต่งน้อยเกินไปก็ดูไม่สวยงาม ไม่มีสีสันทนมาดูกันว่า การแต่งหน้าแบบไหน ที่เหมาะกับการไปทำงาน และเหมาะสมกับกาลเทศะด้วย

##### -รองพื้นปกปิดสูงสุด

ในวัยอายุที่เพิ่มขึ้น หากคุณเริ่มสังเกตเห็นว่าผิวหน้าของคุณนั้นมีทั้งปัญหาจุดกระ ฝ้า และริ้วรอยที่ชัดเจนขึ้น การเลือกใช้รองพื้นแบบปกปิดสูงสุด (full coverage foundation) จะช่วยอำพรางปัญหาเหล่านั้นไปได้ และใช้อุปกรณ์ทารองพื้นอย่างแปรงหรือฟองน้ำ ที่จะทำให้หน้าดูเนียนและควบคุมปริมาณรองพื้นไม่ให้หนาเกินไป จะทำให้คุณได้ผิวที่ดูอ่อนเยาว์กลับคืนมาอีกครั้ง

### - บรอนเซอร์

ผิวฉ่ำ ๆ คุณสุขภาพ ดี ผู้หญิงวัยทำงานแล้วมีอายุที่เพิ่มขึ้นที่ไหนจะไม่อยากมี แค่หยิบบรอนเซอร์มาปิดไล้อย่างเบาเมื่อ ผิวของคุณก็จะดูฉ่ำ ๆ โกลว ๆ

### - คอนทัวร์ริ่ง

เพราะผู้หญิงวัยทำงานนั้นอาจมีใบหน้าดูไม่เรียว ไม่เพรียวสวยอย่างแต่ก่อน เชื่อเถอะว่าการทำคอนทัวร์หรือสร้างเค้าโครงให้ใบหน้า จะช่วยสร้างมิติให้หน้าของคุณดูเรียวลง และดูเด็กกลงได้อย่างไม่น่าเชื่อ ฉวยตลับบรอนเซอร์และพาเลทสำหรับเชคคั้ง พร้อมกับแปรงคอนทัวร์แล้วลงมือได้เลย คุณจะพบว่าหน้าคุณเด็กกลงได้ในเวลาเพียงไม่กี่นาที

### -ซิลเลอร์ทีสี้เข้ากับรองพื้น

การเลือกแต่คอนซิลเลอร์ที่มีสีอ่อนกว่ารองพื้นเข้ามาโดยตลอด นี่เป็นโอกาสอันดีที่คุณจะได้ปรับเปลี่ยนความคุ้นชินนี้แล้วละคะ ผิวของวัย 30 กว่า ๆ อาจไม่มีน้ำมันลพพอที่จะทำให้คอนซิลเลอร์สีอ่อนดูกลมกลืนกับสีรองพื้นได้ดีอีกต่อไป เพราะฉะนั้นขยับความเข้มของคอนซิลเลอร์ขึ้นมาให้เท่ากับสีของรองพื้นดีกว่า

### -ไฮไลท์กระตูกโหนกคิ้ว

ดวงตาสดใสกลับคืนมาอีกครั้งเพียงแค่คุณทำการไฮไลท์บริเวณโหนกคิ้ว ด้วยการไฮไลท์ครีมหรืออายแชโดว์สีอ่อนปาดลงไป มันจะทำให้ดวงตาของคุณดูตื่นและสดใสขึ้นมาทันที

### -สาวผิวขาวเลือกอายแชโดว์โทนสีแซมเปญ

สาวผิวขาวสามารถทำให้อายุในวัยเลขสามของคุณ กลายเป็น 30 ยังแจ๋วได้ ด้วยการเลือกใช้อายแชโดว์ในโทนสีแซมเปญ อันจะช่วยขับผิวขาว ๆ รอบดวงตา ทำให้ดวงตาของคุณดูสดใส ปั้งปั้งอ่อนวัยมากยิ่งขึ้น

### - สาวผิวแทนถึงคล้าเลือกใช้อายแชโดว์สีบรอนซ์

สาวผิวคล้าวัยเลขสามก็มีดวงตาที่ดูปั้งปั้งเป็นประกายได้เหมือนกัน เพียงแค่เลือกใช้อายแชโดว์ในโทนสีบรอนซ์เท่านั้น มันก็จะทำให้ดวงตาของคุณดูสดใสสดด้วยลงมาได้หลายปีเชียิว

### - อายครีมที่มีส่วนผสมของคาเฟอีน

อายครีมสำหรับสาววัยสามสิบกว่า ๆ นอกจากจะเลือกสูตรที่เพิ่มความชุ่มชื้น ลดเลือนริ้วรอยจาง ๆ ได้แล้ว ถ้ายังเป็นอายครีมสำหรับผิวใต้ดวงตาต้องเลือกแบบที่มีสารคาเฟอีนผสม เพราะนอกจากจะช่วยลดเรื่องความบวมได้ทันใจ ยังถนอมใต้ตาไม่ให้เหี่ยวย่นเป็นถุงได้ในระยะยาวด้วย

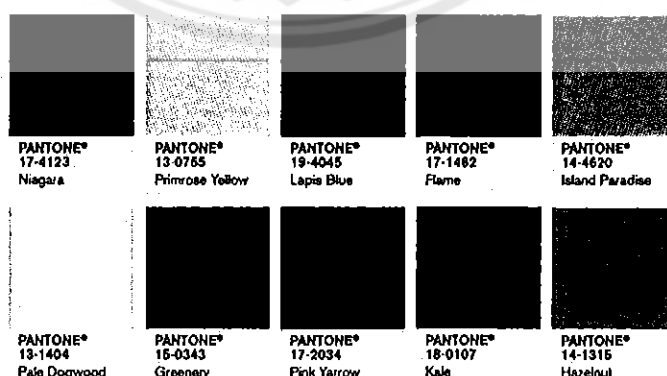
### -บลัชออน

การใช้บลัชออนไปเป็นอันขาด เพราะการปิดแก้มจะช่วยเติมสีเลือดฝาดให้กับใบหน้า ทำให้ใบหน้าของคุณดูสดใส อบอุ่น และอ่อนเยาว์ลง อย่างเห็นได้ชัด นี่เป็นเมคอัพไอเท็มที่คุณจำเป็นต้องพกติดกระเป๋าไว้ทำให้เรื่องอายุของคุณเป็นเพียงตัวเลขด้วยการเมคอัพ ที่จะช่วยกลบเกลื่อนลบเลือนร่องรอยแห่งวัย พร้อมสร้างลุคที่ดูเด็กและอ่อนเยาว์ลงได้ แต่อย่างไรก็ตามต้องไม่ลืมที่จะทำควบคู่ไปกับการบำรุงผิวหน้าอย่างเอาใจใส่และสม่ำเสมอ

ผิวในวัยนี้เป็นผิวที่ต้องการบำรุงรักษากว่าวัยอื่น สาเหตุก็เพราะวัยในช่วงนี้เป็นวัยที่ผิวพรรณ โดยเฉพาะผิวหน้าต้องสัมผัสกับมลภาวะนอกบ้านอยู่ตลอดเวลา หรือแม้แต่สภาวะในด้านความเครียด หรือการพักผ่อนไม่เพียงพอสิ่งต่างๆ เหล่านี้ส่งผลโดยตรงต่อสุขภาพของผิว ดังนั้นการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ในการบำรุงผิวต้องเลือกที่มีส่วนผสมของการป้องกันเป็นหลัก ไม่ว่าจะเป็นครีมกันแดด โน้ทครีม แครย์ครีม หรือจะเป็นครีมบำรุงที่ใช้เฉพาะจุด เช่น อาย์ครีม ซึ่งครีมต่างๆ เหล่านี้ จะมีคุณสมบัติในการป้องกันไม่ให้ผิวเกิดริ้วรอยหมองคล้ำก่อนวัยรวมถึงช่วยเสริมสร้างให้ผิวมีสุขภาพดียิ่งขึ้นวัยเป็นวัยแห่งการทำงานอย่างแท้จริง ดังนั้นผิวหน้าจึงต้องรับบทหนักในการรองรับเมคอัพที่มาแต่งแต้มสีส้นเพื่อเสริมความมั่นใจให้กับเจ้าของ ดังนั้นผิวพรรณจึงต้องได้รับการดูแลมากขึ้นกว่าสาววัย 20 เพราะเมื่อเราอายุเข้าเลข 3 การผลิตเซลล์ผิวจะทำได้ยากและช้ากว่าเดิมเนื่องจากปริมาณคอลลาเจนและอีลาสตินในผิวลดน้อยลงเหมือนกับภูเขาที่มีความลาดเอียงลง ทำให้ผิวขาดความตึงกระชับ เริ่มมีอาการหย่อนคล้อยและมีริ้วรอยต่างๆ บนใบหน้าให้เห็นมากขึ้น ดังนั้นนอกเหนือจากครีมกันแดดแล้ว สาวๆ ในวัยนี้ควรมองหาครีมหรือเซรั่มที่จะช่วยฟื้นฟูผิวให้แลดูอ่อนเยาว์ ลดริ้วรอยก่อนวัยและช่วยยกกระชับผิวหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ หรือเลือกใช้ครีมที่ช่วยให้เซลล์ผิวสามารถสร้างคอลลาเจนได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกครั้ง โดยอาจจะใช้วิธีรับประทาน หรือใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของคอลลาเจนและอีลาสตินเพื่อเพิ่มความชุ่มชื้น

### 3.3 เทรนด์การแต่งหน้าในปี 2017

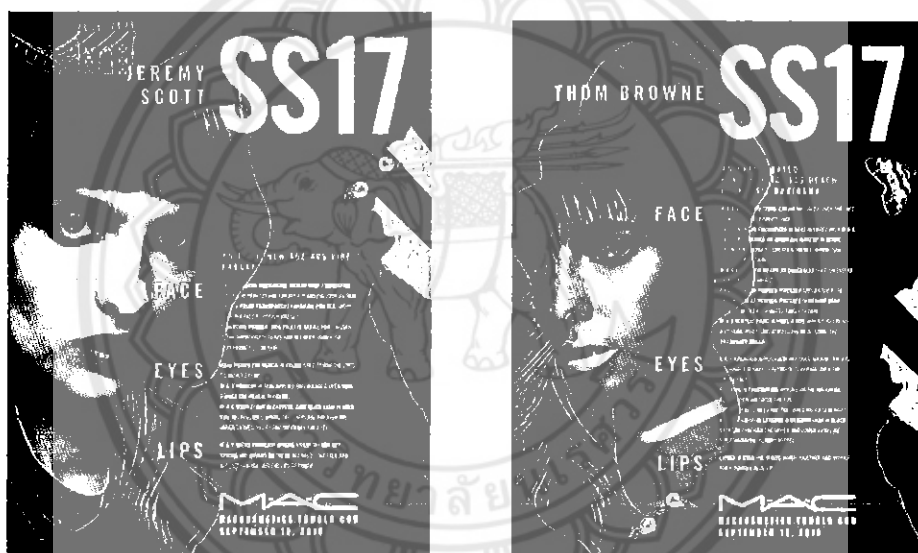
3.3.1 เทรนด์สีมาแรงในปี 2017 เน้นความสดใสของธรรมชาติตั้งแต่เว็บไซต์ ในทุกๆ ปี ไม่ว่า PANTONE จะประกาศสีอะไรออกมา สีเหล่านั้นก็มักกลายเป็นเทรนด์สีที่ใช้ในทุกๆ ด้าน ทั้ง แฟชั่น บิวตี้ หรือ การตกแต่งบ้าน แทบจะกลายเป็นสีฮิตไปเลยในทุกๆ ปี ล่าสุด PANTONE บริษัทสียักษ์ใหญ่ที่เรารู้จักกันดีก็ได้ประกาศ เทรนด์สีปี 2017 Greenery เดดสีเขียวนุ่มๆ สไตล์เขียวมินต์ หรือเขียวมัททะเล เป็นแนวโน้มสีที่จะมาแรง แม้ว่าจะเป็นเรื่องไม่คาดคิดที่สีเขียวจะกลายเป็นสีเขียวดีหลักบนรันเวย์ได้ ก็แหม ...มันจะดีหรือคะขุนแม่??? แต่ในช่วงนิวยอร์กแฟชั่นวีคที่ผ่านมา เหล่าดีไซเนอร์หลายแบรนด์ดังก็หยิบ สีที่เป็นสัญลักษณ์ของการเริ่มต้นใหม่นี้ มาเล่นสนุกบนเสื้อผ้าคอลเลกชันใหม่กันไม่น้อยปล่อยความสดชื่นให้เป็นอย่างตัวเอง



ภาพที่ 42 ภาพแสดงตัวอย่างสีเทรนด์ 2017

ที่มา: <http://www.jeab.com/wp-content/uploads/2016/09/10-pantone-spring-2017-highlight.png>

แบรนด์เครื่องสำอางชื่อดังอย่าง M·A·C Cosmetics ได้ออกคอลเลกชัน(Collection)การแต่งหน้าอัฟลีโนเทรนด์2017 โดยมีแต่ละชื่อของที่แตกต่างกันและมีความน่าสนใจเพราะมีความสดใสสวยงามเหมาะสมที่จะประยุกต์ใช้แต่งหน้าผู้หญิงวัยทำงานไปในโอกาสต่างๆการใช้สีฟ้าที่มีความหมายว่าสดชื่นสดใสสนุกสนานในคอลเลกชัน(Collection)ของ M·A·C Cosmeticsมีภาพและข้อแนะนำในการแต่งหน้าที่เข้าใจง่าย 'แต่งตาสีฟ้า' เห็นค่านี้นักหญิงส่วนมาก ก็คงจะไม่เห็นด้วย แต่การแต่งหน้าสีโทนนี้ไม่ต้องไปงานหลวงที่ไหนก็แต่งได้เพียงแค่มั่นใจเป็นพอ สำหรับสาวกุลแต่งหน้านี้ที่ชอบเนรมิตความงามด้วยตัวเองแบบง่าย ๆ โดยการหยิบจับเครื่องสำอางต่าง ๆ มาแต่งเติมเพิ่มเสน่ห์ให้ตัวเองดูสวยเด่น มีสีสันสวยไม่ซ้ำตลอดทุก แต่งหน้าง่าย ๆ ซึ่งการแต่งหน้าเน้นการเล่นสีสัน และการมีคิซของอายแชโดว์สีที่น่ารัก-ที่สำคัญยังสามารถนำไปแต่งหน้าอัฟลุคให้คุณดูสวยหลากหลายสไตล์-อยากแต่งหวานเบาไปดินเนอร์ หรืออยากเปรี้ยวซิคไปงานเลี้ยงสังสรรค์



ภาพที่ 42 ภาพตัวอย่างเทรนด์การแต่งหน้าจาก M·A·C Cosmetics1

ภาพที่ 43 ภาพตัวอย่างเทรนด์การแต่งหน้าจาก M·A·C Cosmetics2

ที่มา: [https://i2.wp.com/stylecartel.com/wpcontent/uploads/2016/09/SS17\\_DAILY-](https://i2.wp.com/stylecartel.com/wpcontent/uploads/2016/09/SS17_DAILY-)

ที่มา: [https://i2.wp.com/stylecartel.com/wpcontent/uploads/2016/09/SS17\\_DAILY-](https://i2.wp.com/stylecartel.com/wpcontent/uploads/2016/09/SS17_DAILY-)

### 3.3.2 เทรนด์การแต่งหน้า

- อายไลเนอร์ที่มีลวดลาย แฟชั่นวิคในฤดูใบไม้ร่วงและหนาวนี้คอนเฟิร์มเทรนด์นี้มาแน่ เพียงแค่เปลี่ยนการวาดไลเนอร์ด้วยเส้นคมกริบแบบเดิม เป็นการทวีตปลายเป็นรูปร่างกราฟฟิกแปลกตาหรือลวดลายแบบพื้นเมือง ลายเส้นวิ่งออกเป็นปีกยาว แล้วแต่คุณจะจินตนาการเลือกสรรเลยค๊ะ เทรนด์นี้สามารถปลดปล่อยความเป็นตัวเองออกมา สนุกกับการแต่งหน้าให้เต็มที่ เพราะศิลปะไม่มีถูกผิด

- กลิตเตอร์แวววาวเพิ่มเสน่ห์ให้ดวงตา อายแชโดว์ประกายชิมเมอร์คงไม่พอสำหรับฤดูกาลนี้แล้วละค่ะ หนาวนี้เราต้องจัดกลิตเตอร์วิบวับลั่นการกันไปเลย ไม่ต้องกลัวจะยิ่งใหญ่เวอร์วังประหนึ่งเป็นตู้เพชรเคลื่อนที่นะคะ เราอาจจะแค่แตะพิกเมนต์กลิตเตอร์แน่นๆ บริเวณกึ่งกลางเปลือกตา หัวตาหางตา หรือใต้ตา เลือกลูกที่ค่ะ รับรองว่าการแต่งหน้าของคุณ จะเปรียบเสมือนการละเล่นที่มีสีสันและสนุกขึ้นเยอะ ยิ่งลูกนี้ได้เจิดฉายยามราตรีหรืองานปาร์ตี้ล่ะก็ คุณคือดาวเด่นของงานค่ะ เจิดจ้าแน่นอน สปอตไลท์ทุกดวงจะต้องส่องมา ทุกคนจะต้องใส่แว่นตาดำเพราะแพ้แสงแห่งความเจิดจ้า (บนเปลือกตา) ของคุณ รู้อย่างนี้แล้ว

-เพิ่มความสดใสด้วยสีสเปกตรวง หน้าหนาว เราก็มักจะใช้มีแต่โทนอุ่นๆ หนาวๆ ซะเมื่อไร เอาใจสาวตัวจิ๊ดกันด้วยเทรนด์นี้เลยค่ะ The fluorescent make-up เป็นการแต่งหน้าแบบย้อนกลับไปสไตล์ปี 1980 ที่เน้นสีสันสดใสของดวงตา ชับเน้นความโดดเด่นและความเป็นผู้หญิงออกมาอย่างเต็มที่ จนคุณสามารถสวยสดงดงามได้อย่างถึงขีดสุด

-สโมกกีอายส์ (Smoky Eyes) เป็นลุคที่อยู่ทุกยุคทุกสมัย สำหรับเทรนด์นี้ แต่งออกมาก็ที่ก็ดูเซ็กซี่ แซบๆ หนาวๆ แบบไม่ได้ตั้งใจ สวยเป๊ะปังตลอดๆ และสำหรับสาวคนไหนที่ยังไม่เคยลองล่ะก็ ไม่ต้องกลัวว่าจะตาล้ำเป็นหมีแพนด้านะคะ เราอาจจะเริ่มจากเฉดสีที่ไม่โหดมากอย่างโทนชมพู โทนน้ำตาล เมื่อฟุ้งได้ก็เริ่มไปสีดำ สวยสบายทุกสายตา รับหนาวนี้เลยค่ะ

-Twiggy Lashes เน้นขนตาล่างเป็นช่อๆ ลุคนี้ เน้นขนตาโดดเด่น เป็นการแต่งหน้าย้อนยุคสไตล์ 60s โดยเน้นปิดขนตาล่างให้เป็นช่อๆ เพื่อขับให้ดวงตาดูเศร้าปนออดอ้อน ขณะเดียวกันก็ดูอ่อนหวาน น่าทะนุถนอม จะปิด จะติดขนตาปลอมช่อ หรือใช้เทคนิควาดเส้นไลเนอร์แทนขนตาล่างเขาก็ได้เหมือนกัน

-แต่งตาด้วยสีเงิน ลุคนี้เพียงแค่อายไลน์เนอร์สีเงิน สีเมทัลลิก วาดเป็นมุมที่หัวตา หรือใครจะกรีดที่ของตาเป็นอายไลน์เนอร์เลยก็ได้ จะได้ลุคล้ำๆ แบบอนาคตนิดๆ ไซ-ไฟหน่อยๆ สวยล้ำขนาดนี้อินแน่นอน

-คิ้วล่องหนแบบบรันเวย์ ไม่เชื่อก็ต้องเชื่อ ว่าเทรนด์นี้มากับเค้าด้วย แต่ลุคนี้น่าจะเหมาะกับแพชั่นเก๋บรันเวย์มากกว่า แต่การที่คิ้วสีอ่อนจนแทบจะมองไม่เห็นนั้น จะช่วยขับเข้าตาให้ดูลึกซึ้ง การแต่งตาดูโดดเด่นมากขึ้นด้วย หรือสาวสำนักแม่ซี (คิ้วน้อย) คนไหนจะพลิกวิกฤติให้เป็นโอกาส นำแพชั่นคิ้วอ่อนก็ถึงเวลา

-คิ้วน้ำตาล หนา ยุ่งเหยิงแบบธรรมชาติ ดีคู่กันมาเลย มีคิ้วอ่อนแล้วก็มีคิ้วหนา เป็นเทรนด์คิ้วสีน้ำตาลเข้มแบบธรรมชาติ ปิดแต่งให้ดูยุ่งๆ หนาๆ ไม่ต้องโก่งหรือบางจนเกินไป ให้อารมณ์เหมือนสาวน้อยแรกแย้มที่เป็นธรรมชาติ เหมือนเจ้าหญิงในนิทาน

-ลิปกลอส ถึงแม้จะเป็นยุคที่ลิปแมทครองเมือง แต่ลิปกลอสก็ยังมีที่ยืนเสมอณะคะ ด้วยประกายแวววาวต้องแสงไฟ ทำให้ริมฝีปากดูสวย อวบอิม ดูสุขภาพดี แดมเทรนด์นี้สามารถใช้กับการแต่งตา การแต่งหน้าที่ดูแวววาว โกลว์

#### 4.เอกสารผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.1 พฤติกรรมการซื้อ/ใช้เครื่องสำอางในเขตกรุงเทพมหานคร ชมพูนุช หมื่นอินทร์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิถิลา พงศ์ยหฺล้า

เครื่องสำอางสำหรับตกแต่ง ชนิดเครื่องสำอางที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ บ่อย ได้แก่ แป้ง ผู่ นและลิปสติก/ลิปปาล์ม/ลิปกลอส, ใช้ ปานกลาง ได้แก่ ครีมรองพื้น ครีมปกปิ ดรีว์รอยรอบดวงตา แป้งเค้ก ดินสอเขียนคิ้ว และบรซ์ออน, ใช้ น้อย ได้แก่ อายชาโดว์ อายไลเนอร์ มาสคาร่า ดินสอเขียนขอบตา และดินสอเขียนขอบปาก สรุปได้ ว่าได้ ว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ เครื่องสำอางสำหรับตกแต่งเฉลี่ย ในระดับปานกลาง เครื่องสำอางสำหรับบำรุงผิว ชนิดเครื่องสำอางที่บ่อย ได้แก่ ครีมบำรุงผิวชุ่มชื้น ครีมบำรุงผิวขาว และครีมกันแดด, ใช้ ผิวปานกลาง ได้แก่ ครีม ลดริ้วรอย/ยกกระชับ และผลิตภัณฑ์ มาร์ค/พอก สรุป ผลได้ว่าที่ใช้ เครื่องสำอางสำหรับบำรุงผิวเฉลี่ย ในระดับปานกลาง เครื่องสำอางสำหรับชำระ/ทำความสะอาด ชนิดเครื่องสำอางสำหรับชำระ/ทำความสะอาดทุกชนิด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวกาย ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้า และผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผม เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ บ่อย สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เครื่องสำอางสำหรับชำระ/ทำความสะอาดเฉลี่ย อยู่ ในระดับใช้ บ่อย ความถี่ในการซื้อเครื่องสำอางส่วนใหญ่ แบบสอบถามซื้อเครื่องสำอางนำเข้ จากประเทศญี่ปุ่นน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน รองลงมาคือ ซื้อ 1 ครั้งต่อเดือน และซื้อมากกว่า 1 ครั้งต่อเดือนเป็น นลำดับสุดท้ายค่าใช้จ่ายในการซื้อเครื่องสำอางส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเครื่องสำอางต่อครั้ง 501-1,000 บาท รองลงมาคือ ซื้อไม่เกิน500 บาทต่อครั้ง, ซื้อ 1,001 – 1,500 บาทต่อครั้ง และซื้อ 1,500 บาทขึ้นไปต่อครั้ง แหล่งที่ซื้อเครื่องสำอาง ส่วนใหญ่ ซื้อเครื่องสำอางจากห้างสรรพสินค้า รองลงมาคือ ซื้อจากตัวแทนจำหน่าย, ซื้อจากอินเทอร์เน็ต, ซื้อจากร้านค้าใกล้บ้าน, ซื้อจากสถานเสริมความงาม และซื้อจากตลาดนัดทั่วไปตามลำดับ การตัดสินใจเปลี่ยน/ไม่เปลี่ยนยี่ห้อและเหตุผล ส่วนใหญ่จะไม่เปลี่ยนไปใช้ยี่ห้ออื่นมากกว่าการเปลี่ยนเหตุผลเพราะกลัวแพ้มากที่สุดรองลงมาเพราะคุณภาพสินค้า เดิมดีอยู่ และไม่เปลี่ยนเพราะอื่นๆ น้อยที่สุด ซึ่งให้ เหตุผล คือ ไม่เคยใช้ ส่วนการเปลี่ยนไปใช้ ยี่ห้ออื่นซึ่ง น้อยกว่า เหตุผลที่มากที่สุด คือเปลี่ยนเพราะต้องการทดลองสินค้าใหม่ รองลงมาคือ เปลี่ยนเพราะราคาสินค้า ยี่ห้อใหม่ถูกกว่า และเปลี่ยนเพราะคุณภาพสินค้าใกล้ เคียงกัน ตามลำดับ มุมมองเชิงเปรียบเทียบระหว่างคุณภาพสินค้ากับราคาผู้ตอบแบบสอบถามมีมุมมองในเชิงการเปรียบเทียบระหว่างคุณภาพสินค้ากับราคา ส่วนใหญ่มองว่าราคาของสินค้า นำเข้าจากประเทศญี่ปุ่นมีราคาเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพสินค้ารองลงมาคือ ราคาแพง เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพสินค้า และราคาถูก เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพสินค้า

4.2 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องสำอางของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตเพาะช่าง



### Abstract

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องสำอางของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตเพาะช่าง มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง 2) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคเครื่องสำอาง และ 3) ศึกษาปัญหาจากการใช้เครื่องสำอางกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยคือ นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตเพาะช่างจำนวน 295 คน ประจำปีการศึกษา 2548 โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ที่คณะผู้วิจัยสร้างขึ้นจำนวน 20 ข้อ และแบบสอบถามปลายเปิด ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิจัยคือ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ไคสแควร์ (Chi-Square) t-test และ F-test โดยมีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของนักศึกษา คือ 1) ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก 2) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มตัวอย่างในระดับมาก และ 3) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่ม

ตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลาง โดยนักศึกษาเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ส่วนความคิดเห็นด้านราคาการจัดจำหน่ายสินค้า และการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ โดยรวมไม่แตกต่างกัน และความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของนักศึกษา จำแนกตามชั้นปี โดยรวมไม่แตกต่างกันนอกจากนี้ความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของนักศึกษา จำแนกตามค่าใช้จ่ายที่ได้รับจากผู้ปกครองโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความคิดเห็นแตกต่างกันคือ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด

2. พฤติกรรมการบริโภคเครื่องสำอางของนักศึกษา คือ พฤติกรรมการซื้อจากร้านขายของชำ ใกล้บ้าน ซูเปอร์มาเก็ตและเคาเตอร์ตามห้างสรรพสินค้า และจากที่อื่นๆ มีความสัมพันธ์กับเพศ ส่วนพฤติกรรมการซื้อจากผู้ค้าส่ง ร้านสะดวกซื้อต่างๆ ระบบขายตรง และร้านขายเครื่องสำอางทั่วๆ ไป ไม่มีความสัมพันธ์กับเพศ ระดับการศึกษาและค่าใช้จ่ายที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อเดือน

3. สาเหตุที่จำเป็นต้องใช้เครื่องสำอางของนักศึกษา คือ เพื่อเสริมบุคลิกภาพ เพิ่มความมั่นใจในการอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมและเพื่อต้องการบำรุงผิวพรรณเพื่อสุขภาพผิวมีความสัมพันธ์กับเพศ ทั้งนี้เป็นเพราะว่าเครื่องสำอางสำหรับการประพินโฉมเพื่อให้เกิดความสวยงามเป็นที่นิยมในกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างเพศชายโดยธรรมชาติจะไม่ให้ความสำคัญในสิ่งเหล่านี้ส่วนสาเหตุที่จำเป็นต้องใช้เครื่องสำอางคือ เพื่อพบปะผู้คน และสาเหตุอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับเพศ ส่วนความจำเป็นที่ต้องพบปะผู้คน เพื่อเสริมบุคลิกภาพ เพิ่มความมั่นใจในการอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคม เพื่อต้องการบำรุงผิวพรรณเพื่อสุขภาพผิวที่ดีและสาเหตุอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการศึกษา

4. ปัญหาจากการใช้เครื่องสำอาง คือ การเปลี่ยนชนิดของเครื่องสำอางบ่อย การใช้เครื่องสำอางร่วมกับผู้อื่น และก่อนใช้ไม่ได้ทดสอบเครื่องสำอางก่อนว่าแพ้หรือไม่ เป็นสาเหตุที่ทำให้แพ้เครื่องสำอางซึ่งมีความสัมพันธ์กับเพศ ทั้งนี้เป็นเพราะว่าเครื่องสำอางที่ใช้แล้วเกิดการแพ้ขึ้นเป็นเครื่องสำอางเฉพาะที่ ซึ่งเครื่องสำอางประเภทนี้นิยมใช้ในกลุ่มเพศหญิงเป็นส่วนใหญ่ ส่วนสารเคมีซึ่งเป็นส่วนผสมของเครื่องสำอาง การใช้เครื่องสำอางที่หมดอายุ การเก็บรักษาเครื่องสำอางไม่ถูกวิธี การทำความสะอาดไม่ดี ไม่ระมัดระวังเรื่องความสะอาดการใช้เครื่องสำอางราคาถูกเกินไป ใช้เครื่องสำอางไม่ได้คุณภาพและมาตรฐานเครื่องสำอางเนื่องจากไม่ผ่านการรับรองของ ออย. และปัจจัยอื่นๆ เป็นสาเหตุที่ทำให้แพ้เครื่องสำอางไม่มีความสัมพันธ์กับเพศ นั่นคือการแพ้เครื่องสำอางเกิดขึ้นได้ทั้งในเพศหญิงและเพศชาย

4.3 บุคลิกภาพและทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแบรนด์เครื่องสำอางค์ของผู้บริโภคในจังหวัด ปทุมธานีการวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องสำอางค์ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี (2) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของบุคลิกภาพของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแบรนด์เครื่องสำอางค์ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี และ (3) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของทัศนคติของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแบรนด์เครื่องสำอางค์ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานีกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา เป็น ผู้ซื้อเครื่องสำอางค์ในร้านจำหน่ายเครื่องสำอางค์ในจังหวัดปทุมธานี รวมทั้งสิ้นจำนวน 400คน สุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนและแบบเป็น ระบบ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา สถิติไคสแควร์ และสถิติวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติก ผลการวิจัยพบว่า (1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน อายุอาชีพ การศึกษา รายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องสำอางค์ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี (2) บุคลิกภาพแบบซับซ้อน บุคลิกภาพแบบหัวหาญมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกแบรนด์เครื่องสำอางค์ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี (3) ทัศนคติไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกแบรนด์เครื่องสำอางค์ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี

การอภิปรายผล การวิจัยเรื่องเรื่อง“บุคลิกภาพและทัศนคติที่มี ผลต่อการตัดสินใจเลือกแบรนด์เครื่องสำอางค์ของ ผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี” มีข้อค้นพบดังนี้ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องสำอางค์ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยสอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค Kotler (2012) กล่าวว่า ผู้บริโภคจะแสดงพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยใช้การตั้งคำถามเพื่อ ค้นหาคำตอบในการช่วยวิเคราะห์พฤติกรรม คือ พฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องสำอางค์ได้แก่ สถานที่ที่ซื้อ การเลือกผลิตภัณฑ์ ปริมาณในการซื้อ เวลาในการซื้อ และผลวิจัยยังสอดคล้องกับ อรุณวรรณ แกวดี ธิ์ (2552) พบว่าการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางค์โดยแยก ตามลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ มีความ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ การตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางค์โอเรียลทอล พรินเซสในกรุงเทพมหานคร บุคลิกภาพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกแบรนด์เครื่องสำอางค์ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี มี จำนวน 2 ตัว คือ บุคลิกภาพแบบซับซ้อน รองลงมาคือ บุคลิกภาพแบบหัวหาญมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เลือกแบรนด์เครื่องสำอางค์เอเชีย ซึ่ง

สอดคล้องกับ ทฤษฎีบุคลิกภาพ Aaker (1997) กล่าวว่า ผู้บริโภคจะ 'รับรู้ถึงบุคลิกภาพของผลิตภัณฑ์ และเลือกผลิตภัณฑ์ซึ่ง สอดคล้องกับบุคลิกภาพของตนเองต้องสามารถ' สะท้อนซึ่งความเป็นตัวตนของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้อง กับทฤษฎีการตัดสินใจ Schiffman and Kanuk (2007) กล่าวถึง ผู้บริโภคมีการเลือกรับรู้จากสิ่งเร้า ซึ่งนำไปสู่ การตัดสินใจของผู้บริโภค ประกอบด้วย การตัดสินใจเลือกแบรนด์เครื่องสำอางค์เอเชีย แบรนด์ เครื่องสำอางค์ตะวันตก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เพชรรัตน์ สาสนปัทม์ (2551) พบว่า โฆษณาใน ' นิตยสารไทยส่วนใหญ่นิยมใช้การวางตำแหน่งตราสินค้าโดยบุคลิกภาพ และคุณสมบัติของสินค้าเป็น หลัก โดยสินค้าที่ให้ประโยชน์ด้านอารมณ์ และ เครื่องสำอางค์นิยมวางตำแหน่งตราสินค้าโดยใช้ บุคลิกภาพ อย่างไรก็ตาม ทั้งทัศนคติ ด้านความรู้ความเข้าใจ—ความรู้สึก-พฤติกรรมไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือก—แบรนด์เครื่องสำอางค์เอเชียและแบรนด์เครื่องสำอางค์ ตะวันตกของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี อาจ เนื่องจากผู้บริโภคที่เข้ามาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องสำอางค์ส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์มีความคล้ายคลึงกันทั้ง เครื่องสำอางค์เอเชีย และแบรนด์เครื่องสำอางค์ตะวันตก ซึ่งผู้บริโภคที่เข้ามาเลือกซื้อในร้านขาย เครื่องสำอางค์นั้นมีพฤติกรรม การเลือกซื้อเครื่องสำอางค์จากร้านขายเครื่องสำอางค์ที่ มีสาขาในห้างสรรพสินค้าโดยมีเหตุผลด้านความ สะดวกสบายที่จะเดินทางที่เข้ามาซื้อและต้องเป็น เครื่องสำอางค์ที่มีคุณภาพ

## บทที่ 3

### วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพาสำหรับสุภาพสตรีวัยทำงาน โดยมุ่งเน้นทางด้านการออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพาสำหรับสุภาพสตรีวัยทำงานออกแบบให้มีความเหมาะสมการใช้งานที่สะดวกสบายมากขึ้น แก้ปัญหาในบรรจุภัณฑ์สำหรับผู้หญิงวัยทำงานในปัจจุบัน ซึ่งปัจจุบันชีวิตผู้หญิงวัยทำงานมีเวลาที่จำกัด และมีแต่ความเร่งรีบทั้งในการทำงานและการใช้ชีวิตประจำวันจึงต้องการบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพา ให้มีโครงสร้างรูปแบบใหม่ ผลสมการโครงสร้างของตัวต่อเพื่อเพิ่มการทำงานที่พิเศษให้ดูน่าสนใจมากขึ้น จึงเกิดมาเป็นโครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับสุภาพสตรีวัยทำงาน ตอบสนองความต้องการผู้หญิงยุคใหม่ ที่จำเป็นต้องแต่งหน้าในพื้นที่จำกัด เร่งรีบและ เดินทางไปในหลายสถานที่หลายโอกาส บรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางที่ตอบโจทย์การใช้งานในช่วงกลางวันต้องเติมหน้าในระหว่างวันและเวลาสังสรรค์ในยามค่ำคืน เปลี่ยนแนวการแต่งหน้าในบรรจุภัณฑ์เดียว

ผลการวิจัยในครั้งนี้ได้รวบรวมแนวคิดที่ตนสนใจและการรวบรวมข้อมูลต่างๆและวิเคราะห์แนวคิดข้อมูลเพื่อให้ได้มาซึ่งกระบวนการออกแบบผลงาน โดยผลงานที่ออกแบบมานั้นจะมีความนวัตกรรม ซึ่งได้แนวคิดมาจากปัญหาที่ผู้หญิงในปัจจุบันได้ประสบ และสามารถเป็นต้นแบบในการผลิตในโรงการอุตสาหกรรมต่อไป นอกจากนี้ยังใช้วิธีการดำเนินงานวิจัยเชิงปริมาณมาใช้ในการทำงานวิจัยได้มีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

#### ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

1. รวบรวมข้อมูลทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบพกพา สำหรับสุภาพสตรีวัยทำงาน
2. ศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบของการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับสุภาพสตรีวัยทำงาน
3. กำหนดแนวความคิดของการออกแบบและนำเสนอแบบร่าง
4. ออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับสุภาพสตรี
5. สรุปผลการวิจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับสุภาพสตรี

**ขั้นตอนที่ 1 รวบรวมข้อมูลทางการออกแบบ บรรจุกณ์ท์แบบพกพา สำหรับสุขภาพสตรีวัยทำงาน**

รวบรวมข้อมูลแรงบันดาลใจในการออกแบบ เช่นศึกษา ปัญหาที่ผู้หญิงวัยทำงานพบจากในบรรจุกณ์ท์เครื่องสำอาง ศึกษาหลักการออกแบบ แนวคิด องค์ประกอบบรรจุกณ์ท์

ที่ตอบโจทย์ความต้องการและแก้ไขปัญหาดังกล่าวแต่คงความสวยงาม

**ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบของการออกแบบ บรรจุกณ์ท์เครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับสุขภาพสตรีวัยทำงาน**

1.ศึกษาแนวคิดและรูปแบบ บรรจุกณ์ท์เครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับสุขภาพสตรีวัยทำงาน

2.ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล บรรจุกณ์ท์เครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับสุขภาพสตรีวัยทำงาน

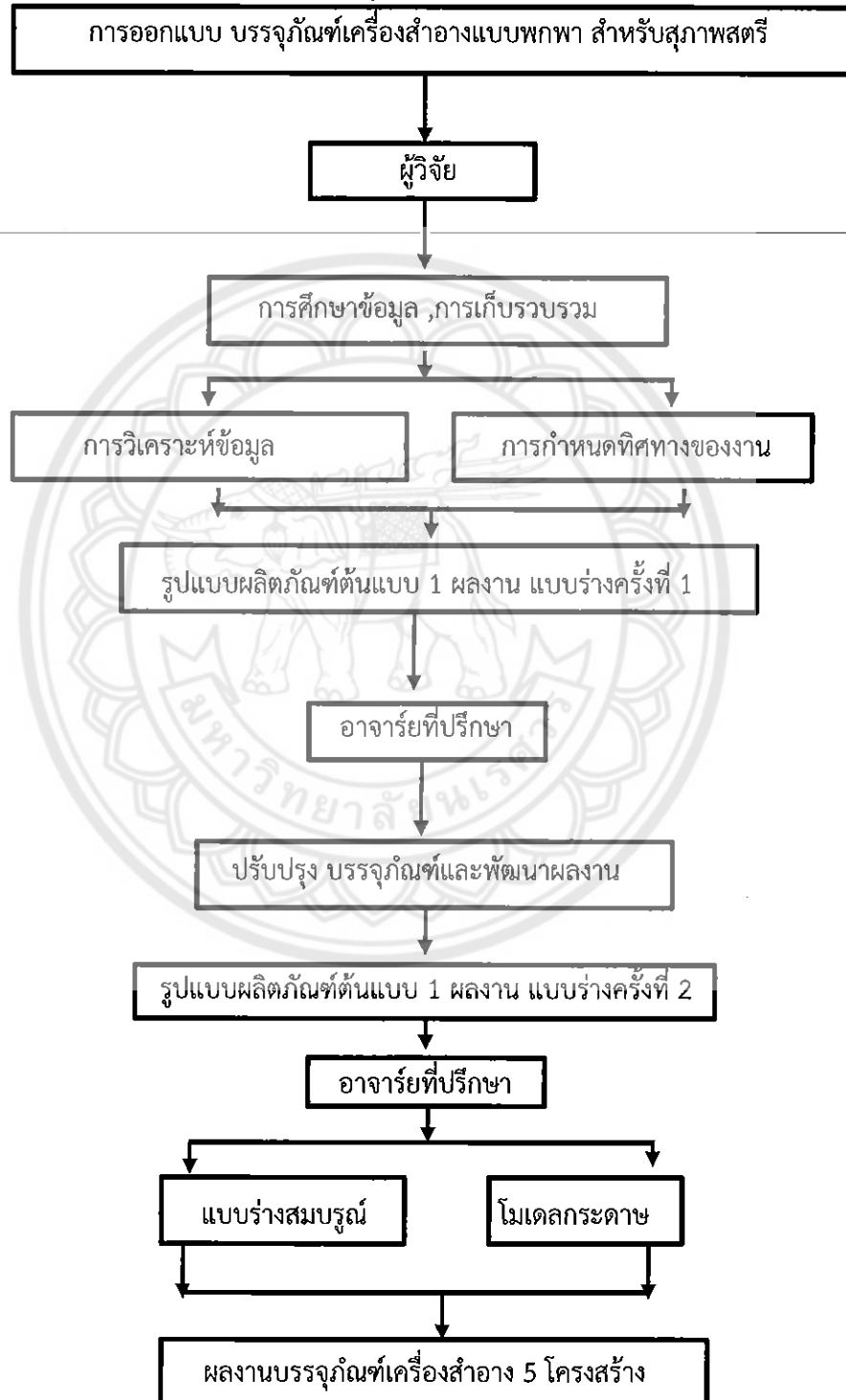
**ขั้นตอนที่ 3 กำหนดแนวความคิดของการออกแบบ และนำเสนอแบบร่าง**

กำหนดแนวความคิดเรื่องที่เกี่ยวข้องกับปัญหาในบรรจุกณ์ท์เครื่องสำอางนมาออกแบบ บรรจุกณ์ท์เครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับสุขภาพสตรีวัยทำงานที่มีเอกลักษณ์ ตอบโจทย์ปัญหาได้ครบ เพื่อถ่ายทอดนำเสนอแบบร่างเพื่อการออกแบบต่อไป

**ขั้นตอนที่ 4 ออกแบบ บรรจุกณ์ท์เครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับสุขภาพสตรีวัยทำงาน**

การออกแบบ บรรจุกณ์ท์เครื่องสำอางสำหรับสุขภาพสตรีวัยทำงาน เป็นการนำปัญหามาแก้ไขให้มีรูปแบบใหม่ตอบโจทย์ความต้องการผู้หญิงวัยทำงาน เกิดความแปลกใหม่ จึงศึกษาข้อมูลโดยการสรุปการวิเคราะห์ข้อมูลในแนวคิดแก้ปัญหาในบรรจุกณ์ท์เครื่องสำอาง

แผนผังแสดงขั้นตอนการออกแบบ บรรจุกณ์ต์เครื่องสำอางแบบพกพา  
สำหรับสุภาพสตรีวัยทำงาน



### ขั้นตอนที่ 5 สรุปผลการออกแบบ บรรจุกิจกรรมเครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับสุภาพสตรีวัยทำงาน

เนื่องจากการออกแบบบรรจุกิจกรรมเครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับสุภาพสตรีวัยทำงาน เพราะปัจจุบันการทำงานของผู้หญิงในปัจจุบันมีความหลากหลาย และ บรรจุกิจกรรมเครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับสุภาพสตรีวัยทำงาน มีความแปลกใหม่ตอบโจทย์การใช้งานเมื่อกลุ่มเป้าหมายใช้บรรจุกิจกรรมเครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับสุภาพสตรีวัยทำงาน

มีความแปลกใหม่ สวยงาม ไม่ซ้ำใครเปลี่ยนสไตล์ในทุกที่ทุกเวลา

จากการศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาในบรรจุกิจกรรมเครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับสุภาพสตรีวัยทำงาน ถูกสร้างเอกลักษณ์ขึ้นมาใหม่ให้กับผู้ใช้ซึ่งงานได้สนุกสนาน-สร้างสไตล์ในแต่ละวันไม่ซ้ำใคร เพื่อแก้ปัญหาและพัฒนาต่อยอดในอนาคต

ศิลปะนิพนธ์ฉบับนี้ได้นำข้อมูลที่ศึกษาเหล่านี้มาใช้ในการออกแบบ การออกแบบ บรรจุกิจกรรมเครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับสุภาพสตรีวัยทำงาน ให้แก้ไขปัญหาที่ผู้หญิงวัยทำงานประสบ มีการใช้งานที่แปลกใหม่ สนุกสนานใช้งาน



## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

จากกระบวนการเก็บข้อมูลเพื่อ ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้น กระบวนการที่สำคัญคือ การทราบเงื่อนไขความต้องการที่บรรจุภัณฑ์นั้นต้องตอบสนองและมีนวัตกรรมต่างๆ ที่ควรทราบในการออกแบบ โดยเงื่อนไขดังกล่าวนี้มักออกแบบจะทราบในขั้นตอนต้น โดยสังเขปไว้เป็นข้อๆ ผู้วิจัยได้นำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานการวิเคราะห์ข้อมูล และการออกแบบพัฒนาสร้างสรรค์ งานออกแบบให้มีประโยชน์มากที่สุดฉบับนี้ได้แบ่งกระบวนการทำงานดังนี้

1. วิเคราะห์การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ เครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับสุขภาพสตรีวัยทำงาน
2. ดำเนินการออกแบบออกแบบ บรรจุภัณฑ์ เครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับสุขภาพสตรีวัยทำงาน

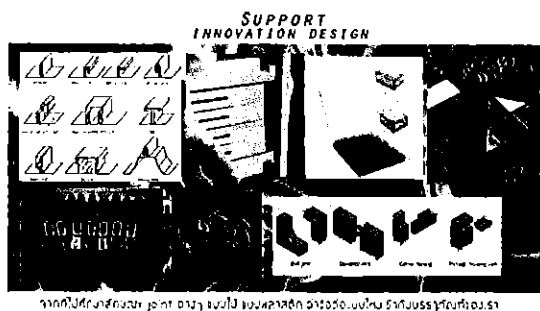
วิเคราะห์การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ เครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับสุขภาพสตรีวัยทำงาน

#### 1.วิเคราะห์แนวคิดของการแก้ไขปัญหาสำหรับบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง

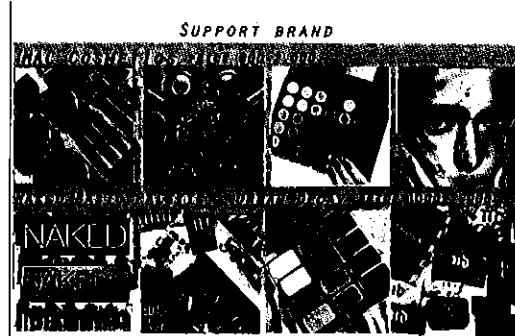
ในปัจจุบันการแต่งหน้าเป็นที่นิยมมากในผู้หญิงทุกคน ต่างมีความสนใจในการแต่งหน้า แต่ที่สำคัญไปคือการการแต่งหน้าคือ บรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางที่ตอบโจทย์การใช้งานของผู้หญิงวัยทำงานการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพาสำหรับสุขภาพสตรีวัยทำงาน โดยมุ่งเน้นทางด้านการออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพาสำหรับสุขภาพสตรีวัยทำงานออกแบบให้มีนวัตกรรมการใช้งานที่สะดวกสบายมากขึ้น แก้ปัญหาในบรรจุภัณฑ์สำหรับผู้หญิงวัยทำงานในปัจจุบัน ซึ่งปัจจุบันชีวิตผู้หญิงวัยทำงานมีเวลาที่จำกัด และมีแต่ความเร่งรีบทั้ง

จากการวิเคราะห์เพศหญิง มีอายุ 25-35 ปีรายได้ 15,000 30,000 บาท/เดือนขึ้นไป วิถีชีวิตเป็นกลุ่มรักการแต่งหน้า มีความมั่นใจในตัวเองสูงที่มีการแต่งตัว แต่งหน้า หลากหลายสไตล์ ไม่จำเจ ซึ่งมีลักษณะการใช้ชีวิตที่มีอิสระวิถีชีวิตเป็นกลุ่มรักการแต่งหน้า มีความมั่นใจในตัวเองสูงที่มีการแต่งตัว แต่งหน้า หลากหลายสไตล์ ไม่จำเจ ซึ่งมีลักษณะการใช้ชีวิตที่มีอิสระสนุกสนาน รักการเดินทาง ท่องเที่ยวไปในสถานที่ต่างๆแปลกใหม่ ปาร์ตี้ หรือ ท่องเที่ยวในต่างประเทศ เป็นสาวชอบประดิษฐ์ประดิษฐ์ ของเล็กน้อยด้วยตัวเอง เป็นสาวนำเทรนด์จะมีสิ่งใหม่อัปเดตชีวิตตลอดเวลา





จากคณาจารย์คณะ ภาควิชา วิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี



ภาพที่ 45 (ด้านซ้าย)ภาพแสดงข้อมูลที่น่ามาใช้ประกอบการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง1  
ภาพที่ 46 (ด้านขวา)ภาพแสดงข้อมูลที่น่ามาใช้ประกอบการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง2  
2.ดำเนินการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง ทำงานโดยแก้ปัญหาบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพา  
สำหรับสุภาพสตรีทำงาน

การออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับสุภาพสตรีวัยทำงาน 1ชุด  
(collection) มีดังนี้ ดังนี้บรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพา 1 ชุด 5 โครงสร้าง

- |                                   |             |
|-----------------------------------|-------------|
| 2.1 พาเลทรวมเครื่องสำอาง          | 1 โครงสร้าง |
| 2.2 ชิ้นส่วนเครื่องสำอางแต่ละชนิด | 1 โครงสร้าง |
| -แป้งอัดแข็ง (powder)             |             |
| -บรีชออน (blush)                  |             |
| -ลิปสติก (lipstick)               |             |
| -พัฟพองน้ำแต่งหน้า (powder puff)  |             |
| -อายชาโดว์ (Eyeshadow)            |             |
| -แปรงแต่งหน้าขนาดพกพา (blush)     |             |
| 2.3 ถุงซิ้อปิ้งแบรนต์             | 2 โครงสร้าง |
| 2.4 กล่องบรรจุพาเลท               | 1 โครงสร้าง |
| 2.5 กล่องรีฟิวแต่ละชนิด           | 1 โครงสร้าง |
| -แป้งอัดแข็ง (powder)             |             |
| -บรีชออน (blush)                  |             |
| -ลิปสติก (lipstick)               |             |
| -พัฟพองน้ำแต่งหน้า (powder puff)  |             |
| -อายชาโดว์ (Eyeshadow)            |             |
| -แปรงแต่งหน้าขนาดพกพา (blush)     |             |

รวม

5 โครงสร้าง

### จากการศึกษาปัญหาไลฟ์สไตล์

#### 1. EVERYONE 'creativity

แนวความคิดที่ 1 EVERYONE 'creativity สร้างสรรค์ ตัวแปรระดับความงามในตัวเอง  
อธิบายแนวความคิด : มาจากที่แปรของสีน้ำตาลที่สับทิศทางไปมาซ้ำกันก่อให้เกิดความสวยงาม  
ในแต่ละครั้งแต่ต่างกัน ซึ่งบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางก็นำที่แปรแต่ละครั้งมาออกแบบให้แปลก  
ใหม่สวยงาม

#### อารมณ์ ความรู้สึก รูปแบบ (mood and tone)

แนวความคิด (concept)	ทุกคน (EVERYONE)	ความร่าเริง (cheerful)
อารมณ์และสี (Mood and tone )	สร้างสรรค์ (creativity)	ความบ้า,คลั่งไคล้ (Crazy)
ส่วนประกอบสำคัญ (elements)	วัสดุ (material)	เก๋ (chic)



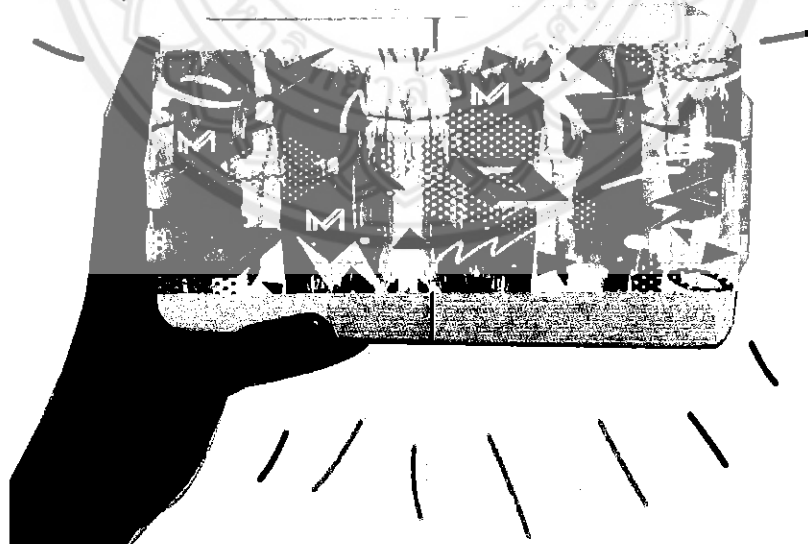
ภาพที่ 47 ภาพแสดงแนวคิด EVERYONE 'creativity



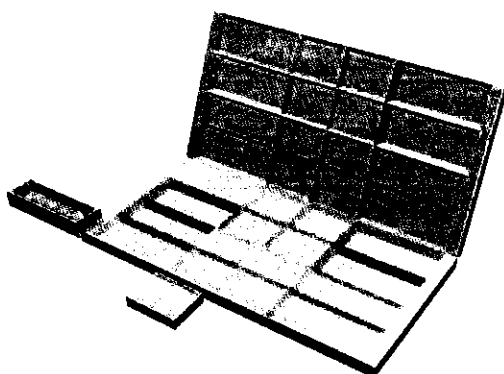
# MOM IN X



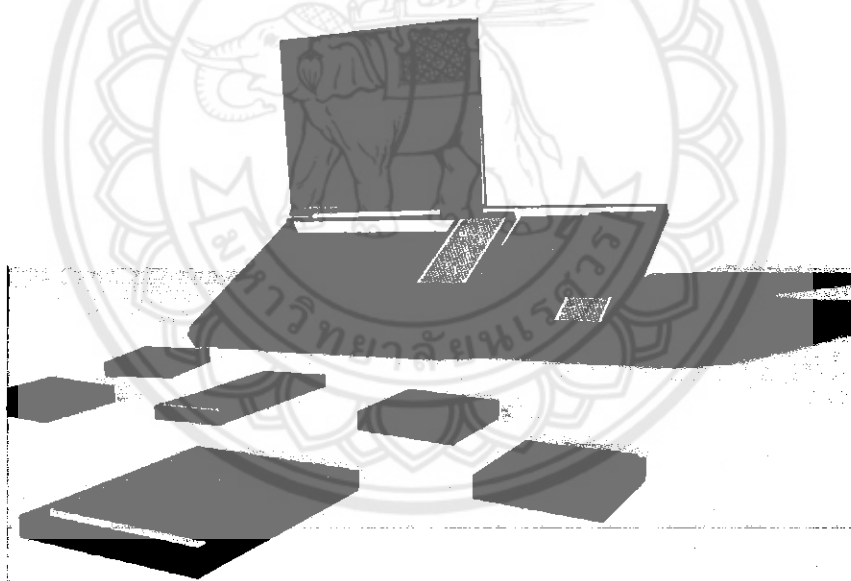
ภาพที่ 48 ภาพแสดงกราฟฟิกEVERYONE 'creativity



ภาพที่ 49 ภาพแสดงกราฟฟิกEVERYONE 'creativit



ภาพที่ 48 แสดงภาพการออกแบบ บรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับสุภาพสตรีวัยทำงาน แนวคิด EVERYONE 'creativity



ภาพที่ 49 แสดงภาพการออกแบบ บรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับสุภาพสตรีวัยทำงาน แนวคิด EVERYONE 'creativity

## บทที่ 5

### บทสรุป

การดำเนินการศึกษาศิลปะนิพนธ์ในหัวข้อการออกแบบ บรรจุกณ์ท์เครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับสุภาพสตรีวัยทำงาน เป็นการแก้ไขปัญหาที่ผู้หญิงวัยทำงานต้องประสบ บรรจุกณ์ท์ที่น้ำหนักมากเกินไป บรรจุกณ์ท์เครื่องสำอางที่ไม่สะดวกสบายเป็นแนวคิดในการออกแบบผลงานที่ดูเปลี่ยนใหม่ ตอบโจทย์การทำงาน

1. เพื่อศึกษาบริบทบรรจุกณ์ท์เครื่องสำอาง แบบพกพา สำหรับ สุภาพสตรีวัยทำงาน
2. เพื่อออกแบบบรรจุกณ์ท์เครื่องสำอางเครื่องสำอาง แบบพกพา สำหรับ สุภาพสตรี

#### สรุปการวิจัย

##### ขอบเขตด้านเนื้อหา

- 1.1 แนวคิดการออกแบบบรรจุกณ์ท์เครื่องสำอางแบบพกพา
- 1.2 กระบวนการออกแบบบรรจุกณ์ท์เครื่องสำอางแบบพกพา
- 1.3 รูปแบบของบรรจุกณ์ท์เครื่องสำอาง
- 1.4 เทคนิคผลิตการบรรจุกณ์ท์เครื่องสำอางแบบพกพา

##### ขอบเขตด้านการออกแบบ

การออกแบบบรรจุกณ์ท์เครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับสุภาพสตรีวัยทำงาน 1ชุด (collection) มีดังนี้ ดังนี้บรรจุกณ์ท์เครื่องสำอางแบบพกพา 1 ชุด 5โครงสร้าง

พาเลทรวมเครื่องสำอาง	1 โครงสร้าง
ชิ้นส่วนเครื่องสำอางแต่ละชนิด	1 โครงสร้าง

- แป้งอัดแข็ง (powder)
- บรีชออน (blush)
- ลิปสติก (lipstick)
- ฟัฟฟองน้ำแต่งหน้า (powder puff)
- อายชาโดว์ (Eyeshadow)
- แปรงแต่งหน้าขนาดพกพา (brush)

ถุงซิปบีงแบรนด์	2 โครงสร้าง
กล่องบรรจุพาเลท	1 โครงสร้าง

กล่องรีฟิวแต่ละชนิด	1 โครงสร้าง
---------------------	-------------

- แป้งอัดแข็ง (powder)
- บรีชออน (blush)
- ลิปสติก (lipstick)
- พัฟพองน้ำแต่งหน้า (powder puff)
- อายชาโดว์ (Eyeshadow)
- แปรงแต่งหน้าขนาดพกพา (blush)

รวม

5 โครงสร้าง

### ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษาวิจัยเรื่องนี้มีความเกี่ยวข้องกับลำดับช่วงเวลาพัฒนาการของการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางเป็นเวลา 4 เดือน เริ่มตั้งแต่ กันยายน พ.ศ 2559 – ธันวาคม พ.ศ 2559

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

#### ประชากร

- เพศ : หญิง
- อายุ : 25-35ปี
- รายได้ : 15,000 – 30,000 /เดือนขึ้นไป
- อาชีพ : พนักงานประจำทั่วไป, ราชการ, นักออกแบบ

วิถีการดำเนินชีวิต : เป็นกลุ่มรักการแต่งหน้า ที่มีการเดินทางอยู่บ่อยครั้ง ชอบแต่งตัว ชอบเปลี่ยนสไตล์การแต่งตัวใหม่ๆเสมอทั้งสไตล์เท่ สไตล์หวาน สไตล์เปรี้ยว ไม่น่าเบื่อ ซึ่งมีลักษณะการใช้ชีวิตที่สนุกสนาน ชอบสังสรรค์ หาสิ่งของใหม่ๆตามเทรนด์อย่างดี อัปเดตเทรนด์ตามโลก ชอบการเข้าสังคม ปาร์ตี้ สนุกสนาน แลกเปลี่ยนความคิดกับผู้คนเยอะๆ เป็นคนรักความสุข ชอบประดิษฐ์ประดอย

### อภิปรายผลการวิจัย

วิเคราะห์จากรูปแบบ บรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับสุภาพสตรีวัยทำงาน จากขั้นตอนในการศึกษาดังกล่าวผู้วิจัยสามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. บรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสำหรับสุภาพสตรีวัยทำงานในปัจจุบันยังคงเครื่องสำอางประเภทต่างๆในบรรจุภัณฑ์เดิม เพียงปรับเปลี่ยนโครงสร้างได้ให้มีลูกเล่นการทำงานที่ดีขึ้น
2. จากการวิเคราะห์ข้างต้น ผู้วิจัยได้แรงบันดาลใจในการออกแบบ และได้ศึกษาเรื่องรายละเอียดของปัญหาในบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง ซึ่งเห็นว่าการออกแบบ บรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแปลกใหม่ และน่าสนใจ มากขึ้นโดย ได้ศึกษารูปแบบโครงสร้าง ,วัสดุ มาใช้ในการออกแบบแล้วจึงได้แบบร่างไปเสนอ

3. การออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพาสำหรับสุภาพสตรีวัยทำงานได้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถถอดประกอบตามสไตล์ความต้องการของผู้บริโภค และยังตอบโจทย์ปัญหาการใช้งานที่มีพื้นที่จำกัด และเวลาที่เร่งรีบ พร้อมป้องกันความเสียหายได้ในการเดินทางไปในหลายที่

#### ข้อเสนอแนะ

1 การดำเนินการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ในหัวข้อ การออกแบบ บรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพาสำหรับสุภาพสตรีวัยทำงาน-มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบ-บรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับสุภาพสตรี ปัญหาในการดำเนินงานวิจัย คือ การจัดการเวลาไม่ดีสำหรับตัวผู้วิจัยเอง จึงทำให้เกิดความไม่สมบูรณ์อย่างที่คาดไว้ การค้นคว้าเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับสุภาพสตรีวัยทำงาน จึงต้องศึกษาการใช้งานที่เกิดปัญหาขึ้นจริง ทั้งนี้ได้ใช้ความพยายามและความตั้งใจในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลและเรียบเรียงให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

2 ขั้นตอนกระบวนการตัดอะคริลิกที่ต้องมีการวางแผนที่ดีเพราะจะทำให้ชิ้นงานเสียหายได้ในการขึ้นโครง การต่อกันของอะคริลิกมีความยากเพราะ แผ่นอะคริลิกค่อนข้างแข็ง และการสื่อสารกับช่างในการทำตามแบบเป็นสิ่งสำคัญอีกหนึ่งขั้นตอน

3.การวิจัยไม่สามารถดำเนินได้ด้วยตัวเองคนเดียวได้ทั้งหมด อาจจะต้องมีปรึกษาชี้แนะที่ให้ข้อมูลและคำแนะนำ

4.การดำเนินการวิจัย ในการออกแบบควรใช้เหตุผล และข้อมูลที่ได้ศึกษารวบรวมทั้งหมดมาประกอบในการตัดสินใจโดยมากกว่าใช้ความรู้สึก





### บรรณานุกรม

ผศ.สุมาลี ทองรุ่งโรจน์. (2555). ออกแบบบรรจุภัณฑ์.พิมพ์ครั้งที่ 1. โรงพิมพ์มิตรสัมพันธ์  
กราฟฟิค จำกัด. กรุงเทพฯ. 21 พฤศจิกายน 2558

สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2559

เสาวลักษณ์ พงษ์ตระกูล. (2557). ความหมายของการออกแบบ. วิทยานิพนธ์ ศ.ป.บ.

สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2559

จาก มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก,

ประชิด ทิณบุตร. (2531). การออกแบบบรรจุภัณฑ์.พิมพ์ครั้งที่ 1. โอ.เอส.พรินต์ติ้ง.เฮ้าส์. กรุงเทพฯ.

สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2559

บรรณานุกรม นิตยสาร ELLE ฉบับกุมภาพันธ์ , บทความการเลือกเครื่องสำอางวัยทำงาน ผลิตภัณฑ์  
เพื่อ ความงาม, No.124 พิบูล ที่ปะปาล, การบริหารการตลาด, กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์, 2535

สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2559

หนังสือมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก. 152-2518) มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม  
เครื่องสำอาง เครื่องสำอางผู้หญิงวัยทำงาน

สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2559 (ออนไลน์) เข้าถึงได้

เว็บไซต์รวบรวมข้อมูลเครื่องสำอาง ประวัติเครื่องสำอาง

สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2559 (ออนไลน์)

เข้าถึงได้จาก<http://www.beauty-skincare.com>

เว็บไซต์รวบรวมข้อมูลเครื่องสำอาง ประเภทเครื่องสำอาง

สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2559 (ออนไลน์)

เข้าถึงได้จาก<https://www.tcithaijo.org/index.php/EAUHJSocSci/article/>

ฐานเศรษฐกิจ เป็นหนังสือพิมพ์รายสามวัน จริงหรือ? ผลสำรวจพบว่า 95% ผู้หญิงไทยชอบการ  
แต่งหน้า

สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2559(ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก

<http://www.manager.co.th/CelebOnline/ViewNews.aspx?NewsID=9530000083>

135

ความงามความนิยม ในผลิตภัณฑ์เพื่อ ความงาม, No.124 พิบูล ที่ปะปาล, การบริหารการตลาด,  
กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์, 2535 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2559(ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก

<http://makeupsurvey.blogspot.com/>

ความงามความนิยม ในผลิตภัณฑ์เพื่อ ความงาม, No.124 พิบูล ที่ปะปาล, การบริหารการตลาด,  
กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์, 2535 พฤติกรรมการเลือกซื้อบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง

สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2559(ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก

(ออนไลน์)เข้าถึงได้จาก

[http://www.siamsurvey.com/th/questionnaire/tamarind\\_scrub](http://www.siamsurvey.com/th/questionnaire/tamarind_scrub)พิมพ์ร ลีลาพรพิรัฐ. (2544).

เครื่องสำอางเพื่อความสะอาด. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์

สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2559

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาดและกรณีศึกษา

กรุงเทพมหานคร : Diamond in Business World.

สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2559

อุบลรัตน์ เฟื่องสกลิตย์. (2542). จิตวิทยาการเรียนรู้. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย

รามคำแหง

สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2559

วิจัยพฤติกรรมคนกรุง กระแสสุขภาพมาแรง.(2547). วันที่เข้าถึงข้อมูล 8 มกราคม 2551,

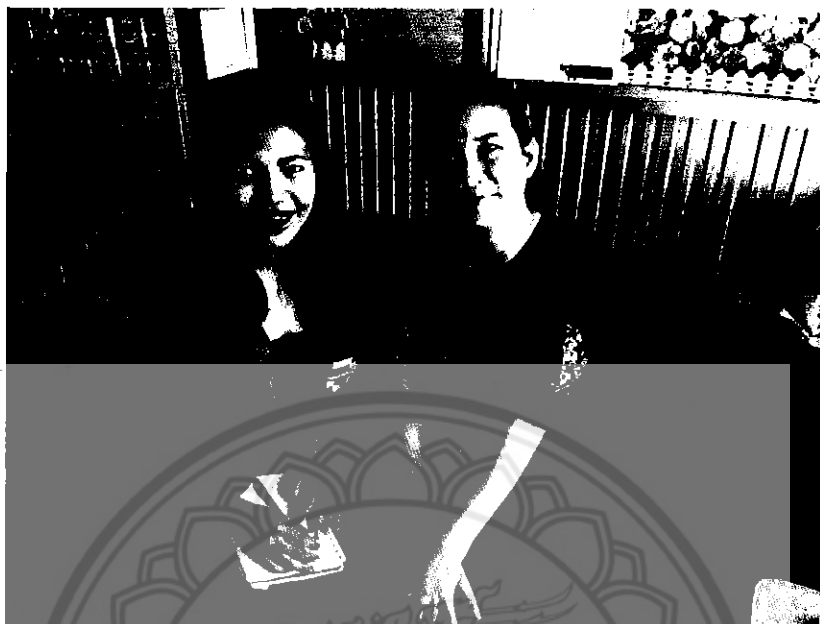
แหล่งที่มา (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก<http://www.positioningmag.com>

สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2559

อรรถสิทธิ์ เหมือนมาตย์. (2548). ค้นลึกผู้หญิง 5 สไตล์ แบบไหนคือลูกค้าคุณ. วันที่เข้าถึงข้อมูล 8

มกราคม 2551, (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก<http://www.positioningmag.com>





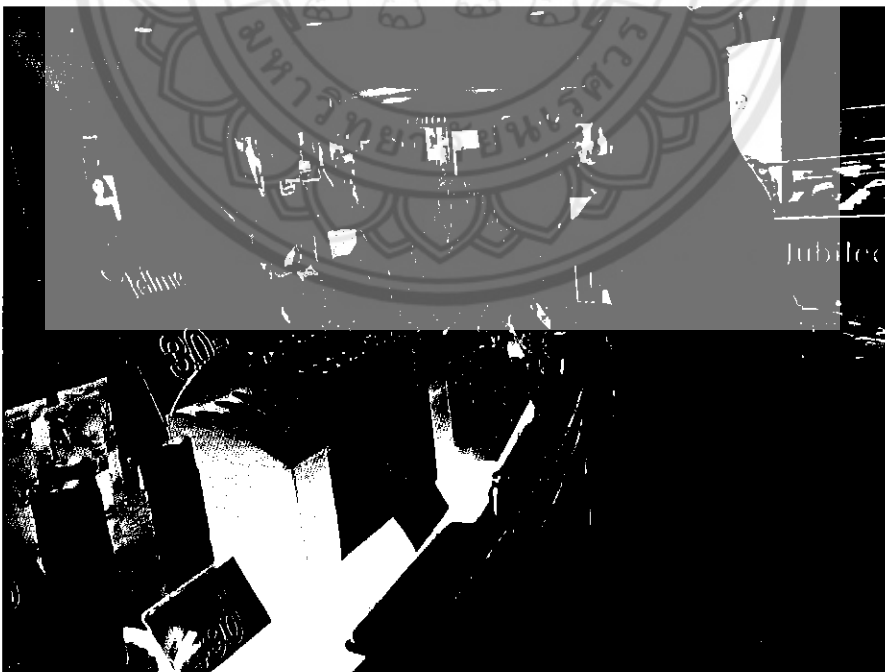
ภาพที่ 50 ภาพสัมภาษณ์ช่างแต่งหน้าผู้มีประสบการณ์การใช้เครื่องสำอาง



ภาพที่ 51 ภาพสัมภาษณ์ผู้หญิงวัยทำงานผู้มีประสบการณ์การใช้เครื่องสำอาง



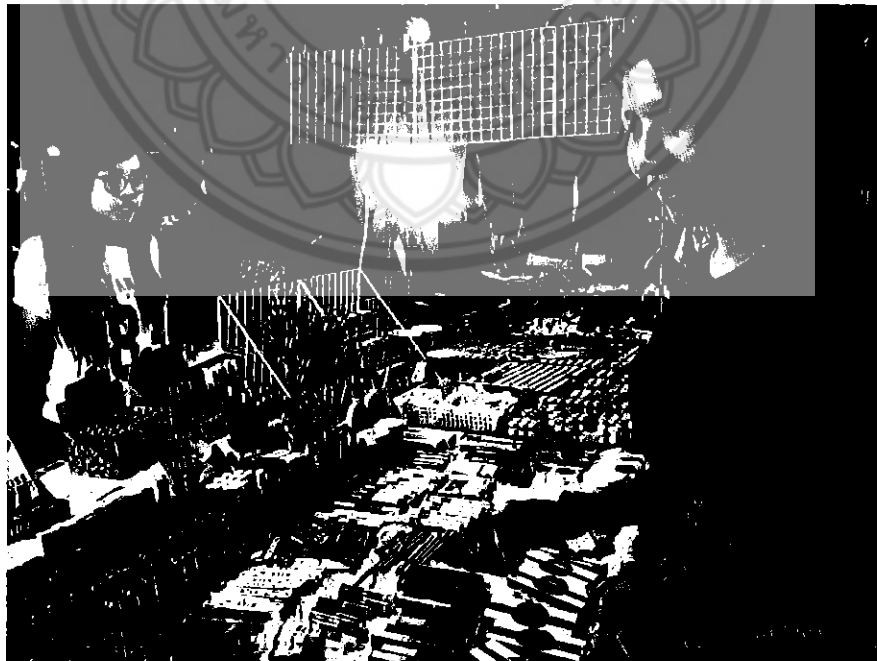
ภาพที่ 52 ภาพสัมภาษณ์พนักงานขายเครื่องผู้ม่ีประสบการณ์การใช้เครื่องสำอาง



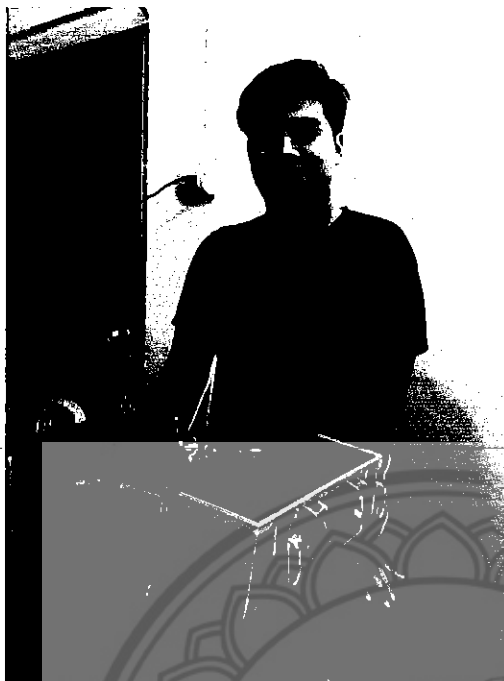
ภาพที่ 53 ภาพสัมภาษณ์พนักงานขายเครื่องผู้ม่ีประสบการณ์การใช้เครื่องสำอาง



ภาพที่ 54 ภาพสัมภาษณ์พนักงานขายเครื่องผู้มีประสบการณ์การใช้เครื่องลำปาง



ภาพที่ 55 ภาพสัมภาษณ์พนักงานขายเครื่องผู้มีประสบการณ์การใช้เครื่องลำปาง

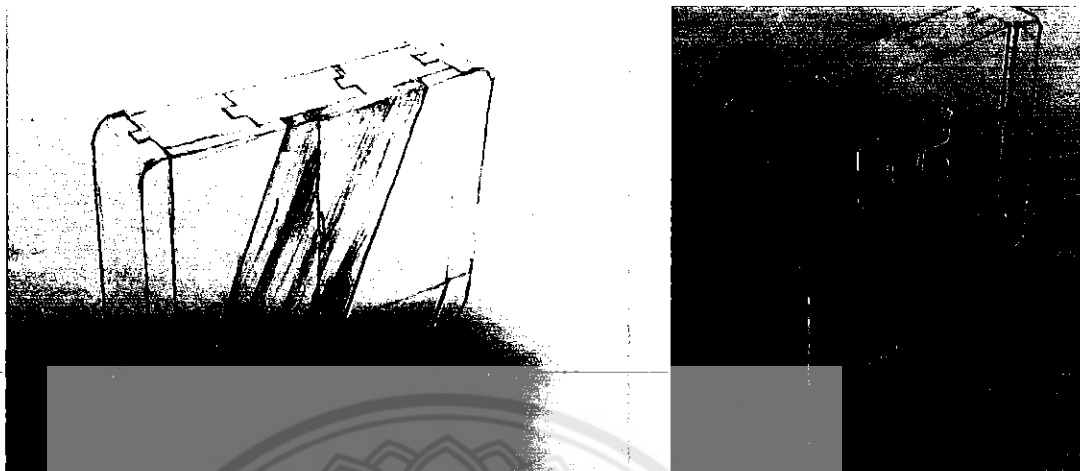


ภาพที่ 56 ภาพสัมภาษณ์พนักงานขายเครื่องผู้ที่มีประสบการณ์การใช้เครื่องสำอาง(ด้านซ้าย)

ภาพที่ 57 ภาพสัมภาษณ์พนักงานขายเครื่องผู้ที่มีประสบการณ์การใช้เครื่องสำอาง(ด้านขวา)





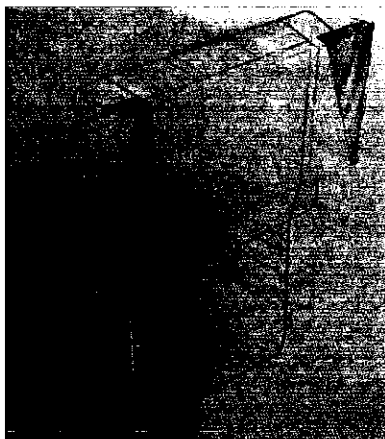


ภาพที่58 ภาพแบบร่างโครงสร้างบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพา(ด้านซ้าย)

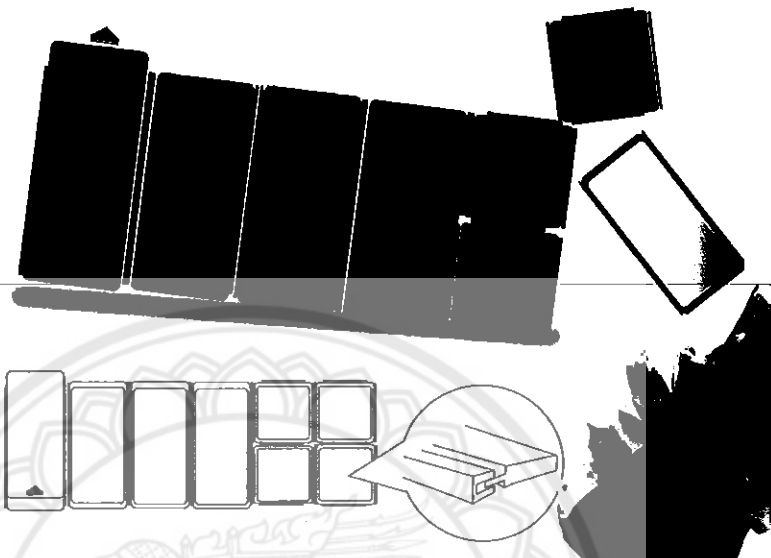
ภาพที่59 ภาพแบบร่างโครงสร้างบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพา(ด้านขวา)



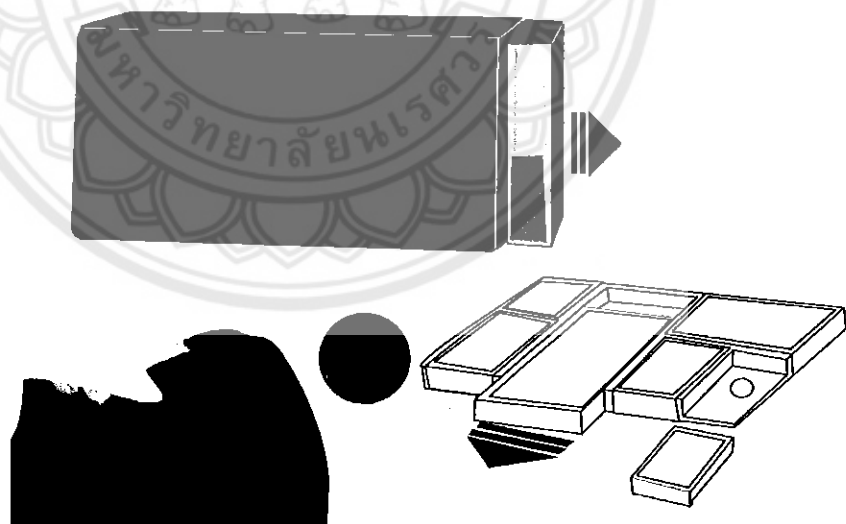
ภาพที่60 ภาพแบบร่างโครงสร้างบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพาด้านใน



ภาพที่61 ภาพแบบร่างโครงสร้างบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพาดอนเปิด



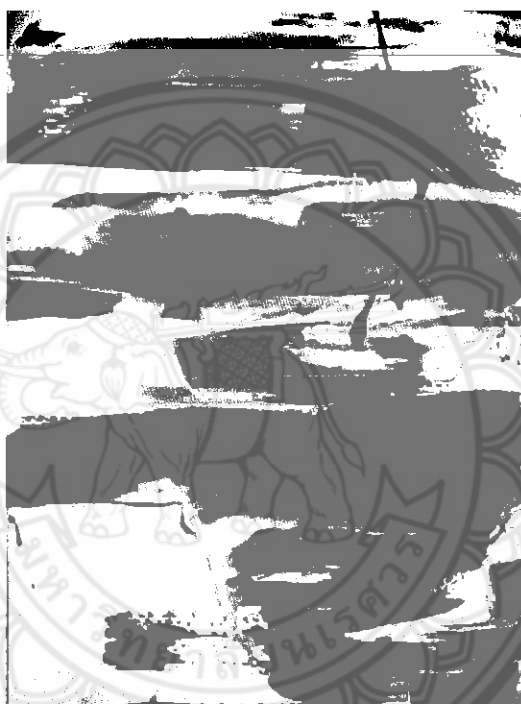
ภาพที่ 62 ภาพแบบร่างโครงสร้างบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพา



ภาพที่ 63 ภาพแบบร่างโครงสร้างบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพา

# MOMINX

ภาพที่ 64 ภาพโลโก้ บรรจุกัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับผู้หญิงวัยทำงาน



ภาพที่ 65 ภาพที่แปลง ที่นำมาประกอบบนบรรจุกัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับผู้หญิงวัยทำงาน



MOMINX

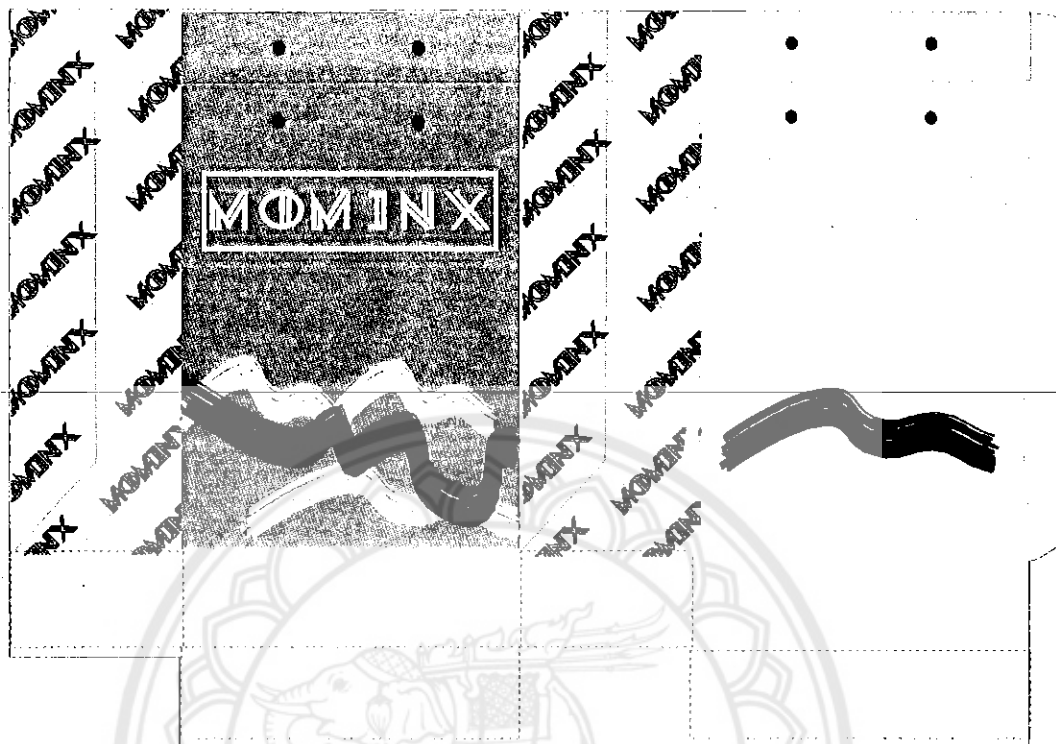
ภาพที่ 66 ภาพกราฟฟิก บรรจุกัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับผู้หญิงวัยทำงาน



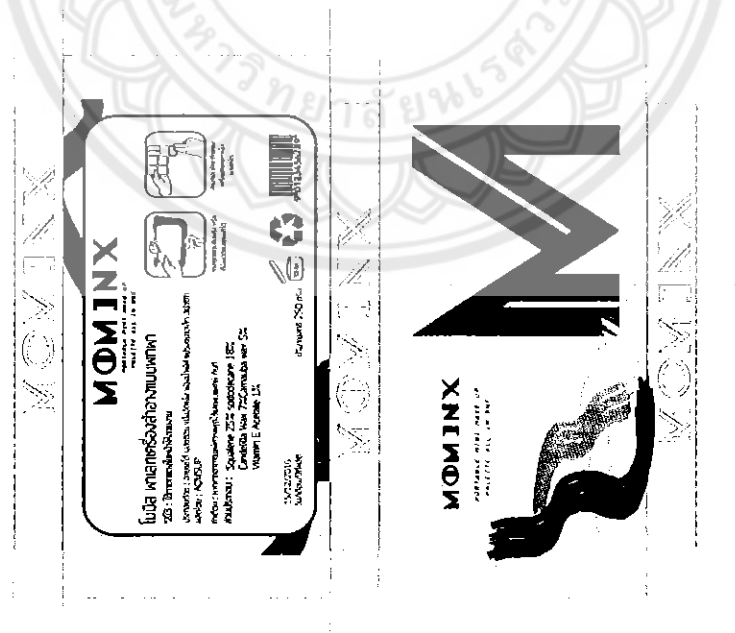
MOMINX



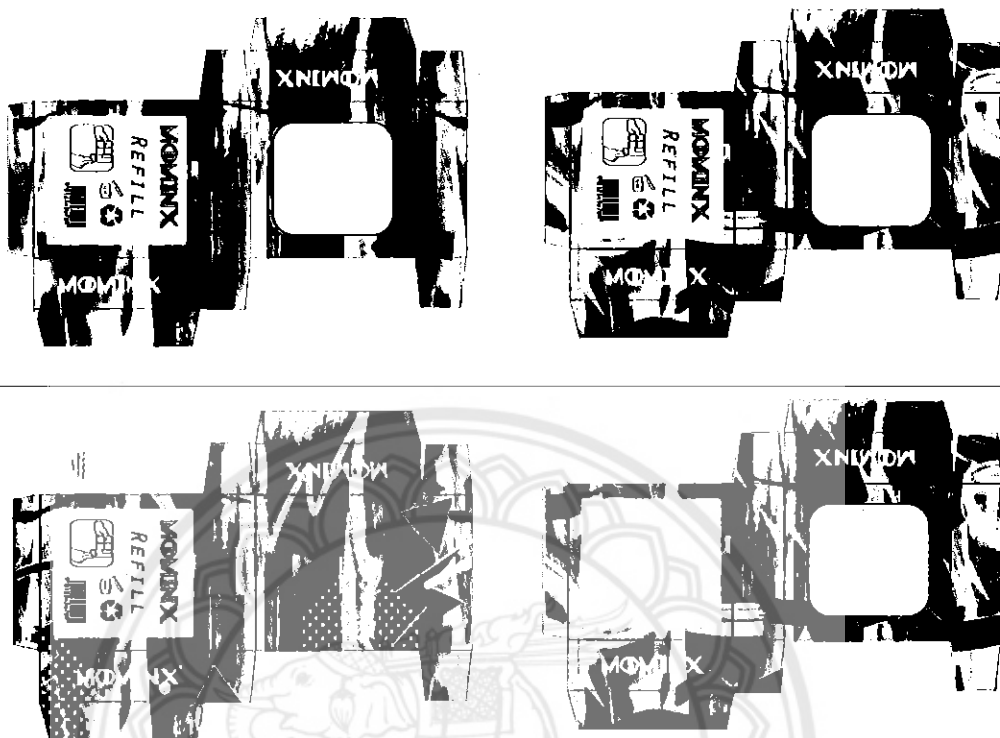
ภาพที่ 67 ภาพที่กราฟฟิก บรรจุกัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับผู้หญิงวัยทำงาน



ภาพที่ 68 ภาพแบบคลีปรรจกัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับสุภาพสตรีวัยทำงาน



ภาพที่ 69 ภาพแบบคลีปรรจกัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับสุภาพสตรีวัยทำงาน



ภาพที่ 70 ภาพแบบคลี่รีฟิวบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบพกพา สำหรับสุภาพสตรีวัยทำงาน





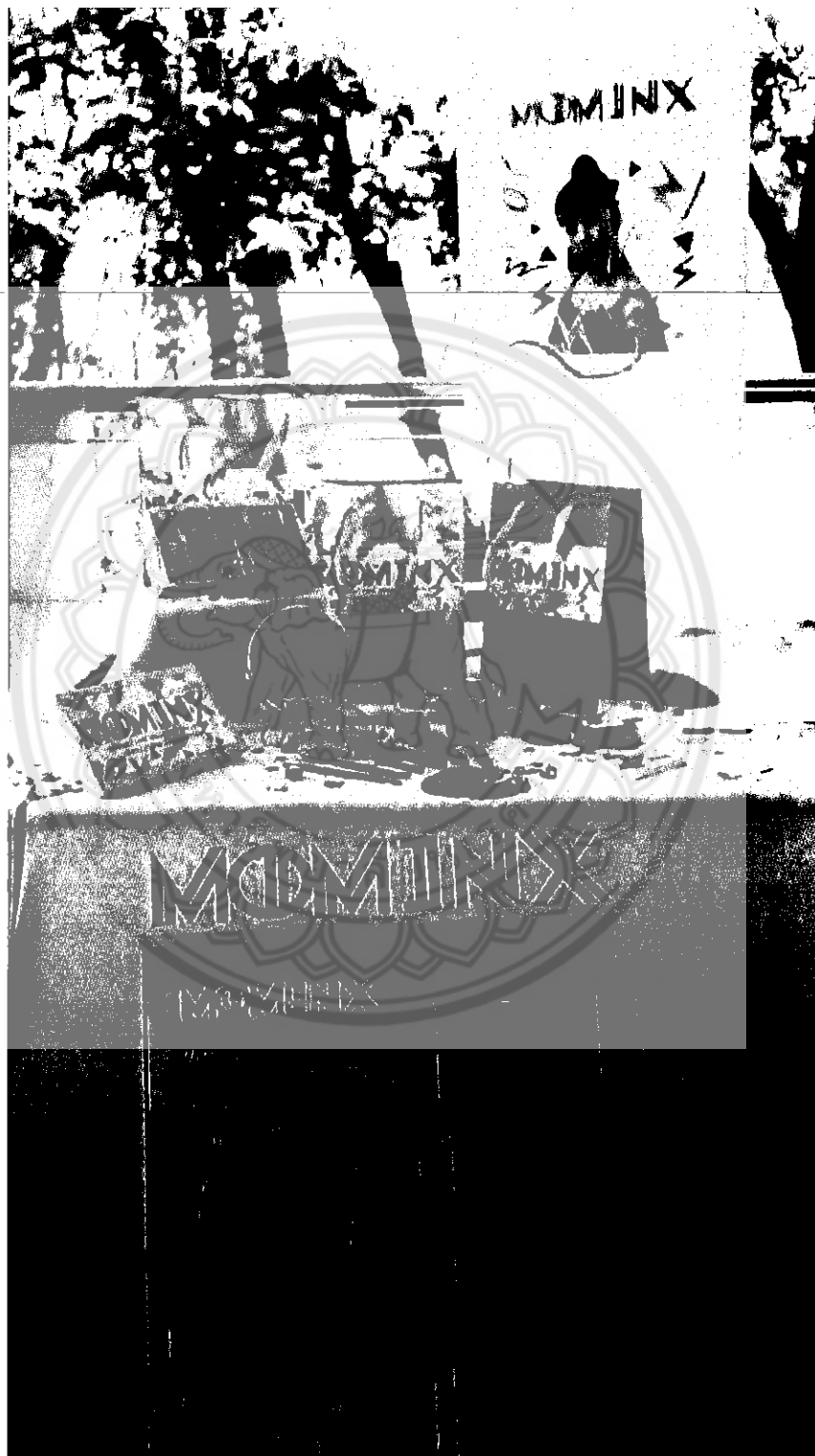


ภาพที่ 71 ภาพการนำเสนอผลงาน1



ภาพที่ 72 ภาพการนำเสนอผลงาน2

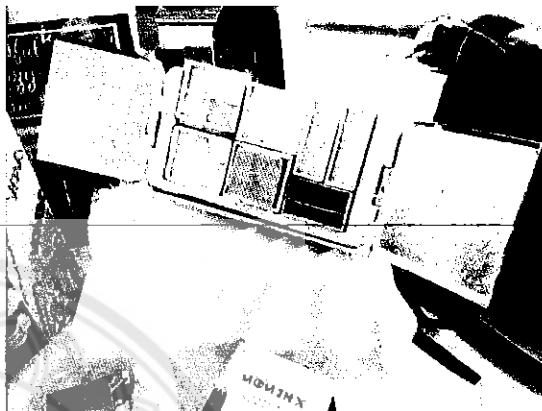




ภาพที่ 73 ภาพการนำเสนอผลงาน3



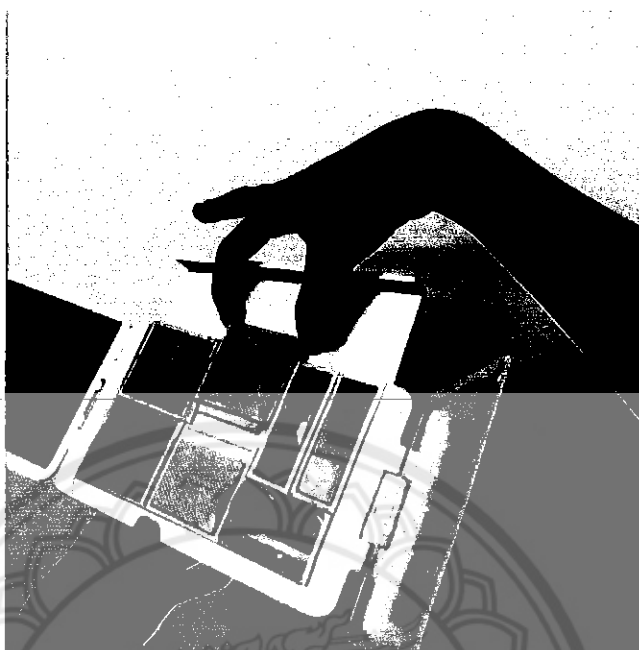
ภาพที่ 74 ภาพการนำเสนอผลงาน4



ภาพที่ 75 ภาพการนำเสนอผลงาน5



ภาพที่ 76 ภาพการนำเสนอผลงาน6



ภาพที่ 77 ภาพการใช้งานถอดประกอบของบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง



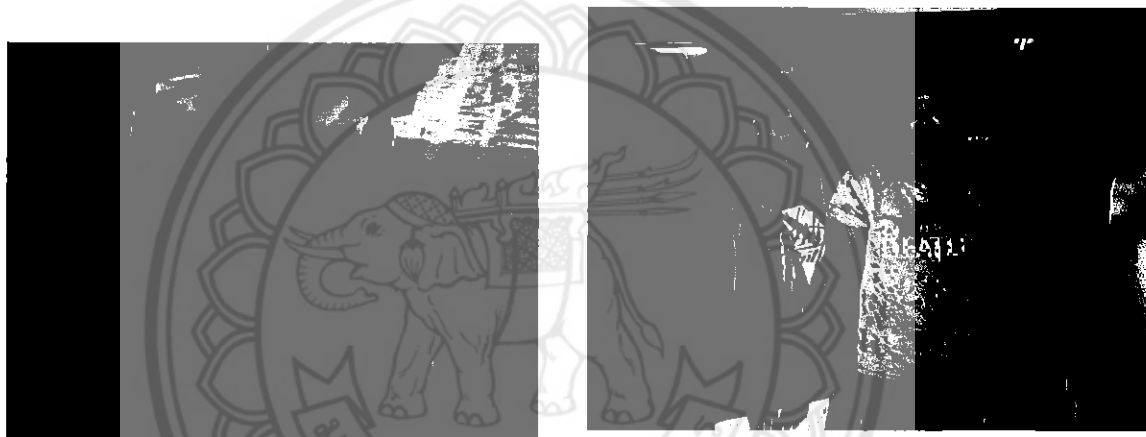
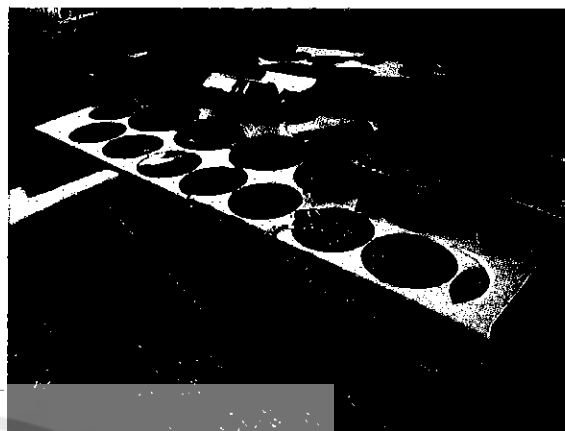
ภาพที่ 78 ภาพการใช้งานถอดประกอบของบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง



ภาพที่ 79 ภาพโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางแบบไม่มีกราฟฟิก



ภาพที่ 80 ภาพการทำงานโครงสร้างบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง



ภาพที่ 81 ภาพขั้นตอนการทำบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง